



Üniversite Öğrencilerinin Ekolojik Farkındalıkları İle Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Farklı Değişkenler Perspektifinden Karşılaştırılması: İnteraktif Bir Uygulama¹

Ali Çağlar ÇAKMAK

Doç. Dr. Bursa Teknik Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi
ali.cakmak@btu.edu.tr

Bekir ÖZKAN

Öğr. Gör. Kastamonu Üniversitesi Araç Rafet Vergili MYO
bekir.ozkan@windowslive.com.tr

Öz

Bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin ekolojik farkındalıklarının ve ekolojik ürün satın alma niyetlerinin belirlenmesidir. Bu amaç ile yaklaşık 100 farklı üniversiteden öğrenciler ile sosyal medya aracılığıyla anket yapılmıştır. Toplamda 768 öğrenci araştırmaya katılmıştır. Öğrencilerin çevresel farkındalıkları, yeşil tüketim konusundaki hassasiyetlerinden daha yüksek çıkmıştır. Ayrıca, öğrenciler ambalajlar üzerinde bulunan geri dönüştürülebilir işareti hakkında, geri dönüştürülmüş işareti göre daha fazla bilgi sahibidir. Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre çevresel farkındalıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Anket sorularına verdikleri cevaplara göre öğrenciler, çevresel farkındalığı yüksek ve düşük olarak iki gruba ayrılmış ve bu iki grubun yeşil tüketim alışkanlıkları MANOVA analizi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, çevresel farkındalığı yüksek olan öğrenciler, çevresel farkındalığı düşük olan öğrencilere göre daha fazla yeşil tüketim eğilimi göstermektedirler.

Anahtar Kelimeler: Çevresel Farkındalık, Yeşil Tüketim, Üniversite Öğrencileri, Burçlar, Manova Analizi

Comparison of Ecological Awareness and Green Consumption Habits of University Students by Different Variable Perspective: An Interactive Application

Abstract

That research's objective is to scrutinize the university students' ecological awareness and intention of buying ecological good. With that objective, via social media, the survey was conducted with students from approximately 100 different universities. 768 students participated into survey. The result of survey unearths that students' ecological awareness is more than the students' sensitivity of green consumption. Besides, students have more knowledge about the recyclable sign that is on the packages compare to recycled sign. The results show that the girls' ecological awareness is higher than boys'. According to students' answers on survey questions, students were divided into two groups which are low ecology awareness group and high ecology awareness group; and that two groups' green consumption habit was evaluated via MANOVA analysis. According to analysis results, the students who have high ecological awareness have more tendency on green consumption than the students who have less ecological awareness.

Keywords: Ecological Awareness, Green Consumption, University Students, Horoscopes, Manova.

¹ Bu çalışma 3. Uluslararası Çevre ve Ahlak Sempozyumu'nda özet bildiri olarak sunulmuştur.

Giriş

Yaşadığımız toplumun birer parçası, üyesi olarak içinde bulunduğumuz çevrenin, şehrin, ülkenin çevresel açıdan korunmasında sorumluluk sahibi olmalıyız. Bu sorumluluğu yerine getirirken dikkat etmemiz gereken en önemli hususlardan birisi de tüketim alışkanlıklarımızdır. Tüketimin söz konusu olduğu hemen hemen her alanda, belirli hususlara dikkat ederek bu sorumluluğu üstlenmemiz mümkündür. Bu dikkat de ekolojik bilince, farkındalığa sahip olmakla mümkün olabilecektir. Bütün bu olgular yeşil tüketim, yeşil pazarlama vb. gibi kavramları akla getirmektedir.

1970 ve 80'lerde çevre konularına olan ilgi giderek artmaya başlamıştır. Bunun bir sonucu olarak toplumsal pazarlama, yeşil pazarlama kavramını doğurmuştur. Yeşil pazarlama; müşteri ve toplumun ihtiyaçlarını kârlı ve sürdürülebilir biçimde tanımlama, yönlendirme ve tatmin etme sorumluluğunu taşıyan yönetim süreci olarak tanımlanır (Blythe, 2001: 305). Bu gelişmelerle birlikte yeşil pazarlamanın yanı sıra, yeşil ürün, yeşil tüketici vb. gibi kavramlar da yaygınlaşmaktadır. Artan çevre bilincinin, kayda değer bir oranda genişleyen yeşil (çevreci) ürün pazarıyla birlikte, tüketici davranışları üzerinde derin bir etkisi olmuştur. Son yıllarda çevrenin öneminin giderek artmasıyla birlikte, tüketiciler ürün tüketimini azaltmak yerine, alışlagelen alışveriş tercihlerinde çevre dostu alternatifleri aramaya başlamışlardır. Bunun sonucu olarak da yeşil tüketici kavramı ortaya çıkmıştır (Schlegelmilch, Bohlen ve Diamantopoulos, 1996: 37).

Bu olgulardan hareketle bu çalışmanın ana amacı, özellikle toplumumuzda büyük bir öneme sahip olan ve gelecek açısından önem arz eden üniversiteli gençlerin ekolojik farkındalıklarını ve ekolojik ürün satın alma niyetlerini belirlemektir. Bu amaçla hazırlanan anket, çeşitli üniversitelerde farklı bölümlerde eğitim gören öğrencilere ulaştırılmıştır.

Ekolojik Ürün (Yeşil Ürün), Yeşil Tüketim ve Yeşil Tüketici

Genel anlamda yeşil ürün, ekolojik bir ürün veya çevre dostu ürün olarak bilinmektedir (Chen ve Chai, 2010: 29). Başka bir tanıma göre yeşil ürün, çevreyi kirletmeyen, doğal kaynakları bitirmeyen, geri dönüştürülebilir veya korunabilen ürünlerdir (Shamdasani, Chon-Lin ve Richmond, 1993: 488-493). Geniş anlamda bir tanım yapmak gerekirse, yeşil ürün; geri dönüştürülebilir veya geri dönüştürülmüş ambalajların kullanıldığı, enerji tasarruflu (aynı işi gören diğerine göre daha az enerji tüketen), insan sağlığına (özellikle çocuklara) ve çevreye zarar vermeyen ürünler olarak tanımlanabilir. Blair'e (1992) göre yeşil (çevreci) ürünlerin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Nakıboğlu, 2003: 41).

