



ISSN
2547-989X

Sinop Üniversitesi
Sosyal Bilimler Dergisi

Araştırma Makalesi

Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8
(Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Özel Sayısı), 75-108

Geliş Tarihi: 10.11.2024 Kabul Tarihi: 10.12.2024

Yayın: 2024 Yayın Tarihi: 31.12.2024

<https://doi.org/10.30561/sinopUSD.1582411>

<https://dergipark.org.tr/sinopUSD>

SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞININ TÜKETİCİ REFAHI ÜZERİNDEKİ YORDAYICI ETKİSİ: BİR YAPISAL EŞİTLİK MODELLEMESİ

Sevde YÜKSEL*

Arzu ŞENER*

Öz

Bu araştırma, sürdürülebilir tüketim davranışının dört alt boyutunun (çevreye duyarlılık, ihtiyaç dışı satın alma, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik) tüketici refahı üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Tüketici refahı; genel refah, psikolojik refah, öznel refah ve finansal refah olarak dört boyutta değerlendirilmiştir. Veri toplamada anket tekniği kullanılmış olup, anket formu bilimsel açıdan güvenilirliği ve geçerliliği daha önceden kanıtlanmış ölçekler kullanılarak hazırlanmıştır. Veriler kartopu örneklem ve kolayda örneklem modellerinin birlikte uygulanması ile Ankara ilinde ikamet eden 503 kişiden çevrim içi olarak toplanmıştır. Verilerin analizinde Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) kullanılarak, sürdürülebilir tüketim alt boyutlarının tüketici refahı üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri test edilmiştir.

Çalışmanın sonuçlarına göre, çevre duyarlılığı boyutu; öznel refah, psikolojik refah, genel refah ve finansal refah üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki göstermiştir. Yeniden kullanılabilirlik boyutu, öznel refah, psikolojik refah ve genel refah üzerinde olumlu etkiler ortaya koyarken, ihtiyaç dışı satın alma davranışı öznel refah ve finansal refah üzerinde negatif anlamlı bir etkiye sahiptir. Ancak ihtiyaç dışı satın alma ile psikolojik ve genel refah arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Ayrıca tasarruf boyutu ile öznel refah, psikolojik refah, genel refah ve finansal refah arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Genel olarak, bulgular sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutlarının tüketici refahını farklı şekillerde etkilediğini göstermektedir. Çevreye duyarlılık, tüketici refahının tüm boyutlarında olumlu sonuçlar doğururken, yeniden kullanılabilirlik özellikle öznel, psikolojik ve genel refah üzerinde olumlu katkılar sağlamaktadır. Bu bulgular, çevresel farkındalık ve sürdürülebilir tüketim uygulamalarını artırmanın tüketicilerin yaşam kalitesini iyileştirebileceğine işaret etmektedir. Öte yandan, ihtiyaç dışı satın alma davranışının, özellikle öznel ve finansal refah üzerinde olumsuz etkiler yarattığı belirlenmiştir. Bu durum,

* Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Aile ve Tüketici Bilimleri Bölümü, sevdeyucel@hacettepe.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7983-036X>

* Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Aile ve Tüketici Bilimleri Bölümü, asener@hacettepe.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0208-7045>

gereksiz tüketimin bireysel refah üzerindeki zararlarını vurgulamakta ve daha bilinçli tüketim alışkanlıklarının benimsenmesi gerektiğini göstermektedir. Araştırma, sürdürülebilir tüketim davranışlarının teşvik edilmesinin hem bireysel hem de toplumsal refahın artırılmasında önemli bir rol oynayabileceğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Tüketim, Sürdürülebilir Tüketim Davranışı, Tüketici Refahı

The Predictive Effect of Sustainable Consumption Behavior on Consumer Well-Being: A Structural Equation Modeling

Abstract

This research aims to examine the effects of three sub-dimensions of sustainable consumption behavior (environmental awareness, non-essential purchasing and reusability) on consumer well-being. Consumer well-being is assessed in four dimensions: general well-being, psychological well-being, subjective well-being and financial well-being. The survey technique was used for data collection and the questionnaire form was prepared using scales with scientifically proven reliability and validity. The data were collected online from 503 people residing in Ankara by applying snowball sampling and convenience sampling models together. Structural Equation Modeling (SEM) was used to analyze the data and the direct and indirect effects of sustainable consumption sub-dimensions on consumer well-being were tested.

According to the study's results, the environmental awareness dimension showed a positive and significant effect on subjective well-being, psychological well-being, general well-being and financial well-being. The reusability dimension showed positive effects on subjective well-being, psychological well-being and general well-being. Non-essential purchasing dimension has a negative significant effect on subjective well-being and financial well-being. However, no significant relationship was found between non-essential purchasing and psychological well-being and general well-being. In addition, no significant relationship was found between the savings dimension and subjective well-being, psychological well-being, general well-being and financial well-being.

Overall, the findings suggest that the sub-dimensions of sustainable consumption behavior affect consumer well-being in different ways. While environmental awareness leads to positive outcomes in all dimensions of consumer well-being, reusability contributes positively to subjective well-being, psychological well-being and general well-being. These findings suggest that increasing environmental awareness and sustainable consumption practices can improve consumers' quality of life. On the other hand, unnecessary purchasing behavior has negative effects on subjective and financial well-being. This situation emphasizes the harms of unnecessary consumption on individual well-being and suggests that more conscious consumption habits should be adopted. The study reveals that promoting sustainable consumption behaviors can play an important role in increasing both individual and social well-being.

Keywords: Sustainable Consumption, Sustainable Consumption Behavior, Consumer Well-Being

1. Giriş

Tüketimin kontrolsüz bir şekilde artması, CO2 salınımına ve yenilenmesi mümkün olmayan kaynakların hızla tükenmesine yol açmıştır (Karalar ve Kiracı, 2011, s. 64). Her geçen gün azalan biyolojik çeşitlilik ve küresel ısınmanın tehditleri son yıllarda yoğun biçimde tartışılmaya başlanmıştır. Dünyanın birçok farklı bölgesinde yaşanan sel felaketleri, orman yangınları, balıkçılığın sona ermesi, orman arazilerinin tükenmesi gibi iklim krizinin olumsuz sonuçları, mevcut üretim ve tüketim modellerinin artık sürdürülebilir olmadığını göstermektedir (Yıldız ve Kelleci, 2022, s. 1474). Bu olumsuzlukların önüne geçebilmek için kaynak kullanımını azaltan, çevreye duyarlı ve uzun vadeli fayda sağlayan bir tüketim anlayışı olan sürdürülebilir tüketime yönelmek zorunlu hale gelmiştir. Sürdürülebilir tüketim, tüketicilerin ihtiyaçları olanı tüketmesini, doğaya zarar vermeyen ürünleri seçmesini ve israfı en aza indirmesini amaçlayan bir yaşam biçimidir.

Sürdürülebilir tüketim kavramı ilk kez, Dünya'nın bütünsel ve birbirine bağımlı doğasını kabul ederek yeni ilkeler geliştirmek maksadıyla 1992 yılında Rio de Janeiro'da Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansının 8. İlkesinde yer alarak literatüre girmiştir (UN, 1992):

“Sürdürülebilir kalkınma ve tüm insanlar için daha yüksek bir yaşam kalitesine ulaşmak amacıyla, Devletler, sürdürülemez üretim ve tüketim kalıplarını azaltmalı, ortadan kaldırmalı ve uygun demografik politikaları teşvik etmelidir.”

Geniş anlamda sürdürülebilir tüketim kavramı ise ilk kez 1994 yılında Norveç hükümeti tarafından, iş dünyası, sivil toplum kuruluşları ve hükümet temsilcilerinin katılımıyla Oslo'da yapılan bir toplantıda gündeme gelmiştir. Bu toplantıda sürdürülebilir tüketim “ihtiyaçların karşılanması, yaşam kalitesinin artırılması, kaynak verimliliğinin iyileştirilmesi, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesi, atıkların en aza indirilmesi, yaşam döngüsü bilincinin benimsenmesi ve eşitlik boyutunun dikkate alınması gibi birçok temel konuyu bir araya getiren şemsiye bir kavram” şeklinde tanımlanmıştır (IISD Earth Negotiations Bulletin, 1994). OECD (2002) tarafından ise sürdürülebilir tüketim; “gelecek

nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan, yaşam döngüsü bakış açısı ile doğal kaynakların ve toksik maddelerin, atık salınımının ve çevreyi kirletici maddelerin kullanımını en aza indirgerken, temel ihtiyaçlara cevap veren ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan malların ve hizmetlerin kullanımı” olarak tanımlanmıştır.

Sürdürülebilir tüketim, üretim verimliliğini artırmayı ve ürün geliştirme süreçlerini iyileştirmeyi hedeflerken aynı zamanda tüketicilerin beklentilerini, davranışlarını ve yaşam tarzlarını da düzenlemeyi amaçlar (Jackson, 2004, s.1027) ve ayrıca bireysel eylemler sonucu ortaya çıkan olumsuz çevresel etkilerin azaltılmasına katkı sunan bir kavramdır (Paavola, 2001, s. 228).

Sürdürülebilir tüketim, çevreyi korumak ve ekolojik dengeyi sağlamak için bireylerin, şirketlerin ve ülkelerin çevreye verdikleri zararı azaltmalarını hedefleyen bir kavramdır. Bu kavram, insanları doğaya daha az zarar veren bir yaşam tarzına yönlendirmeyi amaçlar (Alma Savaş, 2022, s. 85). Sürdürülebilir tüketim davranışı, bireylerin tüketim alışkanlıklarını çevresel ve sosyal etkileri dikkate alarak düzenledikleri bir yaşam biçimidir. Bu davranış, tüketicilerin hem doğaya hem de gelecek nesillere olan sorumluluklarının bilincinde olarak kaynakları verimli kullanmalarını amaçlar. Ancak bu amaçların gerçekleştirilmesi için bireysel çabalar yeterli olmayacak, toplu çabalara ihtiyaç duyulacaktır. Bu bağlamda, çevre ile sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki, çevresel kaygıların bireyler tarafından paylaşıldığı durumlarda daha sağlıklı bir şekilde gelişirken, bireysel eylemlerle sınırlı kaldığında dönüşüm sürecinin yeterince etkili olamayacağı sonucuna varılabilir. Dolayısıyla, tüm toplumdaki değişim, sürdürülebilir tüketim için kritik bir rol oynamaktadır (Paavola, 2001, s. 244-245).

İnternet üzerinden alışverişin yaygınlaşması, giyim, ev eşyaları, spor ekipmanları, takı gibi ihtiyaç dışı mallar sektöründeki satışları iki katına çıkarsa da bu durum çevre üzerinde olumsuz etkilere yol açmıştır. Kullanılan ambalaj, plastik üretiminden kaynaklanan CO2 emisyonlarını önemli ölçüde artırarak ekosistemleri kirletmeye devam etmektedir ve büyük miktarda atığın çöplüklere eklenmesine

neden olmaktadır. Bu malların taşınması da sera gazı emisyonlarının büyük bir kısmını üretmektedir (Gordon Wilson ve Godefroit-Winkel, 2024, s. 2).

