

Araştırma Makalesi

Farklı Kuşaktaki Kadın ve Erkeklerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının İncelenmesi

Examination of the Sustainable Consumption Behaviours of Women and Men from Different Generations

<p>Selda Coşkuner AKTAŞ Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Aile ve Tüketici Bilimleri seldacoskuner@gmail.com https://orcid.org/0000-0003-4040-2939</p>	<p>Birgül ÇİÇEK Arş. Gör. Uzm., Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Aile ve Tüketici Bilimleri birgulaydin@hacettepe.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-3985-6637</p>
---	---

Makale Gönderme Tarihi	Revizyon Tarihi	Kabul Tarihi
03.12.2019	11.12.2019	13.12.2019

Öz

Bu çalışma farklı kuşaklardaki kadın ve erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının belirlenmesi amacıyla planlanmış ve Ankara'nın Çankaya ilçesinde ikamet eden 519 birey ile yürütülmüştür. Çalışmada sürdürülebilir tüketim davranışlarını ölçmek amacıyla Doğan, Bulut ve Çımrın (2015) tarafından geliştirilen 17 madde ve 4 alt boyuttan oluşan “*Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeği*” kullanılmıştır. Çalışmaya katılan bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışları ile cinsiyeti arasındaki ilişki anlamlı bulunmazken; sürdürülebilir tüketim düzeyi, alt boyutları açısından incelendiğinde “ihtiyaç dışı satın alma” alt boyutundaki fark önemli bulunmuştur. Çalışmada sürdürülebilir tüketim davranışları ve alt boyutları ile kuşaklar arasındaki ilişki de önemli bulunmuştur. Sessiz kuşak, patlama kuşağı ve X kuşağının sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi, Y ve Z kuşaklarından daha yüksektir; Y kuşağının sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi ise, Z kuşağına göre daha yüksektir. Sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi cinsiyet ve kuşaklara göre birlikte incelendiğinde; kadın ve erkek katılımcıların kuşaklara göre farklı tüketim davranışları sergiledikleri belirlenmiştir. Elde edilen bulgular alanyazındaki çalışmalar çerçevesinde tartışılmış, sürdürülebilir tüketim davranışlarının benimsenmesi açısından bireylere, ilgili kurum ve kuruluşlara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kuşak, cinsiyet, sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir tüketim davranışı

Abstract

This study was planned for the purpose of examining the sustainable consumption behaviours of women and men from different generations and it was conducted in Çankaya district of Ankara with 519 individuals selected by simple random sampling using a survey technique. The “Sustainable Consumption Behaviour Scale” developed by Doğan, Bulut and Çımrın (2015) that consists of 17 items and 4 sub-dimensions was used in the second part to measure sustainable consumption behaviours. While no statistically significant difference was found between the sustainable consumption behaviours of the individuals who participated in the study and their gender. A statistically significant difference was found between the generations. It was found that the silent generation, baby boomers and generation X exhibited higher sustainable consumption

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Aktaş, S.C. – Çiçek, B. 2019, Farklı Kuşaktaki Kadın ve Erkeklerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının İncelenmesi, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(4), 1957-1978

behavior than generation Y and generation Z. Also, generation Y exhibited higher sustainable consumption behavior than generation Z. Furthermore, a statistically significant difference was found between sustainable consumption behaviours of women and men from baby boomers and Z generation. The results showed that male and female participants exhibited different consumption behaviors according to the generations. The implications of these findings were discussed within the framework of the studies in the literature and suggestions were made to individuals, related institutions and organizations in terms of adopting sustainable consumption behaviors.

Keywords: Generation, gender, sustainable consumption, sustainable consumption behaviour

1. GİRİŞ

Yaşam için elzem olan doğal kaynakların giderek azalması, çevre kirliliğinin artması, biyolojik çeşitliliğin yok olması ve küresel ısınma tüm dünyada yaşanan çevre sorunlarının başında gelmektedir. İsrafa dayalı tüketimin benimsenmesi, çevreyi tahrip etmektedir. Dünyanın bir bölümünde ciddi çevre sorunları, bazı bölgelerinde ise temel gereksinimlerin bile karşılanamaması, gelir adaletsizliği gibi yaşanan sosyal sorunlar “istediğin kadar tüket, hep tüket” anlayışıyla meydana gelmektedir (Atrek ve Madran, 2017; Kahvecioğlu, 2004). Özellikle su gibi doğal kaynakların aşırı kullanılması ve bu kullanım oranlarının sürdürülebilir olmaması, tüketim davranışlarının değiştirilmesi ve sürdürülebilir hale getirilmesi konusundaki çalışmaların öneminin artmasına neden olmuştur (Brown ve Cameron, 2000, s.27-28).

Günümüzde Türkiye’de ve dünyada sürdürülebilirlik, sürdürülebilir üretim ve sürdürülebilir tüketim konularına olan ilginin giderek artmasına karşın (Atrek ve Madran, 2017; Sarı ve Topçuoğlu, 2019); çevre, birey ve şimdiki kuşakların gelecek kuşaklar için sorumlulukları arasındaki ilişkiyi tanımlamak için kullanılan ‘sürdürülebilirlik’, yeni bir kavram değildir. Sürdürülebilirlik, mevcut yaşam kalitesinde herhangi bir azalma olmadan, düşünce tarzında değişiklik gerektiren bir kavram olarak çıkmıştır (Özmehmet, 2012, s.3). Sürdürülebilir tüketim düşüncesi, gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakmayı hedeflediği için uzun dönemli; tüm insanların katılımıyla gerçekleştirilebileceği için de bütüncül bir yaklaşımdır (Karalar ve Kiracı, 2011, s.67). Bu düşünceden yola çıkıldığında sürdürülebilir tüketim, “üretimle uyum içinde ve gelecek nesillerin potansiyel gereksinimlerini de göz önünde bulunduracak şekilde davranılması” şeklinde tanımlanabilir (İrge ve Karaduman, 2018, s.133). Sürdürülebilir tüketim kavramı, 1992 yılında Rio’da düzenlenen Dünya Zirvesi’nin Sürdürülebilir Gelişme Eylem Planı çerçevesinde yer alan Gündem 21 belgesinde yer alarak literatüre girmiştir. Rio Zirvesi’nin sonucunda ise, “sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak ve insan eylemlerinin ekolojik çevreye karşı olumsuz etkilerini en aza indirmek için tüketim kalıplarını değiştirmek, insanoğlunun en büyük mücadelelerinden biridir.” denilmektedir (BM, Gündem 21, Bölüm 4, 1992).

Sürdürülebilir tüketim davranışı “sürdürülebilirliğe ilişkin üç temel amaç olan kaynak kullanımını, atıkları ve kirliliği azaltmaya hizmet eden davranışlar” olarak tanımlanabilir (Williams ve Dair, 2007, s.162). Bir başka tanıma göre, “temel ihtiyaçlara cevap veren ve yaşam kalitesini daha iyi hale getiren mal ve hizmetlerin kullanımını sağlayıp, doğal kaynakların, zehirli maddelerin, atıkların ve kirleticilerin kullanımını en aza indiren, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmayan üretim/tüketim”dir (Thidell, 2011, s.2). Sadece tüketicilerin değil, pazarın ve işletmecilerin de sürdürülebilirlik açısından sorumlu olduğunu belirten Seyfang’a (2005) göre ise sürdürülebilir tüketim davranışı, “satın alma karar sürecinde, sosyal ve çevresel kaygıları güden ve pazarı dönüştürebilecek etkiye sahip yeşil ve etik tüketiciler tarafından, daha verimli bir biçimde üretilmiş malların tüketilmesi”dir (s.294). Odabaşı (2004) tarafından “doğal kaynakların hayat standartlarını yükseltmek için ölçülü ve akıllıca kullanımı” şeklinde tanımlanmıştır. Ölçülü ve akıllı kullanım gerçekleşmediğinde, üretimle birlikte tüketim, çevresel sorunlara neden olmaktadır (Odabaşı, 2004, s.58).

Bireyler bazen benimsedikleri tüketim davranışlarıyla ya da ürün tercihleriyle istemeden çevreye zarar verebilmektedir (Karalar ve Kiracı, 2011). Oysa doğal çevrenin korunması, temiz tutulması ve iyileştirilmesi her bireyin en temel görevidir. Bu açıdan düşünüldüğünde çevre bilgisi, sürdürülebilir tüketim davranışı üzerinde etkili bir faktördür (Karaca, 2018). Çevre bilgisinin

oluşmasında veya artmasında etkili şekilde verilen eğitimin rolü büyüktür. Türkiye’de örgün eğitimde çevre ile ilgili konular disiplinler arası bir yaklaşımla farklı derslerin kapsamında yer alırken; erken yaşlarda çevre eğitiminin verilmesi, çevre duyarlılığının artması ve sürdürülebilir yaşam becerilerinin gelişmesi bakımından uygun olacağı düşünülerek 2015 yılında ortaokullarda verilmek üzere T.C. Milli Eğitim Bakanlığı “Çevre Eğitimi” dersini müfredata eklemiştir (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2015).

Hansen ve Schrader (1997, ss.459-460) sürdürülebilir bakış açısıyla bireylerin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için aşırı tüketimden kaçınılması, tüketimin niceliksel olarak azaltılması, diğerlerine göre daha ekolojik olan ürünün seçilmesi veya bir ürünün en az ekolojik etkisi olanın tüketilmesi şeklinde çözüm önerileri sunmuştur. Son yıllarda Türkiye’de küresel çevre sorunlarının önlenmesi ve çözümüne ilişkin politikalarda bireysel tüketim faaliyetleri öncelikli olarak ele alınmaya başlasa da (Üstündağlı ve Güzeloğlu, 2015) bu faaliyetler, zaman zaman yetersiz kalmaktadır. Çünkü sürdürülebilir tüketim davranışları, tek başına tüketicileri kapsayan bir kavram değildir. Bireylerin tüketim davranışlarının oluşmasında, bireysel faktörlerin yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyi, oturulan yer ve politik eğilim başta olmak üzere (Tuna, 2006, s.46) dışsal faktörlerin de önemli etkileri olduğu bilinmektedir (Stern, 2005, s.10786). Günümüzde sağlıklı ve yaşanabilir toplumlar ve dünya için sosyal sorumlu, etik, rasyonel ve çevre bilincine sahip tüketicilerle birlikte işletmecilere (Buğday ve Babaoğlu, 2016) ve çevre yönetiminde etkin rol oynayan yerel yönetimlere de önemli görevler düşmektedir (Şengül, 2002; Üste, 2005). Bu nedenle Mont ve Plepys (2008, s.4-5) tüketicilerle birlikte işletmeleri, hükümetleri, uluslararası kuruluşları ve sivil toplum kuruluşlarını paydaşlar olarak belirlemiştir.