© Global çevre problemlerini azaltma yeteneğine sahiptir,

© Enerji tasarrufu sağlar,



- ⊗ Kirlilik oluşturmaz,
- ⊗ Kolay tamir edilir,
- ⊗ Tekrar kullanılacak veya geri dönüşüm sağlanacak şekilde tasarlanır,
- ⊗ En az ambalajla üretilmiştir,
- ⊗ Yenilenebilen kaynaklardan üretilmiştir,
- ⊗ Güvenlik esasına dayalıdır,
- ⊗ Dağıtım maliyetlerini düşürmek için yerel kaynaklardan üretilmiştir,
- ⊗ Gerçek ve samimi insan ihtiyaçlarını tatmin etmek için tasarlanmıştır,
- ⊗ Etiketinde yeterli bilgi sunar,
- ⊗ İnsan sağlığına zararlı değildir,
- ⊗ Zararlı maddeler içermez,
- ⊗ Hayvanlar üzerinde test edilmemiştir.

Roarty (1997)'e göre yeşil tüketim kavramı ise kısaca ve özetle, yeşil ürün olarak ifade edilen ürünlerin tüketilmesi şeklinde tanımlanabilir. Çevreyi koruma standartlarına sahip ürünleri tüketen tüketicilerin sayısının artışı, yeşil tüketim bilincinin artan bir eğilim olduğunu göstermektedir.

Gilg vd. (2005) yeşil tüketimi; çevresel etkisi azaltılmış temizlik maddeleri gibi ürünleri satın alma, aerosollu ürünlerden kaçınma, geri dönüştürülmüş kâğıt ürünlerini (tuvalet kâğıdı ve yazı kâğıdı gibi) satın alma, organik ürünleri satın alma, yerel üretilmiş yiyecekleri satın alma, yerel bir mağazadan satın alma, yasalara uygun ürünleri satın alma, daha az ambalajın kullanıldığı ürünleri arama ve market poşeti kullanmak yerine kendine ait olan çantayı kullanma olarak tanımlamışlardır.

Yeşil tüketim kapsamında yapılmış farklı çalışmalar söz konusudur. Bu çalışmalardan birkaçı, farkındalık, tutum ve davranışları (Schlegelmilch, Bohlen ve Diamantopoulos, 1996; Chen ve Chai, 2010; Kim ve Choi, 2005; Tilikidou, 2005; Üstündağlı ve Güzeloğlu, 2015; Karaca, 2013) belirlemeye yönelik iken, içecek (Birgelen, Semejin ve Keicher, 2009; Barber, 2010) yiyecek (Arvola vd., 2008; Tobler, Visschers ve Siegrist, 2011; Kızıloğlu, Kızılaslan ve Gökçe, 2013) ve turizm (Hedlund, 2011) gibi pek çok farklı alanda da uygulama söz konusudur.

Yeşil ürün ve yeşil tüketim kavramlarından sonra yeşil tüketici kavramı kısaca şu şekilde tanımlanabilir: Yeşil tüketici; yeşil ürün olarak tanımlanan ürünleri tüketen veya yeşil tüketim eylemini gerçekleştiren tüketicidir. Nakıboğlu'na (2003) göre yeşil tüketici; satın alma davranışlarının her aşamasında, çevreye karşı duyarlı ve çevre bilinciyle hareket eden, sürdürülebilir çevre şartlarının sağlanabilmesi için satın alma gücünü ve



tüketici haklarını kullanan, içinde bulunduğu toplum ve gelecek nesillerin yaşama ortamına karşı sorumlu olduğunu düşünen bireylerdir.

Yeşil tüketici; genel olarak, çevre dostu davranışları benimseyen, standart ürünlerden ziyade yeşil ürünleri satın alan kimseler olarak tanımlanır (Shamdasani, Chon-Lin ve Richmond, 1993: 488-493).

Ekolojik Farkındalık

Farkındalık konusu Psikoloji ve Pazarlama bilim dallarında farklı şekillerde ele alınabilmektedir. TDK'da Farkındalık, "farkında olma durumu" şeklinde, farkında olmak da "görülmesi veya bilinmesi gereken şeylerden haberi bulunmak, kavranması gereken bir şeye dikkat etmek" olarak açıklanmaktadır (TDK, Güncel Türkçe Sözlük, http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.586a93624662e9.53028980). Pazarlamada farkındalık iki farklı konuyla karşımıza çıkmaktadır. İlk olarak, yeni ürün alım sürecinde benimseme aşamalarından ilkinin farkındalık olduğu belirtilmektedir. Bu bakımdan farkındalık; tüketicinin, hakkında bilgi eksikliği olmasına rağmen yeni ürünün farkına varması olarak tanımlanmaktadır. Tüketicinin yeni ürün benimseme sürecinin aşamaları; farkındalık, ilgi, değerlendirme, deneme ve benimseme olarak 5 aşama şeklinde sıralanmaktadır (Kotler, 2014: 179; Peter and Olson, 2010: 193; Hawkins and Mothersbaugh, 2010: 251). İkinci olarak etkin pazarlama iletişimi geliştirmenin basamakları konusunda yer alan alıcı hazır bulunuşluk aşamalarının ilki de farkındalıktır. Alıcı hazır bulunuşluk aşamaları, tüketicilerin ürünleri satın almaya doğru giderken izledikleri yol olarak ifade edilmektedir. Satın almaya giden yoldaki aşamalar sırasıyla; farkındalık, bilgi, hoşlanma, tercih etme, ikna ve satın almadır (Kotler, 2014, 436). Marka farkındalığı, kullanım farkındalığı... gibi farklı konularda farkındalık türlerinden söz edilebilir. Çevresel konular ile ilgili olarak farkında olma durumu çevresel farkındalık ya da ekolojik farkındalık olarak tanımlanabilmektedir. Tüketicilerin yeşil ürünlere yönelmesinin sağlanması için öncelikle ürünlerin çevre dostu yönleri hakkında bilgi ve farkındalık yaratılması gerekmektedir. Yeşil etiketler (eko-etiket) bu amaç doğrultusunda kullanılan önemli araçlar olarak gösterilmektedir (Ofaş ve Göçer, 2015: 216). Çevreye yönelik daha fazla farkındalığı olan insanların kişisel kontrol düzeylerinin daha fazla olduğu da belirtilmiştir. Dolayısıyla farkındalık, doğrudan davranışlar üzerinde etkili olmasa da davranışları etkileyen faktörlerin belirlenmesinde önemli bir indikatör görevi görmektedir (Üstündağlı ve Güzeloğlu, 2015: 344). Modern batı pazar ekonomilerinde eko-farkındalığın (ekolojik farkındalık) artmasına rağmen, hala ekolojik odaklı tüketim tarzlarının yaygınlaşmasının önünde önemli engeller olduğu bilinmektedir. Birçok tüketici araştırmasında yer aldığı üzere bu engeller genellikle yeşil tüketimin motivasyonel ve pratik karmaşıklığına dayandırılmaktadır (Moisander, 2007: 1).