Sürdürülebilir tüketimde, kaynakların verimli kullanımı (tasarruflu kullanımı), israfın azaltılması ve çevresel etkilerin en aza indirilmesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda, tasarruf kavramı sürdürülebilir tüketimin bir ayağı olarak kabul edilebilir. Tasarruf hem bireysel hem de toplumsal düzeyde sürdürülebilir bir yaşam tarzının önemli bir parçasıdır (Diprose vd., 2019, s. 223). Kaynakların verimli kullanılmasına ek olarak atıkların yeniden kullanılması ve geri dönüşüm davranışının teşvik edilmesi de sürdürülebilir tüketim açısından önemlidir. En yaygın atık türleri olan tekstil, kâğıt, plastik ve cam için birçok yeniden kullanım uygulaması bulunmaktadır. Bireylerin artık ihtiyaç duymadığı ihtiyaç fazlası malzemeler, topluca çöpe atılmak yerine, yeniden değerlendirilebilir, atık toplayıcılara satılabilir; burada yeniden kullanılacak ürünler potansiyel alıcılara satıldıktan sonra geri kalan atık geri dönüşüm için gönderilebilir (Pandey, Surjan ve Kapshe, 2018, s. 58). Böylece çevre daha az kirlenerek bir dönüşüm sağlanmış olacaktır.

Kapitalist ekonomik politikalarda, ekonomik büyümenin sağlanması için üretimin artırılması hedeflenir. Ancak, bu süreç doğal kaynakların yoğun kullanımı ve emisyonların artışıyla çevreyi tahrip edici özellikler taşır. Bu, çevreyi koruma isteğiyle üretim ve ekonomik büyüme hedefleri arasında bir çatışma yaratır. Diğer yandan, Ekolojik Modernizasyon Yaklaşımı, üretim süreçlerini çevreye duyarlı hale getirmek ve teknolojiyi kullanarak çevresel zararları azaltmayı hedefler. Bu yaklaşım, üretimin artırılmasının çevreye zorunlu olarak zarar vermeyeceği, aksine çevre koruma ve ekonomik büyümenin "pozitif toplamlı bir oyun" ile bir arada var olabileceği görüşünü savunur (Orhan ve Karahan, 2003, s.4-5). Yani sürdürülebilir tüketim, artık ekonomik kalkınmaya katkı sağlarken, tüketici refahını da artırmaktadır (Teufer ve Grabner Kräuter, 2023, s. 759). Refah kavramı, insanların duygularını ve kişisel, sosyo-ekonomik ve politik durumlarını değerlendirmelerini, aynı zamanda bir yaşamı "iyi" kılan şeylere dair uzman görüşlerini içeren geniş bir

kavramdır (Gough ve McGregor, 2007, s. 3). Tüketici refahı ile sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki, tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını benimsemesiyle oluşur. Sürdürülebilir tüketim, çevresel ve sosyal sorumlulukları dikkate alan bilinçli seçimler yapmayı teşvik ederken, tüketici refahını artırır ve gelecek nesillere daha sürdürülebilir bir dünya bırakmayı amaçlar.

Tüketici refahı çok yönlü bir kavramdır ve öznel refah, genel refah, psikolojik refah, toplumsal refah ve finansal refah gibi farklı üst düzey kavramları kapsar (Dittmar vd., 2014; Sirgy, Lee ve Rahtz, 2007). Öznel refah, bireylerin mutluluk veya mutsuzluk durumlarının öznel olarak değerlendirilmesidir ve yaşam doyumu, evlilik doyumu, depresyon, kaygı düzeyi, olumlu ruh halleri ve duygular gibi çeşitli değişkenleri içerir. Psikolojik refah, günlük deneyimlerin duygusal yönlerini içeren geniş kapsamlı bir kavramdır (Warr, 1978, s. 111). Söz konusu bu duygusal yönler, olumsuz zihinsel durumlardan (tatminsizlik, mutsuzluk, endişe vb.) daha olumlu bir duruma kadar uzanan bir bakış açısına kadar değişebilir. Psikolojik refah, yaşamdan duyulan memnuniyet, benlik saygısı veya iç kontrol gibi faktörlerle pozitif; depresyon gibi olumsuz duygularla negatif olarak ilişkilidir (Ingrid, 2010, s. 77). Genel refah, bireylerin mevcut yaşamlarından memnuniyetlerini en genel şekliyle algılama biçimleridir. (Kahneman ve Krueger, 2006; Oishi, Diener ve Lucas, 2007). Finansal refah ise mevcut ve beklenen yaşam standartlarını ve finansal özgürlüğü sürdürebilme algısı olarak tanımlanabilir (Brüggen vd., 2017, s. 229). Finansal refah kişinin mevcut finansal durumundan memnuniyet olarak tanımlanabilecek finansal tatmin ile aynı şey değildir (Joo ve Grable, 2004, s. 25). Finansal tatmin; finansal refahın bir ölçüsü olarak kullanılabilir ancak, finansal refah daha kapsayıcıdır; kişinin tatminine ilişkin mevcut değerlendirmesi ve bunu yapma becerisi ile şimdiki ve gelecekteki arzulanan hayatı finanse etmek için finansal refah kavramı kullanılmaktadır (Brüggen vd., 2017, s. 230).

Çevre dostu ürün satın almanın bireylerin yaşam memnuniyetini artırdığı yapılan çalışmalarda tespit edilmiştir (Xiao ve Li, 2011; Nefat ve Benazić, 2021; Læg Reid ve Fossberg, 2022) ve sürdürülebilir tüketim, öznel refahı olumlu yönde

etkileyen bir davranış olarak öne çıkar (Nefat ve Benazić, 2021). Bu ilişki, demografik faktörlerden bağımsız olarak güçlü bir şekilde devam eder ve sürdürülebilir tüketim, uzun vadeli toplumsal faydaları ön planda tutan bir tercih olarak değerlendirilir (Xiao ve Li, 2011, s. 326-327). Bireyler temel ihtiyaçlarını karşılamaya odaklanarak öznel refahlarını artırdıklarında, tüketime yönelme eğilimleri azalır ve bu durum, psikolojik ve genel refahlarının da sürdürülebilir bir şekilde artmasına katkı sağlar (Hofstetter, Madjar ve Ozawa, 2006, s. 108). Sürdürülebilir tüketim davranışları ile tüketici refahı birbirini desteklemektedir ve sürdürülebilir tüketimi benimseyen tüketicilerin refah oranları; tutumlarda, politikalarda, uygulamalarda ve davranışlarda köklü değişimlere yol açma potansiyeline sahiptir. Sürdürülebilir tüketim davranışı yoluyla tüketiciler kendi refahlarının, hem şimdi hem de gelecekte, diğer insanlarla ve gezegendeki tüm canlılarla bağlı olduğunu kavramaktadırlar (O'Brien, 2013, s. 249).

Sürdürülebilir tüketim bazen tüketici açısından belli bir fiziksel zorluk içerebilir. Örneğin, organik olarak yetiştirilen sebzeler, genellikle büyük ölçekte üretilen, serada yetiştirilen ve süpermarketlerde sunulan alternatiflere kıyasla daha zor bulunabilir ve daha pahalıdır. Ya da bir evin yalıtımını iyileştirmek, başlangıçta yüksek bir finansal yatırım gerektirir. Dolayısıyla, birçok sürdürülebilir tüketim modeli kendiliğinden ödüllendirici olmayabilir. Bu nedenle, bireysel tüketicilerin bakış açısından sürdürülebilir tüketimi cazip hale getirmek için bir tür dışsal teşvik gerekmektedir (Bolderdijk ve Steg, 2015, s. 328). Bu açıdan bakıldığında sürdürülebilir tüketimin, tüketicilerin finansal refahlarını kısa vadede olumsuz etkilemesi olasıdır. Uzun vadede ise birçok alanda finansal refahlarını artıracaktır. Örneğin, yalıtımı iyileştirilmiş bir ev ısıtma için daha az maliyet isteyecektir.

Sanayileşmiş ülkelere karşı gelişmekte olan ülkelere veya tam tersi yönde kirlenmelerin sınır ötesi akışı, çevre kirliliğinin nedenlerinden biridir. Bazı ülkelerdeki kontrolsüz nüfus artışı, artan gıda talepleri, sanayileşme, ormansızlaşma, kentleşme ve doğal kaynakların yanlış kullanımı gibi faktörler olumsuz çevre sorunlarının temel sebepleridir (Rathod, Saras ve Gondaliya, 2024, s. 1). Küresel

ölçekte çevresel sorunların temelinde yatan faktörler ve bu sorunların etkileri, bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarıyla yakından ilişkilidir.

Bu çalışmanın temel amacı, sürdürülebilir tüketim davranışlarının farklı boyutlarının tüketici refahı üzerindeki etkilerini ayrıntılı bir şekilde inceleyerek literatüre önemli bir katkı sağlamaktır. Özellikle yüksek gelir grubuna odaklanılması, bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını ekonomik zorunluluklardan bağımsız olarak bilinçli bir tercih olarak gerçekleştirip gerçekleştirmediklerini anlamaya olanak tanımaktadır. Araştırma, sürdürülebilir tüketimin çevre duyarlılığı ve yeniden kullanılabilirlik boyutlarının refah üzerindeki olumlu etkilerini vurgularken, ihtiyaç dışı satın alma ve tasarruf boyutlarının etkilerini daha iyi anlamak için yeni perspektifler sunmaktadır. Ayrıca, tüketici refahını öznel, psikolojik, genel ve finansal refah boyutlarında ele alarak, bu alandaki çok boyutlu bir yaklaşımın önemini göstermektedir. Bu kapsamlı yaklaşım, sürdürülebilir tüketim ve tüketici refahı arasındaki ilişkiye dair politika yapıcılar ve uygulayıcılar için yol gösterici niteliktedir.

2. Yöntem

Bu bölümde sürdürülebilir tüketim davranışının tüketici refahı üzerindeki yordayıcı etkisini incelemek amacıyla yapılan araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerin analizi açıklanmıştır.

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, değişkenler arası ilişkileri değerlendirmek amacıyla yapısal eşitlik modellemesi (SEM) kullanılmıştır. SEM, hem gözlemlenen değişkenler arasındaki ilişkileri test etmek hem de bu ilişkilerin model uyumunu değerlendirmek için kullanılmaktadır (Kline, 2015). Bu modelleme yaklaşımı, teorik olarak belirlenen hipotezlerin test edilmesine ve değişkenler arası doğrudan ve dolaylı etkilerin incelenmesine olanak sağlamaktadır (Hoyle, 2012).