1.1. Kuşak ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı

Sürdürülebilir tüketim davranışının belirlenmesinde önemli demografik özelliklerden biri, kuşaktır. Türk Dil Kurumu toplum bilimleri sözlüğünde kuşak; “yaklaşık 25-30 yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, nesil, jenerasyon” olarak, felsefe sözlüğünde ise “yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğudur” şeklinde tanımlanmakla birlikte (TDK, 2019), her bir kuşağın hangi yılları kapsayacağı konusunda ortak bir görüş bulunmamaktadır.

Bugünün toplumu genel olarak beş kuşağın bireylerinden oluşmaktadır. Sessiz kuşak (Savaş, Geleneksel, 1900-1945), Bebek patlaması (Baby Boomers, 1946-1964), X kuşağı (Gen X, 1965-1979), Y kuşağı (Gen Y, Milenyum, Gen Me, 1980-1999), Z kuşağı (2000-...)

Kuşaklar ve içinde yaşadıkları toplum arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Her kuşak içinde yaşadığı toplumdan etkilendiği gibi, tutum ve davranışlarıyla da içinde yaşadıkları toplumu etkileyerek belirli bir oranda değiştirmişlerdir. Bu değişim, kuşaklar arasındaki farklılıkları ortaya çıkarmış, değişimin bazı etkilerinin de, diğer kuşaklar aracılığıyla devam ettirilmesini sağlamıştır (Altıntuğ, 2012). Kuşakların yetişme tarzları ve içerisinde buldukları ortam değişikliklerinden kaynaklanan farklılıklar; kişisel özelliklerinde, çalışma ve sosyal yaşantılarında önemli ayrımlara neden olmaktadır (Adıgüzel, Batur ve Eksili, 2014, s.171). Dolayısıyla her kuşağın kendine has özellikleri, değer yargıları, tutumları, güçlü ve zayıf yönleri vardır (Lower, 2008). Bu nedenle tüketici davranışlarında da kuşaklara göre farklılıkların olması kaçınılmazdır.

Kanaatkarlık, var olanın değerini bilmek, çok çalışmak ve az tüketim yapmak sessiz kuşağın özelliklerindedir (Dereli ve Toruntay, 2015). Bebek patlaması kuşağındaki bireyler ise, savaş ve yokluk sonrası dönemin kuşağı oldukları için, tüketime akılcı yaklaşmışlardır (Altıntuğ, 2012). Geleneksel değerlere bağlılığını devam ettiren X kuşağı, akıl ve duyguyu bir arada kullanarak hareket eden bir tüketici profili çizmektedir (İzmirlioğlu, 2008, s.53). Tüketim toplumunu şekillendiren Y kuşağı ise, gerçek kimliğini, tüketici kimliğine dönüştüren ve tüketimle anılan ilk kuşaktır (İzmirlioğlu, 2008, s.53; Yüzbaşıoğlu, 2012). Bu kuşak, kişisel ve kurumsal yapılarda etik ve sorumluluk kavramlarını önemsemekte, tüketimin bir sınırı olması gerektiğini düşünmektedir. Eğitim ve gelir açısından diğer kuşaklara göre daha iyi durumda olmaları

nedeniyle ailelerinin tüketim kararlarında etkili olan Z kuşağı, istediği her ürünü hemen almak, hemen tüketmek ve sonrasında yeni tüketim deneyimlerine yönelmeyi istemekte (Altıntuğ, 2012); her şeyi çabuk isteyen ve anlık tüketen bir profil çizmektedir (İzmirlioğlu, 2008, s.50). Sürdürülebilir tüketim davranışlarının kuşaklara göre incelendiği çalışmalarda; gençlerin, yaşlılara göre daha fazla sorumlu-çevreci davranışlarda bulunduğu ifade edilmiştir (Hines, Hungerford ve Tomera, 1987; Straughan ve Robert, 1999; Zimmer, Stafford ve Stafferd, 1994).

1.2. Cinsiyet ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı

Tüketici davranışı; kültürel, sosyal, kişisel ve psikolojik faktörlerden etkilenmektedir (Ergen, 2014). Sürdürülebilir tüketim davranışının belirlenmesinde cinsiyetin belirleyici bir etkisi olduğu çalışmalarla gösterilmiştir. Bazı çalışmalarda kadınların (Alkibay, 2001; Autio ve Heinonen, 2004; Hines, Hungerford ve Tomera, 1987; Karalar ve Kiracı, 2010; Kollmuss ve Agyeman, 2002; Straughan ve Robert, 1999; Üstündağlı ve Güzeloğlu, 2015; Zimmer, Stafford ve Stafferd, 1994); bazılarında ise erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışları yüksek olarak bulunmuştur (Günay ve Oğuz, 2012). Buna rağmen sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme ile cinsiyet arasında fark bulunmayan çalışmalarda mevcuttur (Ay ve Zümrüt, 2005; D'Souza ve diğerleri, 2007).

Kadınların tüketim davranışları, çeşitli boyutlarıyla erkeklerin tüketim davranışlarından farklıdır. Günümüzde kadınların okuma yazma oranlarının artması ve çalışma yaşamına aktif katılımıyla ekonomik güçlerinin artması gibi nedenler, satın alma davranışlarında daha özgür hareket etmelerini sağlamıştır (Quinlan, 2009, s.13). Kadınlar, hem sosyal yaşantılarındaki ihtiyaçlarını satın alırken; hem de özellikle toplumsal cinsiyet rolleri perspektifinden düşünüldüğünde, hanehalkıyla ilgili tüm mal ve hizmetlerin satın alınımında ya da satın alınma kararı aşamasında etkilidir (Özdemir, 2013). Bu gibi nedenlerle kadınlar, dolaylı ya da dolaysız olarak en çok tüketim yapan grup olmaktadır (Quinlan, 2009, s.13). Sürdürülebilir tüketim davranışının cinsiyete göre incelendiği çalışmalarda; Zimmer, Stafford ve Stafferd (1994) ile Straughan ve Robert (1999) kadınların, erkeklere göre daha çevre dostu olduğunu; Autio ve Heinonen (2004) ve Kollmuss ve Agyeman (2002) ise kadınların duygusal olarak çevresel sorunlara yönelik daha fazla katılım gösterdiğini belirtmişlerdir. Üstündağlı ve Güzeloğlu'nun (2015) çalışmasında da kadınların erkeklere göre daha 'yeşil' bir tutum ve davranış sergiledikleri, bireylerin yeşil davranışlarının fayda sağlayacağı yönünde inançları arttıkça satın alma davranışlarının da arttığı sonucuna varılmıştır.

Sürdürülebilir tüketim davranışlarına ilişkin Türkiye'de birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; genellikle tüketicilerin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir gibi demografik özellikleri, (Aksu ve Gelibolu, 2015); bireysel değer yapıları (Aydın,2016; Karalar ve Kiracı, 2010; Özdemir, 2013; Şener ve Hazer, 2007), kişilik tipleri (Sarı ve Topçuoğlu, 2019); yaşam tarzları (Aydın ve Ünal, 2015; Karaca, 2018;), çevre bilinci (Ergen, 2014; Oğuz, Çakıcı ve Kavas, 2011), tüketici eğitimi (Hayta-Bayazıt, 2009); yeşil tüketim ve yeşil pazarlama (Çelik, 2012; Saray ve Güven, 2016; Üstündağlı ve Güzeloğlu, 2015) gibi konularla birlikte çalışıldığı dolayısıyla farklı kuşaklardaki bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını incelemeye yönelik yapılan araştırmaların az sayıda (İrge ve Karaduman, 2018; Sarı ve Harta, 2018; Yüksekbilgili, 2016) olduğu görülmüştür.

Bu çalışmada, cinsiyete ve kuşaklara göre sürdürülebilir tüketim davranışının farklılaşp farklılaşmadığı incelenmek amaçlanmıştır. Dolayısıyla bu çalışma alan yazına katkı sağlaması ve bu konu ile ilgili yapılacak başka çalışmalara öncül olması nedeniyle önem taşımaktadır.