Çevresel farkındalık literatürü incelendiğinde, bireysel düzeyde çevresel sorunlar ile ilgili tam olarak bilgi sahibi olunmadığı, hem toplumsal hem de bireysel olarak yeteri kadar önlem alınamadığı ve yeterli ölçüde bilinçlendirme çalışmalarının yapılamadığı sonuçları gözlemlenmektedir. Ancak yine de son yıllarda gençlerin özellikle de farklı düzeylerde öğrenci gruplarının çevreye yönelik farkındalıklarına ve tutumlarına odaklanan çevre eğitimi araştırmalarında önemli ölçüde artış görülmektedir (Tunç, Ömer ve Düren, 2012: 230).

Metodoloji

Araştırmanın Amacı

Tüketim eylemi söz konusu olduğunda, özellikle bilinçli tüketimden söz edildiğinde üniversite öğrencilerinin bu konudaki duyarlılıkları önem arz etmektedir. Bilinçli tüketim çerçevesinde ele alınabilecek yeşil tüketim olgusuna karşı üniversite öğrencilerinin bilgi seviyesi ve yeşil tüketim eylemleri üzerinde dikkatle durulması gereken konulardan biridir. Buradan hareketle bu çalışmanın ana amacı; üniversite öğrencilerinin ekolojik farkındalıklarının belirlenmesi ve ekolojik (yeşil) ürünleri satın alma niyetlerinin ortaya çıkarılmasıdır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, farklı üniversitelerde eğitim gören üniversite öğrencilerinin ekolojik farkındalıklarını ve ekolojik ürünleri satın alma niyetlerini belirlemek amacıyla yapılmış uygulamalı bir çalışmadır. Bu ölçümün yapılması amacıyla hazırlanan anket, üniversite öğrencilerine sosyal medya, mail vb. yollarla ulaştırılmıştır. Bu tür anket uygulamaları, yüz yüze anket çeşitlerinden bilgisayar destekli anket olarak değerlendirilmektedir (Gegez, 2007: 99). Araştırma sonucunda 768 anket değerlendirmeye alınmış ve analiz için kullanılmıştır.

Çalışma için hazırlanan anket formunda kullanılan ifadeler oluşturulurken, Schwegker ve Cornwell (1991), Bohlen vd. (1993), Gilg vd. (2005), Roberts ve Bacon (1997) ve Kuduz'un (2011) yaptıkları çalışmalardan faydalanılmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilere çevresel duyarlılıkları ile ilgili 14 ifade ve ikinci bölümde yeşil tüketim alışkanlıkları (ekolojik ürün satın alma niyetleri) ile ilgili 11 ifade yöneltilmiştir. Verilen ifadelere ilişkin (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde yanıtlar istenmiştir. İki bölümden oluşan söz konusu anket formunun iki bölümü arasında ise, ambalajın geri dönüştürülebilir malzemeden olduğunu gösteren ve ürünün geri dönüştürülmüş maddeden elde edildiğini gösteren iki ifadeye ilişkin öğrencilerden yanıt istenmiştir.



Bulgular

Araştırma sonucunda öğrencilere yönelik elde edilen demografik veriler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Yaş	Frekans	(%)	Cinsiyet	Frekans	(%)
18	46	6,0	Erkek	299	38,9
19	135	17,6	Kız	469	61,1
20	228	29,7	Toplam	768	100
21	168	21,9			
22	98	12,8	Gelir (TL)	Frekans	(%)
23	36	4,7	300 ve altı	62	8,1
24 ve üzeri	57	7,3	301-400	215	28
Toplam	768	100	401-600	133	17,3
Ortalama Yaş	20,82		601-999	65	8,5
			1000 ve üzeri	113	14,7
Eğitim Durumu	Frekans	(%)	Belirtmeyen	180	23,4
Ön Lisans 1. Sınıf	133	17,3	Toplam	768	100
Ön Lisans 2. Sınıf	157	20,4			
Lisans 1. Sınıf	170	22,1	Öğrenim Türü	Frekans	(%)
Lisans 2. Sınıf	167	21,7	Normal Öğretim	555	72,3
Lisans 3. Sınıf	88	11,5	İkinci Öğretim	204	26,6
Lisans 4. Sınıf	35	4,6	Diğer	9	1,2
Yüksek Lisans ve Üstü	17	2,2	Toplam	768	100
Toplam	768	100			
Burçlar					
Burç	Frekans	(%)	Burç	Frekans	(%)
Koç	65	8,5	Terazi	77	10,0
Boğa	62	8,1	Akrep	58	7,6
İkizler	55	7,2	Yay	40	5,2
Yengeç	89	11,6	Oğlak	63	8,2
Aslan	72	9,4	Kova	57	7,4
Başak	74	9,6	Balık	56	7,3
			Toplam	768	100



Araştırmaya katılan öğrencilerin eğitim gördükleri üniversitelere ilişkin istatistikler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Öğrencilerin Eğitim Gördükleri Üniversiteler

