

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİMDALI**

**ÇEVRESEL VE SOSYO-PSİKOLOJİK FAKTÖRLERİN
ORGANİK GIDA TÜKETİM NİYETİ ÜZERİNE ETKİLERİ**

DUYGU GÜR

DOKTORA TEZİ

ADANA / 2022

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**ÇEVRESEL VE SOSYO-PSİKOLOJİK FAKTÖRLERİN ORGANİK GIDA
TÜKETİM NİYETİ ÜZERİNE ETKİLERİ**

DUYGU GÜR

**Danışman: Prof. Dr. Serap ÇABUK
Jüri Üyesi: Prof. Dr. Fatma DEMİRCİ OREL
Jüri Üyesi: Prof. Dr. Ebru ÖZGÜR GÜLER
Jüri Üyesi: Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN
Jüri Üyesi: Doç. Dr. Mutlu Yüksel AVCILAR**

DOKTORA TEZİ

ADANA / 2022

ukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu alışma, jürimiz tarafından İşletme Ana Bilim Dalında DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Serap ÇABUK

ye: Prof. Dr. Fatma DEMİRCİ OREL

ye: Prof. Dr. Ebru ÖZGÜR GÜLER

ye: Prof. Dr. Ayşe şAHİN

ye: Doç. Dr. Mutlu Yüksel AVCILAR

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen ğretim elemanlarına ait olduklarını onaylıyorum.

.../.../2022

Prof. Dr. Serap ÇABUK

Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, izelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. / / 2022

Duygu GÜR

ÖZET

ÇEVRESEL VE SOSYO-PSİKOLOJİK FAKTÖRLERİN ORGANİK GIDA TÜKETİM NİYETİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Duygu GÜR

Doktora Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Serap ÇABUK

Ocak 2022, 178 sayfa

Dünya nüfusundaki artış, bu artıştan kaynaklanan aşırı tüketim ile doğaya verilen zarar insan yaşamının sürdürülebilirliği önündeki en önemli tehditlerdir. İnsanların çevreye zarar veren davranışlarını değiştirmeleri, azaltmaları veya yeni davranışlar benimsemeleri sürdürülebilir bir yaşam için kaçınılmazdır. Sürdürülebilir üretim ve tüketim şekillerinin benimsenmesi ile mevcut nesillerin ihtiyaçları karşılanırken doğal kaynakların muhafaza edilmesi ve gelecek nesillere aktarılabilmesi sağlanacaktır. Nüfus artışı ile gıdaya yönelik artan talep, tarım faaliyetlerinin çevre üzerindeki doğrudan ve dolaylı olumsuz etkilerinin artmasına sebep olmuştur. Sürdürülebilir tarım uygulamaları ile çevreye verilen zararın azaltılması ve gıda ürünlerinin kalitesinin artması mümkündür.

Bu çalışmanın amacı çevresel ve sosyo-psikolojik faktörlerin, sürdürülebilir tarım uygulamalarının çıktısı olan, organik gıda tüketimine yönelik tüketici niyeti üzerine etkilerinin ortaya konmasıdır. Araştırmanın modeli, çevreci davranışı açıklamada kullanılan Norm-Aktivasyon Modeli (Schwartz, 1977) ile Planlı Davranış teorisinin (Ajzen, 1985, 1991) birleştirilmesi ve modele çevreci değerler, çevresel bilgi sosyal etki ve alışkanlıklar değişkenlerinin eklenmesi ile oluşturulmuştur. Sosyal etkinin kişinin sahip olduğu çevresel bilgi ile davranışlarının çevresel sonuçlarına yönelik farkındalığı arasında düzenleyici etkisi araştırılmıştır.

Karma veri toplama yöntemi kullanılan bu çalışmada, derinlemesine görüşmeler ve telefon görüşmeleri aracılığıyla uygulanan nitel araştırma bulguları ve ilgili alan yazın çalışmaları, organik gıda tüketimine yönelik tutum ve davranış arasında yer alan boşluğa dikkat çekmiştir. Bu bulgulardan yola çıkarak nicel araştırma kapsamında organik gıda tüketim niyeti incelenmiştir. Çevrimiçi anket uygulaması ile 682 tüketiciden veri toplanmış, veriler Smart PLS programı kullanılarak yapısal eşitlik modellemesi ile test

edilmiştir. Analiz sonuçları tutum, alışkanlık, norm ve algılanan davranışsal kontrol faktörlerinin organik gıda tüketim niyeti üzerinde anlamlı etkileri olduğu görülmüştür. Altruistik, biyosferik ve ben merkezi değerlerin, davranışların sonuçlarının farkındalığı üzerine anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. Çevresel bilginin insan sağlığıyla ilişkilendirilmesi durumunda kişilerin, davranışlarının çevresel etkilerine yönelik farkındalık sahibi olduğu tespit edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli analizi sonucunda sosyal etki değişkeninin çevresel bilgi ve davranışların çevresel sonuçlarına yönelik farkındalık değişkenleri arasında düzenleyici etkisinin olmadığı görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir tüketim, organik gıda tüketim niyeti, planlı davranış teorisi, norm aktivasyon modeli, niyet

ABSTRACT**THE EFFECTS OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL AND TECHNOLOGICAL
FACTORS ON SUSTAINABLE CONSUMPTION BEHAVIOR****Duygu GÜR****Ph. D. Thesis, Department of Business Administration****Supervisor: Prof. Dr. Serap ÇABUK****January 2022, 178 pages**

The increase in the world population, the excessive consumption resulting from this increase and its damage to the nature are the most important threats towards the sustainability of human life. It is inevitable for people to change and reduce behavior harmful to the environment or adopt new behaviors for a sustainable life. By adopting sustainable production and consumption patterns, the needs of current generations will be met and the natural resources will be preserved and transferred to the future generations. The increase in both the population and the demand for food, have caused an increase in the direct and indirect negative results of agricultural activities to the environment. With sustainable agricultural practices, it is possible to reduce the damage given to the environment and increase the quality of food products.

The aim of this study is to reveal the effects of environmental and socio-psychological factors on consumer intention towards the output of sustainable agricultural practices, which is organic food consumption. The research model is formed by adopting an empirically validated Norm Activation Model (Schwartz, 1977) and merging it with the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1985, 1991). Environmental values, environmental knowledge, social influence and habits, which are other important factors explaining sustainable consumption behavior, were included in the research model to broaden the scope of study. The moderating effect of social influence between environmental knowledge and awareness of the environmental consequences of one's behavior has also been investigated.

In this study, mixed data collection method have been used. The data collected for the qualitative research applied through in-depth interviews and telephone interviews and the related literature studies drew attention to the gap between attitude and behavior.

Based on these findings, the behavioral intention towards organic food consumption was examined within the scope of the quantitative research. 682 consumers responded to the online survey conducted for the quantitative study and the data from the participants were tested with structural equation modeling using the Smart PLS program.

According to the the results of the analysis attitudes, habits, norms and perceived behavioral control factors had significant effects on the behavioral intention towards organic food consumption. Findings supported that the altruistic, biospheric and egoistic value motives had significant affect on the awareness of consequences of behavior. It has been determined that, when environmental knowledge is associated with the human health, consumers become aware of the environmental effects of their behavior. As a result of the structural equation model analysis, it was concluded that the social impact variable did not have a moderator effect among the awareness of consequences and environmental knowledge.

Keywords: Sustainability, sustainable consumption, organic food consumption, theory of planned behavior, norm activation model, intention

ÖN SÖZ

Milyarca insanın hayat bulduğu Dünyamızın belirli bir taşıma kapasitesi olduğu bilinmektedir. Dünyamız, sınırsız olduğunu düşündüğümüz, zengin doğal kaynaklarını insanoğluna cömertçe sunarken, karşılığında hak ettiği özeni maalesef görememektedir. Günümüzde, iklim krizleri, buzulların erimesi, ozon tabakasının delinmesi, su kaynaklarının azalması ve tarım alanlarının verimliliğinin kaybolması gibi birçok olumsuz çevresel problemle karşı karşıyayız. İnsanoğlu olarak artan nüfusla birlikte hızla yükselen ve çeşitlenen tüketim ihtiyacımızı karşılamak adına sonsuz sandığımız doğal kaynakların çoğunu yok etmiş, biyolojik çeşitliliği tehdit altında bırakmış ve gelecek nesillere Dünyanın mevcut kaynaklarının ne kadarını aktarabileceğimiz konusunda kaygıya sebep olmuş durumdayız. Bu sebeplerden ötürü sürdürülebilirlik olgusu çağımızın en sıklıkla gündeme getirilen konusu olarak önemli bir yere sahip olmaktadır. Sürdürülebilir bir dünya için atılan her adımın bir fark yarattığına inanmaktayım. Yaşıttımdan ve çevremden yola çıkarak elde ettiğim gözlemler, deneyimler ve araştırmalarım sayesinde çevresel konulara yönelik çalışmalara yakınlık duyarak, tez araştırmamı sürdürülebilirlik ve tüketici davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmak üzerine gerçekleştirdim. Bu araştırma ile davranışlarımızın çevresel etkileri konusundaki farkındalığımızın önemine dikkat çekerek, çevreci davranışa yönelik alan yazına katkıda bulunmak amacıyla çalışmamı gerçekleştirmiş bulunmaktayım.

Bu vesileyle tez çalışmamın katkılarından dolayı başta doktora eğitimim boyunca kendisinden çok şey öğrendiğim, yoluma ışık tutan, her aşamada yardımını ve desteğini göstermiş olan değerli danışman hocam Sayın Prof. Dr. Serap ÇABUK 'a teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Saygı değer jüri üyelerim Sayın Prof. Dr. Fatma DEMİRCİ OREL ve Sayın Prof. Dr. Ebru ÖZGÜR GÜLER' e değerli katkıları ve desteklerinden dolayı teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Akademik çalışma hayatım boyunca anlayış ve desteğini esirgemeyen Çağ Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Müdürü Sayın Prof. Dr. İlhan ÖZTÜRK' e; beni bu süreçte sürekli yüreklendirerek motive eden ve çalışmalarına katkılar sağlayan Sayın Doç. Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY' a teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca doktora sürecim boyunca bana destek olan bütün hocalarıma değerli katkılarından dolayı ayrı ayrı teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

Bu uzun yolculukta her koşulda bana desteklerini hissettiren çok sevgili aileme minnettarım. Destekleri ve varlıkları ile gücüme güç katan; özveri, emek ve derinden sevgileriyle beni yetiştirerek bugünlere gelmemi sağlayan sevgili annem Selma DEMİRCAN' a ve babam Mustafa DEMİRCAN' a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Doktora sürecime en yakından şahit olan canım oğlum Can Ateş' e ve eşime anlayışları ve destekleri için yürek dolusu teşekkürlerimi iletmek isterim. Tez sürecimde manevi desteğini hissettiren ve benimle bu heyecanımı paylaşan, başta sevgili kardeşim olmak üzere tüm sevdiklerime sonsuz teşekkür ederim.

Duygu GÜR

2022, Adana



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vii
ÖNSÖZ	ix
KISALTMALAR	xiv
TABLolar LİSTESİ	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
EKLER LİSTESİ	xvii

BÖLÜM I

GİRİŞ 1

1.1. Araştırma Problemi.....	5
1.2. Araştırmanın Amacı.....	6
1.3. Araştırmanın Önemi	8
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	9

BÖLÜM II 10

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ve SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM 10

2.1. Sürdürülebilirlik Kavramı.....	10
2.2. Sürdürülebilir Kalkınma	15
2.2.1. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı	15
2.2.2. Sürdürülebilir Kalkınmanın Gelişimi	18
2.2.3. Sürdürülebilir Kalkınma Politikası	21
2.2.4. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları	26
2.3. Sürdürülebilir Tüketim	28
2.3.1. Tüketim ve Tüketim Toplumu	28
3.2. Sürdürülebilirlik ve Tüketim	32
3.2.1 Sürdürülebilir Tüketim Kavramı	32
3.2.2. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	34

BÖLÜM III

ORGANİK GIDA TÜKETİMİ

3.1. Sürdürülebilir Tarım	37
3.2. Sürdürülebilir Tarım Uygulamaları	40
3.2.1. Organik Tarım	41
3.2.3.1. Organik Gıdalar	42
3.2.2. İyi Tarım	44
3.4. Organik Gıda Tüketimine Etkisi Olan Faktörler	45
3.4.1. Sosyo-Psikolojik Faktörler	47
3.4.2. Bağlamsal Faktörler	55
3.4.3. Sosyo- Demografik Etkenler	57
3.5. Organik Gıda Tüketim Davranışını Açıklayan Çevresel ve Sosyo-Psikolojik Teoriler	59
3.5.1. Planlı Davranış Teorisi	59
3.5.2. Değerler Teorisi	61
3.5.3. Norm-Aktivasyon Kuramı	66
3.5.4. Değer-İnanç- Norm Teorisi	68

BÖLÜM IV 73

TÜKETİCİLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİME YÖNELİK TUTUM VE DAVRANIŞLARININ TESPİTİNE YÖNELİK BİR NİTEL ÇALIŞMA

4.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi	73
4.2. Araştırmanın Ana kütlelerinin Belirlenmesi ve Örnek Seçimi	75
4.3. Nitel Verilerin Toplanması	77
4.4. Nitel Verilerin Analizi	78
4.5. Nitel Araştırma Bulguları	78
4.5.1. Katılımcıların Covid-19 Pandemi Öncesi Tüketim Davranışları	79
4.5.1.1. Ürün Satın Alma Kararları	79
4.5.1.2. Ambalaja Yönelik Algının Satın Alma Kararına Etkisi	82
4.5.1.3. Katılımcıların İkinci El Ürünlere Karşı Tutumu	85
4.5.2. Covid- 19 Pandemi Dönemi Sonrası Tüketim Alışkanlıkları	86
4.6. Nitel Araştırma Sonuçları	87

BÖLÜM V

ÇEVRESEL ve SOSYO-PSİKOLOJİK FAKTÖRLERİN ORGANİK GIDA TÜKETİM NİYETİ ÜZERİNE ETKİLERİNİ İNCELEYEN NİCEL BİR ÇALIŞMA

5.1. Araştırmanın Amacı	89
5.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler	94
5.3. Veri Toplama Yöntemi	101
5.4. Ana kütlenin Belirlenmesi ve Örneklem Seçimi	102
5.5. Araştırmada Kullanılan Ölçekler	103
5.6. Ön Test Veri Analizi	107
5.7. Araştırmanın Bulguları	108
5.7.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	108
5.7.2. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	110
5.7.3. Ölçüm Modellerinin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri	118
5.7.4. Araştırma Modelinin Test Edilmesi ve Sonuçlar	125

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

138

KAYNAKÇA	146
EKLER	168
ÖZGEÇMİŞ	177

KISALTMALAR

BCDS: Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi

BM: Birleşmiş Milletler

DİN: Değer-İnanç-Norm Teorisi

HTMT: Heterotrait-Monotrait Ratio

ICC: Uluslararası Ticaret Odası

IFOAM: Uluslararası Ekolojik Tarım Hareketleri Federasyonu

NAM: Norm Aktivasyon Modeli

OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development

PDT: Planlı davranış teorisi

UNCED: Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı

UNEP: Birleşmiş Milletler Çevre Programı

WCED: Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu

TABLOLAR LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1. Sürdürülebilirliğin Temelleri ve Tanımları.....	14
Tablo 2. Sürdürülebilir Kalkınma Tanımları	16
Tablo 3. Sürdürülebilir kalkınma politikası için önemli uluslararası adımlar	25
Tablo 4. Çevreci Davranışa Dönüşüme Dair Sorular.....	52
Tablo 5. Schwartz'ın Değer Modelindeki Değer Tipleri ve Tanımları.....	63
Tablo 6. Bireysel Değerlerle Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Çalışmalar	64
Tablo 7. Nitel Araştırma Örnekleminin Profili	76
Tablo 8. $\alpha = 0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri.....	103
Tablo 9. Araştırmanın Değişkenleri ve Kullanılan Ölçekler	104
Tablo 10. Ön-Test: Ölçeklerin Boyutsal Güvenilirlikleri	107
Tablo 11. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri	109
Tablo 12. Organik Gıda Tüketim Niyeti Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	110
Tablo 13. Ölçüm Modeli Sonuçları.....	119
Tablo 14. Ayrışma Geçerliliği Sonuçları (Fornell ve Larcker Kriteri)	123
Tablo 15. Ayrışma Geçerliliği Sonuçları (HTMT Katsayıları).....	124
Tablo 16. Yapısal Model Sonuçları	127
Tablo 17. Model Uyum İyiliği Değerleri	129
Tablo 18. Araştırma Modeline (İçsel ve Dışsal Model) İlişkin Yol Katsayıları, t Değerleri ve Anlamlılıklar	132
Tablo 19. Hipotez Sonuçları	133

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Sürdürülebilirliğin kesişen üç ögesi	11
Şekil 2. Sürdürülebilir kalkınmanın temel boyutları ve birbirleriyle bağlantılarını gösteren üçgen.....	18
Şekil 3. Sürdürülebilir ürünlere yönelik tüketici davranışını anlatan kavramsal model	49
Şekil 4. Alışkanlıkların oluşum süreci.....	54
Şekil 5. Planlı davranış teorisi, Ajzen, 1985.....	60
Şekil 6. Schwartz'ın çembersel değer modeli	62
Şekil 7. Norm- Aktivasyon kuramı.....	67
Şekil 8. Değer- İnanç-Norm kuramı	70
Şekil 9. Gıda ürün satın alma sebebi- kodlamalar	80
Şekil 10. Araştırma modeli.....	94
Şekil 11. Araştırma modeli.....	125
Şekil 12. Yapısal Eşitlik Model.....	131
Şekil 13. Eğitim grafiği (organik gıda bilgisi-sosyal etki).....	136
Şekil 14. Eğitim grafiği (sağlık bilgisi-sosyal etki)	136
Şekil 15. Eğitim grafiği (çevre ve doğa bilgisi-sosyal etki)	137

EKLER LİSTESİ**Sayfa**

Ek 1. Yarı Yapılandırılmış Sürdürülebilir Tüketim Nitel Araştırma Soruları	168
Ek 2. Yapılandırılmış Sürdürülebilir Tüketim Nitel Araştırma Soruları (Pandemi Sonrası).....	170
Ek 3. Organik Gıda Tüketim Niyeti Anketi	172



BÖLÜM I

GİRİŞ

18. yüzyılın sonunda yaşanan Sanayi Devrimi ile üretim şekilleri değişmiş, emek yoğun üretim geride kalıp, sermaye yoğun üretime geçilmiştir. Bu süre zarfında ise üretimde artış yaşanmış, küreselleşme etkisini göstermeye başlamış ve sanayileşmiş ülkelerin üreticileri iş gücünün ucuz olduğu ülkelerde üretim yapmak amacıyla dış pazarlara açılmışlardır. Üretimin artması ile üretim sürecinde kullanılan hammadde ve enerji kaynakları değişerek, yerini kömür, petrol ve zararlı kimyasallara bırakmıştır. Üretim sürecindeki bu değişim, doğal kaynakların azalmasına ve çevre üzerinde dönüşü olmayan zararlara sebep olmuştur. 20. Yüzyıla gelindiğinde ise, dünya nüfusu hızla artarak refah seviyesi yükselmiş, insanların ihtiyaç ve beklentileri çeşitlenmiş ve bu beklentileri karşılamak için işletmeler özellikle teknolojik gelişmeleri fırsata dönüştürerek ciddi bir rekabet içerisine girmişlerdir. Bu süre zarfında ise doğal kaynaklar oldukça yok edilmiş, atmosfere zarar verilmiş, yağmur ormanları yakılmış ve ekolojik denge bozulmuştur(Arora vd. 2018). Dünya’da var olan arz-talep dengesi talep tarafında yaşanan aşırı artış ile bozularak, 21.yüzyıla gelindiğinde ozon tabakasının delinmesi, küresel ısınma, buzulların erimesi gibi çevresel zararlar ortaya çıkmıştır.

Ekoloji üzerindeki bu olumsuzlukları fark eden bilinçli bireyler ise çevre ve doğanın tahribatına dair tedirginlik yaşamaya başlayarak, çevreye duyarlı tutum ve davranışlar geliştirmeye başlamışlardır. Bu farkındalık beraberinde toplumsal bilinci ve hareketliliği uyatarak, konunun ciddiyetinin toplum ve hükümetler tarafından farkına varılması ve ekosistemin yok edilmesine engel olacak çevreci politikaların geliştirilmesine sebep olmuştur. Doğal kaynakların öngörüsüz ve plansız tüketimi karşısında bilinçlenen toplumlar, bu sayede ‘sürdürülebilirlik’ kavramıyla tanışmışlardır (Schaefer ve Crane, 2005; Vlek ve Steg, 2007). Sürdürülebilirlik, ekonomik büyümenin çevresel etkilerini göz önünde bulundurarak, doğal kaynakların kullanımının ekolojik dengeyi bozmayacak şekilde gerçekleşmesini konu alır ve bugünün ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek nesillerin ihtiyaçlarının tehlikeye sokulmamasını amaç edinir (Hayta, 2009, s.144).

Günümüze gelindiğinde başta iklim krizleri, küresel ısınma, biyolojik çeşitliliğin yok olması, toprağın veriminin azalması ile başlayan çevresel problemler insanoğlunun günlük yaşamına; aşırı yağmurlar, seller, aşırı sıcaktan dolayı yaşanan kuraklıklar,

buzulların erimesi, iklim değişimlerinden kaynaklanan orman yangınları ile yeşil alanların kaybolması şekillerinde tesir etmektedir. İnsanlığın yüz yüze olduğu çevresel, sosyal ve ekonomik problemlere çözüm olduğu savunulan sürdürülebilirlik olgusu dünya gündeminde en üst sıralarda yer almaktadır (Arora vd, 2018, s.2).

Dünya’da yaşanan çevre sorunlarının üç ana kaynağı bulunmaktadır. Bunlar; *aşırı insan nüfusu, aşırı tüketim ve doğanın yeterince korunamamasıdır*(Oskamp, 2000, s.376). Özellikle aşırı tüketimin öz kaynakların yok olmasına sebep olduğu bilinmektedir. Bu durumu tersine çevirebilmek için geliştirilmesi ön görülen çözümler ise dünya çapında *tüketicinin azaltılması* ile öz kaynakların korunabilmesi, ürünlerin başkaları ile paylaşımı, tekrar satışı ya da üretim süreçlerinde faydalanılmasını içeren *yeniden kullanımı* ve ürün yaşam ömrü bitiminde içeriklerinin *geri dönüştürülmesidir*(Scott ve Weaver, 2018, s. 293).

Tüketicilerin çevreye zarar veren davranışlarını değiştirmeleri, azaltmaları veya yeni davranışlar benimsemeleri sürdürülebilir bir yaşam için kaçınılmazdır (Steg ve Velk, 2008). Sürdürülebilir tüketim kavramı, tüketim eyleminden kaynaklanan çevresel zararın en aza indirilerek bugünün ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarının tatminini, öz kaynakların verimli kullanımı ile toplumların sosyal gelişimini, ekonomik kalkınmayı, rekabet gücünün teknolojik inovasyonlar ile dengeli şekilde arttırılmasını içermektedir (Hansmann, Mieg ve Frischknecht, 2012; Prothero vd., 2011; Fischer, Böhme ve Geiger, 2017).

Tüketicilerin ürünleri kullanımı doğrudan çevresel etkilere sebep olurken, bu ürünlerin üretim süreçleri ve atık yönetimlerinden kaynaklı oluşan dolaylı ve doğrudan çevresel etkilere dikkat çekilmesi de oldukça önemlidir (Tukker ve Jansen, 2006, s.160). Günümüzde insanların tüketim davranışları çevresel değişimin öncüsü olarak değerlendirilirken, bir yandan da sosyal eşitsizlik problemini doğurmaktadır. Bu sebeplerden kaynaklanarak ‘tüketim’ sürdürülebilir tüketimin önündeki en büyük engel olarak ifade edilen bir kavramdır (Tukker ve Jansen 2006, Di Giulio ve Fuchs, 2014).

Sürdürülebilir tüketim, kişinin hayatın farklı yönlerindeki ihtiyaçlarını karşılamak adına ürünleri ve hizmetleri elde etme, kullanma ve elden çıkarma süreçleri sırasında çevresel etkilerin azaltılması davranışını içerir(Geiger, Fischer ve Schrader, 2018, s.24). Tüketicilerin önemli bir çoğunluğunun sürdürülebilirliğe karşı sahip olduğu olumlu tutumlar doğrultusunda çevreye zarar vermeyen ürünleri satın alma isteğine sahip olduğu halde, sadece düşük orandaki kısmının çevre dostu ürün satın aldığı veya benzer şekilde çevresel zararı olan ürünleri kullanmayı azalttığı gözlenmektedir. Bu durum literatürde

'*attitude-behavior gap*' yani tutum ve davranış arasındaki uyumsuzluk olarak tanımlanmış ve kişinin gerçek davranışı ile çevreye yönelik sahip olduğu tutumların farklı olması anlamına gelmektedir (Stern, 2000, s. 415 ; Peattie ve Belz, 2015, s.8). Tutum ve davranış arasındaki uyumsuzluk çok sayıda araştırmacının çalışma konusu olarak, tüketici davranışının arkasında yatan sebepler ve etkenlerin ortaya koyulması üzerine psikoloji, sosyoloji, iktisat, antropoloji, pazarlama, çevre bilimi gibi çok farklı disiplinlerde tartışılmaktadır. (Aarts, Verplanken ve Knippenberg, 1997, 1998; Fischer, Böhme ve Geiger, 2017; Shin, Moon, Jung ve Severt, 2017; Thøgersen ve Grunert-Beckmann, 1997; Vermeir ve Verbeke, 2006; Wang ve Hao, 2018; Young, Hwang, McDonald, Oates, 2010, Dupré, 2005).

Sürdürülebilir tüketim 3 aşamalı bir süreç olarak tüketicinin satın alma kararı, harcama (kullanma) ve elden çıkarma davranışlarından oluşmaktadır. Tüketicilerin ürün satın alma kararlarında sergileyecekleri sürdürülebilir davranışlara örnek olarak organik, yerli üretim veya adil ticaret ürünlerinin tercih edilmesi verilebilir. Tüketicilerin ürünleri kullanma aşamasında ihtiyaç dışı tüketimi azaltmak, su ve enerji tasarrufunda bulunmak gibi davranışları sürdürülebilirlik uygulamalarına örnek olabilmektedir. Elden çıkarma aşamasında tüketicilerin atıklarını geri dönüştürmeleri, ikinci el ürünleri tercih etmeleri, ürünleri takas etmeleri sürdürülebilir davranış türlerini örnek verilebilir (Geiger vd. 2018, s.21). Tüketicilerin, tüketimin farklı aşamalarında sergileyecekleri davranışlara etkili faktörler ise değişkenlik gösterecektir (Dursun, Gündüz, 2016, s.1369). Geri dönüşüm tesislerine sahip olmayan ya da bu hizmetin vatandaşlara sunulmadığı bir toplumda, kişinin bu davranışı sergilemesi beklenmemelidir. İkinci el ürün kullanımı veya ürünler takas etme davranışı kültürel ve ekonomik faktörlerin etkisiyle her toplumda gözlenmeyebilir. Kişilerin çevreci ürünlere ulaşmada yeterli kaynak, fırsat ve zamana sahip olmasına rağmen, bu ürünleri satın almadığı durumlarda tutum ve inançlar gibi motivasyonel faktörler etkili olabilmektedir.

Sürdürülebilirlik söz konusu olduğunda üretim ve tüketim ayrılmaz birer parça haline gelmektedir. Sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarının benimsenmesi toplumları sürdürülebilir kalkınma yolunda ileri taşıyacak önemli bir hedeftir. Özellikle artan dünya nüfusu ile artan gıda talebi, tarım faaliyetlerine yönelik üretim ve tüketimin artmasına sebep olmuştur. Üretim ve tüketim aşamalarında çevreye verdiği olumsuz etkiler değerlendirildiğinde, tarım sektörünün diğer sektörlerle kıyasla çevresel zararlarının su ve enerji kullanımı konusunda oldukça fazla olduğu ortaya konmuştur. Bu sebeple, tarım faaliyetlerinin çevresel etkilerini azaltan sürdürülebilir tarım uygulamaları

son yıllarda önem kazanmış ve sürdürülebilir tarımın çıktıları olan organik gıda, adil ticaret ürünleri, iyi tarım ürünlerinin tüketiciler tarafından tercih edilmesi bir sorumluluk olarak görülmektedir (Eryılmaz ve Kılıç, 2018, s.625).

Bu bilgilerden yola çıkarak bu çalışma, çevresel ve sosyo-psikolojik faktörlerin organik gıda tüketim niyeti üzerindeki etkilerini ortaya koyma amacını taşımaktadır. Çalışmanın ilk bölümü olan giriş kısmında araştırmanın problemine, amacına, önemine ve sınırlılıklara değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümde sürdürülebilir tüketimin kavramının temelini oluşturan sürdürülebilirlik kavramı tanıtılmış, çevreye verilen zarara yönelik oluşan farkındalık sonucu ilk kez ortaya çıkan bu kavramın yıllar içerisinde sosyal ve ekonomik boyutlara evrilerek sürdürülebilir kalkınma politikalarının ortaya çıkışı anlatılmıştır. Sürdürülebilir kalkınma politikaları kapsamında hedef olarak belirlenen sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarının benimsenmesi konusu aktarılmıştır. Ayrıca bu bölümde, sürdürülebilir kalkınma politikalarının uygulanması ile sürdürülebilirlik kavramıyla tanışan işletmelerin pazarlama sistemlerini çevre odağında dönüştürmeleri ile sürdürülebilir pazarlama kavramının ortaya çıkışına değinilmiştir.

Araştırmanın kavramsal çerçevesinin olduğu üçüncü bölümde tüketim ve tüketim toplumu olgularına değinilerek, çevresel problemlerin insan hayatına tesir etmesiyle birlikte gündeme gelen sürdürülebilir tüketim kavramının ortaya çıkışı incelenmiştir. Sürdürülebilirlik uygulamaları arasında çevresel etkisi açısından önemli yeri olan sürdürülebilir tarım uygulamaları ve bu uygulama türlerinden olan organik tarım ve iyi tarım ürünlerine değinilmiş ve organik gıda kavramı tanımlanmıştır. Teorik altyapıya yer verilmiş olunan bu bölümde çevreci davranışı açıklamada kullanılan teoriler incelenmiş; tutum-davranış temelli sosyo-psikolojik modellere ve bakış açılarına yer verilmiştir. Değer, inanç, tutum, norm, niyet, alışkanlık, algılanan davranışsal kontrol, çevresel bilgi, sosyal etki kavramları ayrıntılı olarak incelenmiş ve çevreci davranışla ilişkileri aktarılmıştır.

Araştırmanın uygulama bölümünde karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Dördüncü bölümde, tüketicilerin çevreci davranışlara yönelik tutumlarını ortaya koymak amacıyla yapılan nitel araştırma uygulaması yer almaktadır. Nitel araştırma bulgularından yola çıkılarak, nicel araştırmanın amacı şekillenmiştir. Beşinci bölümde yer verilen nicel araştırmanın amacı çevresel ve sosyo-psikolojik faktörlerin organik gıda tüketim niyeti üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Nicel araştırma yöntemine dair örneklem

belirleme, kullanılan ölçekler, veri toplama aracı, kullanılan istatistiki yöntemler ile veri analizine bulgularına yer verilmiştir.

Çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında, nitel ve nicel araştırma kapsamında gerçekleştirilen analizler sonucu elde edilen bulguların değerlendirmesi ve işletme, tüketici, kurum ve kuruluşlar ile araştırmacılara yönelik geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

1.1. Araştırma Problemi

Kişilerin sergilediği bireysel davranışlar, etraflarındaki diğer insanlara etki eder. Toplum yapısının temel dinamiklerinden biri olan bu durum, kimi zaman sosyal hatta küresel birtakım problemlere dönüşebilecek güce sahiptir. Bu sebeple uzun yıllardır insan davranışına dair çok sayıda çalışma yapılmaktadır. Davranış değişimine yönelik yaygın kullanılan bazı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunların ilki kişinin hedeflenen davranışı gerçekleştirilmesi için şartların kolaylaştırılması ya da alternatif davranışı göstermemesi için şartların zorlaştırılmasıdır. Bir diğeri kişinin davranışı gerçekleştirilebilmesi için ikna edilmesidir. Farklı bir yaklaşıma göre ise kişi bulunduğu çevredeki diğerleri ile eşit şartlara sahipse ve başkalarının davranışları kişinin davranışı üzerinde etki yaratıyor ise davranış değişimine sebep olmak için o kişinin dahil olduğu sosyal grubu etkilemek gerekmektedir (Tobias, 2009, s. 408). Hedef davranışın sergilenmesi için gerekli koşulların kolaylaşması, kişinin davranışa yönelik olumlu tutumlara sahip olması ve davranış değişimini teşvik edici sosyal etkinin bulunmasına rağmen davranış değişimine yönelik farklı yöntemlerin uygulanmasına rağmen davranış değişiminin gerçekleşmediği durumlar olabilmektedir. İnsan davranışını konu alan farklı alanlardan birçok çalışma bu konuyu tartışmaktadır.

İnsan davranışı, çevre sorunlarının artmasında kilit bir rol oynamaktadır. Çevresel sorunların azaltılmasında insan davranışında köklü değişikliklere ihtiyaç vardır(Dietz, Gardner, Gilligan ve Vandenberg, 2009, s.18452). Ne yazık ki, çevre dostu davranış sergilemek her zaman kolay olmayabilir. Çevre dostu davranışlar, çevreye zarar veren alternatiflerine göre bazen daha az ilgi çekici ya da daha maliyetli hatta zaman alıcı bile olabilir(Steg, Bolderdijk, Keizer ve Perlaviciute, 2014, s.105). Bu sebeple, bireyler çevre dostu davranışlardan kaçınabilmektedirler. Çevreye duyarlı davranış şekillerinin gelişiminde yukardan aşağıya yani ulusal ve uluslararası çapta düzenlemeler dayatılmasının önemli olduğu ileri sürülmektedir (Gellermann, Brennan, Nirmul ve

Lenfesty, 2009, s.1). Bireylerin 'household consumption' yani hane halkı tüketim davranışları ise belki daha küçük ölçekli gözükmesine rağmen, küresel çapta değerlendirildiğinde oldukça önemli etkilere sahiptir. Günümüzde tüketicilerin fikir ve davranışları işletmeler, hükümetler ve sosyal hareketlilik için oldukça önem kazanmıştır. Çevresel konularda üretimden, tüketimin önemine olan yöneliş toplum davranışını şekillendiren tüketici odaklı bakış açısını ön plana çıkarmıştır(Spaargaren, 2003, s.7). Bu çalışma, çevresel problemlere sebep olan kolektivist davranış yerine bireylerin günlük hayatında sergilediği davranışlara odaklanarak, tüketicilerin çevreye duyarlı davranışları için nelerin gerekli olduğunu araştırmaktadır.

Sürdürülebilir tüketim davranışı alanında yapılan çalışmalardan sadece bir kısmı, çevreye duyarlı davranış türlerinin çevre ve doğaya olan etkilerine göre farklılık gösterdiğine dikkat çekmektedir(Geiger vd., 2018, s.19.). Geri kalan çalışmaların aksine, bu çalışmada çevresel etkisi yüksek olan davranış türlerinin araştırılmasının önemi ve her davranış türüne etken olan faktörlerin değişkenlik gösterebileceğinin altı çizilmektedir.

Tüketim toplumuyla birlikte tüketim kültürü dinamikleri sürekli değişmektedir. Bu durum ise farklı tüketici gruplarının tüketim davranışlarında farklılıklarla karşılaşılacağını ortaya koyar (Akyüz 2015). Tüketim kavramı ürün ve hizmetlerin satın alınması, kullanılması (tüketilmesi) ve elden çıkarılması süreçlerinden oluşmasına rağmen ilgili yazındaki çalışmaların çoğunluğu tüketimi tek aşamalı bir davranış olarak değerlendirmektedir. Tüketimin her aşamasına etken faktörler farklı olabilmektedir. Satın alma kararında çevre dostu ürünler satın alan bir kişi, ürünleri elden çıkarırken geri dönüşüm davranışı göstermiyor olabilir. Bu tüketicinin sürdürülebilirliğe olan katkısı sınırlı kalabilmektedir.

Bu bilgilerden yola çıkılarak bu araştırmanın problemi: *Çevresel etkileri bağlamında öncelikli sürdürülebilir tüketim davranış türlerinin hangileri olduğu ve davranışı belirleyen faktörlerin farklı tüketim aşamalarında rolünün ve ilişkilerinin nasıl olduğudur.* Problemin tespitinden sonra, detaylı bir yazın taraması yapılarak, ilgili teoriler, kavramlar ve modeller incelenmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın amaçları belirlenmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı: çevresel ve sosyo-psikolojik faktörlerin, sürdürülebilir tüketim davranış türlerinden çevresel etkileri açısından öncelikli olan, organik gıda

tüketim niyeti üzerindeki etkilerinin belirlenmesidir. Sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik araştırmaların davranışı açıklanmada kısıtlı kaldığına dair eleştirel bakış açısından yola çıkarak, çevreci davranışa etken farklı bağlamlardaki faktörler araştırma modeline dahil edilmiştir. Çevreci davranış açıklamada kullanılan çeşitli teoriler incelenerek, tutumlara odaklı Planlı Davranış Teorisi(Ajzen, 1985, 1991) ile davranışların çevresel sonuçlarının farkındalığı, davranışlara yönelik sorumluluk almaya yönelik inançlar ve kişisel normlar üzerinden çevreci davranış açıklayan Norm-Aktivasyon modelinden faydalanılarak kapsamlı bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Bu teorilere ek olarak, Schwartz'ın Değerler teorisi (1978) ve Değer-Inanç,Norm (Stern, 2000) teorilerinde yer alan, altruistik, biyosferik ve benmerkezci değerlerin sonuçların farkındalığına etkisi incelenmiştir. Davranış değişimine etkisi olan sosyal etki, çevresel bilgi ve alışkanlık faktörleri araştırma modeline eklenerek, çevresel ve sosyo-psikolojik faktörlerin organik gıda tüketimine etkileri araştırılmıştır.

Bu amaçlar doğrultusunda aşağıdaki **araştırma soruları** açıklanmaya çalışılmıştır:

1. Tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranış gösterme eğilimi nasıldır ve bu davranışa etken faktörler nelerdir?
2. Çevresel etkileri açısından değerlendirildiğinde, sürdürülebilir tüketim davranış türlerinden hangileri ön plana çıkmaktadır?
3. Hangi çevresel ve sosyo-psikolojik faktörler organik gıda tüketim niyeti üzerinde etkilidir?
4. Tüketicilerin sahip olduğu çevresel değerlerin, davranışlarının sonuçlarına dair farkındalığı üzerinde etkisi var mıdır?
5. Sonuçların farkındalığı ve davranışlara yönelik sorumluluk yüklenilmesi kişisel normları aktif hale getirmede etkili midir?
6. Kişisel normların, organik gıda tüketim niyeti üzerinde etkisi var mıdır?
7. Çevreci tutumların, organik gıda tüketim niyeti üzerindeki etkisi var mıdır?
8. Alışkanlıklar ve organik gıda tüketim niyeti ilişkili midir?
9. Algılanan davranışsal kontrol ve organik gıda tüketim niyeti üzerinde etkisi var mıdır?
10. Sosyal etki, çevresel bilgi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide düzenleyici rol oynamakta mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Dünya üzerindeki yaşamın sürdürülebilirliği insanoğlunun karşılaştığı en önemli sorunlardan biridir. Artan nüfus ve insanoğlunun gerçekleştirdiği faaliyetlerden kaynaklanan küresel ısınma, hava kirliliği, güvenli içme suyu kıtlığı vb. birçok ciddi çevresel sorunlarla karşı karşıya kalan Dünyanın neredeyse her parçası artık insan faaliyetlerinin ve bu faaliyetler sonucu oluşan kirliliğinin etkisi altındadır (Arora vd., 2018, s.1.).

Bireylerin tüketim davranışı çevresel problemlerin kaynağı olarak gösterilmektedir (DuNann Winter ve Koger, 2004; Gardner ve Stern, 2002; Vlek ve Steg, 2007). Çevrenin kalitesinin artırılması ve sürdürülebilmesi için davranış değişimine odaklanmak gereklidir. Tüketicilerin çevreye zarar veren davranışlarını değiştirmeleri, azaltmaları veya yeni davranışlar benimsemeleri sürdürülebilir bir yaşam için kaçınılmazdır (Steg, Velk, 2008). Ancak insanların çevre yanlısı davranışlara nasıl teşvik edilmesi gerektiği, hangi motivasyonlar en çok etki sağladığı ve durumsal faktörlerin bu süreçte oynadığı rollerin neler olduğunun keşfedilmesi oldukça önemlidir.

Mevcut ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik tüketim ve üretim faaliyetleri sırasında, öz kaynakların verimli kullanımı ve teknolojik gelişmelerin desteği ile bu faaliyetlerin çevresel etkileri azaltılarak, toplumların sosyal gelişimi ve ekonomik kalkınması dengeli ve sürdürülebilir şekilde gerçekleştirilebilir (Tukker, ve Jansen, 2006; Killbourne, Prothero, 2011; Geiger,2017). 1992 yılında Rio’da yapılan Dünya Zirvesi’nde Sürdürülebilir Kalkınma Eylem Planı yayınlanmış ve sürdürülebilirlik kavramı küresel platforma taşınmıştır. Dünya çapında sürdürülebilirlik kavramının en yaygın bilinen tanımı olarak adlandırılan Oslo tanımına göre (Organisation for Economic Co-operation and Development: [OECD],2002) *‘sürdürülebilir üretim ve tüketim, daha iyi bir yaşama sahip olmak için gerekli ihtiyaçlara cevap veren ürün ve hizmetlerin kullanımı sırasında öz kaynak ve zararlı hammadde kullanımını en aza indirerek, atıkların ve havayı kirleten ürünlerin yeniden kullanımının sağlanması ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanmasına tehdit oluşturmamayı içermektedir’* (Gulio, Fischer, 2014, s.53).

Bu araştırmada, organik gıda tüketim niyetine etkisi olan çevresel ve sosyopsikolojik unsurlar, farklı teorilerden yola çıkarak araştırma modeline eklenmiş ve değişkenlerin (değer, inanç, norm, tutum, çevresel bilgi, sosyal etki, algılanan davranışsal kontrol, alışkanlıklar) davranış üzerindeki olası etkileri kapsamlı bir şekilde

incelenmiştir. Bu sayede, motivasyonel ve çevresel faktörler birlikte kullanılarak, tüketim davranışı bütüncül bir yaklaşımla açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular bu konuyla ilgili ileride yapılacak olan çalışmalara yol gösterici bir kaynak olacağından dolayı önem arz etmektedir.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma örnekleme, bütçe ve zaman darlığı sebebiyle, 18 yaş ve üzeri tüketicilerden oluşması planlanmıştır. Fakat 2019 yılında gerçekleşen Covid-19 salgını sebebiyle katılımcılara yüz yüze görüşme, anket yapma söz konusu olamadığı için çevrim içi formlar kullanarak anketler hazırlanmış ve katılımcılara gönderilmiştir. Yine aynı sebepten dolayı anket çalışmasına katılım kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak sağlanmıştır. Bu durum araştırmanın sınırlılıklarından birisidir. Örnek gruba dahil edilen katılımcıların demografik dağılımlarının çeşitliliğine dikkat edilmesine rağmen örneklem özelliğinden kaynaklı olarak sonuçlar genellenemeyecektir.

BÖLÜM II

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ve SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM

Sürdürülebilirlik; insanoğlunun hayatına girmesi ile günlük hayatta bireyler tarafından uygulanan, devletler tarafından politika ve yasalarla desteklenen ve işletmelerin hizmet modellerini yeniden yapılandıran bir kavramdır. Çalışmaya konu olan sürdürülebilirlik kavramının tanımı, gelişimi ve sürdürülebilir pazarlamayla ilişkisi bu bölüm içerisinde anlatılmıştır.

2.1. Sürdürülebilirlik Kavramı

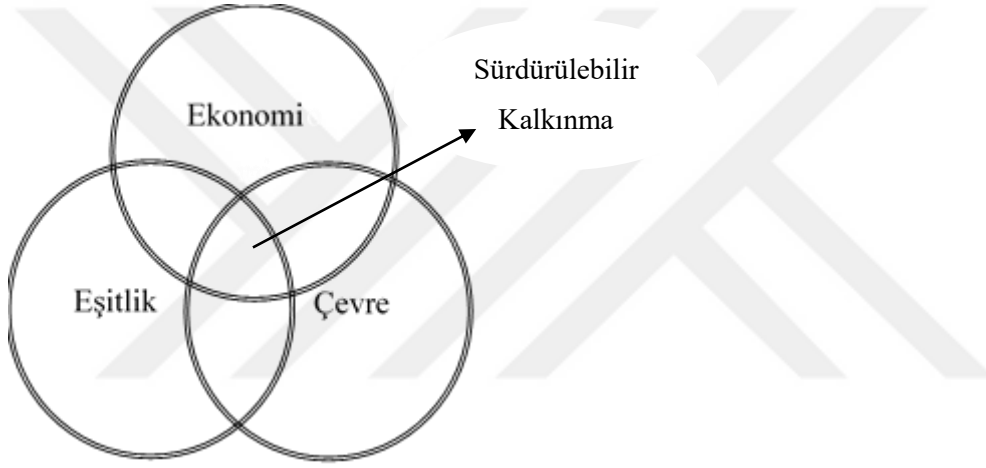
Sürdürülebilirlik olgusu kimi görüşlere göre bir uygulama, farklı bir yaşam şekli veya yeni bir sistemdir. Genel olarak sürdürülebilirliğin hem fikir olunan temel unsurları ise koruma ve devamlılık kavramlarıdır. Sürdürülebilirlik insanın güvenliği, refahı ve sağlığı için gerekli çevresel ve sosyal koşulların sağlanması adına yaşantısında gerekli olan dönüşümdür (McMichael, Butler ve Folke, 2003: s.1919). Sürdürülebilirlik bir süreç olarak; devam ettirilmek istenen olgunun belirlenmesi ve bu olgunun sürdürülebilirliğini sağlayacak gelişmelerin tespiti ile başlar. Doğa, yaşam, toplum sürdürülmek istenen kavramlar iken, kişilerin refah seviyesinin, ekonominin ve toplum gelişimin gerçekleşmesi sürdürülebilirliğin göstergeleri olarak görülmektedir. (Robert, Parris ve Kates, 2005, s.11)

‘Sürdürülebilirlik’ teriminin ilk kez Avrupa’da 1713 yılında Saksonya Krallığı maden ofisi şefi Hans Carl von Carlowitz’nın ‘Sylvicultura Oeconomica’ adlı eserinde geçtiği ileri sürülmektedir (Heinberg, 2010, s.1). Ormanların yok edilmesinin önüne geçilmesi için alınması gereken çevresel tedbirlere vurgu yapılan kitapta sürdürülebilirlik kavramı ile ilişkilendirme yapıldığı belirtilmektedir (Grober ve Cunnigham, 2012: 2). Fransız ve İngiliz ormancılık uzmanları ağaç dikimi eylemini ‘sürdürülebilir ve verimli ormancılık’ olarak benimsemişlerdir.

Sürdürülebilirliğin uluslararası anlamda somutlaşması 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Commission on Environment and Development, [WCED]) tarafından hazırlanan Brundtland Raporu ile gerçekleşmiştir (Akçakaya, 2016, s.49).

Brundtland Raporu'nda sürdürülebilir kalkınma 'bugünün gereksinimlerinin, gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılayan kalkınma' olarak tanımlanmıştır (WCED, 1987, s.363).

WCED (1987), sürdürülebilirliğin temelini; çevre, eşitlik ve ekonomi olmak üzere üç kavrama dayandığını belirtmektedir. Bu kavramların birbirleriyle kesişiminde ortaya çıkan sürdürülebilir kalkınma kavramına dair görsel anlatım Şekil 1'de sunulmuştur. Sürdürülebilirlik, ekonomik büyüme ile çevre ya da ekonomik büyüme ile eşitlik arasında tercih yapmayı iler sürmez aksine, çevrenin korunması ve geliştirilmesi ile eş zamanlı olarak ekonomik büyüme ve eşitliğin birlikte yürütülmesini gerektirir (Portney, 2015, s.15).



Şekil 1. Sürdürülebilirliğin kesişen üç ögesi

Kaynak: Portney, 2017

Bütünleştirici yapısı ile sürdürülebilirlik çevresel, sosyal ve ekonomik sütunlar üzerine kurulu olan üç boyutlu bir yapıdan oluşmaktadır (Hansmann vd., 2012, s.451). 'Pillars of sustainability' olarak adlandırılan bu 3 boyuta göre kalkınma çevre, insan ve ekonominin ya da başka bir deyişle dünya, insanlar, ekonomik karlılık ve verimliliğin birlikte olduğu yapıya işaret etmektedir. Çevre, ekonomik kalkınma ve sosyal adalet olarak da tanımlanan bu yapı, mevcut nesillerin gelecek nesillerle etik bir ilişki kurabilmesi için günümüz toplumunun çeşitli düzenlemelere tabi olmasını içerir (Jungbluth, Tietje ve Scholz, 2000; Laws vd., 2004).

Bir başka bakış açısına göre ise sürdürülebilirlik kavramının ekolojik (iklim, temiz hava, toprak verimliliği, temiz su kaynaklar vb.), sosyal özellikler (barış, eşitlik, sağlık,

haysiyet) ve insani değer (özgürlük, tolerans, doğaya saygı) boyutlarından oluştuğu ileri sürülmektedir (White, 2013, s.214).

Sürdürülebilirlik teriminin İngilizcesi olan ‘sustainability’ teriminin kökleri 1290’lara dayanmakla birlikte latince ‘sub’ + ‘tenere’ yani yükseltmek veya korumak anlamları yüküldür. Oxford İngilizce Sözcüğü bu terimden yola çıkarak ‘sustainable’ terimini 1400’ler, ‘sustainable’ terimini ise 1611 yılında kullanmıştır (Wheeler, 2004:28).

Laws ve arkadaşlarına (2004:248) göre sürdürülebilirlik konsepti Brundtland Raporu’ndan 250 yıl eskiye dayanmaktadır. 18.yüzyılda gemi yapımı ve madencilik amaçlı ormanların fazlaca ve teknoloji yoksun şekillerde kontrolsüz şekillerde kesimi ile ortaya çıkmıştır. 1732’de Carlowitz’in kaleme aldığı yazısında ağaçların korunması ve doğru şekillerde büyümelerini sağlamak ve aynı zamanda düzenli ve sürdürülebilir olarak kullanılabilmelerine de olanak sağlamanın yollarını arayarak, sürdürülebilirlik terimini Almancası ‘nachhaltig’ olarak kullandığı yazısında kaygı duyarak değinmiştir(aktaran (Laws vd., 2004:248).

Modern uygulamaların dünya genelinde çevresel ve sosyal krizlere sebep olmasına karşılık olarak sürdürülebilirlik kavramının akademik literatürde yaygın kullanımı 1980’lerin ortalarında başlamış ve farklı düşünürler tarafından kavrama yüklenen tanımlar günümüze kadar çeşitli değişimlere uğrayarak evrilmiştir (Portney, 2015, s.9). Sürdürülebilirlik kavramında yaşanan bu evrimin çeşitli aşamalardan geçerek, günümüzde bilindiği haline geldiği görülmektedir.

Mazmanian ve Kraft (2009, s.11)’a göre sürdürülebilirlik kavramının gelişiminde başlangıca karşılık gelen dönem, çevresel sorunlara dair ilk kez farkındalığın yaşandığı ve çevreye verilen zararın düzeltilmesi adına sosyal ve politik hareketlerin ortaya çıktığı 1970 ve 1990 yılları arası dönemdir. Yazarlar ikinci evreyi 1980-2000’li yıllar arasında tanımlayarak bu dönemin çevresel sorunlara bulunacak çözümlerin ekonomik odağının olması gerektiğinin fark edilmesiyle başladığını ifade etmektedirler. Bu dönemde verimliliğin artırılması adına politik değerler öne çıkmış ve düzenleyici yasal reformlar düzenlenerek toplum ve devletin birlikte karar alma mekanizmalarının geliştirilmiş, özel sektör ve kamunun birlikte gerçekleştirdiği çevresel çalışmalar yapılmıştır (Mazmanian ve Kraft, 2009, s.25).

Sürdürülebilirlik kavramı insanoğlunun hayatında yaygınlaştığı ilk dönemde çevresel odağa sahip olup, ilerleyen dönemlerde olgunlaşarak farklı boyutlara ayrılan daha karmaşık bir kavram haline gelmiştir. Dixon ve Fallon (1989) sürdürülebilirliği öz kaynaklara yönelik sadece biyolojik odaklı köklerinden çıkartan bakış açıları ile

sürdürülebilirliği bir öz kaynağın yok olması veya korunması değil, ekosistemin tüm kaynaklarının korunması olarak görmüşlerdir. Bir kaynağın azalırken, diğerine zarar vermemesi gerektiğine vurgu yapan bu bakış açısı toplumun da etik değerlere sahip olup, ekosisteme karşı yapılan tahribat üzerinde kontrol mekanizmaları kurulması gerektiğini belirtir. Ekonominin sürdürülebilirliğinin bu sayede sağlanabileceğini ileri sürülür.

Solow (1991) bir ekonomist olarak sürdürülebilirlik kavramına, eşitlik ve öz kaynaklara yatırım odaklı bir bakış açısı kazandırmıştır. Solow, sürdürülebilirliğin ana hedefi olan, '*toplumun bugünkü ihtiyaçlarının, gelecek nesillerin ihtiyaçlarına yetecek şekilde karşılanması*', ifadesini eleştirmektedir. Yazara göre, gelecek nesillerin beklentilerinin ve o zaman geldiğinde yaşanacak politik, teknolojik, sosyal vb. gelişmelerin neler olacağının bugünden bilinmesi mümkün değildir. Tüketilen kaynakların yerine ikameleri konabilirse, gelecek nesiller için endişe etmeye gerek kalmayacaktır. Günümüzde ise tüketim ihtiyacı olan dar gelirli insanların bu kaynaklara ulaşmasına izin verilmelidir(Solow, 1991, s.183-184). Yazarın bugünün ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik bakış açısı farklı toplumlarda yaşanan sosyal eşitsizliğe vurgu yaparak, sürdürülebilirliğin belirli ekonomik gelir seviyesine sahip insan grubu üzerinden konuşulan bir fenomen olduğu çağrışımını yapmaktadır.

Çok boyutlu ve dinamik yapısı ile sürdürülebilirlik uzun vadeli, açık uçlu süreçler bütünüdür(Farrell, Hinterberger, Kemp ve Rammel, 2005, s.132). Meadowcroft'a (1997) göre çeşitli limitler ve kısıtlamalar fikrinden yola çıkan sürdürülebilirlik kavramı her yeni nesille birlikte bu konuda yapılacak çalışmaların ve saptanan limitlerin tekrar değerlendirilmesini gerektiren dinamik bir süreçtir. Herhangi bir kurum ve sürecin sürdürülebilir olması ise mevcut koşulların mevcut limitler doğrultusunda değerlendirilerek gelecek ile ilgili tahmin yapılmasını gerektirir. Gelecekte sürdürülmesi beklenen olgunun gerçekten sürdürülmesine gerek duyulup duyulmayacağını sorgulamaktadır. Bu sebeple sürdürülebilir kalkınmaya giden yolda çevresel koşullar ve sosyal adaleti sağlamak için yeni hedefler, amaçlar ve sınırlar belirlenmelidir (Meadowcroft, 1997,s.168).

Heinberg (2010, s.3) sürdürülebilirliğin temel önermesini 5 başlık altında toplamaktadır. Bunlardan ilkinde göre toplumların faydalandığı öz kaynaklar sınırlı sayıdadır ve kritik sayıdaki öz kaynakları sürdürülemez bir şekilde kullanmaya devam eden herhangi bir toplum çökecektir. Bu çöküş ise ikame öz kaynaklar bulunarak engellenir. Yazarın diğer bir önermesine göre ise düzenli nüfus artışı ve öz kaynakların tüketim oranlarındaki artış sürdürülebilirliğe engeldir. Üçüncü önermesine göre ise

sürdürülebilirlik yenilenebilir öz kaynakların kullanım hızının, bu kaynakların doğal yenilenme hızına eşit veya düşük olduğu durumda sağlanır (*örneğin: ağaçların sürekli kesilirken, ormanlardaki yeni ağaç sayılarının artış hızı karşılaştırması*). Heinberg'in dördüncü önermesine göre yenilenemeyen öz kaynak kullanım oranının aşağı iniş gösteren bir hızda olması gerektiği ve son olarak ise insanların eylemlerinden kaynaklı çevreye zarar veren maddelerin azaltılması olarak özetlenebilir (Heinberg, 2010, s. 4-5).

Tablo 1' de sürdürülebilirlik kavramı ve bileşenlerine dair yaygın olarak kabul görmüş tanımlara yer verilmiştir. Kidd(1992) ve Brown (1987)'nin kullandığı temel kavramları içeren bu tabloda, yazarlar sürdürülebilirliğin ana bileşenlerini; dünyada insan hayatının devamının sağlanması, çevre ve sağlığa odaklı tarım üretimi, insan nüfusunun stabilize edilmesi, insan sağlığı, ekonomilerin belirli oranda büyümesi, çevre ve ekosistemlerin kalitesinin devam ettirilmesi ve teknolojik kaynakların kullanımı üzerinden tanımlamışlardır. Sürdürülebilirlik kavramının en önemli kökünün 'ekolojik taşıma kapasitesi' olduğu ve ekosistemin nüfus artışını destekleme kapasitesinin sınırlı olup, kaynaklar tükendikçe ekosistem daha az sürdürülebilir bir hale geldiği ifade edilmiştir(Brown. Hanson, Liverman ve Meredith, 1987, s.717).

Tablo 1.

Sürdürülebilirliğin Temelleri ve Tanımları

Sürdürülebilirliğin altı kökü (Kidd, 1992)	Önemli Noktalar	Sürdürülebilirliğin Tanımı (Brown vd. 1987)	Önemli Noktalar
Ekolojik/Taşıma Kapasitesi	Doğal sistemlerin hayatı ve sağlığı destekleyecek şekilde bakımı	Taşıma kapasitesi	Dünya sistemlerinin insan hayatını ve refahını destekleyen optimum ve azami kapasitesi
Kaynak / Çevre	Ekonomik büyümenin sadece doğal kaynakların bozulmasına meydan vermeyecek ölçüde ve yollarla teşviki	Biyolojik kaynakların sürdürülebilir kullanımı	Orman ve balık çiftlikleri gibi doğal sistemlerden, azami sürdürülebilir ürün
Biyosfer	İnsanların dünyanın sağlığı üzerindeki etkilerinden ve onun insan nüfusunu destekleme yeteneğinden endişe duymak	Sürdürülebilir tarım	Seller ve su taşkınları gibi felaketler sırasında ve sonrasında tarımı yeniden üretken kılmak
Teknolojinin Eleştirisi	Bilim ve teknolojinin kendi başına dünyayı koruyacağı ve	Sürdürülebilir Enerji	Isı enerjisi sağlanmasında fosil

	kurtaracağı reddi	fikrinin		yakıtı yenilenebilir alternatifler
Sıfır büyüme/yavaş büyüme	Dünyanın sürekli büyüyen nüfusunun sağlık ve esenliğini destekleme yeteneğinin sınırları	Sürdürülebilir toplum ve ekonomi		Ekonomik ve insani refahı destekleyen insan sistemlerinin korunması
Eko-kalkınma	İş ve ekonomik kalkınma faaliyetlerinin doğal kaynak ve çevre limitlerinin gerçeklerine uyarlanması	Sürdürülebilir kalkınma		Ekonomik büyümeyi doğal sistemleri bozmayacak ölçüde ve yollarla desteklemek

Kaynak: Portney, K 'nın Cambridge tarafından yayınlanmış olan 'Sustainability'; 2015, Yayın hakkı Massachusetts: MIT Press'ne ait olan çalışmasından alınarak, uyarlanmıştır. (Brown vd. 1987; Kidd, 1992)

2.2. Sürdürülebilir Kalkınma

Bu kısımda sürdürülebilirlik kavramının yarattığı sonuçlardan biri olan 'sürdürülebilir kalkınma' kavramına değinilecektir. Sürdürülebilirlik kavramı sadece çevre odaklı kaygılardan sıyrılıp, ekonomik büyüme, teknolojik gelişme ve sosyal eşitliğin desteklenmesiyle bütünleşince 'sürdürülebilir kalkınma' kavramı gündeme gelmiştir.