Bu çerçevede araştırma kapsamında oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H1: Bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışları kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

H2: Bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H3: Bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışları kuşaklara ve cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

2. YÖNTEM

Bu çalışma farklı kuşaklardaki kadın ve erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının belirlenmesi amacıyla planlanmış ve Basit Rasgele Örneklem Yöntemi kullanılarak Ankara'nın Çankaya ilçesinde ikamet eden farklı kuşaklardan 519 birey ile yürütülmüştür. Çalışmanın yürütülebilmesi için öncesinde Ankara Valiliği'nden izin alınmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Kullanılan anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmaya katılan bireylere ilişkin demografik ve açıklayıcı bilgilere (kuşak (yaş), cinsiyet, öğrenim durumu, medeni durum, çalışma durumu, çevre sorunlarına ilişkin bilgi kaynakları, çevre eğitimine ilişkin görüşler vb.) yer verilmiştir. İkinci bölümde ise sürdürülebilir tüketim davranışlarını ölçmek amacıyla Doğan, Bulut ve Çıvrın (2015) tarafından geliştirilen 17 madde ve “Çevre Duyarlılığı” (5 madde), “İhtiyaç Dışı Satın Alma” (5 madde), “Tasarruf” (4 madde) ve “Yeniden Kullanılabilirlik” (3 madde) olmak üzere 4 alt boyuttan oluşan “Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeği” kullanılmıştır. Uygulanan anket sonucunda elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Anket formunun birinci bölümünde yer alan demografik ve açıklayıcı değişkenlere ilişkin veriler frekans ve yüzde değerleri kullanılarak tablolaştırılmıştır. Sürdürülebilir tüketim davranışı ile kuşaklar ve cinsiyet arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla İki Grup Arasındaki Farkın Anlamlılık Testi (cinsiyet) ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) (kuşak) testleri yapılmıştır. ANOVA sonucunda istatistiksel olarak anlamlı fark saptandığı durumlarda ikili karşılaştırmalar için Tukey Testi kullanılmıştır. Analizlerden elde edilen sonuçlar %95 güven aralığında ve $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

3. BULGULAR

3.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Çalışmaya katılan 519 bireyin %48.7'si kadın ve %51.3'ü erkektir. Katılımcıların kuşaklara göre dağılımları incelendiğinde; %15.2'si “sessiz kuşak”, %19.3'ü “patlama kuşağı”, %20.6'sı “X Kuşağı”, %21.6'sı “Y Kuşağı” ve %23.3'ü ise “Z Kuşağı”nda bulunmaktadır. Bireylerin %30.8'i ilköğrenim, %40.5'i ortaöğrenim ve %23.3'ü ise yükseköğrenim mezunu olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde; bekar (%42.8) ve evli (%41.8) bireylerin önde geldiği belirlenmiştir. Katılımcılara çalışma durumları sorulduğunda; %45.1'inin çalışmadığı %32.7'sinin çalıştığı, %22.2'sinin ise emekli olduğu görülmüştür. Katılımcıların aylık toplam gelirleri incelendiğinde; 2000-2999 TL arası aylık gelire sahip olanların %21.8 ile önde geldiği; bunu %18.1 ile 3000-3999 TL ve %17.7 ile 1000 TL ve altı aylık gelire sahip olanların izlediği saptanmıştır (Tablo 1).

Tablo. 1: Katılımcıların Demografik Bilgilerine İlişkin Dağılımı

Değişken		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	253	48.7
	Erkek	266	51.3
Kuşak	Sessiz Kuşak (1900-1945)	79	15.2
	Patlama Kuşağı (1946-1964)	100	19.3
	X Kuşağı (1965-1979)	107	20.6
	Y Kuşağı (1980-1999)	112	21.6
	Z Kuşağı (2000-2020)	121	23.3
Öğrenim durumu	Yalnız okuryazar	19	3.7
	İlköğrenim	160	30.8
	Ortaöğrenim	210	40.5

	Lisans	121	23.3
	Lisansüstü	9	1.7
Medeni durum	Evli	217	41.8
	Bekar	222	42.8
	Boşanmış/dul	80	15.4
Çalışma durumu	Evet	170	32.7
	Hayır	234	45.1
	Emekli	115	22.2
Aylık toplam gelir	1000 TL ve altı	92	17.7
	1001-1999	84	16.2
	2000-2999	113	21.8
	3000-3999	94	18.1
	4000-4999	65	12.5
	5000 TL ve üzeri	71	13.7
TOPLAM		519	100.0

3.2. Çevre Sorunlarına İlişkin Bilgi Kaynakları, Çevre ile İlgili Bir Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Durumu ve Çevre Eğitime Yönelik Görüşler

3.2.1. Çevre Sorunlarına İlişkin Bilgi Kaynakları ile Kuşaklar Arasındaki İlişki

Çalışmaya katılan bireylerin çevre sorunlarını öğrendiği bilgi kaynaklarının kuşaklara göre dağılımı incelendiğinde; televizyondan öğrendiğini belirtenlerin içinde eşit oranlarla patlama kuşağı ve X kuşağı %21.7 ile önde gelmektedir. Bunu yine eşit oranlarla %19.3 ile sessiz kuşak ve Z kuşağı, %18.2 ile Y kuşağı takip etmektedir. Radyo dinleyerek öğrendiğini belirtenlerin ise eşit oranlarla %27.5'ini patlama kuşağı ve X kuşağı, %17.5'ini sessiz kuşak, %15.0'ini Y kuşağı, %12.5'i ise Z kuşağı oluşturmaktadır. Aile- arkadaş gibi sosyal çevresinden yararlanarak öğrendiğini belirtenlerin %27.3'ü Z kuşağı, %21.4'ü patlama kuşağı ve Y kuşağı, %17.9'u X kuşağı ve %12.0'si sessiz kuşaktır. Çevre örgütlerinden öğrendiğini belirtenlerde ise %30.5 ile Y ve Z kuşağında olanlar önde gelirken, patlama kuşağında olanlar bireylerin %15.3'ünü, sessiz kuşak ve X kuşağında olanlar ise eşit oranlarla %11.9'unu oluşturmaktadır. Diğer olarak belirtilen sosyal medya, okul, internet ve gazete gibi bilgi kaynaklarından yararlanarak öğrendiğini belirtenlerde kuşaklar arasında giderek artan bir dağılım söz konusudur. Bu bilgi kaynaklarını %33.1 ile en çok Z kuşağının kullandığı, %2.2 ile de en az sessiz kuşağın kullandığı belirlenmiştir (Tablo 2).

Tablo. 2: Katılımcıların Çevre Sorunlarını Öğrendiği Bilgi Kaynaklarının Kuşaklara Göre Dağılımı

Kuşaklar	Bilgi Kaynakları									
	Televizyon		Radyo		Aile-arkadaş		Çevre örgütleri		Diğer*	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Sessiz Kuşak	72	19.3	7	17.5	14	12.0	7	11.9	4	2.2
Patlama Kuşağı	81	21.7	11	27.5	25	21.4	9	15.3	22	12.4
X Kuşağı	81	21.7	11	27.5	21	17.9	7	11.9	43	24.2
Y Kuşağı	68	18.2	6	15.0	25	21.4	18	30.5	50	28.1
Z Kuşağı	72	19.3	5	12.5	32	27.3	18	30.5	59	33.1
Toplam	374	100.0	40	100.0	117	100.0	59	100.0	178	100.0

* Sosyal medya, okul, internet, gazete gibi bilgi kaynaklarından yararlananlar

3.2.2. Çevre Sorunlarına İlişkin Bilgi Kaynakları ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Çalışmaya katılan bireylerin çevre sorunlarını öğrendiği bilgi kaynaklarının cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde; ilk sırada televizyon izleyerek çevre sorunlarını öğrendiğini belirtenler gelmektedir. Bu bireylerin %51.1'i erkek, %48.9'u kadındır. Radyo dinleyerek öğrenenlerin %60.0'ı, aile-arkadaş gibi sosyal çevresinden öğrenenlerin %43.6'sı, çevre örgütlerinden öğrenenlerin %47.5'i ve sosyal medya, okul, internet, gazete gibi bilgi kaynaklarından yararlanarak öğrenenlerin %51.7'si erkektir. Radyo dinleyerek öğrenenlerin %40.0'ı, aile-arkadaş gibi sosyal çevresinden öğrenenlerin %56.4'ü, çevre örgütlerinden öğrenenlerin %52.5'i ve sosyal medya, okul, internet, gazete gibi bilgi kaynaklarından yararlanarak öğrenenlerin % 48.3'ü ise kadındır (Tablo 3).

Tablo. 3: Katılımcıların Çevre Sorunlarını Öğrendiği Bilgi Kaynaklarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Bilgi Kaynakları	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Televizyon	183	48.9	191	51.1	374	100.0
Radyo	16	40.0	24	60.0	40	100.0
Aile-arkadaş	66	56.4	51	43.6	117	100.0
Çevre örgütleri	31	52.5	28	47.5	59	100.0
Diğer*	86	48.3	92	51.7	178	100.0

* Sosyal medya, okul, internet, gazete gibi bilgi kaynaklarından yararlananlar

3.2.3. Çevre Konusunda Bir Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Durumu ile Kuşaklar Arasındaki İlişki

Çalışmaya katılan bireylerin çevre konusunda bir sivil toplum kuruluşuna (STK) üye olma durumları kuşaklara göre incelendiğinde, üye olduğunu belirtenler arasında Z kuşağı (%33.3, 21 kişi) ilk sırada gelmektedir. Bireylerin %31.7'si Y kuşağında, %12.7'si X kuşağında, eşit oranlarla %11.1'i sessiz ve patlama kuşağında olduğu belirlenmiştir (Tablo 4).

Tablo. 4: Katılımcıların Çevre Konusunda Bir Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Durumunun Kuşaklara Göre Dağılımı

Sivil toplum kuruluşuna Üye Olma Durumu	Kuşak										Toplam	
	Sessiz kuşak		Patlama kuşağı		X kuşağı		Y kuşağı		Z kuşağı			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	7	11.1	7	11.1	8	12.7.	20	31.7	21	33.3	63	100.0
Hayır	72	15.8	10	20.4	8	21.7	15	20.2	14	21.9	456	100.0

3.2.4. Çevre Konusunda Bir Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Çalışmaya katılan bireylerin çevre konusunda bir sivil toplum kuruluşuna (STK) üye olma durumları cinsiyete göre incelendiğinde, STK'lara üye olduğunu belirtenlerin %55.6'sı kadın, %44.4'ü erkektir.