Üniversite	Frekans	(%)	Üniversite	Frekans	(%)
Hacettepe Ü.	9	1,2	Mustafa Kemal Ü.	7	0,9
Bülent Ecevit Ü.	21	2,7	Cumhuriyet Ü.	2	0,3
Kastamonu Ü.	114	14,8	Karadeniz Teknik Ü.	5	0,7
Karabük Ü.	19	2,5	Toros Ü.	1	0,1
Selçuk Ü.	24	3,1	Artvin Çoruh Ü.	2	0,3
On Dokuz Mayıs Ü.	24	3,1	Kırklareli Ü.	2	0,3
Gazi Ü.	8	1,0	Tunceli Ü.	1	0,1
Süleyman Demirel Ü.	20	2,6	Fırat Ü.	2	0,3
Giresun Ü.	14	1,8	Batman Ü.	2	0,3
Erciyes Ü.	4	0,5	Trakya Ü.	2	0,3
Kocaeli Ü.	22	2,9	Bitlis Eren Ü.	1	0,1
Ahi Evran Ü.	18	2,3	Mehmet Akif Ersoy Ü.	3	0,4
Çukurova Ü.	57	7,4	İskenderun Teknik Ü.	9	1,2
Gaziosmanpaşa Ü.	100	13,0	Boğaziçi Ü.	1	0,1
Gümüşhane Ü.	25	3,3	Ankara Ü.	2	0,3
Uludağ Ü.	8	1,0	Gaziantep Ü.	3	0,4
Yüzüncü Yıl Ü.	15	2,0	Avrasya Ü.	7	0,9
Osmaniye Korkut Ata Ü.	13	1,7	Sakarya Ü.	1	0,1
Niğde Ü.	6	0,8	Kahramanmaraş S. İ. Ü.	2	0,3
Adıyaman Ü.	9	1,2	Aksaray Ü.	1	0,1
Afyon Kocatepe Ü.	10	1,3	Bartın Ü.	7	0,9
Dokuz Eylül Ü.	1	0,1	Abant İzzet Baysal Ü.	3	0,4
Atatürk Ü.	10	1,3	Fatih Sultan Mehmet Ü.	1	0,1
Şifa Ü.	12	1,6	Necmettin Erbakan Ü.	1	0,1
Pamukkale Ü.	1	0,1	Çanakkale 18 Mart Ü.	4	0,5
Amasya Ü.	3	0,4	Kilis 7 Aralık Ü.	1	0,1
Muğla Sıtkı Koçman Ü.	4	0,5	Uşak Ü.	3	0,4
Akdeniz Ü.	5	0,7	Yakın Doğu Ü.	1	0,1
Karamanoğlu M. B. Ü.	13	1,7	Doğu Akdeniz Ü.	1	0,1
Celal Bayar Ü.	2	0,3	Bandırma 17 Eylül Ü.	1	0,1
Mardin Artuklu Ü.	9	1,2	Uluslararası Kıbrıs Ü.	1	0,1
Balıkesir Ü.	1	0,1	Düzce Ü.	2	0,3
Bingöl Ü.	5	0,7	İzmir Kâtip Çelebi Ü.	1	0,1
Galatasaray Ü.	1	0,1	Kırıkkale Ü.	7	0,9
Anadolu Ü.	7	0,9	Mersin Ü.	7	0,9
Bayburt Ü.	2	0,3	Hitit Ü.	2	0,3
Dumlupınar Ü.	3	0,4	İstanbul Kemerburgaz Ü.	1	0,1
İstanbul Teknik Ü.	1	0,1	Kafkas Ü.	2	0,3
Erzincan Ü.	2	0,3	Iğdır Ü.	2	0,3
Marmara Ü.	2	0,3	Muş Alparslan Ü.	1	0,1
İstanbul Ü.	4	0,5	Ordu Ü.	2	0,3
İstanbul Gelişim Ü.	1	0,1	İstanbul Arel Ü.	1	0,1
Adnan Menderes Ü.	5	0,7	Ardahan Ü.	1	0,1
İpek Ü.	1	0,1	Nevşehir Hacı Bektaş V Ü.	2	0,3
Yıldırım Beyazıt Ü.	2	0,3	Haliç Ü.	1	0,1
Recep Tayyip Erdoğan Ü.	3	0,4	İstanbul Aydın Ü.	2	0,3
Çankırı Karatekin Ü.	2	0,3	Yeni Yüzyıl Ü.	1	0,1
Harran Ü.	3	0,4	Plato Meslek Yüksekokulu	1	0,1



Üniversite Öğrencilerinin Ekolojik Farkındalıklarının ve Ekolojik Ürün Satın Alma Niyetlerinin Ölçülmesi: İnteraktif Bir Araştırma

Yalova Ü.	5	0,7	Augusta Technical Collage	1	0,1
Bilecik Şeyh Edebali Ü.	1	0,1	Toplam	768	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin okudukları fakülte, myo, yüksekokul bilgilerine ilişkin istatistikler Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Okudukları Fakülte/Myo/Yüksekokul Bilgileri

Fakülte/MYO/Yüksekokul	Frekans	(%)	Fakülte/MYO/Yüksekokul	Frekans	(%)
İlahiyat F.	47	6,1	Sağlık Yüksekokulu	20	2,6
Eğitim F.	138	18,0	Hukuk F.	16	2,1
Mühendislik F.	66	8,6	Teknoloji F.	4	0,5
İnsan ve Toplum Bilimleri F.	2	0,3	İletişim F.	4	0,5
İİBF	71	9,2	Sağlık Bilimleri F.	11	1,4
MYO	282	36,7	Mimarlık F.	2	0,3
Fen Edebiyat F.	45	5,9	Yer Bilimleri F.	1	0,1
Ziraat F	13	1,7	Fen F.	2	0,3
Tıp F.	5	0,7	Yüksekokul	19	2,5
Edebiyat F.	12	1,6	Eczacılık F.	7	0,9
Diş Hekimliği F.	1	0,1	Toplam	768	100,0

Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Çevresel Farkındalıklarının ve Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Ölçümü

Çevresel farkındalığa ilişkin öğrencilere yöneltilen 14 ifadeye öğrencilerin verdiği cevapların ortalamaları Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Çevresel farkındalığa yönelik ifadelerle ilişkin ortalamalar