2.2.1. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı

Gelişme, üretim ve milli gelirden değişimi ifade eder. Kalkınma sadece üretim ve kişi başına olan milli gelirin artmasını yeterli bulmaz, ülkenin ekonomik ve sosyo-kültürel yapısındaki yenilikçi ve yapısal değişimi ifade ederken genelde az gelişmiş ekonomilerle ilgili kullanılan bir kavramdır (Kaypak, 2011, s.23-24). Sürdürülebilir Kalkınma, mevcut nesillerin ihtiyaçlarının karşılanması adına, insan ve doğa arasındaki denge üzerinden, doğal kaynaklara zarar vermeden, bilinçli tüketim şekillerini içeren ve bu sayede gelecek nesillerin ihtiyaçlarının da karşılanması sağlayan bir planlamadır (Çelebi,2019, s.1).

Sürdürülebilir kalkınma kavramının ana vurgusu çevre ile uyumluluk, sosyal ve ekonomik gelişmeye adil katılım olup, üretim ve tüketim şekillerinin bu doğrultudaki değişimi olarak ifade edilir (Karaca,2011, s.21).

Keleş'e göre ülkelerin iktisadi kalkınma amaçlı yaptıkları planlamalar ve yönetim modelleri doğal kaynakların yok olmasını ve bu sebeple çevresel yaşamın kalitesinin bozulmasını göz önünde bulundurmamaktadır (1993, S.18). Beyhan (2008, s. 12)'e göre ise 'sürdürülebilir kalkınma' kaynakların uzun dönemli korunmasını sağlayarak, çevresel

yaşamın kalitesini ve sosyal sermayeyi dikkate alan tek kalkınma modeli olarak görülmektedir (aktaran Tıraş, 2012, s. 60). Sürdürülebilir kalkınmanın ön plana çıktığı dönemlerde, uluslararası alanda kabul görmüş bazı tanımlara Tablo 2’ de yer verilmiştir.

Tablo 2.

Sürdürülebilir Kalkınma Tanımları

‘Sürdürülebilir Kalkınma bugünün ihtiyaçlarını sağlayan kalkınmanın gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanmasına engel olmayacak şekilde sağlanmasıdır.’	Brundtland Commision (1987)
‘Sürdürülebilir kalkınma ekosistemin taşıma kapasitesi dahilinde insanın yaşam kapasitesinin artırılmasıdır’	World Conservation Unit (1991)
‘Sürdürülebilirlik çevresel özellikleri olan sermayenin düzenli olarak muhafaza edilmesidir.’	David Pearce (1988)
Sürdürülebilir kalkınma 5 ana gereklilikten oluşur: (1) koruma ve kalkınmanın (2) insanların temel ihtiyaçlarının karşılanması (3) eşitlik ve sosyal adaletin sağlanması (4) hür irade ve kültürel çeşitlilik destekleyen sosyal yapı ve (5) ekolojik bütünlüğün muhafaza edilmesi	International Union for the Conservation of Nature (1996)

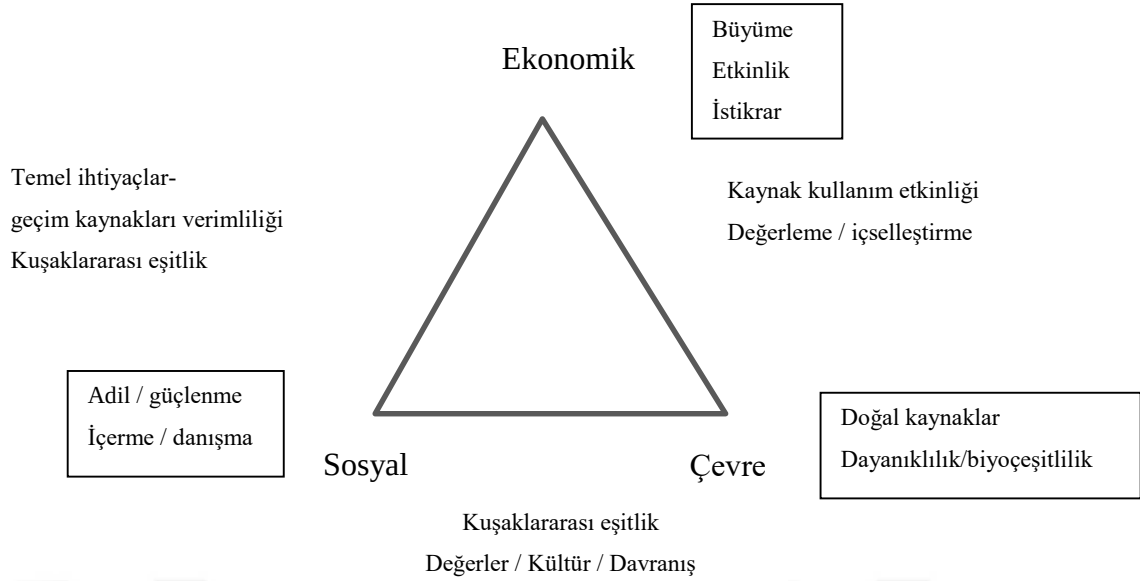
Kemp, Loorbach ve Rotmans (2007, s.22) sürdürülebilir kalkınmanın ilk özelliğini, nesiller arası süregelmesi olarak ifade eder. Yani, bir süreç olarak sürdürülebilir kalkınmanın uzun bir zaman ufkunu, en az bir veya iki nesli (25 yıldan fazla) aştığı anlamına gelir. Yazarlara göre ikinci özellik, kapsadığı ölçektir. Yerel, ulusal bazdaki sürdürülebilirlik süreçleri uluslararası olanlara uymak ve bağlantılı olmak zorunda değildir. Üçüncü özellik ise sürdürülebilir kalkınmanın bütünleştirici doğaya sahip olmasıdır, çünkü sürdürülebilirlikte farklı alanlar etkendir. Sürdürülebilir kalkınma, ekolojik, ekonomik ve sosyo-kültürel değerler ve menfaatler arasında özel bir dengeyi kapsar (Kates vd., 2005a; Pezzoli, 1997). Tüm bu farklı değerlerin ve çıkarların dikkate alınması için, karar verme süreçlerine birden fazla aktörün dahil edilmesi ve herhangi bir düzeyde gerçekleştirilebilmesi için sürdürülebilir kalkınmayı taahhüt etmesi gerekir. Sürdürülebilir kalkınma söz konusu olduğunda katılım önemlidir, çünkü sosyal eşitliği ve sosyal uyumu korumak için farklı çıkarların dahil edilmesi gerekir. Sürdürülebilir kalkınma, seçkin bir azınlığın ihtiyaçlarına hitap eden özel bir kalkınma türü değildir; bir toplumdaki birden fazla aktörün çıkarlarını ve farklı kuşakların çıkarlarını ifade etmeye çalışan, “*karmaşık, uzun vadeli, bütünleştirici ve çok aktörlü bir süreçtir*” (Frantzeskaki, Meadocroft ve Loorbach, 2012:22).

Sürdürülebilirlik kavramının temelinde, İngilizcesi ‘coevolution’ olarak bilinen, ‘birlikte evrim’ olgusu yatar (Weisz ve Clark, 2011, s.281). Sürdürülebilirlik bakış açısından birlikte evrim varlıkların bir başkası ile uyum içinde geliştiği fikrine atıfta bulunur ve toplum ve doğanın birlikte evrimini konu alır (Stead ve Stead, 2010, s.488). Toplum ve doğanın birlikte evrim ise biyolojik ve kültürel ya da sosyo-ekonomik evrim ve ilişkilerini merkeze alan bir sürece sahiptir.

İnsan ve içinde yaşadığı ekosistemin her bir parçası birbirine bağlıdır. Bu bağdan kaynaklı olarak da birbirlerini etkilerler. Örneğin, otomobillerin üretilmesi ile seyahat etme şekilleri kolaylaşmış ve araçlara olan ihtiyaç artmıştır. Artan araç kullanımı hava kirliliğine sebep olmuş, kirliliği yok etmek üzerine kurulu politikalar ise yüksek maliyetler ve atık üretimine sebep olmuştur. İnsan ihtiyaçlarını karşılamak için yaratılan gelişmeler nihayetinde farklı boyutlar üzerinde de sonuçlar doğurmaktadır.

Hükümetler, işletmeler ve kültür bir toplumda birbirini şekillendiren yapılar olarak birlikte evrilirler (Kemp ve Rotmans, 2001). Sürdürülebilir kalkınma birlikte evrimin dinamiklerini göz önünde bulundurarak, bütüncül bir yaklaşıma sahip olmalıdır (Pezzoli,1997, s.558). Bütüncül bakış açıyla değerlendirmelerde bulunduğu belirtilen Pezzoliye göre, *‘gerçeklik organik ve parçaların basit toplamından daha büyük bir yapıdır ve birlikte evrim ise toplumları ve doğayı birlikte şekillendiren bir yapıdır’* (1997, s.572). Birlikte evrim temelli bakış açısına göre, çevre ve doğa binlerce yıldır insan müdahalesinin izlerini taşımaktadır.

Öz kaynaklar üzerine yoğunlaşmış bir sürdürülebilir kalkınma olgusu yerini biyolojik, sosyo-kültürel, ekonomik ve teknolojik çeşitliliği içeren bir yapıya bırakmalıdır. Sürdürülebilir kalkınma sürecinde çeşitli sonuçlara sebep olunmakta ve bu sonuçlara yönelik geliştirilmesi gereken çözümlerle daha iyi ve daha adil bir dünya yaratılmaya çalışılmalıdır. Özellikle yönetsel açıdan uzun dönemli ve açık uçlu bir süreç olarak değerlendirilen sürdürülebilir kalkınma, çok boyutlu ve dinamik bir yapı üstüne kurulu temellere dayanmalıdır(Farrell vd., 2005, s.132). Farrel ve arkadaşları bu bakış açılarından yola çıkarak, sürdürülebilir kalkınmanın çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlardaki dengelerin birleştiği alanda gerçekleşebilen bir kalkınma modeli olması gerektiğini belirtmişlerdir. Sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik, sosyal ve çevre boyutlarının birbirileri ile ilişkisine Şekil 2’ de yer verilmiştir.



Şekil 2. Sürdürülebilir kalkınmanın temel boyutları ve birbirleriyle bağlantılarını gösteren üçgen

Kaynak: Karaca, Ş. (2020). Farklı Disiplinlerde Sürdürülebilirlik. Nobel Yayınevi, Ankara eserinde alıntılanan görsel, Munasinghe, M. (2002). Analysing the Nexus of Sustainable Development and Climate Change: An Overview, Paris: Environment Directorate, Organisation Economic Cooperation and Development'e aittir.

Şekil 2' de ekonomik, sosyal ve çevre boyutlarını Sürdürülebilirlik ekonomik anlamda, verimli ve etkin büyüme ile ekonomik istikrarın korunmasını sağlar. Ekonomik gelişmeyi sağlayan faaliyetler doğal kaynakların etkin kullanımı ve çevrenin toplum tarafından içselleştirilmesi ile mümkündür. Sürdürülebilirliğin sosyal boyutu adil ve güçlü bir toplum yapısına ulaşmayı hedeflemektedir. Toplumun sahip olduğu sosyal adalet kültürü, sadece başka insanlara değil çevreye ve tüm canlılara yönelik bir sorumluluk duygusunu içermektedir. İnsanların sahip oldukları çevreci değerlerin ve çevre odaklı kültürün kuşaklar arasında iletilmesi biyolojik çeşitliliğin korunması ve doğal kaynakların tasarruflu kullanımı ile gelecek nesillerin beklenti ve ihtiyaçlarının karşılanmasını mümkün kılacaktır.

2.2.2. Sürdürülebilir Kalkınmanın Gelişimi

İnsanoğlu dünya üzerinde yaşamını devam ettirebilmesi için gerekli olan gıda, su, hava, barınma, enerji gibi ihtiyaçlarının ekosistem tarafından, düzenli olarak karşılanmasına ve mevcut olan biyolojik kaynakların (ormanlar, balık rezervleri, vb.) yenilenebilir olmasına ihtiyaç duymaktadır (Dilbirliği ve Yazgan, 2007, s.4.).

Günümüzde tarım gıdalarının üretiminde toprak kaybı, toprağın verimsizliği, nemsizliği, böcek ve hastalıklardan etkilenmesi, gıdaların kalitesinin düşmesi gibi durumlarla karşılaşmaktadır. Su rezervlerindeki azalış sebebiyle doğal ve işlenmiş suların tedariki ve dağıtımı ile atık suların arındırılması konuları gündeme gelmiştir (Richter, 2010, s.1053). Bu konular ekosistemin sürdürülebilir şekilde işleminin önemini vurgulamaktadır.

1950’li yıllarda nüfus artış hızı ile doğanın ve öz kaynakların muhafaza edilmesi konusunda kaygılar ortaya atılmış ve dünyanın kapasitesinin nüfus artışı karşısında nasıl sürdürülebileceğine dair sorular sorulmaya başlanmıştır (Vogt, 1948; Osborne, 1948; Brown, 1954). İkinci Dünya Savaşı sonrasında endüstrileşmiş ülkeler, kaynaklarının yetersiz kalması sebebiyle hedefledikleri ekonomik büyümeye ulaşamama kaygısı taşımışlardır. 1950’li yıllar itibariyle henüz sürdürülebilirlik kavramının bilinmemesine rağmen doğal kaynakların yok olması, nüfus artışıdaki hız ve doğada yaşanan değişimler insanların dikkatini çekmeye başlamıştır (Rockwood, Stewart ve Dietz, 2008, s.9). 1960 ‘ların ortası ve 1970’lerin başında doğa ve çevre kalitesine dair kaygı ve bu konuda ulusal ve uluslararası alanlarda düzenlenen çevreci hareketler ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik kavramının benimsenmesinin öncesine denk gelen bu dönemde ekolojistler nüfus artışı ve artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılayacak faaliyetlerin uzun vadeli çevresel sonuçlarının hesaba katılmamasının felakete sebep olacağına dair fikirlerini açıklamışlardır. Bu bakış açısına göre, Dünyanın belirli ‘taşıma kapasitesi’ bulunmaktadır. ‘Taşıma kapasitesi’, bir ekosistem tarafından sürdürülebilen insan ve hayvan popülasyondur (Riddel, 1981). Nüfustaki aşırı artış, insanların en temel ihtiyaçlarını sağladığı ekosistemim sürdürülebilirliğine gölge düşürmektedir. Bu sebeple, nüfus kontrolü olmadan sürdürülebilirliğin sağlanması beklenemeyeceği belirtilmektedir (Brown vd., 1987, s.717, Kidd, 1992, s.5). Büyümenin bir noktada durması gerekmekte olduğunu yani ‘sıfır büyüme’ ekolünü destekleyen bu bakış açısında, büyümenin olmadığı durumda ekonominin etik değerlere ve sosyal hedeflere ulaşabileceği ileri sürülerek, ‘taşıma kapasitesini’ ön plana çıkaran ekol desteklenmiştir.

1970’lerin başında ‘sıfır büyüme’ felsefinin hüküm sürmesi ile ekoloji disiplinine verilen önem, teknoloji karşıtlığı ve küresel boyutta çevre yaklaşımı modelini ön plana çıkarmıştır. Samuel Ordway’in ham madde kullanımında yapılması gereken kısıtlamalara değindiği kitabı ve devamında Roma Kulübü tarafından kurulan komisyonda yer alan ve Massachusetts Institute of Technology’ de bir grup analist olarak çalışan Meadows ve arkadaşlarının ‘Limits to Growth’ (Büyümenin Sınırları) kitabı (1972) dünya ekonomisini

çevreye ilişkilendiren ve 30 dilde çevrilerek milyonlarca kopyası satılmış ve çevre konusunda ilk küresel model yaklaşımı olmuştur. Bilgisayar temelli modelleme ile nicel senaryo analizlerini çevre disiplininde uyarlayan büyüme limiti teorisine göre insan nüfusu sürekli artmış ve artan yaşam seviyesi ile fiziksel kaynakların kullanımı hızla tırmanışa geçmiştir. Teknolojik gelişmelere rağmen her sene üretilenden daha fazla öz kaynak sermayesi harcanmaktadır. Süreçlerin bu şekilde devam etmesi durumunda en temel öz kaynakların biteceği, artan maliyetlerin üretimi karsız hale getireceği ve endüstriyel büyümenin duracağı ileri sürülerek büyüme limitine ulaşılabileceği belirtilmiştir(Kidd, 1992:6).

Meadows ve arkadaşlarına göre ekonomik sistem ve nüfus 21. Yüzyıl itibariyle çöküşe geçmiş olacaktır (1972). Yazarlar, davranış değişimi, gerekli politika ve teknolojilerin yardımı ile bu çöküşün engellenebileceğini öne sürmüşlerdir. World3 adı verilen bilgisayar modeli ile dünya problematiğinin çözülmesini amaç edinmişlerdir. Bu modelin zaman serisinin 1970-2000 yılları arası küresel çapta verinin toplandığı model, 5 alt sistemi olan nüfus, gıda üretimi, sanayi üretimi, çevre kirliliği, yenilenemeyen öz kaynakların tüketimi verilerini kullanmaktadır (Turner, 2008:397). Büyümenin sınırları teorisi dünyanın geleceğini sürdürülemez olarak tahmin etmekte ve teknolojinin desteğiyle **tüketim davranışında** yaşanacak hızlı ve düzenli bir azalışın bu olumsuz gidişatı değiştirebileceğini vurgulamaktadır (Kidd, 1992, s.7.).

1980'li yıllar itibariyle popülerliği artan 'sürdürülebilirlik' olgusu ile devlet ve sivil toplum kuruluşları çeşitli projelerle bu akımının temsilcisi haline gelmiştir. 1980'den 1990'a kadar olan yıllar boyunca, bir dizi etkili raporda ve kitapta kısa ve uzun vadede dünyanın nüfus artışı, kaynakların tükenmesi ve çevre kirliliği gibi durumlardan kaynaklanan çok ciddi sorunlarla karşı karşıya olduğu fikrine değinilmiştir. Bunun yanı sıra, belirtilen problemlerin abartıldığı ve konunun önemimin toplumun geneli tarafından benimsenmesi ve güçlü siyasi liderlik ile çevresel problemlerin çözülebilir olduğu fikri de doğmuştur (Simon ve Kahn,1984). '*Resourceful Earth: A Response to Global 2000*' adlı kitaplarında Simon ve Kahn dünyadaki daha yoksul olan yarısının verimli işler bulup, toprağa, krediye ve eğitime erişebilmesi ile nüfus artışının tekrar istikrara kavuşabileceğini ve enerji tasarrufu sağlayacak tarım teknolojilerinin entegre edildiği tarım üretimi ile sürdürülebilirliğin sağlanabileceğini vurgulamışlardır (1984, s.1-2).

Sürdürülebilirlik kavramı 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından tartışılmaya başlanmış ve 'Ortak Geleceğimiz' raporunda (1987) sürdürülebilir kalkınma ile ilişkilendirilmiştir (Hayta, 2009 s.144). Sürdürülebilirliğin temelinde yatan

mevcut nesillerin ihtiyaçları yaklaşımı, dünyanın fakir olan çoğunluğunun sahip olduğu ihtiyaçlar olarak ifade edilmektedir. Ekonomik ve sosyal kalkınmanın ise gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerde olması gerektiği ve bu durumun anca küresel çapta hareket etmekle olabileceği vurgulanmaktadır. Kalkınmanın ekonomi ve toplum arasında bir dönüşüm içermesi sadece fiziki olarak kaynaklara ulaşılması ve sürdürülebilmesi değil, toplumdaki sosyal eşitliği hatta nesiller arası eşitliği ifade etmektedir (WCED, 1987).

2.2.3. Sürdürülebilir Kalkınma Politikası

Sürdürülebilir kalkınma olgusu ilk kez 1972 yılında ‘*evreyi dışlamayan kalkınma*’ ve yerel kaynaklardan adaletli bir şekilde faydalanmayı öngören bir strateji olarak Stockholm’de gerçekleşen Birleşmiş Milletler İnsan evresi Konferansı’nda resmi olarak gündem haline getirilmiştir (Altunbaş, 2003: 104). Gerçekleştirilen konferans kapsamında küresel çapta dünya sorunlarının ele alınması ve çözüm aranması için uluslararası bir organ kurulmasına karar verilerek 58 üye ülkeden ‘UNEP Yönetim Konseyi’ kurulmuş ve Birleşmiş Milletler evre Programı [UNEP] yürürlüğe konmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Dış İşleri Bakanlığı). Çevresel konularda verilecek eğitimlerin ve toplumun bu konularda duyarlılık oluşturarak örgütlenmesine yardımcı olmanın öne çıkarılması (Keleş ve Hamamcı, 1993, s.139) ile çevresel konuların siyaseti de içerdii ileri sürülmüş, teknoloji ile çevresel sorunlara çözüm yaratılabileceği fikirleri küresel çapta duyurulmuştur (Keleş ve Hamamcı, 1993, s.152).

Brundtland Komisyonu ‘Ortak Geleceğimiz Raporu’ sürdürülebilirlik adına yayınlamış son dönemin en önemli yayınıdır (1987). Gelecek nesilleri düşünmeden, sadece bugün için tüketme fikrinin olumsuzlukları vurgulanmış ve aksi tutumun tüm ülkelerin lehine olacağı açıklanmıştır. Brundtland raporuna göre sürdürülebilir gelişimin, ekolojik, ekonomik ve sosyal boyut ile entegre olmalıdır (WCED, 1987, s.66). Sürdürülebilir gelişimin alt sınırı insanların standartlarının gelişimi için gerekli sosyal ve ekonomik koşulların minimum olarak gerçekleştirilmesi iken üst sınırı ise dünyanın ekolojik sistemine ait limitlerin aşılmamasını gerektirir. Yani, sürdürülebilirlik için hem insanlığın ekonomik ve sosyal gelişimi söz konusu iken, bu gelişim ekolojik dengenin sınırları ile çevrelenerek güvenli, gelişimi ve ilerlemeyi hedefleyen büyümeden ibaret olmalıdır (Fischer vd, 2017).

Sürdürülebilir kalkınma stratejisi, insan ve doğa arasındaki uyumu teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Birleşmiş Milletler'in 'Ortak Geleceğimiz' (1987) Raporuna göre sürdürülebilir kalkınma arayışının içermesi gereken unsurlar aşağıda belirtilmiştir:

- Sürdürülebilir nitelikte ihtiyaç fazlası ve teknik bilgi üretebilen bir ekonomik sistem,
- Kalkınmayı ekolojik kökleri koruma eğilimiyle sunan bir üretim sistemi,
- Karar verme mekanizmasında vatandaşın etkin katılımını sağlayan bir siyasi sistem,
- Uyumsuz gelişimden kaynaklanan gerilimlere çözüm sunan bir sosyal sistem,
- Devamlı olarak yeni çözümler arayabilen bir teknolojik sistem,
- Sürdürülebilir ticaret ve finans kalıplarını teşvik eden uluslararası bir sistem,
- Kendini düzeltme kapasitesine sahip ve esnek yapıda bir yönetim sistemidir.

Sürdürülebilir kalkınma, Birleşmiş Milletler tarafından 'gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılamayı' amaçlayan ekonomik, çevresel ve sosyal kalkınma için yol gösterici bir ilke olarak benimsenmiştir (WCED 1987, s. 1).

1992 yılında Rio'da gerçekleşen Yer Yüzü Zirvesi olarak bilinen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda sürdürülebilir kalkınma odaklı 'Gündem 21' adlı eylem planı hazırlanarak literatürde yer edinmiştir. Eylem planının kalkınma ve çevre arasında denge kurularak 'sürdürülebilir gelişme' kavramını kazandırması planlanmıştır (Akgül, 2010, s. 137). Aynı zamanda bu sürecin '*insanoğlunun en büyük mücadelelerinden biri*' olmasından dolayı küresel çapta bir ortaklık modeli önerilmiştir (aktaran; Doğan, Bulut, Kökalan, 2015, s.661). Rio Bildirisi ile Orman İlkeleri kabul edilmiş ve konferansta Birleşmiş Milletler (BM) İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi ile BM Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi imzaya açılmıştır. Rio Konferansı'nda alınan kararlar doğrultusunda BM Çölleşme ile Mücadele Sözleşmesi hazırlanmış ve 1994 yılında imzaya açılmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Dış İşleri Bakanlığı).

Brundtland Raporu'nun yayınlanmasından sonra 1970'lerde çevresel problemlerin varlığına inanmayan iş dünyası çevresel sürdürülebilirliğin büyüme ile uyumlu olduğuna ikna olmuş ve 1992 yılında BM Konferansı'nda iş dünyası perspektifinden tavsiyelerde

bulunmak üzere Uluslararası Ticaret Odası (ICC) tarafından oluşturulan 'Sürdürülebilir Kalkınma için İş Sözleşmesi' ve Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi (BCSD) olmak üzere iki önemli uluslararası iş girişim başlatılmıştır. ICC'nin (1990) yaptığı açıklamaya göre *“Ekonomik büyüme, çevrenin korunmasının en iyi şekilde sağlanabileceği koşulları sağlar ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için diğer insani hedeflerle dengede çevre koruma gereklidir”* (Ekins, 1993, s.275).

1994'de Kahire Nüfus ve Kalkınma Konferansı, 1995'de Kopenhag Sosyal Gelişme Konferansı, 1995'de Pekin Dördüncü Dünya Kadın Konferansı, 1996 İstanbul Habitat II “Kent Zirvesi” ile küresel ortaklık ilkelerini benimseyen çeşitli zirveler gerçekleştirilmiştir (Akgül, 2010, s.139).

2000 yılında New York'ta gerçekleşen Birleşmiş Milletler Milenyum Zirvesi ile dünya liderleri küresel ortaklık ve Binyıl Kalkınma Hedeflerini belirlemişlerdir (Birleşmiş Milletler, 2000). Binyıl Kalkınma Hedefleri şu şekildedir:

- Aşırı yoksulluğu ve açlığı ortadan kaldırmak,
- Evrensel olarak ilköğretime eğitime ulaşmak,
- Cinsiyet eşitliğini desteklemek ve kadınları güçlendirmek,
- Çocuk ölümlerini azaltmak,
- Anne sağlığının iyileştirilmesi,
- HIV/AIDS, sıtma ve diğer hastalıklarla mücadele etmek,
- Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması,
- Kalkınma için küresel bir ortaklık geliştirmektir (Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilâtı Müsteşarlığı, 2010).

İlerleyen yıllarda UNEP'in güçlenmesinde önemli adımlar olan 2002 yılında Johannesburg'da düzenlenen Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi ve 2005 yılında yapılan Dünya Zirvesi'nde imzalanan Kyoto Protokolü uluslararası çevre politikaların geliştirilmesi adına önemi adımlar atılmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Dış İşleri Bakanlığı). 2012 yılında Rio + 20 Zirvesi'nde Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı gerçekleştirilmiştir. Bu konferansta Binyıl Kalkınma Hedefleri üzerinden yola çıkılarak geliştirilecek Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini geliştirmek için bir süreç başlatılmıştır (Sustainable Development Goals Knowledge Platform, 2020). Binyıl

Kalkınma Hedefleri aşağıda yer almaktadır (T.C Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilâtı Müsteşarlığı, 2010):

1. Aşırı yoksulluğu ve açlığı ortadan kaldırmak.
2. Herkes için evrensel ilköğretim sağlamak.
3. Cinsiyet eşitliği ve kadını güçlendirilmek.
4. Çocuk ölümlerini azaltmak.
5. Anne sağlığını iyileştirmek.
6. HIV/AIDS, sıtma ve diğer hastalıklarla mücadele etmek.
7. Çevresel sürdürülebilirliği sağlamak.
8. Kalkınma için küresel bir ortaklık kurmak.

2015 yılında Paris Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansı ile iklim değişikliğini durdurmak için sera gazı salınımının sınırlandırılmasına karar verilmiştir. Bu anlaşma ile küresel sıcaklıktaki artışın 1,5 derecenin altında kalması planlanmıştır. Paris Anlaşmasını küresel sera gazı emisyonunun en az %55'ine sebep olan 55 veya daha fazla ülkenin imzalanması beklenmiştir. 22 Nisan 2016'da New York'ta düzenlenen imza töreni ile süreç başlamış ve aralarından Türkiye'nin de bulunduğu 175 ülke anlaşmayı imzalanmıştır (WWF, 2016). Sürdürülebilirliğin gelişiminde önem taşıyan gelişmelerin listesine Tablo 3' te yer verilmiştir.

Tablo 3.

Sürdürülebilir Kalkınma Politikası İçin Önemli Uluslararası Adımlar

1972	Stockholm Konferansı
1987	Ortak Geleceğimiz/ Brundtland Raporu – (Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu)
1990	İnsani Gelişme Raporu
1992	Gündem 21 Bildirgesi- Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı (Rio de Janeiro)
1992	Avrupa Birliği 5. Eylem Programı
1995	Birleşmiş Milletler Nüfus ve Kalkınma Konferansı
1996	Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı Habitat II Zirvesi (İstanbul)
1996	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (Midrand)
1997	Rio+5 Zirvesi (New York)
2000	Binyıl Kalkınma Hedeflerinin Açıklanması (Birleşmiş Milletler)
2001	Stockholm Sözleşmesi
2002	Birleşmiş Milletler Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi (Johannesburg)
2004	Avrupa Çevre ve Sağlık Konferansı (Budapeşte)
2005	Kyoto Protokolü (2005)
2015	Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin Açıklanması– (Birleşmiş Milletler)
2015	Paris İklim Anlaşması

Kaynak: İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği (SKD Türkiye), 2016 <http://www.skdturkiye.org/files/yayin/100-maddede-surdurulebilirlik-rehberi.pdf> (Erişim tarihi 22.08.2020)

Çevreye ilişkin uluslararası çalışmalar küresel ve bölgesel düzeyde yürütülmektedir. Tablo 3’ te yer alan küresel düzeydeki sürdürülebilir kalkınma odaklı toplantı ve çalışmaların çoğunluğu, Birleşmiş Milletler tarafından gerçekleştirilmiştir. ‘Stockholm Konferansı’ (1972) çevre konusunda küresel ölçekte yapılan, ilk değerlendirme toplantısı olması sebebiyle önem taşımaktadır. ‘Ortak Geleceğimiz’ (1987) başlıklı rapor, Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından yayınlanmıştır. Bu raporda ilk kez “sürdürülebilir kalkınma” kavramı tanımlanmış olup, doğanın ve doğal kaynakların gelecek nesiller için korunmasının gerektiğine dikkat

çekilmiştir. Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda (1992) 'Gündem 21' eylem planı yayınlanmış olup, çevre ve kalkınma sorunlarına dair sorumluluğunun hükümetlerde olduğuna, halkın ve sivil toplum kuruluşlarının desteğinin gerekliliğine ve çözümlerin küresel çapta ele alınması gerektiğine değinilmiştir. Habitat II Zirvesi ile sivil toplum kuruluşları uluslararası çevresel kalkınma toplantılarında ilk kez etkin rol almış ve bu konferansta 'sürdürülebilir insan yerleşimleri', 'herkese yeterli konut' amaçları belirlenmiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde (2002) yayınlanan bildirgede "ekonomik kalkınma", "sosyal kalkınma" ve "çevrenin korunması" sürdürülebilir kalkınmanın üç bileşeni olarak belirlenmiştir

Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı doğrultusunda, doğanın dengesini korumak üzere, sosyal politikalar ve ekonomik araçların kullanılmasına yönelik çalışmalarda, başta hükümetlerin rol aldığı çeşitli konferans ve toplantılar yapılmaya devam etmektedir. Günümüzde hedeflenen gelişmelerin henüz erişilebilmiş olmamasına rağmen, özellikle çevre ve kalkınmaya yönelik düzenlemeler ve standartlar geliştirilmiştir. İlgili uygulamalar ise ölçülmekte ve izlenmektedir. Birleşmiş Milletler, çevre sorunlarına yönelik politikalar geliştirmekte, tüm ülkelerin belirlenen normlara ve uluslararası standartlara uyumuna yönelik çalışmalarına devam etmektedir.

2.2.4. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

Küresel amaçlar olarak belirlenen 'Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'(SKA), Birleşmiş Milletler tarafından 'tüm Dünya'da yoksulluğu ortadan kaldırmak, doğayı ve çevreyi korumak, insanların barış ve refah içinde yaşamasını sağlamak' amacıyla oluşturulan bir eylem çağrısıdır (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı [UNDP] Türkiye, 2021). Ocak 2016'da yürürlüğe giren SKA, Birleşmiş Milletler'in kalkınma ajansı olan Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından dünya çapında 170'in üzerinde ülkede ve bölgede uygulamaya konulmuştur. UNDP kapsamında geliştirilen stratejiler hem ekonomik kalkınmayı destekleyerek yoksulluğu yok etmek hem de insanların eğitim, sağlık, barınma, iş imkânları gibi çeşitli sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlarken hem de iklim değişikliği, doğanın korunması gibi önemli konuların üstesinden gelinmesini sağlamaktadır. SKA' nın stratejileri kapsamında 17 amaç belirlenmiş olup, 2020 yılında küresel çapta yaşanan Covid-19 salgının yarattığı sorunların aşılabilmesi adına önemli bir rehber olduğu belirtilmektedir (UNDP, 2021).

‘Sustainable Development Goals’ kavramı Türkçe ’ye önce ‘Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’ olarak çevrilmiş, sonrasında ise 2015 yılında ‘Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları’ olarak değiştirilmiştir. SKA’lar yoksulluğu ortadan kaldırmak, Dünya’yı korumak ve tüm insanların barış ve refah içinde yaşamasını sağlamak için evrensel bir eylem çağrısıdır. Birleşmiş Milletlere üye 193 ülke tarafından imzalanan ve 2030 yılına kadar ulaşılması planlanan 17 maddelik Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, aşağıda yer almaktadır (UNDP Türkiye, 2019):

- 1.Yoksulluğa Son
- 2.Açlığa Son
3. Sağlıklı ve Kaliteli Yaşam
4. Nitelikli Eğitim
- 5.Toplumsal Cinsiyet Eşitliği
- 6.Temiz Su ve Sanitasyon
- 7.Erişilebilir ve Temiz Enerji
8. İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme
- 9.Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı
- 10.Eşitsizliklerin Azaltılması
- 11.Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları
- 12.Sorumlu Üretim ve Tüketim
- 13.İklim Eylemi
- 14.Sudaki Yaşam
- 15.Karasal Yaşam
- 16.Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar
- 17.Amaçlar için Ortaklıklar

Birleşmiş Milletler, verilerine göre 800 milyondan fazla insan 1,25 dolardan daha az gelire sahip olup, gıda, temiz su ve hijyen koşullarına ulaşamamaktadır. Aşırı yoksulların sayısının 1990 ve 2015 yılları arasında 1,9 milyardan 836 milyona düşmesine rağmen yoksulluk halen insanlığın en önemli sorunlarının başında gelmektedir (Çelebi,2019, s.3). Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile 2030 yılına kadar dünyada yoksulluğun her yönüyle bitmesini amaçlamaktadır.

Bu çalışmanın konusunun belirlenmesinde, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarından faydalanılmıştır. SKA’ların 12. maddesi olan ‘sorumlu üretim ve tüketim’

hem üreticilerin hem de tüketicilerin davranış değişimine yönelik bir konu olarak, üretim bakış açısıyla çevre ve sağlığa duyarlı sürdürülebilir uygulamaların hayata geçirilmesine, yönetsel açıdan işletmeleri sürdürülebilir pazarlama stratejileri geliştirmelerine ve tüketicilerin sürdürülebilir ürün ve hizmetleri tercih etmelerine ve sürdürülebilir yaşam kalıpları geliştirmelerine sebep olmayı hedefler. Sürdürülebilir tüketim kalıplarının sağlanmasında etkili olan faktörler bu araştırmanın ana odağıdır.

SKA 12. maddesi olan sorumlu üretim ve tüketimin alt hedefleri aşağıda belirtilmiştir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019, s.181):

- Bilimsel ve teknolojik modeller üzerine kurulu sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarının uygulanması,
- Küresel gıda israfının önlenmesi,
- Üretim faaliyetlerin doğaya ve insan sağlığına zararlı kimyasalların kullanılmaması,
- Üretim ve tedarik zincirlerinde gıda kayıplarının hemen hemen yarıya indirilmesi,
- Atıkların dönüştürülmesi,
- Doğayla uyumlu yaşam tarzlarının benimsenmesi adına toplumda farkındalık yaratılmasıdır.

2. 3. Sürdürülebilir Tüketim

Sürdürülebilir kalkınmanın önemli bir bileşeni sürdürülebilir tüketimdir. Günümüzün tüketim toplumu için vazgeçilmez bir olgu olan tüketim davranışı, çevresel sorunların önemli bir kaynağı olarak görülmektedir. Sürdürülebilirlik kavramı, ekonomik gelişmeyi destekler ve bu gelişimin gelecek nesillerin ihtiyaçlarını sağlayarak, doğal kaynakları tehdit etmeyen üretim ve tüketim şekillerinin benimsenmesi ile gerçekleşeceğini ileri sürer. Tüketim, zaman içerisinde sürdürülebilirlik olgusu ile bağdaştırılmış ve sürdürülebilir tüketim şekilleri ortaya çıkmıştır.

2.3.1.Tüketim ve Tüketim Toplumu

Tüketim, belirli bir ihtiyacın tatmin edilmesi için bir ürünü ya da hizmeti edinme, sahiplenme, kullanma ya da yok etme olarak tanımlanır. Belirtilen davranışı gerçekleştiren kişi ise tüketici olarak isimlendirilmektedir (Odabaşı, 1999, s.4).

Sosyal bilimlere konu olan birçok kavram farklı disiplinlerden etkilenecek bir sentez halinde ortaya çıkmaktadır. Tüketim kavramı da aynı şekilde literatürde iktisat temeliyle anılmaya başlanmış, daha sonraları iktisadın tek başına insan davranışlarını açıklamasına şüpheci yaklaşan bakış açılarının ortaya çıkmasıyla, sosyoloji, psikoloji, antropoloji gibi alanlar üzerinden incelenmiştir (Ekici, 2021, s.226).

Marksist bakış açısına göre insan ihtiyaç ve kapasitelerine göre var olur. Kişi sahip olduğu kapasiteyi kullanarak farklı ihtiyaçlarını karşılamaya çalışır ve bu sayede daha eksiksiz hale gelmeye çalışır (Buğra, 2003, s.29). Marx' göre insanların sahip olduğu ihtiyaçlar daha fazla talebin yaratılması ve kapitalist yapıda daha fazla kar elde edilmesini sağlayan ana öğedir (Yanıklar, 2010, s.27). Tüketim teorisi ve tüketim toplumu kavramları ile literatüre önemli katkılarda bulunan Baudrillard (1998, s.10)'a göre tüketim sadece gereksinimlerden değil, arzular üzerine de kurulu olan bir yapıdan oluşur. Ekonomik açıdan ele alındığında Baudrillard (2004, s.95) tüketim toplumunu yeni üretim güçlerinin ortaya çıktığı, tekelleşmenin sona erdiği bir toplumsallaşma tarzı olarak görmektedir.

Dünyada tüketim oranlarının artışı ile Weber, Durkheim, Veblen, and Levi-Strauss gibi sosyologlar tüketimi, sosyal düzeni bozan kapitalist düzenin sonucu olan bir olgu olarak tanımlamıştır (Yanıklar, 2010, s.27). Weber'in, tüketimi ekonomik temellerinden ayırarak, sosyal bir olgu olarak tanımlanması ile kişinin elde etmek istediği sosyal statüsü ile tüketim şekilleri arasındaki ilişki ortaya koyulmuştur (Bocock, 2014, s.15). Tüketimin mantığı mal ve hizmetlerin bireyler tarafından kullanımı üzerine değil, sosyal göstergelerin üretim ve manipülasyonlarına odaklanmalıdır Weber'e göre üretim temeldir ve tüketim ve içinde bulunulan kültür ile bir üst yapıdır ve bu kavramlar birbirlerinden ayrılmaz birer parçadır. Durkheim'a göre tüketim dayatılır, bir ahlak olgusudur hatta bir kurumdur. Sosyal kontrol içeren kolektif bir davranış olan tüketim, haz ve keyif verici bir şey olmayı, sanki bir görev gibi dayatılan ve kurumlaştırılmıştır bir kavramdır. Bocock (2014, s.13)'e göre "insanlar modern tüketim ideolojisine dair sosyal ve kültürel uygulamalarla çeşitli medya araçları aracılığıyla karşı karşıya geldikten sonra ekonomik olarak yetersiz olsalar bile o mallara sahip olmayı arzu etmektedirler". Tüketim ideolojisi yaşamın anlamının bir şeyleri satın alma ve önceden düzenlenmiş deneyimleri yaşama temeline kuruludur. Kapitalizmi yasallaştıran, insanları satın almaya güdüleyen bu ideoloji modern kapitalizmi himayesi altına almıştır. Üretim odaklı modernizm yerini tüketim odaklı post modernizme bırakmıştır (Dal, 2017, s.2).

Tüketicinin bulunduğu toplumunun tüketim kültürünün etkisi altında kalarak, davranışlarını şekillendirir. Kapitalist sistemin önemli bir parçası olan tüketim, toplum içinde ortaya çıkmakta ve toplumundaki kültürel yapı bir toplumdaki tüketicinin diğer bir toplumdakinden farklı olmasına sebep olur. Tüketim kültürünün önemli bir özelliği de dış etkenler aracılığıyla tüketicilerin sürekli olarak yeni ihtiyaçlara sahip olduğunu hissederek tüketim faaliyetine ara vermeden devam etmelerini sağlamaktır (Bauman, 2005, s. 93).

Tüketim, geçmişi neredeyse insanlıkla birlikte başlayan bir olgu olarak, yirminci yüzyılda farklı bir boyut kazanmıştır. Tüketim, sanayi devriminin sebep olduğu sanayi kapitalizmi ile işçilerin üretici olarak görüldüğü dönemde, kapitalistler tarafından onların tüketici olarak da yararlı olabileceğinin düşünülmesi ile oluşmaya başlamıştır. 18. yüzyılın başlarında, buhar makinesinin bulunması, demir çelik sanayisi ile demir ve deniz yolu ulaşımındaki gelişmeler sayesinde mallar uluslararası pazarlarda satılmaya başlanmıştır. Lasch (2006) “işçinin daha yüksek zevklerle donatılması gerektiğini, kitlesel üretime dayanan bir ekonominin kapitalist bir üretim örgütlenmesinin yanı sıra tüketim ve boş zaman örgütlenmesini de gerektirdiğini” ifade etmiştir (Akt. Senemoğlu, 2017, s.67.) Ford şirketi 1914’ te işletmesi bünyesinde kurduğu ‘Sosyoloji Bölümü’ ile işçilerin hayatlarını yakından takip ederek, bu sayede onları birer tüketici olarak görmek gerektiği kanısına varmıştır. Tek tip ve seri üretim üzerine kurulu Fordist üretim şekli toplu tüketimi ve benzer tüketim kalıbına sahip tüketici grubunu oluşturmuştur. Belirli bir zaman sonra ise tüketiciler aynı tip ürünleri almaktan sıkılıp, diğer ürünlerden farklı olan ve gösteriş içeren ürünleri talep eder hale gelmişlerdir (Bourdieu, 1984). Büyük Buhran, II. Dünya Savaşı gibi ekonomik anlamda kriz yaşanan dönemlerde talep daralmaları yaşanmış ve mevcut para politikaları yetersiz kalmıştır (Öncel, 1969). Talep daralmasının sebep olduğu belirtilen bu durum ile “tüketimin üretimi, üretimin ise istihdamı arttırması ve bu sayede işsizliğin azaltılabileceği” fikri benimsenmiştir (Demirel ve Yegen, 2015, s.120).

1960’ların sonunda Fordizm krizi ile devlet-ekonomi ilişkileri değişime uğramıştır. Bu krizin üstesinden gelmek için yeni bir ekonomik yapı ile toplumsal dönüşüm başlamıştır. Kite iletişim araçlarının yaygın kullanılmaya başlaması ise bu değişim sürecinde olumlu etki yaratmıştır. Bu sebeple, kitle iletişim araçlarının tüketime ve kapitalizme ön ayak olması ile insanlar tasarruftan hazcılığa yönelmiştir (Şahin, 2009, s. 126-127). 1970 ve 1980’lerde endüstrinin düşüşe geçerek, çalışanların fabrikalar yerine daha hafif işleri tercih ettiği dönemin sonuna gelinmiş ve üretim ve tüketim

süreçlerinde yaşanan değişimler ‘Post-Fordizm’ çağı altında incelenmiştir. Bu dönem, Fordizmin aksine kitlesel ve standart olan üretim, esnek tabanlı ve merkezileşmeyi içeren örgütsel yenilikler ile yeni yönetim şekillerinin gelişmiş ticari ve teknolojinin sistemlerle birleştiği üretim ve yönetim modellerini içerir (Şahin, 2008, s.179). Neo liberal politikalar aracılığıyla serbest piyasaya uygulamaları kapitalizmi destekler nitelikte olmuştur (Demirel ve Yegen, 2015, s.120). Özellikle batılı toplumlarda başlayarak, tüketim kapitalist bir ideoloji olarak insanın günlük hayatının içerisinde yer alan bir uygulama olmuştur (Bocock, 1997, s. 120). Post-Fordist dönemde üretim etkinliklerinin yerine tüketimin ön planda olduğu ve bireylerin kişiliklerini yaşam tarzları ile ortaya sunduğu bir tüketim kültürüne geçiş yaşanmıştır. Bu dönemde bireylerin gözünde kişinin toplumdaki konumu tükettiği imajlar aracılığıyla algılanmaya başlanmıştır. (Arık, 2006, s.67) Kişilerin sahip olduğu sosyo-kültürel yaşam tarzları ise reklam, moda gibi popüler kültür araçları ile toplumun geneline yayılarak, yaşam kalıpları olarak benimsenmeye başlanmıştır.

19.yüzyılda üretim, ulaşım ve haberleşme alanlarındaki gelişmeler tüketimin artmasında oldukça etkili olmuştur. Batı kapitalizmini benimsemiş olan toplumlarda, üretilen malların satışlarının yaygınlaşması ile mallar birer gösterge ve sembol aracı olarak görülmüş ve tüketim ile arzular arasında bağlantı kurulmuştur. Öyle ki belirli giysilere ya da mobilyalara sahip olan kişiler kendilerine yeni kişilik kalıpları sağlamış ve bu ürünlere olan talep ekonomik sıkıntıların yaşandığı dönemlerde bile düşüş yaşamamıştır. Bu durum 1980’ler boyunca tüketim olgusunun sosyologlar tarafından sosyal kuramlar içerisinde incelenmesine yol açmıştır (Bocock, 2014, s.13-14).

Marx’a göre kapitalizm öncesi toplumlar tüketim toplumları değildir, çünkü bu dönem ürünler çoğunlukla hemen tüketmek ya da diğer mallarla değişim sağlamak amacıyla üretilmekteydi. Kapitalizme geçişle birlikte ihtiyacı karşılayan üretimden kâr amaçlı üretime geçilmiş, işçiler kendi ürettikleri malı satın almak durumunda kalarak tüketici olmuş ve tüketim toplumunun bu şekilde ortaya çıktığı belirtilmiştir (Storey, 2000, s.135-137).

Sanayileşmeye kadar ekonomik temellerin; üretim, tüketim, emek ve üretimin olmazsa olmazı olan çalışma kavramları üzerine kurulduğu görülmektedir (Şentürk, 2008). “Gözetim”, “denetim” veya “kontrol” mekanizmaları ile üretim süreçleri insanların faaliyetlerinin, işe dair sahip oldukları bilgileri, iş yapma şekilleri, işe karşı istekleri denetlenmiştir. Bu dönemin karşılıklılık ve yeniden dağıtım ilkesine bağlı olan ekonomisi ihtiyaçların karşılanmasını temel alır (Polanyi, 1986). İhtiyaç kadar üretim,

geçim sağlamaya yetecek kadar çalışma ve sahip olunan ile tatmin olmanın hâkim olduğu sanayi öncesi döneme kıyasla; sanayi sonrası dönem, çok çalışmayı gerektiren, ücret karşılığı emek sunma ve karşılığında bedel alma kavramlarının geçerliliğinin gösterdiği dönem olarak bilinmektedir. 20 yüzyıla gelindiğinde ise önceleri tüketmek için üretilirken, artık üretmek için tüketime artırılması gerektiği görülmüştür.

Bauman (1999, s.92) modern toplumun oluştuğu dönemi üretim toplumu, günümüzdeki toplumu ise tüketiciler toplumu olarak tanımlamaktadır. Günümüzün tüketim alışkanlıklarını inceleyen postmodern toplumsal teoriye göre tüketim kapitalizminin kültürel karşılığı postmodernizmdir. Postmodernizmde kişiler arası ilişkiler, eğitim, din, müzik, sağlık vb. her türlü eylem tüketime konu olup, postmodernistler tarafından kabullenilmekte ve onaylanmaktadır (Odabaşı, 2004, s.78-79). Postmodernizmle ortaya çıkan popüler kültür kavramı insanlığın geçmişin siyasi ve ideolojik yapısından sıyrılıp, toplumsal yapının dönüştüğü, geleneklerin değiştiği bir yapıya işaret eder (Şahin, 2008, s.190).

3.2. Sürdürülebilirlik ve Tüketim

Sürdürülebilirlik çevre ve ekolojiyle başlayarak, tarımsal üretim, öz kaynakların doğru kullanımı, su ve hava kirliliğinin önlenmesi, teknolojik gelişmelerin sağlanması ve bu gelişmelerin insan yaşamına uygulanmasını kapsar. Sürdürülebilirlik sadece çevreyi önemsemeyi değil, çevre ile uyum içinde yaşamayı, doğal dengeyi ve öz kaynakları korumayı, doğanın sunduğu kaynakları tüketirken, bir yandan da kaynakları tekrar yerine koyabilmeyi gerektirir (Mızıkacı, 2021, s.9). Bu sayede gelecek nesillere hem gelişmiş hem de yaşanabilir bir dünya bırakılabilmektedir. Bu kısımda sürdürülebilirlik ve tüketim arasındaki ilişki incelenecektir.

3.2.1. Sürdürülebilir Tüketim Kavramı

Sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir kalkınma paradigmasının öncülüğünde gelişen hem sürdürülebilir tüketim hem de sürdürülebilir üretimi içeren bir kavramdır (Hayta, 2009, s.144; McLaren, 2007). Sürdürülebilir üretim ve tüketim, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu tarafından “gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanmasında herhangi bir tehdit yaratmayacak şekilde doğal kaynakların kullanılmasını, üretimde zararlı madde emisyonlarının ve atıkların azaltılması yoluyla daha iyi bir yaşam kalitesinin sağlanması ve önemli ihtiyaçların

karşılanması için gerekli olan ürün ve hizmetlerin tüketimi” şeklinde tanımlanmaktadır (Jonkutė ve Staniškis, 2016, s.2). Bu tanım sürdürülebilir üretim ve tüketimin birlikte uygulanması ile gelecek nesillere sürdürülebilir bir dünya bırakmanın mümkün olduğunu ifade etmektedir.

1992 yılında Rio’da düzenlenen Dünya Zirvesi’nde yayınlanan Gündem 21 eylem planında, tüketim ve sürdürülebilirlik ilişkisine dair kamuoyu ilk kez bilgilendirilmiştir. Bu eylem planına göre, tüketim ve üretim dengesindeki eşitsizliklere karşı önlem alınırken, çevrenin korunmasına ve çevresel koşulların iyileştirilmesine odaklanılmalıdır. Özellikle gelişmiş ülkelerde, sürdürülebilir olmayan üretim ve tüketim, toplumun yoksullaşmasına ve eşitsizliğe yol açmaktadır. Sürdürülebilir olmayan üretim ve tüketim kalıplarının değişmesinin önemine dikkat çeken Gündem 21 ile ülkelerin bu hususların ekonomik büyüme ve nüfus artışı dinamiklerini de göz önünde bulundurarak, ulusal ve uluslararası politikalar ve stratejiler geliştirilmesi gerektiği savunulmuştur. (United Nations, 1992). Gündem 21’de ‘Sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak ve insan faaliyetlerinin ekolojik çevreye karşı olumsuz etkilerini en aza indirmek için tüketim kalıplarını değiştirmek insanoğlunun en büyük mücadelelerinden biridir’ ifadesi kullanılmış ve bu sayede sürdürülebilir tüketim kavramı insanoğlunun hayatında şekillenmeye başlamıştır (United Nations, 1992).

Sürdürülebilir tüketim kavramı, Norveç Çevre Bakanlığı tarafından yayınlanan raporda, ‘dünya kaynaklarının sürdürülebilirlik sınırları içerisinde kullanılmasını temel alan ve doğal yaşama verilen zararı en aza indiren yolları arayan tüketim biçimi’ olarak tanımlanmıştır (OECD, 2002). Sürdürülebilirlik kavramıyla birlikte ekolojik sürdürülebilirlik, ekolojik yurttaşlık gibi kavramlar ortaya çıkmıştır (Seyfang, 2005, s.291). Ekolojik yurttaşlık, kendini ve tüm insanlığı, dünyayla bir bütün halinde görme ve rekabet etmek yerine, birlikte çalışmanın ve ekonominin finansal değil, sosyal ve çevresel faktörlerle yeniden yapılandırılmasını içerir. İnsanların ekolojik yurttaş olarak davranmalarını sağlayacak mekanizmaları ve isteğin kaynağının bulunması ve ekolojik ayak izlerinin azalması yani davranışların olumsuz ekolojik etkilerinin azaltılması gerekliliği ise sürdürülebilir tüketim kavramına varmaktadır.

Üretim ve tüketimi birbirinden ayrılmayan parçalar olarak gören bakış açısına göre sürdürülebilir tüketim, üretimin azaltılması ya da bireysel tüketimin azaltılmasını esas almamalıdır. Tüketimden kaçınma, tutumlu olma, farkındalık sahibi olma ve alternatif yaratmayı başarabilmektir (Doğan, Bulut ve Çımrın, 2015, s.661). Sürdürülebilir tüketim üzerine yapılan tanımların bir kısmı tüketimin azaltılmasını ön

görürken, geri kalanlar ise sorumlu tüketim, etik tüketim gibi tüketim şekillerinin değiştirilmesini gerekli gören kavramlara yer vermektedir. Sürdürülebilir tüketimin genel kabul gören tanımı, sürdürülebilir ürünlerin tüketimi sayesinde, bilinçli ve çevre odaklı tüketime devam etmeye odaklanır. Üretim süreçlerinde yaşanacak çevre odaklı gelişmeler sayesinde kaynakların ekonomik ürünlere çevrilmesi söz konusu olmaktadır (Jackson, 2014, s. 256).

Sürdürülebilirlik sadece tüketicilerin değil; üreticiler, hükümetler ve beraberinde birçok kurum ve kuruluşun uygulaması gereken bir bakış açısıdır. Sürdürülebilir tüketim, işletmelerin üretim süreçlerinde, pazarlama faaliyetlerinde ve değer zincirlerinin tümünde çevreye duyarlı, firmanın, çevrenin ve toplumun sürdürülebilirliğine katkı sağlayacak eylemlerde bulunmasını öngörür (Hayta, 2009, s.146). Hayta (2009)'a göre ise sürdürülebilir tüketim davranışı, bireylerin mevcut tüketim davranışlarının çevreye duyarlı hale dönüştürülmesi ve toplam tüketim düzeyinin azaltılmasını gerektirmektedir (s.145-146). Artan nüfus ve tüketim toplumunun yapısı tüketim seviyesinde düşüşe imkan tanımazken, sürdürülebilir ürün ve uygulamaların üretimi ve tüketicilerin sürdürülebilir alternatifleri tercihi ile tüketimin bilinçli hale gelmesini sağlamak mümkün gözükmemektedir.

3.2.2. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı

Sürdürülebilir tüketim geniş kapsama sahip bir davranış şekli olarak, doğrudan doğal kaynak kullanımı ve ürün tüketim davranışı altında sınıflandırılmaktadır (Kiracı, 2009, s.99). İnsan faaliyetlerinde kullanılmak üzere harcanan su, enerji gibi doğal kaynaklar, davranışın sürdürülebilir olup olmadığına dair ipucu verir. Sürdürülebilir tüketim, kişinin sadece çevresel konularla ilgili kaygılanması değil, çeşitli davranışlar sergileyerek çevre, doğa ve toplum üzerinde olumlu etki yaratmasını gerektiren bir olgudur.

Tüketim davranışının bir süreç olarak değerlendirilmesi sürdürülebilirlik konusunda önem taşımaktadır. Sürdürülebilir tüketim satın alma kararı, harcama(tüketme) ve elden çıkarma aşamalarından oluşmaktadır. Tüketicinin ürün seçimi, seçim sonrası ürünü kullanımı, ürünün yaşam döngüsüne göre elden çıkarılması gibi durumların hepsi tüketimin sürdürülebilirliği üzerine etki etmektedir (Prothero, vd., 2011).

Kişinin bir ürünü nasıl ve ne kadar sıklıkla satın aldığı, onu tamamlayıcı ürünleri tüketme olasılığı üzerinde öngörü sağlarken, ürünleri nasıl koşullarda muhafaza ettiği ise ürünün yaşam döngüsünün uzunluğunu belirlemeye fayda sağlar. Kişinin ürünü ne zaman ve nasıl elden çıkaracağı kararının bilinmesi ise, ürünleri atmak yerine başkalarının kullanabilmesine imkan vermek ya da alternatif kullanım alanları yaratmaya yardımcı olur (Prothero, vd., 2011, s.32). Ürünlerin tekrar kullanımı, paylaşımı ve sürdürülebilir ürün satın alımı konusunda kamuoyunun bilgilendirilmesi ve tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarına yönelik farkındalıklarının arttırılması oldukça önemlidir.

Tüketicilerin ürün satın alma kararlarını organik, yerel, ikinci el, eko-etiketli ve uzun raf ömürlü ürünlerden yana kullanması sayesinde ekolojik dengenin bozulması engellenir ve kişi yaşadığı toplum ve doğaya karşı sorumlu bir davranış gerçekleştirmiş olur. Tüketiciler sürdürülebilir ürünleri satın almanın yanı sıra, bu ürünleri kullanırken ve elden çıkartırken ekolojik ayak izlerini en aza indirmeyi amaç edinmelidirler. Tüketicilerin ürün ve hizmetleri ihtiyacı kadar tüketmesi, yakıt tüketimini azaltmaları, su ve enerji tasarrufunda bulunmaları sürdürülebilirlik adına oldukça önemlidir. Ürünlerin kullanımında paylaşım ekonomisine fayda sağlayan ürün paylaşma, kiralama gibi davranışlar sürdürülebilirliğe katkı sağlarken, elden çıkarma aşamasında ürünlerin ikinci el satışı, takası gibi yaşam ömrünü uzatan davranışlar, kağıt, cam, plastik gibi atıkların geri dönüştürülmesi, kompost, atıklardan yeni ürünler üretilmesi gibi davranışlar sürdürülebilir tüketim örnekleridir (Geiger vd. 2018, s.21).

Minton ve Rose, sürdürülebilir satın alma davranışlarını doğada çözünebilir çöp poşeti kullanmak, ürün etiketleri üzerindeki ibareleri dikkatli okumak, doğada çözünebilir sabun ve deterjan kullanmak, spreyci ve deodorant kullanmamak, geri dönüştürülmüş içerikli ya da ambalajlı olan ürünleri satın almak, tekrar doldurulabilen ambalaja sahip ürünleri kullanmak olarak örneklendirmişlerdir (1997, s.37). Roozen ve Pelsmacker (1998)'e göre sürdürülebilir tüketim davranışının satın alma aşaması tüketicinin yeşil ürünleri satın alma davranışı ve niyetiyle oluşmaktadır. Yeşil ürün satın alma davranışını suda çözünebilir, daha az ambalajlı ekolojik ürünler, geri dönüştürülebilir ürün ve paketlemeler, doğal içerikli hijyen ürünleri, yerli üretim ürünler ve tekrar kullanabilen ambalajlı ürünleri satın almak olarak ifade etmişlerdir. Yazarlar ürünlerin kullanım ve elden çıkarma aşamalarının önemine de dikkat çekerek, doğa dostu yakıt kullanan araç kullanmak, toplu taşıma kullanmak, enerji tasarruflu ampül kullanmak, klimayı kullanmadığında kapatmak, içme suyu ve banyo sularından tasarruf etmek, gereksiz yere araç kullanmamak davranışlarının önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Balderjahn (1988)'e göre çevreye duyarlı tüketim davranışına verilecek örnekler; evlerin duvar ve pencerelerinde ısı yalıtım sistemleri kullanarak enerji tasarrufu yapmak, ısıtıcı ve soğutucuları daha az çalıştırmak, otomobil yerine bisiklet kullanmak gibi alternatif taşıtları kullanmak ya da araç kullanmayı azaltmaktır. Alışverişte plastik poşet kullanımının azaltılmasına dikkat çekilerek, sürdürülebilir tüketimin elden çıkarma işlemi sırasında şişe, kağıt, plastik, alüminyum ambalajların ayrı geri dönüşüm kutularına atılması önemlidir (Jackson, Olsen, Granzin ve Burns 1993; Granzin ve Olsen, 1991).