Tablo. 5: Katılımcıların Çevre Konusunda Bir Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Durumunun Cinsiyete Göre Dağılımı

Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Durumu	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	35	55.6	28	44.4	63	100.0
Hayır	218	47.8	238	52.2	456	100.0

3.2.5. Çevre Bilincinin Kazandırılmasına İlişkin Görüşler ile Kuşaklar Arasındaki İlişki

Çalışmaya katılan bireylerin çevre bilincinin nasıl kazandırılacağı sorusuna verdikleri cevaplar arasında; çevre bilincinin zorunlu eğitimle kazanılacağını düşünenler tüm kuşaklarda (sessiz kuşak %77.2, patlama kuşağı %65.0, X kuşağı %76.6, Y kuşağı %68.7, Z kuşağı %70.2) önde gelmektedir. Çevre bilincinin, aile ve çevre aracılığıyla kazanılacağını belirtenler ise sessiz kuşağın %21.5'ini, patlama kuşağının %15.0'ini ve X kuşağının %12.1'ini oluşturmaktadır. Y kuşağının %13.4'ü çevre bilincinin zorunlu eğitimle kazandırılmayacağını düşünürken, “Çevre bilinci aile, çevre ve zorunlu eğitimle birlikte kazanılır.” diyenler eşit oranlarla %11.6 ile Z ve Y kuşağını oluşturmaktadır (Tablo 6).

Tablo.6: Katılımcıların Çevre Bilincinin Kazandırılmasına İlişkin Görüşlerinin Kuşaklara Göre Dağılımı

Çevre Bilincinin Kazandırılmasına İlişkin Görüşler	Kuşak									
	Sessiz kuşak		Patlama kuşağı		X kuşağı		Y kuşağı		Z kuşağı	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Çevre bilinci, aile ve çevre aracılığıyla kazanılır.	17	21.5	15	15.0	13	12.1	14	12.5	14	11.6
Çevre bilinci zorunlu eğitimle kazandırılmaz.	-	-	10	10.0	8	7.5	15	13.4	14	11.6
Çevre bilinci zorunlu eğitimle kazanılır.	61	77.2	65	65.0	82	76.6	77	68.7	85	70.2

Çevre bilinci aile, çevre ve zorunlu eğitimle birlikte kazanılır.	-	-	-	-	-	-	2	1.8	2	1.7
Fikrim yok.	1	1.3	10	10.0	4	3.8	4	3.6	6	4.9
Toplam	79	100.0	100	100.0	107	100.0	112	100.0	121	100.0

3.2.6. Çevre Bilincinin Kazandırılmasına İlişkin Görüşler ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Katılımcıların çevre bilincinin kazandırılmasına ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde; çevre bilincinin zorunlu eğitimle kazanılacağını düşünen kadın (%73.5) ve erkekler (%69.1) ilk sırada yer almaktadır. Kadınların %11.5'i, erkeklerin ise %16.5'i “Çevre bilinci, aile ve çevre aracılığıyla kazanılır.” düşüncesini benimsedikleri görülmektedir (Tablo 7).

Tablo.7: Katılımcıların Çevre Bilincinin Kazandırılmasına İlişkin Görüşlerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Çevre Bilincinin Kazandırılmasına İlişkin Görüşler	Cinsiyet			
	Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%
Çevre bilinci, aile ve çevre aracılığıyla kazanılır.	29	11.5	44	16.5
Çevre bilinci zorunlu eğitimle kazandırılmaz.	24	9.5	23	8.6
Çevre bilinci zorunlu eğitimle kazanılır.	186	73.5	184	69.3
Çevre bilinci aile, çevre ve zorunlu eğitimle birlikte kazanılır.	2	0.8	2	0.7
Fikrim yok.	12	4.7	13	4.9
Toplam	253	100.0	266	100.0

3.3. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Sergileme Düzeyinin Kuşaklar ile İlişkisi

Çalışma kapsamındaki bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeyi ve alt boyutlarının kuşaklara göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonucuna göre, sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeyi kuşaklara göre farklılaşmaktadır ($p < 0.05$). Bu sonuca göre; H1 hipotezi kabul edilmiştir. Aynı durum sürdürülebilir tüketim davranışları 3 alt boyutu açısından da geçerlidir. Buna göre bireylerin kuşaklara göre “çevre duyarlılığı”, “ihtiyaç dışı satın alma” ve “tasarruf” davranışı sergileme düzeyleri arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0.05$) (Tablo 8).

Tablo. 8: Katılımcıların Kuşaklara Göre Sürdürülebilir Tüketim Ölçeği ve Alt Boyutları Ortalamalarına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Sürdürülebilir Tüketim ve Alt Boyutları		Kareler ortalaması	Serbestlik derecesi	Ortalamanın karesi	F	p
Çevre Duyarlılığı	Gruplar arası	537.834	4	134.459	5.697	.000*
	Grup içi	12131.661	514	23.602		
	Toplam	12669.495	518			
İhtiyaç Dışı Satın Alma	Gruplar arası	2670.049	4	667.512	41.527	.000*
	Grup içi	8262.055	514	16.074		
	Toplam	10932.104	518			

Tasarruf	Gruplar arası	1805.199	4	451.300	31.459	.000*
	Grup içi	7373.776	514	14.346		
	Toplam	9178.975	518			
Yeniden kullanma	Gruplar arası	13.282	4	3.320	.347	.846
	Grup içi	4911.878	514	9.556		
	Toplam	4925.160	518			
Sürdürülebilir Tüketim	Gruplar arası	11511.465	4	2877.866	27.738	.000*
	Grup içi	53328.204	514	103.751		
	Toplam	64839.669	518			

*p<0.05

Kuşaklara göre bulunan anlamlı farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesinde Tukey Testi'nden yararlanılmıştır. Testten elde edilen sonuçlara göre, sessiz kuşak, patlama kuşağı ve X kuşağının sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi, Y ve Z kuşaklarından daha yüksektir (p<0.05). Y ve Z kuşakları arasındaki ortalama farkları incelendiğinde ise, Y kuşağının sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyinin daha yüksek olduğu bulunmuştur (p<0.05).

Sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi alt boyutlarından “çevre duyarlılığı” davranışı sergileme düzeyinin kuşaklara göre farklılaşmasında farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığı incelendiğinde; patlama ve X kuşağının, Y ve Z kuşaklarına göre daha yüksek düzeyde çevre duyarlılığı sergileme davranışına sahip olduğu bulunmuştur (p<0.05). “İhtiyaç Dışı Satın Alma” alt boyutu incelendiğinde, sessiz kuşak, patlama kuşağı ve X kuşağının, Y ve Z kuşaklarından; Y kuşağının da, Z kuşağından daha yüksek düzeyde ihtiyaç dışı satın alma davranışı gösterdiği saptanmıştır (p<0.05). Son olarak “Tasarruf alt boyutu” ele alındığında; sessiz kuşağın, Z kuşağından daha yüksek; ancak, patlama ve X kuşağından daha düşük düzeyde tasarruf davranışı sergilediği bulunmuştur (p<0.05). Patlama ve X kuşağının tasarruf davranışı sergileme düzeyi, Y ve Z kuşaklarından da yüksektir (p<0.05). Bununla birlikte Y kuşağı, Z kuşağına göre daha yüksek düzeyde tasarruf davranışı sergilemektedir (p<0.05) (Tablo 9).

Tablo. 9: Katılımcıların Kuşaklara Göre Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Sergileme Düzeyi ve Alt Boyutları Ortalama Farklarına İlişkin Tukey-HSD Çoklu Karşılaştırma Testi

Sürdürülebilir Tüketim ve Alt Boyutları	Kuşak	Ort. farkı	Std. hata	p	
Çevre Duyarlılığı	Patlama kuşağı	Y kuşağı	2.19357	.66840	.010
		Z kuşağı	2.23298	.65657	.006
	X kuşağı	Y kuşağı	2.18675	.65675	.008
		Z kuşağı	2.22615	.64471	.005
İhtiyaç Dışı Satın Alma	Sessiz kuşak	X kuşağı	2.57222	.59472	.000
		Y kuşağı	4.52599	.58906	.000
		Z kuşağı	6.58134	.57992	.000
	Patlama kuşağı	Y kuşağı	2.90929	.55160	.000
		Z kuşağı	4.96463	.54183	.000
	X kuşağı	Y kuşağı	1.95377	.54198	.003
		Z kuşağı	4.00911	.53204	.000
	Y kuşağı	Z kuşağı	2.05534	.52570	.001

Tasarruf	Sessiz kuşak	Patlama kuşağı	-1.87025	.57013	.010
		X kuşağı	-1.60156	.56184	.037
		Z kuşağı	3.04917	.54786	.000
	Patlama kuşağı	Y kuşağı	2.69643	.52110	.000
		Z kuşağı	4.91942	.51188	.000
	X kuşağı	Y kuşağı	2.42774	.51202	.000
		Z kuşağı	4.65073	.50263	.000
	Y kuşağı	Z kuşağı	2.22299	.49664	.000
	Sürdürülebilir Tüketim	Sessiz kuşak	Y kuşağı	6.06612	1.49655
Z kuşağı			10.36489	1.47335	.000
Patlama kuşağı		Y kuşağı	7.78536	1.40138	.000
		Z kuşağı	12.08413	1.37658	.000
X kuşağı		Y kuşağı	6.16797	1.37695	.000
		Z kuşağı	10.46675	1.35170	.000
Y kuşağı		Z kuşağı	4.29878	1.33559	.012

p<0.05

3.4. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Sergileme Düzeyinin Cinsiyet ile İlişkisi

Çalışmaya katılan bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeyi ve alt boyutlarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesinde, İki Ortalama Arasındaki Farkın Anlamlılık Testi (t-testi) uygulanmıştır. Buna göre, kadın (\bar{X} =59.56) ve erkeklerin (\bar{X} =61.36) sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır (p>0.05). Dolayısıyla H2 hipotezi reddedilmiştir. Cinsiyetler arasındaki fark sürdürülebilir tüketim düzeyi alt boyutları açısından incelendiğinde ise, “ihtiyaç dışı satın alma” alt boyutunda ortalamalar arasındaki fark anlamlı bulunmuştur (p<0.05). Buna göre erkekler (\bar{X} =20.25), kadınlara (\bar{X} =18.89) göre daha fazla ihtiyaç dışı satın alma davranışı sergilemektedir (Tablo 10).