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Ankara'nın tüm ilçelerinde yaşayan, en az üniversite mezunu, yüksek sosyo-ekonomik düzeye sahip (2024 yılı için: 50.000 TL ve daha fazla) 25 yaş üzeri tüketiciler oluşturmaktadır. Örneklem olarak yüksek eğitim ve kısmen yüksek gelir grubuna sahip bireylerin seçilmesinin temel nedeni, bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını eğitilmiş ve bilinçli bir şekilde, gönüllü olarak mı yoksa maddi zorunluluklardan dolayı mı gerçekleştirdiklerini tespit etmektir. Özellikle, sürdürülebilir tüketimin alt boyutlarından olan yeniden kullanım ve tasarruf boyutlarının, bireyler tarafından ekonomik yetersizliklerin bir sonucu olarak mı yoksa bilinçli bir tercih ve sürdürülebilirliğe katkı sağlama amacıyla mı benimsendiğini (Özgül, 2011, s.36-37) anlamak amaçlanmıştır. Bu bağlamda, yüksek gelir grubundaki bireylerin, ekonomik zorunluluk baskısından bağımsız olarak, sürdürülebilir tüketim davranışlarına (özellikle tasarruf ve yeniden kullanma boyutuna) yönelik motivasyonları daha net bir şekilde değerlendirilmiştir. Belirlenen evren içinde bireylere kartopu örneklem ve kolayda örneklem teknikleri birlikte kullanılarak 503 kişiye ulaşılmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak çevrim içi anket tekniğinden yararlanılmıştır. Katılımcılara e-posta ve whatsapp aracılığıyla "Google Form" da hazırlanan anket formu iletilmiştir. Çevrim içi anket formunun ilk sayfasında bulunan gönüllü katılım formunda, araştırmanın amacı, araştırma formuyla elde edilen bilgilerin bilimsel amaçla kullanılacağı, bilimsel etik kuralları çerçevesinde gizlilik içinde değerlendirileceği ve başka bir amaçla kullanılmayacağı belirtilmiş ve bu şartları kabul eden bireylerin anket formuna erişimleri sağlanmıştır. Çalışma için Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonundan onay alınmıştır. (Karar Sayısı: E-35853172-300-00002457881).

2.3. Ölçüm Araçları

Anketin birinci bölümünde araştırmaya katılan bireylere ilişkin demografik ve açıklayıcı bilgilere (cinsiyet, medeni durum, aylık gelir gibi) yer verilmiştir.

Sürdürülebilir tüketim davranışını ölçmek için, Doğan, Bulut ve Çımrın (2015) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek, 17 maddeden oluşmaktadır

ve Çevre Duyarlılığı, İhtiyaç Dışı Satın Alma, Tasarruf ve Yeniden Kullanılabilirlik olmak üzere dört boyut içermektedir. Ölçeğin her bir madde için madde faktör yükleri .64 ile .87 arasında değişmektedir. Ölçeğin iç tutarlılığı Cronbach alpha katsayısı ile ölçülmüştür. Buna göre, Çevre Duyarlılığı, İhtiyaç Dışı Tüketim, Tasarruf ve Yeniden Kullanılabilirlik boyutlarının Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları sırasıyla .753; .758; .774; .721'dir. Ölçek çalışmada 5'li likert tipinde derecelendirilmiştir (1=Hiçbir zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Genellikle, 5=Her zaman).

Öznel refahı ölçmek için, Lyubomirsky ve Lepper, (1999) tarafından geliştirilen, Akın ve Satıcı (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Öznel Mutluluk Ölçeği (ÖMÖ) kullanılmıştır. Ölçek çalışmada 7'li likert tipinde derecelendirilmiştir (1=Hiç mutlu değilim; 7=Çok mutluyum). ÖMÖ'nün Türkçe ve orijinal formlarında bulunan maddeler arasındaki korelasyon katsayıları .72 ile .82 arasında bulunmuştur. Açımlayıcı faktör analizinde 4 maddenin toplam varyansın %46'sını açıkladığı ve maddelerin tek boyutta toplandığı görülmüştür. Ölçeğin faktör yükleri .34 ile .84, madde toplam korelasyonu puanları ise .55 ile .76 arasında sıralanmaktadır. ÖMÖ'nün iç tutarlılık güvenirlik katsayısı .86, test-tekrar test güvenirlik katsayısı ise .73 olarak bulunmuştur.

Psikolojik refahı ölçmek için, Diener ve arkadaşları (2009) tarafından geliştirilen, Fidan ve Usta (2013) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "İyilik Hali Ölçeği" kullanılmıştır. İyilik Hali Ölçeği'nin Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .83 olarak bulunmuştur. Madde toplam korelasyonu değerlerinin de .47 ile .67 arasında sıralandığı görülmüştür. Ölçek çalışmada 7'li likert tipinde derecelendirilmiştir (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Bazen Katılmıyorum, 4=Kararsızım, 5=Bazen Katılıyorum, 6=Katılıyorum, 7=Kesinlikle Katılıyorum).

Finansal refahı ölçmek için Prawitz ve arkadaşları (2006) tarafından geliştirilen, Ahmetoğulları ve Parmaksız (2017) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Finansal İyilik Hali Ölçeği (FİH)" kullanılmıştır. Ölçek çalışmada 5'li likert tipinde derecelendirilmiştir (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne

Katılıyorum/Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum 5=Kesinlikle Katılıyorum). Ölçek, “finansal endişe” ve “finansal memnuniyet” olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutların Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları sırasıyla .75 ve .41 olarak bulunmuştur.

Genel refah düzeyini ölçmek için en yaygın olarak, insanlara “Her şeyi göz önüne aldığımızda şu anki yaşamınızdan ne kadar memnunsunuz?” ya da “Yaşamınızdaki tüm koşulları bir arada ele alırsanız, kendinizi çok mutlu mu, oldukça mutlu mu veya pek mutlu değil olarak mı değerlendirirsiniz?” gibi tek bir soru sorularak ölçülmektedir. Bu tür sorular, kişinin yaşamının genel bir değerlendirmesini ortaya çıkarır (Kahneman ve Krueger, 2006; Oishi, Diener ve Lucas, 2007; Krueger ve Schkade, 2008). Çalışmada da genel refah düzeyini ölçmek için katılımcılara, "Her şeyi göz önüne aldığımızda, şu anki yaşamınızdan ne kadar memnunsunuz?" sorusu yöneltildi. Katılımcılar bu soruya 1'den 10'a kadar bir ölçekle yanıt vermiştir (1 = Hiç Memnun Değilim, 10 = Çok Memnunum). Bu tek soru genel yaşam doyumunu ölçmek için kullanılmıştır.

2.4. Veri Toplama Süreci

Veriler, çevrimiçi anket formu aracılığıyla Eylül 2023-Temmuz 2024 arasında toplanmıştır. Anket formu, katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışlarını ve tüketici refahı boyutlarını değerlendiren ölçeklerden oluşmuştur. Katılımcılara, araştırmanın amacı ve gönüllülük esasına dayalı katılım hakkında bilgi verilmiştir. Anketin tamamlanması yaklaşık 10-15 dakika sürmüştür.

2.5. Veri Analizi

Veriler SPSS 24.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. İlk olarak, betimleyici istatistikler kullanılarak, katılımcıların demografik bilgileri ve ölçek maddelerine verdikleri yanıtlar analiz edilmiştir. Ters maddeler, analizden önce uygun şekilde ters kodlanmıştır. Çalışmada kullanılan tüm değişkenler gözlemlenen değişkenlerdir. Bağımsız değişkenler; sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeğinin alt boyutları olan çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma, yeniden kullanılabilirlik ve tasarruf; bağımlı değişkenler ise öznel refah, psikolojik refah, genel refah ve finansal

refah olarak belirlenmiştir. Model, bu değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek üzere kurulmuştur (Field, 2017). Sonrasında, hem B ve β katsayıları ile modelin etkileri değerlendirilmiş, hem de uyum indeksleri ile modelin veriyle uyumu model belirtim süreci test edilerek içsel ve dışsal değişkenler arası ilişkileri ortaya çıkararak en iyi modele ulaşılmıştır.

Araştırmaya toplamda 503 katılımcı (293 kadın, 210 erkek) dâhil edilmiştir ve Araştırmaya katılanların %66,6'sı evli, %27,6'sı bekârdır. Araştırmaya katılan bireylerin hepsinin eğitim düzeylerinin yüksek olması istendiği için üniversite mezunu olmadığını belirtenler için anket formu sonlandırılmıştır (Tablo 1).

Araştırmaya katılan bireylerin gelir düzeyleri, Eylül 2023- Temmuz 2024 tarihleri arasındaki dönemde toplanan verilere dayanmaktadır. Ocak ayında maaşlara yapılan zam dikkate alınarak anket formunda, aylık gelir aralıklarında güncelleme yapılmıştır. Bu dönemde Türk lirasının ABD doları karşısındaki değişimi göz önüne alınarak, katılımcıların gelir düzeyleri ortalama olarak dolar cinsinden hesaplanmıştır. Yapılan hesaplamalar sonucunda, katılımcıların aylık ortalama geliri yaklaşık 2772 dolardır. Ayrıca, katılımcılar arasında en düşük gelir düzeyi yaklaşık 379 dolar (%1,99), en yüksek gelir düzeyi ise yaklaşık 4487 dolar (%15,71) olarak tespit edilmiştir. Ortalama gelir düzeyinin hesaplanmasında, her gelir grubundaki katılımcı sayısına göre ağırlıklı ortalama yöntemi kullanılmıştır.

Katılımcıların aylık hane gelirlerini nasıl algıladıkları sorulduğunda ise, yaklaşık yarısının (%54,5) gelirini orta olarak değerlendirdiği, %36,4'ünün ise iyi ve çok iyi olarak değerlendirdiği görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bulgular

Değişken		n	%
Cinsiyet	Kadın	293	58,3
	Erkek	210	41,7
	Toplam	503	100,0
Medeni Durum	Evli	335	66,6

	Bekâr	139	27,6
	Eşi ölmüş/ayrı yaşıyor	29	5,8
	Toplam	503	100,0
Hanenin Finansal Durumuna İlişkin Algı	Çok iyi	14	2,8
	İyi	169	33,6
	Orta	274	54,5
	Kötü	43	8,5
	Çok kötü	3	0,6
	Toplam	503	100,0

2.6. Araştırmanın Hipotezleri

Bu çalışma, sürdürülebilir tüketim davranışlarını oluşturan alt bileşenlerin farklı refah türleri ile anlamlı bir şekilde ilişkili olup olmadığını incelemek üzere bir yapısal eşitlik modeli ortaya çıkartmak için tasarlanmıştır. Aşağıda sunulan hipotezler, bu tüketim davranışları ile refah türleri arasındaki olası ilişkileri test etmeyi amaçlamaktadır.