Geiger, Fischer ve Schrader, 2018 yılında yaptıkları çalışmalarında ilgili yazındaki boşluğu doldurmak ve farklı bakış açılarını bir model içerisinde toplayabilmek adına, sürdürülebilir tüketimin 4 boyut altında çalışılması gereken bir olgu olduğunu ifade ederek, 'Sustainable consumption behavior cube' adını verdikleri sürdürülebilir tüketim davranışı kübik modelini geliştirmişlerdir (s.26). Bu modelin ilk boyutu sürdürülebilirlik boyutu olarak geçer ve sürdürülebilirliğin sosyo-ekonomik ve ekolojik olmak üzere iki alt boyutunun olduğundan bahsedilir. İkinci boyut, tüketimin aşamalarını içerir. Tüketim davranışı satın alma, kullanım ve elden çıkarma olarak üç aşamadan oluşmaktadır. Örneğin, bir kişi sadece çevreci ürünleri satın alıyor fakat kullandığı ürünleri elden çıkarırken geri dönüşümüne sebep olmuyor ya da kullanılmış ürünlere yeni kullanım alanları yaratmıyorsa, bu kişinin sürdürülebilir tüketim davranışını tam anlamıyla sergilediği söylenemez.

Modelin üçüncü boyutu ise tüketim alanlarını içermektedir. Aynı çalışmada tüketicilerin ekolojiye en uyumlu tüketim alanının gıda olduğu belirtilmiştir. Diğer kategorilerin ise evsel tüketim (su ve enerji tüketimi) ve ulaşım olduğu belirtilmiştir. Bu kategorilerin düşük ekolojik uygunluğu olmasına rağmen, yoğun tüketiminden kaynaklı önemli olduğu vurgulanmaktadır. Modelin dördüncü boyutu ise davranışların ekolojik etkisini içerir ve bazı tüketim davranışlarının çevre için oldukça az etkisi varken, bir kısmı ise önemli yer tutmaktadır. Örneğin geri dönüşüm ve ışıkların kapatılması, fabrikalar, işyerleri ve evlerde güneş enerjisi sisteminin kullanılması ya da binaların yalıtımının yapılması gibi davranışlara göre, çevreye çok daha az fayda sağlamaktadır (Geiger vd., 2018, s.25).

BÖLÜM III

ORGANİK GIDA TÜKETİMİ

Bu bölümde sürdürülebilir üretim ve tüketim uygulamalarından biri olan, sürdürülebilir tarım incelenmiştir. Sürdürülebilir tüketim davranış türlerinden biri olarak gerek üretim gerekse tüketim aşamalarında çevresel etkisi oldukça yüksek olan organik gıda tüketimi kavramına değinilmiştir. Organik gıda tüketimine etkisi olan çevresel ve sosyo-psikolojik faktörler ve bu davranışı açıklayan teoriler kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır.

3.1. Sürdürülebilir Tarım

Tarım sektörü doğayla iç içedir ve doğal faktörlerin verimliliğinden doğrudan etkilenmektedir (Karaer ve Gürlük, 2003, s.197). Tarımsal üretim süresince azotlu gübreler ve pestisid kirliliği, çiftlik hayvanlarının artıklarının kontrol edilmemesi, toprağın deformasyona uğratılması, yaban hayatın kaybolması ve toprak erozyonu gibi çeşitli olumsuz çevresel etkilerle karşılaşmaktadır (Tukker, 2006, 2011).

1970'ler itibariyle tarımda ürünlerin hasat, nakliye, paketlenme ve dağıtım süreçlerini içeren yaşam döngüleri incelenerek gıda üretim süreçlerinin beslenme ve sağlık üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu dönemde toprak verimliliği, biyolojik çeşitliliğinin korunması, kimyasal kullanımının tehlikeleri gözlenmiş ve gıda üretim süreçlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlar açısından değerlendirilmesinin önemi vurgulanmıştır (Tilman ve Clark, 2014, s.520).

Diğer sektörlerle kıyaslandığında, tarım sektörü çevresel etkileri bakımından ciddi olumsuzluklara sebep olmaktadır. Artan dünya nüfusunun temel ihtiyacı olan gıda talebi tarım sektörü tarafından karşılanmaktadır Dünya'daki kara parçalarının %38'i tarım faaliyetleri için kullanılmaktadır. Dünya nüfusunun 2050 yılına kadar 9,6 milyar ulaşması beklenmektedir. Bu durum, bugünkü üretim ve tüketim alışkanlıklarının karşılanmasına kıyasla, insanların üç kat daha büyük bir dünyaya ihtiyaç duyacağına işaret etmektedir (UNDP Türkiye). Özellikle insanoğlunun temel ihtiyacı olan beslenme için tarım faaliyetler aracılığıyla gıda ve diğer ürünler elde edilirken, bu faaliyetler sonucu sera gazı salınımı, biyolojik çeşitlilik kaybı, kimyasal kirlilik ve toprak bozulması yaşanmaktadır. **Sürdürülebilir tarım** sistemlerini benimsemek, bu kaybın üstesinden gelmek ve

gelecekteki gıda ve ekosistem güvenliğini sağlamak için en iyi fırsattır (Reganold ve Wachter, 2016, s.2.) Sürdürülebilir bir gıda sistemi kurarak, gelecek nesillerin gıda güvencesinin sağlayabilecek şekilde, günümüzde ekonomik, sosyal ve çevresel temeller üzerine kurulu bir sürdürülebilir tarım sistemi ile tüm insanların besin ihtiyacını ve gıda güvenliğini sağlamak öncelikli yaklaşım olmalıdır.

İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği (SKD Türkiye) ‘nin 2018 yılında yayınladığı raporuna göre, ‘2030 yılında dünya nüfusunun 8,5 milyara, Türkiye nüfusunun ise 90 milyona yaklaşacağı yani geleceğin nüfusunu beslemek için bugüne oranla daha az çiftçi, yaklaşık %50 daha fazla tarımsal üretim yapmak zorunda kalacaktır.’ Bu sebeple gıda güvencesinin sağlanması, bitkisel ve hayvansal ürünlerin çevre ve toplumun refahını koruyacak tekniklerle üretilmesinin, fosil yakıtlara olan ihtiyacın azaltılması ile yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının, biyolojik çeşitlilik ve su tasarrufunu güçlendirecek uygulamalar ve atık yönetimi faaliyetleri ile toprak verimliliğini sürekli kılacak zirai ilaç ve gübrelerin kullanımının önemine vurgu yapılmaktadır.

Dünya nüfusundaki artışın etkisiyle son 50 yıl içerisinde gıdaya yönelik talebin neredeyse üç katına çıkarak, doğanın sağlayabileceği kaynakların %30 üzerine çıkıldığı gözlenmiştir (Staniškis, 2012, s.1015). Gıda tedarik zinciri mevcut talebi karşılamakta zorlanmaktadır. Gıda tedarik zinciri, ‘mümkün olan en düşük maliyetle üstün müşteri değeri elde etmek için tarım ve gıda ürünlerinin katma değer zinciri boyunca mal ve hizmet akışını yönetmek için birlikte çalışan birbirine bağımlı şirketler grubu’ olarak tanımlanmaktadır (Folkerts ve Koehorst, 1988). Son yıllarda artan talebi karşılamak amacıyla üretimin artması sonucu tedarik zincirleri ülkelerarası genişlemiştir. Artan nüfusun sahip olduğu talebi karşılamak adına üretimin artması ise gıda kaybı problemine dikkat çekmektedir (Govindan, 2018, s.419). Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP)’ e göre, tüketim ve üretim süreçlerinin olması gerektiği gibi işlememesi sonucu gıda kaybı ve atık problemi ortaya çıkmaktadır. Dünyada üretilen gıdanın üçte biri gıdalar üretilirken ya da tüketilirken israf olmaktadır (UNEP, 2015). Gıda kaybının önemli bölümünün üretim, hasat, işleme aşamalarında yaşanmakta, dağıtım, perakende ve tüketici grupları da bu kaybın belirgin oranda görüldüğü alanlardır (Kummu vd. 2012, s.478). Tüketime uygun haldeki gıdaların tüketici, üretici ve perakendeci tarafından terk edilmesi sebebiyle yılda 300 milyon ton gıda çöpe atılmaktadır (UNEP, 2015). Tedarik zincirinin her aşamasında gıda kaybı yaşandığına işaret eden bu durum, gıda üretim ve

tüketiminde sürdürülebilirlik bilincinin oluşturulmasının gerekli olduğunu göstermektedir.

Dünya çapında insanlar kullandıkları suyun %70'ini tarımsal faaliyetlerde kullanmaktadırlar (The Crop Site, 2015). Farklı gıda türlerinin üretim, depolama, nakliye ve dağıtım süreçlerinin çevresel etkileri önemsiz olabilirken, etin işleme süreci, şişelenmiş maden suyu gibi sıvı yoğunluğu yüksek olan ürünlerin şişe veya kutulanması sebebiyle paketlenme ve dağıtım süreçlerinin olumsuz çevresel etkileri yüksek seviyede olabilmektedir (Nemecek, Jungbluth, Canals ve Schenck, 2016, s. 609). Benzer şekilde dağıtım süreci dağıtım yapılacak alanın genişliği, hangi tür ulaşım aracı kullanıldığı ve ısıtma/soğutmalı dağıtım ağı kullanılmasıyla bağlantılı olarak olumsuz çevresel etkiler artabilmektedir (Alig vd., 2014; Bystricky vd.,2014; Webb vd.,2013) Seralarda üretilen tarım ürünleri ısıtma vb. enerji tüketimine sebep olan üretim süreçlerine sahip olduğundan dolayı olumsuz çevresel etkilere sebep olurken, doğa dostu alternatif enerji türlerinin kullanımı ile çevreye verilen zarar azaltılabilmektedir. Birleşmiş Milletler (2019)'ın raporuna göre gıda israfı ve atıkların azaltılması hem üretim maliyetlerini azaltacak hem de üretim sistemlerinde verimliliği arttıracaktır.

Gıda üretim süreçlerinin çevresel etkilerinin yanı sıra gıdaya erişebilme ve gıda kalitesi sebebiyle insanlar sağlık problemleri ile karşılaşmaktadırlar. Gıda üretimi, küresel çaptaki enerji tüketiminin %30 una ve sera gazı salınımının %22'sine sebep olmaktadır. Bunun yanı sıra 2019 yılında, 5 yaşından küçük 38 milyon çocuğun gıdalardan kaynaklanan obezite hastalığına yakalandığı saptanmıştır (Birleşmiş Milletler, 2019). Gıda üretim süreçlerinde kullanılan katkı maddeleri bu durumun sebeplerinden biri olarak, insan sağlığına zarar vermektedir. Koruyucu madde olarak kullanılan nitrit ve nitrat maddeleri kansere neden olan nitrozaminleri oluşturmakta ve kanın oksijen taşıma kapasitesini azaltmaktadırlar. Et ürününün raf ömrünü uzatan, tat ve rengine etki eden nitrit maddesinin sebep olabileceği saptanmış ve dünyada et ürünlerinde nitrit miktarının azaltıldığı görülmüştür. Gıda renklendiricileri, şekerlemeler vb. katkı maddelerinin alerjik reaksiyonlara sebep olduğu deri döküntülerinden, hiperaktivite, astım vb. birçok hastalığa sebep olabileceği gözlenmiştir (Boğa ve Binokay,2010, s.149).

Sürdürülebilirlik konusunda dünya genelinde en sıklıkla karşılaşılan problemlerin başında açlık ve yoksulluk, gıda israfı, çölleşme ve kuraklaşma, biyolojik çeşitliliğin azalmasının yer aldığı görülmektedir. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında ön plana çıkan sorumlu üretim ve tüketim amacı, özellikle gıda israfının azaltılmasına ve bu sayede 2030 yılında kadar, Dünya'daki yoksulluğu her anlamda ortadan kaldırmayı

hedeflemektedir (UNDP, 2021) Bu sebeple gıda-tarım-hayvancılık uygulamalarının çevresel, sosyal, ekonomik boyutlar göz önünde bulundurularak bütüncül sistemler ve uygulamalar ile yönetilmesinin gerekliliği ön plana çıkmaktadır.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında ön plana çıkan sorumlu üretim ve tüketim amacı ile, özellikle gıda israfının azaltılması, sürdürülebilir tarım uygulamaları ile çevreye ve insan sağlığına verilen zararı en aza indirmeyi, gıda güvenliği sağlayarak, beslenme imkanlarını genişletmeyi ve bu sayede 2030 yılında kadar, Dünya'daki yoksulluğu her anlamda ortadan kaldırmayı hedeflenmektedir (UNDP, 2021). **Sürdürülebilir tarım**, insan ihtiyaçlarını karşılayacak miktar ve kalitede gıda ürünlerinin uygun maliyetlerle üretilmesi, tarım ekonomisinde gelişme sağlanması ve bu esnada doğal kaynaklarının korunarak, çevreye verilen zararın azaltılmasını amaçlayan uygulamalar ve sistemler aracılığı ile dünya genelinde insan refahının artmasına yol açmaktadır (Trouw Nutrition Türkiye). Sürdürülebilir tarımın kapsamına giren konular; ürün çeşitliliğin sağlanması, toprağın korunması, ürünlerin hastalıkların azaltılması, haşare, zararlı maddeler ve yabancı ot problemlerinin azaltılması, kimyasal girdilerin kullanımının azaltılması ve üreticilerin bu konuda bilgilendirilmesi, doğal alanlar ve ormanların korunmasıdır (Turhan, 2005, s.15).

Tarım ve çevre arasında dengeli bir ilişkinin varlığını gerektiren sürdürülebilir tarım ile doğal kaynakların gelecekte de yarar sağlayacak şekilde yönetilmesi hedeflenmektedir (Eryılmaz ve Kılıç, 2018, s. 625). Sürdürülebilir tarım, endüstriyel tarımdan kaynaklanan sorunlara çözüm getirebilmek amacını taşır ve tarımsal üretim için dünyanın kaynaklarının sınırsız olmadığı, doğal dengenin bozulmaması ve sürekli ekonomik gelişmenin sağlanması gerektiği başlıkları üzerine kuruludur (Turhan, 2005, s.14).

Gelişmekte olan ülkeler için gıda güvenliği ve yoksullukla mücadelenin önemi sürdürülebilir tarımın gerekliliğine işaret etmekte, gelişmiş ülkelerde ise bu kavram çevre kalitesini arttırmak, insan sağlığına zarar veren çevresel etkileri azaltmak, küçük ve yerli işletmeleri desteklemek ve kırsalda çölleşmeye engel olmak gibi konuları ifade etmektedir (Marsh, 1997; Gafsi vd., 2006; Adenle vd., 2012).

3.2. Sürdürülebilir Tarım Uygulamaları

Gıda üretim süreçlerinde insan sağlığını etkileyen genetiği değiştirilmiş tohumlar kullanılmakta; mahsul yetiştirme aşamasında gıdalar katkı maddeleri, hormon, haşere

ilaçları, pestisit kimyasallar ve kimyasal gübrelerine maruz kalmakta; işleme aşamasında ürün kalitesinin uzun süre korunmasını sağlamak amacıyla ışınlama yapılmaktadır. Tüm bu süreçlere maruz kalarak üretilen gıdalar, insan sağlığını tehdit etmektedir. Üretim sürecinde kullanılan ilaç ve hormonlar toprağın yapısını bozmakta, biyolojik çeşitliliği azaltma, besin maddelerinin dengesini bozmakta, toprağın tuzlanması ve çoraklaşma gibi çevresel zararlara sebep olmaktadır. **Sürdürülebilir tarım**, gelişmiş teknolojilerin kullanıldığı bir yapı ile doğal kaynakların uzun vadede muhafaza edilmesine ve çevreye verilen zararın en aza indirilmesine fayda sağlarken, toprağın verimi arttırarak hem sosyal hem de ekonomik anlamda üretici ve tüketiciler için sürdürülebilir bir yaşam şekline destek olmaktadır. Bu üç bileşen arasındaki dengenin sağlanması oldukça önemlidir (Adanacioğlu, Saner ve Ağır, 2018, s.226).

Sürdürülebilir tarım uygulamaları **organik tarım** ve **iyi tarım** olarak ayrılmaktadır. Bu uygulamalar ile doğal kaynakların korunması ve geliştirilmesi, çevrenin korunması ve sağlık koşullarına uygun üretim süreçleri ile arttırılmış gıda kalitesine sahip ürünlerin üretilmesi sağlanmaktadır (Eryılmaz, Kılıç ve Boz, 2019, s.353.)

3.2.1. Organik Tarım

Organik kelimesi ilk defa Lord W. Northbourn ‘un 1940 yılında yayınladığı “Look to the Land” isimli eserinde, ekolojik tarım sistemini tanımlamak için kullanıldığı belirtilmektedir (Bulut, 2018, s.3). Bu kitapta ‘Organığe Karşı Geleneksel Tarım’ bölüm başlığı kullanılarak, geleneksel tarımdan farklı bir üretim sürecinin kastedildiği görülmektedir.

Organik tarım ekolojik çeşitliliğin korunmasını esas alan, insan ve çevre odaklı sürdürülebilir bir tarım sistemidir. Organik tarım “*çevrenin korunması amacıyla, kullanımına izin verilen organik girdi ve uygun tarım teknikleri yoluyla bitkisel ve hayvansal ürünlerin üretilmesi, bunların işlenmesi, etiketlenmesi, kontrolü, sertifikalandırılması ve pazarlanmasına yönelik sürdürülebilir bir tarım şeklidir*” (Demiryürek ve Bozoğlu, 2007, s.316). Bu sürecin tüm aşamalarının ulusal ve uluslararası geçerliliğe sahip kurallara göre yapılması ve bu standartlara uygunluğun bağımsız kuruluşlarca kontrol edilerek, sertifikalandırılması gerekmektedir.

Avrupa Birliği (AB), organik tarım mevzuatını 1991 yılından beri uygulamakta olup, AB ülkelerine organik ürün ihracatı yapan ülkelere, kendi organik tarım mevzuatını uygulama zorunluluğu getirmiştir. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO, 2021, s.5)’ne göre organik tarım “biyolojik çeşitliliği, tarımsal ekosistemin sağlığını teşvik eden, tarımsal üretimin üretim ve pazarlama aşamalarının izlenebilir, sürdürülebilir ve bölgesel koşullara uyum sağlayarak kırsal bölgedeki kalkınmaya yönelik fayda sağlayacak uygulamaların bulunduğu bütünsel bir üretim sistemi” olarak tanımlanmaktadır.

Organik tarım, sürdürülebilir tarım uygulamalarından biri olarak, Uluslararası Ekolojik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM) tarafından (2008) toprak, ekosistem ve insan sağlığını sürdürmek amacıyla kurulan sağlık, ekoloji, çevre ve toplum arasında adil ilişki ile toplum ve doğanın ihtiyaçları ve teknolojik yenilikleri esas olan politikalar üzerine kurulu bir sistem olarak tanımlanmıştır. Organik tarım çevresel fayda, adil ilişkiler ve tüm ilgili tarafların yaşam kalitesinin artırılmasını yenilikler ve bilimin katkıları sayesinde başarır. Organik tarım ilk kez Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri’nde başlamıştır ve tüketicilerin artan talebi ile yaygınlaşmıştır (Demiryürek, 2004, Eryılmaz, Demiryürek ve Emir, 2014).

Demiryürek’e (2011, s.28) göre organik tarımın başlıca unsurları ilaç, gübre, büyüme düzenleyici, hormon gibi kimyasalların kullanımının yasaklanması veya maksimum miktarda azaltılması, üretim teknikleri ile biyolojik ve mekanik zararlar verilmemesi, tüketici sağlığı ve toprak veriminin korunmasıdır. Organik tarım, şeffaf, izlenebilir bir sürece sahip olup, üretim ve ürünler bağımsız kuruluşlar tarafından kontrol edilip ve sertifikalandırılmaktadır. Organik gıda üretimi az miktarda tarımsal girdi kullanarak, ekolojik dengeyi bozmayan insan ve çevre odaklı bir üretim anlayışına sahiptir (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015, s.198).

3.2.3.1. Organik Gıdalar

Organik gıdalar, yapay kimyasallar ve genetiği değiştirilmiş organizmalar içermeyen doğal gıdalar olarak tanımlanmaktadır. Organik tarımı geleneksel tarımdan ayıran ise özellikle sentetik kimyasalların üretim süreçlerinde kullanılmamasıdır (Govindasamy, DeCongelio, Bhuyan, 2006, s. 4). Üretim süreçlerinde pestisit, gübre, bitki öldürücü kimyasal kullanılmamış, atık su artıma çamuru içermeyen, biyo teknolojiye ve ısıtılmaya maruz kalmamış ürünler organik etiketine sahip olabilirler (Köse, 2021, s.4).

Hayvansal ürünlerin organik olması içinse hormon ve antibiyotikler verilmemiş olmaları ve serbest gezmeleri gereklidir.

Geleneksel tarım gıdalarına kıyaslandığında, organik gıdalar üçte bir daha az kimyasal ve ilaç içermektedir (Baker vd., 2002, s.428). Daha az kimyasal maruz kalan gıdaların sağlık riski daha düşük olmaktadır. Geleneksel tarımın çıktısı olan gıdalarda yasal olarak koyulmuş en yüksek limitlerde pestisit kalıntısına rastlanmakta ve tüketicilerin, hayvansal gıda üretiminde kullanılan zirai ilaç, kimyasallar, hormonlar ile meyve ve sebze üretiminde GDO ve yapay katkı maddeleri kullanımı konularında endişeli duymaktadırlar (Naspetti ve Zanolli, 2006). Organik gıdaların üretiminde pestisit ve gübrelerin bulunmamasından dolayı, organik meyve ve sebzeler, doğal olarak oluşan toksinlerin yanı sıra polifenolik antioksidanlar sentezlemek için daha fazla biyokimyasal enerjiye sahiptir (Winter ve Davis, 2006).

Amerikan Tarım Bakanlığı (USDA), 2000 yılından beri organik sertifikası kullanımını onaylamaktadır. USDA'nın onayı olan sertifikalı organik gıdalar, çiftçilerin ve gıda işleme tesislerinin toprak sağlığı da dahil olmak üzere çiftlik ortamını iyileştirmek için temel olan standartları takip ettiği anlamını taşımaktadır. Amerikan gıda endüstrisinin en hızlı büyüyen gıda sektörü olan sertifikalı organik gıdaların satışı 2005 yılında 14 milyar \$ iken, 2015 yılında satışların 43 milyar \$'a yükseldiği kaydedilmiştir (Food Print, 2020).

Türkiye, konumu, toprağı ve sahip olduğu iklim nedeniyle dünyanın organik tarım potansiyeli ve verimliliği en yüksek olan ülkeleri arasında bulunmaktadır (Er, 2009). Bununla birlikte organik gıda denildiğinde ilk akla gelen ürünlerden biri olan yumurta ise kişilerin beslenmesi, gıda endüstrisi, ilaç ve kozmetik sektörlerinde çok amaçlı kullanılan gıdalardan biri olarak öne çıkmaktadır. Tüketicilerin beslenme konusundaki bilinç düzeylerinin artmasıyla, yumurta kalitesi daha fazla önem verilen bir konu haline gelmiştir (Karaalp vd., 2017).

Türkiye organik gıda üretiminde sahip olduğu verimli topraklar ve iklim koşulları sebebiyle potansiyeli ve verimliliği yüksek ülkeler arasında bulunmaktadır. Türkiye'de organik gıdaların üretiminin 1990-2010 dönemlerinde hızla geliştiği gözlenmiş ve organik gıda üretimine ayrılan alanların 2008-2010 dönemlerinde 3,5 kat arttığı, organik gıda üretici sayısının ise yaklaşık 2 katına çıktığı görülmüştür (Gümüş, Onurlubaş ve Karaca, 2020, s.114). Bu artışta Avrupa Birliği ülkelerinden gelen talebin etkisi olduğu belirtilmektedir.

Organik gıdaların göstergesi olan organik etiketi, bir ürünün üretiminden tüketiciye ulaşmasına kadar olan süreçte yaşanan koşullara dair bilgi sağlamaktadır. Organik etiketi, tüketicinin kendi değer ve tercihlerine uygun olacak satın alma kararı vermesini sağlamaktadır. Organik ürünlerin üretim süreçlerinin çevresel etkileri, organik olmayanlara kıyasla daha azdır (Hertwich ve Katzmayr, 2004, s.26). Pestisitlerin yaban hayata, tarım işçilerine ve doğaya zarar verdiği bilinmektedir. Geleneksel tarım faaliyetleri kapsamında kullanılan pestisitler meyve-sebzeler üzerinde kalıntı bırakması sebebiyle tüketiciler kaygı duymaktadırlar (Govindasamy vd. 2005, s.4.). Bu sebeple tüketicilerin organik ürünlere daha fazla para ödeme isteğine sahip olması beklenmektedir. Organik ürünlerin sağlık ve çevre açısından sunduğu faydalar tüketici talebinin artmasına yol açmaktadır. Fakat organik ürünlerin genellikle daha pahalı olduğuna dair bulunan müşteri algısı sebebiyle çoğu zaman organik ürünleri tercih etmeyen müşteri kitlesi organik ürün tüketiminin yaygınlaştırılması önündeki en belirgin engellerden biridir (Bezawada ve Pauwels, 2013, s.32).

Organik ürünler, tüketici gözünde yüksek değere sahip olan, ekolojik süreçlere, hayvan yaşamına önem veren, güven uyandıran, sağlıklı ürünler olarak görülmektedir (Wee vd. 2014, s.380). Ancak IFOAM 2016 yılında yayınladığı raporunda organik gıdaların sürdürülebilirlik kavramının tüm boyutlarını yeterince kapsamadığı için geleneksel ve modern tarım faaliyetlerinin tamamen dönüştürüleceği ana akım bir strateji olması açısından sorgulamaktadır. Ayrıca, organik tarımın üçüncü taraf doğrulaması, prosedür ve standartlarının oldukça karmaşık olması ve çiftçiler ile değer zinciri açısından yük getirmesi ve uygulama zorlukları sebebiyle de eleştirilmektedir.

3.2.2. İyi Tarım

İyi tarım uygulamaları, orta ve uzun vadede gıda güvenliğini, gıda kalitesini, üretimde verimliliği ve çevresel fayda sağlamayı hedeflemekte ve gıda işletmeleri, perakende firmaları, tarım işçileri ve tüketicileri kapsamaktadır (Eryılmaz ve Kılıç, 2018, s.626). İyi tarım uygulamalarında hedef, gıda üretiminin kalitesi ve güvenliğini sağlayarak, insan sağlığına ve çevreye zarar vermemektir. İyi tarım uygulamaları kimyasal gübre, ilaç kullanımını gibi kimyasal girdilerin kullanılmamasını gerektirir. Tarımsal faaliyetlerde kontrol ve yapılan uygulamaların kayıt altında tutulması sağlanarak, faaliyetlerin izlenmesi ve sürdürülebilir olması sağlanmaktadır. İyi tarım uygulamalarının planlı olması ve üretimin başlangıcından bitimine kadar her aşamasının kayıtlı olması

gerekmektedir. İyi tarım uygulamaları araştırma-geliştirme çalışmaları ile sürdürülebilir ürünlerin üretilerek tüketici beğenisine sunulması ve tüketiciye gıda güvenliği sağlanmış ürünlerin satışının yapılması amacı taşır (İçel, 2007). İyi tarım uygulamalarından üretilen tarım ürünlerinin sertifikasyonu ise GLOBALGAP adındaki protokoller belirlenmiş olan standartlar aracılığıyla sağlanır. GLOBALGAP tohumun ekiminden başlayarak, işletmeden çıkıncaya kadarki sürecin takibini ve kontrolünü yaparak, sertifikasyonunun oluşmasını sağlar (Eryılmaz ve Kılıç, 2018, s.354).

3.4. Organik Gıda Tüketimine Etkisi Olan Faktörler

Küresel ısınma, hava kirliliği, su kaynaklarının yok olması, biyolojik çeşitliliğinin azalması gibi birçok çevre problemi insan kaynaklıdır (DuNann Winter & Koger, 2004; Gardner & Stern, 2002; Vlek & Steg, 2007). Yaşanılan doğa, çevre, toplumun refahı ve yaşam kalitesi insan davranışıyla şekillenir. Bu durum insan davranışının sürdürülebilir koşullara dönüştürülmesinin önemini vurgulamaktadır. Sürdürülebilirlik amaçlarından biri olan sürdürülebilir tüketim davranışı organik, adil ticaret etiketli ürün satın alma, yerli üreticileri tercih etme, enerji ve su tasarrufu yapma, geri dönüşüme katkıda bulunma, kullanılmış ürünleri yeniden kullanma gibi çeşitli şekillerde gerçekleşebilmektedir. Bu davranışların hepsinin çevresel etkileri aynı düzeyde olmamakla birlikte, sayılan bazı davranışları geliştirmek kişinin kişiliği, tutumları, motivasyonu ya da kontrolü dışında olan zaman, para, ulaşılabilirlik gibi faktörlerden etkilenebilmektedir. Sürdürülebilirlik için tüketicinin davranış değişimi gerekmede fakat hangi davranışların değiştirilmesinin öncelikli olduğu, bu sayede ne kadar çevresel fayda sağlanabileceği ve davranış değişiminin hangi koşullar etkisinde gerçekleşeceği gibi sorulara cevap arayışının ön plana çıkması gerekmektedir. Organik gıda tüketimi, sürdürülebilir tüketim davranışının bir alt türüdür. Bu sebeple, organik gıda tüketimine etkisi olan faktörler incelenirken, sürdürülebilir tüketim davranışını şekillendirilen faktörlerden faydalanılacaktır.

Stern (2000, s.416-417), sürdürülebilir tüketim davranışını etkileyen faktörleri, sosyo-psikolojik temelli teorilerden yola çıkarak **tutumsal faktörler** (*bakış açısı, normlar, inançlar, ürünlere yönelik çevreci tutumlar, niyet, algılanan davranışsal kontrol*), dışsal değişkenleri içeren **bağlamsal faktörler** (*ürünlerin maliyeti, ekonomik ve politik koşullar, hukuki yasa ve düzenlemeler, mevcut teknolojiler, reklam, sosyal normlar ve toplumun beklentileri*), **kişisel yeterlilikler** (*bilgi, yetenek okur-yazarlık, sosyal statü, güç, sahip olunan finansal kaynaklar ve zaman*) ve **alışkanlıklar** (*rutinler*) olmak üzere

dört boyut altında toplamaktadır. Belirtilen dört faktörün önemi ve etkisi davranışa göre değişmektedir (Gardner ve Stern, 1996; Stern, 2000). Örneğin, enerji tasarrufu sağlayan ev yalıtım sistemleri maliyetli olması sebebiyle, kişinin finansal gücünün olmasını gerektirmektedir. Hava kirliliğini azaltmak amacıyla otomobil yerine toplu taşıma kullanılması davranışı, hem kişilerin gideceği istikametlerde yeterli toplu taşıma araçların olmasını, devletin bu konuda vatandaşlara yaptırımlar getirmesini ve kişilerinin alışkanlıklarını değiştirmelerini gerektirmektedir. Maddi teşvikler, sosyal normlar veya yeni teknolojilerin kullanıma sunulması gibi bağlamsal faktörler davranışı şekillendirirken, kişilerin tutumları ve inançlarının davranışa etkisi de göz ardı edilmemelidir. Dietz ve arkadaşlarına göre (1998) yaş, eğitim düzeyi, ırk gibi sosyodemografik değişkenler, kişisel yeteneklerin göstergeleri olmakla birlikte çevresel açıdan önemli birçok davranış için çok sınırlı bir açıklama gücüne sahiptirler. Çevreci davranışla ilgili alan yazından edinilen bu bilgiler tez çalışmasına ışık tutmuş ve bu araştırmada değer, inanç, normlar, niyet gibi sosyo-psikolojik faktörler üzerinden sürdürülebilir tüketim davranışının açıklanması amaç edinilmiştir.

Sürdürülebilir tüketim davranışı üzerinde etki yaratan tutum odaklı, bağlamsal ve sosyo-demografik faktörlerin, davranış türüne özgü değerlendirilmesi gereklidir. Birbirinden farklı davranış türleri, farklı seviyelerde çevresel etkilere sebep olmakta ya da her birey tarafından aynı kolaylıkla uygulanamamaktadır. Bu durum her tüketim davranışının çevresel sonuçlarının farklı olacağını göz önünde bulundurarak, davranışı belirleyen faktörlerin ayrı ayrı incelenmesini gerektirir. Brown ve arkadaşlarına göre (1987, s.717), her çevresel kaygıya karşılık gelen sürdürülebilir tüketim davranışının ayrı ölçülmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirlik tartışmaları, ele alınan ölçeğin uygulandığı zaman, alan gibi koşulların değişkenliğinden etkilenerek doğru olmayan sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir. Aynı zamanda, kişilerin sahip olduğu demografik özellikler (Abrahamse, Steg, Vlek, Rothengatter, 2005, s.283), sahip oldukları farklı kaygı türleri (Fransson, Gärling, 1999, s.370), bulundukları coğrafi alan, zaman, kültür (Steg ve Vlek, 2007, s.8) sürdürülebilir davranışları etkilemekte ve bu sebepten dolayı tek tip bir ölçekle sürdürülebilir davranışların ölçülerek genellemesinin mümkün olmadığını belirtmektedirler.

Tüketicilerin satın alma kararı verdikleri her ürün için daha az veya daha fazla sürdürülebilir bir seçim şansı bulunmaktadır. Her satın alma kararı etik açıdan ya da öz kaynak ve atıklara yönelik veya toplumsal açıdan sonuçlar doğuracaktır. Sürdürülebilir yaşam şekillerine uyum sağlamak isteyen bireyler için satın alma kararı çok daha

karmaşık bir yapıya dönüşür. Kişinin çevresel ve etik çözümlere odaklı verdiği günlük kararlar genellikle içinde çatışmalara ve çeşitli değiş-tokuşlara yol açar. Bu durum kişinin sahip olduğu motivasyon ve sürdürülebilir davranış kararın uygulanabilirliği konularında karmaşıklığa sebep olabilmektedir(Moisander, 2007, s.404).

Sürdürülebilir tüketim davranışı, bir karar verme süreci üzerine kuruludur. Kişi sahip olduğu ihtiyaç ve istekleri yerine getirirken sorumluluk üstlenerek sürdürülebilir tüketim davranışı sergileyebilir. Fakat, günlük hayatta kişinin kararlarını etkileyen ürün ve hizmetlere erişim kolaylığı, alışkanlıklar, finansal güç, sağlık ve çevre kaygıları, haz ve normlar, kişinin davranış değişimine karşı durmasına sebep olabilmektedir (FSA, 2000; Lee ve Holden, 1999). Davranış değişimi önündeki diğer engellerin kişinin sahip olduğu bilgi, motivasyon, karar verme yapısı, erişebildiği teknoloji ve sosyal ağlar olduğu belirtilmektedir (Brand 2010; Jackson 2005; Sanne 2002; Schrader 2007; Tukker vd. 2006).

Özellikle gelişmiş ülkelerde yaşayan bireylerin, günlük beslenme, ulaşım ve ev içi tüketimleri kapsamında alışkanlıklarını değiştirerek, küresel çapta sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasına fayda sağlamaları önemli bir konudur (Schäfer, Erben ve Bamberg, 2012, s.66). Bamberg (2007) ve Schäfer ve arkadaşlarına (2012) göre kişinin bulunduğu yaşam evresinde ve bulunduğu tüketim aşamasında (satın alma kararı, kullanma, elden çıkarma) sahip olduğu tutum ve davranışlara etki eden faktörler farklılık gösterebilmektedir. Bu faktörler arasından ise sosyal normlar, kişinin yüklendiği sorumluluk, hedef koyma, davranışsal kontrol her aşamada davranış yapısını belirlemede etkili olmaktadır.

3.4.1. Sosyo-Psikolojik Faktörler

Çevre odaklı davranış bilimciler, sürdürülebilir tüketim davranışına engel bireysel ve kurumsal sınırları inceleyerek, daha sürdürülebilir yaşam tarzlarına ulaşmayı sağlayan faktörleri araştırmaktadır. 1990'lara kadar, bu araştırmalar “çevresel” ve “toplum yanlısı” davranış etiketleri altında yürütülmüştür. Sosyal psikologlar, insanların çevre yanlısı tutumlarının davranışı açıklamadaki rolünü belirlemek adına çeşitli tutum ölçekleri geliştirmişlerdir (Reisch, Spash, ve Bietz, 2008, s.4). Bu dönem öncesinde, tüketim kültürü üzerine soyut eleştirilerin hakim olduğu uzun süreli bir dönem yaşanmış, daha sonraları ise sosyoloji alanı tüketim araştırmalarına odaklanmıştır (Spaargaren, 2003, s.688).

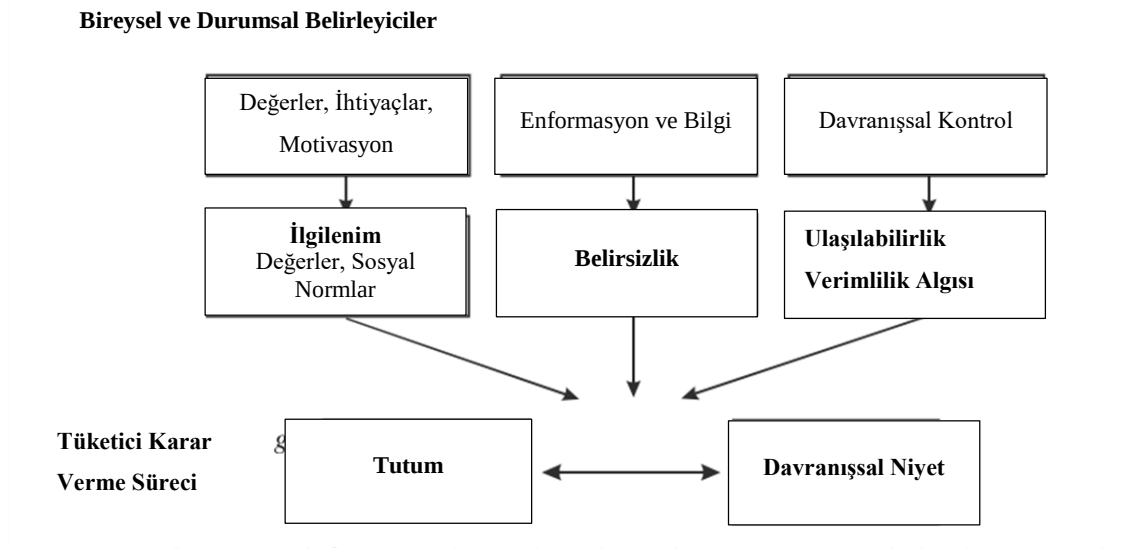
Sosyo-psikolojik bakış açısı, tüketici karar verme sürecinde sosyal bağlamın etkisiyle ilgilenir. Ürün ve hizmetlerin tüketimi, insanların toplumdaki konumlarını tanımlar. Tüketim, insanların toplumda bir yer veya statü kazanmak için çeşitli sosyal süreçlerden geçmesi için önemlidir. Bu sebeple birey, yeni tüketim olanaklarından faydalanma çabası içinde yaşar (Kletzan, Köppl, Kratena, Schleicher ve Wüger, 2002, s.133)

Çevre psikolojisi ve çevreci davranışı açıklayan çalışmalar, genellikle çevreci davranışı tutum odaklı teoriler üzerinden açıklamaktadır. Fishbein ve Ajzen (1975)'in Gerekçeli Eylem Teorisi, Ajzen (1985) Planlı Davranış Teorisi davranışsal niyeti inançlar üzerinden açıklamaya çalışırken, Schwartz (1977)'in Norm Aktivasyon kuramı kişinin değerlerini içselleştirmesi ile davranışları sonucu yaratacağı etki hakkında farkındalık sahibi olduğunu ileri sürerek, normlar üzerinden niyeti açıklamaktadır. Dietz (1998)'in sosyo-psikolojik faktörlerin çevreci davranışa etkilerini araştırdığı çalışmasına göre kişinin sosyal yapısı aracılığıyla çevre ve insanlık hakkında bir çevre görüşüne sahip olur ve bu sayede çevresel konularla ilgili tutum ve inançlar geliştirir. Bu tutum ve inançlar davranışsal niyeti etkileyerek çevreye duyarlı davranışın ortaya çıkmasına olanak tanır.

Jagger (2000) çevre odaklı davranış değişimini 'tüketici davranış modeli' üzerinden inceleyerek davranışsal niyete etken üç önemli ögenin (bkz. Şekil 3);

- Değerler, ihtiyaçlar, motivasyon
- Enformasyon ve bilgi
- Davranışsal kontrol olarak belirtmektedir.

Şekil 9' da yer verilen modelin üst kısmı Jagger (2000)'in tüketici davranış modeli, alt kısmı Vermeir ve Verbeke (2006) 'nin tüketici davranış modelinin birleşimidir.



Şekil 3. Sürdürülebilir ürünlere yönelik tüketici davranışını anlatan kavramsal model

Kaynak: Vermeir ve Verbeke, 2006

Davranışa etken niyet ve tutum odaklı çalışmalar sürdürülebilir davranışı açıklamada kullanılan bakış açılarından biridir (Shamdasani vd., 1993; Shrum vd., 1995; Verbeke ve Viaene, 1999; Chan, 2001; Bisonette ve Contento, 2001; De Pelsmacker vd., 2003; Gordier, 2003; Tanner ve Kast, 2003). Niyet odaklı çalışmalar çevreye duyarlı davranışın altında yatan içsel yanı: kişinin kendi kişiliği, düşünceleri, değerleri, tutumları, inançları gibi faktörlerin incelenmesini konu alır. Niyet, davranışının en güçlü belirleyicisidir (Ajzen, 1974). Tutumlar ise, sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik pozitif bir uyarıcıdır. Şekil 9’da yer verilen tüketici karar verme modeline göre ise tutumlar ve niyet sadece kişinin sahip olduğu değer, inanç ve motivasyondan etkilenmekle kalmaz. Davranış, kişinin sahip olduğu bilgi ve davranış gerçekleştirmeye yönelik sahip olduğu imkanlar ve davranış gerçekleştirerek elde edeceği fayda faktörlerinden de etkilenmektedir.

Literatürde sürdürülebilir tüketim davranışı inceleyen çalışmaların, davranışın ortaya çıkmasında etki sahibi olduğunu ortaya koyduğu sosyo-psikolojik faktörler aşağıdaki gibidir:

- Değer, inanç, tutum
- Hedef, motivasyon ve niyet
- Kişisel norm
- Algılanan sorumluluk / ahlaki zorunluluk

- Kişisel yetkinlikler (algılanan davranışsal kontrol, yardımseverlik, öz yeterlilik, algılanan davranışsal kontrol)
- Grup aidiyeti ve sosyal etki
- Diğer bilişsel, duyuşsal ve motivasyonel etkenlerdir.

Değerler, bireyleri güdüleyerek, davranışlarını belirleyen ve başkalarıyla ilişkilerini şekillendiren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Rohan,2000). Rokeach kişinin sahip olduğu değer sistemi ile belirli davranışları seçtiğini ve problemlerini çözümlediğini belirtilir (1979). Değerler, bireylerin yaşamlarına dair tüm davranışlarda etkilidir. Bireylerin karşılaştıkları seçimleri ve değerlendirmeleri yapmalarına yardımcı olan ve önem sırasını koymalarını sağlayan ölçütler olarak bireylerin farklı tüketici davranışları sergilemelerinde de ortaya çıkar (Feather, 1995; Steg, Perlaviciute, van der Werff, & Lurvink, 2014). Değerler çevresel niyet ve davranış tahmin etme ve açıklama konusunda, davranışa dair inançlarla olan bağlantısından kaynaklı olarak değerler önemli bir yer tutmaktadır.

Kişinin sahip olduğu değerler üzerinden, çevre sorunlarının bencil, özgecil ve biyosferik sonuçları da söz konusu olmaktadır (Dervişoğlu vd., 2009, s.51) Olumsuz sonuçlara dair farkındalık, olası sonuçlarla ilgili sorumluluk yüklenmesi ile çevreye zararlı eylemlerden uzaklaşmaya yönelik ahlaki zorunluluk duygusunu yani kişisel normları tetikler.

Normlar kişinin ahlaki zorunluluk duyguları olup çevreci davranışları açıklayan pek çok çalışmada kullanılmıştır (Schwartz 1977, Bratt 1999; Nordlund & Gravill 2002; Stern, Dietz, Kalof ve Guagnano 1995; Stern et al. 1999; Widegren 1998). Kişisel normlar, bireyin bulunduğu toplumun nezdinde içselleştirdiği değerler üzerinden oluşur(Dervişoğlu, Menzel, Soran ve Bögeholz, 2009, s. 51). Kişi davranışları sonucu çevreye vereceği zararı algılar ve bu zararı azaltmak için sorumluluk üstlenir ve bu sorumluluk sayesinde kişisel normları aktif hale gelerek davranışını etkiler. İnsan sahip oldukları değerler doğrultusunda ahlaklı davranmak zorunda hisseder. Eğer kendini çok daha büyük bir bütünün parçası olduğunu fark ederse, etrafındaki dünyayı, özellikle çevreyi önemsemeye başlar. Örneğin otomobil kullanarak çevreye verdiği zararın farkına vardığında hissedeceği ahlaki zorunluluk, o kişinin araç kullanımını azaltmayı ya da alternatif toplu taşıma türlerini kullanmasına yol açacaktır (DeGroot, Steg 2007, s.318).

Kişinin insan ve doğa arasında algıladığı bağlantı hakkındaki genel **inançları** ekolojik dünya görüşünü ifade eder (Ay, 2017, s.7). Küresel çapta, çevre sorunlarının

çözümü ve bu konuda yapılan çalışmalarda doğaya ilişkin inanç ve tutumların sosyo-kültürel yapıyı belirlemede etkili olduğu belirtilmektedir. 1978 yılında yayınlanan ve 2000 yılında yenilenen Dunlap ve Van Liere 'in “Yeni Çevresel Paradigma” ölçeği bahsedilen bu ekolojik dünya görüşünü ve çevreci yönelimleri ölçmek için yaygın olarak kullanılan bir ölçektir (Dunlap vd., 2000: 425). Dunlap ve arkadaşları çalışmalarında “Yeni Çevresel Paradigma” yı çevresel problemlerin yarattığı sonuçlara yönelik insanın sahip olduğu inanç olarak ifade etmektedir.

Tüketicilerin bir kısmı sürdürülebilir tüketim davranışında bulunmaya yönelik olumlu **tutumlara** sahiptir. Olumlu tutuma sahip olan bu tüketiciler satın aldıkları ürünlerin ekolojik ambalaja sahip olmasına, genetiği değiştirilmiş içeriğe sahip olmamasına dikkat ederek, düzenli olarak sürdürülebilir organik gıda satın aldıkları belirtilmektedir. Bu kişiler sürdürülebilir ürünlerin kalite, tat, güvenlik ve tazelik açısından diğer ürünlere göre daha üstün olduğunu ve bu ürünlere satın alarak topluma, doğaya ve ekonomiye katkıda bulunduklarını düşünürler. Öte yandan, tüketiciler sürdürülebilir ürünlerin fiyat, görüntü, ulaşım kolaylığına yönelik olumsuz tutumlara sahip olabilirler. Bu kişilerin olumsuz tutumlarından kaynaklı olarak sürdürülebilir tüketim davranışında bulunma ihtimalleri düşmektedir. (Vermeir & Verbeke, 2006, s.173). Tüketicilerin sürdürülebilirliğe karşı olumlu tutumlara sahip olması ile gerçek tüketim davranışı (sürdürülebilir olmayan) arasındaki derin boşluk uzun yıllardır varlığını korumakta olup, konuyla ilgili birçok çalışma yapılmıştır (Tukker, 2006, Di Giuli, vd., 2014). Normlarla kıyaslandığında tutumun, niyetin daha güçlü açıklayıcısı olduğu belirtilmektedir (McCaul. Sandgren, O'Neill ve Hinsz 1993).

Dupré'nin çalışmasına göre (2005) tüketicilerin %40'nın 'yeşil' içerikli yani çevreye zarar vermeyen ürünleri satın alma isteğine sahip olduğunu, fakat sadece %4'nün gerçekten çevre dostu ürün satın aldıkları ortaya konmuştur. Aynı çalışmada tüketim miktarındaki hızlı artışa dikkat çekmekte ve dünya nüfusunun tüketim harcamalarının çoğunluğunun endüstriyelmiş ülkelerden başlayarak, günümüzde gelişmekte olan ülkelere doğru kaydığı ifade edilmektedir. Özellikle batılılaşma, küreselleşme olgularının çıktıkları olarak gelişmiş ülkelerdeki tüketim şekillerinden olan araç sahibi olma, havayolu taşımacılığı, işlenmiş gıda tüketme gibi davranışlar gelişmekte olan ülkelerdeki artan tüketim harcamalarının başında gelmektedir (Dupré, 2005, s.6-7).

Çevre psikolojisi çalışan araştırmacılarının bakış açısına göre davranış değişimi yaratmanın ilk adımı çevrenin kalitesine etkisi en fazla olan davranışların belirlenmesidir (Steg ve Vlek, 2009, s.310). Steg ve Vlek'in çalışmasına göre çevreci davranış dört ana

adımdan oluşmaktadır (Tablo 4). Çevre kalitesine etkili olan davranışların seçimiyle başlayan değişim süreci, seçilen davranışı belirleyen faktörlerin saptanması, davranışın değiştirilmesini teşvik edecek stratejilerin saptanması ve değişimin yaratacağı etkilerin belirlenmesi ile tamamlanmaktadır.

Tablo 4.

Çevreci Davranışa Dönüştürme Dair Sorular

Çevre kalitesinin arttırılabilmesi için hangi davranışlar değiştirilmelidir?
Çevreye olumsuz etkileri olan davranışların seçimi
Davranış değişiminin fizibilitesinin değerlendirilmesi
Hedef davranışların temel düzeylerini değerlendirilmesi
Hedeflenecek grupların belirlenmesi
İlgili davranış hangi faktörler belirlemektedir?
Algılanan maliyet ve faydalar
Ahlaki ve normative kaygılar
Etki
Bağlamsal Faktörler
Alışkanlıklar
Çevre dostu davranışı teşvik etmek için en iyi hangi müdahaleler uygulanabilir?
Bilgilendirme stratejileri (bilgilendirme, ikna etme, sosyal destek ve rol modelleri, halkın katılımı)
Yapısal stratejiler (ürün ve hizmetlerin mevcudiyeti, yasal düzenlemeler, finansal stratejiler)
Müdahalelerin etkileri nelerdir?
Davranışsal belirleyicilerdeki değişiklikler
Davranışlardaki değişiklikler
Çevre kalitesindeki değişiklikler
Bireylerin yaşam kalitesindeki değişiklikler
Kaynak: Steg ve Vlek, 2009

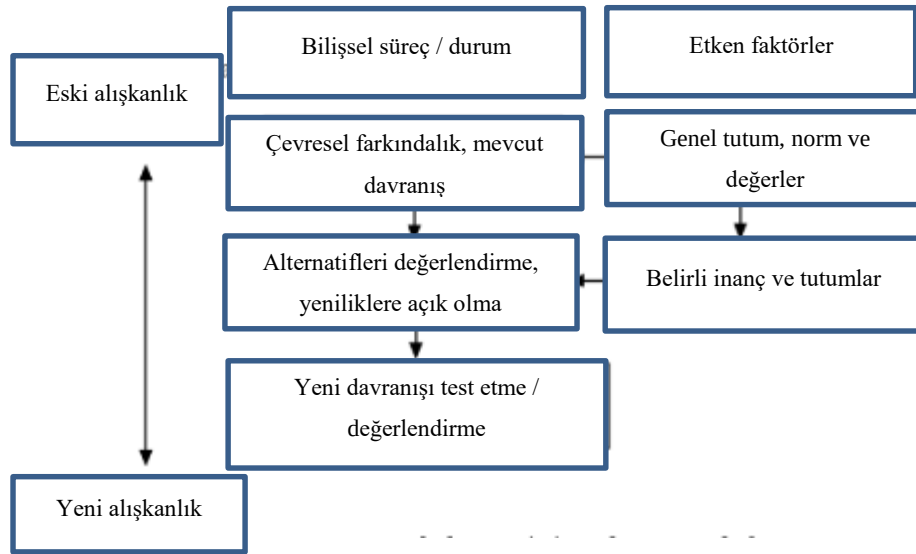
Steg ve Vlek'in argümanlarını destekler nitelikte Geiger, Fischer ve Schrader'in çalışması (2018, s.2) sürdürülebilir tüketim davranışının (ya da sürdürülebilir olmayan) çevresel ve sosyal sistemleri nasıl etkilediğini ve bu davranışların daha sürdürülebilir bir yöne nasıl yönlendirilebileceğinin değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Fakat ilgili yazındaki araştırmacıların hangi tüketim davranışının sürdürülebilir olarak kabul ettikleri konusunda hem fikir olmaması ve ortak bir referans çerçevesi üzerinden

çalışmamaları sebebiyle, Steg ve Vlek sürdürülebilir tüketim davranışı araştırmalarında yanlış bir yönelme olduğu belirtilmektedir (2018).

Yeşil tüketicinin satın alma karar sürecini araştıran Young ve arkadaşlarının çalışmasına göre, kişinin *çevre odaklı değerlerinin güçlü olması, daha önce çevre dostu ürün satın alma deneyimi olması, ürün hakkında araştırma yapacak vakti olması, çevresel konular hakkında bilgi sahibi olması, ürünün ulaşılabilir olması ve kişinin ürünü karşılayacak finansal güce sahip olması* çevre dostu ürün satın almasına etkindir (Young, Hwang, McDonald, 2010, s.18).

Sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi olan bir diğer önemli faktör alışkanlıklardır (Verplanken ve Orbell, 2003; Verplanken, Aarts ve Knippenberg, 1998, Bamberg ve Schmidt, 2003). **Alışkanlıklar** davranışın ne kadar sıklıkla yapıldığıyla değil, bilişsel sürecinin incelenmesi ile ilgili olmalıdır. Önemli olan davranışın nasıl oluştuğunu yani o bilişsel süreci anlamaktır. Alışkanlıkların oluşması için önce kişinin bir hedefi olmalı, sonuçları tatmin edici olunca tekrar edilmesi olasılığı olmalı ve bilişsel süreçlerle yönetiliyor olmalıdır (Aarts, Verplanken, and Van Knippenberg (1998). Alışılmış davranış, yanlış algılamaları ve seçiciliği içerebilir çünkü insanlar, seçimlerini doğrulayan bilgilere odaklanma ve alışılmış davranışlarıyla uyumlu olmayan bilgileri ihmal etme eğilimindedir. Alışkanlıkların yalnızca bağlam önemli ölçüde değiştiğinde yeniden değerlendirildiği belirtilmektedir (Steg ve Vlek, 2009). Örneğin, Fujii ve Garling (2003) ve Fujii, Garling ve Kitamura (2001) araba sürücülerini geçici olarak alternatif seyahat türlerini kullanmaya zorlamanın araba kullanımında uzun vadeli azalmalara yol açtığını çalışmaları ile ortaya koymuşlardır.

Çevresel bilgi insan davranışı ve niyeti arasındaki ilişkiyi güçlendirmede etken faktörlerden biridir. Çevresel bilgi, kişinin ekosistemin toplum üzerindeki etkisini anlama ve değerlendirme yeteneğine ve çevresel konular hakkında sahip olduğu bilgi yoğunluğu olarak tanımlanmaktadır (Chan, 2001; Haron vd. 2005). Çevresel bilginin kişinin satın alma alışkanlıkları ve çevre dostu ürünler kullanımı üzerinde pozitif etki sahibi olduğu (bkz. Şekil 4) ifade edilmektedir (Werner ve Alvensleben, 2011).



Şekil 4. Alışkanlıkların oluşum süreci

Kaynak: Garling, Fransson, 1990

Eski alışkanlıkların yeni alışkanlıklara dönüşümündeki bilişsel süreci anlatan şekil 4' e göre kişinin çevresel sorunlar hakkında farkındalık sahibi olması ile farklı davranış şekillerini araştırmaya başladığı ve bu yeni davranışları deneyimleyerek alışkanlıklarını dönüştürebildiği görülmektedir. Kişinin çevresel farkındalığı, değer ve inançları üzerinde etkili olan çevresel bilgi ise çevresel kaygı ve sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki bağı güçlendirmede etkilidir(Fransson ve Gärling, 1999 , s.373). Kişinin çevresel bilgi ve çevreci davranış sahibi olma durumu, sahip olduğu tutumların davranışı tahmin etmesine etkindir.

Stern'nin (1992) çalışmasına göre çevresel konularla ilgili olan kişilerin, olmayanlara kıyasla çevresel problemlere karşı nasıl davranmasını gerektiğini daha iyi bildiği ifade edilmiştir. Planlı davranış teorisi kapsamında çevresel bilginin etkilerini çalışan araştırmalardan kişi ne kadar çevre hakkında bilgi sahibi olursa, insanların davranışlarının çevresel etkileri üzerine daha fazla bilgiye sahip olarak, çevre dostu ürünleri satın almaya daha yatkın olacağı sonucuna ulaşılmıştır (Nik Abdul Rashid 2009; Rahbar ve AbdulWahid 2011). Simmons ve Widmar (1990) çalışmasına göre ise çevreci tutumlara sahip olduğu halde geri dönüşüm faaliyetlerinde bulunmadığı saptanan bir araştırma grubunda, insanların bu konuda bilgi sahibi olmamasının en belirgin bariyer olduğu gözlenmiştir. Sosyo-psikolojik faktörlerin, organik gıda tüketimi üzerindeki etkisine yönelik çalışmalara, 'Organik Gıda Tüketim Davranışını Açıklayan Çevresel ve Sosyo-Psikolojik Teoriler' başlığı altında yer verilmiştir.

3.4.2. Bağlamsal Faktörler

İnsan davranışı sadece içsel motivasyonlarla belirlenmez. Fiziksel altyapı, teknik imkanlar, ürünlerin ulaşılabilirliği ve ürün özellikleri, geri dönüşüm imkanının bulunmaması, toplu taşımada kalitenin düşüklüğü ya da marketlerde satılan ürünler hatta fiyatlandırması gibi birçok bağlamsal etken kişinin sahip olduğu motivasyonel faktörleri ve çevreci davranışı etkilemektedir (Olander & Thøgersen, 1995; Stern, 1999; Thøgersen, 2005; Van Raaij, 2002). Çevresel psikoloji alanında motivasyonel faktörler ile **bağlamsal faktörleri** birlikte çalışan araştırma sayısının az olduğu konusu eleştirilmektedir (Black, Stern, ve Elworth, 1985; Guagnano vd., 1995; Hunecke vd., 2001). Bağlamsal faktörler, bazı durumlarda davranış üzerinde direkt etki sahibi olabilmektedir. Örneğin, geri dönüşüm atıkları belediyelerce toplanmıyorsa ya da otobüs gibi toplu taşıma imkanları yoksa, bu durumda kişi çevreci davranışı gerçekleştiremez. Aynı zamanda, kişinin sahip olduğu kaygı ile bağlamsal faktörler arasındaki ilişkinin önemli olduğu belirtilmektedir.

Bağlamsal faktörler aşağıdaki gibidir:

- Kanunlar, yönetmelikler ve politikalar
- Mevcut teknolojiler
- Fiyatlandırma (ör. tarifeler, indirimler ve sübvansiyonlar)
- İçinde bulunulan fiziki çevre (tasarım ve altyapı)
- Bilgi, kitle iletişim araçları ve reklam
- Komşuluk faktörleri (örneğin, topluluk ruhu, uyum, vb.)
- Daha geniş kamu normları ve toplumun beklentileri
- Sosyo-kültürel gelenek ve görenekler (Frederiks, Stenner, Hobman, 2015, s.577).

Guagnano ve arkadaşlarının (1995) ‘**ABC Model**’ olarak adını verdikleri çevreci davranış modeline göre, bağlamsal faktörler adı altındaki bariyerler azaldıkça, sosyo-psikolojik faktörlerin davranışı açıklama gücü o kadar artmaktadır. ABC model ‘*attitudes, behavior ve contextual barriers*’ (tutumlar, davranış ve bağlamsal bariyerler) kelimelerin baş harflerinden oluşmaktadır. Modele göre davranış sosyo-psikolojik ve bağlamsal değişkenler sonucu ortaya çıkar. Sosyo-psikolojik değişkenler ve davranış arasındaki ilişki bağlamsal faktörlerin gücüne bağlıdır ve bağlamsal faktörler ile davranış arasındaki ilişki ne kadar güçlü ise davranışın sosyo-psikolojik faktörlere olan bağımlılığı

o okadar düşüktür Aynı çalışmaya göre normlara önem veren kişiler, geri dönüşüm imkanları eşit şekilde tanındığı koşullarda geri dönüşüm davranışını göstermeye daha yatkındırlar.