Tablo. 10: Katılımcıların Cinsiyete Göre Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Sergileme Düzeyi ve Alt Boyutları Ortalamalarına İlişkin T-testi Sonuçları

Sürdürülebilir Tüketim ve Alt Boyutları	Cinsiyet	n	Ort.	Std. sapma	t	p
Çevre Duyarlılığı	Kadın	253	15.11	4.87	-.333	.739
	Erkek	266	15.26	5.02		
İhtiyaç Dışı Satın Alma	Kadın	253	18.89	4.84	-3.412	.001*
	Erkek	266	20.25	4.25		
Tasarruf	Kadın	253	16.03	4.20	-.789	.431
	Erkek	266	16.32	4.22		
Yeniden Kullanma	Kadın	253	9.53	2.84	-.001	.999
	Erkek	266	9.53	3.30		
Sürdürülebilir Tüketim	Kadın	253	59.56	11.01	-1.836	.067
	Erkek	266	61.36	11.31		

*p<0.05

3.5. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Sergileme Düzeyinin Kuşaklar ve Cinsiyet ile İlişkisi

Çalışma kapsamındaki bireylerin cinsiyet ve kuşaklara göre sürdürülebilir tüketim davranışları incelendiğinde, kadın ve erkek katılımcıların kuşaklara göre farklı tüketim davranışları sergiledikleri görülmektedir. Kadınların sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeyleri Z kuşağında ($\bar{X}=50.29$) en düşük, X kuşağında ise en yüksektir ($\bar{X}=65.44$). Kadınlarda sürdürülebilir tüketim davranışları patlama kuşağından X kuşağına kadar artan bir eğilim sergilerken (sessiz kuşak: $\bar{X}=63.57$; patlama kuşağı: $\bar{X}=63.62$; X kuşağı: $\bar{X}=65.44$); X kuşağından sonraki Y kuşağı ($\bar{X}=51.49$) ve Z kuşağında giderek azalan bir seyir izlemektedir.

Erkek katılımcılarda, sürdürülebilir tüketim davranışının en yüksek düzeyde görüldüğü kuşak, kadın katılımcılardan farklı olarak patlama kuşağı ($\bar{X}=67.54$); en düşük düzeyde görüldüğü kuşak ise kadın katılımcılarla benzer şekilde Z kuşağıdır ($\bar{X}=55.91$). Erkek katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi patlama kuşağından sonra azalan bir eğilim göstermiştir (X kuşağı: $\bar{X}=62.56$; Y kuşağı: $\bar{X}=59.34$; Z kuşağı: $\bar{X}=55.91$)

Kuşaklar ve cinsiyete göre sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeyleri arasındaki fark istatistiksel olarak karşılaştırıldığında; sessiz kuşak, X ve Y kuşaklarında kadın ve erkek katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmazken ($p>0.05$); patlama ve Z kuşağındaki kadın ve erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışları arasındaki fark önemli bulunmuştur ($p<0.05$). H3 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre patlama kuşağındaki erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi ($\bar{X}=67.54$), aynı kuşaktaki kadınlardan ($\bar{X}=63.62$) daha yüksektir. Benzer durum Z kuşağı için de geçerlidir. Bu kuşaktaki erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi ($\bar{X}=55.91$), kadınlardan ($\bar{X}=50.29$) daha yüksek bulunmuştur (Tablo 11).

Tablo. 11: Katılımcıların Kuşaklara ve Cinsiyete Göre Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Sergileme Düzeyi Ortalamalarına İlişkin T-testi Sonuçları

Kuşak	n	Cinsiyet				Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	
		Kadın		Erkek		t	p
		\bar{X}	S.sapma	\bar{X}	S.sapma		
Sessiz Kuşak	79	63.57	6.95	64.15	10.94	-.282	.779
Patlama Kuşağı	100	63.62	8.33	67.54	7.64	-2.451	.016*
X Kuşağı	107	65.44	10.02	62.56	10.25	1.468	.145
Y Kuşağı	112	56.41	9.77	59.34	10.88	-1.503	.136
Z Kuşağı	121	50.29	11.08	55.91	12.18	-2.647	.009*

* $p<0.05$

4. TARTIŞMA

Farklı kuşaklardaki kadın ve erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının belirlenmesi amacıyla planlanan ve Ankara'nın Çankaya ilçesinde ikamet eden farklı kuşaklardaki 519 birey ile yürütülen çalışmanın sonuçlarına göre; katılımcıların %48.7'si kadın, %51.3'ü ise erkektir. Kuşaklara göre dağılımları incelendiğinde; %15.2'si "sessiz kuşak", %19.3'ü "patlama kuşağı", %20.6'sı "X Kuşağı", %21.6'sı "Y Kuşağı" ve % 23.3'ü ise "Z Kuşağı"nda bulunmaktadır. %40.5 ile ortaöğrenim mezunu olanlar önde gelmektedir. Katılımcıların %42.8'i bekar ve %41.8'i evlidir. %45.1 ile çalışmadığını belirtenler ilk sırada yer alırken; aylık toplam gelir açısından incelendiğinde; 2000-2999 TL arası aylık gelire sahip olanların %21.8 ile önde geldiği; bunu %18.1 ile 3000-3999 TL ve %17.7 ile 1000 TL ve altı aylık gelire sahip olanların izlediği sonucuna varılmıştır.

Çalışmaya katılan bireylerin çevre sorunlarını öğrendiği bilgi kaynakları kuşaklar açısından incelendiğinde; patlama ve X kuşağı eşit oranlarla en çok televizyon izleyerek (%21.7) ve radyo dinleyerek (%27.5), Z kuşağı en çok aile- arkadaş gibi sosyal çevresinden (%27.3), Y ve Z kuşağı ise eşit oranlarla çevre örgütlerinden (%30.5), Z kuşağı ise en çok sosyal medya, okul, internet ve gazete gibi bilgi kaynaklarını kullanarak (%33.1) çevre sorunlarını öğrendiği belirlenmiştir. Cinsiyet açısından incelendiğinde ise, erkek katılımcıların çevre sorunlarını öğrenmek için televizyon, radyo ve sosyal medya, okul, internet, gazete gibi bilgi kaynaklarını kullanmayı tercih ettiği, kadınların ise aile-arkadaş gibi sosyal çevreden ve çevre örgütlerinden çevre sorunlarını öğrendiği belirlenmiştir. Sarı ve Harta'nın (2018) çalışmasında ise Z, Y, X ve patlama kuşağındaki bireylerin bilgi/haber almak için en çok internetten yararlandığı, sessiz kuşağın ise televizyonu tercih ettiği belirlenmiştir.

Patlama ve X kuşağının televizyon izleyerek ve radyo dinleyerek çevre sorunlarını öğrendiği düşünüldüğünde, bireylerin yaşına bağlı olarak değişen fizyolojik ve psikolojik özelliklerine uygun şekilde konu hakkında bilgi düzeylerinin artırılmasına yönelik kitle iletişim araçlarında reklamların, kamu spotlarının ve programların yayınlanması veya sayılarının artırılması gerektiği söylenebilir. Görece daha genç nüfusta ise çevreyle ilgili farkındalıklarını artıracak etkinliklerine katılım teşvik edilmeli, özellikle Z kuşağının çevre sorunlarını öğrenip sürdürülebilir tüketim davranışlarını benimsemesi kendi geleceklere açısından daha büyük önem arz ettiği için kullandıkları bilgi kaynaklarına yönelik olarak çevre sorunları konusunda bilgilendirmeyi ve çözümler sunmayı hedefleyen çalışmalar yapılmalıdır.

Çevre konusunda bir sivil toplum kuruluşuna üye olma durumları incelendiğinde; bireylerin %12.1'inin üye olduğu belirlenmiştir. Bu oran oldukça düşük olmakla birlikte yapılan çalışmalarda da benzer şekilde sonuçlar elde edilmiştir. Oğuz, Çakıcı ve Kavas'ın (2011) çalışmasında, öğrencilerin yalnızca %17.4'ü; Ergen'in (2014) çalışmasında bireylerin yalnızca %6.7'si; Karalar ve Kiracı'nın (2010) öğretmenlerle yaptığı çalışmasında ise yalnızca %6.1'inin bir çevre kuruluşuna üye olduğu belirtilmiştir. Bu sonuçlara göre Türkiye'de bireylerin çoğunluğunun çevre konusunda bir sivil toplum kuruluşlarına üye olmadıkları açıkça görülmektedir. Çevre sorunlarının önlenmesi, çevrenin korunması gibi konularda çalışmalarda bulunan sivil toplum kuruluşlarına üye olunmasının teşvik edilmesi, özellikle bu kuruluşların yaptığı eğitimlere ve faaliyetlere katılımın sağlanması önem arz etmektedir.

STK'lara üye olma durumu kuşaklar ve cinsiyete göre incelendiğinde; en çok Z kuşağında üye olan bireyler bulunmaktadır. Bu beklenen bir bulgudur. Her ne kadar sessiz kuşağa doğru üye olma durumunda düzenli olarak azalma olmasa da, yaş arttıkça STK'lara üyeliğin azaldığı söylenebilir. Çalışmada cinsiyetlere göre bir karşılaştırma yapıldığında; STK'lara üye olduğunu belirten kadınlar önde gelmektedir (%55.6). Alanyazında kadınların çevresel sorunlara yönelik daha fazla ilgi gösterdiği (Autio ve Heinonen, 2004; Kollmuss ve Agyeman, 2002), genç insanların yaşlı insanlara kıyasla daha fazla sorumlu-çevreci davranışlarda bulunduğu (Hines, Hungerford ve Tomera, 1987) belirtilmiştir. Yine Zimmer, Stafford ve Stafferd (1994) ile Straughan ve Robert (1999) kadınların ve gençlerin, erkeklere ve yaşlılara göre daha çevre dostu olduğunu ifade etmişlerdir. Üstündağlı ve Güzeloğlu'nun (2015) üniversite öğrencileriyle yaptıkları çalışmada da kadınların, erkeklere göre daha 'yeşil' bir tutum ve davranış sergiledikleri sonucuna varılmıştır.