KOD	İFADELER	AO ¹	ST SPMA
ÇF1	Yaşadığım şehirdeki kirlilik miktarı beni endişelendirir	4,07	1,169
ÇF2	Sokaklarda ve parklarda çöp görmek beni üzer	4,49	0,974
ÇF3	Çöp atan birini görmek beni sinirlendirir	4,24	1,131
ÇF4	Dışarıda çöp atan birini görürsem uyarırım	3,42	1,166
ÇF5	Dışarıda yerde bir çöp görürsem alırım çöpe atarım	3,64	1,152
ÇF6	Çevresel problemleri azaltmak için sıkı küresel tedbirler alınmalıdır	4,39	1,004
ÇF7	Çevre, günümüz toplumunun karşı karşıya olduğu en önemli konulardan biridir	4,36	0,997
ÇF8	Çevrenin korunması ihtiyacını hepimiz fark etmedikçe, gelecek nesiller bunun acısını çekecektir	4,53	0,944
ÇF9	Herkes günlük yaşamında çevrenin korunması konusunda sorumludur	4,48	0,985



ÇF10	Bireysel olarak herkes çevrenin korunmasına yardımcı olabilir	4,49	0,936
ÇF11	Dişlerimi fırçalarken musluğu kapatırım	4,15	1,080
ÇF12	Sabunlanırken musluğu kapatırım	3,55	1,245
ÇF13	Gereksiz yanan lambaları kapatırım	4,17	1,048
ÇF14	Kullanmadığım elbiselerimin ihtiyacı olanlara ulaştırılmasını sağlarım	3,80	1,143
	GENEL ORT	4,13	

¹1-Kesinlikle Katılıyorum, 2-Katılıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmaya katılan öğrencilerin çevresel konularla ilgili farkındalıklarına, duyarlılıklarına bakıldığında 14 ifadeye verilen yanıtların ortalamasının 4,13 olduğu görülmektedir. Bu ifadelerden öğrencilerin en fazla duyarlılık gösterdiği durum “**çevrenin korunması ihtiyacını hepimiz fark etmedikçe, gelecek nesiller bunun acısını çekecektir**” ifadesidir. Öğrenciler 14 ifadeden 10 tanesine 4’ün üzerinde ortalamayla yanıt vermişlerdir. 4 ifadede ise ortalamalar 4’ün altındadır. Elde edilen sonuçlara göre; öğrenciler sokaklarda çöp görünce üzülmemekte, çöp atan birini görünce sinirlenmemekte; ancak dışarıda gördükleri bir çöpü alıp çöpe atmak ve çöp atan birini uyarmak konusunda bu kadar hassas davranmamaktadırlar.

Öğrencilere yöneltilen, yeşil tüketim alışkanlıkları ile ilgili 11 ifadeye ilişkin ortalamalar Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Yeşil Tüketime Yönelik İfadelere İlişkin Ortalamalar

KOD	İFADELER	AO ¹	ST SPMA
YT1	Bir şeyler satın alırken, aldığım şeylerin çevreyi ve diğer kişileri nasıl etkileyeceğini bilmek isterim	3,65	1,158
YT2	Eğer mümkünse, çevre açısından güvenli olduğunu bildiğim ürünleri satın alırım	3,71	1,141
YT3	Doğada çabuk kaybolmayan, sürekli çevreyi kirletecek paketteki aynı ürünü satın almak yerine; doğada kaybolan, çevreyi kirletmeyecek paketini satın almayı tercih ederim	3,64	1,168
YT4	Geri dönüşümlü olmayan bir ambalajdaki aynı ürünü satın almak yerine; geri dönüşümlü bir ambalajdaki ürünü satın almayı tercih ederim	3,66	1,187
YT5	Daha az sıklıkta, aynı ürünün daha büyük pakette olanını satın almak isterim	3,65	1,212
YT6	Eğer daha az katı atık manasına gelecekte, farklı şekillerde tasarlanmış ürünleri satın almayı tercih ederim	3,68	1,091
YT7	Eğer gereksiz yere plastik ve kâğıt kullanılmadığını bilirimse, daha az çekici olarak ambalajlanmış olsa da, o ürünü tercih ederim	3,68	1,143
YT8	Tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu gibi ürünlerin, geri dönüştürülmüş kâğıttan yapılmış olanlarını satın alırım	3,39	1,216
YT9	Kâğıt, cam, pet şişe, pil vs. gibi atıkları ayrıştırarak atarım	3,44	1,227
YT10	Gereksiz kâğıt kullanımını önlemek için, faturalarımın e-posta ile gelmesini isterim	3,56	1,313
YT11	Genel olarak müsrif (israf eden) biri olduğum söylenebilir	2,31	1,360
	GENEL ORT	3,49	

¹1-Kesinlikle Katılıyorum, 2-Katılıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum



Yeşil tüketim konusunda öğrencilerin verdiği yanıtlara bakıldığında genel ortalamanın 3,49 olduğu, bununla birlikte hiçbir ifadenin ortalamasının 4'ün üzerinde olmadığı görülmektedir. Yeşil tüketim konusunda öğrenciler, özellikle uygulanma bakımından en gerçekleştirilebilir olan ifadeler olarak tanımlanabilecek 3 ifadeye (YT8, YT9, YT10) düşük ortalamalarla katılmışlardır. Bununla birlikte, ortalamalara bakıldığında öğrencilerin kendilerini müsrif (israf eden) olarak görmedikleri sonucu ortaya çıkmaktadır.



Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Burçlarına Göre Çevresel Farkındalıklarının ve Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Ölçümü

Tablo 6. Öğrencilerin Burçlarına Göre Çevresel Farkındalığa Yönelik İfadelere İlişkin Ortalamalar