Bağlamsal faktörlerin, organik gıda tüketimine yönelik etkilerini araştıran çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Thøgersen (2010), farklı ülkelerdeki tüketicilerin organik gıda satın alımlarındaki farklılıkları incelediği araştırmasında, gıda tüketimi içerisinde organik gıda satın alım payının en çok politik düzenlemelerden etkilendiğini, bu düzenlemelerin organik teriminin tanımlanması, üretim standartları ve çiftçilere verilen finansal destek gibi konuları içerdiğini tespit etmiştir. Çalışmada, organik ürünlerin fiyatlandırması, ülkelerin yemek kültürü, çevresel kaygı gibi faktörlerin tüketicilerin organik gıda satın alma kararları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yin, Wu, Dub ve Chena (2010), Çin'deki organik gıda tüketimine yönelik gerçekleştirdikleri çalışmalarında, tüketicilerin organik gıda satın alma tercihlerine etkisi olan faktörleri araştırmışlardır. Çalışmanın bulgularına göre, tüketicilerin satın alma niyeti en çok gelir, organik gıdalara güven, ürün fiyatı ve tüketicinin sağlık kaygısından etkilenmektedir. Organik gıda satın alımını arttırmak için ürünler farklı kanallarda satışa sunulurarak ulaşılabilirliğinin artması ve fiyatın düşürülmesinin etkili olacağı sonucuna varılmıştır.

Bryla (2016)'nın Polonya'da yaşayan organik gıda tüketicilerin profillerini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmasına göre, organik gıda satın alım kararı önündeki en belirgin engelin yüksek fiyat olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmada, organik gıda satın alımı önündeki diğer engeller ise organik ürünlerin kolay ulaşılır olmaması, mağaza içerisinde görünürlüğünün düşük olması, müşteri farkındalığının yetersiz olması ve ürünlerin raf ömrünün kısa olması olarak tespit edilmiştir. Sağlık konusuna önem veren tüketici kitlesi için gıda güvenliği, tat, kalite, ürünün ekolojik karakteri satın alma kararına olumlu etkisi olan faktörler olarak belirtilmiştir.

Phama , Nguyena,,Phana ve Nam Nguyen (2018), çalışmalarında organik gıdaya yönelik tutumlara etkisi olan faktörleri araştırmıştır. Araştırma bulgularına göre yazarlar, sağlık bilinci olan ve kitle iletişim araçları ile organik gıdalara yönelik mesajlara maruz kalan tüketicilerin, organik satın alma ihtimallerinin arttığı sonucuna varmışlardır. Organik gıdaların yüksek fiyatlandırılması, kolay ulaşılabilir olmamaları ve ürünlere yönelik bilgi araştırmak için ek zaman ve efor gerektirmesi, bu ürünlerin satın alımın önündeki engeller olarak belirlenmiştir.

3.4.3. Sosyo- Demografik Etkenler

Demografik faktörlerin belirli bir kültürün içinde ve farklı kültürler arası değişen davranış şekillerine sebep olduğunu görülmektedir (Pisano ve Lubell, 2017). Fakat bu konuda yapılan çalışmaların bazılarının birbirleriyle zıt sonuçlar sunabildiği de söz konusudur (Diamantopoulos vd., 2003). Marquart-Pyatt (2012), 16 ülkede topladığı verilerle çevreci aktivist davranışın sosyo-demografik faktörlerle ilişkisini incelemiş ve cinsiyet, gelir, lokasyon gibi değişkenlere kıyasla sadece eğitim faktörünün araştırmaya konu olan ülkelerin hepsinde çevreci davranışa olumlu etki ettiğini ortaya koymuştur.

Hunter (2004) cinsiyet ve çevreci davranış ilişkisini 22 ülkeden topladığı veriler üzerinden incelemiş, kadın ya da erkeklerin diğerlerine kıyasla çevreci davranış gösterme oranları arasında kayda değer bir fark olmadığını ortaya koymuştur. Hunter'ın (2004) çalışmasında çevreci davranış toplumsal ve bireysel olarak iki farklı şekilde incelenmiş; toplumsal olan çevreci davranış türlerini çevreci bir sivil toplum kuruluşuna üye olmak, bir çevreci bir gruba bağışta bulunmak olarak, bireysel çevreci davranış ise çevresel sebeplerden dolayı belirli ürünleri tüketmemek, enerji tasarrufu yapmak gibi davranışlar olarak belirlemiştir. Çalışmanın önemli bir diğer çıktısı, toplumsal çevreci davranışın cinsiyet faktöründen etkilenmediği, bireysel çevreci davranış söz konusu olduğunda veri toplanan ülkelerin üçte ikisinde kadınların çevreci davranış sergileme sıklığının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Ülkenin eğitim seviyesi, çevresel bilgisi ve çevreci davranış sergileme tutumunu gösteren risk algısı, niyet, fedakarlık yapma isteği gibi faktörlerin çevreci davranış üzerinde olumlu etkileri olduğu ifade edilmektedir (Pisano ve Lubell, 2017, s.35). Inglehart (1995) ise refah seviyesi yüksek olan toplumların çevreci tutum ve davranış sergileme olasılığının arttığını belirtmektedir. Refah seviyesini sadece ekonomik kazanç ve bireylerin güvenliği ile orantılı olmadığını, artan refah seviyesinin artan yaşam kalitesi, kişinin kendisini daha iyi ifade etmesi gibi materyalist olmayan değerlere önem vererek çevreyi koruma eğilimlerinin arttığını ileri sürmektedir. Çabuk, Nakıboğlu ve Keleş'in sosyo-demografik faktörler ile yeşil ürün satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmalarına göre kadın, evli, genç, yüksek eğitim düzeyi ve hane halkı gelirine sahip bireylerin daha fazla yeşil satın alma davranışında bulundukları ortaya konulmuştur (2008, s.97).

Diamantopoulos ve arkadaşları (2003), psikolojik faktörlere kıyaslandığında, sosyo demografik faktörlerin davranışa etkisinin düşük olduğunu ileri sürmektedir.

Davranışa etken psikolojik faktörlerin etkisini ölçen anket sorularının davranışın çevresel içeriğini kapsadığı, sosyo demografik faktörlerin ise tutumların üzerinden, dolaylı bir yol aracılığıyla davranışa etken şekilde ortaya konduğunu belirterek (Corral-Verdugo & Zaragoza, 2000; Milfont, Richter, Sibley, Wilson, & Fischer, 2013), demografik faktörler ve çevreci davranış ilişkisi çalışan araştırma sonuçlarının birbirlerinden farklı bulgular vermesine sebep göstermişlerdir. Pisano ve Lubell (2017, s.51) 30 ülkeden 38,000 katılımcı ile yaptıkları araştırmalarında ülkelerin refah, eğitim seviyesi ve çevresel problemlerinin çevreci davranış ile ilişkisinde sosyo-demografik ve psikolojik faktörlerin etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonuçlarına göre, tutumlara kıyasla sosyo-demografik faktörlerin çevreci davranış üzerindeki etkilerini düşük bulunmuştur. Demografik, psikolojik ve bağlamsal faktörlerin ülkenin refah seviyesi, kalkınmışlık derecesi ve post materyalist değerlere sahip olması gibi faktörlerle birlikte değerlendirildiği, çok boyutlu ölçümlemenin daha gerçekçi sonuçlar ortaya koyacağı ifade edilmiştir.

Demografik faktörlerin organik gıda tüketimine etkilerini analiz eden çalışmalardan Hartman ve Wright (1999)'ın araştırmasına göre, organik gıda ürünleri tercihinde ileri yaşta ve gelir durumu yüksek olan tüketiciler, sağlıkları açısından daha kaygılı oldukları için, genç tüketicilerin ise çevresel hassasiyetleri sebebiyle organik gıda satın almaya isteğine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Armağan ve Özdoğan'ın çalışmasına göre (2005), tüketicilerin gelir ve eğitim düzeyi arttıkça, sağlıklı ve lezzetli olarak tanımladıkları, organik gıdaları satın alma kararı tercihinde bulunmaktadır. Akın ve arkadaşlarının çalışmasına göre (2010), organik gıdalara karşı duyarlılığı ve bilinç seviyesini diğerlerine kıyasla daha yüksek olduğu tüketici grubu: çocuklu aileler, 40 yaş ve üzeri tüketiciler, gelir seviyesi yüksek ve özellikle kadınlardan oluşmaktadır. Hughner ve arkadaşlarına göre (2007), organik gıda satın alımında genç tüketicilerin olumlu tutumlara sahip olduğunu, bu sebeple yaştan organik gıda tüketim davranışının belirleyicisi olduğu ortaya konmuştur. İtalyan ailelerin akdeniz tipi beslenmelerine sadık kalarak, içerisine organik gıda tercihleri eklemelerine yönelik davranışlarını inceleyen Annunziata, Agovino ve Mariani (2018)'nin çalışmasında, çocuklu ve akdeniz tipi beslenme şekline sahip ailelerin organik gıdaları satın alma ihtimalinin yüksek olduğu ve eğitim seviyesi ile gelir arttıkça, organik gıda tüketiminin arttığı sonucuna varılmıştır.

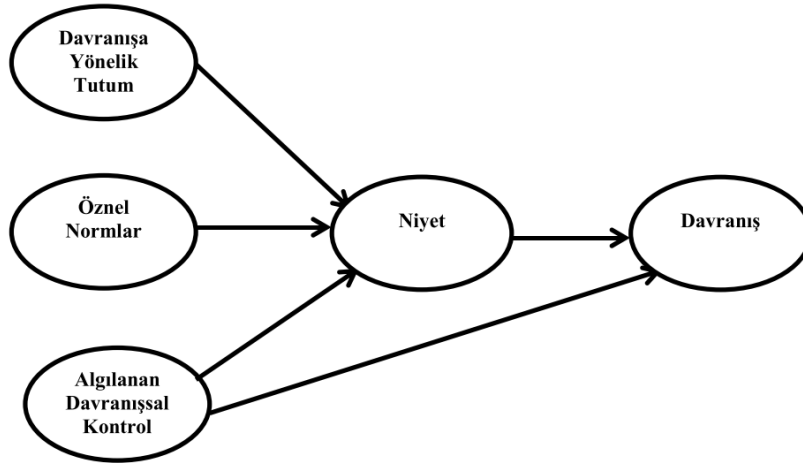
3.5. Organik Gıda Tüketim Davranışını Açıklayan Çevresel ve Sosyo-Psikolojik Teoriler

Bu bölümde, literatürde organik gıda tüketimini açıklamada kullanılan çevresel ve sosyo-psikolojik teoriler anlatılacaktır. Çevreci davranışı çevresel ve sosyo-psikolojik faktörler üzerinden inceleyen teorilerin en başlıcaları, Ajzen'nin Planlı Davranış Teorisi (1991); Schwartz'ın Değerler teorisi ve Norm Aktivasyon teorisi (1992, 1977), Değer-İnanç-Norm Teorisi (Stern vd. 1999; Stern, 2000)'dir.

3.5.1. Planlı Davranış Teorisi

Çevre psikolojisi alanında uzun yıllardır yapılan çalışmalar, insan davranışını belirleyen faktörleri saptayarak, bireyleri çevreci ve sürdürülebilir davranışa yönlendirmeyi amaç edinmiştir. 1975' de Fishbein ve Ajzen tarafından ortaya konan 'Gerekçeli Eylem Teorisi' tutumların davranışa dönüşmesinde etkili olan faktörleri kişinin sahip olduğu inançlar ve yaşadığı çevrenin beklentilerini içeren sosyal etki olarak belirlemişlerdir. İlerleyen zamanlarda bu teori genişletilerek Ajzen tarafından 'Planlı Davranış Teorisi' adı altında literatüre kazandırılmıştır (1985, 1988, 1999). Kişilerin sahip oldukları tutumlar ve inançlar üzerinden çevreci davranış incelendiği bu teoride davranışsal niyet, içsel bir motivasyon olarak kişinin bilinçli bir planı veya davranışı gerçekleştirmek için çaba sarf etme kararını temsil etmektedir. Belirli bir davranışa yönelik tutumlar, davranış üzerindeki etkilerini davranışsal aracılığıyla gösterir. Niyetin davranışı belirlemedeki önemini vurgulayan bu teoriler çevreci davranışa yönelik çalışmalarda kullanılmıştır. Kişilerin ulaşım türü seçimleri (Bamberg & Schmidt, 2003; Harland, Staats, & Wilke, 1999; Heath & Gifford, 2002; Verplanken, Aarts, Van Knippenberg, & Moonen, 1998), geri dönüşüm faaliyetleri (Kaiser & Gutscher, 2003), atık ve kompost yönetimleri (Mannetti, Pierro, & Livi, 2004; Taylor & Todd, 1995), su kullanımı, et tüketimi (Harland vd., 1999) gibi çeşitli çevreye duyarlı davranışlarını açıklamada kullanılmıştır.

Şekil 5' de yer alan Planlı davranış teorisi modeline göre, tutumlar, öznel norm ve **algılanan davranışsal kontrol** davranışa niyeti belirlemekte ve niyet davranış şekillendirmede etkindir (Hargreaves, 2011, s. 81). Ayrıca, algılanan davranışsal kontrol değişkeni davranışı doğrudan etkileyebilmektedir.



Şekil 5. Planlı davranış teorisi, Ajzen, 1985

Kaynak: Erten, 2002

Bireyin içsel motivasyonunun herhangi bir dışsal faktörden etkilenecek, davranışını şekillendirebileceğinden yola çıkan Azjen (1991) bu modele algılanan davranışsal kontrol değişkenini eklemiştir. Algılanan kontrol değişkeni, kişinin söz konusu davranışta bulunabilmesinin ne kadar kolay veya zor olduğuna dair inancıdır (Şıker ve Ülger, 2019, s.1248). Bu faktörün, eğer davranışın kontrolü, kişinin kendi isteğine bağlı değilse o zaman davranış doğrudan açıklayabileceği ifade edilmiştir (Erten, 2002, s.69). Tutumlar ve algılanan davranışsal kontrol değişkenlerinin çevreci ürün satın alma niyetini pozitif yönde etkilediği çalışmalarca ispat edilmiştir (Gatersleben, Steg, ve Vlek, 2002; Litvine ve Wüstenhagen, 2011; Ho vd, 2015).

Niyetler ve davranış arasındaki ilişki, insanların gerçekleştirmeyi düşündükleri davranışlara girme eğiliminde oldukları gerçeğini yansıtır. Bu ilişki üzerinde kontrol sahibi olunan davranışlar olan davranışlarda bulunma olasılığımızın daha yüksek olduğunu ve üzerinde kontrol dışı olan davranışları gerçekleştirmenin önünde engel olduğunu anlatır. Tersine, eğer niyetler sabit tutulursa, davranışın üzerindeki kontrol arttıkça davranış gerçekleştirilme olasılığı daha yüksek olacaktır (Conner ve Armitage, 1998, s.1431).

Literatürde, organik gıda tüketim niyetini Planlı Davranış teorisi kapsamında inceleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Gifford ve Bernard, 2006; Honkanen vd., 2006; Padel ve Foster, 2005; Saba ve Messina, 2003, Tarkiainen ve Sundqvist, 2005; Ahmad ve Juhdi, 2010; Kavaliauske ve Ubartaite, 2014; Teng ve Wang, 2015). Tarkiainen ve Sundqvist (2005), normlar ve tutumların organik gıda tüketim satın alma

niyeti üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, öznel normların tutumları güçlendirerek satın alma niyetine etki ettiğini ve niyete en güçlü etkinin tutum kaynaklı olduğu sonucuna varmışlardır. Aynı çalışmada, organik gıda satın alma niyetinin gerçek davranışı tahmin etmedeki gücünün oldukça yüksek olduğu belirtilmiştir. Aertsens, Verbeke, Mondelaers ve Huylenbroeck (2009), Planlı Davranış teorisi ile Schwartz'ın Değerler teorisinde yer alan değişkenlerin organik gıda tüketim niyetine etkisini araştırdıkları çalışmalarında, tutumların çevresel değerlerden etkilendiğini ve tutum, kişisel ve öznel normlar ile davranışsal kontrol faktörlerinin organik gıda tüketim niyetini etkilediği sonucuna varmışlardır.

Kavaliauske ve Ubartaite (2014), tüketicilerin organik gıda satın alma niyetini araştırdıkları çalışmalarında, inançlar, sağlık açısından duyulan kaygı ve ürün içeriklerine güven faktörlerinin organik ürün satın alma niyetine etkilerinin güçlü olduğunu ortaya koymuştur. Ahmad ve Juhdi (2010), Malezyalı tüketicilerin organik gıda satın niyetini inceledikleri çalışmalarında, organik ürünün satın almaya değer olup olmadığına yönelik algı ve ürünün güvenli ve sağlıklı olduğuna dair inançların satın alma niyetine etkili faktörler olduğu sonucuna varmışlardır. Teng ve Wang (2015), organik gıda etiketlerinin ve organik gıdaya yönelik bilginin, tüketicinin organik gıda satın alma niyetine etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, organik gıda yönelik tutumlar ve öznel normların organik gıda satın alma tercihi üzerinde önemli etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır.

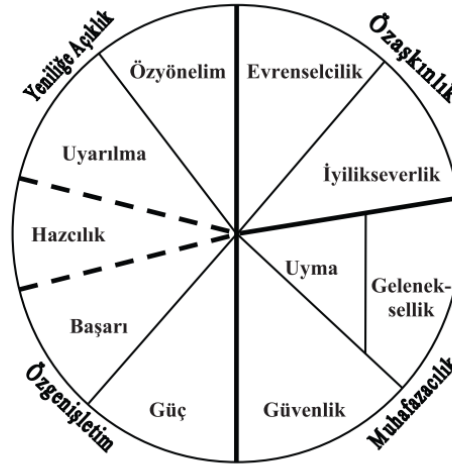
3.5.2. Değerler Teorisi

Değerler, bireylerin psikolojik süreçlerinin, başkalarıyla sosyal etkileşimlerinin ve bulunduğu kültürlerinden gelen birikimin parçasıdır (Rokeach, 1979 s.17.). Sosyal bilimlerde farklı disiplinlerin çalışma konusu olarak sıklıkla ele alınmaktadır (Kuşdil & Kağıtçıbaşı, 2000). Schwartz değerleri, kişinin arzuladığı durum veya davranışı elde edebilmek amacıyla kullandığı inançlar olarak, bireyin düşünce, tutum ve davranışlarını ortaya koymasında kullandığı ölçüler olarak görülür ve bu sayede kişinin dış dünyayı algılama ve davranışlarına standart koyabilmesine aracı olduğunu belirtir (1992).

Değerler ve değerlerin ölçülmesiyle ilgili yazına bakıldığında; Rokeach Değerler Sistemi (RVS) (1973), Değerler ve Yaşam Biçimi Sistemi (VALS) (1992), Kahle'nin Değerler Listesi (LOV)(1988), Hofstede'nin Kültürel Değer Kuramı, Schwartz'ın Değerler Listesi (SVS)(1992) ve Stern'in Değer-Inanç-Norm Kuramı

(VBN)(1978) teorilerinin konuyla ilgili başlıca geliştirilen çalışmalar olduğu görülmektedir.

Schwartz'ın **Değerler Teorisi**'ne (1992) göre değerler konseptler veya inançlar olup, arzulanan davranışlara ait olan, spesifik durumlardan bağımsız, seçimleri yönlendiren veya davranışları değerlendiren ve öneme göre sıralanan bir yapıdır. Schwartz, değerleri açıklamada insanların sahip olduğu 3 evrensel ihtiyaçtan yola çıkmıştır. Bu ihtiyaçlar, bilişsel temsilleri olarak kavramsallaştırılmıştır. Bunlar, bireyin biyolojik ihtiyaçları, sosyal etkileşimlerini düzenlemeyle ilgili ihtiyaçları ve grup ve toplumsal gereklilikleri yerine getirmeyle ilgili ihtiyaçlarıdır. Schwartz kişileri motive eden 10 değeri güç, başarı, hazcılık, evrenselcilik, uyarılma, öz yönelim, iyilikseverlik, uyma, geleneksellik ve güvenlik olarak belirlemiştir (Tablo 5 ve Şekil 6). Bu değerler listesi 'yeniliğe açıklık'- 'tutucu' yaklaşım ile 'Öz aşkınlık-öz genişletim' boyutları altında toplanmıştır. (Schwartz, 1992, s.38,).



Şekil 6. Schwartz'ın çembersel değer modeli

Kaynak: Demirutku ve Sümer, 2010

Schwartz'ın değerler listesinin yeniliğe açıklık boyutu, 'bireyin duygusal ve düşünsel ilgilerini önceden kestirilemeyecek biçimlerde izlemelerine olanak sağlayan öz yönelim, uyarılma ve hazcılık değerlerinden oluşur'. Tutucu yaklaşım boyutu: kişinin çevresiyle ilişki kurmasına ve bu ilişkinini belirginleşmesine etken geleneksellik, uyma ve güvenlik değerlerini içerir. Öz-aşkınlık boyutu 'bireyin insan veya doğa yararına bencil amaçlardan vazgeçmesine yönelten evrenselcilik ve iyilikseverlik değerlerini içerir'. Öz genişletim yönü ise, 'başkalarının zararına bile olsa, bireyin kendi çıkarları

doğrultusunda davranmasına olanak sağlayan güç, başarı ve hazcılık değerlerini' içerir (Karalar, kiracı, 2010, s.83).

Tablo 5.

Schwartz'ın Değer Modelindeki Değer Tipleri ve Tanımları

Değer Tipi	Tanım
Güç	Sosyal statü, insanlar ve kaynaklar üzerinde baskınlık kurma
Başarı	Sosyal standartlarca belirlenen kişisel başarı yönelimi
Hazcılık	Bedensel haz ve duyuşsal doyum arayışı
Uyarılım	Heyecan ve yenilik arayışı
Özyönelim	Bağımsız düşünme ve davranma eğilimi
Evrenselcilik	Bütün insanlar için anlayış, hoşgörü; insanların ve doğanın esenliğini koruma
İyilikseverlik	Bireyin yakın olduğu kişilerin esenliğini koruması ve güçlendirmesi
Geleneksellik	Kültürel ve dini uygulamalara ve anlayışlara saygı ve bağlılık
Uyma	Başkalarına zarar verebilecek veya toplumsal beklentilere aykırı dürtülerin ve davranışların kısıtlanması
Güvenlik	Benlik, toplum ve ilişkiler için güvenlik ve istikrar arayışı

Not. Smith ve Schwartz'dan (1997) uyarlanmıştır.

Kaynak: Demirutku, K. Sümer, N. (2010) Temel değerlerin ölçümü: Portre değerler anketinin Türkçe Uyarlaması. Türk Psikoloji Yazıları 13/25 s.17-25

Değerler ve sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişkiyi konu alan çalışmaların arasında Şener ve Hazer'in (2007) Schwartz'ın değerler listesinden alınan 5 değer tipinden, 24 değer ile 14 adet sürdürülebilir tüketim davranışını kadınlar üzerinde incelenmiş ve sonucunda kadınların güç değeri, evrenselcilik değeri ve iyilikseverlik değeri ile sürdürülebilir tüketim davranışları arasında ilişki olduğu bulunmuştur.

Değerler çevreci davranışı araştıran bir çok çalışmada kullanılmıştır (Corraliza ve Berenguer, 2000; de Groot ve Steg, 2008; Nordlund ve Garvill, 2002; P. W. Schultz ve Zelezny, 1998; Steg vd., 2014; Stegve de Groot, 2008; Ünal et al., 2018; Young vd., 2010). Çevreci davranış temelli çalışmalar değerleri üç boyut altında incelemektedir: **biyosferik, altruistik ve benmerkezci değerler** (De Groot & Steg, 2007, 2008; Stern, 2000; Stern & Dietz, 1994). Değer-İnanç-Norm kuramı altında vurgulanan değerlerin detayları anlatılacaktır. Literatürde değerler ve çevreci davranışın ilişkisine yönelik yapılan bazı çalışmalara Tablo 6'de yer verilmiştir.

Tablo 6.

Bireysel Değerlerle Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Çalışmalar

Karp (1996)	Öz aşkınlık değerlerin çevreci davranışlarla pozitif yönlü, özgenişletim boyutunun ise hem çevreci tutumlarla hem de çevreci davranışlarla negatif yönlü ilişkili olduğu belirtilmiştir.
Dietz vd., (2002)	Öz aşkınlık-öz genişletim boyutunun yanında yeniliğe açıklık-tutuculuk boyutunun da ele alındığı çalışmalarda tutuculuk boyutunun çevreci davranışla düşük düzeyde olsa da pozitif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir
Schultz, (2005)	Öz aşkınlık değer boyutunun çevreci davranışların ortaya çıkmasında pozitif yönlü bir etkisinin olduğu belirlenmiştir
Stern vd., (1999)	Öz aşkınlık değer boyutunun, çevreci tüketim davranışının ortaya çıkmasında olumlu yönde etkisinin olduğu bulunmuştur
Thogersen ve Ölander (2002)	Öz aşkınlık boyutunda yer alan “evrensellik” değer tipinin sürdürülebilir tüketim davranışıyla pozitif yönde anlamlı ilişkisinin olduğu ($r=0,21$; $p<0,05$) belirlenmiştir.
Şener ve Hazer (2007)	5 değer tipinden seçilen 24 değer ile 14 adet sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki ilişki incelenmiştir. Kadınların sürdürülebilir tüketim davranışları ile “güç” değeri ($r=0,10$; $p<0,05$), “evrenselcilik” değeri ($r=0,22$; $p<0,01$) ve “iyilikseverlik” ($r=0,25$; $p<0,01$) değeri arasında ilişki olduğu bulunmuştur Sürdürülebilir tüketim davranışlarıyla en yüksek korelasyona sahip olan değer “iyilikseverlik” değeri olduğu
Karalar, Kiracı (2010)	Sürdürülebilir tüketim davranışıyla en yüksek düzeyde ilişkili olan değer tiplerinin “evrenselcilik”, “güvenlik” ve “iyilikseverlik” değer tipleri olduğu belirlenmiştir.

Sürdürülebilir tüketim ile ilgili yazın, davranışın ortaya çıkmasına etken değerler, tutum ve niyet faktörleri üzerinden çevreci tüketim davranışını açıklamaya çalışmaktadır. Sürdürülebilir ürünlerin üreticileri adına hedef kitleleri tanımak amacıyla kullandıkları geleneksel pazarlama araştırması metotları ise maalesef bu kitlelerin davranışlarını açıklamada veya tahmin etmede yetersiz kalabilmektedir. Bu durum ise üreticilerin çevreye duyarlı alternatif ürünler üretmesi ve tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışı sergilemesi önünde bir engel teşkil etmektedir. Çevreye duyarlılık değerlerine sahip olan ve çevreci davranış sergileme tutumunda olan kişilerin tutumunu doğrudan sürdürülebilir tüketim davranışına dönüştürülebilmesi ile günümüzün en güncel

konularından biri olan çevreci davranışın hayata geçirilebilmesi adına kısa dönemde önemli bir katkı sağlanabilmektedir (Prothero, vd, 2011, s.32).

Literatürde, değerler ve organik gıda tüketimine yönelik ilişkiyi inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Michaelidou ve Hassan (2007), gıda güvenliğinin önemine dikkat eden, sağlık bilinci olan, başkalarının iyiliğini önemsemek anlamına gelen altruistik değerlere sahip olan kişilerin organik ürün satın almaya yönelik tutum ve niyetlerinin olumlu etkilendiğini ortaya koymuşlardır. Tüketicilerin sahip olduğu değerlerin, organik gıda tercihlerine etkisine yönelik araştırmalardan Engels ve arkadaşları (2010) ile Hansmann ve arkadaşları (2006) araştırmalarında kişinin değerleri ile organik ürünlerin değerlerine yönelik algısının birbiriyle uyumlu olması durumunda, o kişinin organik ürünü satın alacağı sonucuna ulaşmışlardır.

Aertens, Verbeke, Mondelaers ve Huylenbroeck (2009), Planlı Davranış ve Değerler teorilerinin birleşimi ile organik gıda tüketim niyetine etkisi olan kişisel faktörleri inceledikleri çalışmalarında, hazcılık, özyönelim, uyarılım, evrenselcilik ve iyilikseverlik değerlerinin organik gıda tüketim niyeti üzerinde pozitif etkileri olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Shin, Moon, Jung ve Severt (2017)'nin çalışmasına göre, biyosferik değerler kişinin restoranlarda organik menüleri için daha fazla ödemeye razı olmasına sebep olmaktadır. Çalışmaya göre, biyosferik değerler kişinin çevreci tutumlar geliştirmesine sebep olmaktadır. Organik menülere daha fazla ödemeye karşı sahip olunan olumlu tutumlar, kişinin organik menüleri satın alma niyetini pozitif etkilenmektedir.

Cho, Bonn, Kang (2015), tüketicilerin mağazaların çevreci uygulamalarına yönelik algılarını ve çevreci değerler ile organik gıda satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, altruistik ve biyosferik değerlerin organik gıda satın alma niyetini arttırdığını ortaya koymuşlardır. Tüketicinin altruistik değerlerinin yüksek olması, organik gıda satın alma ihtimalini arttırmaktadır. Çalışmada, benmerkezci değerler ile organik gıda satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi zayıf olarak değerlendirmektedir.

Yadav (2016), Hindistan'da yaşayan genç tüketicilerin altruistik ve benmerkezci değerlerin organik gıda satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştırdığı çalışmasında, çevresel kaygıyı altruistik değerlerle, sağlık kaygısını ise benmerkezci değerlerle ilişkilendirmiştir. Çalışmanın bulgularına göre hem altruistik hem de benmerkezci değerler genç tüketicilerin organik gıda satın alma niyetine etki ettiği görülmüş, özellikle

benmerkezci değerlerin satın alma niyeti üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

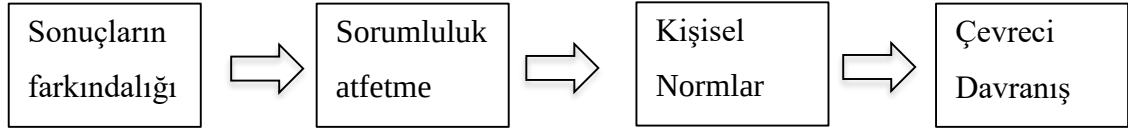
3.5.3. Norm-Aktivasyon Kuramı

Schwartz çevreci davranışı açıklamada, çevre odaklı davranmayı anlatan Norm-Aktivasyon kuramını kullanmaktadır. Schwartz'a göre çevreci davranış bilişsel süreçlerin önemli rol oynadığı bir karar alma sürecinin çıktısıdır. Norm aktivasyon teorisine göre başkalarının ihtiyaçlarına dair bilgi sahibi olan kişi, dışsal baskıları göz ardı eder ve **değerlerini** içselleştirir. Bu durum kişisel normları aktif hale getirerek, yardım etme, çevre dostu davranışta bulunma davranışlarının ortaya çıkmasını sağlar (Dervişoğlu vd., 2009, s.51-52). Davranış, kişinin değerleriyle uyumlu olarak davranma isteğiyle motive olur. Değerlerin yanı sıra, davranışı etkileyen diğer bir faktör ise **sosyal normlardır**. Kişinin kendinden beklentileri ahlaki zorunluluk duygusu olup, sahip olduğumuz normları açıklar. Eğer toplumda yaygın olan genel sosyal normlar, kişinin kendi sahip olduğu normlarıyla uyumluysa, kişinin kendinden beklentilerini gerçekleştirmek ister ve davranışa etki etmiş olur. Yaygın olarak kabul edilen 2 önemli sosyal norm ise adalet ve sosyal sorumluluktur.

Schwartz (1977), kişisel normların aktif hale gelmesi durumu ile kişinin başkalarının ihtiyaçlarının farkına vardığını ifade etmektedir. Kendi çıkarları yerine başkalarının ihtiyaçlarını dikkate alan kişilerin, başkalarının iyiliğini sağlayacak davranışta bulunacağı belirtilmektedir. Günümüzde sürdürülebilir tüketim boyutundaki çevreci davranışları sergileyen kişiler sosyal normlarıyla uyumlu davranırlar ya da toplumda yaygınlaşmış kuralların etkisi olan dış beklentileri maksimum seviyede karşılamaya çalışırlar. Sosyal normlarla uyum, kişinin dahil olduğu grupların beklentileri ve çeşitli davranışlara karşı getirdiği kısıtların bulunması durumunda ortaya çıkar. Bu sosyal normlar, kişinin sahip olduğu normlarla uyumu davranış üzerindeki etki sahibidir. Kişi sosyal normları ne kadar içselleştirirse, toplumun geneline hakim olan normlar, kendi kişisel normları haline gelir. Kişisel normlar ise belirli davranışlarda bulunmamıza etken ahlaki zorunluluklardır. Kişisel ahlaki zorunlulukların yoğunluğu altruistik davranışı etkilemektedir. Altruistik davranış zorunluluk hissi, normlar ve değerlerin varlığında ortaya çıkmaktadır (Schwartz, 1977, s.225-226).

Schwartz Norm-Aktivasyon kuramının ilk adımının aktivasyon adımı olduğunu belirtir ve 4 madde ile bu süreci açıklar (bkz. Şekil 7); kişi başkalarının ihtiyaçlarının

farkına varıp, belirli aksiyonlar alırsa bu ihtiyaçlara yardım edip, karşılayabileceğini algılar (sonuçların farkındalığı değişkeni). Beraberinde ise kişi bu ihtiyaçları karşılayabilecek yeteneğe sahip olduğunu kabul eder ve kendine sorumluluk atfeder.



Şekil 7. Norm- Aktivasyon kuramı

Kaynak:Schwartz,S.H., Normative Influences on Altruism, Advances in experimental social psychology, 1977 – Elsevier

Kuramın ikinci adımı ise zorunluluk aşamasıdır; bu aşamada ahlaki zorunluluk hissi ortaya çıkarak, normlar oluşturulur. Kişinin sahip olduğu mevcut normlar aktive olur ya da kişisel normları yapılır. Üçüncü adım ise savunma aşaması olup, kişinin potansiyel tepkilerini keşfetme ve değerlendirmesini içerir. Kişi katlanacağı bedelin ne olacağı ve ilgili potansiyel sonuçlarını değerlendirilir. Son olarak ise kişi davranışta bulunma ya da bulunmama tepkisini hayata geçirir (Schwartz, 1977). Kişisel normların davranışsal niyetin, davranışı tahmin etme gücünü arttırdığı da ifade edilmektedir (Harland, Staats ve Wilke, 1999)

Norm-aktivasyon kuramının çevreci davranışı açıklamada kullanılması, kuramın altruistik davranışı açıklamak üzere geliştirilmesinden kaynaklıdır. Altruistik davranış, başkalarına yardım etme güdüsünden kaynaklanır ve bu davranışa etki eden 3 unsur vardır. Bunlar; kişisel norm, sonuç algısı ve yüklenilen sorumluluktur. Altruistik davranış, kişisel normlar tarafından motive edilir. Kişisel normlar, sonuç algısı ve yüklenilen sorumluluktan etkilenir. Sonuç algısı, başkalarına yardım etmemenin çevreye problemlerin zararlı sonuçlarının farkında olmaktır. Kişinin sonuçların farkına vararak, olacaklarla ilgili sorumluluk hissetmesi, yüklenilen sorumluluk değişkenini açıklar. Kişi eğer belirli bir davranışı gerçekleştirmenin zararlı sonuçlarının bilincinde olur ve kendisine bu durumun sorumluluğunu yüklerse kişisel normları etkinleşir ve bu durum çevreci davranış ile sonuçlanır (Schwartz, 1977).

Çeşitli çevreci davranışlar için test edilen kuram ve bulguları, kişisel normlar tarafından tetiklenen norm aktivasyon sürecini destekler nitelikte olmuştur (Schultz & Zelezny, 1999; Stern, Dietz, Kalof, ve Guagnano, 1995; De Groot ve Steg, 2009; De

Groot, Steg, ve Dicke, 2007; Guagnano, Dietz, ve Stern, 1994; Nordlund ve Garvill, 2002; Steg ve De Groot, 2010).

3.5.4. Değer-İnanç- Norm Teorisi

Bireylerin toplum içi hareketlerinin, toplumun genelini kapsayan davranış veya tutum değişikliklerine sebep olabileceği, sosyal psikoloji kuramlarınca ifade edilmektedir (Hunt, 1994, Friedman, 1992). Toplumda aktivistlik özelliği taşıyan, yani toplumsal konulara duyarlı, bu konulara yönelik aktif olarak çalışan ve yaşam şeklini bu şekilde oluşturan bireyler toplumsal hareketliliği sağlayabilirler. Toplumun geri kalanı tarafından alacakları destek ise bu davranışı güçlendirerek, daha büyük etkiler yaratmaya fayda sağlayabilecektir. Topluma dair sosyal problemlerin tanımlanarak çevresel konularda duyarlılık oluşması ve çevreci davranışın gelişmesinde toplum desteğinin önemli bir rolü olduğu görülmüştür (Dietz, 1989).

Bireylerin toplumdaki sosyal hareketlerinin oluşumunu destekleyen Değer-İnanç-Norm teorisi ise bu hareketleri 3 başlık altında toplar;

- Vatandaş olmaya dair davranışlar,
- Politikaları kabul etme ve destekleme,
- Kişinin kendi çevresi içerisinde sergilediği davranışlardır.

Bireyin çevreci davranışı bu kavramlar içinde tanımlanmaktadır (Stern vd.1999, Stern, 2000). Stern, toplumda çevreci davranış sergileyen bireyleri aktivist olanlar ve destekleyiciler olarak kategorize etmektedir. Destekleyici olma davranışına örnek çevresel toplantılara katılma ve sosyal sorumluluk hedefiyle çalışan organizasyonlarda görev alma verilebilir. Bunun yanı sıra sosyal hareketlilik, kişinin bulunduğu materyalist dünyadan fedakarlıklar yapmasını içeren, zorunlu geri dönüşüm örneğiyle ifade edilebilecek bir boyuta da sahiptir. Genelde kişiler bu fedakarlıkları yapmak için daha fazla para ya da vergi ödemeye isteklidirler. Bir diğer atlanılan boyut ise, kişinin kendi çevresi kapsamında yaşadığı davranış değişikliğidir. Enerji kullanımını azaltmak ve çevre dostu ürünler satın almak gibi davranış değişiklikleri ise bu etkiyi yaratmada önemli rol oynar ve bu davranış eğer yaygınlaştırılabilirse toplum için önemli bir kazanç sağlanır (Stern vd, 1999; s.81-82).

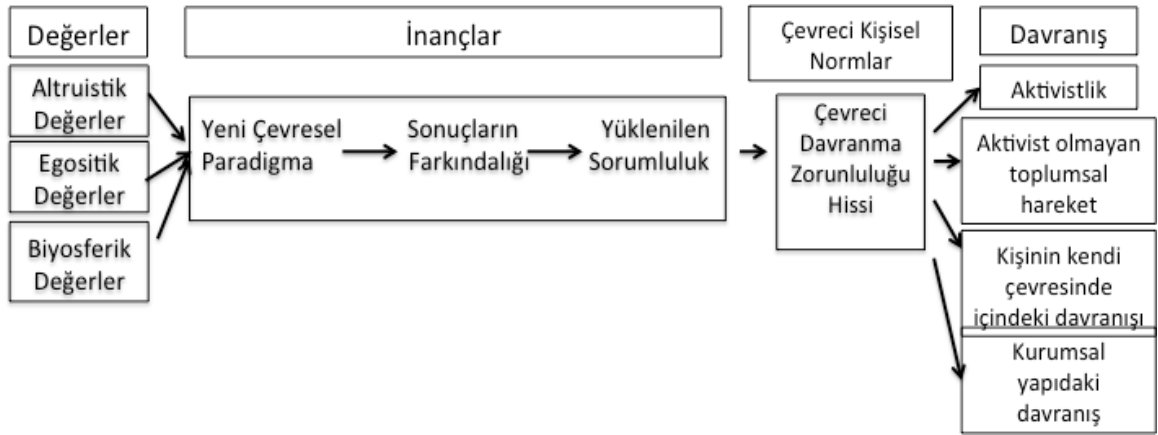
Stern, sosyal hareketliliğe dair davranışların altında yatan temeli **değerler, inançlar ve kişisel normlar** (kişilerin beklentileriyle bağlantılı olarak sahip olduğu zorunluluk hissi) ile bağlantılı olarak görür. **Altruistik değerler** ve kişisel normlar, kişinin kendi için değil, başkaları ve toplum için sosyal hareketlilik davranışı sergilemesini açıklamaktadır. Stern, kişisel normların aktif hale geldiği koşulda kişinin zorunluluk hissi ile aktivist davranışı gerçekleştireceğini ifade eder (Stern vd., 1999, s.83-84).

Stern ve arkadaşları, Schwartz'ın Norm Aktivasyon Modelinden yola çıkarak, insanların değer verdikleri şeylere yönelik davranışları sonucunda çevreci davranış sergilemeye motivasyonuna sahip olacaklarını ifade ettikleri bir model geliştirmişlerdir (1993). Schwartz'ın çevreci davranışı açıklamada kullandığı biyosferik, altruistik ve benmerkezci (benmerkezi) değerler (çevre ve doğa, başkaları ve kendine yönelik değerler) ve davranışların biyosfere, başkalarına ve insanın kendine yönelik sonuçlarının farkındalığı ile motivasyonun oluştuğunu anlattıkları modeli şu şekilde formüle etmişlerdir:

$$M = \text{DegoSFego} + \text{DaltSFalt} + \text{DbioSFbio}$$

Bu formülde M motivasyonu, D değerleri, SF sonuçların farkındalığını, ego benmerkezci değerleri, alt altruistik değerleri ve bio ise biyosferik değerleri temsil etmektedir. Stern (1993), bu genişletilmiş model ile her değer türünü, davranışların sonuçlarının farkındalığı ve çevreci davranış niyeti ile pozitif ilişkili olduğu belirtmektedir.

1999 yılında Stern ve arkadaşları, çevreci davranışı açıklamak amacıyla yine Schwartz'ın Norm Aktivasyon modelinde kullandığı kişisel normlar ile Dunlap ve Van Liere'nin 1978'de sunduğu 'Yeni Ekolojik Paradigma', yani çevreye yönelik dünya görüşünü ifade eden inançlar arasında bağlantı kurmuştur. Şekil 8'de yer alan Değer-İnanç-Norm teorisi, Schwartz'ın 1987'de geliştirdiği Değerler teorisi, Norm aktivasyon Modeli (Schwartz, 1977) ve Yeni ekolojik paradigma (Dunlap ve Van Liere, 1978) teorilerini birleştirerek çevreci davranışın arkasındaki sosyo-psikolojik sürecin etkisini açıklamaktadır (Stern, Dietz, Abel, Guagnanon, & Kalof, 1999, s.84; Stern, 2000, s.412). Değer-İnanç-Norm (DİN) teorisi çevreci davranış ve sosyo-psikolojik faktörler arasındaki ilişkiyi açıklamak üzere sıklıkla kullanılmaktadır (Steg, ve Vlek, 2004; Schultz ve Zelezny, 1998; Vining ve Ebreo, 1992).



Şekil 8. Değer- İnanç-Norm kuramı

Kaynak: Stern, Paul C.; Dietz, Thomas; Abel, Troy D.; Guagnano, Gregory A.; and Kalof, Linda, "A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism" (1999). Huxley College on the Peninsulas Publications. 1. https://cedar.wvu.edu/hcop_facpubs/1

Değer-İnanç-Norm teorisine göre kişiliğin unsurları olan değerler, kişinin çevresiyle ilişkisine yönelik bakış açısını etkiler. Değerler davranışlarımız esnasında yarattığımız çevresel problemlerin sonuçlarının farkına varmamıza etkindir. Bu bakış açısı Yeni Ekolojik Paradigma olarak bilinir (Dunlap, Van Liere, 1978). Sonuçların farkındalığı değişkenin etkisi, çevresel değerlerin tehlike altında olması ve bu tehlikeyi bertaraf edebilmek için davranışlarımızı değiştirmek veya azaltmamız gereken durumlarda artmaktadır (Stern, Dietz 1994, Stern, 1999, DeGroot, Steg, 2007). Bu durum kişinin çevresel bir problemin olumsuz sonuçlar doğuracağına dair bir farkındalık yaşamasına etki eder. Belirtilen bu sonuç algısı ise kişinin bu sonuçları azaltabileceğine dair kendiyle ilgili algıladığı yetenek, yüklendiği sorumluluk ile birleşerek kişisel normlarını aktive eder ve kişisel normlar da çevreci davranışa sebep olur (Dervişoğlu vd., 2009, s.51).

DİN kuramı Schwartz'ın değerler listesinden yola çıkarak kişilerin çevresel inançları ve davranışlarını açıklamada 3 farklı değer boyutunun etkili olduğunu ortaya koyar. Bunlar; benmerkezci/egoistik (bireyin kendisine yönelik sonuçları maksimize etmesi), altruistik/özgecilik(başkalarının faydası için endişelenme) ve biyosferik (diğer canlılara ve biyosfere yönelik önem veren) değerlerdir(Ünal vd., 2018, s.1096).

Altruistik ve biyosferik değerler, Schwartz'ın değerler taksonomisinden öz aşkınlık boyutuna aittir ve çevreci inanç ve davranışı açıklamada, öz genişletim değerine göre daha etkilidir (DeGroot, 2007, s.320). Altruistik ve biyosferik değerlerin yeni çevresel paradigmayı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilediği çeşitli çalışmalarca ortaya

konmuştur (De Groot ve Steg, 2008; De Groot, Steg, Keizer, Farsang, ve Watt, 2012; Jakovcevic ve Steg, 2013; Nordlund ve Garvill, 2003; Steg, Dreijerink, ve Abrahamse, 2005; Stern, 2000). Altruistik değer türünün altına giren alt değerler olan evrenselcilik, iyilikseverlik çevresel paradigma ile pozitif ilişkili olup, benmerkezi değer türünün altında bulunan başarı, güç, hazcılık değerlerinin ise çevresel paradigma ile negatif ilişkilidir (McCarty&Shrum, 1994; Stern vd.,1999, Schultz,2001, Jakovcevic ve Steg, 2013; Stern, 2000; Stern, Dietz, Kalof, ve Guagnano, 1995; Thøgersen ve Ölander, 2002).

DeGroot ve Steg'in altruistik, benmerkezi ve biyosferik değerlerin çevreci davranışa etkisini, beş farklı Avrupa ülkesinde yaşayan tüketicilerin üzerinde analiz ettikleri çalışmalarında, değerlerin kişisel normlarla ilişkisinin, sonuçların farkındalığı ile olan ilişkisine göre daha güçlü olduğu, kişisel normların en çok biyosferik değer odaklı olmayla ilişkili olduğu ve benmerkezi değerlerle negatif ilişkili olduğu saptanmıştır. Benmerkezi değerler arttıkça, kişisel normların ve sonuçların farkındalığının seviyesi düşmektedir. Kişiler çevreye ve biyosfere ne kadar önem verirlerse, çevreci davranışa yönelik kişisel normları güçlenir ve davranışa etki eder.

Carfora, ve arkadaşları (2021), Planlı Davranış Teorisi ile Değer-İnanç-Norm teorisinin birleştirilerek, İtalyan tüketicilerin organik gıda satın alma kararlarına yönelik motivasyonlarını inceledikleri çalışmalarında, çevreci inançlar ve organik ürün satın alımının sonuçlarına dair farkındalık arttıkça, tüketicilerin organik gıda satın almaya yönelik tutumlarının olumlu etkilendiği sonucuna varmışlardır.

Hansen, Sørensen ve Eriksen (2017)' nin Danimarkalı gıda tüketicilerinin sahip olduğu değerler ve organik gıda tüketim niyetleri arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, yeniliğe açıklık değerleri düşük olan tüketicilerin, kişinin sağlık konusundaki farkındalığı organik gıda satın alma niyetini olumlu etkilediği ortaya çıkmıştır. Eide ve Toft (2013), PDT ve Değer-İnanç-Norm teorisi üzerinden organik gıda tüketimini açıkladığı çalışmasında, benmerkezi değerlerin, organik gıda satın alımı üzerindeki etkisinin, altruistik değerlere göre daha yüksek olduğunu ve kişisel normların davranışın en belirgin göstergesi olduğunu ortaya koymuştur.

Zepeda ve Deal'in çalışmasında (2009), ABC teorisi ile Değer-İnanç-Norm teorisinin birleşimiyle organik gıda tüketimi incelenmiş ve tüketicilerin organik gıdaların sağlıkları için daha iyi olduklarına dair inançlarının organik gıda satın alma kararını etkiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle organik ürün tüketicilerinin, yeni trendleri takip ederek, organik ürünlere yönelik bilgi edindiği ve bu sayede güçlü değer, inanç ve

norm yapısına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Organik ürünlere yönelik bilgi eksikliğinin ise bu yapının kurulmasına engel teşkil ettiği tespit edilmiştir.



BÖLÜM IV

TÜKETİCİLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİME YÖNELİK TUTUM VE DAVRANIŞLARININ TESPİTİNE YÖNELİK BİR NİTEL ÇALIŞMA

Bu bölümde, araştırma problemine yönelik keşfedici ve yorumlayıcı yaklaşımla yola çıkılmış nitel araştırmanın detaylı anlatımına yer verilmiştir. Nitel araştırmanın tasarımı, yöntemi ve bulguları kapsamlı bir şekilde anlatılmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Sosyo-psikolojik faktörlerin sürdürülebilir tüketime etkisinin incelendiği bu çalışmada nitel ve nicel araştırma tekniklerinin birlikte kullanıldığı, **zaman yönelimine göre ardışık karma araştırma yöntemi** (Leech ve Onwuegbuzie, 2009) kullanılmıştır. Karma araştırma yöntemi, tek başına nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin kullanılmasından daha etkili olduğu belirtilen (Gay, Mills ve Airasian, 2012), farklı yaklaşımlar, kavramlar, yöntem ve tekniklerin bir araya getirildiği bir araştırma yöntemidir. Karma yöntemin, veri (birincil-açık uçlu sorular, kapalı uçlu sorular- ve ikincil veriler), yöntem (nitel ve nicel yöntemler, geniş örneklem), araştırmacı (farklı araştırmacı tarafından okunması yorumlanması-denetim) ve teori (verilerin farklı teorilerle incelenmesi) türlerinde ele alındığı görülmektedir (Denzin & Lincoln, 1994, Shih, 1998, Decrop, 1999, Campbell, 2002, Creswell, 2003, Mangan, 2004). Veri, yöntem, teori ve araştırmacı kapsamında bu çalışmada karma yöntem kullandığı söylenebilir.

Nicel araştırma yöntemi, insanın sahip olduğu sosyal kalıpları gibi belirli kalıpların tündengelim mantığı kullanılarak tanımlanmasına ve belirlenmesine yardımcı olan sayısal değerleri ve ölçümü içerir. Nicel çalışmada belirli bir problem, teorilerle veya hipotezlerle test edilebilmesi, sayılarla ölçülebilmesi, istatistikî teknikler kullanılarak nesnel bir şekilde analiz edilebilmesi, raporlanabilmesi ve genellemelerin yapılabilmesi gibi daha çok açıklayıcı bir tasarıma gerek duyar (Teddlie & Tashakkori, 2009, Padem, Göksu ve Konaklı, 2012, Schiffman, Kanuk & Hansen, 2012). Nitel araştırma yöntemi ise, sosyal kalıplardan ‘insan’ fenomeni gibi olayları ve oluşumları anlama ve açıklama konusunda rehberlik eden yorumlama ve keşfetme ile ilgilenir (Salehi ve Golafshani, 2010, s.187). Creswell’e (2008) göre karma yöntemde, nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte veya harmanlanarak kullanılmasıyla, araştırma problem ve

sorularının bu yöntemlerin ayrı kullanılmasından daha iyi anlaşılmasını sağladığı varsayımı üzerine kuruludur. Johnson ve Onwuegbuzie (2004), karma yöntem araştırmalarının iki temel amacını aşağıdaki şekilde belirtmiştir:

- **Çeşitleme ve tamamlayıcılık:** Nicel ve nitel yöntemler uygulayarak elde edilen sonuçları doğrulamak veya geliştirmektir.
- **Başlatma, geliştirme ve genişletme:** Nicel ve nitel yöntemler uygulanarak elde edilen sonuçlardan yararlanarak yeni araştırma soruları türetmektir.

Sürdürülebilir tüketim, çeşitli alt davranış türlerine sahip olan genel bir kavramdır. Kavramsal çerçevede aktarıldığı üzere, her sürdürülebilir tüketim davranış türünün çevresel etkilerinin farklı olabilmekte, davranış çeşitli içsel ve dışsal faktörlerden etkilenmekte ve tek tip bir ölçüm aracıyla davranışın ölçülerek genellemesinin doğru olmadığı görüşüne varılmıştır.

Bu araştırma kapsamında, tüketicilerin sergiledikleri sürdürülebilir tüketim davranışı türlerinin tespit edilmesi, davranışa yönelik algı ve tutumları, sürdürülebilir tüketim davranışlarını sergileme sıklıklarının tespit edilmesi adına, öncelikle nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Karma araştırma yöntemiyle ilgili açıklamalardan yola çıkarak bu çalışmada karma yöntem teknikleri şu amaçlarla kullanılmıştır;

- Tüketicilerin satın alma kararlarına etken faktörlerin ortaya çıkarılması, sahip oldukları çevre bilinci seviyesinin tespiti, uyguladıkları ve önem verdikleri çevreci davranış türlerinin saptanması, çevreci ürünler hakkındaki fikirlerinin öğrenilmesi, ürün satın alma kararlarına etken faktörlerin belirlenmesi, ürünleri kullanım ve elden çıkarma şekillerine dair keşfedici nitelikte, çalışmanın devamına ışık tutacak detaylı katılımcı görüşlerinin incelenmesi, deneyim ve bakış açılarının keşfedilebilmesi adına **nitel araştırma yöntemi** kullanılmıştır.
- Nitel araştırma sonuçları ve literatür araştırması verilerinin birlikte değerlendirmesi ile araştırmaya konu olacak sürdürülebilir tüketim davranışının ‘organik gıda tüketimi’ olmasına karar verilmiştir. Tüketicilerin organik gıda tüketim davranışına etken sosyo-psikolojik faktörlerin etkilerinin tespiti için **nicel araştırma yöntemi** kullanılmıştır.

Bu araştırma tasarımında öncelikle nitel çalışma, ardından nicel çalışma planlanmıştır. **Keşfedici karma yöntem** olarak bilinen bu tip araştırmalarda, bir olguyu incelemek amacıyla önce nitel veriler toplanır, daha sonra nitel veriler arasındaki ilişkileri açıklamak adına nicel veriler toplanarak, bulgular analiz edilir (Creswell ve Plano Clark, 2011).

4.2. Araştırmanın Ana kütlesinin Belirlenmesi ve Örnek Seçimi

Çalışmanın nitel araştırma kısmında katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak tespit edilmiştir. Amaçlı örnekleme, nitel araştırmanın dış geçerliliğini arttırmak adına araştırmaya katılacak kişilerin araştırmacının bireysel tercihinin bırakılması ile araştırmacının çalışmanın amacına en uygun olan bireyleri tercih etmesine sebebiyet veren, olasılıksız ve genellikle nitel yaklaşımın benimsendiği bir örnekleme yöntemidir (Şimşek ve Yıldırım, 2011). Araştırmanın çalışma amacı doğrultusunda, araştırmacının gereksinim duyacağı bilgi miktarını karşılayacak seviyede örneklem büyüklüğü seçmesi nitel çalışmalarda örneklem büyüklüğünü belirlemede kullanılan yöntemlerden biridir (Türnüklü, 2000, Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Nicel araştırmalarla kıyaslandığında, nitel çalışmalar genelleme amacı gütmeyiz. Nicel araştırmanın amacı, bireyin deneyimlerini aktarması ve araştırmacının bireyin durumunu anlamaya odaklanması olmalıdır. Katılımcıların deneyimlerini detaylı anlatmaları önemlidir. Bu nedenle, nitel araştırmalarda aktarılabilirliği kanıtlamak için örneklem seçiminin nasıl yapıldığı, katılımcıların özellikleri ve ortam açıkça belirtilmelidir (Sharts-Hopko, 2002). Bu çalışmaya katılan 33 katılımcının profiline ilişkin verilere Tablo 7’de yer verilmiştir.

Tablo 7. Nitel Araştırma Örneklemine Profil

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Medeni Durum	Çocuk sayısı	Meslek
K1	Kadın	36	Yüksek Lisans	Bekar	1	Mali Müşavir
K2	Kadın	56	Üniversite	Evli	2	Mali Müşavir
K3	Kadın	50	Lise	Evli	1	İdari personel
K4	Erkek	25	Yüksek Lisans	Bekar	0	Akademisyen
K5	Kadın	29	Yüksek Lisans	Bekar	0	Akademisyen
K6	Kadın	37	Üniversite	Bekar	0	Bilgisayar Mühendisi
K7	Erkek	61	Yüksek Lisans	Bekar	2	Akademisyen
K8	Kadın	50	Yüksek Lisans	Bekar	0	Akademisyen
K9	Kadın	32	Üniversite	Evli	2	Ev hanımı
K10	Erkek	41	Yüksek Lisans	Bekar	0	Pazarlama
K11	Kadın	38	Üniversite	Evli	1	Danışmanlık
K12	Kadın	29	Yüksek Lisans	Bekar	0	Akademisyen
K13	Erkek	41	Yüksek Lisans	Evli	0	Akademisyen
K14	Erkek	30	Yüksek Lisans	Bekar	0	Akademisyen
K15	Kadın	37	Yüksek Lisans	Evli	0	İletişim Danışmanı
K16	Kadın	36	Yüksek Lisans	Bekar	0	Uzman Psikolog
K17	Kadın	37	Yüksek Lisans	Evli	2	Pazarlama
K18	Kadın	38	Yüksek Lisans	Evli	2	Organizasyon
K19	Kadın	38	Yüksek Lisans	Evli	2	Matematik Öğretmeni
K20	Kadın	36	Üniversite	Evli	2	Ev hanımı
K21	Kadın	36	Yüksek Lisans	Evli	1	Yönetici danışmanlığı
K22	Erkek	36	Yüksek Lisans	Evli	1	İnsan kaynakları
K23	Kadın	41	Yüksek Lisans	Evli	2	Avukat
K24	Kadın	42	Yüksek Lisans	Evli	1	Mimar
K25	Erkek	42	Üniversite	Evli	1	Turizm ve otel işletmeciliği
K26	Erkek	34	Üniversite	Bekar	0	İç mimar
K27	Kadın	48	Lise	Evli	2	Ev hanımı
K28	Kadın	38	Y. Lisans	Evli	2	Piyanist
K29	Kadın	40	Üniversite	Evli	2	Endüstri Mühendisi
K30	Erkek	41	Y. Lisans	Evli	2	Çiftçi
K31	Kadın	51	Lise	Evli	2	Serbest meslek
K32	Erkek	55	Üniversite	Evli	1	İhracatçı
K33	Kadın	41	Üniversite	Bekar	0	Endüstri Ürünleri Tasarımcısı

Nitel araştırmanın katılımcıları, çevre ve sağlık konularında bilinç seviyesine sahip, eğitim seviyesi yüksek (en az lise) ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıkları

sergileyen bireyler arasından seçilmiştir. Katılımcılar 25-61 arası yaş dağılımına sahip olup, çoğunluğu farklı meslek gruplarında yer almaktadır.

4.3. Nitel Verilerin Toplanması

Nitel araştırmaların en sık kullanılan veri toplama tekniği olan derinlemesine görüşmeler ile katılımcılar birinci elden kendini ifade edebilme şansına sahip olur ve araştırmacı bu sayede bu kişilerin dünyaya bakış açılarını, içinde bulundukları özel durumlara ait hisleri, fikirleri ve deneyimlerini derinlemesine anlama imkanına sahip olur (McCracken 1988, s.9). Bu sebeple, derinlemesine görüşme elde edilen verinin zenginliği açısından, diğer nitel görüşme tekniklerine kıyasla en güçlü olanı olarak nitelendirilmektedir (Tekin ve Tekin, 2006, s.102).

Nitel araştırma kapsamında, 1 Kasım-31 Aralık 2019 tarihleri arasında 33 katılımcı ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Açık uçlu soruların yer aldığı, yarı yapılandırılmış soru formu hazırlanarak katılımcılarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir (EK 1). Soru formu oluşturulurken ilgili alan yazındaki çalışmalardan faydalanılmıştır. Görüşmelerin her biri ortalama 25 dakika kadar sürmüştür. 33 katılımcıyla yapılan derinlemesine görüşmelerin akabinde, Covid-19 salgını yaşanmış olup, pandemi koşulları sebebiyle yüz yüze görüşmelerin devam edebilmesi mümkün olmamıştır.