Çevre bilincinin zorunlu eğitimle kazanılacağını düşünenler tüm kuşaklarda, kadın ve erkek katılımcılarda önde gelmektedir. Benzer şekilde Oğuz, Çakıcı ve Kavas da (2011), öğrencilerin %93.4'ü çevre ile ilgili derslerin zorunlu olarak okutulmasından yana olduklarını belirtmişlerdir. İleri (1998), Şengül (2002) ve Örtün'ün (2009) çalışmalarında ise çevre bilincinin ve çevreye duyarlı tüketim davranışlarının kazanılmasında ilk olarak ailede eğitimin verilmesi, sonrasında örgün eğitimde devam etmesinin büyük önem taşıdığı sonucuna varılmıştır.

Çalışmaya katılan bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeyi kuşaklara göre farklılaşmaktadır ($p<0.05$). Bu nedenle H1 hipotezi kabul edilmiştir. Benzer durum sürdürülebilir tüketim davranışları 3 alt boyutu açısından da geçerlidir. Buna göre bireylerin kuşaklara göre "çevre duyarlılığı", "ihtiyaç dışı satın alma" ve "tasarruf" davranışı sergileme düzeyleri

arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0.05$). Sessiz kuşak, patlama kuşağı ve X kuşağının sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi, Y ve Z kuşaklarından daha yüksek; Y kuşağının sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi ise Z kuşağına göre daha yüksektir. Y ve Z kuşaklarından eğitimde kalma süreleri ve bilgiye erişim olanakları açısından çevreye karşı daha bilinçli ve duyarlı olmaları beklenirken, sürdürülebilir tüketim davranışı ölçek puanlarının düşük olması şaşırtıcı bir durumdur. Nitekim STK'ya en çok üye olan bireyler Z kuşağında bulunmaktadır. Bu sonuç, bireylerin STK'ya üye olarak çevreyi korumaya yönelik farkındalığının olmasına karşın, bunun davranışlarına yansımadağı şeklinde yorumlanabilir. Benzer şekilde Bulut, Çımrın ve Doğan'ın (2017) çalışmasında da kuşaklar arasında sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutlarda farklılaştığı, "ihtiyaç dışı satın alma" davranışlarının en çok patlama kuşağında, en az Z kuşağındaki bireylerde görüldüğü belirlenmiştir. Hines, Hungerford ve Tomera'nın (1987) çalışmasında ise gençlerin yaşlılara kıyasla daha fazla sorumlu-çevreci davranışlarda bulunduğu; Zimmer, Stafford ve Stafferd (1994) ile Straughan ve Robert'in (1999) çalışmalarında da gençlerin, yaşlılara göre daha çevre dostu olduğu sonucuna varılmıştır. İrge ve Karaduman'ın (2018) X ve Y kuşaklarının gönüllü sadelik algısıyla ilgili çalışmasında, sürdürülebilir tüketim eğiliminin X ve Y kuşaklarında farklılık göstermediği bulunmuştur. Budac (2014), Z kuşağındaki tüketicilerin ürünlerin çevresel etkilerini ve karbon ayak izlerini düşünerek hareket ettiklerini belirtmektedir.

Çalışmada patlama ve X kuşağı, Y ve Z kuşaklarına göre daha yüksek düzeyde çevre duyarlılığına sahipken, sessiz kuşak, patlama kuşağı ve X kuşağının, Y ve Z kuşaklarından; Y kuşağının da, Z kuşağından daha yüksek düzeyde ihtiyaç dışı satın alma davranışı gösterdiği saptanmıştır "Tasarruf" alt boyutunda ise, sessiz kuşağın, Z kuşağından daha yüksek; ancak, patlama ve X kuşağından daha düşük düzeyde tasarruf davranışı sergilediği bulunmuştur. Patlama ve X kuşağının tasarruf davranışı sergileme düzeyi, Y ve Z kuşaklarından da yüksektir. Bununla birlikte Y kuşağı, Z kuşağına göre daha yüksek düzeyde tasarruf davranışı sergilemektedir. Çevre duyarlılığı yüksek olan kuşakların, ihtiyaç dışı satın alma davranışının daha az olması beklenmekle birlikte bu durum, hedonik tüketimin bireylerin tüketim davranışlarını etkilemesiyle açıklanabilir. Tasarruf etme ise kuşaklara göre değişmektedir. Yaşa bağlı olarak davranışlarda düzenli olarak bir artış olmasa da yaşlı bireylerin gençlere göre daha fazla tasarruf davranışlarında bulunduğu söylenebilir. Bu durum, yaşlı bireylerin daha zor koşullarda doğması ve büyümesiyle açıklanabilir. Polat ve diğerlerinin (2019) fiziksel aktivite yapan ve yapmayan öğrencilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını incelediği çalışmasında, öğrencilerin yaşları arttıkça çevre duyarlılığı, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik davranışlarının arttığı ve ihtiyaç dışı satın alma davranışlarının azaldığı belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan bireylerin cinsiyetlerine göre sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeyleri açısından fark bulunmamıştır ($p > 0.05$). Bu nedenle H2 hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla kadınların ve erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeylerinin benzer şekilde olduğu söylenebilir. Bu bulguya paralel olarak Ay ve Zümrüt'ün (2005) çalışmasında da cinsiyet ile çevre bilinçli tüketiciler arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirtilmiştir. D'Souza ve diğerlerinin (2007) yeşil etiketlere olan tutumun cinsiyete göre değişmediği sonucuna varmıştır. Karalar ve Kiracı'nın (2010), Bulut, Çımrın ve Doğan'ın (2017) çalışmalarında ise kadınların, erkeklerden daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışları sergilediği sonucuna varılmıştır. Jonkute (2015) tarafından Litvanya'da yapılan araştırmaya göre, Litvanya tüketicilerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarının cinsiyetten de etkilendiği, kadınların sürdürülebilir tüketici olduğu belirlenmiştir. Alkibay'ın (2001) çalışmasında da kadınlar, erkeklere göre yeşil ürünlere daha fazla destek vermektedir. Üstündağı ve Güzeloğlu'nun (2015) üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmasında kadınların erkeklere göre daha 'yeşil' bir tutum ve davranış sergiledikleri belirlenmiştir. Autio ve Heinonen (2004) ve Kollmuss ve Agyeman'ın (2002) çalışmalarında da kadınların duygusal olarak çevresel sorunlara yönelik daha fazla katılım gösterdiği ifade edilmiştir. Zimmer, Stafford ve Stafferd (1994) ile Straughan ve Robert'in (1999) çalışmalarında kadınların, erkeklere göre daha çevre dostu olduğu sonucuna varılmıştır. Çabuk, Nakıboğlu ve Keleş'in (2008) çalışmasında kadınların, erkeklere göre daha fazla çevreye duyarlı ürünler satın alma eğiliminde olduğu belirtilmiştir. Şener ve

Hazer'in (2007) kadınlarla yaptıkları çalışmasında ise "Özaşkinlık" değerini benimseyen kadınların çevre dostu davranışta bulunma ihtimalinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Günay ve Oğuz'un (2012) çalışmasında ise erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışları yüksek olarak bulunmuştur.

Cinsiyetler arasındaki fark sürdürülebilir tüketim düzeyi alt boyutları açısından incelendiğinde, "ihtiyaç dışı satın alma" alt boyutunda kadın ve erkek davranışlarının farklılık gösterdiği görülmüştür ($p<0.05$). Buna göre erkek katılımcılar, kadınlara göre daha fazla ihtiyaç dışı satın alma davranışı sergilemektedir. Benzer şekilde Yaşar da (2017) çalışmasında erkeklerin, faydacı tüketim ve gösterişçi tüketim eğilimlerinin kadınlardan daha fazla olduğunu belirtmiştir. İsteklerin sınırsız olması, var olanla yetinmeme, teknolojiyi takip etme isteğinin, ihtiyaç dışı satın alma davranışlarına neden olduğu söylenebilir. Bulut, Çımrın ve Doğan'ın (2017) çalışmasında ise "yeniden kullanma" alt boyutunda kadın ve erkek katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunduğu, kadınların erkek katılımcılara göre daha fazla yeniden kullanma davranışı sergilediği, diğer alt boyutlarda ise istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmadığı; fakat kadınların ortalamalarının erkeklerden yüksek olduğu görülmüştür.

Çalışma kapsamındaki bireylerin cinsiyet ve kuşaklara göre sürdürülebilir tüketim davranışları birlikte incelendiğinde, kadın ve erkek katılımcıların kuşaklara göre farklı tüketim davranışları sergiledikleri görülmektedir ($p<0.05$). H3 hipotezi bu nedenle kabul edilmiştir. Patlama ve Z kuşağındaki kadın ve erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışları arasındaki fark önemlidir. Buna göre patlama kuşağındaki ve Z kuşağındaki erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi aynı kuşaklardaki kadınlardan daha yüksektir.