KOD	İFADELER	Koç	Boğa	İkizler	Yengeç	Aslan	Başak	Terazi	Akrep	Yay	Oğlak	Kova	Balık
ÇF1	Yaşadığım şehirdeki kirlilik miktarı beni endişelendirir	3,92	4,03	4,05	4,15	3,78	4,28	4,14	3,90	4,10	3,97	4,32	4,25
ÇF2	Sokaklarda ve parklarda çöp görmek beni üzer	4,35	4,37	4,64	4,45	4,32	4,76	4,44	4,19	4,73	4,56	4,53	4,71
ÇF3	Çöp atan birini görmek beni sinirlendirir	4,31	4,29	4,29	4,22	4,00	4,51	4,10	3,90	4,50	4,30	4,32	4,21
ÇF4	Dışarıda çöp atan birini görürsem uyarırım	3,42	3,61	3,33	3,39	3,28	3,36	3,44	3,29	3,53	3,33	3,44	3,64
ÇF5	Dışarıda yerde bir çöp görürsem alır çöpe atarım	3,72	3,74	3,55	3,64	3,47	3,55	3,69	3,40	3,75	3,57	3,89	3,82
ÇF6	Çevresel problemleri azaltmak için sıkı küresel tedbirler alınmalıdır	4,29	4,47	4,42	4,35	4,19	4,55	4,39	4,05	4,45	4,54	4,49	4,57
ÇF7	Çevre, günümüz toplumunun karşı karşıya olduğu en önemli konulardan biridir	4,28	4,42	4,40	4,25	4,33	4,22	4,36	4,10	4,55	4,38	4,63	4,59
ÇF8	Çevrenin korunması ihtiyacını hepimiz fark etmedikçe, gelecek nesiller bunun acısını çekecektir	4,42	4,56	4,62	4,40	4,38	4,64	4,53	4,34	4,60	4,63	4,74	4,64
ÇF9	Herkes günlük yaşamında çevrenin korunması konusunda sorumludur	4,42	4,55	4,51	4,49	4,39	4,55	4,35	4,17	4,75	4,56	4,60	4,59
ÇF10	Bireysel olarak herkes çevrenin korunmasına yardımcı olabilir	4,38	4,55	4,51	4,45	4,36	4,66	4,52	4,21	4,58	4,51	4,58	4,57
ÇF11	Dişlerimi fırçalarken musluğu kapatırım	4,15	4,31	4,24	4,04	4,08	4,14	4,27	3,90	4,00	4,25	4,21	4,14
ÇF12	Sabunlanırken musluğu kapatırım	3,25	3,65	3,76	3,53	3,69	3,35	3,57	3,41	3,40	3,71	3,82	3,52
ÇF13	Gereksiz yanan lambaları kapatırım	4,06	4,35	4,36	4,09	4,08	4,35	3,94	3,86	4,23	4,10	4,46	4,25
ÇF14	Kullanmadığım elbiselerimin ihtiyacı olanlara ulaştırılmasını sağlarım	3,83	3,81	3,93	3,74	3,82	3,80	3,82	3,64	3,95	3,65	3,74	3,91
	GENEL ORT	4,06	4,19	4,19	4,09	4,01	4,19	4,11	3,88	4,22	4,15	4,27	4,24

¹1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 7. Öğrencilerin Burçlarına Göre Yeşil Tüketime Yönelik İfadelere İlişkin Ortalamalar

KOD	İFADELER	Koç	Boğa	İkizler	Yengeç	Aslan	Başak	Terazi	Akrep	Yay	Oğlak	Kova	Balık
YT1	Bir şeyler satın alırken, aldığım şeylerin çevreyi ve diğer kişileri nasıl etkileyeceğini bilmek isterim	3,37	3,79	3,58	3,65	3,64	3,45	3,69	3,66	3,85	3,68	3,77	3,75
YT2	Eğer mümkünse, çevre açısından güvenli olduğunu bildiğim ürünleri satın alırım	3,74	3,81	3,78	3,73	3,53	3,64	3,55	3,48	3,90	3,94	3,79	3,84
YT3	Doğada çabuk kaybolmayan, sürekli çevreyi kirlilecek paketteki aynı ürünü satın almak yerine; doğada kaybolan, çevreyi kirlilemeyecek paketekini satın almayı tercih ederim	3,54	3,76	3,58	3,65	3,61	3,36	3,68	3,52	3,85	3,81	3,68	3,79
YT4	Geri dönüşümlü olmayan bir ambalajdaki aynı ürünü satın almak yerine; geri dönüşümlü bir ambalajdaki ürünü satın almayı tercih ederim	3,63	3,68	3,80	3,62	3,60	3,49	3,65	3,38	4,03	3,76	3,79	3,73
YT5	Daha az sıklıkta, aynı ürünün daha büyük pakette olanını satın almak isterim	3,65	3,60	3,51	3,57	3,63	3,53	3,77	3,45	3,83	3,86	3,77	3,70
YT6	Eğer daha az katı atık manasına gelecekse, farklı şekillerde tasarlanmış ürünleri satın almayı tercih ederim	3,71	3,81	3,78	3,55	3,67	3,50	3,79	3,48	3,83	3,68	3,68	3,82
YT7	Eğer gereksiz yere plastik ve kâğıt kullanılmadığını bilirimse, daha az çekici olarak ambalajlanmış olsa da, o ürünü tercih ederim	3,58	3,63	3,65	3,78	3,63	3,45	3,78	3,52	4,10	3,60	3,93	3,73
YT8	Tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu gibi ürünlerin, geri dönüştürülmüş kâğıttan yapılmış olanlarını satın alırım	3,37	3,44	3,60	3,40	3,36	3,03	3,51	3,34	3,55	3,49	3,46	3,30
YT9	Kâğıt, cam, pet şişe, pil vs. gibi atıkları ayrıştırarak atarım	3,35	3,68	3,60	3,43	3,47	3,31	3,34	3,19	3,65	3,65	3,33	3,45
YT10	Gereksiz kâğıt kullanımını önlemek için, faturalarımın e-posta ile gelmesini isterim	3,38	3,50	3,67	3,30	3,90	3,45	3,57	3,67	3,88	3,59	3,44	3,55
YT11	Genel olarak müsrif (israf eden) biri olduğum söylenebilir	2,02	2,06	2,40	2,15	2,65	2,35	2,30	2,34	2,43	2,52	2,25	2,30
	GENEL ORT	3,39	3,52	3,54	3,44	3,52	3,32	3,51	3,37	3,72	3,60	3,54	3,54

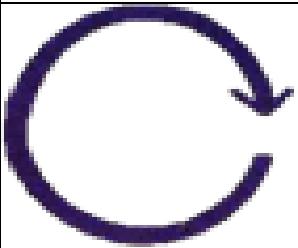


Tablo 6'ya göre çevresel farkındalık ortalaması en yüksek burç Kova burcu iken, en düşük burç Akrep burcudur. Burçların ifadelere verilen yanıtlar bazında bakıldığında en yüksek ortalamaya sahip ifade "Sokaklarda ve parklarda çöp görmek beni üzer" ifadesi ve Başak burcudur. En düşük ortalama ise "Sabunlanırken musluğu kapatırım" ifadesi ve Koç burcudur. Tablo 7'ye bakıldığında ise, yeşil tüketim ortalaması en yüksek olan Yay burcudur. En düşük ortalama ise Akrep burcuna aittir. Burçların ifade bazında verdiği yanıtlara bakılırsa, en yüksek ortalamaya sahip ifade "Eğer gereksiz yere plastik ve kâğıt kullanılmadığını bilirim, daha az çekici olarak ambalajlanmış olsa da, o ürünü tercih ederim" ifadesi ile Yay burcudur.