H1.1: Sürdürülebilir tüketimin çevre duyarlılığı boyutu ile öznel refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1.2: Sürdürülebilir tüketimin çevre duyarlılığı boyutu ile psikolojik refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1.3: Sürdürülebilir tüketimin çevre duyarlılığı boyutu ile genel refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1.4: Sürdürülebilir tüketimin çevre duyarlılığı boyutu ile finansal refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2.1: Sürdürülebilir tüketimin ihtiyaç dışı satın alma boyutu ile öznel refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2.2: Sürdürülebilir tüketimin ihtiyaç dışı satın alma boyutu ile psikolojik refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2.3: Sürdürülebilir tüketimin ihtiyaç dışı satın alma boyutu ile genel refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2.4: Sürdürülebilir tüketimin ihtiyaç dışı satın alma boyutu ile finansal refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3.1: Sürdürülebilir tüketimin tasarruf boyutu ile öznel refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3.2: Sürdürülebilir tüketimin tasarruf boyutu ile psikolojik refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3.3: Sürdürülebilir tüketimin tasarruf boyutu ile genel refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3.4: Sürdürülebilir tüketimin tasarruf boyutu ile finansal refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4.1: Sürdürülebilir tüketimin yeniden kullanılabilirlik boyutu ile öznel refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4.2: Sürdürülebilir tüketimin yeniden kullanılabilirlik boyutu ile psikolojik refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4.3: Sürdürülebilir tüketimin yeniden kullanılabilirlik boyutu ile genel refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

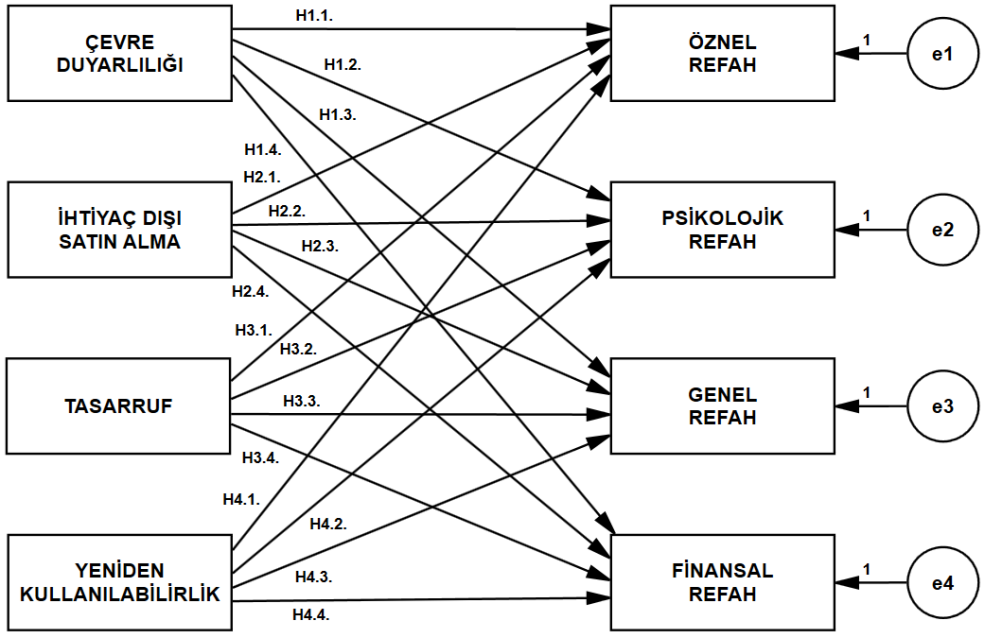
H4.4: Sürdürülebilir tüketimin yeniden kullanılabilirlik boyutu ile finansal refah arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıda belirtilen hipotezlere ilişkin belirlenmiş olan model Resim 1’de gösterilmektedir.

2.7. Bulgular

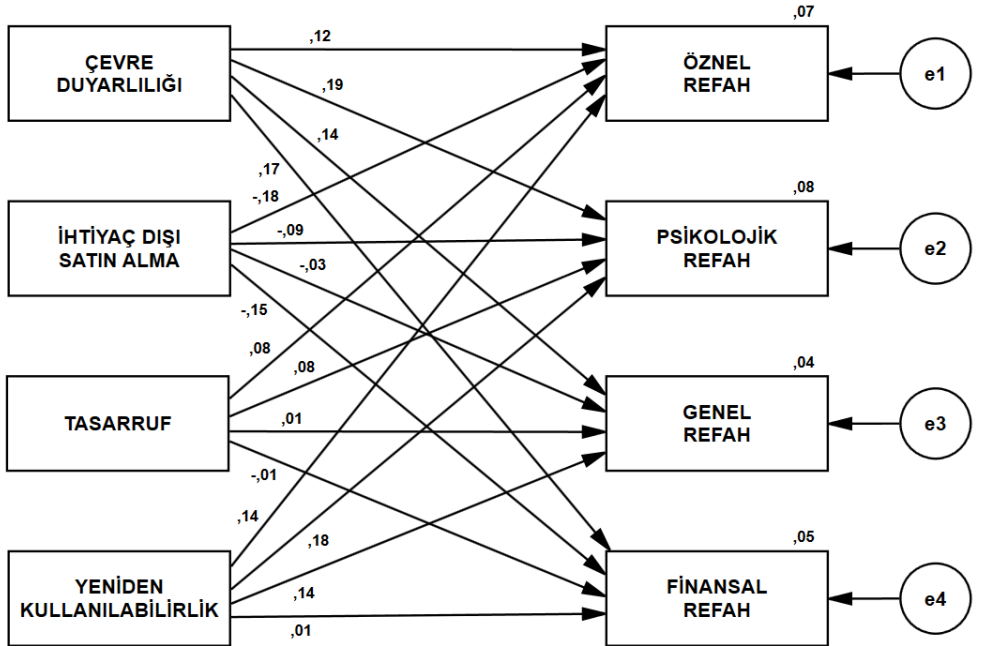
Sürdürülebilir tüketim davranışının dört alt boyutunun (çevreye duyarlılık, ihtiyaç dışı satın alma, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik) tüketici refahı üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlayan çalışma için araştırmacılar tarafından oluşturulan ilk model aşağıda verilmiştir.

Resim 1. Araştırmanın Modeli



Resim 1’de gösterilen modelin hesaplanmış şekli Resim 2’de gösterilmektedir.

Resim 2. Hesaplanmış Model



Resim 2’de gösterilen modele ilişkin model hesaplama katsayıları Tablo 2’de; uyum katsayıları ise Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 2. Hesaplanmış Katsayılar

Hipotez	B	β	SH	KD	p
H1.1	0.117	0.119	0.042	2.779	0.005
H1.2	0.276	0.193	0.061	4.514	***
H1.3	0.063	0.14	0.02	3.203	0.001
H1.4	0.232	0.169	0.06	3.894	***
H2.1	-0.168	-0.179	0.04	-4.174	***
H2.2	-0.117	-0.085	0.058	-1.997	0.046
H2.3	-0.014	-0.033	0.019	-0.757	0.449
H2.4	-0.199	-0.152	0.057	-3.492	***
H3.1	0.098	0.081	0.051	1.895	0.058
H3.2	0.132	0.075	0.075	1.757	0.079
H3.3	0.006	0.01	0.024	0.234	0.815
H3.4	-0.017	-0.01	0.073	-0.235	0.814
H4.1	0.22	0.144	0.066	3.341	***
H4.2	0.399	0.178	0.096	4.161	***
H4.3	0.102	0.144	0.031	3.301	***
H4.4	0.023	0.01	0.094	0.241	0.810

İlk modeldeki hesaplanmış katsayı verileri, çeşitli ilişkilerin anlamlı olduğunu ve modeldeki değişkenler arasında güçlü bağlantılar olduğunu göstermektedir. Özellikle, Çevre Duyarlılığı değişkeni ile Öznel Refah (H1.1), Psikolojik Refah (H1.2), Genel Refah (H1.3) ve Finansal Refah (H1.4) arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler gözlemlenmiştir. Aynı şekilde, Yeniden Kullanılabilirlik değişkeni ile Psikolojik Refah (H4.2) ve Öznel Refah (H4.1) arasında güçlü ilişkiler bulunmaktadır. Diğer yandan, İhtiyaç Dışı Satın Alma değişkeni ile Finansal Refah (H2.4) arasında negatif bir ilişki bulunmuş ve bu hipotez doğrulanmıştır. Ancak, bazı hipotezlerde anlamlı ilişki bulunmamış, örneğin Tasarruf ile ilgili ilişkiler genellikle anlamlı çıkmamıştır. Tablo 2 modeldeki ilişkilerin bir kısmının güçlü ve anlamlı olduğunu, diğer bazı ilişkilerin ise çıkarılabilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Model Uyum Katsayıları

Fit Index	Model Value	Criteria for Perfect Fit	Yorum
χ^2 (4)	43.231 (p = .000)	Düşük χ^2 ve p > .05 (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008)	χ^2 değeri oldukça yüksek ve p değeri < 0.001 olduğundan, model veriyle iyi bir uyum göstermiyor.
χ^2/df	10.808	$\chi^2/df < 3$ (Wheaton vd., 1977) (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007)	Bu kriterin çok üzerinde bir değer (10.808), modelin veriyle uyumu zayıf.
RMSEA	.310	RMSEA < .05 (Hu ve Bentler, 1999) (Steiger, 2007)	RMSEA değeri oldukça yüksek (0.310). Model uyumsuz.
SRMR	.1604	SRMR \leq .05 (Byrne, 1998) (Diamantopoulos ve Siguaw, 2000)	SRMR değeri 0.1604, önerilen kriterin çok üzerinde. Model uyumu düşük.
GFI	.929	.95 \leq GFI \leq 1 (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007) (Miles ve Shevlin, 2007)	GFI değeri 0.929, mükemmel uyum kriterinin altında ama kabul edilebilir.
AGFI	.198	.85 \leq AGFI \leq 1 (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007)	AGFI değeri çok düşük (0.198), modelin uyumunun zayıf olduğunu gösteriyor.
CFI	.920	.97 \leq CFI \leq 1 (Hu ve Bentler, 1999)	CFI değeri 0.920, mükemmel uyum için gereken 0.97'nin altında.
IFI	.925	.95 \leq IFI \leq .95 (Miles ve Shevlin, 2007)	IFI değeri 0.925, iyi bir uyum için düşük kalıyor.
NNFI (TLI)	.918	.97 \leq NNFI \leq 1 (Hu ve Bentler, 1999) (Fan, Thompson ve Wang, 1999)	NNFI değeri 0.918, mükemmel uyum kriterlerinin altında, ama iyi uyuma yakın.