2019 yılı sonunda Covid-19 salgının ortaya çıkması ve yaşadığımız pandemi koşulları sebebiyle tüketici satın alma davranışlarında değişimler yaşandığı gözlenmiştir (Çakıroğlu, Pirtini, Çengel, 2020). Pandemi koşullarının tüketici satın alma kararları üzerine etkisinin araştırmak üzere, 1-31 Mayıs 2020 tarihleri arasında, yapılandırılmış soru formları hazırlanarak, 2019 yılında görüşme yapılan, aynı 33 katılımcıyla telefon aracılığıyla görüşmeler yapılmıştır. Katılımcıların araştırmaya dair geri bildirimlerinin alınması ile yüz yüze olmayan iletişimde yaşanan bilgi kaybı, soruların eksik veya yanlış anlaşılması gibi olumsuzlukların üstesinden gelinmesi amaçlanmıştır. Covid-19 salgını ile yaşanan pandeminin öncesi ve sonrası gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde toplamda ortalama 1,650 dakikalık görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde elde edilen veriler deşifre edilerek, toplamda 67 sayfalık görüşme verisi elde edilmiştir. Görüşme, gözlem, ses kaydı yoluyla elde edilenlerin metne dönüştürülmesine deşifre işlemi denilmektedir (Çelik, Baykal ve Memur, 2020).

4.4. Nitel Verilerin Analizi

33 katılımcıdan elde edilen veriler, deşifre işleminden sonra içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizinin temel amacı toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşabilmektir. Bu sebeple elde edilen veriler önce kavramsallaştırılmalı, daha sonra belirlenen kavramların düzenlenmesi ve mantık çerçevesinde açıklanabilmesi adına veriyi açıklayan temalar saptanmalıdır (Miles & Huberman, 1994; Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Bu araştırmada içerik analizi NVIVO nitel veri analiz programı kullanılarak yapılmıştır. NVIVO programı araştırmacının kodları özel temalar altında toplamasına, çok sayıda örneklem verisini karşılaştırabilmeye, kodlar ve araştırmacının notları arasında ilişki kurarak elde edilen verilen görselleştirilmesine (model, matris, grafik) ve raporlaştırılmasına olanak veren bir programdır (Bacanak, 2013).

Kodlama, metne dönüştürülen verinin çeşitli yönlerini belirlemek amacıyla, anlamlı, küçük parçalara ayrılması, etiketlenmesidir (Corbin ve Strauss, 2008; Creswell, 2013, Miles ve Hubermann, 2016). Katılımcıların ifadelerinden yola çıkılarak kodlamalar yapılmış, elde edilen kodlar literatür incelenerek anlamlı bir hale getirilmiştir. Belirlenen kodlar dört ana tema altında toplanarak aşağıda belirtilmiştir:

- Salgın dönemi tüketim algıları,
- Salgın öncesi tüketim davranışları,
- Salgın öncesi tüketime dair algılar,
- Salgının tüketim davranışı üzerindeki etkileridir.

Covid-19 salgın dönemi öncesi ve sonrası olarak ayrılmak üzere tüketici algıları ve tüketici davranışları olarak belirlenen ana temalar, Covid 19 döneminde değişen tüketim alışkanlıklarını saptamak amacıyla da kullanılmıştır.

4.5. Nitel Araştırma Bulguları

Nitel araştırmalarda katılımcı verilerinin yorumlanması, kodlama ve temaların oluşturulmasından ileri giderek, bütüncül bakış açısıyla veriden anlam çıkarmayı hedeflemektedir (Creswell, 2013). Nitel araştırmalar için örneklemin büyüklüğü ya ölçülebilir rakamlar ve sayılar değil, her bir katılımcının bireyselliğine, öznel davranışına odaklanılmaktadır. Nitel araştırma, sonuçtan ziyade sürece ve değişimlere

odaklanmaktadır (Wolcott,1996). Bu doğrultuda, elde edilen verilerden anlam üretme, özü bulma, açıklamalar geliştirme, teorik altyapıyla birleştirme odaklı bakış açısıyla yorumlanmıştır.

33 katılımcı ile 2 kez yapılan görüşmelere dair bulgular, Covid-19 pandemi öncesi ve sonrası tüketim davranışları başlıkları altında incelenmiştir. Bulgular aracılığıyla, katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışları, çevreci davranışlara yönelik tutumları keşfedilmiş olup, pandemi dönemiyle değişen tüketim alışkanlıklarına dair yeni bulgular tespit edilerek sunulmuştur.

4.5.1. Katılımcıların Covid-19 Pandemi Öncesi Tüketim Davranışları

Katılımcılarla Covid-19 salgını öncesi yapılan derinlemesine görüşmelerin bulgularına, Ürün satın alma kararları, Ambalaja yönelik algının satın alma kararına etkisi ve Katılımcıların ikinci el ürünlere karşı tutumlar başlıkları altında yer verilmiştir.

4.5.1.1. Ürün Satın Alma Kararları

Katılımcıların gıda ürün satın alma alışkanlıklarına dair ürün tercihlerinin arkasında yatan sebepleri keşfetmek amacıyla aşağıda soru iletilmiştir:

Süt ve süt ürünleri gibi gıda ürünleri kategorilerinde hangi ürünleri ve markaları tercih ediyorsunuz?

Neden bu markaları tercih ediyorsunuz?

Ne kadar zamandır bu ürün veya markaları kullanıyorsunuz?

Katılımcıların gıda ürünü tercihlerine dair yapılan içerik analizinde ürünlere olan **güven** faktörünün ön plana çıktığı görülmektedir. Katılımcıların gıda ürünü satın alma sebeplerinin listelendiği ve sıklık dağılımına yer verildiği şekil 9’ da görüleceği üzere güven faktöründen sonra katılımcıların ürün tercihlerine etken olan faktörlerin **lezzet** ve **organik-doğal ya da yerli üretim** olduğu görülmektedir.

	Referans Sıklığı
Gıda ürünü satın alma sebepleri	33
Alışkanlık	2
Başka markalarda olmayan bir özelliğe sahip olması	0
Dış etkenler	2
Fiyat	1
Güven	13
Kolay ulaşılabilirlik	2
Lezzet	6
Marka bilinirliği	1
Marka ismi	1
Organik-doğal-yerli üretim	4
Sağlıklı	1

Şekil 9. Gıda ürün satın alma sebebi- kodlamalar

Tüketici marka tercihlerinde en sıklıkla vurgulana markaların Pınar, Süttaş, Sek olduğu gözlenmiş olup, Çay Çiftlik, Doğru Süt gibi yerli üretim markalara karşı da olumlu algı olduğu tespit edilmiştir. Güvenilirliğe önem veren K9 ve K23 ‘ün marka tercihleri ve sebeplerine yönelik yorumları aşağıdaki gibidir:

K9: “Çay çiftlikten alıyorum genelde ama nadiren Süttaş aldığım olur. A: Neden çay çiftlik? Adana’da üretiliyor. Taze, günlük. Üreticilerini az çok tanıyoruz. Sütünü gözü kapalı alın diyorlar. Bu aralar doğru sütü de çok övüyorlar...Süttaşın tadını daha çok beğeniyorum. Ama peynir olarak Bahçıvanı tercih ediyoruz, eşimin arkadaşı orda çalışıyor, antibiyotik kesinlikle verilmeyormuş hayvanlara üretimde. Güvenilir buluyoruz yine...Yumurtamızda bizim çiftliğimizdeki tavuklardan geliyor, doğal. Dışardan alacak olsak da civardaki köylerden alırız, asla marketten almıyoruz. Yerel ve organik önemli bizim için.”

K23: “Pınar süt, Flotty yumurta, Tahsildaroğlu peynir. Markaya güvendiğim için ve lezzetli olduğu için. “

Katılımcıların ürün satın alma kararlarına dair yöneltilen sorular aşağıda gibidir:

Temizlik ürünleri, temizlik ürünleri kategorilerinde hangi ürünleri ve markaları tercih ediyorsunuz?

Neden bu markaları tercih ediyorsunuz?

Ne kadar zamandır aynı/ ürün markaları kullanıyorsunuz?

Katılımcıların rutinlerinde sergiledikleri tüketim davranışları içerisinde satın alma kararları önemli yer tutmaktadır. Katılımcılara evleri için yaptıkları market alışverişleri sırasında sıklıkla satın aldıkları 2 ürün kategorisi olan süt ve süt ürünleri ile temizlik ürünleri arasından tercihlerini nasıl yaptıkları ve bu kategorideki ürünlerin çevre dostu ve organik olan alternatiflerine yönelik algıları sorulmuştur. Katılımcıların neredeyse hepsi evde market alışverişi sorumluluğunu üstlenen kişinin kadın olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcıların temizlik ürünlerini tercih sebeplerinde birden fazla sebep etkili olabilmektedir. Temizlik ürünleri kategorisinde ürün satın alma sebeplerine en fazla etkisi olduğu gözlenen konular temizlik ve hijyendir. Katılımcıların çoğunluğu temizlik ürünleri kategorisinde piyasada marka bilinirliği yüksek olan ‘Domestos, Cif ve Pril’ gibi markaları tercih ettikleri ve bu tip ürünlerin hijyen seviyesinin yüksek olduğunda hem fikir oldukları görülmüştür. K1, K14 ve K28 kodlu katılımcıların temizlik ürün tercihi konusundaki görüşleri şu şekildedir;

K1: “...Cif, Omo, Dixi, fairy tablet kullanmıyorum sıvı kullanıyorum, sıvıda da bir ürün vardı ama adını unuttum şu anda hüh finish adı. Bu ürünleri tercihimde kesinlikle marka bilinirliği bence tercihim daha çok en çok satan, daha çok alınan şeylerdir. Markete gittiğimde direk reyona gider bu ürünü alırım, diğer ürünleri incelemem. Uzun zamandır aynı markayı kullanıyorum, çok sabitimdir kolay kolay marka değiştirmem...”

K14: “...Temizlik ürünlerinde marka takıntım var. Yani çamaşır suyu için Domestos alıyorum, bulaşık deterjan için Fairy alıyorum. Başka bir markaya yönelmiyorum. Geçmiş deneyimlerimden kaynaklı, onların benim cildim için tahriş etmediğini ve daha iyi temizlediğini gördüm ya da daha uzun süre kullandığımı gördüm. Yeni bir ürün çıktığını gördüğümde bazen denemek için alırım, beğenmezsem eskiye dönerim...”

K28: “...Domestosu hijyen amaçlı, başka bir markayı (Boron Matik) doğal olduğu için. Ariel’i iyi temizlediği için alıyorum. Market alışverişimi Rossman’dan yapıyorum ve burada bulunan ürünleri tercih ediyor yani burada ne satılıyorsa onu alıyorum sadece, çok güveniyorum...”

Temizlik ürünü satın alımlarında organik, ekolojik gibi çevre dostu ürün içeriklerini tercih eden 3 katılımcı olup, kimyasal içeriği tercih etmediklerine dair görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir:

K16: “...Kimyasal içeriği düşük ya da hiç olmadığı için: Limontuzu (Arifoğlu), Beyaz sirke (Carrefour ya da Migros), elma sirkesi (Kühne), sıvı arap sabunu (herhangi bir marka), Frosch çok amaçlı temizleyici. İyi temizlediği için... Fairy bulaşık deterjanı Anneden gelen alışkanlıklar: Omo matik çamaşır deterjanı (bazen de fiyatı daha düşük olduğu için Persil), Pril, Domestos çamaşır suyu...”

K8: “...Orda şuna dikkat ediyorum. Bir defa çok yoğun çevreyi kirleten temizlik ürünleri almamaya çok dikkat ediyorum. Araştırıyorum. Arap sabunu gibi ürünleri tercih ediyorum. Çok pahalı, temizliği her birine ayrı ürün kullanmaya karşılıyım. İyi bir hijyenin 1 bulaşık deterjanı ve arap sabunuyla karıştırarak kullanılmasını tercih edenlerdenim. Çamaşır yıkama içinse ortalama deneyimleyerek edindiğim tercihler var Ariel matik gibi falan”

K11: “Temizlik te Frosch almaya çalışıyoruz; daha az kimyasal içerdiğine inanıyoruz”

4.5.1.2. Ambalaja Yönelik Algının Satın Alma Kararına Etkisi

Satın aldığınız marka ürünün ambalajını inceliyor musunuz? Ambalajda nelere bakarsınız?

Ambalaj inceleme konusunda görüşülen katılımcıların büyük çoğunluğu ürün ambalajını incelediğini belirtmiştir. Katılımcıların ürün ambalajını incelerken dikkat ettikleri konulara dair düşüncelerinin listelendiği kodlamalar şu şekildedir:

- Ambalaj değişiklikleri
- Çevre dostu ambalaj
- Fiyat
- Görsellik
- Gramaj
- İçerik
- Kalori tablosu
- Kullanım talimatı
- Marka sertifikaları
- Organik etiketi
- Sağlamlık
- Son kullanım tarihi

- Üretim yeri

Katılımcıların ambalaj incelerken özellikle ürünlerin son kullanım tarihlerine dikkat ettikleri, daha sonrasında ise içeriğine baktıkları ortaya çıkmıştır. İçerik konusunda katılımcılar, ürünün sağlığa zararı olan bileşenlerinin olup olmadığı ve özellikle katkı maddesi içerip içermediğini kontrol ettiklerini ifade etmişlerdir. Ambalajın geri dönüştürülebilir, çevre dostu olması ve ürünün fiyatı, katılımcıların ambalajda dikkat ettikleri diğer önemli unsurlardır.

Ambalajın çevre dostu olmasına önem veren K8 kodlu katılımcının ambalaj için ödediği fiyatın önemini vurguladığı görüşüne aşağıdaki yer verilmiştir:

K8: “...Stand gezerken mesela organik ürünlerde geri dönüşüm kağıtları kullanılıyorsa ya da poşetleri mesela onlar benim dikkatimi çeker bir kere daha dönüp bakarım. Eğer ihtiyacım varsa diğer alacağım güvendiğim markayla arasında çok büyük bir rakam farkı yoksa o zaman tercih ederim.”

Gıda ürün (yumurta, süt, sebze vb.) ambalajlarında gördüğünüz organik, doğaya duyarlı, yeşil, eko gibi ifadeler hakkında ne hissediyorsunuz? Satın alma kararınızı etkiliyor mu?

Market ürünlerinin reklamlarıyla sıklıkla nerelerde karşılaşıyorsunuz?

Gıda ve temizlik ürünlerinin ambalajlarında karşılaşılan organik/doğaya/çevreye duyarlı gibi ifadelerle olan güven problemi sıklıkla katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Doğal içerikli ürünler katılımcılar tarafından sağlıklı ve doğaya ve kendine duyarlı olmak hisleri ile bağdaştırılmaktadır. ‘Organik’ ve ‘çevreci’ kavramları katılımcılarının çoğunluğu için anlam farkı taşımayan, birbiri yerine kullanılabilen terimlerdir. Ambalaj üzerindeki organik etiketinin satın almaya yönelttiği ve özellikle annelerin organik ürünlerle ilgilendikleri gözlenmiştir. Organik etiketi bazı katılımcıların ilgisini çekmezken, katılımcıların çoğunluğu organik ürünlere dair bilgi eksikliği yaşandığının altını çizmiştir. Katılımcılar organik ürünlere dair bilgiyi sosyal medya reklamları, arkadaş tavsiyesi, ambalaj üzerindeki ibareler ve web sitesi tanıtımları aracılığıyla edindiklerini belirtmiştir. Katılımcıların organik ürünlere yönelik çeşitli görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

K1: “Hala güvenmiyorum organik lafına. Ama yumurtada da mesela yeşil kürenin organik tavuğunu kullandığım için yeşil kürenin yumurtasını alırım. Bir kere kullandığım için ya da sözüne güvendiğim birinden duyduysam şayet o markayı tercih ederim. Kızımla ilgili aklıma bir şey geldi, Nesquik şeker katkısız, laktozsuz bir süt çıkarmış mesela onu gördüm direk yapıştım kutuya. Kızım çok sevmedi tadını ama ben ısrarla içereceğim onu. Çocuğum söz konusu olduğunda şekersiz katkısız şeyleri tercih ediyorum.”

K4: “Gıda da organik yazması etkiliyor bazen. Her şey organik artık ne hissediyorsun? Ailem tarımla ilgileniyor, eğer bahçeden gelmemişse bence organik değil, pakete giriyor çünkü ürün diğer türlü kimyasal var.”

K10: “Ne kadar yüzde kaç mesela? Ne kadar doğru olduğunu bilmiyoruz ama tüketici algısı işte ona bir şey diyemiyorum. Yani, ister istemez göz göre göre mesela yumurtada normal şey değil de daha organik almaya çalışıyorum. Bazı ürünlerin maddi olarak sömürmek amacıyla olduğuna inanıyorum. Bazı ürünleri de çok büyük şey fark etmiyorsa göz göre göre niye alayım? Değilse bile kendi içimi rahatlatmak babında yumurtayı organik alıyorum. Mesela bir çocuk geliyorsa suni şeyleri almak istemem. Tavukta özellikle paket tavuklar. Dışarda yiyorum tabiki de. Ette belli yerlerden alıyorum. Her yerden asla almam. İnsan dikkat etmeye çalışıyor ama yüzde yüz ediyor muyum? Ya da doğru mu güvenilir mi? Çok doğru olduğuna inanmıyorum. Üretici tanıdıklarım var. Yüzde yüz organik dedikleri ne kadar olabiliyor. İlaç yapmadan tarım yapmanın zor olduğunu söylüyorlar. Ama tamamen suni ise göz göre göre kullanamıyorsun tabi.”

K15: “Organik ürünler doğaya duyarlıdır. Organik ürünler sağlığım için faydalıdır. Raya peynir gibi organik ve yerli üretim ürünleri kullanıyorum. Organik ürünlerle ilgili bilgiyi: İnternet ve mahalledeki organik ürünler satan marketlerden ediniyorum. Markaları böylelikle öğreniyorum.”

K17:” Organik ürünlere güvenmiyorum. Organik ürünler doğaya duyarlıdır. Organik ürünler sağlığım için faydalıdır. Organik ve çevreci ürünler benim için aynı anlamı ifade eder. Mom’s Green, Carrefour Bio, Migros Organik, Frosch, City Farm, Sade ürünlerini alıyorum. Ürün ambalajı, internet sitesi sosyal medya, çevrim içi platformlardaki yorumlardan ürünlerle ilgili bilgi edinirim”

Katılımcıların ürün tercihlerinde, küçük hacimli olanlara kıyasla, büyük boy ya da büyük hacimli olanları tercih ettikleri görülmüştür. Katılımcılar bu ürünleri tercih etme sebeplerini; markete sık uğramak istememe, büyük boy ürünlerin uzun süre dayanabilmesi ve daha ekonomik olması ile açıklamışlardır. Katılımcılar küçük ambalaj

satın alma davranışlarını evlerinin fiziksel büyüklüğünün yetersiz olması, ürün ömrünün kısa olması / ürünün dayanmaması ve küçük boy ürünlerin daha düşük fiyatlı olmasıyla açıklamışlardır. Katılımcılar kullandıkları ürünleri elden çıkarma aşamasında, küçük boy ürünlerin boş kutularını çöpe attıklarını, büyük boy olanlarınkileri içine tekrar ürün doldurarak kullandıklarını veya farklı yiyecek, içecekleri muhafaza etme veya bir yerden bir yere taşıma gibi farklı amaçlarla kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Market alışverişlerinizde poşet satın alıyor musunuz? Ortalama kaç adet poşet alırsınız? Market poşetlerini evde başka amaçlarla kullanıyor musunuz?

Son yıllarda dünya çapında yaygınlaşan alışverişlerde plastik poşet kullanımının en aza indirilmesi ve mümkünse yerine bez çanta gibi tekrar kullanılabilirliği yüksek olan ürünlerin kullanımına dair katılımcı tutumları sorulmuştur. Katılımcılar arasından 10 kişi poşet satın aldığını, 11 kişi ise sadece bez torba kullandığını belirtmiştir. 7 katılımcı ise alışveriş çantasını düzenli yanında taşımayı alışkanlık haline getiremediği ya da son dakika çıkan plansız alışverişlerden kaynaklı yanında bulundurmadığı durumlarda poşet, planlı alışverişlerde ise bez çantalarını kullandıklarını belirtmişlerdir. Genel olarak katılımcılar poşet kullanımının azaltılmasına dair yapılan uygulamayı doğru bulduğu ve yaygınlaşması gerektiği konusunda hem fikirlerdir. 40 yaş ve üzeri olan katılımcılar ise eski gelenek ve alışkanlıklarından dolayı eski ambalajları tekrar kullandıklarını belirtmişlerdir.

4.5.1.3. Katılımcıların İkinci El Ürünlere Karşı Tutumu

İkinci el ürün kullanımı, daha önce kullanılmış ve “geçmiş olan” ve “kültürel biyografiye” sahip eşyaların satış, hediye ve bağış yolu ile tekrar kullanılmasıdır (Gabbot, 1991; Parsons, 2005). Çevreye karşı daha duyarlı olan insanların geliştirdiği ekolojik kaygıların onları ikinci el tüketimine yönelttiği belirtilmektedir (Xu vd., 2014; Yan vd., 2015). Katılımcıların **ikinci el ürün satın alma alışkanlıkları** sorulduğunda katılımcılardan hiçbirinin ikinci el ürün satın almadığı görülmüştür. “*Başkasının kullandığı ürünü kullanmak*” ifadesi oldukça sıklıkla bu alışkanlığa sahip olmamalarının sebebi olarak belirtilmiştir. Buna karşıt **geri dönüşümden yapılmış ürünleri kullanmaya** karşı hemen hemen tüm katılımcılar olumlu değerlendirmelere sahip olduklarını ve bu davranışı faydalı bulduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların sahip

oldukları eski ürünleri genellikle ihtiyaç sahiplerine vererek elden çıkardığı kaydedilmiştir.

4.5.2. Covid- 19 Pandemi Dönemi Sonrası Tüketim Alışkanlıkları

Katılımcıların Covid 19 salgını sonrasında değişen tüketim alışkanlıkları incelendiğinde, **markete uğrama sıklıklarında düşüş yaşandığı** fark edilirken, ürün satın alma miktarlarını arttırarak **stok yaptıkları** ve ihtiyaçlarını önceliklendirerek giyim kuşam gibi **birincil ihtiyaçları olmayan ürünleri satın almayı bıraktıkları** görülmüştür. Salgının, katılımcıların **marka tercihlerine etkisinin olmadığı** fark edilmiştir. Katılımcıların artan market alışveriş miktarlarının içine dezenfektan, arap sabunu veya tek kullanımlık anti bakteriyel ürünler gibi **sağlık ve hijyen kategorilerinden yeni ürünlerin eklendiği** ortaya çıkmıştır. Katılımcılar kullandıkları ürünlerin temizlik ve hijyen performansının ön plana çıktığını vurgulamışlardır. Özellikle **artan çamaşır suyu kullanımına** dair fikirlerini açıklayan katılımcıların bir kısmı, “*Domestos kullanımımız arttı*” ifadesini kullanarak artan kimyasal içerikli ürün kullanımı ile çevresel açıdan olumsuz sonuçlar doğuracak tüketim davranış kalıplarının tekrar arttığına dikkat çekmektedir.

Katılımcılar salgın döneminde yaşadıkları sağlık kaygısı sebebiyle fiziki olarak market ziyareti yapmadıklarını, aksine market alışverişlerini sıklıkla çevrim içi kanallar üzerinden gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Salgın döneminin organik/ekolojik ürün satın alma algısına etkilerine bakıldığında, katılımcıların doğal ürünleri artık daha çok önemsendiği ve bu ürünlere karşı güvenin ve farkındalığın arttığı tespit edilmiştir. Katılımcı ifadelerinden yola çıkılarak, kişilerin organik ürünleri sağlık ve güçlü bağışıklıkla bağdaştırdığı fark edilmiştir. Katılımcılar organik ürünler hakkındaki fikirlerini anlatırken “*daha çok önemsiyorum*”, “*farkındalığım arttı*” gibi ifadeler kullanmışlardır.

“Evde kalınca” ile başlayan katılımcı ifadelerine göre, özellikle dışarı çıkma kısıtlamalarının yaşandığı süreçte sosyal ortamlardan uzak olma, sosyalleşememe gibi durumlar, katılımcıların genel tüketimini azaltmıştır. Aşırı satın alımda bulunmamak, çevreye olumsuz etkilerde bulunmaktan kaçınmak, bazı ihtiyaçları karşılamak adına ürün satın almak değil, evde kendi imkanları dahilinde üretebilmek gibi konular salgın sonrası tüketim alışkanlıklarına dair en çok altı çizilen noktalar olmuştur.

Katılımcıların Covid-19 pandemi döneminde belirli markaları tercih etmelerine en çok etkisi olan faktörlerin ürünlerin fiziki üretim koşulları ve hizmet alım noktalarında çalışanların hijyen ve sağlık koşullarına verdiği önem gelmektedir. Marka tercihleri konusunda katılımcıların önemsedikleri diğer unsurların, ürünlerin doğal içeriklerinin artırılması ve çevreye duyarlı üretim sürecine geçiş olduğu kaydedilmiştir. Pandemi döneminde, markaların tek başına fiyat düşürme stratejilerinin, tüketicilerin marka tercihlerini değiştirmelerinde etki yaratmayacağına dair görüşü, neredeyse tüm katılımcılar onaylamışlardır.

Katılımcılara aşağıda belirtilen sürdürülebilir tüketim davranış türleri sayılarak, bu davranışların çevre ve doğaya sağladığı faydaya yönelik fikirleri araştırılmıştır. Katılımcıların yukarıda belirtilen davranışları çevre ve doğaya sağladığı faydanın önemine göre sıralamaları istenmiştir.

Katılımcılar belirtilen davranışlar arasında su tasarruflu çamaşır makinesi kullanımı ve poşet kullanmamayı çevre ve doğaya en faydalı davranışlar olarak tespit etmişlerdir. Katılımcıların önem sıralamasında, elektrik tasarruflu ampul kullanmak, plastik ürünleri geri dönüşüme göndermek, yakın mesafelere yürüyerek gitmek, kağıtları geri dönüştürmek, bozulan ürünleri tamir ederek ömrünü uzatmak ve geri dönüşümden yapılmış ürünler kullanmak nispeten çevreye daha düşük faydalı davranışlar olarak saptanmıştır. Toplu taşıma kullanımı, organik gıda ürünleri satın alımı ve ikinci el kıyafet satın alımı ise çevre ve doğaya faydası en düşük davranışlar olarak seçilmiştir.

İkinci el ürün kullanımına dair hala olumlu tutumlara sahip olmayan katılımcılar özellikle hijyen kaygısı sebebiyle bu kavramdan daha da uzaklaşmış görülmektedirler. Geri dönüşüm konusunda ise, daha olumlu tutum ve davranış örneklerinin olduğu belirtilmiştir.

4.6. Nitel Araştırma Sonuçları

Bu nitel araştırmanın amacı, katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranış türleri ve tutumları ve davranışlarını keşfetmektir. Bu amaç doğrultusunda, tüketicilerin çevreye karşı duyarlılıkları ve bunun tüketim davranışlarına etkilerini araştırılmıştır. Sürdürülebilir tüketim davranış türleri yazında yer alan çalışmalara göre, sürdürülebilir tüketim farklı alt davranış türlerine sahip olan ve her davranış türüne etkisi olan faktörlerin farklılık göstereceği bir davranış türüdür. Sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik bir diğer önemli konu ise, dünyanın sürdürülebilirliğini sağlamak adına her davranışın farklı

seviyede çevresel, sosyal ve ekonomik etkileri olduğudur. Sürdürülebilirliğe katkısı en yüksek olan davranışlara yönelik tüketici bilincini oluşturmak ve tüketicilerin bu konulara yönelik davranış değişimini sağlamak oldukça önemlidir(Geiger, Fischer, ve Schrader, 2018).

Covid-19 salgını ile pandemi dönemine geçiş ise sağlık kaygılarının, kişilerin davranışlarında etkisi olduğuna işaret etmiştir. Organik ürünlere ilgi ve çevreye duyarlılık konularının ön plana çıkarak önem kazandığı pandemi döneminde, katılımcıların yine de çevreci tüketim davranış kalıplarını tamamıyla benimsemedikleri görülmüştür.

Çevresel zararı düşük olan ekolojik, organik veya çevreci temizlik ürünlerinin yerine, kimyasalı yoğun olan ürünlerle hijyen arayışına giren katılımcılar, kullandıkları tüm ürünlerin üretim süreçlerinde hijyen ve sağlık açısından güven kaygısı yaşamışlardır. Sosyal ortamlarda bulunmanın özellikle giyim kategorisi ürünleri satın alma ile yakından ilişkili olduğunun saptandığı bu araştırmada, belirli ürünleri satın alma sebebinin toplumda kabul görme, beğenilme gibi değer yapıları ve normlarla ilgili olabileceği yorumuna ulaşılmıştır.

Kişilerin organik ürünlere olan ilgisinin arttığı ve daha az ürünle, gereksiz harcamadan kaçınarak bir yaşam tarzı kurmanın mümkün olduğuna dair farkındalığın arttığı söylenebilir. Çevrim içi kanalların alışveriş amaçlı kullanım oranının oldukça artmış olması, çevresel konular ve ürünlere dair tüketici farkındalığı yaratmak ve potansiyel alıcılara ulaşmak adına önem taşımaktadır.

Nitel araştırma bulgularından yola çıkarak, nicel araştırmanın odaklanacağı davranış türü tespit edilmiştir. Katılımcılar çevreye yönelik bilince sahip olan kişilerden oluşmakta ve özellikle organik gıda satın alma sıklıklarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, katılımcıların organik ürünlere dair bilgi ve güven eksikliği satın alma davranışlarında etkili olmaktadır. Organik gıdalara yönelik olumlu tutumlara sahip olmalarına rağmen, satın alma davranışı göstermeyen katılımcılar ise ilgili yazındaki tutum ve davranış arasındaki boşluğa dikkat çekmektedir (Stern, 2000; Peattie ve Belz, 2015). Bu durum, nicel araştırmanın amacının, organik gıda tüketimine etkisi olan faktörlerin saptanması olarak belirlenmesine katkı sağlamıştır.

BÖLÜM V

ÇEVRESEL ve SOSYO-PSİKOLOJİK FAKTÖRLERİN ORGANİK GIDA TÜKETİM NİYETİ ÜZERİNE ETKİLERİNİ İNCELEYEN NİCEL BİR ÇALIŞMA

Bu başlık altında nitel araştırmadan elde edilen bulgular ve literatür taraması ile tespit edilen değişkenler göz önünde bulundurularak hazırlanan nicel bir çalışmaya yer verilmiştir. Araştırmanın amacı, modeli, ana kütlenin belirlenmesi, örneklem çerçevesinin oluşturulması, veri toplama yöntemi, anket formunun hazırlanması, ön çalışmanın yapılması, verilerin analizi ve araştırma bulgularına ilişkin bilgiler sunulmuştur.

5.1. Araştırmanın Amacı

Literatürde, çevreci davranışın altında yatan faktörleri farklı alanlar ve değişkenler üzerinden açıklamaya çalışan oldukça çeşitli araştırmalar yer almaktadır. Çevresel davranış üzerine çeşitli çalışmalar, bireylerin gerekçeli seçimler yaptıkları ve en düşük maliyetlere (örneğin para, çaba ve / veya sosyal onay açısından) en yüksek faydaya sahip alternatifleri seçtikleri varsayımından yola çıkarak başlamıştır (Steg ve Vlek, 2009). Sosyal psikoloji kapsamında, çevre konulu alanlarda davranışın açıklanması üzerine geliştirilmiş olan en yaygın olarak kullanılan teorilerin başında Ajzen tarafından 1985 yılında geliştirilen ‘Planlı davranış teorisi’ (PDT) gelmektedir.

PDT' ye göre, insanların toplumsal davranışları belirli faktörlerin kontrolü altında olup çeşitli sebeplerden kaynaklanır ve planlanmış bir şekilde ortaya çıkar. PDT' ye göre, organik gıda tüketim niyeti, gerçek davranışın tek ve en önemli tahmincisidir. PDT, davranışsal niyeti, belirli bir davranışı gerçekleştirmenin olasılığı hakkındaki inançların veya tutumların bir işlevi olarak gören Gerekçeli Eylem Teorisinin (Fishbein ve Azjen, 1975) genişletilmiş halidir (Buhmann ve Brønn, 2018, s.380).

Planlı Davranış Teorisine göre, sürdürülebilir tüketim niyeti birbiriyle ilişkili olan; davranışa yönelik tutumlar, öznel normlar ve davranışsal kontrol faktörlerinin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Tutum değişkenleri bir kişinin bir davranışa yönelik eğilimini temsil ederken, öznel norm değişkeni bir kişinin sosyal çevresinin özelliklerini içerir ve algılanan davranışsal kontrol, bir kişinin bir davranışın performansını kontrol

etme yeteneğindeki farklılıklar ile ilgilidir. Davranışsal kontrol bir kişinin bir davranışı fiilen gerçekleştirmek için gerekli kaynaklara, fırsatlara ve kapasiteye sahip olma konusundaki güvenini ifade eder. İnsan ne kadar çok kaynak ve fırsata sahip olursa, davranışları üzerinde o kadar fazla kontrole sahip olduklarına inanır ve davranışı fiilen gerçekleştirme olasılığı artar. PDT’ nin farklı içsel motivasyonları ve algılanan davranışsal kontrolü birlikte kullanarak davranışı açıklaması, bu teoriyi çevreci davranışı açıklamada güçlü bir noktaya getirmektedir(Bamberg ve Schmidt, 2003, s.267).

Çevreci davranışa yönelik alanyazında önemli yere sahip olan Planlı Davranış Teorisi, niyetin gerçek davranışın tek ve en önemli tahmincisi olduğunu varsayar (Ajzen ve Fishbein, 2005). Sürdürülebilir tüketim davranışının, davranışa yönelik niyet üzerinden açıklanabildiği çeşitli çalışmalarca ispat edilmiştir (Çakır ve Dedeoğlu, 2019; Chuang, Chen ve Chen., 2018; Conner ve Armitage, 1998; Erciş ve Türk, 2019; Geiger,Fischer ve Schrader, 2018; Ha ve Janda, 2012; Han, 2015; Ho et al., 2015; Kiatkawsin ve Han, 2017; Lang ve Joyner Armstrong, 2018; Sadiq, Adil ve Paul, 2020; Ünal, Steg ve Gorsira 2018).

Çevreci davranışı açıklamada kullanılan başka bir boyut ise değer temelli teorilerdir. Rokeach (1968, s.160)’ e göre değerler çeşitli objelere ve durumlara karşı tutum geliştirme ve belirli tutumlarımızı devam ettirmemize sebep olmaktadır. Bu doğrultuda davranışlara etken değerler listesini oluşturmuştur. Schwartz, değer temelli teorileri kullanarak çevresel kaygı ve çevreci davranışın belirleyicisi olarak gördüğü ‘değerler’ olgusuna ışık tutmuştur (1994, s.37). Değerler, tutumların, fikirlerin ve eylemlerin açıklanmasında tahmin ve açıklama gücüne sahiptir(Schwartz, 2012, s.261). Schwartz (1992, s.22) dünya genelinde insanların sahip olduğu değerleri 4 ana kategori altında toplamıştır. Bunlar öz genişletim, öz aşkınlık, yeniliğe açıklık ve muhafazakarlıktır. Belirtilen ana kategorilere karşılık gelen toplam 10 değer ile analiz ettiği değerler ölçeğinde öz aşkınlık ve öz genişletim boyutlarının değerler ve insanların sergilediği çevreci davranış arasındaki ilişkiyi açıklamada kullandığını belirtmektedir (Schwartz, 1992, s.39,44).

Öz aşkınlık boyutunda evrensellik ve iyilik değer tiplerinin, öz genişletim boyutunda başarı ve güç değer tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışı ile olumlu ilişki içinde olduğu çalışmalarca ortaya konmuştur (De Groot ve Steg, 2007; Hansla, Gamble, Juliusson, Gärling, 2008; Karalar ve Kiracı, 2010; Schultz, 2001; Shin, Moon, Jung ve Severt, 2017; Steg ve Vlek, 2009; Stern ve Dietz, 1994). Öz genişletim boyutu kişinin kendi çıkarlarının üzerine odaklanmasını içerirken, öz aşkınlık boyutu kişinin

başkalarının iyiliğini düşünmesi üzerine odaklanır (Demirutku ve Sümer, 2010, s.19). Çevreci davranışı açıklamada başkalarının (başka insanlar ve canlıların) iyiliği için niyet edilen yardım davranışı altruistik değer olarak değerlendirilmektedir (Schultz ve Zelezny, 1998, s.542). Stern ve Dietz (1994, s.69), çevresel konularla ilgili endişe ve tutumların bir kişinin değerlerine dayandığını ve çevresel konularla ilgili tutumların kişinin kendisine, başka insanlara ve diğer bitki ve hayvanlara verdiği göreceli önemi gösteren sırasıyla benmerkezci, altruistik ve biyosferik değerler ile oluştuğunu ileri sürmektedir.

Schwartz'ın Norm-Aktivasyon Modeli (1977, s.227) (NAM) yardım davranışına referans olan altruistik davranışın, kişinin potansiyel davranışlarının sonuçları hakkında farkındalık sahibi olduğu ve bu sonuçlar için kendi üzerinde sorumluluk hissettiğinde oluşma ihtimalinin arttığını ifade eder. Çevreci davranışın oluşmasında ekolojik farkındalığın etkisini öne çıkaran, Dunlap ve Van Liere (1978) tarafından literatüre kazandırılan 'Yeni Ekolojik Paradigma' modeli, ekolojik inançların ve ekolojik dünya görüşünün bir ölçüsü olarak çevreci tutum ve davranışları tahmin etmek için kullanılmıştır. Değer-inanç-norm teorisi adı altında inançların ölçümünü öne sürerek çevresel kaygı ve çevreci davranışı arasındaki ilişki açıklanmaktadır (Stern vd. 1994 , Stern, Dietz, Abel, Guagnano, & Kalof, 1999, Steg ve Vlek, 2009). Kişinin çevreci davranış sergilemek adına yüksek maliyetlere ya da kısıtlamalara katlandığı durumlarda, sadece değer, inanç, norm değişkenleri davranışın gerçekleşmesi veya gerçekleşmemesini açıklamada yetersiz kalabilmektedir (Bamberg ve Schmidt, 2003:265). Bu gibi durumlarda, farklı çevresel, bağlamsal veya sosyo-psikolojik faktörlerin birlikte incelenmesi fayda sağlayacaktır.

Sosyo-psikolojik kuramlar göz önünde bulundurulduğunda tutum ve davranış ilişkisini tahmin etmede alışkanlık değişkenin önemli etkisi bulunmaktadır. Alışkanlıkların, sosyo-psikolojik modeller dahilinde kullanımının nadir olduğu gözlenmektedir (Aarts, Verplanken ve Knippenberg, 1997, s.540). Planlı davranış teorisi ile sağlık, güvenlik ve çevre ile ilgili davranışları araştıran çalışmaların çoğu alışkanlıkları göz ardı etse de kişilerin gelecek davranışlarına karar verirken geçmiş deneyimlerinden faydalanma eğilimi gösterecekleri bir gerçektir (Aarts, Verplanken ve Knippenberg, 1998:1357).

Çevre konulu araştırmalarda, davranışa etkileri tartışılan bir başka faktör çevresel bilgidir. Çevresel bilgi değişkeni çevresel davranışı açıklayan DİN (1994), PDT (1985), NAM (1977) gibi literatürün öncül çevreci davranış kuramlarında rastlanmayan bir değişkendir. Çevresel bilgi, 'çevresel sorunlar ve olası çözümleri hakkında bilgi ve

farkındalık' anlamına gelmektedir (Zsóka vd, 2013:127). Bamberg (2003)' e göre çevre bilgisi ve çevre tutumlar birbirine önemli ölçüde bağlıdır.

Geiger, Fischer ve Schrader (2018 s. 26)' e göre sürdürülebilir tüketim davranışının ölçülmesinde önemli bir konu ise ilgili tüketim alanına odaklanmaktır. Tüketim alanı, tüketim kategorisi gibi farklı isimlerle adlandırılan bu olguya göre sürdürülebilirliğin ekolojik, sosyo-ekonomik başta olmak üzere çeşitli boyutları vardır (Tukker vd. 2010, Ivanova vd. 2015). Örneğin iklim değişikliği veya sera gazı emülsiyonu üzerine yapılacak bir araştırmanın indikatörleri ne kadar karbon dioksit gazı salındığı ve toprakların ne kadarının ekildiğidir. Bu çevresel problemin üstesinden gelmek için sergilenmesi beklenen sürdürülebilir tüketim davranışı organik gıda tüketimidir. Sürdürülebilir tüketimin sosyo-ekonomik boyutundaki indikatör ülkedeki açlık ve gelir seviyesiyse, karşılık gelen sürdürülebilir tüketim davranışı ise adil ticaret ile üretilmiş ürünleri satın almaktır.

Çevre psikologları çevresel kaliteyi önemli ölçüde etkileyen davranışları incelemelidir. Örneğin, satın alma davranışını değiştirmek, mevcut ürünleri yeniden kullanmak veya geri dönüştürmekten daha fazla çevresel fayda yaratmaktadır (Gardner ve Stern, 2002). Ayrıca, termostat ayarlarını düşürmek veya otomobil kullanımını azaltmak, plastik poşetleri kullanımını azaltmaya kıyasla daha fazla çevresel fayda sağlamaktadır (Steg ve Vlek, 2009)

Davranışların çevresel etkilerini vurgulayan çalışmalara göre, sürdürülebilir tüketim davranışları ışıkları kapatmak, su tasarrufu yapmak, geri dönüşümde bulunmak gibi çevresel etkileri düşük olan davranışlar olabileceği gibi; yalıtım yaptırmak, güneş enerji paneli kullanmak, elektrikli araç kullanmak gibi çevresel faydaları yüksek olan şekillerde de gerçekleşebilmektedir (Kaiser ve Wilson 2004; Whitmarsh ve O'Neill 2010). Bu durum, sürdürülebilir tüketim davranışını etkisine göre kategorize ederek, seçilen etki ve indikatöre karşılık gelen davranışın çalışması gerektiğini göstermektedir.

Bu araştırma kapsamında, keşfedici ön çalışma olarak gerçekleştirilen nitel çalışma ve literatür bulgularına göre, kişilerin sürdürülebilir davranışlara yönelik tutumları ile davranışları farklı olabilmektedir. Kişilerin davranışlarının çevresel sonuçları hakkında bilinçlerinin düşük olduğu, çevreci ürünlerle ilgili kavramlar hakkında bilgi eksikliği olduğu ve bu ürünlere karşı güven problemi yaşadıkları görülmüştür. Katılımcıların doğa ve çevreye faydasının diğer davranış türlerine kıyasla düşük olduğu fikrine sahip olmalarına rağmen organik gıda tüketim davranışı gösterme sıklıklarının

fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durum tüketicilerin organik tüketim davranışına etken faktörlerin araştırılmasına dikkat çekmiştir.

Bu araştırmanın temel **amacı çevresel ve sosyo-psikolojik faktörlerin organik gıda tüketim niyeti üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır**. Çalışmada, Planlı davranış teorisi (Ajzen, 1985, 1991) ve Norm Aktivasyon Modelinin (Schwartz, 1977)) birleştirilmesinden yola çıkarak, Değer-İnanç-Norm (Stern, 2000) kuramında yer alan altruistik, biyosferik ve benmerkezi değerlerle, literatürde çevreci davranış ile ilgisi araştırılmış çevresel bilgi, sosyal etki ve alışkanlık gibi değerşkenlerden faydalanılarak, organik gıda tüketim niyeti açıklanmaya çalışılmıştır.

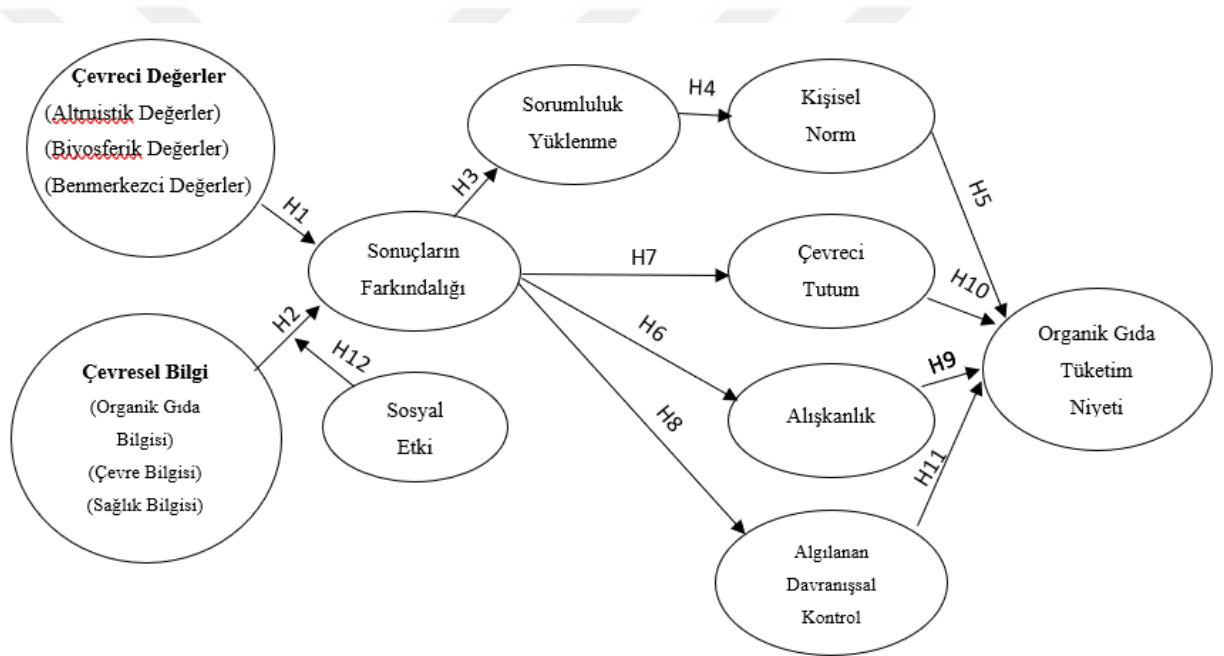
Sürdürülebilir tüketim davranışının çeşitli türleri olduğu ve çevresel etkilerinin önem derecesine göre farklılık gösterdiği bilinerek (Geiger vd., 2018: 20), araştırma kapsamında doğayı ve insan sağlığını ciddi seviyede tehdit eden sera gazı salınımına etken sürdürülebilir tüketim davranışı türlerinden biri olan **organik gıda tüketimine** odaklanılmıştır. Niyetin davranışı tahmin etme ve açıklama gücü sebebiyle bağımlı değerşken **organik gıda tüketim niyeti** olarak belirlenmiştir.

Bu amaçlar doğrultusunda aşağıdaki **araştırma soruları** açıklanmaya çalışılacaktır:

1. Biyosferik, altruistik ve benmerkezi değerlerin, davranışa yönelik sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkisi var mıdır?
2. Organik gıda, çevre ve sağlığa yönelik bilginin, davranışların sonuçlarının farkındalığına üzerinde etkisi var mıdır?
3. Sonuçların farkındalığı ve sorumluluk yüklenmenin kişisel normların aktif hale gelmesinde etkisi var mıdır?
4. Kişisel normların, organik gıda tüketim niyeti üzerinde etkisi var mıdır?
5. Çevreci tutumların, organik gıda tüketim niyeti üzerinde etkisi var mıdır?
6. Alışkanlıklar ve algılanan davranışsal kontrolün organik gıda tüketim niyeti üzerinde etkisi var mıdır?
7. Sosyal etkinin çevresel bilgi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide düzenleyici rolü var mıdır?

5.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

İlgili yazının incelenmesi ve ön çalışmadan elde edilen bilgiler ışığında, araştırmanın amaçları doğrultusunda oluşturulan araştırma modeli Şekil 10'da sunulmaktadır. Sürdürülebilir tüketim davranış türlerinden biri olan organik gıda tüketim niyetine etken psikolojik faktörlerin yer aldığı 'Planlı Davranış Teorisi' ve 'Norm Aktivasyon Modeli' değişkenlerinden yola çıkarak bu çalışmada birleşmiş bir model yapısı kurulmuştur. Değer-İnanç-Norm teorisinden elde edilen çevreci değerler ile çevresel bilgi ve sosyal etki değişkenlerinin araştırma modeline eklenmesi ile organik gıda tüketim niyetine etkisi olan faktörler kapsamlı bir şekilde ele alınarak analiz edilecektir.



Şekil 10. Araştırma modeli

Literatür taraması sonucu, araştırmanın amacına uygun olarak oluşturulan hipotezler, aşağıda kapsamlarıyla birlikte açıklanmıştır.

Rokeach (1973), Schwartz (1994)'ın çalışmalarında kullandığı değer ölçekleri, Schultz ve Zelezny (1999), Stern ve Dietz (1994), Stern, Dietz ve Guagnano (1995) tarafından çevresel kaygı, çevreci tutum ve inançların açıklanmasında kullanılmıştır. Karp(1996)' da yaptığı çalışmasında Schwartz'ın değerlerinin kişinin çevreyi korumak amacıyla kendi gerçekleştirdiğini ifade ettiği geri dönüşüm, tüketim ve politik davranışlarını açıklamada oldukça etkili olduğunu belirtmiştir. Brown ve Kasser

(2005:362)'in çalışması ise çevresel konularla ilgili kişinin farkındalık düzeyi ile çevreci davranış sergilemesi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır.

Stern, Dietz, Abel, Guagnano ve Kalof (1999, s.85)' un çalışmasına göre çevreci davranışı açıklayan değerler; biyosferik, altruistik, ve benmerkezci başlıkları altında toplanmaktadır. Biyosferik değerler, insanlar ekosistemlere veya biyosfere maliyet veya faydalar temelinde fenomenleri hesaba kattıklarında ortaya çıkar (Schultz, 2001). Biyosferik değerlerin, çevresel inançların ve amaçların açıklanmasına kayda değer katkı sağladığı ifade edilmektedir (de Groot ve Steg, 2007). Altruistik değer terimi, çevresel tavırlar ve davranışlar için bir temel olarak kavramsallaştırılır ve kişinin başkalarına karşı davranışlarında kendine nasıl davranılmasını istediğine göre temellendirmesini ahlaki zorunluluk olarak görmektedir (Stern vd., 1999S; Schwartz, 1977; de Groot ve Steg, 2007). Altruistik değerlere sahip insanlar, sürdürülebilir uygulamalar uygulayan şirketler için savunucular haline gelerek hem insanlara hem de diğer türlere fayda sağlar (Schultz, 2001). Sürdürülebilir yaşam tarzı uygulamalarının benmerkezci değerlere sahip insanlarda daha sıklıkla görüldüğü belirtilmektedir (Van Vugt ve Samuelson, 1999). Ben merkezci değerlere sahip kişiler, çevrelerinde kendi çıkarlarını etkileyecek, gerçekleştirmemeleri durumunda kişisel maliyetlerin (zaman, kaynak, para) yüksek olacağı durumlarda çevreye yönelik faydalı davranışlarda bulunma yatkınlığı gösterirler (Stern ve Dietz, 1994 :70). Değerler, kişinin davranışlarının çevresel etkilerine yönelik sonuçların farkında olmasına etki eder ve kişisel normların aktivasyon sürecini tetikler (Steg ve diğerleri, 2014; Thøgersen ve Ölander, 2002). Değerlerin davranış üzerinde doğrudan güçlü etkiye sahip olmadığı, yerine davranışa özgü inançlar, kişisel normlar, tutumlar gibi faktörler üzerinden dolaylı etkiye sahip olduğu belirtilmektedir (Nordlund ve Garvill, 2003, 2004; Poortinga, Steg ve Vlek, 2004).

Bu çalışmalardan hareketle H1 numaralı hipotez ve alt hipotezler olan H1a, H1b ve H1c hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H₁: Çevresel değerler, sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H_{1a}: Altruistik değerler, sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H_{1b}: Biyosferik değerler, sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H_{1c}: Benmerkezci değerler, sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Gotschi vd. (2010) organik gıda bilgisinin tüketicilerin tutum ve davranışlarını önemli ölçüde etkilediğini, benzer şekilde Saleki ve arkadaşları (2012), organik gıda bilgisinin tüketicilerin organik gıda satın alma tutumları üzerinde olumlu etki yarattığını belirtmiştir. Finisterra do Poco ve Raposo (2008), çevresel bilginin tüketicileri yeşil gıda satın alma konusunda önemli ölçüde etkilediğini, çevre hakkında bilgisi olan insanların daha fazla ödemeye istekli olduğu ve çevre dostu yiyecekler satın alma olasılıklarının ise diğerlerine kıyasla yüksek olduğunu belirtmektedirler (Soonthonsmai, 2001). Liu (2007), sağlıkla ilgili bilginin tutumlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu, Kim ve Chung (2011) sağlıkla ilgili farkındalığının tüketicilerin davranışlarını etkilemede en önemli faktör olduğunu belirtmiştir. Öte yandan çeşitli araştırmalar, çevre sorunlarının nedenleri ve sonuçları hakkında bilgi sahibi olan kişilerin, davranışlarının çevresel sonuçlarına yönelik farkındalıklarının yüksek olabileceğini göstermektedir (Bord, O'Connor, & Fisher, 2000; O'Connor, Bord, & Fisher, 1999).

Ünal, Steg, ve Gorsira,(2017, s.1576) turistlerin seyahat şekli ve konaklama seçimlerinde çevre odaklı tercihlerde bulunmasına etkisi olan faktörleri ortaya koydukları araştırmalarında, ekolojik araç kullanmayla ilgi kişinin sahip olduğu çevreci bilgiye kıyasla, çevreci değerler sonuçların farkındalığına varmasına ve norm aktivasyon sürecini harekete geçirmesine daha fazla etki etmektedir. Thøgersen' e göre, çevresel problemlerin farkında olan kişiler, problemin tam olarak ne olduğu, bu konuda neler yapılabileceği ya da nasıl yapabileceği konusunda kararsız olabilir ve bunun sebebi ise çevresel konulardaki bilgi eksikliğidir(Thøgersen, 2005:152)

Bu çalışmalar doğrultusunda **H₂** numaralı hipotez ve alt hipotezleri olan **H_{2a}**, **H_{2b}** ve **H_{2c}** hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H₂: Çevresel bilgi sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H_{2a}: Organik gıda bilgisi sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H_{2b}: Çevre ve doğa bilgisi sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H_{2c}: Sağlık bilgisi sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Çevreci davranış genelde ahlak olgusu ile birleştirilir (De Groot ve Steg, 2009:). Çevreci davranışı açıklamada etkili teorilerden biri olan Schwartz'ın norm aktivasyon modeli (1977), toplum ve çevre yanlısı olan davranışları tahmin etmek için üç tür

değişken içerir. Bunlardan ilki, "belirli eylemleri gerçekleştirme veya bunlardan kaçınmaya yönelik ahlaki bir yükümlülük" olarak adlandırılan kişisel normlardır (Schwartz ve Howard, 1981:190). İkincisi, sonuçların farkındalığı yani kişi davranışları sonucunda toplum veya çevreye yönelik gerçekleşecek olumsuz sonuçların farkında olmasıdır. Olumsuz sonuçların farkında olmak (değerli nesneler için olumsuz sonuçlar), sosyal olarak bir eylemi gerçekleştirmediğinde kişinin değerli nesneler için olumsuz sonuçlara ilişkin bilinç düzeyini ifade eder (Schwartz, 1977). Üçüncüsü, sorumluluk yüklenme olup, kişinin davranışlarının sonucunda doğan olumsuz sonuçlara karşı kişinin sorumluluk duygusu taşıması olarak adlandırılmaktadır (De Groot ve Steg; 2009: 426).

Schwartz' a göre (1977) kişi, yardıma muhtaç birini fark ettiğinde (problem algılama) ve eğer herhangi bir eylemde bulunmazsa olumsuz sonuçlar doğacağını algıladığında (sonuçların farkındalığı) kişinin bu yardım etme davranışı durumunun içselleştirilmiş kişisel normlarını aktive ederek harekete geçtiğini varsayar. Kişi, kendisine yardımcı olabilecek eylemlerde bulunma yeteneğini fark ederse, kendisine yardım etmenin maddi veya psikolojik maliyetini de dikkate alır. Bu maliyetler çok yüksek olarak algılanırsa, kişi ihtiyacı, gerekli eylemleri, kişisel yeteneklerini veya sorumluluklarını reddederek aktive olmuş kişisel normlarını tekrar rasyonalize ederek davranıştan vazgeçebilir (Bamber, Hunecke ve Blöbaum, 2007: 191).

Bu bilgiler doğrultusunda **H3**, **H4** ve **H5** numaralı hipotezler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H3: Sonuçların farkındalığı yüklenilen sorumluluk üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H4: Sorumluluk yüklenme kişisel normlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H5: Kişisel normlar organik gıda tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Qullette ve Wood (1998)' a göre geçmişteki davranış sıklığının ölçümü, gelecek davranışların ortaya çıkışını tahmin etmenin yanı sıra, tutumlar ve niyetlerin belirleyici olması bakımından önem taşımaktadır. Geçmiş davranışın rolü hakkındaki bazı araştırmalar, geçmiş davranışın sıklığı ile gelecek davranış arasındaki ilişkinin istatistiksel tahmininin mümkün olmadığını ileri sürerek, geçmiş davranışın sıklığının gelecek davranışı tahmin etmede yetersiz olduğunu ileri sürmüştür. (Ajzen, 1985, 1991; Ajzen & Fishbein, 2000; Eagly & Chaiken, 1993). Bu durumun aksini savunan

çalışmalara göre ise alışkanlıklar, davranışın tatmin edici bir şekilde tekrarlanmasıyla gelişir ve güçlenir (Hull, 1943; James, 1890; Tolman, 1932; Triandis, 1977, 1980; Watson, 1914).

Tradis (1977) ve Verplanken ve Aarts (1999)' a göre tekrar eden geçmiş davranış bir alışkanlık haline gelir, ortamdaki belirli bir işaret tarafından kendiliğinden tetiklenerek, davranış otomatik hale gelecektir. Bu durum geçmiş davranış ile gelecek davranışın tahmin edilmesini anlamlı bir hale getirmektedir. Alışkanlıklar sadece davranışın tekrarıyla değil, belirli bir amaca bağlı olmasıyla şekillenir ve belirli seviyeye kadar kontrol dahilindedir. Alışkanlıklar, kişinin niyetiyle başlamakta ve farkındalık dışında gelişmektedir. (Bargh 1994).

Bu bilgiler doğrultusunda **H₆**, **H₇** ve **H₈** hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir:

H₆: Sonuçların farkındalığı alışkanlıklar üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₇: Sonuçların farkındalığı çevreci tutumlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₈: Sonuçların farkındalığı algılanan davranışsal kontrol üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Planlı davranış teorisi (Ajzen, 1985, 1991; Ajzen ve Madden, 1986)' ne göre davranışsal niyet, gelecek davranışın en iyi tahmincisi olmakla birlikte üç bileşenden oluşmaktadır. Bu bileşenlerin ilki davranışa karşı tutum olup, kişinin belirli bir davranışta bulunmasına yönelik genel değerlendirmesi olarak tanımlanır. İkinci bileşen ise davranışı gerçekleştirirken kişinin karşılaştığı sosyal baskı ve ahlaki zorunluluk hissi olan kişisel normlardır. Planlı davranış teorisine göre davranışı şekillendiren sonuncu bileşen ise kişinin davranışı gerçekleştirmek için gerekli beceri ve kaynaklara sahip olup olmadığına dair inancı olan algılanan davranışsal kontrol olarak ifade edilmektedir.

Schwartz(1977)'ın Norm Aktivasyon Modeline göre, kişisel normlar içselleştirilmiş değerlere bağlılığı yansıtır ve belirli şekilde davranmaya yönelik kişisel zorunluluk hissi olarak ortaya çıkar. Kişisel normlar aktif olduğunda, davranışı etkilemektedir.

Thogersen (2001) ise kişinin kısa vadede sürdürülebilir davranışlar sergilemesinin, alışkanlıklar, tutumlar, tercihler ve karşısına çıkan fırsatlara bağlı olduğunu ileri sürer. IGD (Institute of Grocery Distribution)'nın 2002 ve 2003' te yayınladığı rapor ve gıda güvenliğine karşı tüketici tutumunu anlatan FSA (Food Standards Agency) 2000 yılı raporuna göre günlük tüketim uygulamaları büyük ölçüde

kolaylık, alışkanlık, paranın değeri, kişisel sağlık kaygıları, hazcılık ve kişilerin sosyal ve kurumsal normlara bireysel tepkileri tarafından yönlendirilmektedir ve bu faktörler değişime oldukça dirençlidir.

Bu çalışmalar doğrultusunda, **H₉**, **H₁₀**, **H₁₁** numaralı hipotezler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H₉: Alışkanlıklar organik gıda tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₁₀: Çevreci tutumlar organik gıda tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₁₁: Algılanan davranışsal kontrol organik gıda tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Vitterso (2003, s.102) çevresel farkındalığı toplum içerisinde kişilerin günlük yaşam deneyimlerinden gelen ve aile, arkadaşlar ve okul gibi yakın kişilerarası sosyal ağlar aracılığıyla yayılan bir olgu olduğunu belirterek **sosyal etki** kavramına vurgu yapmaktadır. UTAUT2 adı verilen Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Modeli 2'ye göre davranışta bulunma veya belirli bir davranış niyetini belirleme konusunda etkili faktörleri performans beklentisi, efor beklentisi, alışkanlıklar, kolaylaştırıcı koşullar, sosyal etki, hedonik motivasyon, fiyat ve alışkanlıklardır (Venkatesh, 2012).