Çevresel Uyarı İşaretlerinin Bilinirliği

Öğrencilere ürünlerin ambalajları üzerinde bulunan, özetle; geri dönüştürülebilir (İşaret I) ve geri dönüştürülmüş (İşaret II) anlamlarına gelen iki işarete ilişkin bilgi durumları sorulmuştur. Söz konusu işaretler ve öğrencilerin bilgi durumları Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Çevresel işaretlerin istatistikleri

İşaret I			
	İfade	Frekans	(%)
	İşareti daha önce gördüm, ne anlama geldiğini biliyorum	659	85,8
	İşareti daha önce gördüm, ama ne anlama geldiğini bilmiyorum	90	11,7
	İşareti daha önce hiç fark etmedim	19	2,5
	Toplam	768	100,0
İşaret II			
	İfade	Frekans	(%)
	İşareti daha önce gördüm, ne anlama geldiğini biliyorum	390	50,8
	İşareti daha önce gördüm, ama ne anlama geldiğini bilmiyorum	218	28,4
	İşareti daha önce hiç fark etmedim	160	20,8
	Toplam	768	100,0

Tablo 8’de verilen bilgilere göre; öğrencilerin birinci işarete yönelik daha fazla bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Birinci işareti sadece 19 öğrenci daha önce fark etmediğini ifade ederken, ikinci işarete bu rakam 160’tır. Öğrencilerin yaklaşık %85’i birinci işareti daha önce gördüğünü ve ne anlama geldiğini bildiğini ifade ederken, ikinci işareti daha önce gören ve ne anlama geldiğini bilenlerin yaklaşık %50’dir.

Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Çevresel Farkındalıklarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerine, çevresel farkındalıklarını ölçmek için 14 ifade sorulmuştur. Öğrenciler bu ifadelere katılıp katılmadıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin çevresel farkındalıkları çeşitli kriterler bakımından karşılaştırılmaktadır. Karşılaştırmalar, MANOVA Analizi ile uygulanarak ölçülmektedir.

Cinsiyetlerine Göre Öğrencilerin Çevresel Farkındalıklarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan 299 erkek ve 469 kız öğrencinin çevresel farkındalıkları MANOVA Analizi ile karşılaştırılmaktadır. Sonuç aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 9. Cinsiyetlerine Göre Öğrencilerin Çevresel Farkındalıklarının Karşılaştırılması

	İFADELER	Ortalamalar ¹		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		KIZ	ERKEK		
1	Yaşadığım şehirdeki kirlilik miktarı beni endişelendirir	4,16	3,95	5,879	0,016
2	Sokaklarda ve parklarda çöp görmek beni üzer	4,59	4,34	12,148	0,001
3	Çöp atan birini görmek beni sinirlendirir	4,41	3,98	27,097	0,000
4	Dışarıda çöp atan birini görürsem uyarırım	3,47	3,33	2,771	0,096
5	Dışarıda yerde bir çöp görürsem alır çöpe atarım	3,75	3,47	10,579	0,001
6	Çevresel problemleri azaltmak için sıkı küresel tedbirler alınmalıdır	4,53	4,18	21,850	0,000
7	Çevre, günümüz toplumunun karşı karşıya olduğu en önemli konulardan biridir	4,48	4,18	16,900	0,000
8	Çevrenin korunması ihtiyacını hepimiz fark etmedikçe, gelecek nesiller bunun acısını çekecektir	4,67	4,32	24,544	0,000
9	Herkes günlük yaşamında çevrenin korunması konusunda sorumludur	4,56	4,37	6,748	0,010
10	Bireysel olarak herkes çevrenin korunmasına yardımcı olabilir	4,61	4,29	22,064	0,000
11	Dişlerimi fırçalarken musluğu kapatırım	4,21	4,05	4,243	0,040
12	Sabunlanırken musluğu kapatırım	3,57	3,53	0,276	0,599
13	Gereksiz yanan lambaları kapatırım	4,24	4,05	5,741	0,017
14	Kullanmadığım elbiselerimin ihtiyacı olanlara ulaştırılmasını sağlarım	3,90	3,64	9,303	0,002
GENEL ORTALAMA		4,22	3,98		
Hotelling’s T Testi F Değeri = 3,7669 Serbestlik Derecesi = 14 Anlamlılık Düzeyi = 0,000					

¹1-Kesinlikle Katılıyorum, 2-Katılıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 9’deki bilgilere göre kız ve erkek öğrencilerin çevresel farkındalıkları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. (**Hotelling’s T Testi**)



Anlamlılık Düzeyi = 0,000<0,05). Bu sonuca göre kız öğrencilerin çevresel farkındalıkları (ort. 4,22) erkek öğrencilerin çevresel farkındalıklarından (ort. 3,98) daha yüksek çıkmıştır. Kız öğrenciler erkeklere göre çevresel konuların daha farkında oldukları söylenebilir. 2 ifadede bu iki grup arasında fark çıkmadığı görülmektedir. Öğrenciler dışarıda çöp atan birini gördüklerinde onu uyarmak konusunda benzer düşünmektedir. Bu ifadenin ortalama değerinin diğer ifadelerle göre düşük çıkması, öğrencilerin çevreye zarar veren birilerini uyarma konusunda çekingen oldukları sonucunu göstermektedir. Ayrıca kız ve erkek öğrencilerin, banyo esnasında sabunlanırken suyun boşa akmaması için musluğu kapatma konusunda da aralarında fark çıkmadığı görülmektedir.