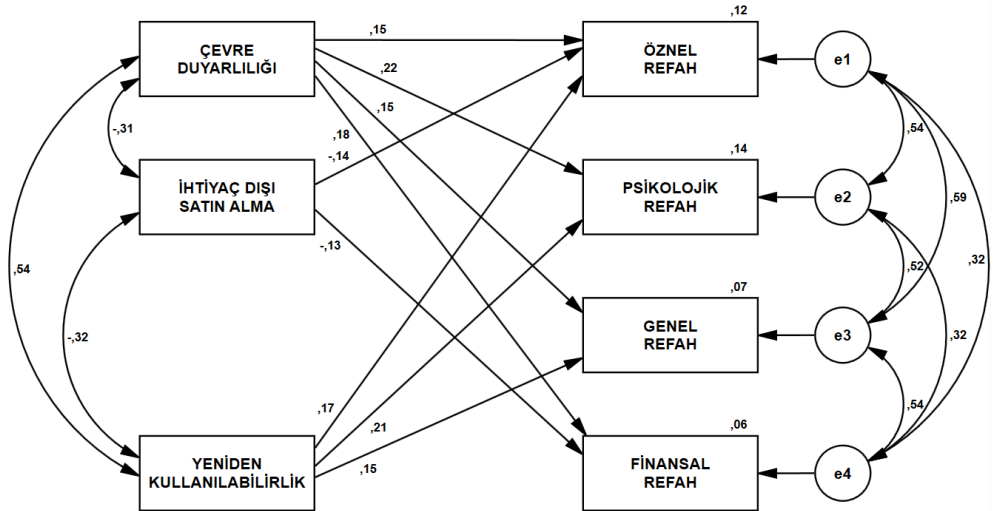
İlk modelin uyum indekslerine bakıldığında, modelin veri ile uyumunun zayıf olduğu gözlemlenmektedir. Ki-kare değeri oldukça yüksek (1020.151) ve p değeri 0.000 çıkmıştır. Bu da modelin veriyle yeterince iyi bir uyum göstermediğini ifade etmektedir. RMSEA değeri 0.409 gibi yüksek bir değere sahip olup, modelin genel uyumunun zayıf olduğunu göstermektedir. İyi bir uyum için 0.05'in altında olması gereken SRMR ise 0.1604 çıkmıştır, bu da modelin açıklayıcılığının sınırlı olduğunu işaret eder. GFI ve CFI gibi uyum indeksleri ise kabul edilebilir seviyelerde olsa da iyi uyum kriterlerini karşılamamaktadır. Sonuç olarak, modelin

uyum indeksleri genel olarak düşük performans sergilemekte ve modelin iyileştirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Yukarda ilk modelin çalıştırılmasından sonra modelin bu hali ile ilişkileri açıklayabildiği halde tam olarak iyi uyum göstermediği gözlemlenmiştir. Bu nedenle modelin iyi uyum göstermesi için öncelikle modelde anlamlı sonuç vermeyen ilişkiler modelden çıkarılmıştır. Daha sonra IBM SPSS AMOS 24.0 yazılımının önerdiği düzeltme indeksleri kullanılmıştır. Bu düzeltme işlemlerinde çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma ve yeniden kullanılabilirlik içsel değişkenler arasında ilişkiler tanımlanmış, en sonda öznel refah, psikolojik refah, genel refah ve finansal refah dışsal değişkenlerinin hata varyansları arasında ilişki tanımlanarak kovaryanslar serbest bırakılmıştır. Bu işlemler yapısal eşitlik modeli analizlerinde modelin iyileştirilmesi için önerilen modelin belirtimi sürecinin parametre tanımlaması alt basamağında açıklanmaktadır (Kline, 2015; Hoyle, 2012; MacCallum ve Austin, 2000; Saris ve Satorra, 1993).

Modelde gerekli çıkartma ve düzeltme işlemlerini yaptıktan sonra modelin hesaplanmış şekli Resim 3' te gösterilmiştir.

Resim 3. İkinci Turda Çıkartma ve Düzeltme İşlemlerinden Sonra Hesaplanmış Model



Resim 3’te gösterilen ikinci tur çıkartma ve düzeltme işlemleri yapıldıktan sonra elde edilen modele ilişkin öncelikle ilk model ile kıyaslama yapmak için model uyum katsayıları Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. İkinci Tur Çalıştırılan Modelin Uyum Katsayıları

Fit Index	Model Value	Criteria for Perfect Fit	Yorum
χ^2 (4)	4.101 df = 4	Düşük χ^2 ve $p > .05$ (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008)	χ^2 değeri düşük ve p değeri 0.251 olduğundan, model veriyle iyi bir uyum göstermektedir.
χ^2/df	1.367	$\chi^2/df < 3$ (Wheaton vd., 1977) (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007)	χ^2/df oranı 1.367 olup, iyi uyuma oldukça yakındır.
RMSEA	0.027	RMSEA $< .05$ (Hu ve Bentler, 1999) (Steiger, 2007)	RMSEA değeri (0.027) iyi uyum sınırları içerisindedir.
SRMR	0,020	SRMR $\leq .05$ (Byrne, 1998) (Diamantopoulos ve Sigauw, 2000)	SRMR değeri (0,020) iyi uyum sınırları içerisindedir.
GFI	0.998	$.95 \leq GFI \leq 1$ (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007) (Miles ve Shevlin, 2007)	GFI değeri (0.998) iyi uyum göstermektedir.
AGFI	0.978	$.85 \leq AGFI \leq 1$ (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007)	AGFI değeri (0.978) iyi uyum sınırları içindedir.
CFI	0.999	$.97 \leq CFI \leq 1$ (Hu ve Bentler, 1999)	CFI değeri (0.999) iyi uyum göstermektedir.
IFI	0.999	$.95 \leq IFI \leq .95$ (Miles ve Shevlin, 2007)	IFI değeri (0.999) iyi uyum kriterlerine uygundur.
NNFI (TLI)	0.993	$.97 \leq NNFI \leq 1$ (Hu ve Bentler, 1999) (Fan, Thompson ve Wang, 1999)	NNFI değeri (0.993) iyi uyum sınırları içerisindedir.

Bu güncel uyum katsayılarına göre, model veriyle oldukça iyi bir uyum göstermektedir. χ^2 , χ^2/df , RMSEA, SRMR, GFI, AGFI, CFI, IFI ve NNFI gibi temel uyum ölçütleri, iyi uyum kriterlerine çok yakın ya da bu kriterler içerisindedir. Bu nedenle çıkartma ve düzeltme işlemi yapılmış model, model belirtim süreci

sonucunda Kabul edilebilir model haline gelmiştir. Bu nedenle bu modelde elde edilen ve Tablo 5’te gösterilen sonuçlar aşağıda yorumlanmıştır.

Tablo 5. İkinci Tur Modelde Hesaplanmış Katsayılar

Hipotez	B	β	SH	KD	p
H1.1	0,146	0,145	0,050	2,933	0,003
H1.2	0,330	0,222	0,072	4,582	***
H1.3	0,068	0,150	0,022	3,060	0,002
H1.4	0,243	0,176	0,062	3,928	***
H2.1	-0,133	-0,138	0,033	-4,054	***
H2.4	-0,171	-0,129	0,051	-3,357	***
H4.1	0,269	0,170	0,076	3,555	***
H4.2	0,489	0,209	0,109	4,486	***
H4.3	0,105	0,146	0,031	3,367	***

Tablo 5’te, genel olarak sonuçlar, çevre duyarlılığı ve yeniden kullanılabilirlik gibi çevresel faktörlerin refahın çeşitli boyutları üzerinde olumlu etkileri olduğunu, ihtiyaç dışı satın almanın ise negatif bir etkisi olduğunu göstermektedir. Özellikle çevre duyarlılığı ve yeniden kullanılabilirlik faktörleri, refah düzeylerini artırıcı bir etki göstermektedir. Öte yandan, ihtiyaç dışı satın alma hem öznel refahı hem de finansal refahı olumsuz yönde etkilemektedir. Tablo 6’da ikinci tur çalıştırılan modelin uyum indeksleri yer almaktadır.

Tablo 6. İkinci Tur Çalıştırılan Modelin Uyum Katsayıları

Fit Index	Model Value	Criteria for Perfect Fit	Yorum
χ^2 (4)	4.101 df = 4	Düşük χ^2 ve $p > .05$ (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008)	χ^2 değeri düşük ve p değeri 0.251 olduğundan, model veriyle iyi bir uyum göstermektedir.
χ^2/df	1.367	$\chi^2/df < 3$ (Wheaton vd., 1977) (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007)	χ^2/df oranı 1.367 olup, iyi uyuma oldukça yakındır.
RMSEA	0.027	RMSEA $< .05$ (Hu ve Bentler, 1999) (Steiger, 2007)	RMSEA değeri (0.027) iyi uyum sınırları içerisinde.
SRMR	0,020	SRMR $\leq .05$ (Byrne, 1998)	SRMR değeri (0,020) iyi uyum sınırları içerisinde.

		(Diamantopoulos ve Siguaw, 2000)	
GFI	0.998	.95 ≤ GFI ≤ 1 (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007) (Miles ve Shevlin, 2007)	GFI değeri (0.998) iyi uyum göstermektedir.
AGFI	0.978	.85 ≤ AGFI ≤ 1 (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007)	AGFI değeri (0.978) iyi uyum sınırları içindedir.
CFI	0.999	.97 ≤ CFI ≤ 1 (Hu ve Bentler, 1999)	CFI değeri (0.999) iyi uyum göstermektedir.
IFI	0.999	.95 ≤ IFI ≤ .95 (Miles ve Shevlin, 2007)	IFI değeri (0.999) iyi uyum kriterlerine uygundur.
NNFI (TLI)	0.993	.97 ≤ NNFI ≤ 1 (Hu ve Bentler, 1999) (Fan, Thompson ve Wang, 1999)	NNFI değeri (0.993) iyi uyum sınırları içerisindedir.

Güncel uyum katsayılarına göre, model veriyle oldukça iyi bir uyum göstermektedir. χ^2 , χ^2/df , RMSEA, SRMR, GFI, AGFI, CFI, IFI ve NNFI gibi temel uyum ölçütleri, iyi uyum kriterlerine çok yakın ya da bu kriterler içerisindedir. Bu nedenle çıkartma ve düzeltme işlemi yapılmış model, model belirtim süreci sonucunda Kabul edilebilir model haline gelmiştir. Bu nedenle bu modelde elde edilen Tablo 4'te gösterilen sonuçlar aşağıda yorumlanmıştır.