Kişi davranış değişiminde bulunurken sosyal etki, kişi üzerinde bir sosyal baskı ile yükümlülük duygusu yaratarak, kişinin çevresel yıkımlara yönelik farkındalık sahibi olmaktadır (Chuang, Chen ve Chen, 2018, s.4). Venkatesh vd. (2003)'e göre kişilerin arkadaşları, eğitmenleri, iş arkadaşları vb. kişiler, bir ürün veya hizmeti kullanım davranışı veya davranışa yönelik niyetini etkilemektedir.

Sosyal psikoloji çok sayıda çalışma sosyal etkinin bireyin çevre dostu tüketim türlerine karşı olumlu tutum geliştirmesinde önemli rol oynadığını açıklamıştır (Aertsens, Verbeke, Mondelaers, & Huylenbroeck, 2008). McEacher Kişiler arası ilişkinin kıyafet satın alma tercihlerinde sürdürülebilir tüketim davranışında bulunabilmesi üzerine sosyal ilişkilerin önemine dikkat çekmektedirler (McEachern, Middleton ve Cassidy, 2020). Çalışmaya göre, çevresel problemlerin farkına varan kişiler, çevreci davranış niyeti göstermeye yönelik pozitif tutum sahibi olurlar ve sosyal etki aracılığıyla çevreci harcamalarda bulunma, çevreci tüketimde bulunmayan kişilere kıyasla çevreci ürün satın almayı daha kolay bulma ve bu ürünlere karşı güven duyma eğilimine girerler.

Yeşil otellerle ilgili yaptığı çalışmada Han (2015, s.167), çevresel konularda bilgi sahibi veya sürdürülebilir değerlere sahip olan kişilerin, gerekli fırsatlara sahip olmaları durumunda çevreye duyarlı davranış niyetlerinin daha güçlü olacağını belirtmektedir. Otellerin sürdürülebilirlik uygulamalarını ve çevresel konulara yönelik bilgileri müşterileriyle paylaşmaları durumunda, müşterilerin çevresel konulara yönelik farkındalıkları artacaktır. Sosyal etki aracılığıyla müşterilerin çevreye duyarlı tüketim davranışı sergileme ihtimali de artacaktır (Han, 2015, s.174).

Kollmuss ve Agyeman, (2002) ile Bamberg ve Möser (2007) ise kişinin çevre sorunları hakkındaki bilginin artmasının, çevresel konularda endişelerini ve farkındalığını artırabileceğini, ancak bu durumun illa davranış değişimiyle sonuçlanmayacağını belirtmektedirler. Geri dönüşüm ve organik gıda tüketimi üzerine yapılan çalışmalarda bilgi eksikliğinden kaynaklı olarak, kişinin çevreci tutuma sahip olmasına rağmen çevreci davranış göstermeyebileceği ifade edilmektedir (Thøgersen, 2000:307).

Kişinin satın alma niyeti, çevresindeki diğer kişilerden etkilenmektedir. Bagozzi (2007)'nin, " *insanın kendini toplumdan izole ettiğinde sergilediği davranışları, gerçek davranışını tanımlamayacaktır*" görüşü, sosyal faktörlerin davranış üzerindeki etkilerinin göz önünde bulundurulmasına dikkat çekmektedir. Lee ve arkadaşları (2011), çevrim içi satın alma davranışını 'sosyal etki' (social influence) üzerinden açıklamaya çalıştıkları yayınlarında, sosyal etkinin kişinin çevrim içi satın almaya yönelik inanç, tutum ve satın alma niyetini önemli derecede etkilediğini ortaya koymuşlardır. Yazarlar, çalışmada sosyal etkinin inanç, tutum, niyet arasındaki ilişkide düzenleyici role sahip olup olmadığını incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre, özellikle bilgi odaklı sosyal etki (informational social influence), kişinin farklı inovasyonları kullanarak sosyal gruplarına dahil olan kişileri de kullanmaları yönünde olumlu etkileyebilmesini sağlamaktadır. Sosyal etkinin davranışa doğrudan etkide bulunmadığını belirten yazarlar, olumlu sosyal etkinin inovasyonların kabulü üzerinde düzenleyici etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Dış kaynaklardan gelen bilgi, kişinin inanç ve tutumlarına olan güveni arttırmakta ve kişi bir inancına ne kadar güvenir ise o derece olumlu tutumlar geliştirerek beklenen davranış değişimini sergileyecektir.

Sosyal etkinin direkt etkisinin yerine düzenleyici etkisinin önemini ileri süren sonuçlarından yola çıkarak **H₁₂** ve alt hipotezleri olan **H_{12a}**, **H_{12b}**, **H_{12c}** hipotezleri aşağıdaki gibi düzenlenmiştir:

H₁₂: Çevresel bilgi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide sosyal etkinin düzenleyici rolü vardır.

H_{12a}: Organik gıda bilgisi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide sosyal etkinin düzenleyici rolü vardır.

H_{12b}: Sağlık bilgisi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide sosyal etkinin düzenleyici rolü vardır.

H_{12c}: Çevre ve doğa bilgisi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide sosyal etkinin düzenleyici rolü vardır.

5.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma modelinin tanımlayıcı olması, gerekli verilerin sistematik bir şekilde toplanıp istatistiksel analize uygun olarak değerlendirilmesi için, veri toplama yöntemi olarak çevrimiçi anket formu kullanılmıştır. Ankette yer alan ölçekler literatür taranarak uluslararası çalışmalardan seçilmiş, ölçeklerde yer alan sorular İngilizce 'den Türkçe 'ye çevrilmiştir. Ölçeklerin Türkçe 'ye çevrilmesinde yaygın olan yöntem önce Türkçe 'ye çevrilmesi ardından tekrar orijinal dile çevrilerek kontrol edilmesidir. Bu görüşe eleştirel yaklaşan Douglas ve Craig (2007) bu yöntemin, ölçekteki ifadelerin çevirinin yapıldığı yeni dildeki kültüre uyum sağlayamama ihtimaline işaret etmiştir. Bundan kaçınabilmek adına ölçeklerin içerik/kavram geçerliliğini sağlamak amacıyla Türkçe ve İngilizce dillerini ana dili olarak kullanan bir kişi ile Sosyal Bilimlerde alanında uzman iki akademisyenin önce ifadeleri İngilizceden Türkçeye çevirmeleri ve tekrar Türkçeden İngilizceye çeviri yapmaları ile dil uyarlaması ve anlatım farkı en aza indirmeye çalışılmıştır. Alınan geri bildirimler ile anket son haline getirilmiştir.

Anketteki soruların anlaşılır olup olmadığını ve cevaplama süresini anlamak amacıyla 30 kişi ile pilot araştırma yapılmıştır. Uygulanan pilot anket çalışması, Google Forms aracılığıyla 2021 yılı şubat ve mart ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Bir ankette anketi yürüten görüşmeciler ve katılımcılar açısından sorun yaratan unsurların olup olmadığının değerlendirilmesi ve sorun kaynaklarının belirlenmesi ön test (pilot test) ile mümkün olacaktır (Presser vd. 2004). Dolayısıyla ön test uygulaması anket geliştirme safhalarından biridir.

Ön test amaçlı oluşturulacak örnek kitlenin büyüklüğüne ilişkin olarak literatürde hemfikir olunan konu örnek büyüklüğünün küçük olacağı konusudur (Altunışık, 2008:10). Ön test amaçlı örnek kitle sayısının araştırmacının amacına ve hassasiyetine

bağlı olduğu ve genellikle 5-10 ile 50-100 arası olduğu ifade edilmektedir (Reynolds vd. 1993).

Çalışmada kullanılan Sürdürülebilir Tüketim Anketi, 10 boyut, 6 alt boyut ve toplam 58 ifadeden oluşmaktadır (EK 3). Bu boyutlar; çevreci değerler, sonuçların farkındalığı, sorumluluk yüklenme, kişisel normlar, algılanan davranışsal kontrol, alışkanlıklar, tutum, çevresel bilgi, sosyal etki ve niyettir. Pilot çalışmada kullanılan anketin tüm boyutlar için 5'li likert tipi ölçek kullanılarak, verilerin analizi amacıyla tanımlayıcı istatistikler ile güvenirlik ve normallik testleri IBM SPSS Statistics 25 programı aracılığıyla yapılmıştır.

5.4. Ana kütlenin Belirlenmesi ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın ana kütlesini, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip, 18 yaş ve üzeri, çalışmaya gönüllü katılan tüketiciler oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış olup, veriler 1-30 Nisan 2021 tarihleri arasında çevrim içi anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Ana kütlenin belirlendiği istatistiksel araştırmalarda, araştırmacı mümkün olduğunca tesadüfi örnekleme tercih ederken, ana kütlenin belirlenmesinin mümkün olmadığı durumlarda ise tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerine başvurmak zorunda kalabilir (Gegez, 2010: 211). Kolayda örnekleme, ana kütle içerisinde seçilecek örnek kesimin araştırmacı tarafından belirlendiği tesadüfi olmayan örnekleme yöntemidir. Kolayda örneklemede veriler, ana kütleden en kolay, hızlı ve ekonomik şekilde toplama yöntemidir. (Aaker vd., 2007: 394, Malhotra, 2004: 321, Zikmund, 1997: 428).

Örnek hacminin belirlenmesinde farklı hata boyutları ve yüzde 95'lik bir güven seviyesi göz önünde bulundurulduğunda, farklı nüfus büyüklükleri için gerekli olan minimum örnek büyüklüklerine yönelik kullanılan yöntemlerden birine göre 100.000 ün üzerindeki nüfus popülasyonlarında %95 güven aralığında doğru sonuç elde edebilmek için gereken örnek sayılarına aşağıdaki Tablo 8' de yer verilmiştir.

Tablo 8.

 $\alpha = 0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri

Evren Büyük- lüğü	±0.03 örnekleme hatası (d)			±0.05 örnekleme hatası (d)			±0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3
	q=0.5	q=0.2	q=0.7	q=0.5	q=0.2	q=0.7	q=0.5	q=0.2	q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50

Bu araştırmada, kolayda örnekleme metodu tercih edilmiş olup, örneklemin ana kütleyi iyi temsil etmesi gerekliliği nedeniyle, farklı sosyo-ekonomik özellikteki bireylere ulaşmak için özen gösterilmiştir. Ancak olası eksiklik, hata ve ön görülemeyen sorunlar olabileceği düşünülerek ve daha fazla kişiye ulaşma arzusuyla toplam 682 katılımcı ile çevrim içi anket formunu cevaplandırılarak veri toplama işlemi sonlandırılmıştır.

5.5. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Araştırma modelinde bulunan yapıların ölçümünde kullanılacak araçların belirlenmesine yönelik olarak detaylı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Çevreci davranışı ölçümleyen benzer çalışmalarda yapıları ölçmek için kullanılan kaynaklardan faydalanılmıştır. Kullanılan ölçeklerin güvenilirlik sonuçları ve farklı çalışmalarda kullanılıp kullanılmadığına dikkat edilmiştir. Araştırma modeli ve ölçme araçlarının seçimi öncesinde gerçekleştirilen nitel araştırmalar ile elde edilen bilgiler ışığında araştırmacı tarafından geliştirilen değişkenler de ölçeklere eklenmiştir. Literatür taraması sonucu araştırma modelinin oluşturulması ve soru formlarının hazırlanılmasında kullanılan ölçeklere dair bilgilere Tablo 9 'da yer verilmiştir.

Tablo 9.

Araştırmanın Değişkenleri ve Kullanılan Ölçekler

Boyutlar	Yararlanılan ölçekler	Yazar adı	İfade Sayısı
Çevresel değerler	Schwartz' value scale	De Groot ve Steg	13
Biyosferik Değerler (BD)		(2008)	6
Benmerkezci Değerler(BMD)	Heuristic-systematic model and the value-belief-norm (VBN) theory,	Kim, Lee ve Yang (2015)	4
Altruistik Değerler (AD)			3
Çevresel Bilgi	Buying behavior of organic food	Effendi, Ginting, Lubis ve Fachruddin (2015)	9
Organik gıda bilgisi (OGB)			3
Çevre ve doğa Bilgisi (ÇB)			3
Sağlık Bilgisi (SB)			3
Sonuçların Farkındalığı (SF)	Triggers of a Process of Activation of Personal Norms for Eco- Driving	Ünal, Steg, Gorsira (2018)	7
Sosyal Etki (SEK)	Pro-Environment Behavioral Intention-Integration Theory of Planned Behavior, Unified Theory of Acceptance, and Use of Technology 2 and Sustainability Values	Chuang, Chen, Chen (2018)	3
Sorumluluk Yüklenme (SY)	Intention to behave pro-environmentally Merging of the value-belief-norm theory and the expectancy theory	Kiatkawsin ve Han, (2017)	3
Kişisel Norm (KN)	The norm activation model -	De Groot, Steg (2009)	3
Çevreci tutum (TUT)	A new model of theory of planned behavior	Buhmann, Bronn (2018)	4
Alışkanlık (ALK)	The self-report habit index	Verplanken, Bas, Orbell, Sheina (2003)	10
Algılanan davranış kontrolü (ADK)	The Role of Information Accuracy in the Theory of Planned Behavior	Ajzen, Joyce, Sheikh ve Cote (2011)	3
Organik gıda tüketim niyeti (NYT)	Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior	Ajzen(1991) Ajzen ve Fishbein (1980) Buhmann ve Bronn (2018) Han (2015)	3

Araştırmanın ilk kısmında yer alan **çevresel değerler ölçeği** sorularının oluşturulmasında De Groot ve Steg (2008) ve Kim, Lee ve Yang (2015)'in çalışmalarından faydalanılmıştır. Çevreci davranış literatüründe yer alan çalışmalar çevreci inanç ve niyeti açıklamada benmerkezci, altruistik ve biyosferik değerlerden faydalanmaktadır. Altruistik ve benmerkezci değerler boyutu De Groot ve Steg'in çalışmasından faydalanılmış, biyosferik değerler boyutu ise Kim, Lee ve Yang'in çalışmasından faydalanılmıştır. Ölçek benmerkezci, altruistik ve biyosferik değer olarak 3 alt boyut ve toplam 13 maddeden oluşmaktadır. Benmerkezci değerler altında 4 madde, altruistik değerler altında 3 madde ve biyosferik değerler altında 6 madde yer almaktadır. 5'li likert tipi ölçek üzerinde aralıklar 1=" Kesinlikle katılmıyorum", 5= "Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde sıralanmaktadır.

Çevresel Bilgi ölçeğinde Effendi, Ginting, Lubis ve Fachruddin (2015) çalışmasından faydalanılmıştır. Çalışmada organik gıda tüketim davranışının satın alma niyeti, organik ürünlere karşı tutum, organik gıda bilgisi, sağlık bilgisi ve çevresel bilgi, ürün özellikleri ve sübjektif normlar arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmaya göre organik gıda bilgisi ile çevre ve doğa bilgisinin organik ürün satın alma davranışını açıkladığını ortaya koymaktadır. Ölçek gıda bilgisi, çevre ve doğa bilgisi ve sağlık bilgisi olmak üzere üç boyuttan oluşmakta ve her boyut altında üçer madde yer almaktadır Ölçek 5'li likert tipinde bir ölçektir.

Sonuçların farkındalığı değişkeni için Ünal, Steg, Gorsira'nın (2018) çevreci davranışı değerler, çevresel bilgi ve kişisel norm ilişkisi üzerinden incelediği, Değer-İnanç-Norm ve Bilgi-İnanç-Norm modellerini birleştirdiği çalışmasında yer alan ölçekten faydalanılmıştır. Sonuçların farkındalığı değişkeni 7 madde ile 5'li likert tipi ölçek kullanılarak çalışmada kullanılmıştır.

Sosyal etki değişkeni ölçeği için, Chuang, Chen ve Chen (2018)'in çalışmasından faydalanılmıştır. 3 madde ile ölçülen değişken 5'li likert ölçek tipindedir. Kişinin sahip olduğu çevresel bilgi ve çevresel konulardaki farkındalık arasındaki ilişki, sosyal etkinin yarattığı baskı ile güçlenmektedir (Han, 2015:174). **Sosyal etki değişkeni bu çalışmada 'sonuçların farkındalığı' ve 'çevresel bilgi' değişkenleri arasındaki ilişkide düzenleyici etki rolüne sahiptir.**

Sorumluluk yüklenme değişkeni için Kiatkawsin ve Han'nın (2017) çalışmasındaki kullandığı ölçekten faydalanılmıştır. Araştırmacılar çalışmalarında kullandıkları ölçeği Han (2015) ve Stern ve arkadaşlarının (1999) çalışmalarından faydalanarak geliştirmiştir. 3 maddeden oluşan, 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Kişisel Normlar değişkeni için De Groot ve Steg'in (2009) algılanan davranışsal kontrolün niyet ve davranış arasındaki ilişkideki rolü ve kişisel zorunluluklarla içsel faktörler arasında hangisinin çevreci davranışa etkisi olduğunu araştırdığı çalışmasında yer alan ölçekten faydalanılmıştır. 3 maddeden oluşan, 5'li likert tipi bir ölçek kullanılmıştır.

Planlı Davranış Teorisinin bir unsuru olan çevreci **tutumlar** ölçeği, Azjen'nin PDT' ölçek yapısının hazırlanma şeklinde dair ölçeğin iskelet yapısından bahsettiği çalışması ve Buhmann ve Bronn'nun (2018) çalışmalarından faydalanılarak geliştirmiş, 3 maddeden oluşan 5'li likert tipi bir ölçektir.

Verplanken ve Orbell (2003) **alışkanlığın** basitçe geçmiş davranış sıklığından ziyade psikolojik bir yapı olduğunu savunmaktadır. Çalışmada, alışkanlığın özelliklerine dayalı olarak 12 maddelik bir alışkanlık gücü indeksi (Öz Bildirim Alışkanlığı İndeksi, SRHI) geliştirilmiş ve alışkanlıkları tekrarlama, otomatiklik (kontrol ve farkındalık eksikliği, verimlilik) ve kimliği ifade etme hali olarak tanımlamıştır. Bu çalışmadaki tutum ölçeği belirtilen Öz Bildirim Alışkanlığı İndeksinden faydalanarak hazırlanmıştır.

Algılanan davranışsal kontrol değişkenini ölçümünde Chuan, Chen ve Chen 'nin (2018) Sürdürülebilir Değerler, Planlı Davranış, Teknoloji Kabul teorilerini birleştirerek yarattıkları ölçek ve Ajzen, Joyce, Sheikh ve Cote'un (2011) Planlı Davranış Teorisine kişinin çevresel konularla ilgili sahip olduğu bilgi değişkenini ekleyerek geliştirdikleri çalışmasından faydalanılmıştır. 3 maddeden oluşan, 5'li likert tipi ölçek kullanılarak ölçek oluşturulmuştur.

Organik gıda tüketim niyeti PDT kapsamında incelenmiş ve organik gıda niyet ve davranışı arasında güçlü bir bağ tespit edilmiştir. Bu ilişkiye etken dışsal faktörlerin varlığının bu ilişkiyi etkilediği belirtilmektedir (Vermeir & Verbeke, 2006, s.187). Bu çalışmada bağımlı değişken olan organik gıda tüketim niyetini ölçümlemek adına Ajzen(1991)'nin çalışmasından yola çıkarak çevreci davranış üzerine çalışan Buhmann ve Bronn (2018)'nin çalışması ve Han (2015)'in çalışmalarından faydalanılmıştır. Bu değişken, 3 madde ve 5'li likert tipi ölçek kullanılarak ölçülmüştür.

Bu çalışma için hazırlanan ölçek, kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş 30 kişi üzerinde test edilmiştir. Ön test aracılığıyla anket formunda yer alan soruların katılımcılar tarafından anlaşılabilirliği, kapsamı, uzunluğu gibi konularda görüşleri alınmıştır. Ön test katılımcılarından gelen geri bildirimler sonucunda anket son haline getirilmiş ve uygulamaya devam edilmiştir.

5.6. Ön Test Veri Analizi

Tablo 10’da, çalışmada kullanılan ölçeklerin Cronbach Alfa değerleri verilmiş ve bu değerlerin 0,747 ile 0,959 arasında olduğu görülmüştür. Güvenilirlik analizi için Cronbach Alfa, Split-Half, Guttman, Paralel, Strict Paralel vb. gibi pek çok yöntem kullanılmaktadır. Bunlardan en yaygın olarak kullanılan Cronbach Alfa yöntemi tercih edilmiştir. Özdamara’a (2004:63) göre Cronbach Alfa katsayısı (α);

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değil,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük güvenilirlikte,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir,
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Nunnally (1978) ölçümlerin güvenilir olduğu yorumunun yapılabilmesi için Cronbach Alfa değerinin en az 0,70 düzeyinde olması gerektiği görüşünü de desteklemektedir. Bu doğrultuda çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerinin iyi düzeyde olduğu söylenebilir (George ve Mallery, 2003)

Tablo 10.

Ön-Test: Ölçeklerin Boyutsal Güvenilirlikleri

Boyut adı	n	İfade sayısı	Cronbach Alfa
Çevreci Değerler	30	13	0,903
Çevresel Bilgi		9	0,848
Sosyal Etki		3	0,875
Sonuçların Farkındalığı		7	0,923
Sorumluluk Yüklenme		3	0,858
Kişisel Norm		3	0,747
Çevreci Tutum		3	0,941
Alışkanlık		10	0,890
Algılanan Davranışsal Kontrol		3	0,925
Organik Gıda Tüketim Niyeti		3	0,959

Ölçek güvenilirliğinin yanında geçerliliğinde sağlanması önemlidir. Bu doğrultuda anket formunun hazırlık sürecinde konu ile ilgili uzman kişilerin görüşleri

alınmış, istatistiki uzmanlığı olan kişilerle görüşülmüş ve nicel çalışmanın pilot uygulamasında deneklerden geri dönüşler alınmıştır.

5.7. Araştırmanın Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde, tez çalışmasının uygulamasına ilişkin veri analizleri ve bulgulara yer verilmektedir. Anket katılımcılarının demografik dağılımlarına yer verildikten sonra elde edilen verilerin analizi ile değişkenlerin tanımlayıcı istatistiksel analizlerine yer verilmiştir. Yapısal eşitlik modellemesi ile çeşitli istatistiksel analiz teknikleri kullanılarak, elde edilen bulgulara ve araştırma hipotezlerinin test sonuçlarına aktarılmıştır.

5.7.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 11 'de görüleceği üzere araştırma kapsamındaki anket çalışmasına toplam **682** kişi katılmış olup, katılımcıların (n=264) %39'u 41-56 yaş arasında olup, (n=244) %36' s 25-40 yaş, (n=128) %18'si 57 yaş ve üzeri, (n=46) %6,7'u ise 18-24 yaş arasındır. Katılımcıların (n=348) %51' i kadın, (n=334) %49'u ise erkektir. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde (n=281) %41'inin üniversite mezunu olduğu, (n=154) %22,6'sının yüksek lisans mezunu olup, (n=93) %13,6'sının ilkokul, (n=81) %12'sinin lise, (n=42) %6' sının ortaokul ve (n=31) %4,5'inin ise doktora mezunu olduğu görülmüştür.

Medeni durum değişkeni incelendiğinde, katılımcıların (n=502) %74'ünün evli, (n=171) %25'inin bekar olduğu saptanmış, katılımcıların (n=195) %29'nun çocuk sahibi olmadığı, (n=163) %24'nünün tek çocuk sahibi olup, (n=192) %28'ünün ise iki çocuk sahibi olduğu kaydedilmiştir.

Tablo 11.

Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

	Sıklık	Yüzde %	Kümülatif %
Cinsiyet			
Kadın	348	51	51
Erkek	334	49	100
Yaş			
18-24	46	6,7	6,7
25-40	244	35,8	42,5
41-56	264	38,7	81,2
57 ve üzeri	128	18,8	100
Eğitim			
İlkokul	93	13,6	13,6
Ortaokul	42	6,2	19,8
Lise	81	11,9	31,7
Üniversite	281	41,2	72,9
Yüksek lisans	154	22,6	95,5
Doktora	31	4,5	100,0
Medeni durum			
Bekar	171	73,6	73,6
Evli	502	25,1	98,7
Diğer	9	1,3	100
Çocuk sayısı			
0	195	28,6	28,6
1	163	23,9	52,5
2	192	28,2	80,6
3	132	19,4	100,0
Meslek grupları			

Meslek değişkeni incelendiğinde katılımcıların (n=211) %30,9'u özel sektör çalışanları, (n=158) %23,2'si girişimciler, (n=75) %11'i emekliler, (n=50) %7,3 'ü ev hanımları, (n=48) %7'si akademisyenler tarafından oluşmaktadır.

5.7.2. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmada kullanılan değişkenlere yönelik ortalama, standart sapma ve basıklık ve çarpıklık değerleri tablo 14’ de yer almaktadır. Ortalama; bütün gözlemlerin toplamının, gözlem sayısına bölünmesi ile hesaplanır. Standart sapma ise verilerin ortalama etrafında ne kadar dağıldığını gösterir (Nakip, 2008: 176-178). Tablo 12’ de organik gıda tüketim niyetin ölçeğine ait maddelere verilen katılımcı cevaplarının dağılımı sunulmuştur.

Organik Gıda Tüketim Niyeti 5’li likert tipi bir ölçektir. Söz konusu ölçekte verilmesi istenen yanıtlar şunlardır:

- (1) Kesinlikle katılmıyorum,
- (2) Katılmıyorum,
- (3) Ne katılıyorum ne katılmıyorum
- (4) Katılıyorum
- (5) Kesinlikle katılıyorum.

Tablo 12.

Organik Gıda Tüketim Niyeti Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçek İfadeleri no&adı	n	Standart Sapma	Ortalama $\bar{X}$	Çarpıklık	Basıklık
Çevreci Değerler Ölçeği					
Biyosferik Değerler					
BD1 1.Diğer canlılar ve doğa ile uyum sağlamanın önemli olduğuna inanıyorum	682	0,824	4,51	-2,071	4,693
BD2 2.Doğayı kontrol etmektense ona uyum sağlamayı tercih ediyorum	682	0,782	4,36	-1,275	1,822
BD3 3.Çevreyi korumayı seviyorum	682	0,466	4,76	-1,832	3,679
BD4 4.Doğayı muhafaza edeceğimi umuyorum	682	0,725	4,46	-1,470	2,510
BD5 5.Doğal kaynakların korunması gerektiğine inanıyorum.	682	0,471	4,79	-2,704	10,454
BD6 6.Doğanın dengesinin hassas olduğunu ve kolayca bozulabileceğini düşünüyorum	682	0,684	4,55	-1,592	2,398

Benmerkezci Değerler						
BMD1	682	0,907	4,08	-0,750	0,020	
7.Sosyal güce saygı duyuyorum						
BMD2	682	1,218	3,09	-0,170	-0,906	
8.Zenginliğe değer veriyorum						
BMD3	682	1,178	2,83	0,171	-0,911	
9.Başkalarını yönetmeyi önemsiyorum						
BMD4	682	1,260	3,02	-0,112	-1,115	
10.Başkaları üzerinde etki sahibi olmaktan hoşlanırım						
Altruistik Değerler						
AD1	682	0,648	4,72	-3,033	10,613	
11.Savaştan ve çatışmadan uzak bir dünyaya değer veriyorum						
AD2	682	0,634	4,60	-1,624	2,573	
12.Haksızlığı düzeltmekten hoşlanırım						
AD3	682	0,523	4,72	-2,108	6,088	
13.Güçsüzleri ve yaşlıları önemsiyorum.						
Çevresel Bilgi Ölçeği						
Organik Gıda Bilgisi						
OGB1	682	0,941	3,76	-0,305	-0,623	
14.Gıda ürünlerinin organik olup olmadığını biliyorum						
OGB2	682	0,996	3,76	-0,414	-0,566	
15.Organik gıdaların tadını biliyorum						
OGB3	682	1,014	3,63	-0,341	-0,545	
16. Organik ürünlerin üretim süreçlerini biliyorum						
Çevre ve Doğa Bilgisi						
ÇB1	682	0,745	4,13	-0,565	0,119	
17.Çevre ile ilgili sorunları biliyorum						
ÇB2	682	0,764	4,05	-0,583	0,474	
18.Çevreye yönelik faaliyetlerin farkındayım						
ÇB3	682	1,038	3,41	-0,053	-0,530	
19.Devletin çevreye yönelik olan politikalarını biliyorum						
Sağlık Bilgisi						
SB1	682	0,781	4,39	-1,261	1,490	
20.Organik ürünler tüketmenin sağlık risklerini azalttığını biliyorum						
SB2	682	0,854	4,32	-1,260	1,335	

21.Organik yiyeceklerin daha besleyici olduğunu biliyorum.					
SB3	682	0,999	4,21	-1,282	1,146
22.Organik ürünlerin sağlığa zarar veren kimyasallarla kirletilmediğini biliyorum					
Sosyal Etki Ölçeği					
SEK1	682	0,982	3,84	-0,476	-0,505
23.Benim için önemli olan insanlar organik gıdalar tüketmem gerektiğini düşünürler.					
SEK2	682	1,021	3,64	-0,355	-0,497
24.Davranışımı etkileyen kişiler, organik gıdalar tüketmem gerektiğini düşünürler.					
SEK3	682	0,971	3,84	-0,526	-0,306
25.Fikirlerine değer verdiğim kişiler organik gıda tüketmemi tercih ederler					
Sonuçların Farkındalığı Ölçeği					
SF1	682	0,671	4,58	-1,655	2,817
26.Gıdaların besin değerine zarar veren gıda katkı maddeleri vb. kimyasallar gıdaların güvenliğini tehdit etmektedir.					
SF2	682	0,780	4,50	-1,782	3,614
27.Toprak verimini arttırmak için kullanılan yapay gübre, hormon ve genetiği değiştirilmiş tarım uygulamaları toprak ve su kirliliğine sebep olmaktadır					
SF 3	682	0,928	4,21	-1,053	0,564
28.Tarımsal ürünlerin sulama, sera ve hayvan barınaklarının ısıtma ve soğutulması gibi aşamalarında çok fazla miktarda enerji kullanılarak çevresel sorunlara sebep olmaktadır.					
SF 4	682	0,758	4,54	-1,892	4,088
29.Genetiği değiştirilmiş yemlerle ve antibiyotikle beslenen hayvanlardan elde edilen hayvansal ürünler insan					

sağlığını tehdit etmektedir.						
SF5	682	0,978	4,18	-1,162	0,842	
30.Tarımsal üretimin doğal kaynaklara verdiği zarardan dolayı endişe duyuyorum.						
SF 6	682	0,670	4,60	-1,867	4,027	
31.Doğanın dengesinin bozulmasından kaynaklanan kuraklık, aşırı yağış ve sellerden dolayı endişe duyuyorum.						
SF 7	682	0,713	4,49	-1,239	0,883	
32.Gıda güvenliğini tehdit eden içeriklerin çeşitli hastalıklara sebep olarak sağlığıma zarar vermesinden endişe duyuyorum						
Sorumluluk Yükleme Ölçeği						
SY1	682	0,956	4,19	-1,253	1,361	
33.Her tüketicinin, gıda üreticilerin sebep olduğu çevresel sorunlarda kısmi sorumluluğu olduğuna inanıyorum.						
SY2	682	1,047	4,01	-0,865	0,041	
34.Her tüketicinin, gıda üreticilerinin sebep olduğu çevresel kötüleşmede, aynı derecede sorumluluğu olduğunu hissediyorum						
SY3	682	0,924	4,21	-1,304	1,742	
35.Her tüketici, gıda üretiminden kaynaklanan çevresel zararlar konusunda sorumluluk üstlenmelidir.						
Kişisel Norm Ölçeği						
KN1	682	1,126	3,47	-0,296	-0,688	
36.Organik ürün satın almayı kişisel bir zorunluluk olarak hissediyorum						
KN2	682	1,161	3,21	0,14	-0,802	
37.Satın aldığım gıda ürünü organik değilse kendimi suçlu hissediyorum						
KN3	682	0,890	4,24	-1,183	1,227	
38.Günlük davranışlarımda çevreye ve doğaya önem vermeye ahlaki açıdan mecbur hissediyorum.						

Algılanan Davranışsal Kontrol Ölçeği						
ADK1	682	1,093	3,96	-1,022	0,376	
53.Organik gıda satın alma ya da almama kararı tamamen bana bağlıdır.						
ADK2	682	1,095	3,90	-0,888	0,051	
54.Eğer istersem organik ürün satın alabileceğime eminim						
ADK3	682	1,148	3,75	-0,685	-0,367	
55.Organik gıda satın almak için kaynaklarım, zamanım ve fırsatım var.						
Organik Gıda Tüketim Niyet Ölçeği						
NYT1	682	0,849	4,10	-0,847	0,544	
56.Gelecekteki alışverişlerimde organik gıda ürünleri satın almak konusunda istekliyim						
NYT2	682	0,900	4,04	-0,859	0,497	
57.Gelecekteki alışverişlerimde organik gıda ürünleri satın almayı planlıyorum						
NYT3	682	0,905	4,05	-0,734	-0,001	
58.Satın aldığım ürünün organik olması için daha fazla çaba sarf etmeyi planlıyorum.						

Tablo 12 ‘de **Çevreci Değerler Ölçeği** incelendiğinde; katılımcı cevaplarına yönelik ortalamaların $\bar{X}=4,36$ ile $\bar{X}=4,79$ arasında standart sapma değerlerinin 0,466 ile 1,260 arasında değişim gösterdiği görülmektedir. Katılımcıların en az katıldıkları ifadenin benmerkezci değerler boyutu altındaki ‘*Başkalarını yönetmeyi önemsiyorum*’, ‘*Başkaları üzerinde etki sahibi olmaktan hoşlanırım*’ olduğu görülmüştür. Çevreci değerler ölçeği altında katılımcıların en fazla katıldıkları ifade ise biyosferik değerler boyutu altındaki ‘*Doğal kaynakların korunması gerektiğine inanıyorum*’ dur. Katılımcıların değerler ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları genel olarak incelendiğinde benmerkezci değerlere katılımın, altruistik ve bitosferik değerlere göre daha düşük olduğu görülmektedir.

Çevresel bilgi ölçeğine göre katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların $\bar{X}=3,41$ ile $\bar{X}=4,39$ arasında, standart sapma değerlerinin 0,745 ile 1,038 arasında değişim gösterdiği görülmektedir. Bu ölçekte katılımcıların en az katıldıkları ifadenin çevre bilgisi boyutu altındaki ‘*Devletin çevreye yönelik olan politikalarını biliyorum*’ olduğu ve en

fazla katıldıkları ifadelerin sağlık bilgisi boyutu altındaki '*Organik ürünler tüketmenin sağlık risklerini azalttığını biliyorum*', '*Organik yiyeceklerin daha besleyici olduğunu biliyorum*' ve '*Organik ürünlerin sağlığa zarar veren kimyasallarla kirlenmediğini biliyorum*' olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların çevresel bilgi ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları genel olarak incelendiğinde, sağlık bilgisi boyutunda ortalamaların, çevre ve doğa bilgisi ve organik gıda bilgi boyutlarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcıların insan sağlığına yönelik çevresel bilgisinin, diğer çevresel bilgi boyutlarına kıyasla daha fazla olduğu söylenebilir.

Sosyal etki ölçeğine göre katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların $\bar{X}=3,64$ ile $\bar{X}=3,834$ arasında, standart sapma değerlerinin 0,97 ile 1,021 arasında değişim gösterdiği görülmektedir. Bu ölçekte katılımcıların en az katıldıkları ifadenin '*Davranışımı etkileyen kişiler, organik gıdalar tüketmem gerektiğini düşünürler*' olduğu anlaşılmaktadır.

Sonuçların farkındalığı ölçeğinde yer alan ifadelerin ortalamaların $\bar{X}=4,18$ ile $\bar{X}=4,60$ arasında olduğu ve standart sapma değerlerinin 0,670 ile 0,978 arasında değişim gösterdiği görülmektedir. Katılımcıların farklı çevre, doğa ve sağlığa yönelik problemlerin ne kadar farkında olduklarına dair ifadeleri içeren bu boyut verilerinin sonuçlarına göre katılımın en düşük olduğu ifade '*Tarımsal üretimin doğal kaynaklara verdiği zarardan dolayı endişe duyuyorum*', en fazla olduğu ifade ise '*Doğanın dengesinin bozulmasından kaynaklanan kuraklık, aşırı yağış ve sellerden dolayı endişe duyuyorum*' olduğu anlaşılmıştır.

Sorumluluk yüklenme ölçeğine göre katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların $\bar{X}=4,01$ ile $\bar{X}=4,19$ arasında, standart sapma değerlerinin 0,924 ile 1,047 arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu boyutta '*Her tüketici, gıda üretiminden kaynaklanan çevresel zararlar konusunda sorumluluk üstlenmelidir*' ifadesi katılımın en yüksek olduğu ifadedir. Bu ifade kişilerin çevresel problemler üzerinde bireysel sorumluluk üstlendiklerini göstermektedir.

Kişisel norm ölçeğinde yer alan ifadelerin ortalamaları $\bar{X}=3,21$ ile $\bar{X}=4,24$ arasında, standart sapma değerlerinin 0,890 ile 1,126 arasında olduğu görülmüştür. Kişisel norm ölçeğinde '*Organik ürün satın almayı kişisel bir zorunluluk olarak hissediyorum*' ve '*Satın aldığım gıda ürünü organik değilse kendimi suçlu hissediyorum*' ifadelerine verilen cevapların 'ne katılıyorum ne katılmıyorum' cevabı altında yoğunlukla toplandığı tespit edilmiştir. Katılımcıların en fazla katıldıkları ifadenin ise '*Günlük davranışlarımda çevreye ve doğaya önem vermeye ahlaki açıdan mecbur hissediyorum*' olduğu görülmüştür. Katılımcılar özellikle organik ürün satın almayı ahlaki bir

zorunluluk olarak görmeyebilirken, çevre ve doğaya duyarlı davranışlarda bulunmayı genel olarak günlük hayatlarında uygulama zorunluluğu olduğunu düşüncesindedirler.

Alışkanlıklar ölçeğine katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların $\bar{X}=2,91$ ile $\bar{X}=3,61$ arasında, standart sapma değerlerinin 1,021 ile 1,166 arasında olduğu görülmüştür. Alışkanlık ölçeğinde '*Organik gıda ürün satın almadığım zaman kendimi garip hissederim*' katılımcıların en az katıldıkları, '*Uzun zamandır organik gıda ürünleri satın alıyorum*' ise en fazla katıldıkları ifade olmuştur. Katılımcıların organik gıda satın alma davranışına sahip oldukları görülmektedir. '*Organik gıda ürün satın almadığım zaman kendimi garip hissederim*', '*Organik gıda ürünlerini düşünmeden satın alırım*', '*Organik gıda ürün satın almak alışveriş rutinimin içindedir*', '*Organik gıda ürün satın almayı farkında olmadan yaparım*' ifadelerine verilen cevaplar değerlendirildiğinde katılımcıların 'ne katılıyorum ne katılmıyorum' cevabını işaretleme yüzdelerinin yüksek olduğu görülmüştür.

Tutum ölçeğinde yer alan ifadelerin ortalamaları $\bar{X}=4,17$ ile $\bar{X}=4,37$ arasında, standart sapma değerlerinin 0,684 ile 0,791 arasında değişim gösterdiği görülmüştür. Katılımcıların görüşlerine göre en yüksek katılım alan ifade ise '*Organik ürün satın almak faydalıdır*' olmuştur. Organik ürün satın alma davranışını akıllı bulmak, önemsemek, faydalı görmek ve iyi olduğunu düşünmek ifadeleri arasından, kavram olarak en çok faydalı olmasıyla ilişkilendirmişlerdir. Katılımcıların genel olarak organik ürün satın almaya karşı tutumlarının iyi seviyede olduğu söylenebilir.

Algılanan davranışsal kontrol ölçeğine verilen görüşlere göre elde edilen ortalamalar $\bar{X}=3,75$ ile $\bar{X}=3,96$ arasında, standart sapma değerlerinin ise 1,093 ile 1,148 arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu ölçek içerisinde en düşük katılım alan ifade '*Organik gıda satın almak için kaynaklarım, zamanım ve fırsatım var*' olmuş, en yüksek katılım alan ifade ise '*Organik gıda satın alma ya da almama kararı tamamen bana bağlıdır*' olarak görülmüştür. Kişiler ürün tercihleri ve satın alma kararlarını kendileri vermekte fakat organik gıda ürünü satın almak için gerekli kaynak, zaman ve fırsatlara yeterince sahip olmadığını düşünen katılımcı sayısı az değildir.

Organik gıda tüketim niyeti ölçeği değerlendirildiğinde ifadelere verilen cevapların ortalamalarının $\bar{X}=4,04$ ile $\bar{X}=4,10$ arasında olduğu, standart sapmalarının 0,849 ile 0,905 değerleri arasında değişiklik gösterdiği görülmüştür. '*Gelecekteki alışverişlerimde organik gıda ürünleri satın almak konusunda istekliyim*', '*Satın aldığım ürünün organik olması için daha fazla çaba sarf etmeyi planlıyorum*', '*Gelecekteki alışverişlerimde organik gıda ürünleri satın almak konusunda istekliyim*' ifadelerine

katılımının yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların organik ürün satın alma niyetlerinin olumlu olduğu söylenebilir.

Tablo 12’de ölçeklerden elde edilen verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri belirtilmektedir. Çok değişkenli yapıların istatistiksel analizlerin yapılabilmesinin öncül varsayımı verilerin normal dağılıyor olmasıdır (Hair vd., 1998, s.79). Normallik varsayımının değerlendirilmesinde çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Hair ve arkadaşları (2013) çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1 ile -1 arasında olması gerektiğini, George ve Mallery (2010) çarpıklık ve basıklık değerlerinin +2 ile -2 arasında olması gerektiğini, Tabachnick ve Fidell (2013) çarpıklık ve basıklık değerlerinin, +1,5 ile -1,5 arasında olması gerektiğini ve ifade etmektedirler. Bu bilgiler ışığında, Tablo 12’deki çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde verilerin normal dağılmadığı görülmektedir. Varyans temelli kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modeli yöntemi (PLS-SEM) analiz modeli verinin dağılımı ile ilgili bir varsayıma sahip olmadığından dolayı verilerin normal dağılmadığı durumlarda kullanımı uygun görülmektedir (Gye-Soo, 2016, s.63-64; Ringle ve Sarstedt, 2016, s.1866). Hair vd. (2014:107)’ne göre PLS algoritması normal dağılıma sahip olmayan verileri merkezi limit teoremine göre değiştirdiği için, normal dağılmayan verilerle çalışma imkânı sunmaktadır.

PLS-YEM gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki çok değişkenli karmaşık ilişkilerin modellenmesi için kullanılan istatistiksel bir yaklaşımdır. PLS-YEM’in, nedensellik kavramının doğrusal bir şekilde formüle edildiği bileşen tabanlı bir yaklaşım olduğu belirtilmektedir. Program; varyans temelli olup, açıklanan varyansı maksimize, hata varyanslarını minimize etmeyi hedefler. Yeni geliştirilen keşifsel çalışmalarda daha çok tercih edilmekte, kategorik ve sürekli değişkenlerle ve tek sorulu ölçeklerle analiz yapılmasına imkan sağladığı açıklanmaktadır (Yıldız, 2020, s.22).

5.7.3. Ölçüm Modellerinin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri

Yapısal modelin analizinden önce, araştırmada yer alan yapıların geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları Smart PLS programı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları kapsamında; iç tutarlılık güvenirliliği (internal consistency), birleşme geçerliliği (convergent validity) ve ayrışma geçerliliği (discriminant validity) değerlendirilmiştir. İç tutarlılık güvenirliliği için Cronbach Alfa ve birleşik güvenirlik katsayıları (Composite Reliability=CR) incelenmiştir. Birleşme geçerliliğinin tespitinde, faktör yükleri ile açıklanan ortalama varyans (AVE) değerleri kullanılmıştır. Aşağıda yer

alan Tablo 13’ de araştırmada yer alan yapıların iç tutarlılık güvenilirliği ve birleşme geçerliliği ile ilgili sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 13.

Ölçüm Modeli Sonuçları

Değişken	İfade	Faktör Yükü	Cronbach Alfa	CR	AVE
Altruistik Değerler	AD1	0,766	0,682	0,822	0,606
	AD2	0,748			
	AD3	0,820			
Biysoferik Değerler	BD1	0,499	0,699	0,798	0,402
	BD2	0,568			
	BD3	0,737			
	BD4	0,611			
	BD5	0,727			
	BD6	0,629			
Benmerkezci Değerler	BMD1	0,631	0,736	0,833	0,556
	BMD2	0,775			
	BMD3	0,781			
	BMD4	0,784			
Organik Gıda Bilgisi	OGB1	0,817	0,773	0,868	0,686
	OGB2	0,835			
	OGB3	0,833			

Değişken	İfade	Faktör Yüğü	Cronbach Alfa	CR	AVE
Çevre ve Doğa Bilgisi	ÇB1	0,863	0,747	0,857	0,669
	ÇB2	0,887			
	ÇB3	0,689			
Sağlık Bilgisi	SB1	0,838	0,753	0,858	0,669
	SB2	0,892			
	SB3	0,714			
Sonuçların Farkındalığı	SF1	0,627	0,798	0,852	0,453
	SF2	0,622			
	SF3	0,706			
	SF4	0,735			
	SF5	0,642			
	SF6	0,673			
	SF7	0,698			
Sorumluluk Yüklenme	SY1	0,875	0,837	0,902	0,754
	SY2	0,884			
	SY3	0,846			
Kişisel Norm	KN1	0,871	0,722	0,843	0,643
	KN2	0,834			
	KN3	0,689			
Algılanan Davranışsal Kontrol	ADK1	0,833	0,842	0,905	0,760
	ADK2	0,917			
	ADK3	0,864			
Organik Gıda Tüketim Niyet	NYT1	0,927	0,904	0,940	0,839
	NYT2	0,937			
	NYT3	0,883			
Sosyal Etki	SEK1	0,895	0,893	0,933	0,823
	SEK2	0,905			
	SEK3	0,922			

Değişken	İfade	Faktör Yüğü	Cronbach Alfa	CR	AVE
Alışkanlık	ALK1	0,773	0,908	0,925	0,554
	ALK2	0,522			
	ALK3	0,688			
	ALK4	0,763			
	ALK5	0,847			
	ALK6	0,649			
	ALK7	0,758			
	ALK8	0,806			
	ALK9	0,798			
	ALK10	0,788			
Çevreci Tutum	TUT1	0,872	0,919	0,943	0,805
	TUT2	0,926			
	TUT3	0,900			
	TUT4	0,889			

Hair vd. (2017) faktör yükü 0,40'ın altında olan ifadelerin ölçüm modelinden çıkarılması gerektiğini; faktör yükü 0,40 ile 0,70 arasında olan ifadelerin ise AVE ya da Birleşik Güvenilirlik (CR) değerlerinin eşik değerin altında olması durumunda ölçüm modelinden çıkarılmasını önermektedir. Bu doğrultuda faktör yükü 0,40'ın altında herhangi bir ifade yer almamaktadır.

Cronbach Alfa ve CR katsayıları kontrol edilerek iç tutarlık güvenilirliğinin sağlandığı kontrol edilmektedir. Hair vd. (2010: 2017)' ne göre Cronbach Alfa ve CR katsayısı $\geq 0,70$ olmalıdır. Yapıların, Cronbach Alfa katsayılarının 0,682 ile 0,919 arasında; CR katsayılarının da 0,798 ile 0,943 arasında gerçekleşmiş olması nedeniyle iç tutarlılık güvenilirliğinin sağlandığı söylenebilir.

İç tutarlık güvenilirliğinden sonra birleşme geçerliliği sonuçları sorgulanır. Faktör yüklerinin $\geq 0,70$ ve AVE katsayılarının $\geq 0,50$ olması birleşme geçerliliği için gerekli ölçütlerdir. Çalışmada faktör yükleri 0,40 ile 0,70 arasında olan ifadeler tespit edilmiş fakat altında bulundukları değişkenlerin CR değerlerinin eşik değerin üzerinde olduğu saptanmıştır. Faktör yükü eşik değerin altında kaldığı görülen yapıların CR katsayılarının 0,70'in üzerinde olması sebebiyle AVE değerlerinin düşük olması kabul edilebilir olduğundan modelden ifade çıkarılmamıştır. Tablodaki değerler incelendiğinde, faktör

yüklerinin 0,499 ile 0,937 arasında; AVE değerlerinin de 0,402 ile 0,839 arasında olması nedeniyle birleşme geçerliğinin sağlandığı belirtilebilir. Hair vd. (1998) ölçüm modelindeki değişkenlerin CR değerlerinin 0,70' den büyük olduğu durumda, AVE'nin 0,50'den küçük olmasının kabul edilebilir olduğunu ve yapı geçerliliğinin yeterli olduğunu ifade etmektedir (Yılmaz, Can, Aras, 2019, s.94).

Ayrışma geçerliğinin tespitinde; çapraz yükler, Fornell ve Larcker (1981) tarafından önerilen kriter ile Henseler vd. (2015) tarafından önerilen Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) ölçütü kullanılmıştır. Çapraz yükler tablosu kontrol edildiğinde, araştırma değişkenlerini ölçen ifadeler arasında çapraz yükleme olmadığı tespit edilmiştir. Fornell ve Larcker (1981) sonuçları Tablo 14'de HTMT katsayıları da Tablo 15'de gösterilmiştir.

Fornell ve Larcker (1981) kriterine göre, araştırmada yer alan yapıların açıklanan ortalama varyans (AVE) değerlerinin karekökü, araştırmada yer alan yapılar arasındaki korelasyon katsayılarından yüksek olmalıdır. Tablo 14'teki parantez içindeki değerler AVE'nin karekök değerleridir. Tablodaki değerler incelendiğinde, her bir yapının açıklanan ortalama varyans değeri karekökünün, diğer yapılarla olan korelasyon katsayılarından daha yüksek olduğu görülmektedir.

Henseler vd. (2015)'nin kriterine göre **HTMT**, araştırmada yer alan tüm değişkenlere ait ifadelerin korelasyonlarının ortalamasının aynı değişkene ait ifadelerin korelasyonlarının geometrik ortalamalara oranlarını ifade etmektedir. Ölçmek istenen yapıların teorik olarak birbirlerine yakın olmaları durumunda, HTMT katsayısının 0,90'nın; birbirinden teorik olarak uzak yapılarda da 0,85'in altında gerçekleşmesi gerekmektedir (Henseler vd., 2015). Tablo 15'teki HTMT katsayılarının eşik değerin altında hesaplandığı görülmektedir. Araştırma değişkenlerin ölçen indikatörler arasında çapraz yükler olmaması, Fornell ve Larcker kriteri ile HTMT katsayılarının da istenen sınırlarda gerçekleşmiş olması nedeniyle **ayrışma geçerliliğinin** sağlandığı belirtilebilir.

Tablo 14.

Ayrışma Geçerliliği Sonuçları (Fornell ve Larcker Kriteri)

	Algılanan Davranışsal Kontrol	Altruistik Değerler	Alışkanlık	Ben-merkezci değerler	Biyosferik Değerler	Kişisel Norm	Organik Gıda Bilgisi	Organik Gıda Tüketim Niyeti	Sağlık Bilgisi	Sonuçların Farkındalığı	Sorumluluk Yüklenme	Sosyal Etki	Çevre ve Doğa Bilgisi	Çevreci Tutum
Algılanan Davranışsal Kontrol	0,872													
Altruistik Değerler	0,17	0,779												
Alışkanlık	0,529	0,202	0,745											
Ben-merkezci değerler	0,152	0,132	0,115	0,746										
Biyosferik Değerler	0,133	0,376	0,115	0,314	0,634									
Kişisel Norm	0,296	0,136	0,537	0,203	0,205	0,802								
Organik Gıda Bilgisi	0,238	0,09	0,339	0,16	0,059	0,297	0,828							
Organik Gıda Tüketim Niyeti	0,475	0,263	0,677	0,115	0,167	0,492	0,285	0,916						
Sağlık Bilgisi	0,213	0,337	0,367	0,187	0,216	0,272	0,304	0,41	0,818					
Sonuçların Farkındalığı	0,145	0,315	0,205	0,25	0,352	0,345	0,146	0,34	0,357	0,673				
Sorumluluk Yüklenme	0,152	0,224	0,188	0,223	0,274	0,335	0,141	0,236	0,211	0,513	0,869			
Sosyal Etki	0,243	0,216	0,406	0,188	0,081	0,331	0,264	0,396	0,409	0,274	0,243	0,907		
Çevre ve Doğa Bilgisi	0,286	0,186	0,261	0,15	0,236	0,261	0,369	0,204	0,3	0,223	0,207	0,198	0,818	
Çevreci Tutum	0,331	0,217	0,548	0,131	0,138	0,387	0,271	0,595	0,491	0,322	0,234	0,451	0,168	0,897

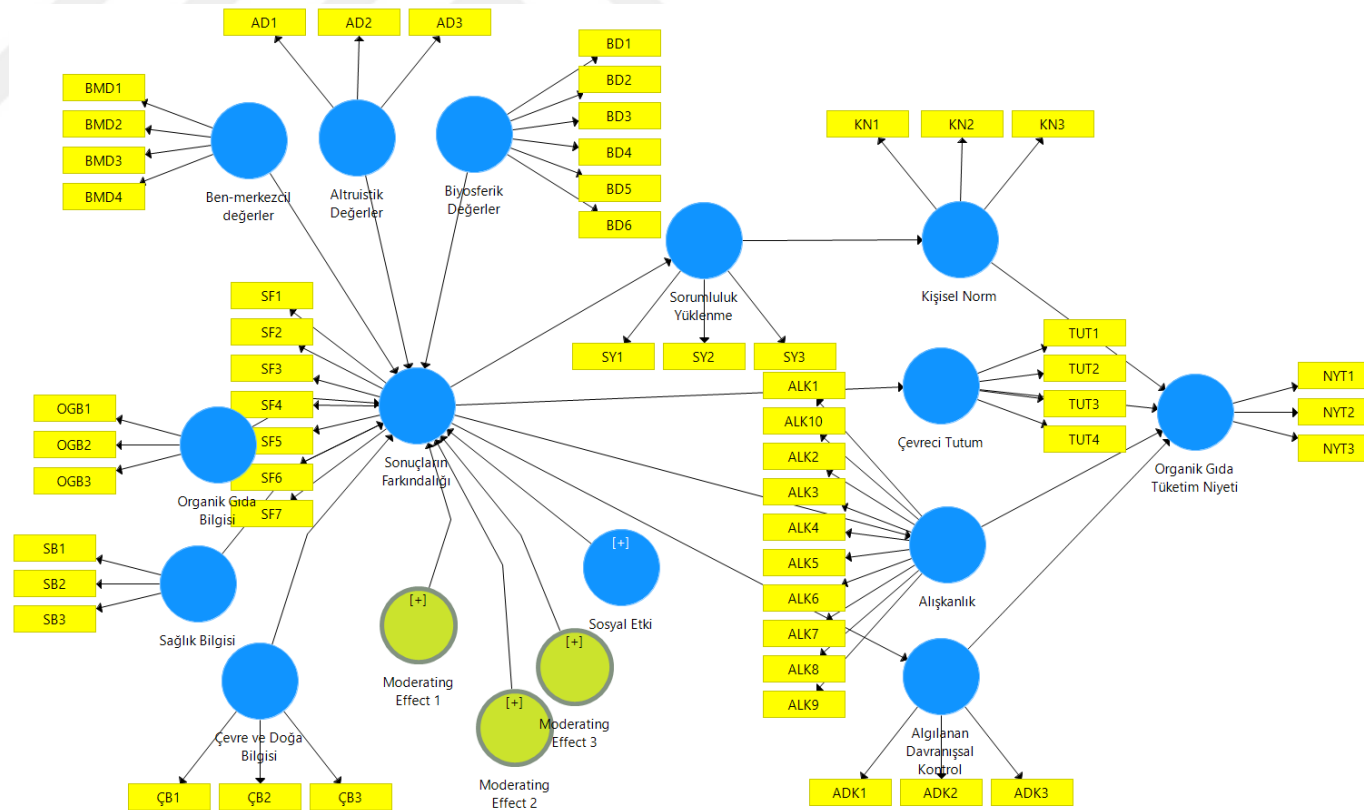
Tablo 15.

Ayrışma Geçerliliği Sonuçları (HTMT Katsayıları)

	Algılanan Davranışsal Kontrol	Altruistik Değerler	Alışkanlık	Ben-merkezci değerler	Biyosferik Değerler	Kişisel Norm	Organik Gıda Bilgisi	Organik Gıda Tüketim Niyeti	Sağlık Bilgisi	Sonuçların Farkındalığı	Sorumluluk Yüklenme	Sosyal Etki	Çevre ve Doğa Bilgisi	Çevreci Tutum
Algılanan Davranışsal Kontrol														
Altruistik Değerler	0,219													
Alışkanlık	0,601	0,243												
Ben-merkezci değerler	0,183	0,182	0,15											
Biyosferik Değerler	0,182	0,52	0,169	0,436										
Kişisel Norm	0,371	0,201	0,637	0,273	0,297									
Organik Gıda Bilgisi	0,291	0,137	0,408	0,208	0,109	0,387								
Organik Gıda Tüketim Niyeti	0,542	0,319	0,736	0,13	0,214	0,6	0,345							
Sağlık Bilgisi	0,276	0,458	0,435	0,239	0,292	0,351	0,392	0,484						
Sonuçların Farkındalığı	0,181	0,409	0,24	0,315	0,459	0,452	0,183	0,398	0,448					
Sorumluluk Yüklenme	0,178	0,286	0,222	0,272	0,361	0,423	0,178	0,272	0,26	0,612				
Sosyal Etki	0,279	0,283	0,451	0,222	0,103	0,404	0,325	0,435	0,491	0,321	0,28			
Çevre ve Doğa Bilgisi	0,365	0,259	0,325	0,187	0,339	0,36	0,489	0,251	0,413	0,289	0,262	0,245		
Çevreci Tutum	0,375	0,268	0,595	0,141	0,175	0,455	0,325	0,652	0,578	0,373	0,267	0,493	0,203	

5.7.4. Araştırma Modelinin Test Edilmesi ve Sonuçlar

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla oluşturulan yapısal eşitlik modeli Şekil 11’de yer almaktadır.



Şekil 11. Araştırma modeli

Yapısal modelin analiz edilmesinde kısmi en küçük kareler yol analizi (PLS-SEM) kullanılmıştır. Veriler SmartPLS 3.3.3 istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir (Ringle vd., 2015; Yıldız, 2020). Ölçüm modeli reflektif bir modeldir. Bu tür modeller, ölçekler arasındaki kovaryasyonun, gizil değişkenin varyansı tarafından açıklandığını ileri sürer (Aksay ve Ay, 2016, s.7). Ölçek ifadeleri ölçülen değişkenin göstergeleridir ve değişken tarafından şekillenir. Yapı, gözlemlenen değişkenlerin nedeni olduğundan, yapıdaki bir değişiklik, tüm değişkenlerde bir değişime neden olmaktadır.

Araştırma modeline ilişkin doğrusallık, yol katsayıları, R^2 ve etki büyüklüğünü (f^2) hesaplamak için PLS algoritması analizi çalıştırılmıştır. PLS yol katsayılarının anlamlılıklarını değerlendirmek için yeniden örnekleme (bootstrapping) ile örneklemden 5000 alt örnekleme alınarak t değerleri hesaplanmıştır. Yapısal eşitlik modellemesinin sonuçlarına ilişkin; VIF, R^2 , f^2 , Q^2 değerleri Tablo 16'da sunulmuştur.

Tablo 16.