Kadınların sürdürülebilir tüketim davranışları sergileme düzeyleri Z kuşağında en düşük, X kuşağında ise en yüksektir. Kadınlarda sürdürülebilir tüketim davranışları sessiz kuşaktan X kuşağına kadar artan bir eğilim sergilerken; X kuşağından sonraki Y kuşağı ve Z kuşağında giderek azalan bir seyir izlemektedir. Erkek katılımcılarda, sürdürülebilir tüketim davranışının en yüksek düzeyde görüldüğü kuşak, patlama kuşağı; en düşük düzeyde görüldüğü kuşak ise Z kuşağıdır. Erkek katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeyi patlama kuşağından sonra azalan bir eğilim göstermiştir. Patlama, X, Y, Z kuşaklarında ülkenin refah seviyesinin giderek arttığı, yaşam kalitesinin yükseldiği, sosyal yaşamla ilgili bireylerin davranışlarının değiştiği, teknolojik imkanların arttığı bilinmektedir (Ayhün-Erden, 2013). Bu durumun kadın ve erkeklere yansımalarının farklı olduğu; dolayısıyla da sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutları temelinde farklılıklar yarattığı düşünülebilir. Özellikle Y ve Z kuşaklarındaki kadın ve erkeklerin önceki kuşaklara göre sürdürülebilir tüketim davranış sergileme düzeyinin azalmasının nedenlerine yönelik ileri çalışmalar yapılabilir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Sürdürülebilir tüketimin davranışlarının yaygınlaşması, sürdürülebilir pazarlamayı önemseyen işletmelerin sayıca artması, yeşil ürünlerin çeşitlenmesi ve fiyat olarak daha ulaşılabilir olması, toplumun ve bireylerin farkındalık ve bilincinin artmasıyla mümkün olmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir tüketim, çevreyi koruma, çevreye duyarlı davranış kalıplarının geliştirilmesini sağlamak amacıyla bu konudaki bilgi düzeylerini arttırmaya yönelik konuyla ilgili eğitimler verilmelidir. Verilecek bu eğitimlere küçük yaşlarda başlamak ve yaşam boyu devamlılığını sağlamak önemlidir. Eğitimlerin içerikleri ve yetkinlikleri bireylerin tutum ve davranışlarını da değiştirmeye yönelik olmalıdır. Sürdürülebilir tüketim davranışlarının benimsenmesi için çevre bilincinin oluşturulmasında, sürdürülebilir tüketim davranışını destekleyen alt yapı hizmetlerinin ve davranışa teşvik eden politikaların sunulmasında, gerekli koşulların sağlanarak, toplumda yaygın bir davranış haline gelmesinde, bu davranışların denetiminde ve yasal yaptırımında yerel yönetimlere, kamu kurum ve kuruluşlarına, sivil toplum örgütleri başta olmak üzere birçok kuruma farklı görevler düşmektedir. Sürekli artan nüfusa ve aşırı tüketime yönelik yaşam biçimine karşın dünyanın sınırlı kaynaklarının olduğu bilinciyle, toplumun tüm kesimlerinde yaşayan farklı kuşaklardaki ve cinsiyetteki bireylerin bu kaynakların olabildiğince etkin ve verimli olarak kullanması, kullanım sonucunda olabildiğince geri kazanımı ve yeniden kullanımının sağlanması için gerekli çaba gösterilmelidir.

6. KAYNAKLAR

- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., Eksili, N., (2014). “Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt.1, Sayı:19, 165-182.
- Aksu, C.K., Gelibolu, L., (2015). “Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketim Açısından Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, KAÜ İİBF Dergisi, Cilt.6, Sayı:9, 235-248.
- Alkibay, S., (2001). “Yeşil Pazarlama Faaliyetlerine Üniversite Öğrencilerinin İlgi Üzerine Bir Araştırma”, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:4, 76-93.
- Altuntuğ, N., (2012). “Toplumsal Olgulara Antropolojik Yaklaşım: Tüketimin Kültürel Boyutu”, 17. Ulusal Pazarlama Kongresi, 18-21 Ekim 2012.
- Atrek, B., Madran, C., (2017). “Tüketici Perspektifli Sürdürülebilir Tüketim Çalışmaları: Ulusal Alanyazındaki Çalışmalar Üzerine Sistemik Derleme Çalışması”, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Sayı:19, 1-31.
- Autio, M., Heinonen V., (2004). “To Consume or not to Consume? Young People’s Environmentalism in the Affluent Finnish Society”, Young, Vol.12, No:2, 137–153.
- Ay, C., Zümrüt, E., (2005). “Çevre Bilinçli Tüketiciler”, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı:10, 238-263.
- Aydın, H., (2016). “Çevreci Tüketicilerin Değer Temelli Bölümlendirilmesi: Çevreci Kadın Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma”, Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.4, No:2, 105-124.
- Aydın, H., Ünal, S., (2015). “A Study on the Effects of The Consumer Lifestyles on Sustainable Consumption”, Inquiry, Vol.1, No:2, 133-152.
- Ayhün-Erden, S., (2013). “Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları”, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt.2, Sayı:1, 93-112.
- Birleşmiş Milletler (BM) Gündem 21. http://arsiv.uclg-mewa.org/doc/rio-20_GrSon.pdf Erişim Tarihi: 14.11.2019.
- Budac, A. C., (2014). “Strategic Consideration on How Brands Should Deal With Generation Z”. Journal of Communication Management, No:66, 6–14.
- Bulut, Z.A., Kökalan Çımrın, F., Doğan, O., (2017), “Gender, Generation and Sustainable Consumption: Exploring the Behaviour of Consumers from Izmir, Turkey”, International Journal of Consumer Studies, No:41, 597–604.
- Buğday, E.B., Babaoğlu, M., (2016), “Bilinçli Tüketim Kavramının Boyutları: Bilinçli Tüketim Davranışının Yeniden Tanımlanması”, Sosyoekonomi, Cilt.24, Sayı:30, 187-206.
- Brown, P. M., Cameron, L. D., (2000). “What Can Be Done to Reduce over Consumption?”, Ecological Economics, Vol.32, No:1, 27-41.
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B., Keleş, C., (2008). “Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarının Sosyo Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt.17, Sayı:1, 85-102.
- Çelik, A.A., (2012). Tüketicilerin Değer Yapılarının, Demografik ve Psikografik Özelliklerinin Çevreye Duyarlı Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Dereli, B., Toruntay, H. (2015). “Örgütlerde Kuşakların İş Değerleri, Motivasyon ve Mentorluk Kavramlarına Dayalı Yönetimi”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, Tartışma Metinleri, <https://www.ticaret.edu.tr/uploads/dosyalar/921/orgut.pdf> Erişim Tarihi: 27.11.2019.

- Doğan, O., Bulut, Z. A., Kökalan Çımrın, F., (2015). “Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt.29, Sayı:4, 659-678.
- D’Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., Peretiatko, R. (2007). “Green Decisions: Demographics and Consumer Understanding of Environmental Labels”, International Journal of Consumer Studies, No:31, 371–376.
- Ergen, A., (2014). Maddi Değerler, Gönüllü Sade Yaşam Biçimi, Çevre Bilgisi: Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Açısından Bir Araştırma. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Günay, G., Oğuz, A. (2012). “Sustainable Development from The Family to The Society”, 2nd International Conference on Human and Social Sciences, (ICHSS’12) 23-24 March 2012, Tirana/ALBANIA.
- Hansen, U., Schrader, U., (1997). “A Modern Model of Consumption for a Sustainable Society”, Journal of Consumer Policy, Vol.20, No:4, 443-468.
- Hayta- Bayazıt, A., (2009). “Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketicinin Eğitiminin Rolü”, Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt.10, Sayı:3, 143-151.
- Hines, J.M., Hungerford H.R., Tomera A.N., (1987). “Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis”, The Journal of Environmental Education, Vol.18, No:2, 1-8.
- İleri, R., (1998). “Çevre Eğitimi ve Katılımın Sağlanması”, Ekoloji Dergisi, Sayı:28, 3-9.
- İrge, N. T., Karaduman, İ., (2018). “X ve Y Kuşaklarında Gönüllü Sadelik Algısının Tüketicinin Karar Tarzlarına Etkisi”, İşletme Araştırmaları Dergisi, Cilt.10, Sayı:3, 120-143.
- İzmirlioğlu, K., (2008). Konumlandırmada Kuşak Analizi Yardımıyla Tüketicinin Algılarının Tespiti: Türk Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Jonkute, G., (2015). "The Consumers' Approach to Sustainable Consumption and Production: A Case Study in Lithuania Environmental Research", Engineering and Management, Vol. 71, No: 4, 28-46.
- Kahvecioğlu, Y., (2004). Tüketim Toplumu, Çevresel Risk ve Türkiye, Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Karaca, Ş., (2018). “Yaşam Tarzının Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma”, İşletme Araştırmaları Dergisi, Cilt.10, Sayı:3, 403-425.
- Karalar, R., Kiracı, H., (2010). “Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma”, İşletme Araştırmaları Dergisi, Cilt.2, Sayı:2, 79-106.
- Karalar, R., Kiracı, H., (2011). “Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:30, 63-76.
- Kollmuss, A., Agyeman J. (2002). “Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What are the Barriers to Pro-Environmental Behavior?”, Environmental Education Research, Vol.8, No:3, 239-260.
- Lower, J., (2008). “Brace Yourself Here Comes Generation Y”, Critical Care Nurse, Vol.28, No:5, 80-85.
- Mont, O., Plepys, A. (2008). “Sustainable Consumption Progress: Should We Be Proud or Alarmed?”, Journal of Cleaner Production, Vol.16, No:4, 531-537.