Tablo 5'teki standartlaştırılmış katsayılar (β), bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki görece etkilerini karşılaştırmak için kullanılır. Bu değerlere göre, en güçlü pozitif etkiyi gösteren ilişki "Yeniden Kullanılabilirlik → Psikolojik Refah" ilişkisidir ($\beta = 0.209$). Ayrıca, çevre duyarlılığı ve yeniden kullanılabilirlik, genel ve öznel refah üzerinde de pozitif etkiler göstermektedir. Öte yandan, "İhtiyaç Dışı Satın Alma → Öznel Refah" ($\beta = -0.138$) ve "İhtiyaç Dışı Satın Alma → Finansal Refah" ($\beta = -0.129$) ilişkileri negatif yönlüdür, yani ihtiyaç dışı

satın alma, hem finansal hem de öznel refahı azaltıcı bir etkiye sahiptir. Bu karşılaştırmalara dayanarak, çevresel duyarlılığın ve yeniden kullanılabilirliğin refah üzerinde pozitif etkileri olduğu, ihtiyaç dışı satın almanın ise refahı olumsuz etkilediği sonucuna ulaşabiliriz. Etkilerin büyüklüğü β değerlerine göre sıralandığında, yeniden kullanılabilirliğin psikolojik refah üzerinde en güçlü pozitif etkiye sahip olduğu, ihtiyaç dışı satın almanın öznel refahı en fazla azaltan etmen olduğu söylenebilir. B katsayıları, ilişkilerin sabit şartlar altında ne kadar değişeceğini gösterir. Diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda, B katsayıları şu şekilde yorumlanabilir:

- . Çevre Duyarlılığı her 1 birim arttığında Öznel Refah 0.146 birim artar.
- . İhtiyaç Dışı Satın Alma her 1 birim arttığında Öznel Refah 0.133 birim azalır.
- . Yeniden Kullanılabilirlik her 1 birim arttığında Öznel Refah 0.269 birim artar.
- . Çevre Duyarlılığı her 1 birim arttığında Psikolojik Refah 0.330 birim artar.
- . Yeniden Kullanılabilirlik her 1 birim arttığında Psikolojik Refah 0.489 birim artar.
- . Çevre Duyarlılığı her 1 birim arttığında Genel Refah 0.068 birim artar.
- . Yeniden Kullanılabilirlik her 1 birim arttığında Genel Refah 0.105 birim artar.
- . Çevre Duyarlılığı her 1 birim arttığında Finansal Refah 0.243 birim artar.
- . İhtiyaç Dışı Satın Alma her 1 birim arttığında Finansal Refah 0.171 birim azalır.

Elde edilen model sonucunda H1.1., H1.2., H1.3., H1.4., H2.1., H2.4., H4.1., H4.2. ve H4.3. hipotezleri doğrulanmış, diğer taraftan H2.2., H2.3., H3.1., H3.2., H3.3., H3.4. ve H4.4. hipotezleri reddedilmiştir.

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler tarafından ne oranda açıklandığını incelemek için gerekli açıklanan varyans oranları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Dışsal Değişkenlerin Varyans Açıklama Oranı

Dışsal Değişken	R²	Yorum
Öznel Refah	0.123	Model, Öznel Refah varyansının %12.3'ünü açıklamaktadır. Orta düzeyde bir açıklama gücü vardır.
Psikolojik Refah	0.144	Model, Psikolojik Refah varyansının %14.4'ünü açıklamaktadır. Orta düzeyde bir açıklama gücü vardır.
Genel Refah	0.068	Model, Genel Refah varyansının %6.8'ini açıklamaktadır. Bu düşük bir açıklama gücüdür.
Finansal Refah	0.062	Model, Finansal Refah varyansının %6.2'sini açıklamaktadır. Bu düşük bir açıklama gücüdür.

Modelin en yüksek açıklayıcılığı Psikolojik Refah ($R^2 = 0.144$) ve Öznel Refah ($R^2 = 0.123$) üzerindedir (Tablo 7). Ancak, bu değerler orta düzeyde açıklayıcı güce sahiptir. Finansal refah ve genel refah için R^2 değerleri sırasıyla 0.062 ve 0.068'dir, bu da modelin bu değişkenlerin varyansını düşük bir seviyede açıkladığını göstermektedir. Sonuç olarak, sürdürülebilir tüketim davranışının alt bileşenleri olan çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma ve yeniden kullanılabilirlik etmenlerinin Psikolojik Refah ve Öznel Refah için açıklayıcılığı daha yüksektir, ancak diğer değişkenler için açıklama gücü zayıf kalmaktadır.

3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, yalnızca Ankara'da yaşayan, yüksek sosyo-ekonomik düzeye sahip bireylerle sınırlı bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiş olup, elde edilen sonuçlar düşük ve orta gelir düzeyine sahip bireylere genellenemez. Örneklem, kolayda ve kartopu örnekleme yöntemleriyle seçildiğinden, rastgelelik sağlanamamış ve örneklem yanlılığı riski ortaya çıkmıştır. Çalışma kesitsel bir tasarıma sahip olduğundan, değişkenler arasındaki ilişkilerin nedenselliği hakkında kesin bir çıkarımda bulunulamamaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı gelir gruplarının ve boylamsal tasarımların dahil edilmesi, bu sınırlılıkları aşmada faydalı olacaktır.

Ayrıca, gelecek çalışmalarda sürdürülebilir tüketim davranışlarının farklı sosyo-ekonomik ve kültürel gruplar arasında incelenmesi önerilmektedir.

Sürdürülebilir tüketim tarzlarının tüketici refahı üzerindeki etkileri; düşük gelirli bireylerle yüksek gelirli bireyler arasında farklılık gösterebilir. Ancak burada dikkate alınması gereken bir nokta bulunmaktadır: Sürdürülebilir tüketim çoğu zaman maliyetli olabilmektedir. Bu noktada önemli olan; bireylerin maddi yetersizlikten dolayı mı, yoksa sürdürülebilir tüketimi önemsemedikleri için mi bu davranışı benimsemediklerinin ayırımına varılmasıdır. Ayrıca, farklı demografik gruplarda sürdürülebilir tüketime yönelik motivasyonlar ve engellerin incelenmesi, belirli nüfus gruplarının ihtiyaç ve zorluklarına uygun, hedefe yönelik ve daha etkili müdahalelerin tasarlanması için kayda değer bilgiler sunabilir.

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırmada sürdürülebilir tüketim davranışının tüketici refahı üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmış ve sürdürülebilir tüketim davranışının tüketici refahı üzerindeki yordayıcı etkisi, yapısal eşitlik modeli ile incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, sürdürülebilir tüketimin çevre duyarlılığı boyutu ile öznel, psikolojik, genel ve finansal refah arasında pozitif; sürdürülebilir tüketimin ihtiyaç dışı satın alma boyutu ile öznel ve finansal refah arasında negatif; sürdürülebilir tüketimin yeniden kullanılabilirlik boyutu ile öznel, psikolojik, genel refah arasında pozitif anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ancak sürdürülebilir tüketimin ihtiyaç dışı satın alma boyutu ile psikolojik ve genel refah arasında; sürdürülebilir tüketimin tasarruf boyutu ile öznel psikolojik, genel ve finansal refah arasında; sürdürülebilir tüketimin yeniden kullanılabilirlik boyutu ile finansal refah arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Elde edilen bulgular, literatürde sürdürülebilir tüketim davranışı ile refah arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalarla kısmen örtüşmektedir. Çevre duyarlılığı boyutunun öznel, psikolojik, genel ve finansal refah üzerinde pozitif bir etki göstermesi, bireylerin çevreye duyarlı tüketim alışkanlıklarını benimsemesinin kişisel tatmin ve psikolojik refaha katkıda bulunabileceğini ortaya koymaktadır. Han ve Kim (2019) de araştırmalarında, sürdürülebilir davranışların bireylerin öznel refah seviyeleri ve genel yaşam tatminleri üzerinde olumlu bir etki yarattığını tespit

etmişlerdir. Yeşil alanların sağladığı fiziksel ve zihinsel faydalar, stresin azalması, fiziksel aktiviteler ve toplumsal bağlılık gibi faktörler aracılığıyla bireylerin genel refah düzeylerini artırarak özellikle öznel refahlarına katkı sağladığını belirtmişlerdir. Leonidou, Christodoulides ve Thwaites (2016); çevreye duyarlı bir yönelime sahip olmanın finansal sonuçlar üzerinde olumlu etkileri olduğu ve çevre dostu davranışların finansal refahı iyileştirebileceğini tespit etmişlerdir.

İhtiyaç dışı satın alma boyutunun öznel ve finansal refah üzerinde negatif bir etki göstermesi, tüketicilerin gereksiz harcamaların getirdiği finansal yükün yanı sıra tatminsizlik hissiyle karşı karşıya kaldığını işaret etmektedir. Bu bulgu, özellikle minimalizm ve gönüllü sadelik gibi sürdürülebilir tüketim tarzlarını benimsemenin tüketici refahı açısından önemli katkılar sağlayabileceğini göstermektedir. Pandelaere (2016), ihtiyaçları dışında satın alma eğilimi olan tüketicilerin diğerlerine göre öznel refahlarının düşük olduğunu ve materyalist tüketim eğilimlerinin bireylerin beklentilerini karşılamayarak mutluluğu azalttığı ifade etmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, ihtiyaçlarından daha fazlasını satın alan materyalist bireyler, deneyimsel tüketimin avantajlarından daha az fayda sağlama eğilimindedir ve tüketim sonrası duyulan memnuniyet bu bireylerde hızla azalmaktadır. Garðarsdóttir ve Dittmar (2012) da çalışmalarında ihtiyaç dışı satın alma eğilimlerinin bireylerin finansal refahı üzerinde olumsuz etkileri olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle, ihtiyaç dışı satın alma ile daha yüksek borç seviyeleri, finansal endişe ve düşük para yönetim becerileri arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu ifade etmişlerdir.

Çalışmada, yeniden kullanılabilirlik boyutunun psikolojik ve genel refahla pozitif bir ilişki göstermesi, sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarının bireylerin yalnızca çevreye katkı sağlama açısından değil, aynı zamanda kendilerini iyi hissetmeleri ve yaşam kalitelerinin artması açısından da olumlu etkiler yaratabildiğini göstermektedir. O'Brien (2013), yapmış olduğu çalışmada, yeniden kullanım ve geri dönüşüm gibi sürdürülebilir davranışların bireylerin refah seviyelerini artırabileceğini ifade etmiştir. Kasser (2009, s. 179) de geri dönüşüm ve yeniden kullanım gibi sürdürülebilir tüketim davranışlarının bireylerin bağlılık,

özerklik, yeterlik gibi psikolojik ihtiyaçlarını karşılayarak refahlarını artırabileceğini belirtmiştir.