Yapısal Model Sonuçları

Değişkenler		VIF	R ²	f ²	Q ²
Altruistik Değerler		1,291		0,015	
Biyosferik Değerler		1,346		0,044	
Benmerkezci Değerler		1,171		0,013	
Organik Gıda Bilgisi		1,268		0,000	
Sağlık Bilgisi	Sonuçların farkındalığı	1,618	0,251	0,029	0,109
Çevre ve Doğa Bilgisi		1,284		0,003	
Sosyal Etki		1,284		0,018	
Düzenleyici Etki 1		1,255		0,000	
Düzenleyici Etki 2		1,320		0,000	
Düzenleyici Etki 3		1,244		0,001	
Sonuçların Farkındalığı	Sorumluluk Yüklenme	1,000	0,267	0,365	0,196
Sonuçların Farkındalığı	Algılanan Davranışsal Kontrol	1,000	0,021	0,021	0,015
Sonuçların Farkındalığı	Çevreci Tutum	1,000	0,104	0,116	0,082
Sonuçların Farkındalığı	Alışkanlık	1,000	0,042	0,043	0,022
Sorumluluk Yüklenme	Kişisel Norm	1,000	0,251	0,126	0,068
Kişisel Norm		1,430		0,031	
Algılanan Davranışsal Kontrol	Organik gıda tüketim niyeti	1,394	0,558	0,034	0,464
Çevreci Tutum		1,460		0,133	
Alışkanlık		2,075		0,145	

Değişkenler arasında korelasyonunun yüksek olması durumu doğrusallık anlamına gelerek, standart hataların büyümesi, faktör yüklerinin veya ilişki katsayılarının yanlış hesaplanmasına neden olabilmektedir (Hair vd., 2017). Doğrusallığı test etmede kullanılan VIF (Variance Inflation Factor) değerleri incelendiğinde, değerlerin eşik değer olan 5'in altında olması nedeniyle değişkenler arasında doğrusallık problemi olmadığı anlaşılmıştır (Hair vd., 2017). Çoklu doğrusal bağlantıda herhangi bir sorun mevcut olmaması, bu

çalışmanın ölçeği için yapısal eşitlik analizi uygulanabilir durumda olduğunu göstermektedir.

Hair ve arkadaşları (2017), içsel modelin analizinde temel kriter değer olarak, her bir dışsal gizil değişkenin açıklanan varyansını ifade eden R^2 değerinin analiz edilmesini önermektedir. R^2 değeri (açıklanma oranı) egzojen değişkenlerin endojen değişkenlerin yüzde kaçını açıkladığını gösteren bir katsayıdır. R^2 katsayısının, 0,25 ve üzeri olması zayıf, 0,50 ve üzeri olması orta; 0,75 ve üzeri olması ise güçlü bir açıklanma oranı olarak değerlendirilmektedir (Henseler vd., 2009; Hair vd., 2011).

Tablo 16'da modele ait elde edilen R^2 katsayısı incelendiğinde organik gıda tüketim niyetinin açıklanma katsayısı orta seviyede, 0,558 olarak tespit edilmiştir. Organik gıda tüketim niyeti kişisel norm, alışkanlıklar, çevreci tutum ve algılanan davranışsal kontrol değişkenleri tarafından %55,7 oranında açıklanmaktadır. İkinci yüksek açıklanma oranı R^2 katsayısı 0,267 olan sorumluluk yüklenme değişkenine aittir. Sonuçların farkındalığı, sorumluluk yüklenme inancını %26,7 oranında açıklamaktadır. Yapısal modelin değerlendirilmesinde temel kriterler R^2 ve anlamlılıklardır. Tüketici davranışları araştırmalarında R^2 katsayısının 0,20 olması yeterli bir değer olarak kabul edilmektedir (Hair vd., 2011, s.147).

Hair ve arkadaşları (2017) çalışmalarında reflektif içsel modelin değerlendirilmesinde etki büyüklüğü olarak ifade edilen, f^2 katsayısı hesaplayarak tahmin yapılarının etki büyüklüğünü değerlendirmektedir. Etki büyüklüğü (f^2) katsayısı ise her bağımsız değişken için hesaplanır ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenlerin açıklanma oranının paylarını göstermektedir (Yıldız, 2020). Etki büyüklüğü katsayısının (f^2) 0,02 olması düşük; 0,15 olması orta ve 0,35 olması ise yüksek olarak değerlendirilmektedir (Cohen, 1988). Sarstedt vd. (2017)'e göre de katsayının 0,02'nin altında gerçekleştiği durumlarda da bir etkiden söz etmenin mümkün olmadığı belirtilmiştir.

Tablo 16'da modele ait etki büyüklüğü (f^2) katsayıları incelendiğinde, sonuçların farkındalığının sorumluluk yüklenme üzerinde yüksek; alışkanlıkların organik gıda tüketim niyeti üzerinde orta seviyede etki büyüklüğüne sahip olduğu görülmüştür. Biyosferik değerler, sağlık bilgisi ve sosyal etki değişkenlerinin sonuçların farkındalığı üzerinde, sonuçların farkındalığının algılanan davranışsal kontrol, çevreci tutum, kişisel normlar, alışkanlıklar üzerinde ve kişisel norm, algılanan davranışsal kontrol ve çevreci tutumların organik gıda tüketim niyeti üzerinde düşük etki büyüklüğüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

Q^2 ölçüsü modelin tahminin geçerliliğinin bir göstergesidir. Endojen değişkenler için hesaplanan tahmin gücü katsayılarının (Q^2) sıfırdan büyük olması, araştırma modelinin,

endojen değişkenleri tahmin gücüne sahip olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2014). Tablo 17’deki Q^2 değerlerinin sıfırdan büyük olması yapısal modelin endojen değişkenlere yönelik tahmin doğruluğundan söz edilebileceğini (Hair vd., 2019) göstermektedir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen Q^2 değerlerine göre model geçerliliği sağlanmıştır.

Modelin uyumu için Smart PLS 3 yazılımının hesapladığı ölçüler Standartlaştırılmış Hata Kareler Ortalamasının Karekökü (SRMR), Karesel Öklidyen (d_{ULS}), Geodesic Uzaklık (d_G), Ki-Kare ve Normlandırılmış Uyum İndeksi (NFI) değerleridir. Modelin kabul edilebilir uyuma sahip olması için SRMR değerinin 0,1’den küçük bir değer alması (Hu ve Bentler, 1999), NFI değerinin 0 ila 1 arasında olması ve özellikle 1’e yakın olması (Lohmöller (1989) beklenmektedir.

Uyum iyiliği d_{ULS} ve d_G tam uyum kriterleriyle de değerlendirilmektedir. “ d_{ULS} öklid uzaklığının karesi ve d_G ise iki nokta arasındaki en kısa uzaklığın karesi olarak tanımlanmaktadır”(Dijkstra & Henseler, 2015). Modelin iyi uyum sağlayabilmesi için güven aralığının üst sınırı, d_{ULS} ve d_G tam uyum kriterlerinin orijinal değerinden daha büyük olması gerekmektedir. Bu nedenle güven aralığının üst sınırı %95 veya %99 olarak seçilmektedir. Modelin korelasyon matrisi ile ampirik korelasyon matrisi arasındaki fark istatistiksel olarak anlamsız ($p > 0,05$) olduğunda modelin iyi uyuma sahip olduğu ifade edilmektedir. Henseler ve arkadaşlarına göre (2016), eğer bu farklılık anlamlıysa, yani $p < 0,05$ ise model uyumunun sağlanmadığı ifade edilmektedir. Tablo 17’de modelin uyum iyiliği değerleri açıklanmıştır.

Tablo 17.

Model Uyum İyiliği Değerleri

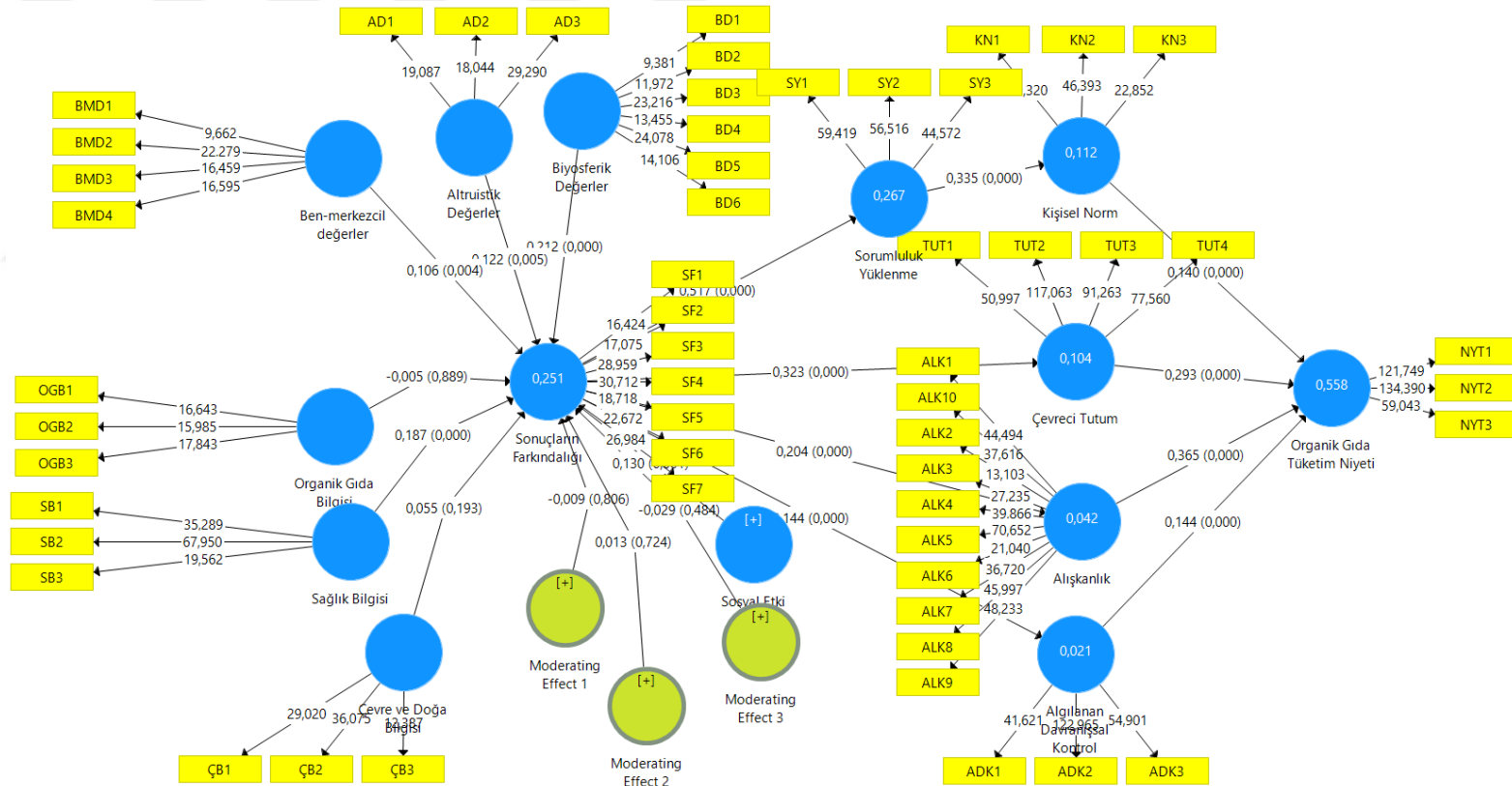
	Ki-kare	d_{ULS}	d_G	NFI	SRMR
Model	6121,528	5,56	1,552	0,719	0,058

Modele ait uyum iyiliği değerleri analiz edildiğinde, SRMR değerinin 0.058 ve NFI değerinin 0,719 olduğu belirlenmiştir. Ki-kare değeri 6121,528 çıkmıştır. Tam uyum kriterleri d_{ULS} ve d_G için hesaplanan 5,56 ile 1,552 değerleri $p > 0,05$ yüksek çıkmıştır. Bu bakımdan araştırma modelinin iyi bir uyum iyiliğine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yapısal eşitlik modellemelerinde bundan sonraki aşama modelin üzerinden analizlerin uygulanmasıdır. Smart PLS programı, yapısal eşitlik modellemesini tek bir model üzerinden uygulamakta ve tüm değişkenler arasındaki ilişkiyi tek bir görüntüde ortaya koymaktadır. Geçerlilik, güvenilirlik ve doğrusallık testlerini geçen modelde araştırma

değişkenlerinin faktör yüklerinin anlamlı olup olmadığı hesaplanmalıdır. Araştırmaya ilişkin t değerlerinin ve anlamlılıkların hesaplanabilmesi için orijinal veriden 5000 alt örneklem alınarak hesaplama yapan bootstrapping (yeniden örnekleme) yöntemi kullanılmıştır. Araştırma modelindeki değişkenler arasındaki ilişkilere yönelik sonuçlara Tablo 18’de yer verilmiştir. Analizi tamamlanan yapısal modele şekil 12’de yer verilmiştir.





Şekil 12. Yapısal Eşitlik Model

Tablo 18’de genişletilmiş araştırma modeline ilişkin t değerleri, yol katsayıları ve anlamlılık düzeylerine, Tablo 19’da ise hipotez testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 18.

Araştırma Modeline (İçsel ve Dışsal Model) İlişkin Yol Katsayıları, t Değerleri ve Anlamlılıklar

	Yol (β)Katsayıları	Standart Sapma	t değeri	p değeri
Altruistik Değerler_> Sonuçların Farkındalığı	0,122	0,044	2,792	0,005
Biyosferik Değerler> Sonuçların Farkındalığı	0,212	0,043	4,931	0,000
Benmerkezci Değerler_> Sonuçların Farkındalığı	0,106	0,037	2,869	0,004
Organik Gıda Bilgisi> Sonuçların Farkındalığı	-0,005	0,038	0,14	0,889
Çevre ve Doğa Bilgisi> Sonuçların Farkındalığı	0,055	0,042	1,302	0,193
Sağlık Bilgisi> Sonuçların Farkındalığı	0,187	0,049	3,795	0,000
Sonuçların Farkındalığı> Sorumluluk Yüklenme	0,517	0,029	17,596	0,000
Sorumluluk Yüklenme> Kişisel Norm	0,335	0,038	8,807	0,000
Kişisel Norm> Organik Gıda Tüketim Niyeti	0,14	0,031	4,514	0,000
Sonuçların Farkındalığı> Alışkanlık	0,204	0,036	5,635	0,000
Sonuçların Farkındalığı> Çevreci Tutum	0,323	0,038	8,437	0,000
Sonuçların Farkındalığı> Algılanan Davranışsal Kontrol	0,144	0,039	3,684	0,000
Alışkanlık> Organik Gıda Tüketim Niyeti	0,365	0,041	8,946	0,000
Çevreci Tutum> Organik Gıda Tüketim Niyeti	0,293	0,035	8,307	0,000
Algılanan Davranışsal Kontrol> Organik Gıda Tüketim Niyeti	0,144	0,039	3,643	0,000
Düzenleyici Etki 1				
Organik Gıda Bilgisi> Sonuçların Farkındalığı	-0,009	0,038	0,246	0,806
Düzenleyici Etki 2				
Sağlık Bilgisi> Sonuçların Farkındalığı	0,013	0,037	0,353	0,724
Düzenleyici Etki 3				
Çevre ve Doğa Bilgisi> Sonuçların Farkındalığı	-0,029	0,041	0,699	0,484

Tablo 19.

Hipotez Sonuçları

Hipotez	Desteklendi/Desteklenmedi
H₁: Çevresel değerler, sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H_{1a}: Altruistik değerler, sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H_{1b}: Biyosferik değerler, sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H_{1c}: Benmerkezci değerler, sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H₂: Çevresel bilgi sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Kısmen Desteklendi
H_{2a}: Organik gıda bilgisi sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir	Desteklenmedi
H_{2b}: Çevre ve doğa bilgisi sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklenmedi
H_{2c}: Sağlık bilgisi sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir	Desteklendi
H₃: Sonuçların farkındalığı sorumluluk yüklenme üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir	Desteklendi
H₄: Sorumluluk yüklenme kişisel normlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H₅: Kişisel normlar organik gıda tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H₆: Sonuçların farkındalığı alışkanlıklar üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir	Desteklendi
H₇: Sonuçların farkındalığı çevreci tutumlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H₈: Sonuçların farkındalığı algılanan davranışsal kontrol üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H₉: Alışkanlıklar, organik gıda tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H₁₀: Çevreci tutumlar, organik gıda tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir	Desteklendi
H₁₁: Algılanan davranışsal kontrol organik gıda tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Desteklendi
H₁₂: Çevresel bilgi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide sosyal etkinin düzenleyici rolü vardır.	Desteklenmedi
H_{12a}: Organik gıda bilgisi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide sosyal etkinin düzenleyici rolü vardır.	Desteklenmedi
H_{12b}: Sağlık bilgisi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide sosyal etkinin düzenleyici rolü vardır.	Desteklenmedi
H_{12c}: Çevre ve doğa bilgisi ve sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide sosyal etkinin düzenleyici rolü vardır.	Desteklenmedi

Analiz sonuçlarına göre; altruistik değerler (AD, $\beta=0,122$, $t=2,792$), biyosferik değerler (BD, $\beta=0,106$, $t=4,931$) ve benmerkezci değerler (BMD, $\beta=0,106$, $T=2,869$) değişkenlerinin $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde sonuçlarında farkındalığı (SF) üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu anlaşılmıştır. Bu bulgular ışığında araştırmanın **H_{1a}**, **H_{1b}**, **H_{1c}** numaralı hipotezleri desteklenmiş bu sayede **H₁** hipotezi tamamen desteklenmiştir.

Çevre bilgisi değişkenin boyutlarından çevre ve doğa bilgisi (ÇB, $\beta=0,029$, $t=0,699$) ve organik gıda bilgisi (OGB, $\beta=-0,05$; $t=0,14$) $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı etkileri olmadığı görülmüştür. Sağlık bilgisinin (SB, $\beta=0,187$; $t=3,795$) $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Sağlık bilgisinin sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı etkisi olduğuna yönelik **H_{2c}** numaralı hipotez desteklenmiş, organik gıda ile çevre ve doğa bilgisinin sonuçların farkındalığı üzerindeki anlamlı etkisine yönelik **H_{2a}**, **H_{2b}** hipotezleri desteklenmemiştir. Bu doğrultuda 3 boyuttan oluşan kişinin sahip olduğu çevresel bilginin sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı etkisi olduğuna yönelik olan **H₂** hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Sonuçların farkındalığı değişkeninin (SF, $\beta=0,517$; $t=17,596$) sorumluluk yüklenme üzerinde, sorumluluk yüklenme değişkeninin ($\beta=0,335$; $t=8,807$) ise kişisel normlar üzerinde $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda **H₃** ve **H₄** desteklenmiştir.

Sonuçların farkındalığı değişkeninin algılanan davranışsal kontrol ($\beta=0,144$, $t=3,684$), çevreci tutum ($\beta=0,322$, $t=3,287$) ve alışkanlıklar ($\beta=0,204$, $t=5,635$) üzerinde anlamlı etkisi olduğu saptanmış ve bu doğrultuda **H₆**, **H₇**, **H₈**, numaralı hipotezler desteklenmiştir.

Tablo 18'deki değerler göre organik gıda tüketim niyeti değişkeni üzerinde, $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde kişisel normlar ($\beta=0,140$, $t=4,514$), çevreci tutum ($\beta=0,293$, $t=8,307$), algılanan davranışsal kontrol ($\beta=0,144$, $t=3,643$) ve alışkanlıkların ($\beta=0,365$, $t=8,946$) anlamlı etkilerinin olduğu saptanmıştır. Bu bulgular doğrultusunda **H₅**, **H₉**, **H₁₀** ve **H₁₁** numaralı hipotezler desteklenmiştir.

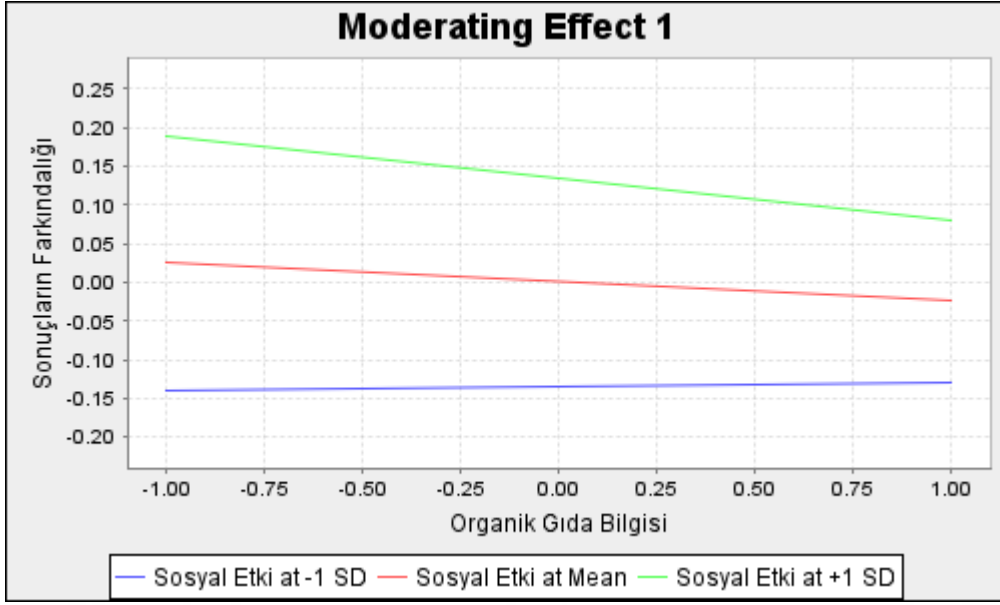
Bir değişkenin düzenleyici etki rolüne sahip olabilmesi için, değişkenin bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkilerin şiddetini ve/veya yönünü değiştirmesi beklenir. Düzenleyici değişken bağımsız ve bağımlı değişken arasındaki ilişkinin gücünü arttırabilir, azaltabilir ya da bu ilişkinin yönünü değiştirebilir. Düzenleyici etki ise 1986 yılında Baron ve Kenny tarafından ortaya konmuştur. İki değişken arasındaki ilişkinin üçüncü bir değişkenin (etkileşim değişkeni) aldığı değerlere göre gösterdiği değişim olarak tanımlanır.

Düzenleyici etkilerin test edilebilmesi için bağımsız ve düzenleyici değişkenler kullanılarak etkileşim terimleri oluşturulur. Düzenleyici değişkenlerin, bağımlı değişkenler üzerindeki etkileri anlamlı olmasa bile etkileşim terimlerinin bağımlı değişkenler üzerindeki etkileri anlamlı ise düzenleyici etkinin varlığından söz edilebilmektedir (Baron ve Kenny, 1986).

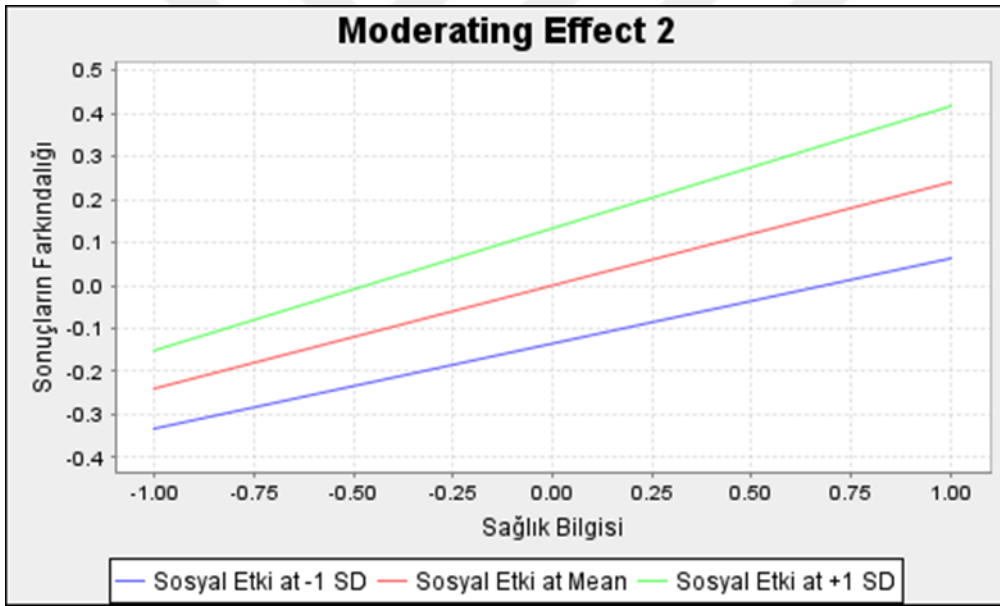
Araştırma modelinde sosyal etki değişkeninin düzenleyici rolünü sorgulamak amacıyla Düzenleyici **Etki 1, 2 ve 3** numaralı etkileşim terimleri oluşturulmuştur. Etkileşim terimlerine ait hesaplama yöntemi olarak iki aşamalı (two stage) yöntem tercih edilmiştir. 1 numaralı etkileşim terimi organik gıda, 2 numaralı etkileşim terimi sağlık bilgisi ve 3 numaralı etkileşim terimi ise çevre ve doğa bilgisi değişkeni için araştırma modeline eklenmiştir. Tablo 20'deki etkiler doğrultusunda sosyal etki değişkeninin; organik gıda, sağlık bilgisi ve çevre ve doğa bilgisi değişkenleriyle sonuçların farkındalığı değişkeni arasındaki ilişkilerindeki düzenleyici rolünün ($p>0,05$) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda **H₁₂, H_{12a}, H_{12b}, H_{12c}** hipotezleri desteklenmemiştir.

Düzenleyici değişken, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve/veya gücünü etkileyen değişkeni ifade eder. Literatür kişinin sahip olduğu çevresel bilginin, davranışları sonucunda sebep olacağı sonuçlara dair farkındalığa sahip olmasında olumlu etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Çevresel bilginin inanç ve tutumların değişimindeki ilişkiyi güçlendirici bir role sahip olarak düzenleyici etki yarattığını ortaya koyan çalışmaların aksine, bu çalışmada sosyal etkinin çevresel bilginin üç alt boyutları olan organik gıda bilgisi (organik ürünlere yönelik bilgi sahibi olma), çevre ve doğa bilgisi ile sağlık bilgisi değişkenlerinin çevresel problemlerin sonuçlarına dair farkındalık sahibi olması arasındaki ilişkide düzenleyici role sahip olmadığı ortaya çıkmıştır.

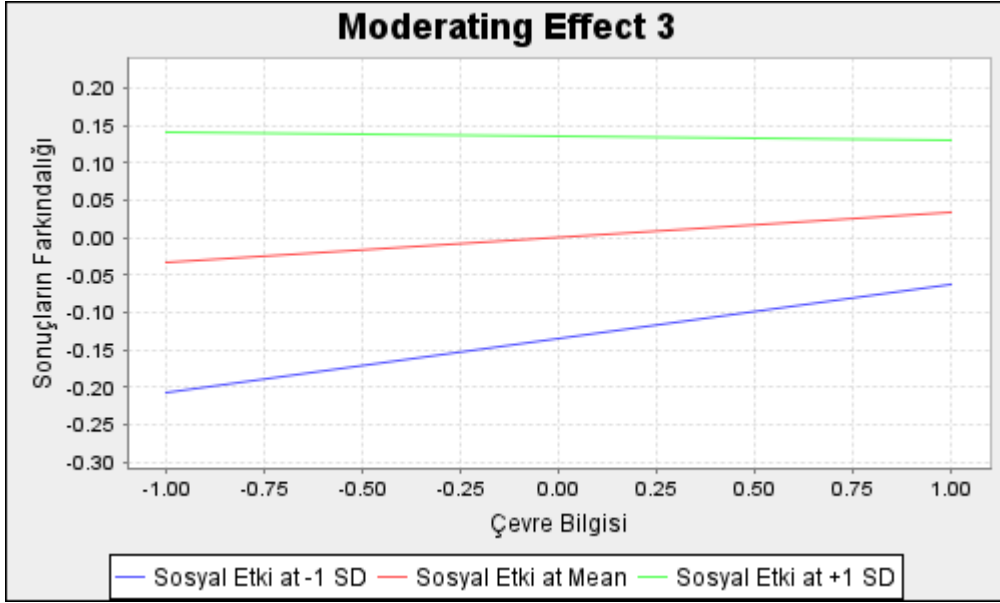
Anlamlı bulunmayan düzenleyici etkiye yönelik olarak Smart PLS programı tarafından oluşturulan eğim grafiklerine Şekil 13, 14, 15'te yer verilmiştir.



Şekil 13. Eğim grafiği (organik gıda bilgisi-sosyal etki)



Şekil 14. Eğim grafiği (sağlık bilgisi-sosyal etki)



Şekil 15. Eğim grafiği (çevre ve doğa bilgisi-sosyal etki)

Eğim grafiği ortalaması sosyal etki ile çevresel bilginin alt boyutları arasında olup ± 1 standart sapma değerlerine göre oluşturulmuştur. Eğim grafiğinde sosyal etki değişkeninin seviyesi arttıkça doğruların paralel olması düzenleyici etkinin anlamsız olması olarak değerlendirilir.

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilirlik, çevreyle ilişki içerisinde, doğayla uyumlu ve öz kaynakların verimli kullanımını öngören, ekosistemin korunmasını ve doğa-insan ilişkisini inceleyen bir kavramdır. Artan dünya nüfusu, çeşitlenen tüketici beklenti ve ihtiyaçları ile artan tüketim, tüketimi karşılamak amacıyla hızlanan üretim süreçleri hava, su, toprak kirliliği, ormanların yok olması gibi birçok çevre sorununun ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

1987 yılında yayınlanan, ‘Ortak Geleceğimiz Raporu’ olarak bilinen Brundtland Raporu konusunda uzman hükümet yetkilileri, gönüllü kuruluşlar, uluslararası kuruluşlar ve gençlerin görüşleri alınarak, sosyal büyüme ve çevresel sürdürülebilirlik arasındaki ilişkinin tamamlayıcı rolünün ekonomik büyüme ile sağlanacağı vurgulanarak, ‘sürdürülebilir kalkınma’ boyutları ilk kez vurgulanmıştır (WCED, 1987, s.66). Sürdürülebilir gelişmenin alt sınırı insanların standartlarının gelişimi için gerekli sosyal ve ekonomik koşulların minimum olarak gerçekleştirilmesi iken üst sınırı ise dünyanın ekolojik sistemine ait limitlerin aşılmamasını gerektirdiği belirtilmiştir. Günümüzde bireysel tüketim davranışı sürdürülebilir tüketimin önündeki en büyük engel olarak görülmektedir. Dünya üzerindeki yaşamın sürdürülebilirliği günümüzün en önemli problemlerinden biridir. Tüketicilerin çevreye zarar veren davranışlarını değiştirmeleri, azaltmaları veya yeni davranışlar benimsemeleri sürdürülebilir bir yaşam için kaçınılmaz görülmektedir (Steg ve Vlek, 2009, s.309; Çabuk ve Nakıboğlu, 2003, s.43).

Sürdürülebilir tüketim kavramı, çevresel etkilerin minimize edilmesi, gelecek nesillerin ihtiyaçlarının tatmini ve öz kaynakların verimli kullanımı amaçları ile toplumların sosyal, ekonomik gelişiminin sağlanması ve bu süreçte rekabet gücünün artmasına yönelik teknolojik inovasyonların dengeli şekilde kullanılmasını kapsar (Fischer vd., 2017; Prothero vd., 2011; Tukker ve Jansen, 2006). Kişi kendi ihtiyaçlarını karşılamak adına ürünleri ve hizmetleri satın alma, kullanma ve elden çıkarma aşamalarında, dünyada mevcut olan ya da ileride yaşayacak olan kişilerin ekolojik ve sosyo-ekonomik koşullarına zarar vermeyerek sürdürülebilir tüketim davranışında bulunması beklenmektedir. Sürdürülebilir tüketim alanında yapılan çalışmaların ortaya koyduğu gerçek ise mevcut çalışmaların hangi tüketim davranışlarının sürdürülebilir sayıldığına dair hem fikir olmaması ve yapılan çalışmaların genelde en belirgin günlük tüketim davranışları olan kağıt ve plastiğin geri dönüşümü,

ışıkların kapatılarak enerji tasarrufu sağlanması ve ya eşit koşullarda, üreticiyi ve tedarikçi haklarını ve doğayı koruyan üretim şekilleri üzerine odaklanmasıdır (Geiger vd., 2017, s.20).

Sürdürülebilir tüketim ve üretim davranışları çok çeşitli olmakla birlikte, bu davranışların çevresel etkilerine göre sınıflandırılması ve çevresel zararı fazla olan davranışlar üzerine odaklanması önemli bir konudur. Farklı sektörler arasından tarımsal üretim, çevresel etkileri göz önünde bulundurulduğunda su ve enerji kullanımı bakımından doğal kaynakların azalmasına ve sera gazı salınımını arttırması sonucu iklim değişimlerine ve ısı artışına sebep olmaktadır. Sürdürülebilir tarım bugün ve gelecek nesiller için gerekli olan doğal kaynakları koruyarak, insanların besin ihtiyacını karşılayan bir tarımsal üretim şekli olarak ifade edilmektedir. Sürdürülebilir tarım uygulamaları ile üretilen organik gıdaların tüketiminin yaygınlaşması sera gazı emisyonunun azaltılması, su kaynaklarının muhafaza edilmesi ve iklim krizlerinin ortadan kaldırılması gibi çevresel faydalar yaratmaktadır. Tarım faaliyetlerinin sebep olduğu çevre kirliliğe etken en önemli konular hızlı nüfus artışı ve tüketim dengesizliğidir. Sürdürülebilir tarım uygulamalarından biri olan organik gıda üretimi, doğal kaynakların tahrip edilmeden kullanıldığı, toprağı işlemeden başlayarak üretimin her aşamasında girdi kullanımının kontrol edilebildiği faaliyetler bütününe dayanmaktadır. Organik gıdalar, yapay kimyasallar ve genetiği değiştirilmiş organizmalar içermeyen doğal gıdalar olarak tanımlanmaktadır.

Tüketicilerin organik gıda tüketimine etkisi olan faktörler motivasyonel, bağlamsal, sosyo-demografik faktörler altında toplanmaktadır. Bu çalışmanın problemi çevresel etkileri bakımından öncelikli sürdürülebilir tüketim davranışının saptanması ve tüketicilerin bu davranışları sergilemelerine yönelik faktörlerin farklı tüketim aşamalarına etkilerinin keşfedilmesi olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda, çevresel ve sosyo-psikolojik faktörlerin organik gıda tüketimine etkileri, literatürde çevreci davranışı açıklamada kullanmış olan Planlı Davranış Teorisi ve Norm Aktivasyon Modeli'nin birleştirildiği bir model üzerinden incelenmiştir. Çevreci değerler, alışkanlıklar ve sosyal etki değişkenleri birleştirilmiş modele dahil edilerek, araştırmanın kapsamı genişletilmiştir. Araştırma kapsamında değer türlerinin sonuçların farkındalığı üzerindeki etkileri belirlenmiş; sonuçların farkındalığı ve sorumluluk yüklenme ile kişisel normların aktif hale getirilmesine etkileri incelemiş; tutum, kişisel norm, algılanan davranışsal kontrol ve alışkanlıkların organik gıda tüketim niyeti üzerine etkileri ortaya konmuş; sosyal etki değişkeninin düzenleyici etkisinin olup olmadığı tespit edilmiş; çevresel bilginin sonuçların farkındalığına etkileri belirtilerek araştırma soruları cevaplandırılmıştır.

Değerler kişiyi güdüleyen, davranışı belirleyen ve kişinin başkaları ile ilişkilerini düzenleyen bir kavram olarak sürdürülebilir tüketim davranışı ile önemli bir ilişkiye sahiptir. Değer temelli teoriler altruistik, biyosferik ve benmerkezci değer boyutları üzerinden çevreci davranışı açıklamaktadır (Stern vd. 1999, Gärling, Fujii, Gärling, ve Jakobsson, 2003). Altruistik değerlere sahip olan kişilerin davranışlarının başkaları üzerindeki etkilerine yönelik verdiği önem bu kişilerin çevreci davranışların savunucusu haline gelmelerini sağlayabilmektedir (Schultz, 2001). Biyosferik değerlere sahip olan kişilerin ekosisteme verdiği değer, çevreci davranışta bulunma olasılığına etkili olmaktadır (De Groot ve Steg, 2007). Benmerkezci değerler ise insanları, kendilerini kişisel olarak etkileyen çevre yönlerini korumaya veya kişisel maliyetler yüksek olarak algılanırsa çevrenin korunmasına karşı çıkmaya yatkın hale getirebilmektedir (Stern ve Dietz, 1994; van Vugt ve Samuelson, 1999). Farklı çalışmalar ise benmerkezci değer boyutuna dair olarak karışık ifadeler kullanmış, bu değerlerin artışı ile kişisel normların aktive olması olasılığının ve davranışların sonuçlarına dair farkındalığın düşeceğini vurgulamışlardır (De Groot ve Steg, 2009).

Bu araştırma sonuçlarına göre ise, altruistik, biyosferik ve benmerkezci değer boyutlarının sürdürülebilir tüketim davranış türü olan organik gıda tüketim davranışını açıklamada anlamlı etkileri olduğu görülmüştür. Kişinin kendi çıkarını sürdürme ve arttırması ile karakterize olan benmerkezci değerlerin çevresel etkilerine dair literatürde farklı görüşlerin yer aldığı göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışma ile bu değere sahip olma ile organik gıda tüketim davranışı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Üç farklı değer türü arasından tüketicilerin sahip olduğu biyosferik değerlerin, davranışların çevresel sonuçlarına dair farkındalığa etkisi daha yüksek bulunmuştur.

Çalışmada organik gıda tüketim niyetine etken başka bir kavram olarak ele alınan çevresel bilgi, çevresel sorunlara ve çözümlerine yönelik kişinin sahip olduğu bilgi ve farkındalık anlamına gelmektedir. Çevresel problemlere yönelik bilginin artışı, kişinin kaygı ve farkındalık seviyesini arttırmaya fayda sağlarken, direkt davranış değişimine her zaman sebep olmayabilmektedir (Zsóka vd. 2013; Bamberg and Möser, 2007). Belirli durum, olay veya davranışlara yönelik olan tutumların çevresel eğitim, çevresel farkındalık üzerine kurulu yaşam tarzları ve tüketim alışkanlıkları ile ilişkilidir. Tutum ve değerlerin değişimlerinin davranışı tahmin edilebilir derecede etkileyebildiği ileri sürülmektedir (Arbuthnott, 2009). Sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi dahilinde çevresel bilgi; *organik gıda bilgisi*, *çevre ve doğa bilgisi* ile *sağlık bilgisi* boyutları altında incelenmiştir.

Gotschi vd. (2010) organik gıda bilgisinin tüketicilerin tutum ve davranışlarını önemli ölçüde etkilediğini, benzer şekilde Saleki ve ark. (2012), organik gıda bilgisinin

tüketicilerin organik gıda almaya istekli olma tutumları üzerinde olumlu etki yarattığını belirtmiştir. Finisterra do Poco ve Raposo (2008), çevresel bilginin tüketicileri yeşil gıda satın alma konusunda önemli ölçüde etkilediğini, çevre hakkında bilgisi olan insanların daha fazla ödemeye istekli olduğu ve çevre dostu yiyecekler satın alma olasılıklarının ise diğerlerine kıyasla yüksek olduğunu belirtmektedirler. Organik ürünler ve sağlık üzerine bilgi sahibi olan tüketicilerin organik gıda tüketim davranışı gösterme sıklığının yüksek olduğu da görülmüştür (Tsakiridou et al., 2008, Effendi vd.2015). Organik gıdalar ve sağlık bilgisine sahip olan tüketicilerin organik gıda satın almaya devam ettiğini destekleyen çalışmaları kısmen destekler nitelikte olarak, bu çalışmada *organik gıda bilgisi ile çevre ve doğa bilgisinin çevresel sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Sağlık bilgisinin ise çevresel sonuçların farkındalığı üzerinde anlamlı etkisinin olduğu görülmüştür.*

Thøgersen (2000, s.307) geri dönüşüm ve organik gıda tüketimi üzerine yaptığı çalışmasında bilgi eksikliğinden kaynaklı olarak, kişinin çevreci tutuma sahip olmasına rağmen çevreci davranış sergileme olasılığının düşük olabileceğini ifade etmiştir. Bu durum çevresel bilginin, sonuçların farkındalığı üzerinde etki sahibi olmasında moderatör görevi gören farklı bir etkenin olma ihtimalini ortaya koymaktadır. İlgili literatüre göre ise sosyal etki değişkeni bu görevi görmektedir. Çevresel farkındalığın toplum içerisinde kişilerin günlük yaşam deneyimlerinden gelen ve aile, arkadaşlar ve okul gibi yakın kişilerarası sosyal ağlar aracılığıyla yayılan bir olgu olduğunu belirterek sosyal etki kavramına vurgu yapılmaktadır (Vitterso, 2003, s.102). Kişinin sahip olduğu çevresel bilgi başkaları tarafından da biliniyor, kullanılıyor ve paylaşıyor ise kişi kendini toplumun ya da ait olduğu grubun bir parçası hissetmek adına, grupla uyumlu hareket eder ve grubun davranış şekillerini benimseyerek, çevreci davranış sergileyebilir. Örneğin, insanlar başkalarının davranışlarını gözlemleyerek veya önem verdikleri kişilerin belirli davranışları sergilemeleri için yaptıkları baskı sebebiyle çeşitli davranışlarda bulunurlar. Sosyal etkinin çevreci davranışa olan etkisini konu alan çalışmasında Han (2015, s.74), otellerin sürdürülebilirlik uygulamalarını ve çevresel konulara yönelik bilgilerini müşterileriyle paylaşımlarının, onların çevresel konularda farkındalıklarının artmasına yol açarak, sosyal etkinin baskısıyla beraber bu kişilerin çevreye duyarlı tüketim davranışında bulunacağını ifade etmiştir. Park ve Ha'nın (2012) çalışmaları geri dönüşüm niyeti üzerinde olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

İlgili yazından yola çıkarak bu araştırmada sosyal etkinin kişinin sahip olduğu çevresel bilgi ve alt boyutları ile davranışlarının çevresel sonuçlarına dair farkındalığı

arasındaki ilişkinin şiddetini arttıracak veya yönünü değiştirip değiştiremeyeceği test edilmiştir. Düzenleyici değişken olarak kişinin çevresindeki kişi ve gruplardan etkilenmesi yani sosyal etkinin, sahip olunan çevresel bilgi düzeyinin, çevresel farkındalığı arttırması konusundaki etkisini test eden hipotez reddedilmiştir. *Çevresel bilginin üç boyutu olan kişinin sahip olduğu organik gıda bilgisi, çevre ve doğa bilgisi ve sağlık bilgisi ile çevresel sonuçların farkındalığı arasındaki ilişkide sosyal etkinin anlamlı bir etkisinin olmadığı gözlenmiştir.*

Bu çalışmada, sosyal etkiye dair geçmiş çalışmalardaki bulgunun aksine bir durumla karşılaşılmasının sebeplerinde yine önceki çalışmalarda ortaya konmuş olan kültürel farklılık ve tüketicilerin organik gıdalara yönelik güven faktöründen kaynaklanmış olabileceği söylenebilir. Oreg ve Katz-gerro (2006) çalışmalarında çevreci davranışın farklı kültürler arasında değişim gösterebileceğini belirtmektedirler. Mutlu (2007) organik gıda tüketimi ve organik gıdalara yönelik tutumu konu aldığı çalışmasında gelişmiş ülkeler ile 3. Dünya ülkelerini karşılaştırmış ve kültürel farklılıkların satın alma tercihlerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Organik gıdaların, üretim süreçleri ve ürün kalitesine dair sahip olunan güven (gıda güvenliği: üretim süreçlerinin çevresel etkileri, ve gıda kalitesi), organik gıdaların tüketiminde etkili olmaktadır (Wier ve Calverley, 2002; Padel ve Foster, 2005; Rodríguez, Lupin, ve Lacaze, 2006). İleriki çalışmalarda, güven faktörü düzenleyici değişken olarak, tutum-davranış arasındaki sürece etkisi araştırılabilir. Kültür karşılaştırmalı organik gıda tüketimi çalışmaları da farklı bulgular vererek, literatüre katkı sağlayacaktır.

Norm Aktivasyon Modeli (Schwartz, 1977) ‘ne göre kişi davranışları sonucunda olumsuz sonuçlar yaratabileceğini fark etmesi ile çevresel problemlerle ilgili harekete geçmemesi durumunda davranışlarının olumsuz sonuçlar doğuracağını algılar ve yardım etme davranışını içselleştirerek, davranışlarının sonuçları üzerinde sorumluluk yüklenir. Sorumluluk yüklenen kişinin, kişisel normlarının aktive olur ve organik gıda tüketim niyetine olumlu etki eder. *Bu çalışmanın sonuçları teoriyi destekler nitelikte çıkmış olup, sonuçlarının farkındalığı, sorumluluk yüklenme davranışını olumlu etkilemektedir.*

Harland, Staats ve Wilke (1999)’ planlı davranış teorisi ile çevreci davranışı inceledikleri çalışmalarında farklı çevreci davranış tipleri üzerinde kişisel normların etkisini belirlemek amacıyla, kişisel norm değişkenini modele eklemiş ve sadece bazı çevreci davranış türlerinde kişisel normların etkilenmesinin olumlu etki sağladığı, belirli davranışlarda ise aksine davranışa yönelik niyetin azalmasına sebep olduğunu ifade etmişlerdir. Kişi, başkasına yardımcı olmak için katlandığı maddi ve psikolojik maliyetlerin

yüksek olduğunu algılasa, sorumluluklarını, yeteneklerini ve yapması gerekenleri reddederek kişisel normlarını rasyonelize eder ve davranıştan vazgeçebilir (Bamber, Hunecke ve Blöbaum, 2007, s.191). *Bu çalışma sonucuna göre de kişisel normların, çevreci davranış türlerinden biri olan organik gıda tüketim davranış niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya konmuştur.*

Kişinin davranışını belirleyen bir diğer faktör olan *algılanan davranışsal kontrol*, bir kişinin bir davranışı fiilen gerçekleştirmek için gerekli kaynaklara, fırsatlara ve kapasiteye sahip olma konusundaki güvenini ifade eder. Planlı Davranış Teorisine göre, kişi ne kadar çok kaynak ve fırsata sahip olursa davranışları üzerinde o derece kontrole sahip olduğuna inanır ve bir davranışı fiilen gerçekleştirme olasılığı da o derece artar. Algılanan davranışsal kontrol olarak adlandırılan bu faktör, Planlı Davranış Teorisi dahilinde çevresel olmayan motivasyonlar ile birlikte değerlendirildiğinde teoriyi çevreci davranışı açıklamada güçlü bir noktaya getirmektedir (Bamberg ve Schmidt, 2003, s.267). *Bu çalışmanın sonuçlarına göre, kişinin organik gıda tüketimine yönelik algıladığı davranışsal kontrol, davranışa yönelik niyeti sergilemesine etki etmektedir.*

Alışkanlıklar, bireylerin günlük hayatlarında standart faaliyet süreçleri olarak tanımlanmaktadır (Stern, 2000). Kişinin tekrarlanan davranışlarının yanında otomatik davranışları da vardır ve bu davranışlarda alışkanlık olarak nitelenmektedir (Bamberg ve Schmidt, 2003). Literatürde, davranışların sergilenme sıklığı ve çevreci davranışa etkilediğini gösteren çeşitli çalışmalar vardır (Perugini ve Bagozzi; 2001; Wood vd., 2005; Knussen vd., 2004; Carrus vd., 2008). *Bu araştırma sonucuna göre, alışkanlıklar organik gıda tüketim niyetine anlamlı etki sahibi olmuştur. Tutum, kişisel norm, algılanan davranışsal kontrol değişkenlerine kıyasla, alışkanlıkların organik gıda tüketim niyetine etki büyüklüğünün daha fazla olduğu tespit edilmiştir.*

Elde edilen sonuçlar uygulama açısından değerlendirildiğinde, araştırmaların tüm süreçleri için süregelen politika ve uygulamalarını çevre ve ekolojik temellere dayandırmasının kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Yıllar boyunca pazarlama kavramı çeşitli değişimlere uğramış, 1970'ler itibarıyla çevre sorunlarının ön plana çıkmasıyla birlikte, yeşil pazarlama, ekolojik pazarlama, sosyal pazarlama ve son olarak günümüzde sürdürülebilir pazarlama olarak daha geniş bir kavrama evrilmiştir. Pazarlama ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişki, çevre, ekonomi ve sosyal temeller üzerine kurulmalıdır. Pazarlama stratejilerinin özellikle sosyal ve çevresel etkilerinin göz önünde bulundurularak sürdürülebilir büyümenin sağlanması sürdürülebilir pazarlamanın ana amacıdır. İşletmeler günümüzde rekabetten farklılaşmak, şirket ve marka itibarını arttırmak, müşterilerine

sağladığı değeri sürdürülebilir hale getirmek amacıyla bütüncül bakış açısıyla temel değerlerini sürdürülebilirlik ilkeleri üzerine kurmalıdırlar.

Sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden biri olan sürdürülebilir üretim ve tüketim şekillerini benimsemek ilkesi sadece üretici tarafından sürdürülebilir iş süreçleri ve uygulamaların hayata geçirilmesiyle yetinmeyip, tüketici tarafında da sürdürülebilir tüketim davranışının sergilenmesini gerekli kılar. Tüketicilerin davranışlarında değişim sürecine girebilmeleri için işletmelerin sağlayacağı sürdürülebilir pazarlama çabaları ile sürdürülebilir uygulamaların tüketici üzerinde etkili olması sağlanmalıdır. İşletmeler, davranış değişimini sağlamak için etkili olan faktörler arasından motivasyonel faktörler, bağlamsal ortam, alışkanlıklar, sosyal çevre gibi faktörlerin etkilerini göz önünde bulundurarak tüketici karar alma sürecinde alternatif ve sürdürülebilir çözümlere ihtiyaç duyacaklardır. Tüketicilerin sürdürülebilir ürünler ve çevresel problemlerin sağlık ve ekolojik çevre açısından sonuçlarına ait sahip oldukları bilginin davranışlarının çevreye bıraktığı etkiler üzerinden sorumluluk yüklenmelerine etken olduğu görülmektedir. İşletmelerin pazarlama çabaları dahilinde çevresel ve sağlık tabanlı konular hakkında tüketicileri bilgilendirmesi durumunda, tüketicilerin sürdürülebilir ürün alternatiflerini tercih etme olasılıklarının artması beklenebilir. Mevcut alışkanlıkların değiştirilmesi için gerekli çabanın sarf edilmesi ve sürdürülebilir ürünlere ulaşma ve satın alma kolaylığı sağlanması takdirinde tüketicinin sürdürülebilir tüketim davranışını sergileme olasılığının artacağı ön görülmektedir. İşletmelerin yanı sıra, devlet politikalarıyla organik gıdaların üretim maliyetlerinin azaltılması ya da üretimini teşvik edilmesini sağlayarak sürdürülebilir üretim ve tüketim şekillerinin benimsenmesine katkı sağlayacaktır.

Özellikle Covid-19 salgını döneminden geçen bireylerin edindikleri deneyimler sonucu, motivasyonları, kaygıları, beklentileri ve ihtiyaçları çeşitli değişimlere uğramıştır. Sağlık kaygısıyla başlayan salgın psikolojisinde ev karantinaları, sokağa çıkma yasakları sonucu insanların temel ihtiyaç malzemelerine dair talebi artmış ve arzın bu artışı karşılayamaması sonucu gıda, kişisel bakım, hijyen kategorilerindeki ürün stokları yetersiz kalarak, tüketiciler kıtlık psikolojisini tecrübe etmişlerdir. Fiziki temastan kaçınılması gereken salgın günlerinde, tüketiciler fiziki satış noktaları yerine hız, kolaylık ve temassızlık açısından internet ortamından satın alım yapmayı tercih ederek elektronik ticaretin hızla yükselmesine neden olmuşlardır. Hijyen ve sağlık kaygısının yüksek seviyede yaşandığı bu dönemde doğaya verilen zararı en az indiren sürdürülebilir ürünlerin tüketimi olumsuz etkilenmiş, yerine kullan at materyallere, kimyasal içerikli ürünlerine olan talep artış göstermiştir. Özellikle hükümetlerin bu dönemde halkı bilinçlendirmeye yönelik politikaları

önem taşımaktadır. Kamuoyunda yukarda bahsi geçen ürünlerin kullanımıyla çevreye verilen zararı ön plana çıkaran iletişim kampanyaları yapılarak, toplumların sürdürülebilir tüketim davranışlarında bulunmaya teşvik edilmesi gerekmektedir. Çevresel farkındalığın oluşması adına bilgi seviyesinin artırılması önem taşımaktadır.

Tüketici farkındalığı konusunda araştırmanın sağladığı bulgular üzerinden devlet kuruluşlarına ve işletmelere verilebilecek bir öneri de özellikle tarım üretim faaliyetleri ve sürdürülebilir gıda tüketimi kapsamındadır. Tarımsal faaliyetlerin dünyadaki önemi ve çevre üzerindeki ciddi etkisi tarım faaliyetlerinin ve bu faaliyetler sonucu yaratılan değer zincirinin daha sürdürülebilir uygulamalar benimsenerek gerçekleştirmesini gerekli kılmaktadır. Bu sebeple, tarım sektörüne verilecek devlet desteği ve sağlanacak teknolojik alt yapı ile akıllı tarım vb. uygulamaların hayat geçirilmesi oldukça önemlidir. Devlet politikaları ve kamu programları dahilinde üreticilerin ve tüketicilerin bilinçlendirilerek atıkların azaltılması, yeniden kullanılması veya dönüştürülmesi konusunda bilinçlendirilmeli fayda sağlayacaktır.

Sürdürülebilir tüketim alan yazını tüketim davranışına etken faktörleri farklı temeller ve bakış açıları üzerinden ele almaktadır. Sürdürülebilir tüketim davranış türlerine etken farklı faktörler ve durumların olması, bu davranışa ait genellenebilir bir teorinin ortaya atılmasını mümkün kılmamaktadır. Bu sebeple, ilgili literatürde sürdürülebilir tüketim davranış türlerini ayırtmadan, genel davranış üzerine yapılan araştırma bulgularının, davranış açıklama kısıtlı kaldığı söylenebilir. İleriki çalışmalarda spesifik bir tüketim davranış türü üzerine sosyo-psikolojik etkenlere odaklanmanın bu genelleme hatasına engel olacağı ve tüketici davranışının değişimine yönelik daha doğru uygulamaların yapılmasına fayda sağlayacağı ön görülmektedir. Farklı davranış türlerine etken hem sosyo-psikolojik hem bağlamsal faktörlerin birlikte çalışması davranış açıklama farklı boyutlar açacaktır. Özellikle Covid-19 sonrası değişen tüketim alışkanlıklarının, kişilerin doğa ve çevre algıları üzerine etkileri ve bağlamsal faktörlerin bu algılarla ilişkilerinin çalışılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aarts, H., Verplanken, B., & Van Knippenberg, A. (1998). Predicting behavior from actions in the past: Repeated decision making or a matter of habit? *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1355–1374. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01681.x>
- Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., & Van Huylenbroeck, G. (2009). Personal Determinants of Organic Food Consumption: A Review. *British Food Journal*.
- Abrahamse, W., & Steg, L. (2009). How do socio-demographic and psychological factors relate to households' direct and indirect energy use and savings?. *Journal of economic psychology*, 30(5), 711-720.
- Adanacıoğlu, H., Saner, G., & Ağır, H. B. (2018). Sürdürülebilir Gıda Değer Zinciri Yaklaşımı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 21, 221-226.
- Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., & Van Huylenbroeck, G. (2009). Personal Determinants Of Organic Food Consumption: A Review. *British Food Journal*.
- Ahmad, S. N. B., & Juhdi, N. (2010). Organic food: A study on demographic characteristics and factors influencing purchase intentions among consumers in Klang Valley, Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 5(2), 105.
- Akçakaya, O. (2016). Kentsel Sürdürülebilirliğin Uygulanması Ve Ölçülmesi Bağlamında Yerel Yönetimlerin Fonksiyonu. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(4), 47-64.
- Akdoğan, Ç. (2018). Sorumlu Tüketim ve Üretim Hedefleri Kapsamında Sürdürülebilir Pazarlamanın Değerlendirilmesi. *IBANESS Konferans Serisi*, 3, 217-228.
- Akgül, U. (2010). *Sürdürülebilir Kalkınma : Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı*. 133–162.
- Aksay, B., & Ünal, A. Y. (2016). Yapısal eşitlik modellemesi kapsamında formatif ve reflektif ölçüm. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 1-21.
- Akyüz, M., & Eroğlu, Ö. (2015). Toplumsal Sınıfın, Ortalama Gelir Düzeyinin Ve Cinsiyet Farklılığının Sembolik Tüketim Eğilimi Üzerindeki Etkisi; Genç Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 15(32), 98-128.
- Alig, M, Nemecek T, Bystricky M, Gaillard G (2014) Influence of siteconditions and production system on the environmental impacts ofdomestic and imported cheese. In: *Proc. 9th InternationalConference LCA of Food*, 8–10 October 2014, San

Francisco, 31–38.

- Annunziata, A., Agovino, M., & Mariani, A. (2019). Sustainability Of Italian Families' Food Practices: Mediterranean Diet Adherence Combined With Organic And Local Food Consumption. *Journal Of Cleaner Production*, 206, 86-96.
- Arık, B., M. (2006): *İletişim Yazıları*, Konya: Tablet Kitabevi
- Armağan, G., & Özdoğan, M. (2005). Ekolojik Yumurta ve Tavuk Etinin Tüketim Eğilimleri ve Tüketici Özelliklerinin Belirlenmesi. *Hayvansal Üretim*, 46(2).
- Arora, K. N., Fatima, T., Mishra, I., Verma, M., Mishra, J., & Mishra, V. (2018). Environmental sustainability : challenges and viable solutions. In *Environmental Sustainability* (Vol. 1, Issue 4). Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/s42398-018-00038-w>
- Arslantürk, Y., ve Aysen, E. (2015). Adil Ticaret Ve Organik Gıda Pazarları: Ankara Örneği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 15-26.
- Arbuthnott, K.D., 2009. Education for sustainable development beyond attitude change. *International Journal of Sustainability in Higher Education* 10, 152e163
- Baker, B. P., Benbrook, C. M., Iii, E. G., & Benbrook, K. L. (2002). Pesticide Residues In Conventional, Integrated Pest Management (IPM)-Grown And Organic Foods: Insights From Three US Data Sets. *Food Additives & Contaminants*, 19(5), 427-446.
- Balderjahn, I. (1988). Personality variables and environmental attitudes as predictors of ecologically responsible consumption patterns. *Journal of business Research*, 17(1), 51-56.
- Bamberg, S., & Schmidt, P. (2003). Incentives, Morality, Or Habit? Predicting Students' Car Use for University Routes With the Models of Ajzen, Schwartz, and Triandis. *Environment and Behavior*, 35(2), 264–285. <https://doi.org/10.1177/0013916502250134>
- Bamberg, S., Möser, G., 2007. Twenty Years After Hines, Hungerford, And Tomera: A New Meta-Analysis of Psycho-Social Determinants of Pro-Environmental Behavior. *Journal of Environmental Psychology* ,27, 14-25
- Bamberg, S., Hunecke, M., & Blöbaum, A. (2007). Social Context, Personal Norms And The Use Of Public Transportation: Two Field Studies. *Journal of Environmental Psychology*, 27(3), 190-203.
- Barbier, E. B. (1987). The Concept Of Sustainable Economic Development. *Environmental Conservation*, 14(2), 101-110.
- Barr, S., Gilg, A. W., & Ford, N. (2005). The household energy gap: Examining the divide

- between habitual- and purchase-related conservation behaviours. *Energy Policy*, 33(11), 1425–1444. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2003.12.016>
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society. Myth and Structures*. London: Sage Publications
- Baudrillard, J. (2004). *Tüketim toplumu*. (H. Delicaylı ve F. Keskin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. (Öktem, Ü. Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Bauman, Z. (2005). Bireyselleşmiş toplum. (Y. Alogan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Beckmann, S. C. (2005). In The Eye Of The Beholder: Danish Consumer-Citizens And Sustainability. In *Consumers, Policy And The Environment A Tribute To Folke Ölander* (pp. 265-299). Springer, Boston, MA.
- Belz, F. M. (2006). Marketing in the Age of Sustainable Development. *Perspectives on Radical Changes to Sustainable Consumption and Production (SCP)*, 20, 299.
- Beyhan, E. (2008), Sürdürülebilir Kalkınma-Çevre ve Yerel Yönetimler, Yerel Siyaset, 2008, <http://www.yerelsiyaset.com/v2/index.php?goster=ayrinti&id=1068>. (Erişim Tarihi: 10.05.2019)
- Bezawada, R., & Pauwels, K. (2013). What Is Special About Marketing Organic Products? How Organic Assortment, Price, And Promotions Drive Retailer Performance. *Journal of Marketing*, 77(1), 31-51.
- Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü, (2021). *Organic Foods Are They Safer?*, Food and Agriculture Organization of the United Nations Bangkok, 1-28
- Bocock, R. (2014). *Tüketim*. (Kutluk, İ. Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Boğa, A.. ve Binokay, S. (2010). Gıda katkı maddeleri ve sağlığınıza etkileri. *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, 19(3), 141-154.
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Brown, B. J., Hanson, M. E., Liverman, D. M., & Merideth, R. W. (1987). Global Sustainability : Toward Definition. *Environmental Management*, 11(6), 713–719.
- Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The Company and The Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84.
- Brundtland, G. H. (1987). Our common future—Call for action. *Environmental Conservation*, 14(4), 291-294.
- Bryla, P. (2016). Organic Food Consumption in Poland: Motives And Barriers. *Appetite*,

105, 737-746.