- Odabaşı, Y., (2004). Post Modern Pazarlama: Tüketim ve Tüketici, İstanbul: MediaCat.
- Oğuz, D., Çakıcı, I., Kavas, S., (2011). “Environmental Awareness of Students in Higher Education”, Turkish Journal of Forestry, Vol.12, No:1, 34-39.
- Örten, T., (2009). “Yerel Yönetimlerin Bireysel Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarındaki Rolü”, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.35, Sayı:2, 197-204.
- Özdemir, Ö., (2013). Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarında Kişisel Değerlerin Rolü: Kadın Öğretim Elemanlarının Giysi Elden Çıkarma Davranışları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Özmehmet, E., (2012). “Dünyada ve Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları”, Journal of Yaşar University, Cilt.3, Sayı:12, 1853-1876.
- Polat, E., Akoğlu, H. E., Konak, O., Özen, G., (2019). “Fiziksel Aktivite Yapan ve Yapmayan Bireylerde Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının İncelenmesi”, Sporometre, Cilt.17, Sayı:2, 53-63.
- Saray, M. T., Güven, S., (2016). “Yeşil Pazarlama, Sürdürülebilirlik ve Tüketim Bilinci”, Tüketici Yazıları IV, 254-278.
- Sarı, E., Harta, G., (2018). “Kuşakların Tüketim ve Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Araştırma”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt.11, Sayı:61, 967- 980.
- Sarı, S., Topçuoğlu, F., (2019). “Kişilik Tiplerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt.24, Sayı:2, 159-169.
- Seyfang, G., (2005). “Shopping for Sustainability: Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship?”, Environmental Politics, Vol.14, No:2, 290-306.
- Straughan, R. D., Robert, J. A., (1999). “Environmental Segmentation Alternatives: a Look at Green Consumer Behavior in the New Millennium”, Journal of Consumer Marketing, Vol.16, No:6, 558-575.
- Stern, P. C., (2005). “Understanding Individuals’ Environmentally Significant Behavior”. ELR News and Analysis, 10785-10790.
- Şener, A., Hazer, O., (2007). “Değerlerin Kadınların Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bir Araştırma” Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-dergisi, 1-16.
- Şengül, M., (2002). “Çevre yönetimine Halk Katılımı Yolu Olarak Belediye Yönetimine Halk Katılımı”, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt.11, Sayı:2, 25-40.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, (2015). “Ortaokul Çevre Eğitimi Dersi Öğretim Programı”, https://kirikkale.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2015_08/27110659_evreeitimiretimprogram.pdf Erişim Tarihi: 27.11.2019.
- Thidell, A., (2011). Sustainable Consumption And Green Lifestyles – Definitions and Concepts. Background Material for the Workshop on Sustainable Consumption and Green Lifestyles of The Nordic Council of Ministers. <https://mst.dk/media/mst/68633/Background%20paper%20A%20-%20Session%201.pdf> Erişim Tarihi: 18.11.2019.
- Tuna, M. (2006). Türkiye’de Çevrecilik: Türkiye’de Çevreye İlişkin Toplumsal Eğilimler, Ankara: Nobel.
- Türk Dil Kurumu (TDK). <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 15.11.2019.
- Üste, R. B., (2005). “Yerel Yönetimlerde Demokratikleşme”, Türk İdare Dergisi, Sayı:448, 49-60.

- Üstündağlı, E., Güzeloğlu, E. B., (2015). “Gençlerin Yeşil Tüketim Profili Farkındalık Tutum ve Davranış Pratiklerine Yönelik Analiz”, Global Media Journal, Sayı:5, 341-362.
- Quinlan, M. L. (2009). Kadınlara Pazarlama. İstanbul: Mediacat.
- Yaşar, M., (2017). Hedonik ve Faydacı Tüketim Bağlamında Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Gençlerin Hedonik Tüketim Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Yüksekbilgili, Z., (2016). “Tüketici Karar Verme Tarzlarının Kuşaklara Göre Değerlendirilmesi”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.15, Sayı:59, 1392-1402.
- Yüzbaşıoğlu, S., (2012). “Kuşaklar X, Y, Z Diye Ayrıştı Pazarlamacıların Kafası Karıştı”, <https://www.dunya.com/ozel-dosya/isim-iletisim/kusaklar-x-y-z-diye-ayristi-pazarlamacilarin-kafasi-karisti-haberi-171279> Erişim Tarihi: 18.11.2019.
- Williams, K., Dair, C., (2007). “A Framework of Sustainable Behaviours That Can Be Enabled Through the Design of Neighbourhood Scale Developments”, Sustainable Development, Vol.15, No:3, 160-173.
- Zimmer, M.R., Stafford, T.M., Stafferd, M.R., (1994). “Green Issues: Dimensions of Environmental Concern”, Journal of Business Research, Vol.30, No:1, 63-74.

Research Article

Farklı Kuşaktaki Kadın ve Erkeklerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının İncelenmesi

Examination of the Sustainable Consumption Behaviours of Women and Men from Different Generations

<p>Selda Coşkuner AKTAŞ Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Aile ve Tüketici Bilimleri seldacoskuner@gmail.com https://orcid.org/0000-0003-4040-2939</p>	<p>Birgül ÇİÇEK Arş. Gör. Uzm. Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Aile ve Tüketici Bilimleri birgulaydin@hacettepe.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-3985-6637</p>
---	--

Extensive Summary

Sustainable consumption behavior is both production and consumption that meets the basic needs and ensures the use of goods and services that improve the quality of life, minimizes the use of natural resources, toxic substances, wastes and pollutants and does not jeopardize the needs of future generations (Thidell, 2011, s.2).

This study was planned to determine the sustainable consumption behaviors of men and women of different generations. The study was conducted on 519 individuals in the Çankaya district of Ankara. In this study, questionnaire technique was used as data collection tool. The questionnaire used consists of 2 sections. In the first section of the questionnaire, demographic information about the individuals who participated in the study (gender, generation, educational status, marital status, working status, sources of information on environmental problems, opinions on environmental education, etc.) were given. In the second section, Sustainable Consumption Behavior Scale (17 items) that was developed by Doğan, Bulut and Çımrın (2015) was used to measure sustainable consumption behaviors of the participants. The scale consists of 4 sub-dimensions: Environment (5 items), unneeded consumption (5 items), savings (4 items), and reusability (5 items). Among these dimensions, environment, savings and reusability have positive correlations with each other. The dimension of unneeded consumption, however, has negative correlations with the other dimensions.

Data collection was conducted between 29 May - 23 June 2017 with 519 individuals from different generations determined by Simple Random Sampling Method in Çankaya district of Ankara. The data obtained from the questionnaire were evaluated using SPSS software. The data related to the demographic and explanatory variables in the first part of the questionnaire were given in tables with frequency and percentages. In order to determine the relationship between sustainable consumption behavior and gender, One-Sample T Test was run. To examine the relationship between sustainable consumption behavior and generations, One Way Analysis of Variance (ANOVA) was performed. In cases where ANOVA results were statistically significant, Tukey Test was used to find means that were significantly different from each other. The results obtained from the analyzes were evaluated at 95% confidence interval and $\alpha = 0.05$ significance level.

According to the results of the study, those in “Generation Z,, secondary school graduates, singles, non-employed, monthly total income between 2000 and 2999 TL and male participants were the leading ones. Among the participants, 12.1% were members of a non-governmental organization

about environment. Although this ratio is quite low, similar results have been obtained from the prior research. Accordingly, Oğuz, Çakıcı and Kavas (2011) reported that 17.4% of the students in their study was the member of a non-governmental organization about environment. In Ergen's (2014) study, 6.7% of the participants, and the study conducted by Karalar and Kiracı (2010) with teachers, only 6.1% of the participants stated that they were members of an environmental organization. It is important to encourage individuals to be a member of non-governmental organizations about environment that work on issues such as prevention of environmental problems and protection of the environment, and especially to participate in the trainings and activities of these organizations. When the status of being a member of a non-governmental organization about environment was examined by generations and gender; women and those in the Z-generation were leading. Those who thought that environmental awareness will be gained through compulsory education were leading in all generations, and also between men and women.

The level of sustainable consumption behaviors of the participants varied according to the generations ($p < 0.05$). Therefore, H1 hypothesis was accepted. The level of sustainable consumption behaviors of the participants also varied according to the three sub-dimensions of sustainable consumption behaviors. Accordingly, the difference between the levels of "environment", "unnecessary consumption" and "savings" behaviors according to generations were statistically significant ($p < 0.05$). It was found that the silent generation, baby boomers and generation X exhibited higher sustainable consumption behavior than generation Y and generation Z. Also, generation Y exhibited higher sustainable consumption behavior than generation Z. While the Y and Z generations are expected to be more conscious and sensitive to the environment in terms of their durations in education and access to information, it is surprising that sustainable consumption behavior scale scores were low. As a matter of fact, the most members of a non-governmental organization about environment in the study were those in generation Z. This result can be interpreted as the attitudes are not always reflected in the behavior even though individuals have awareness of protecting the environment as a member of a non-governmental organization about environment, it does not reflect this behavior.

To the study results, there was no difference between the participants in terms of their level of sustainable consumption behaviors according to their gender ($p > 0.05$). Therefore, the hypothesis H2 was rejected. From this result, it can be said that the levels of sustainable consumption behaviors of men and women were similar in general. Similarly, in the study of Ay and Zümrüt (2005), there was no significant relationship between gender and environmentally conscious consumers. D'Souza et al. (2007) also concluded that the attitude towards green labels did not change by gender. However, Autio and Heinonen (2004), Kollmuss and Agyeman (2002) reported that women are more involved in emotional environmental problems than men. The difference between the genders was examined in terms of the sub-dimensions of the sustainable consumption level. According to the results, the mean difference between female and men for the sub-dimension of "unnecessary consumption" was found to be significant ($p < 0.05$). It suggested that males exhibited more unnecessary purchasing behavior than females.

The sustainable consumption behaviors of the individuals within the study were analyzed including both gender and generations. The results showed that that male and female participants exhibited different consumption behaviors according to the generations. Therefore, H3 hypothesis was accepted. While sustainable consumption behaviors among women showed an increasing tendency from silent generation to generation X; it followed a decreasing tendency in generation Y and "generation Z after generation X. However, the level of sustainable consumption behavior of male participants showed a declining tendency after the "Baby Boomers." This result can be interpreted as baby boomers, and the X, Y, Z generations has been more educational, social, and technological opportunities and changes than the generations before them (Ayhün-Erden, 2013). It can be suggested that the reflection of this situation on women and men would be different and therefore creates differences on the basis of sub-dimensions of sustainable consumption behavior. Further studies can be conducted on the reasons for the decrease in the level of sustainable consumption behavior of women and men in Y and Z generations compared to previous generations.

Individuals should be educated to increase their level of knowledge and awareness in order to ensure sustainable consumption, environmental protection, and development of environmentally sensitive behavior patterns. It is especially important to start that education at a young age and to ensure their lifelong continuity. The content and competencies of the education should be directed towards changing the attitudes and behaviors of individuals.