Son olarak, tasarruf boyutu ile refah arasındaki anlamlı ilişki eksikliği, bu boyutun tüketici refahı üzerindeki etkisinin daha karmaşık bir yapıya sahip olabileceğini düşündürmektedir. Ayrıca tasarruf davranışı bireyler tarafından genellikle ekonomik zorunluluklarla ilişkilendirildiğinden (Marangoz ve Uluyol, 2010, s. 82), yüksek gelir grubundaki katılımcılar bu davranışı refah düzeylerini artırmaya yönelik bir ihtiyaç olarak görmeyebilir. Sürdürülebilir tüketim davranışının boyutlarından biri olan tasarruf davranışının tüketici refahına olan katkısı daha dolaylı olduğundan, bireyler bu davranışın refahlarına doğrudan bir etkisi olduğunu fark etmiyor olabilir. Bir başka neden, katılımcıların tasarruf alışkanlıklarının motivasyonlarının, çevre bilincinden ziyade ekonomik güvence sağlama amacıyla şekillenmiş olması olabilir. Bu durum, tasarruf ile refah arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki kurulamamasına yol açabilir. Farklı örnekleme bu ilişkinin yeniden araştırılması gelecekteki araştırmacılara tavsiye edilmektedir.

Elde edilen sonuçlara dayanarak, çevre duyarlılığını artırmaya yönelik bilinçlendirme faaliyetlerinin düzenlenmesi sağlanmalıdır. Çevreye duyarlı tüketim alışkanlıklarının bireylerin yaşam kalitesini artırıcı etkileri vurgulanarak, sürdürülebilir tüketim tercihleri teşvik edilmelidir. İhtiyaç dışı satın alma davranışını azaltmaya yönelik toplumsal kampanyalar artırılabilir, bu sayede bireylerin finansal refah seviyelerinin yükseltilmesi sağlanabilir. Özellikle minimalizm veya gönüllü sadelik gibi sürdürülebilir tüketim yaklaşımları teşvik edilerek, bireylerin daha az tüketim yapmalarına ve kendilerini tatmin eden daha anlamlı tüketim deneyimleri yaşamalarına olanak tanınabilir. Toplum geri dönüşüm ve yeniden kullanım konusunda daha fazla bilinçlendirmek için H&M gibi firmaların uyguladığı geri dönüşüm politikası (eski kıyafetlerle ödeme noktalarına gelen tüketicilere bir sonraki alışverişlerinde kullanabilecekleri bir indirim kuponu verilmesi) benzeri uygulamalar diğer mağazalarda da zorunlu kılınabilir.

Bu çalışmanın bulguları, sürdürülebilir tüketim ile tüketici refahı arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik önemli bir temel sunmaktadır. Sürdürülebilir tüketim davranışlarının bireysel refah üzerindeki etkilerini daha ayrıntılı olarak incelemek, akademik literatüre katkı sağlayacaktır. Örneğin, sürdürülebilir tüketime yönelik farkındalığı artırmayı amaçlayan kampanyalar sayesinde, çevre dostu alışkanlıkları teşvik etmenin yanı sıra, bireylerin yaşam kalitelerinin, psikolojik refahlarının ve finansal refahlarının da artması beklenmektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir tüketim farkındalığının gelişimini desteklemek için eğitim programları, sosyal medya kampanyaları, internet üzerinden geliştirilebilecek oyunlar gibi çeşitli yöntemler önerilebilir. Bu tür farkındalık artırıcı yöntem ve faaliyetler, bireylerin daha sürdürülebilir bir yaşam tarzı benimsemesine yardımcı olabilir ve toplum genelinde yaygınlaştığında, çevresel sorunların çözümüne de önemli katkılar sağlayabilir.

Sonuç olarak, bu bulgular, politika yapımcıların, eğitimcilerin ve araştırmacıların sürdürülebilir tüketimi hem bireysel hem de toplumsal refahı artırmanın bir yolu olarak birlikte keşfetmeleri ve teşvik etmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Bu şekilde, sürdürülebilir tüketim, daha sağlıklı, tatmin edici ve çevreye duyarlı bir toplum için bir yol sağlayabilir.

Kaynakça

- Ahmetoğulları, K., ve Parmaksız, H. (2017) Finansal iyilik halinin finansal okuryazarlık ve kredi kartı tutumuyla ilişkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (48), 317-330.
- Akın, A., ve Satici, S. A. (2011). Öznel mutluluk ölçeği: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(21), 65-78.
- Alma Savaş, D. (2022). Sürdürülebilir tüketim ve çevre araştırmalarına yönelik bir analiz. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 7(2), 81-100.
- Bolderdijk, J. W., ve Steg, L. (2015). Promoting sustainable consumption: The risks of using financial incentives. In *Handbook of research on sustainable consumption* (pp. 328-342). Edward Elgar Publishing.
- Brüggen, E. C., Hogreve, J., Holmlund, M., Kabadayi, S., ve Löfgren, M. (2017). Financial well-being: A conceptualization and research agenda. *Journal of business research*, 79, 228-237.
- Byrne, B. M. (1998). *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, applications, and programming*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Diamantopoulos, A., ve Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. SAGE Publications.

- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D. W., Oishi, S., ve Biswas-Diener, R. (2009). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social indicators research*, 97, 143-156.
- Diprose, K., Valentine, G., Vanderbeck, R. M., Liu, C., ve McQuaid, K. (2019). Building common cause towards sustainable consumption: A cross-generational perspective. *Environment and planning E: nature and space*, 2(2), 203-228.
- Doğan, O., Bulut, Z. A., ve Çımrın, F. K. (2015). Bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının ölçülmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 29(4), 659-678.
- Fan, X., Thompson, B., ve Wang, L. (1999). Effects of sample size, estimation methods, and model specification on structural equation modeling fit indexes. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 56-83.
- Fidan, M., ve Usta, F. (2013). İyilik hali ölçeğinin Türkçe formunun güvenilirlik ve geçerliğinin incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 265-269.
- Field, A. (2017). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Garðarsdóttir, R. B., ve Dittmar, H. (2012). The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland's perceived prosperity. *Journal of economic psychology*, 33(3), 471-481.
- Gordon-Wilson, S., ve Godefroit-Winkel, D. (2024). Consumer agency in sustainable consumption behaviour and environmentally imposed constraints: A multi-level approach. *Business Strategy and the Environment* 1-18.
- Gough, I., McGregor, J. A. ve Camfield, L. (2007). *Wellbeing in developing countries: from theory to research*. Cambridge University Press.
- Han, M. J. N., ve Kim, M. J. (2019). Green environments and happiness level in housing areas toward a sustainable life. *Sustainability*, 11(17), 4768.
- Hofstetter, P., Madjar, M., ve Ozawa, T. (2006). Happiness and sustainable consumption: psychological and physical rebound effects at work in a tool for sustainable design. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 11, 105-115.
- Hooper, D., Coughlan, J., ve Mullen, M. (2008). Structural equation modeling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Hoyle, R. H. (Ed.). (2012). *Handbook of Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.
- Hu, L. T., ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- IISD Earth Negotiations Bulletin (1994). 13 Ekim 2024 tarihinde <https://enb.iisd.org/consume/oslo004.html#top> adresinden erişildi.
- Ingrid E. (2010). *Wells Psychological Well-Being*. Nova Science Publishers.
- Jackson, T. (2004). Negotiating Sustainable Consumption: A review of the consumption debate and its policy implications. *Energy & Environment*, 15(6), 1027-1051.
- Joo, S. H., ve Grable, J. E. (2004). An exploratory framework of the determinants of financial satisfaction. *Journal of family and economic Issues*, 25, 25-50.
- Karalar, R., ve Kiracı, H. (2011). Çevresel sorunlara karşı bir çözüm önerisi olarak sürdürülebilir tüketim düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63-76.

- Kasser, T. (2009). Psychological need satisfaction, personal well-being, and ecological sustainability. *Ecopsychology*, 1(4), 175-180.
- Kahneman, D., ve Krueger, A. B. (2006). Developments in the measurement of subjective well-being. *Journal of Economic perspectives*, 20(1), 3-24.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th Edition). New York: The Guilford Press.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Krueger, A. B., ve Schkade, D. A. (2008). The reliability of subjective well-being measures. *Journal of public economics*, 92(8-9), 1833-1845.
- Læg Reid, M. H., ve Fossberg, S. I. (2022). Antecedents of Sustainable Consumption and Satisfaction with Life: Does Sustainability need to be a Sacrifice?. *Yüksek Lisans Tezi, Western Norway Üniversitesi*.
- Leonidou, L. C., Christodoulides, P., ve Thwaites, D. (2016). External determinants and financial outcomes of an eco-friendly orientation in smaller manufacturing firms. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 5-25.
- Lyubomirsky, S., ve Lepper, H. S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social indicators research*, 46(2), 137-155.
- MacCallum, R. C., ve Austin, J. T. (2000). Applications of structural equation modeling in psychological research. *Annual Review of Psychology*, 51, 201-226.
- Marangoz, M., ve Uluçay, O. (2010). Küresel ekonomik krizin tüketicilerin harcama ve tasarruf eğilimleri üzerine etkilerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (45), 82-96.
- Miles, J., ve Shevlin, M. (2007). A time and a place for incremental fit indices. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 869-874.
- Nefat, A., ve Benazić, D. (2021). The Impact of Sustainable Consumption on the Croatian Young People's Life Satisfaction. *2nd International Conference on the Economics of the Decoupling (ICED)*.
- O'Brien, C. (2013). Happiness and sustainability together at last! Sustainable happiness. *Canadian Journal of Education/Revue canadienne de l'éducation*, 36(4), 228-256.
- OECD (2002). *Towards Sustainable Consumption: An Economic Conceptual Framework*. 13 Ekim 2024 tarihinde [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=ENV/EP/OC/WPNP\(2001\)12/FINAL&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=ENV/EP/OC/WPNP(2001)12/FINAL&docLanguage=En) adresinden erişildi.
- Oishi, S., Diener, E., ve Lucas, R. E. (2007). The optimum level of well-being: Can people be too happy?. *Perspectives on psychological science*, 2(4), 346-360.
- Orhan, G., ve Karahan, Ö. (2003). Çevre koruma ve ekonomik büyüme ilişkisinde sıfır toplamlı oyunun sonu mu?. *ERC ODTÜ Uluslararası Ekonomi Kongresi VII*.
- Özgül, E. (2011). Tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin hedonik tüketim ve gönüllü sade yaşam tarzları açısından değerlendirilmesi. *Ege Academic Review*, 11(1), 25-38.
- Paavola, J. (2001). Towards sustainable consumption: economics and ethical concerns for the environment in consumer choices. *Review of social economy*, 59(2), 227-248.
- Pandelaere, M. (2016). Materialism and well-being: The role of consumption. *Current Opinion in Psychology*, 10, 33-38.
- Pandey, R. U., Surjan, A., ve Kapshe, M. (2018). Exploring linkages between sustainable consumption and prevailing green practices in reuse and recycling of household waste: Case of Bhopal city in India. *Journal of Cleaner Production*, 173, 49-59.