- Buğra, A. (2003) "Bir Toplumsal Dönüşümü Anlama Çabalarına Katkı: Bugün Türkiye’de E.P.Thompson’ı Okumak", (der: A.H.Köse, F.Şenses ve E.Yeldan), Küresel Düzen: Birikim, Devlet ve Sınıflar, İletişim Yayınevi
- Buhmann, A., & Brønn, P. S. (2018). Applying Ajzen’s theory of planned behavior to predict practitioners’ intentions to measure and evaluate communication outcomes. *Corporate Communications*, 23(3), 377–391. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-11-2017-0107>
- Bystricky M, Nemecek T, Alig M, Gaillard G (2014) Challenges of comparing food and feed products from different countries of origin. In: *Proc. 9th International Conference LCA of Food*, 8–10 October 2014, San Francisco, pp 194–202
- Carfora, V., Cavallo, C., Catellani, P., Del Giudice, T., & Cicia, G. (2021). Why Do Consumers Intend to Purchase Natural Food? Integrating Theory of Planned Behavior, Value-Belief-Norm Theory, and Trust. *Nutrients*, 13(6), 1904.
- Castaldo, S., Perrini, F., Misani, N., ve Tencati, A. (2009). The Missing Link Between Corporate Social Responsibility And Consumer Trust: The Case Of Fair Trade Products. *Journal of business ethics*, 84(1), 1-15.
- Cho, M., Bonn, M. A., & Kang, S. (2015). The Moderating Effects of Retailers' Green Practices upon Customer Environmental Values and Organic Food Purchasing Intention. *The Journal of Distribution Science*, 13(11), 5-13.
- Chuang, L. M., Chen, P. C., & Chen, Y. Y. (2018). The determinant factors of travelers’ choices for pro-environment behavioral intention-integration theory of planned behavior, Unified theory of acceptance, and use of technology 2 and sustainability values. *Sustainability (Switzerland)*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/su10061869>
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429–1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>
- Corraliza, J. A., & Berenguer, J. (2000). Environmental values, beliefs, and actions: A situational approach. *Environment and Behavior*, 32(6), 832–848. <https://doi.org/10.1177/00139160021972829>
- Crane, A. (2000) Facing The Backlash: Green Marketing and Strategic Reorientation in The 1990s, *Journal of Strategic Marketing*, 8:3, 277-296
- Crane, A., & Desmond, J. (2002). Societal Marketing and Morality. *European Journal of Marketing*.

- Crane, A., & Matten, D. (2004). *Business ethics: A European perspective: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (p. 224). Oxford: Oxford University Press.
- Çabuk, S., ve Nakıboğlu, B. (2003). Çevreci Pazarlama ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Satın Alma Davranışlarına Etkileri İle İlgili Bir Uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(12), 39–54. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/cusosbil/article/view/5000000976>
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B. ve KELEŞ, C. (2008). Tüketicilerin yeşil ürün satın alma davranışlarının sosyo demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102.
- Çakır, İ., & Dedeoğlu, A. Ö. (2019). İkinci El Giyim Sitelerinde Algılanan Risklerin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 27, 55–72. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.569080>
- Çelebi, I., (2019). *Elli Soruda Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri*. Ankara: Altınbaş Üniversitesi Yayınları
- Dal, N. E. (2017). Tüketim toplumu ve tüketim toplumuna yöneltlen eleştiriler üzerine bir tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 1-21.
- Dawson, L.M. (1971), Marketing Science in the Age of Aquarius, *Journal of Marketing*, 35 (July), 66-72
- De Groot, J. I. M., & Steg, L. (2007). Value Orientations and Environmental Beliefs in Five Countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 38(3), 318–332. <https://doi.org/10.1177/0022022107300278>
- de groot, J., & Steg, L. (2008). Value Orientations to. *Environment and Behavior*, 40(3), 330–354. <https://doi.org/10.1177/0013916506297831>
- Demirel, S., & Yegen, C. (2015). Tüketim , Postmodernizm ve Kapitalizm Örgüsü. *İlefl Dergisi*, 2(1), 115–138.
- Demirutku, K., ve Sümer, N. (2010). Temel değerlerin ölçümü: Portre değerler anketinin Türkçe uyarlaması. [The measurement of basic values: Turkish adaptation of Portrait Values Questionnaire.]. *Türk Psikoloji Yazilari*, 13(25), 17–25.
- Demiryürek, K. (2004). Dünya ve Türkiye’de Organik Tarım. *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 8(3/4): 63-71.
- Demiryürek, K., & Bozoğlu, M. (2007). Türkiye’nin Avrupa Birliği Organik Tarım Politikasına Uyumu. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 22(3), 316-321.

- Demiryürek, K. (2011). Organik Tarım Kavramı ve Organik Tarımın Dünya ve Türkiye’deki Durumu. *Gazi Osmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28 (1): 27-36.
- Dervişoğlu, S., Menzel, S., Soran, H., & Bögeholz, S. (2009). Değerler, inançlar ve problem algisinin biyolojik çeşitliliği korumaya yönelik kişisel normlara etkisi. *Hacettepe Eğitim Dergisi*, 37, 50–59.
- Di Giulio, A., & Fuchs, D. (2014). Sustainable consumption corridors: concept, objections, and responses. *GAIA-Ecological Perspectives for Science and Society*, 23(3), 184-192.
- Dietz, T., Gardner, G. T., Gilligan, J., Stern, P. C., & Vandenbergh, M. P. (2009). Household actions can provide a behavioral wedge to rapidly reduce US carbon emissions. *National Academy of Sciences*, 106(44), 18452–18456.
- Dilbirliği, E. Y., ve Yazgan, M. E.(2007) Biyolojik çeşitlilik ve genetik kaynakların sürdürülebilir kullanım stratejilerinin değerlendirilmesi üzerine bir araştırma, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara
- Dixon, J. A., & Fallon, L. A. (1989). The concept of sustainability: origins, extensions, and usefulness for policy. *Society & Natural Resources*, 2(1), 73-84.
- 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).
- DuNann Winter, D., & Koger, S. (2004). *The psychology of environmental problems*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dupré, S. (2005). Talk the Walk: Advancing Sustainable Lifestyles through Marketing and Communications: *United Nat* (pp. 11–13, 43–48). [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(03\)00018-5](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(03)00018-5)
- Eide, B., & Toft, M. (2013). Consumer behavior theories–Purchasing organic food.Yüksek Lisans Tezi, Aarhus University, Aarhus, Denmark.
- Ekins, P. (1993). ‘ Limits to growth ’ and ‘ sustainable development ’: grappling with ecological realities. *Ecological Economics*, 8, 269–288.
- Ekici, N. (2021). Tüketime Antropolojisi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 225-230.
- Ekiyor, A., & Çetin, A. (2017). Sağlık Hizmeti Sunumunda ve Sosyal Pazarlama Kapsamında E-Nabız Uygulamasının Bilinirliği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi Ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(1), 88-103.
- Erciş, A., & Türk, B. (2019). Bütünleşik Amaca Yönelik Davranış Modeli İle Çevreci Ürün

- Satın Alma Niyetinin İncelenmesi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 23, 55–79.
- Erten, S. (2002). Planlanmış Davranış Teorisi ile Uygulamalı Öğretim Metodu. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19(2).
- Eryılmaz, G. A., Demiryürek, K., & Emir, M. (2015). Avrupa Birliği ve Türkiye’de organik tarım ve gıda ürünlerine karşı tüketici davranışları. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 30(2), 199-206.
- Eryılmaz, G. A., & Kılıç, O. (2018). Türkiye’de Sürdürülebilir Tarım ve İyi Tarım Uygulamaları. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 21(4), 624-631.
- Eryılmaz, G. A., Kılıç, O., & Boz, İ. (2019). Türkiye’de Organik Tarım ve İyi Tarım Uygulamalarının Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 29(2), 352-361.
- Eser, Z., & Sümer I. S. (2006). Pazarlama Karması Mal ve Hizmetler İçin Tüketiciler Tarafından Nasıl Değerlendirilir? Betimleyici Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3), 111-132.
- Farrell, K. N., Hinterberger, F., Kemp, R., & Rammel, C. (2005). From * for * to Governance for Sustainable Development in Europe – what is at stake for further research. *International Journal of Sustainable Development*, 8(1/2), 127–148. <https://doi.org/10.1504/IJSD.2005.007379>
- Finisterra do Poco, A. M., & Raposo, M. L. B. (2008). Determining the characteristics to profile the “green” consumer: An exploratory approach. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 5(2), 129-140.
- Fischer, D., Böhme, T., & Geiger, S. M. (2017). Measuring young consumers’ sustainable consumption behavior: development and validation of the YCSCB scale. *Young Consumers*, 18(3), 312–326. <https://doi.org/10.1108/YC-03-2017-00671>
- Folkerts, H., & Koehorst, H. (1998). Challenges in international food supply chains: vertical co-ordination in the European agribusiness and food industries. *British Food Journal*, 100(8), 385-388.
- Food Print, (2020). Organic Agriculture. <https://foodprint.org/issues/organic-agriculture/> Erişim tarihi 12.10.2021.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18, (3), 382-388

- Fransson, N., & Gärling, T. (1999). Environmental concern: Conceptual definitions, measurement methods, and research findings. *Journal of Environmental Psychology*, 19(4), 369–382. <https://doi.org/10.1006/jevp.1999.0141>
- Frantzeskaki, N., Loorbach, D., & Meadowcroft, J. (2012). Governing Societal Transitions To Sustainability. *International Journal Of Sustainable Development*, 15(1-2), 19-36.
- Frederiks, E. R., Stenner, K., & Hobman, E. V. (2015). The Socio-Demographic and Psychological Predictors of Residential Energy Consumption: A Comprehensive Review. *Energies*, 8(1), 573-609.
- García-Rosell, J. C., & Moisander, J. (2007). Ethical Dimensions of Sustainable Marketing: a Consumer Policy Perspective, in *E - European Advances in Consumer Research*, vol. 8, eds. Stefania Borghini, Mary Ann McGrath, and CeleOtnes, Duluth, MN : *Association for Consumer Research*, 210-215.
- Gardner, G. T., & Stern, P. C. (1996). *Environmental problems and human behavior*. Allyn & Bacon.
- Gardner, G.T., Stern, P.C., 2002. *Environmental Problems and Human Behavior*. Pearson Custom, Boston
- Geiger, S. M., Fischer, D., & Schrader, U. (2018). Measuring What Matters in Sustainable Consumption: An Integrative Framework for the Selection of Relevant Behaviors. *Sustainable Development*, 26(1), 18–33. <https://doi.org/10.1002/sd.1688>
- Gellermann, J. P., Brennan, M. A., Nirmul, D., & Lenfesty, K. (2009). Understanding Sustainability: The Importance of Sustainable Development and Comprehensive Planning. *EDIS*, 9, 1–6.
- George, D., & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update. wps.ablongman.com/wps/media/objects/385. *George 4answers pdf*, 549.
- Giulio, A. D., Fischer, D., Schäfer, M., & Blättel-Mink, B. (2014). Conceptualizing Sustainable Consumption: Toward An Integrative Framework. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 10(1), 45-61.
- Goi, C. L. (2009). A review of Marketing Mix: 4Ps or More. *International Journal of Marketing Studies*, 1(1), 2-15.
- Gordon, R., Carrigan, M., & Hastings, G. (2011). A Framework For Sustainable Marketing. *Marketing Theory*, 11(2), 143-163.
- Gotschi, E., Vogel, S., Lindenthal, T., & Larcher, M. (2010). The Role Of Knowledge, Social

- Norms, And Attitudes Toward Organic Products And Shopping Behavior: Survey Results From High School Students In Vienna. *The Journal Of Environmental Education*, 41(2), 88-100.
- Govindan, K. (2018). Sustainable consumption and production in the food supply chain: A conceptual framework, *International Journal of Production Economics*, 195, 419-431
- Govindasamy, R., DeCongelio, M. & Bhuyan, S. (2006). An Evaluation of Consumer Willingness to Pay for Organic Produce in the Northeastern US. *Journal of Food Products Marketing*, 11, 3-20.
- Grober, U., & Cunningham, R. (2012). *Sustainability: A cultural history*. Totnes, Devon, UK: Green Books.
- Grunert, S. C., & Juhl, H. J. (1995). Values, Environmental Attitudes, and Buying of Organic Foods. *Journal of Economic Psychology*, 16(1), 39-62.
- Guagnano, G. A., Stern, P. C., & Dietz, T. (1995). Influences On Attitude-Behavior Relationships: A Natural Experiment With Curbside Recycling. *Environment and Behavior*, 27(5), 699-718.
- Gümüş, N., Onurlubaş, E., & Karaca, Ş. (2020). Tüketicilerin Organik Yumurta Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 10(1), 113-131.
- Ha, H. Y., & Janda, S. (2012). Predicting consumer intentions to purchase energy-efficient products. *Journal of Consumer Marketing*, 29(7), 461–469. <https://doi.org/10.1108/07363761211274974>
- Han, H. (2015). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior. *Tourism Management*, 47, 164–177. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.014>
- Handelman, J. M., & Arnold, S. J. (1999). The Role Of Marketing Actions With A Social Dimension: Appeals To The Institutional Environment. *Journal of Marketing*, 63(3), 33-48.
- Hansla, A., Gamble, A., Juliusson, A., & Gärling, T. (2008). The relationships between awareness of consequences, environmental concern, and value orientations. *Journal of Environmental Psychology*, 28(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.08.004>
- Hansmann, R., Mieg, H. A., & Frischknecht, P. (2012). Principal sustainability components : empirical analysis of synergies between the three pillars of sustainability.

- International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 19(5), 451–459. <https://doi.org/10.1080/13504509.2012.696220>
- Hargreaves, T. (2011). Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to pro-environmental behaviour change. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 79–99. <https://doi.org/10.1177/1469540510390500>
- Harland, P., Staats, H., & Wilke, H. A. M. (1999). Explaining proenvironmental intention and behavior by personal norms and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 29(12), 2505–2528. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1999.tb00123.x>
- Hartman, H. & Wright, D. (1999) *Marketing to the new wellness consumer: Understanding trends in wellness*, 1st edn (Bellevue, Washington: The Hartman Group)
- Hayta, B. (2009). *Sürdürülebilir Tüketim Davranı ş ının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü The Role of Consumer Education in Achieving Sustainable Consumption Behavior*. 143–152.
- Heinberg, R. (2010). What is sustainability. *The Post Carbon Reader: Managing the 21st Century's Sustainability Crises*, Healdsburg, CA: Watershed Media, 11-19.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion For Assessing Discriminant Validity In Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hertwich, E., ve Katzmayer, M. (2004). *Examples of sustainable consumption: Review, Classification and Analysis*. Norwegian University of Science and Technology (NTNU) Industrial Ecology Programme (IndEcol), Report no.5 https://ntnuopen.ntnu.no/ntnuxmlui/bitstream/handle/11250/242703/126153_FULLTEXT01.pdf?sequence=1 Erişim tarihi 17.08.2020
- Ho, S. S., Liao, Y., Rosenthal, S., Ho, S. S., Liao, Y., & Rosenthal, S. (2015). Applying the Theory of Planned Behavior and Media Dependency Theory : Predictors of Public Pro-environmental Behavioral Intentions in Singapore Applying the Theory of Planned Behavior and Media Dependency Theory : Predictors of Public Pro-environmental B. *Environmental Communication*, 9(1), 77–99. <https://doi.org/10.1080/17524032.2014.932819>
- Hu, L.-t., and Bentler, P. M. (1998). Fit Indices in Covariance Structure Modeling: Sensitivity to Underparameterized Model Misspecification, *Psychological Methods*, 3(4): 424-453.
- Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz, C. J., & Stanton, J. (2007). Who Are

- Organic Food Consumers? A Compilation and Review of Why People Purchase Organic Food. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 6(2-3), 94-110.
- Hunt, S. D. (2011). Sustainable Marketing, Equity, and Economic Growth: a Resource-Advantage, Economic Freedom Approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 7-20.
- Jackson, T. (2014). Sustainable consumption. In *Handbook of Sustainable Development*. Edward Elgar Publishing.
- Jackson, A. L., Olsen, J. E., Granzin, K. L., & Burns, A. C. (1993). An Investigation Of Determinants Of Recycling Consumer Behavior. *ACR North American Advances*, 20, 481-487.
- Jonkutė, G., & Staniškis, J. K. (2016). Realising Sustainable Consumption and Production in Companies: The Sustainable And Responsible Company (SURESCOM) Model. *Journal of Cleaner Production*, 138, 170-180.
- Jungbluth, N., Tietje, O., & Scholz, R. W. (2000). Food purchases: Impacts from the consumers' point of view investigated with a modular LCA. *International Journal of Life Cycle Assessment*, 5(3), 134–142. <https://doi.org/10.1007/BF02978609>
- Karaca, C. (2011). Sürdürülebilir Kalkınma Ve Çevre Dostu Maliye Politikaları, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Karaca, Ş.(2020).*Farklı Disiplinlerde Sürdürülebilirlik*. Ankara: Nobel
- Karaer, F., & Gürlük, S. (2011). Gelişmekte Olan Ülkelerde Tarım-Çevre-Ekonomi Etkileşimi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4(2), 197-206.
- Karalar, R., & Kiracı, H. (2010). Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79–106. <http://isarder.org/tr/2010cilt2no2/e55.pdf>
- Kates W. R , Parris,T.M. & Anthony A. Leiserowitz (2005a) What is Sustainable Development? Goals, Indicators, Values, and Practice, *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 47:3, 8-21, DOI: 10.1080/00139157.2005.10524444
- Kavaliauske, M., & Ubartaite, S. (2014). Ethical behaviour: Factors influencing intention to buy organic products in Lithuania. *Economics and management*, 19(1), 72-83.
- Kayıkcı, P., Armağan, K., & Dal, N. E. (2019). Sürdürülebilir Pazarlama : Kavramsal Bir Çalışma. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(1), 77–93.

- Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2011(1), 19-33.
- Keleş, R. ve Hamamcı, C. (1993). *Çevrebilim*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kelley, E. (1971), Marketing's Changing Social/Environmental Role, *Journal of Marketing*, 35 (July), 1-2.
- Kemp, R., Loorbach, D., & Rotmans, J. (2007). Transition Management As A Model For Managing Processes Of Co-Evolution Towards Sustainable Development. *The International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 14(1), 78-91.
- Kiatkawsin, K., & Han, H. (2017). Young travelers intention to behave pro-environmentally : Merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory. *Tourism Management*, 59, 76–88. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.018>
- Kidd, C. V. (1992). The Evolution of Sustainability. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 5(1), 1–26.
- Killbourne, W. E., & Beckmann, S. C. (1998). Review and Critical Assessment of Research on Marketing and the Environment. *Journal of Marketing Management*, 14(6), 513–532. <https://doi.org/10.1362/026725798784867716>
- King, S. (1985), Has Marketing Failed, or Was It Never Really Tried?, *Journal of Marketing Management*, Vol. 1, pp. 1-19
- Kletzan, D., Köppl, A., Kratena, K., Schleicher, S., ve Wüger, M. (2002). Modelling Sustainable Consumption. *From Theoretical Concepts To Policy Guidelines. Empirica*, 29(2), 131-144.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing : An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35(3), 3–12.
- Kotler, P. (1972), A Generic Concept of Marketing, *Journal of Marketing*, 36 (April), 46-54
- Kotler, P. (2011). Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. *Journal of Marketing*, 75(4), 132–135.
- Köse, Ş. G. (2021). Tüketicilerin Organik Gıda Satın Alma Niyetiyle İlişkili Faktörler. Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul
- Kummu, M., De Moel, H., Porkka, M., Siebert, S., Varis, O., & Ward, P. J. (2012). Lost Food, Wasted Resources: Global Food Supply Chain Losses And Their Impacts On Freshwater, Cropland, And Fertiliser Use. *Science of The Total Environment*, 438, 477-489.
- Lang, C., & Joyner Armstrong, C. M. (2018). Collaborative consumption: The influence of

- fashion leadership, need for uniqueness, and materialism on female consumers' adoption of clothing renting and swapping. *Sustainable Production and Consumption*, 13(July), 37–47. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2017.11.005>
- Lasch, C. (2006). *Narsisizm Kültürü*. Çev., Suzan Öztürk-Ü. Hüsrev Yolsal. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Laws, D., Scholz, R. W., Shiroyama, H., Susskind, L., Suzuki, T., & Weber, O. (2004). Expert views on sustainability and technology implementation. *The International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 11(3), 247–261. <https://doi.org/10.1080/13504500409469829>
- Lazer, W., & Kelley, E. J. (1973). *Social Marketing Perspectives and Viewpoints*. Homewood III: Richard Irwin.
- Lehner, M. (2015). Retail store influence on sustainable consumption behaviour Article information : *International Journal of Quality and Service Sciences*, 7(4), 404–423. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-05-2014-0031>
- Lohmöller, J.-B. (1989). *Latent Variable Path Modeling with Partial Least Squares*, Physica: Heidelberg.
- Markle, G. L. (2013). Pro-Environmental Behavior: Does It Matter How It's Measured? Development and Validation of the Pro-Environmental Behavior Scale (PEBS). *Human Ecology*, 41(6), 905–914. <https://doi.org/10.1007/s>
- Mazmanian, D. A., & Kraft, M. E. (Eds.). (2009). *Toward Sustainable Communities: Transition And Transformations In Environmental Policy*. Mit Press.Cambridge, Massachusetts.
- McCarty, J. A., & Shrum, L. J. (1994). The Recycling Of Solid Wastes: Personal Values, Value Orientations, and Attitudes About Recycling As Antecedents of Recycling Behavior. *Journal of Business Research*, 30(1), 53-62.
- McMichael, A. J., Butler, C. D., & Folke, C. (2003). New visions for addressing sustainability. *Science*, 302(5652), 1919-1920.
- Meadowcroft, J. (1997). Planning , Democracy and the Challenge of Sustainable Development. *International Political Science Review*, 18(2), 167–189.
- Mehta, S. (2016). Literature Review of Corporate Social Responsibility – A Ladder of Comprehensive Intensification. *IBMRD's Journal of Management & Research*, 5(2), 40–48.
- Mızıkacı, M. (2020). Sürdürülebilir Yaşam Nedir. Yaman,Ö. ve Akdoğan, E. (Ed.) *Sürdürülebilir Yaşam Rehberi* içinde (s.9-10) İstanbul: Tohum

- Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern And Ethical Identity on Attitudes And Intentions Towards Organic Food. *International Journal of Consumer Studies*, 32(2), 163-170.
- Milbrath, L. W., & Fisher, B. V. (1984). *Environmentalists: Vanguard for a New Society*. Suny Press.
- Minton, A. P. & Rose, R. L.(1997). The Effects of Environmental Concern on Environmentally Friendly Consumer Behavior: An Exploratory Study. *Journal of Business Research*, 40(1), 37-48
- Moisander, J., & Garcia-Rosell, J. C. (2007). Ethical Dimensions of Sustainable Marketing : A Consumer Policy Perspective. *E- European Advances in Consumer Research*, 8, 210–215.
- Nemecek, T., Jungbluth, N., i Canals, L. M., & Schenck, R. (2016). Environmental impacts of food consumption and nutrition: where are we and what is next? *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 21(5), 607-620.
- Nixon, H., Saphores, J. D. M., Ogunseitan, O. A., & Shapiro, A. A. (2009). Understanding preferences for recycling electronic waste in California: The influence of environmental attitudes and beliefs on willingness to pay. *Environment and Behavior*, 41(1), 101–124. <https://doi.org/10.1177/0013916507310053>
- Nordlund, A. M., & Garvill, J. (2002). Value structures behind proenvironmental behavior. *Environment and Behavior*, 34(6), 740–756. <https://doi.org/10.1177/001391602237244>
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü, Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü*, İstanbul: Sistem,
- Odabaşı, Y. (2004). *Postmodern pazarlama*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.
- O'Hara, S. (1995). Sustainability: Social and Ecological Dimensions. *Review of Social Economy*, 53(4), 529-551.
- Organisation For Economic Co-Operation And Development (OECD), (2002). *Annual Report*. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/annrep-2002en.pdf?expires=1635882374&id=id&accname=guest&checksum=8229B69A29C4AA2B0D0647CDBE45EC0E> Erişim tarihi 22.10.2020
- Oskamp, S. (2000). Psychological Contributions to Achieving an Ecologically Sustainable Future for Humanity. 56(3), 373–390.
- Osterhus, T. L. (1997). Pro-Social Consumer Influence Strategies: When And How Do They Work? *Journal of Marketing*, 61(4), 16-29.

- Ottman, J. A., Stafford, E. R., & Hartman, C. L. (2006). Avoiding Green Marketing Myopia : Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable Products. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 48(5), 22–36. <https://doi.org/10.3200/ENVT.48.5.22-36>
- Öncel, M. (1969). Ekonomik İstikrarı Teminde Para ve Maliye Politikalarının Rolü. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 26(3).
- Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi 2 / Çok Değişkenli Analizler*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Packalén, S. (2010). Culture And Sustainability. *Corporate Social Responsibility And Environmental Management*, 17(2), 118-121.
- Peattie, K., & Charter, M. (1992). Green Marketing, In M.J.Baker (Eds), *The Marketing Book* (pp.726-756) Butterworth-Heinemann, Burlington MA.
- Peattie, K. (1999). Trappings Versus Substance In The Greening of Marketing Planning. *Journal of Strategic Marketing*, 7(2), 131-148.
- Peattie, K., & Belz, F. M. (2010). Sustainability Marketing : *Marketing Review St Gallen*, 27(5), 8–15. <https://doi.org/10.1007/s11621-010-0085-7>
- Pezzoli, K. (1997). Sustainable Development: A Transdisciplinary Overview Of The Literature. *Journal Of Environmental Planning And Management*, 40(5), 549-574.
- Pham, T. H., Nguyen, T. N., Phan, T. T. H., & Nguyen, N. T. (2019). Evaluating The Purchase Behaviour of Organic Food By Young Consumers in An Emerging Market Economy. *Journal of Strategic Marketing*, 27(6), 540-556.
- Pisano, I., & Lubell, M. (2017). Environmental Behavior in Cross-National Perspective: A Multilevel Analysis of 30 Countries. *Environment and Behavior*, 49(1), 31–58. <https://doi.org/10.1177/0013916515600494>
- Polanyi, K.(1986). *Büyük Dönüşüm*, (Buğra, A., Çev.) İstanbul, İletişim Yayınları.
- Portney, K. E. (2015). *Sustainability*. MIT Press,Cambridge, Massachusetts
- Prothero, A., Dobscha, S., Freund, J., Kilbourne, W. E., Luchs, M. G., Ozanne, L. K., & Thøgersen, J. (2011). Sustainable Consumption: Opportunities for Consumer Research and Public Policy. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(1), 31–38. <https://doi.org/10.1509/jppm.30.1.31>
- Raudsepp, M. (2001). Some Socio-Demographic And Socio-Psychological Predictors Of Environmentalism. *Trames*, 5(55/50), 3.
- Reisch, L., Spash, C. L., & Bietz, S. (2008). Sustainable consumption and mass communication: A German experiment. *Socio-Economics and the Environment in*

Discussion CSIRO Working Paper Series, 12, 1-31.

- Reganold, J. & Wachter, J.(2016). Organic agriculture in the twenty-first century. *Nature Plants*, 2(15221), 1-8, <https://doi.org/10.1038/nplants.2015.221>
- Richter, B. D. (2010). Re-Thinking Environmental Flows: From Allocations And Reserves To Sustainability Boundaries. *River Research and Applications*, 26(8), 1052-1063.
- Robert, K. W., Parris, T. M., & Leiserowitz, A. A. (2005). What is sustainable development? Goals, indicators, values, and practice. *Environment: Science And Policy For Sustainable Development*, 47(3), 8-21.
- Rockwood, L., Stewart, R., & Dietz, T. (Eds.). (2008). *Foundations Of Environmental Sustainability: The Coevolution Of Science And Policy*. Oxford University Press.
- Roozen, I. T., & Pelsmacker, P. D. (1998). Attributes of Environmentally Friendly Consumer Behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, 10(3), 21-41
- Rotmans, J., Kemp, R., & Van Asselt, M. (2001). More Evolution Than Revolution: Transition Management In Public Policy. *The Journal Of Futures Studies, Strategic Thinking And Policy*, 3(1), 15-31
- Sadiq, M., Adil, M., & Paul, J. (2020). An innovation resistance theory perspective on purchase of eco-friendly cosmetics. *Journal of Retailing and Consumer Services*, November, 102369. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102369>
- Saleki, Z. S., Seyedsaleki, S. M., & Rahimi, M. R. (2012). Organic food purchasing behavior in Iran. *International Journal of Business & Social Science*, 3(13), 278-285
- Schaefer, A., & Crane, A. (2005). Addressing sustainability and consumption. *Journal of Macromarketing*, 25(1), 76–92. <https://doi.org/10.1177/0276146705274987>
- Schäfer, M., Jaeger-Erben, M., & Bamberg, S. (2012). Life Events as Windows of Opportunity for Changing Towards Sustainable Consumption Patterns? *Journal of Consumer Policy*, 35(1), 65–84. <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9181-6>
- Schultz, P. W., & Zelezny, L. C. (1998). Values and proenvironmental behavior a five-country survey. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29(4), 540–558. <https://doi.org/10.1177/0022022198294003>
- Schultz, W. (2001). The Structure of Environmental Concern: Concern for Self, Other People, and the Biosphere. *Journal of Environmental Psychology*, 21(4), 327–339. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0227>
- Schwartz, S. H. (2012). A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations. *Core ESS Questionnaire*, 259–319. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6237.2011.00830.x>.Fitting

- Scott, K. A., & Weaver, T. S. (2018). The Intersection of Sustainable and AntiConsumption: Repurposing to Extend Product Lifespans. *Journal of Public Policy & Marketing*, 37(2), 291–305. <https://doi.org/10.1177/0743915618811851>
- Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, tüketim toplumu ve tüketim kültürü: karşılaştırmalı bir analiz. *İnsan ve İnsan*, 4(12), 66-86.
- Seyfang, G. (2005). Shopping for sustainability: can sustainable consumption promote ecological citizenship?. *Environmental politics*, 14(2), 290-306.
- Shaw, E. H., & Jones, D. G. B. (2005). A history of schools of marketing thought. *Marketing Theory*, 5(3), 239–281. <https://doi.org/10.1177/1470593105054898>
- Shin, Y. H., Moon, H., Jung, S. E., & Severt, K. (2017). The effect of environmental values and attitudes on consumer willingness to pay more for organic menus: A value-attitude-behavior approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 113–121. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.10.010>
- Silverman, S. N. (1995). An Historical Review and Modern Assessment of the Marketing Mix Concept. *Marketing History Conference Proceedings*, 25–36.
- Simon, J. L., & Kahn, H. (1984). *Resourceful Earth: A Response To Global 2000*. United States
- SKD Türkiye (2016). 100 Maddede Sürdürülebilirlik Rehberi, 100-maddede-surdurulebilirlik-rehberi.pdf (skdturkiye.org) Erişim tarihi 20.08.2021.
- SKD Türkiye. (2018). Sürdürülebilir Gelecek için Sürdürülebilir Tarım, <https://www.tarimorman.gov.tr/TAGEM/Sayfalar/GormeEngellilerDetay.aspx?OgeId=436&Liste=Haber> Erişim tarihi 20.08.2021.
- Solow, R. M. (1991). Sustainability: An Economist's Perspective. In *Economics of the environment: Selected readings* (pp. 179–187).
- Spaargaren, G. (2003). Sustainable Consumption : A Theoretical and Environmental Policy Perspective. *Society and Natural Resources*, 16, 687–701. <https://doi.org/10.1080/08941920390217429>
- Staniškis, J. K. (2012). Sustainable Consumption And Production: How To Make It Possible. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 14(6), 1015-1022.
- Stead, J. G., & Stead, W. E. (2010). Sustainability Comes To Management Education And Research: A Story Of Coevolution. *Academy of Management Learning & Education*, 9(3), 488-498.
- Steg, L., J. W., Keizer, K., & Perlaviciute, G. (2014). An Integrated Framework for Encouraging Pro-environmental Behaviour : The role of values , situational factors

- and goals. *Journal of Environmental Psychology*, 38, 104–115.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.01.002>
- Steg, L., & de Groot, J. (2008). Value Orientations to Explain Beliefs Related to Environmental Significant Behavior. *Environment and Behavior*, 40(3), 330–354.
- Steg, L., Perlaviciute, G., van der Werff, E., & Lurvink, J. (2014). The Significance of Hedonic Values for Environmentally Relevant Attitudes, Preferences, and Actions. *Environment and Behavior*, 46(2), 163–192.
<https://doi.org/10.1177/0013916512454730>
- Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 309–317.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.10.004>
- Stern, P. C., & Dietz, T. (1994). The value basis of environmental psychology. *Journal of Social Issues*, 50(3), 65–84.
- Stern, P. C., Dietz, T., & Guagnano, G. A. (1995a). The New Ecological Paradigm In Social-Psychological Context. *Environment And Behavior*, 27(6), 723-743.
- Stern, P. C., Kalof, L., Dietz, T., & Guagnano, G. A. (1995b). Values, Beliefs, And Proenvironmental Action: Attitude Formation Toward Emergent Attitude Objects . *Journal Of Applied Social Psychology*, 25(18), 1611-1636.
- Stern, P.C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., Kalof, L., Human, S., Review, E., & Winter, N. (1999). Society for Human Ecology A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements : The Case of Environmentalism Published by : Society for Human Ecology Stable URL : <http://www.jstor.org/stable/24707060> A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social. 6(2), 81–97.
- Stern, P C, Dietz, T., Abel, T., Guagnanon, G. A., & Kalof, L. (1999). A Social Psychological Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism. *Human Ecology Review*, 6, 81–97.
<https://doi.org/10.2307/2083693>
- Stern, P. C. (2000). Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>
- Storey, John (2000), *Popüler Kültür Çalışmaları: Kuramlar ve Metotlar* (Karaşahin, K. Çev.), İstanbul: Babil Yayıncılık
- Sustainable Development Goals Knowledge Platfrom (2020) *The 17 Goals*, <https://sdgs.un.org/goals> Erişim Tarihi 02.10.2020.
- Şahin, M. C. (2008). Postmodern Dönemde Tüketim Olgusunun Sosyo-Kültürel Analizi ve

- Yabancılaşma. *Dini Araştırmalar*, 11(31), 173-194.
- Şahin, Ç. E. (2009). Tüketim toplumu: Mükemmele evrilen politika. *Medya, Tüketim Kültürü Ve Yaşam Tarzları*, 103-142.
- Şentürk, Ü. (2008). Modern Kontrol : Tüketim. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(2), 221–239.
- Tarkiainen, A. & Sundqvist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food, *British Food Journal*, 107(11), 808 – 822.
- Teng, C. C., & Wang, Y. M. (2015). Decisional Factors Driving Organic Food Consumption: Generation of Consumer Purchase Intentions. *British Food Journal*.
- Türkiye Cumhuriyeti.Dış İşleri Bakanlığı, *Birleşmiş Milletler Çevre Programı*, <https://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-cevre-programi.tr.mfa>, Erişim Tarihi 22.03.2021
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2019). *Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Değerlendirme Raporu* , https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/03/Surdurulebilir-Kalkinma-Amaclari-Degerlendirme-Raporu_13_12_2019-WEB.pdf Erişim tarihi 01.10.2021
- The Crop Site (2015) Growing more food with less water.<http://www.thecropsite.com/focus/5m/50/growing-more-food-with-less-water-improving-water-usage-in-agriculture>. Accessed 7 October 2015
- Thøgersen, J., & Grunert-Beckmann, S. C. (1997). Values and attitude formation towards emerging attitudes objects: From recycling to general, waste minimizing behavior. *Advances in Consumer Research*, 24, 182–189. <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=8040>
- Thøgersen, J. (2000). Psychological Determinants of Paying Attention to Eco labels in Purchase Decisions: Model Development and Multinational Validation. *Journal of Consumer Policy*, 23, 331-3285–31360. <https://doi.org/10.4324/9781351154529-27>
- Thøgersen, J. (2005). How may consumer policy empower consumers for sustainable lifestyles? *Journal of Consumer Policy*, 28(2), 143–177. <https://doi.org/10.1007/s10603-005-2982-8>
- Thøgersen, J. (2010). Country Differences İn Sustainable Consumption: The Case Of Organic Food. *Journal of Macromarketing*, 30(2), 171-185.
- Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir kalkınma ve çevre: Teorik bİR İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-73.
- Tilman, D., & Clark, M. (2014). Global diets link environmental sustainability and human

- health. *Nature*, 515(7528), 518-522.
- Tobias, R. (2009). Changing behavior by memory aids: A social psychological model of prospective memory and habit development tested with dynamic field data. *Psychological review*, 116(2), 408.
- Torlak, Ö. (2008). Pazarlamanın Yeni Tanımı ve Pazarlama Karmasındaki Değişime İlişkin Değerlendirmeler. İ. Varinli & K. Çatı (Ed), *Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler İçinde* (ss.1-29) Ankara: Detay
- Trouw Nutrition Türkiye (t.y.) *Organizasyonumuz-Biz Kimiz?* <https://www.trouwnutrition.com.tr/tr-tr/hakkimizda/organizasyonumuz/> Erişim tarihi 01.10.2021.
- Tukker, A. ., & Jansen, B. (2006). Environmental Impacts of A Detailed Review of Studies. *Built Environment*, 10(3). <https://doi.org/10.1162/jiec.2006.10.3.159>
- Turhan, Ş. (2005). Tarımda Sürdürülebilirlik ve Organik Tarım, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 11(1), 13-24
- Turner, G. T. (2008). A comparison of The Limits to Growth with 30 years of reality. *Global Environmental Change*, 18(18), 397–411. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2008.05.001>
- Uluslararası Ekolojik Tarım Hareketleri Federasyonu (2008). IFOAM General Assembly. <https://www.ifoam.bio/why-organic/organic-landmarks/definition-organic> Erişim tarihi 21.03.2021
- Uluslararası Ekolojik Tarım Hareketleri Federasyonu (2016). Organic 3.0 for Truly Sustainable Farming & Consumption https://www.ifoam.bio/sites/default/files/2020-05/Organic3.0_v.2_web.pdf Erişim tarihi 18.06.2021
- UNDP Türkiye (t.y.). *Sorumlu Üretim ve Tüketim Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Kalıpları Sağlamak*. <https://www.kureselamaclar.org/amaclar/sorumlu-uretim-ve-tuketim/>
- UNDP Türkiye, (2019). *Türkçe çevirileri yenilenen “Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları” için birlikte çalışmaya devam*. https://www.kureselamaclar.org/wp-content/uploads/SKA_pressrelease_TR.pdf. Erişim tarihi 01.10. 2021
- UNDP Türkiye (2021). Covid 19 Pandemisi, <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/coronavirus.html> Erişim Tarihi, 20.03.2021

- United Nation Environment Programme (UNEP), . Sustainable Consumption and Production and the SDGs. <http://www.unep.org/post2015/Portals/50240/Documents/UNEP%20Publications/UNEPBriefingNote2.pdf> . Erişim tarihi 11.03.2021
- United Nations Sustainable Development (1992) Earth Summit: Agenda 21, Chapter 4.3, New York, June [çevrim içi] <http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/english/Agenda21.pdf>
- United Nations.(2019). Responsible Consumption &Production: Why It Matters. https://www.un.org/sustainabledevelopment/wp-content/uploads/2019/07/12_Why-It-Matters-2020.pdf Erişim tarihi 12.03.2021
- Ustaahmetoğlu, E., Toklu, İ. T. (2015). Organik Gıda Satın Alma Niyetinde Tutum, Sağlık Bilinci Ve Gıda Güvenliğinin Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 197-211.
- Ünal, A. B., Steg, L., & Gorsira, M. (2018). Values Versus Environmental Knowledge as Triggers of a Process of Activation of Personal Norms for Eco-Driving. *Environment and Behavior*, 50(10), 1092–1118. <https://doi.org/10.1177/0013916517728991>
- Van Dam, Y. K., & Apeldoorn, P. A. (1996). Sustainable Marketing. *Journal of Macromarketing*, 16(2), 45-56.
- Van Waterschoot, W., & Van den Bulte, C. (1992). The 4P Classification of the Marketing Mix Revisited. *Journal of Marketing*, 56(4), 83–93. <https://doi.org/10.2307/1251988>
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable food consumption: Exploring the consumer “attitude - Behavioral intention” gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169–194. <https://doi.org/10.1007/s10806-005-5485-3>
- Verplanken, B., Aarts, H., & Van Knippenberg, A. (1997). Habit, information acquisition, and the process of making travel mode choices. *European Journal of Social Psychology*, 27(5), 539–560. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1099-0992\(199709/10\)27:5<539::aid-ejsp831>3.0.co;2-a](https://doi.org/10.1002/(sici)1099-0992(199709/10)27:5<539::aid-ejsp831>3.0.co;2-a)
- Vlek, C. A. J., & Steg, L. (2007). Human behavior and environmental sustainability: Problems, driving forces, and research topics. *Journal of Social Issues*, 63(1), 1–19. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2007.00493.x>
- Wang, Y., & Hao, F. (2018). Does Internet penetration encourage sustainable consumption? A cross-national analysis. *Sustainable Production and Consumption*, 16, 237–248. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2018.08.011>
- Wee, C. S., Ariff, M. S. B. M., Zakuan, N., Tajudin, M. N. M., Ismail, K., & Ishak, N. (2014).

- Consumers Perception, Purchase Intention and Actual Purchase Behavior Of Organic Food Products. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(2), 378.
- Weisz, H., & Clark, E. (2011). Society–Nature Coevolution: Interdisciplinary Concept For Sustainability. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 93(4), 281-287.
- Wheeler, S. M. (2004). *Planning for Sustainability*. Routledge.
- White, M. A. (2013). Sustainability : I know it when I see it. *Ecological Economics*, 86, 213–217. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2012.12.020>
- World Commision on Environment and Development, (1987). *Our Common Future*,17, https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/152/WCED_v17_doc149.pdf Erişim Tarihi 10.10.2020.
- Yağcı, M. Ğ., & Doğan, B. (2009). Eleştirel Pazarlama: Literatür Araştırması. R. Kurtođlu ve M.Kara (Eds).14. *Ulusal Pazarlama Kongresi Kúreselden Yerele..Glokal Pazarlama* içinde (s.) Yozgat: Bozok Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi
- Yanıklar, C. (2010). Tüketim Kúltürü , Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma. *C.Ü.Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 25–32.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, E (2020). *SmartPLS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Reflektif ve Formatif Yapılar*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, V., Can, Y., Aras, N. (2019). Investigation of Attitude About Nuclear and Renewable Energy by Using Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Alphanumeric Journal*, 7(1), 87-102.
- Young, W., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C. J. (2010). Sustainable consumption: Green consumer behaviour when purchasing products. *Sustainable Development*, 18(1), 20–31. <https://doi.org/10.1002/sd.394>
- Zanoli, R., & Naspetti, S. (2006). The positioning of organic products: which way forward?. <https://core.ac.uk/download/pdf/10923704.pdf> Erişim tarihi 18.08.2021
- Zepeda, L., & Deal, D. (2009). Organic And Local Food Consumer Behaviour: Alphabet Theory. *International Journal of Consumer Studies*, 33(6), 697-705.
- Zsóka, Á., Szerényi, Z.M., Széchy, A. & Kocsis, T. (2013) Greening due to environmental education? Environmental knowledge, attitudes, consumer behavior and everyday pro-environmental activities of Hungarian high school and university students. *Journal of Cleaner Production*, 48, 12

EKLER

EK 1. YARI YAPILANDIRILMIŞ SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM NİTEL ARAŞTIRMA SORULARI

1. Evinizde alışverişi kim yapar?
2. Haftalık market alışverişiniz için markete gittiğiniz varsayalım. Süt ürünleri, temizlik ürünleri kategorilerinde hangi ürünleri ve markaları tercih ediyorsunuz? Ne kadar zamandır aynı/ ürün markaları kullanıyorsunuz?
 - a. Farklı marka denediniz mi? Sizi denemeye yönlendiren ne oldu?
 - b. Peki, bu markaları tercih etme sebebiniz nedir?
3. Satın aldığınız marka ürünün ambalajını inceliyor musunuz? Ambalajda nelere bakarsınız?
4. Son zamanlarda market alışverişinizde hep kullandığınız ürünler dışında denediğiniz farklı bir ürün/ marka oldu mu? Hangi özelliklerden dolayı denemek istediniz?
5. Gıda ürünlerinde (yumurta, süt, sebze) ambalajlarında gördüğünüz organik, doğaya duyarlı, yeşil, eko gibi ifadeler içeren ürünler hakkında ne hissediyorsunuz? Satın alma kararınızı etkiliyor mu?
 - a. Satın aldığınız çevreci ürün markası var mı?
 - b. Neden yok / var ?
6. Temizlik ürünleri (deterjan, yer sil, çöp torbası vb) ambalajlarda gördüğünüz organik, doğaya duyarlı, yeşil, eko gibi ifadeler içeren ürünler hakkında ne hissediyorsunuz? Satın alma kararınızı etkiliyor mu?
 - a. Satın aldığınız çevreci ürün markası var mı?
 - b. Neden yok / var ?
7. Yer temizlik ürünü satın almaya karar verdiniz, 1 ltlik mi yoksa 5 ltlik büyük ambalajlarımı tercih ediyorsunuz?
 - a. Kullandıktan sonra ambalajları atıyor musunuz? Yoksa tekrar doldurup kullanır mısınız?
8. Market ürün seçimlerinizi arkadaş tavsiyeleri etkiler mi?
9. Market ürünlerinin reklamlarıyla en sıklıkla nerelerde karşılaşıyorsunuz?
 - a. Sosyal medyanın tercihlerinize etkileri?
10. Özellikle çocuğunuzun kullanımı için satın aldığınız bisküvi süt, ıslak mendil, oyuncak, kıyafet gibi ürün kategorilerinde nelere dikkat ediyorsunuz?

11. Market alışverişlerinizde poşet satın alıyor musunuz? Ortalama kaç adet poşet alırsınız?
- a. Market poşetlerini evde hangi amaçla kullanıyorsunuz? (Çöp gibi)
12. Sorulardada bahsetmediğimiz fakat sizi çevreci olarak görKategorilerde ürünler var mı? (Gıda, temizlik, beyaz eşya, giyim olabilir)
13. Türkiye'de ilk kez bir marka (Torku) geri dönüşümlü kutuya sahip ilk çevreci günlük sütü üretti. Bir sonraki alışverişinizi de bu ürünü satın almayı düşünür musunuz? Neden?
14. Moda devi H&M'in uygulaması: kullanmadığınız giysilerinizi size en yakın mağazadaki geri dönüşüm kutusuna bırakın. Markası ve durumu fark etmeksizin; teki kayıp çoraplar, eskimiş tişörtler ve eski çarşafklar dahil olmak üzere her türlü tekstil ürünü kabul edilir. Ürünler en yakın geri dönüşüm tesisine gönderilir ve elle ayrılır. Bıraktığınız her bir tekstil ürünü torbası için, bir sonraki alışverişinizi de kullanabileceğiniz bir indirim kuponunu alma hakkına sahip olursunuz.
- a. Bu kampanyayı nasıl değerlendirdiğiniz? Sizce ne kadar başarılı olabilir?
- b. Arkadaşlarınızla bahseder misiniz?
- c. Sosyal medya kullanıyorsanız hesabınızdan bu uygulamayı paylaşmak ister miydiniz?
15. Örneğin bir kazak satın alacaksınız. Önümüzde iki kazak alternatifi var modelleri hemen hemen aynı, markaları aynı, birinin içeriğindeki polyester ise geri dönüştürülmüş. Geri dönüşüm olmayan kazak 99 tl, geri dönüştürülmüş malzemeden yapılan kazağın fiyatı sizce ne kadar olabilir? Ne kadar olsa satın alırdınız?
16. İkinci el ürün satın alır mısınız? Neden?
17. Giymediğiniz kıyafetleri, kullanmadığınız ev eşyalarını, evinizin eski buzdolabını nasıl elden çıkarıyorsunuz?
18. Evinizdeki çöpleri birlikte mi biriktiriyorsunuz? Geri dönüşüm için ayrıştırma yapmıyorsanız yada yeteri kadar yapmıyorsanız nedenleri neler?
19. Kağıt, karton, plastik, pet, metal, cam, yağ gibi atıklardan en çok hangisini geri dönüşüme gönderiyorsunuz?
20. Çevreci olma konusunda kendinize puan verseydiniz, kaç puan verirdiniz?(1 =en düşük, 5= en yüksek). Neden bu puanı verdiniz?
21. çevre sorunları sizin için ne ifade ediyor? Günlük hayatınızda daha çevreci olabilmek için neler yapabildiniz?
22. Sivil toplum kuruluşu üyeliğiniz var mı?

EK 2. YAPILANDIRILMIŞ SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM NİTEL ARAŞTIRMA SORULARI (PANDEMİ SONRASI)

Dünyayı saran Koronavirüs salgını ve bu sebeple yaşadığımız pandemi durumundan dolayı hayat tarzlarımız değişime uğradı. Özellikle tüketim alışkanlıklarımızı araştıran tez çalışmamıza daha önce yaptığınız değerli katkılarınıza ek olarak, aşağıda göreceğiniz pandemi sonrası alışkanlıklarınızı ele alan sorularla karşılaşacaksınız. Sizden ricam sorulara cevaplarınızı tercih edeceğiniz cevaplama yöntemini (e-posta, telefon, görüntülü görüşme)tercih ederek, dönüş yapmanız.

Teşekkür eder, sağlıklı günler dilerim

Öğr. Gör. Duygu Gür

1. Pandemi öncesine kıyasladığınızda alışveriş alışkanlıklarınızda neler değişti?
2. Salgın öncesine kıyasla, ev temizlik ürünleri kategorisinde değişen satın alma alışkanlıklarınız var mı?

Açıklama 1: Marka değişimi, satın alma miktarı değişimi, daha önce tüketmediğiniz ürünleri satın alma gibi örnekler verebilirsiniz.)

Açıklama 2: Temizlik ürünlerine örnek olarak yer sil, bulaşık, çamaşır deterjanları vb. değerlendirilmektedir.

3. Salgın öncesine kıyasla satın aldığınız et, süt ürünleri gibi gıda ürünlerinde değişen satın alma alışkanlıklarınız oldu mu? (Marka değişimi, satın alma miktarı değişimi, daha önce tüketmediğiniz ürünleri satın alma gibi örnekler verebilirsiniz.)
4. Hijyen sağlamak amacıyla satın aldığınız ürün paketlerini evinizde temizlemek için ek bir uğraşınız var mı? Varsa neler yapıyorsunuz?
5. Salgın dönemi öncesine kıyasla markete uğrama sıklığınız nasıl değişti?
6. Salgın döneminde market alışverişinizi çevrim içi/sanal kanallardan yapıyor musunuz? Neden?
7. Salgın öncesinde en çok hangi ürün kategorilerini çevrim içi sitelerden alırdınız? Bu dönemde çevrim içi ürün kategorilerinin sıralaması değişti mi?
8. Salgın döneminden önce market alışverişlerinizi çevrim içi kanaldan yapıyor muydunuz? Çevrim içi alışveriş yapmıyordusanız neden açıklar mısınız?
9. Bu dönemde çevrim içi alışverişin sağladığı faydalar sizin için nelerdir?
10. Salgın dönemi öncesine kıyasla çevreci ürünlere bakış açınız değişti mi? Organik, ekolojik, doğal ürünleri satın alma alışkanlığınızda değişim oldu mu?
11. 2. El ürün satın almaya karşı bakış açınızdan bahsedermisiniz?

12. Bu dönemde çöplerinizi geri dönüştürebiliyor musunuz?
13. Geri dönüşümden yapılmış ürünleri satın alır mısınız?
14. Yaşadığımız bu olağanüstü dönem, tüketim alışkanlıklarınıza dair ne gibi öz eleştirilerde bulunmanıza yol açtı?
15. Bu dönemde çevre sorunlarına bakış açınız değişti mi?
16. Aşağıda belirtilen davranışları çevresel faydalarına göre sıralayınız

	Çevresel faydası yoktur	Çevresel faydası düşüktür	Çevresel faydası yüksektir	Çevreye faydası çok yüksektir.
Çöpleri geri dönüştürmek				
2. el kıyafet satın almak				
Geri dönüşümden yapılmış ürünler satın almak				
Toplu taşıma kullanmak				
Su tasarruflu çamaşır makinesi kullanmak				
Elektrik tasarruflu ampul kullanmak				
Yakın mesafelere yürüyerek gitmek				
Vejetaryen beslenmek				

EK 3. ORGANİK GIDA TÜKETİM NİYETİ ANKETİ

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Anabilim Dalı Doktora Programı tezi kapsamında hazırlanmıştır. Araştırmanın amacı tüketicilerin organik gıda satın alım niyetlerine etki eden faktörleri belirlemektir. Anket formuna vereceğiniz cevaplar bilimsel çalışma kapsamında değerlendirilecek olup, kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır. Çalışmanın amacına ulaşması için bütün soruların eksiksiz olarak cevap verilmesi ve size en uygun olan şıkların işaretlenmesi beklenmektedir. Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Bu formu okuyup onaylanmanız araştırmaya gönüllü olarak katılımı kabul ettiğiniz anlamına gelmektedir. Katkılarınız için çok teşekkür ederiz,

Öğr. Gör. Duygu Gür Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Doktora Programı Öğrencisi

Danışman : Prof.Dr. Serap ÇABUK Çukurova Üniversitesi İİBF , Öğretim Üyesi

Görüş ve sorularınız için; duygugur@cag.edu.tr

*Yukarıda verilen bilgileri okudum, verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı kullanılmasını kabul ediyorum. Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle katılmayı kabul ediyorum

☐ Kabul ediyorum

☐ Kabul etmiyorum

***Anket sorularınızı cevaplamadan önce organik gıdalara dair aşağıdaki açıklamayı lütfen okuyunuz.**

Organik gıda nedir?

Organik (ekolojik, biyolojik) gıdalar, yetiştirilmesinde ve işlenmesinde genetik mühendisliğin, yapay ve

benzeri gübrelerin, böcek ilaçlarının yabani ot ve mantar öldürücü ilaçların, büyütme düzenleyicilerinin,

hormonların, antibiyotiklerin, koruyucuların, renklendiricilerin, katkı maddelerinin, kimyasal kaplama ve

parlatıcı maddelerinin ve kimyasal ambalaj malzemelerinin kullanılmadığı gıda maddeleridir

-

Aşağıdaki ifadeleri kendinize en uygun olacak şekilde değerlendiriniz. İfadelere vereceğiniz seçenekler aşağıdaki gibidir: kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, ne katılıyorum ne katılmıyorum, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum, fikrim yok(bu seçeneği konu ile ilgili bilgi sahibi olmamanız durumunda kullanınız).

Çevresel Değerler

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1.Diğer canlılar ve doğa ile uyum sağlamanın önemli olduğuna inanıyorum					
2.Doğayı kontrol etmektense ona uyum sağlamayı tercih ediyorum					
3.Çevreyi korumayı seviyorum					
4.Doğayı muhafaza edeceğimi umuyorum					
5.Doğal kaynakların korunması gerektiğine inanıyorum.					
6.Doğanın dengesinin hassas olduğunu ve kolayca bozulabileceğini düşünüyorum					
7.Sosyal güce saygı duyuyorum					
8.Zenginliğe değer veriyorum					
9.Başkalarını yönetmeyi önemsiyorum					
10.Başkaları üzerinde etki sahibi olmaktan hoşlanırım					
11.Savaştan ve çatışmadan uzak bir dünyaya değer veriyorum					
12.Haksızlığı düzeltmekten hoşlanırım					
13.Güçsüzleri ve yaşlıları önemsiyorum.					
Çevresel Bilgi Ölçeği					
14.Gıda ürünlerinin organik olup olmadığını biliyorum					
15.Organik gıdaların tadını biliyorum					

- 16.Organik ürünlerin üretim süreçlerini biliyorum
- 17.Çevre ile ilgili sorunları biliyorum
- 18.Çevreye yönelik faaliyetlerin farkındayım
- 19.Devletin çevreye yönelik olan politikalarını biliyorum
- 20.Organik ürünler tüketmenin sağlık risklerini azalttığını biliyorum
- 21.Organik yiyeceklerin daha besleyici olduğunu biliyorum.

22.Organik ürünlerin sağlığa zarar veren kimyasallarla kirletilmediğini biliyorum

Sosyal Etki Ölçeği

- 23.Benim için önemli olan insanlar organik gıdalar tüketmem gerektiğini düşünürler.
- 24.Davranışımı etkileyen kişiler, organik gıdalar tüketmem gerektiğini düşünürler.
- 25.Fikirlerine değer verdiğim kişiler organik gıda tüketmemi tercih ederler

İnanç ve Norm Ölçeği

- 26.Gıdaların besin değerine zarar veren gıda katkı maddeleri vb. kimyasallar gıdaların güvenliğini tehdit etmektedir.
- 27.Toprak verimini arttırmak için kullanılan yapay gübre, hormon ve genetiği değiştirilmiş tarım uygulamaları toprak ve su kirliliğine sebep olmaktadır
- 28.Tarımsal ürünlerin sulama, sera ve hayvan barınaklarının ısıtma ve soğutulması gibi aşamalarında çok fazla miktarda enerji kullanılarak çevresel sorunlara sebep olunmaktadır.
- 29.Genetiği değiştirilmiş yemlerle ve antibiyotikle beslenen hayvanlardan elde edilen hayvansal ürünler insan sağlığını tehdit etmektedir.
- 30.Tarımsal üretimin doğal kaynaklara verdiği zarardan dolayı endişe duyuyorum.
- 31.Doğanın dengesinin bozulmasından kaynaklanan kuraklık, aşırı yağış ve sellerden dolayı endişe duyuyorum.
- 32.Gıda güvenliğini tehdit eden içeriklerin çeşitli hastalıklara sebep olarak sağlığımı zarar vermesinden endişe duyuyorum
- 33.Her tüketicinin, gıda üreticilerin sebep olduğu çevresel sorunlarda kısmi sorumluluğu olduğuna inanıyorum.
- 34.Her tüketicinin, gıda üreticilerinin sebep olduğu çevresel kötüleşmede, aynı derecede sorumluluğu olduğunu hissediyorum
- 35.Her tüketici, gıda üretiminden kaynaklanan çevresel zararlar konusunda sorumluluk üstlenmelidir.
- 36.Organik ürün satın almayı kişisel bir zorunluluk olarak hissediyorum

37.Satın aldığım gıda ürünü organik değilse kendimi suçlu hissediyorum

38.Günlük davranışlarımda çevreye ve doğaya önem vermeye ahlaki açıdan mecbur hissediyorum.

Alışkanlık Ölçeği

39.Sıklıkla organik gıda ürünü satın alırım.

40.Organik olan gıda ürünleri satın almayı bilinçli olarak hatırlamam gerekmez

41.Organik gıda ürün satın almadığım zaman kendimi garip hissederim.

42.Organik gıda ürünlerini düşünmeden satın alırım.

43.Organik gıda ürün satın almak alışveriş rutinimin içindedir.

44.Organik gıda ürün satın almayı farkında olmadan yaparım

45.Organik gıda ürünü satın almak benim için zor değildir.

46.Organik gıda ürün satın almak için düşünmeme gerek yoktur

47.Organik gıda ürünleri satın almak tam benlik bir harekettir.

48.Uzun zamandır organik gıda ürünleri satın alıyorum.

Tutum Ölçeği

49.Organik ürün satın almak akıllıcadır

50.Organik ürün satın almak önemlidir.

51.Organik ürün satın almak faydalıdır.

52.Organik satın almak iyi bir davranıştır

Algılanan Davranışsal Kontrol Ölçeği

53.Organik gıda satın alma ya da almama kararı tamamen bana bağlıdır.

54.Eğer istersem organik ürün satın alabileceğime eminim

55.Organik gıda satın almak için kaynaklarım, zamanım ve fırsatım var.

Organik Gıda Tüketim Niyeti Ölçeği

56.Gelecekteki alışverişlerimde organik gıda ürünleri satın almak konusunda istekliyim

57.Gelecekteki alışverişlerimde organik gıda ürünleri satın almayı planlıyorum

58.Satın aldığım ürünün organik olması için daha fazla çaba sarf etmeyi planlıyorum.

Doğum Yılı

☐ 1997-2012 ☐ 1981-1996 ☐ 1965-1980 ☐ 1964 ve öncesi

Cinsiyetiniz

☐ Kadın ☐ Erkek

Yaşadığınız il (seçimli menü)**Medeni Durumunuz**

Bekar

Evli

Diğer

Çocuklarınız sayısı

☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ve üzeri

Eğitim seviyeniz (tamamlanan)

☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora

Mesleğiniz

☐ Özel Sektör çalışanı ☐ Kamu sektörü çalışanı ☐ Girişimci/kendi işi

☐ Akademisyen

☐ Emekli

☐ Ev hanımı

☐ Öğrenci

☐ Diğer