- Prawitz, A., Garman, E. T., Sorhaindo, B., O'Neill, B., Kim, J., ve Drentea, P. (2006). InCharge financial distress/financial well-being scale: Development, administration, and score interpretation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 17(1).
- Rathod, S. V., Saras, P., ve Gondaliya, S. M. (2024). Environmental Pollution: Threats and challenges for management. İçinde *Eco-Restoration of Polluted Environment*, 1-34. CRC Press.
- Saris, W. E., ve Satorra, A. (1993). The detection and correction of specification errors in structural equation models. *Sociological Methodology*, 23, 105-149.
- Steiger, J. H. (2007). Understanding the limitations of global fit assessment in structural equation modeling. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 893-898.
- Xiao, J. J., ve Li, H. (2011). Sustainable consumption and life satisfaction. *Social indicators research*, 104, 323-329.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., ve Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Pearson.
- Teufer, B., ve Grabner-Kräuter, S. (2023). How consumer networks contribute to sustainable mindful consumption and well-being. *Journal of Consumer Affairs*. 57 (2), 757-784.
- UN, Annex, I. (1992). Report of the United Nations conference on environment and development. In Rio de Janeiro (3–14 June 1992) A/CONF, 151(26), 12.
- Warr, P. (1978). A study of psychological well-being. *British journal of Psychology*, 69(1), 111-121.
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D., ve Summers, G. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. In D. R. Heise (Ed.), *Sociological methodology* (pp. 84-136). Jossey-Bass.
- Yıldız, O., ve Kelleci, A. (2022). Z kuşağının sürdürülebilir tüketim davranışını etkileyen faktörlere yönelik keşifsel bir araştırma. *Business and Management Studies: An International Journal*. 10 (4), 1474-1491.

Extended Abstract

The uncontrolled increase in consumption has led to carbon dioxide emissions and the rapid depletion of non-renewable resources, and these problems continue to increase rapidly. In order to prevent the negative impacts of overconsumption, it has become necessary to adopt a consumption approach that reduces resource use, is environmentally conscious, and provides long-term benefits. This consumption approach is sustainable consumption. Sustainable consumption is a lifestyle that encourages individuals to use only what they need, choose products that do not harm the environment, and minimize waste. Sustainable consumption aims not only to improve production efficiency and enhance product development processes but also to shape consumers' expectations, behaviors, and lifestyles. The relationship between the environment and sustainable consumption develops in a healthier way when environmental concerns are shared by individuals. However, when limited to individual actions, the transformation process is not effective enough. Therefore, social awareness plays a crucial role in sustainable consumption.

Sustainable consumption aims to use resources efficiently, reduce waste and minimize environmental impacts. In this context, the concept of saving is regarded as a dimension of sustainable consumption. In addition to the efficient use of resources, reuse of waste and encouraging recycling behavior are also important in terms of sustainable consumption. Sustainable consumption contributes to economic development to a large

extent, while also increasing consumer well-being. The relationship between consumer well-being and sustainable consumption occurs when consumers adopt sustainable consumption behaviors. Sustainable consumption encourages conscious choices that take into account environmental and social responsibilities, while increasing consumer well-being and aiming for a more livable world for future generations. Purchasing environmentally friendly products increases individuals' life satisfaction and sustainable consumption stands out as a behavior that positively affects subjective well-being. The relationship between sustainable consumption and subjective well-being remains strong regardless of demographic factors, and sustainable consumption is considered a choice that prioritizes long-term social benefits. Sustainable consumption behaviors and consumer well-being support each other, and the well-being of consumers who adopt sustainable consumption has the potential to lead to fundamental changes in attitudes, policies, practices and behaviors. Through sustainable consumption behavior, consumers realize that their well-being, both now and in the future, is connected to that of other people and all living things on the planet.

The main purpose of this study is to examine the relationship between individuals' sustainable consumption behaviors and their subjective, psychological, general and financial well-being. Sustainable consumption is an increasingly discussed concept today, in environmental, social, and economic contexts. It is aimed to examine how consumers' awareness of sustainability in their consumption reflects on their well-being levels. The findings are expected to contribute to raising awareness about promoting sustainable consumption habits.

In this study, structural equation modeling (SEM) was used to evaluate the relationships between variables. The population of the study consists of consumers over the age of 25 with high socio-economic status living in Ankara. The individuals in the population were reached using the Snowball Sampling Method and the data were analyzed using the SPSS 24.0 program.

In this research, which aims to assess the impact of sustainable consumption behavior on consumer well-being, the hypotheses are formulated as follows:

H1.1: A significant relationship exists between the environmental awareness dimension of sustainable consumption and subjective well-being.

H1.2: A significant relationship exists between the environmental awareness dimension of sustainable consumption and psychological well-being.

H1.3: A significant relationship exists between the environmental awareness dimension of sustainable consumption and general well-being.

H1.4: A significant relationship exists between the environmental awareness dimension of sustainable consumption and financial well-being.

H2.1: A significant relationship exists between the non-essential purchasing dimension of sustainable consumption and subjective well-being.

H2.2: A significant relationship exists between the non-essential purchasing dimension of sustainable consumption and psychological well-being.

H2.3: A significant relationship exists between the non-essential purchasing dimension of sustainable consumption and general well-being.

H2.4: A significant relationship exists between the non-essential purchasing dimension of sustainable consumption and financial well-being.

H3.1: A significant relationship exists between the savings dimension of sustainable consumption and subjective well-being.

H3.2: A significant relationship exists between the savings dimension of sustainable consumption and psychological well-being.

H3.3: A significant relationship exists between the savings dimension of sustainable consumption and general well-being.

H3.4: A significant relationship exists between the savings dimension of sustainable consumption and financial well-being.

H4.1: A significant relationship exists between the reusability dimension of sustainable consumption and subjective well-being.

H4.2: A significant relationship exists between the reusability dimension of sustainable consumption and psychological well-being.

H4.3: A significant relationship exists between the reusability dimension of sustainable consumption and general well-being.

H4.4: A significant relationship exists between the reusability dimension of sustainable consumption and financial well-being.

The results of the model confirm hypotheses H1.1., H1.2., H1.3., H1.4., H2.1., H2.4., H4.1., H4.2., and H4.3. Conversely, hypotheses H2.2., H2.3., H3.1., H3.2., H3.3., H3.4., and H4.4. were rejected.

B coefficients indicate the degree to which relationships vary when other conditions are held constant. When all other variables are kept constant, the B coefficients can be interpreted as follows:

- Each 1-unit increase in Environmental Sensitivity results in a 0.146-unit increase in Subjective Well-being.
- Each 1-unit increase in Non-Essential Purchases results in a 0.133-unit decrease in Subjective Well-being.
- Each 1-unit increase in Reusability results in a 0.269-unit increase in Subjective Well-being.
- Each 1-unit increase in Environmental Sensitivity results in a 0.330-unit increase in Psychological Well-being.
- Each 1-unit increase in Reusability results in a 0.489-unit increase in Psychological Well-being.
- Each 1-unit increase in Environmental Sensitivity results in a 0.068-unit increase in General Well-being.
- Each 1-unit increase in Reusability results in a 0.105-unit increase in General Well-being.
- Each 1-unit increase in Environmental Sensitivity results in a 0.243-unit increase in Financial Well-being.
- Each 1-unit increase in Non-Essential Purchases results in a 0.171-unit decrease in Financial Well-being.

According to the model results, there is a positive relationship between the environmental awareness dimension of sustainable consumption and subjective, psychological, general and financial well-being; negative between the non-essential purchasing dimension of sustainable consumption and subjective and financial well-being; there is a positive significant relationship between the reusability dimension of sustainable consumption and subjective, psychological and general well-being. However, no significant relationship was found between the non-essential purchasing dimension of sustainable consumption and psychological and general well-being; between the savings dimension of sustainable consumption and subjective psychological, general and financial well-being; and between the reusability dimension of sustainable consumption and financial well-being.

Based on the results obtained, the fact that the environmental awareness dimension has a positive effect on subjective, psychological, general and financial well-being reveals

that individuals' adoption of environmentally sensitive consumption habits may contribute to personal satisfaction and psychological well-being. The fact that the dimension of non-essential purchasing has a negative effect on subjective and financial well-being indicates that consumers face the financial burden of unnecessary expenditures as well as a feeling of dissatisfaction. This finding suggests that adopting sustainable consumption styles such as minimalism and voluntary simplicity can make significant contributions to consumer well-being. The fact that the reusability dimension shows a positive relationship with psychological and general well-being shows that sustainable consumption habits can have positive effects on individuals not only in terms of contributing to the environment but also in terms of feeling good about themselves and increasing their quality of life. The lack of a significant relationship between the savings dimension and well-being suggests that the impact of this dimension on individual well-being may have a more complex structure. It is recommended that future researchers investigate this relationship with different samples.

Based on the results, awareness-raising activities should be organized to increase environmental sensitivity. Sustainable consumption preferences should be encouraged by emphasizing the effects of environmentally sensitive consumption habits on individuals' quality of life. Social campaigns to reduce non-essential purchasing behavior can be increased, thereby increasing the financial well-being of individuals. In particular, sustainable consumption approaches such as minimalism or voluntary simplicity can be encouraged, allowing individuals to consume less and have more meaningful consumption experiences that satisfy them. The findings also provide a basis for policymakers and consumer behavior researchers to examine the relationships between sustainable consumption and consumer well-being in more detail and to develop strategies to improve the well-being of individuals. In this study, working individuals with high income levels were reached. Future studies may examine sustainable consumption patterns with different samples.

The findings of this study provide an important basis for understanding the relationship between sustainable consumption and consumer well-being. Examining the effects of sustainable consumption behaviors on individual well-being in more detail will contribute to the academic literature. For example, campaigns aimed at raising awareness on sustainable consumption are expected to improve individuals' quality of life, psychological well-being and financial well-being, in addition to promoting environmentally friendly habits. In this context, various methods such as educational programs, social media campaigns and games that can be developed over the internet can be suggested to support the development of sustainable consumption awareness. Such awareness-raising methods and activities can help individuals adopt a more sustainable lifestyle and when widespread throughout the society, can make significant contributions to solving environmental problems.

Furthermore, it is recommended that future studies examine sustainable consumption behaviors across different socio-economic and cultural groups. For example, the effects of sustainable consumption patterns on consumer well-being may differ between low-income and high-income individuals. However, there is a point to be considered here. Sustainable consumption can often be costly. At this stage, it is important to distinguish whether individuals choose sustainable consumption styles due to financial inability or for the future of the planet. Furthermore, examining motivations and barriers to sustainable consumption across different demographic groups can provide valuable insights for designing targeted and more effective interventions that address the needs and challenges of specific population groups.

In conclusion, these findings emphasize that policy makers, educators and researchers should both jointly explore and promote sustainable consumption as a way to enhance both individual and societal well-being. In this way, sustainable consumption can provide a pathway to a healthier, fulfilling and environmentally sound society.