Öğrenim Türlerine Göre Öğrencilerin Çevresel Farkındalıklarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan normal öğretim (gündüz öğretimi) ve ikinci öğretim öğrencilerinin çevresel farkındalıklarını MANOVA analizi ile karşılaştırılmaktadır. Sonuçlar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 10. Öğrenim Türlerine Göre Öğrencilerin Çevresel Farkındalıklarının Karşılaştırılması

	İFADELER	Ortalamalar ¹		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		NÖ	İÖ		
1	Yaşadığım şehirdeki kirlilik miktarı beni endişelendirir	4,12	3,93	4,029	0,045
2	Sokaklarda ve parklarda çöp görmek beni üzer	4,47	4,55	1,047	0,307
3	Çöp atan birini görmek beni sinirlendirir	4,23	4,25	0,090	0,764
4	Dışarıda çöp atan birini görürsem uyarırım	3,41	3,40	0,033	0,856
5	Dışarıda yerde bir çöp görürsem alır çöpe atarım	3,59	3,76	3,159	0,076
6	Çevresel problemleri azaltmak için sıkı küresel tedbirler alınmalıdır	4,38	4,43	0,359	0,549
7	Çevre, günümüz toplumunun karşı karşıya olduğu en önemli konulardan biridir	4,37	4,33	0,234	0,628
8	Çevrenin korunması ihtiyacını hepimiz fark etmedikçe, gelecek nesiller bunun acısını çekecektir	4,53	4,55	0,062	0,803
9	Herkes günlük yaşamında çevrenin korunması konusunda sorumludur	4,49	4,48	0,014	0,905
10	Bireysel olarak herkes çevrenin korunmasına yardımcı olabilir	4,49	4,48	0,016	0,900
11	Dişlerimi fırçalarken musluğu kapatırım	4,17	4,11	0,359	0,549
12	Sabunlanırken musluğu kapatırım	3,55	3,55	0,004	0,952
13	Gereksiz yanan lambaları kapatırım	4,15	4,21	0,484	0,487
14	Kullanmadığım elbiselerimin ihtiyacı olanlara ulaştırılmasını sağlarım	3,77	3,86	1,067	0,302
GENEL ORTALAMA		4,12	4,14		
Hotelling's T Testi F Değeri = 1,505 Serbestlik Derecesi = 14 Anlamlılık Düzeyi = 0,103					

¹1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 10'daki bilgilere göre normal öğretim ve ikinci öğretim öğrencilerin çevresel farkındalıkları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. (Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,103>0,05). Öğrenim türü



farklılığının öğrencilerin çevresel farkındalıkları üzerinde bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

Burçlara Göre Öğrencilerin Çevresel Farkındalıklarının Karşılaştırılması

Araştırma kapsamında üniversite öğrencilerine hangi burçtan oldukları sorulmuş ve öğrencilerin burç dağılımları Tablo 1’de gösterilmektedir. Öğrencilerin burç dağılımı frekans sırasına göre sıralandığında en yüksek frekansa sahip 4 burç Yengeç, Terazi, Başak ve Aslan burcu olarak ortaya çıkmaktadır (Tablo 11). Bu 4 burç bakımından çevresel farkındalıklar arasında fark olup olmadığı MANOVA Analizi ile araştırılmaktadır. Sonuçlar Tablo 12’de sunulmaktadır.

Tablo 11. Öğrencilerin Burç Dağılımı

Burç	Frekans	(%)	Burç	Frekans	(%)
<u>Yengeç</u>	<u>89</u>	<u>11,6</u>	Boğa	62	8,1
<u>Terazi</u>	<u>77</u>	<u>10</u>	Akrep	58	7,6
<u>Başak</u>	<u>74</u>	<u>9,6</u>	Kova	57	7,4
<u>Aslan</u>	<u>72</u>	<u>9,4</u>	Balık	56	7,3
Koç	65	8,5	İkizler	55	7,2
Oğlak	63	8,2	Yay	40	5,2

Tablo 12. Burç Türlerine Göre Öğrencilerin Çevresel Farkındalıklarının Karşılaştırılması

	İFADELER	Ortalamalar ¹				F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Yengeç	Aslan	Başak	Terazi		
1	Yaşadığım şehirdeki kirlilik miktarı beni endişelendirir	4,15	3,78	4,28	4,14	2,602	0,052
2	Sokaklarda ve parklarda çöp görmek beni üzer	4,45	4,32	4,76	4,44	2,682	0,047
3	Çöp atan birini görmek beni sinirlendirir	4,22	4,00	4,51	4,10	2,627	0,050
4	Dışarıda çöp atan birini görürsem uyarırım	3,39	3,28	3,36	3,44	0,252	0,860
5	Dışarıda yerde bir çöp görürsem alıp çöpe atarım	3,64	3,47	3,55	3,69	0,484	0,693
6	Çevresel problemleri azaltmak için sıkı küresel tedbirler alınmalıdır	4,35	4,19	4,55	4,39	1,483	0,219
7	Çevre, günümüz toplumunun karşı karşıya olduğu en önemli konulardan biridir	4,25	4,33	4,22	4,36	0,327	0,806
8	Çevrenin korunması ihtiyacını hepimiz fark etmedikçe, gelecek nesiller bunun acısını çekecektir	4,40	4,38	4,64	4,53	1,094	0,352
9	Herkes günlük yaşamında çevrenin korunması konusunda sorumludur	4,49	4,39	4,55	4,35	0,625	0,599
10	Bireysel olarak herkes çevrenin	4,45	4,36	4,66	4,52	1,323	0,267



	korunmasına yardımcı olabilir						
11	Dişlerimi fırçalarken musluğu kapatırım	4,04	4,08	4,14	4,27	0,666	0,573
12	Sabunlanırken musluğu kapatırım	3,53	3,69	3,35	3,57	0,930	0,426
13	Gereksiz yanan lambaları kapatırım	4,09	4,08	4,35	3,94	1,882	0,133
14	Kullanmadığım elbiselerimin ihtiyacı olanlara ulaştırılmasını sağlarım	3,74	3,82	3,80	3,82	0,082	0,970
	GENEL ORTALAMA	4,09	4,01	4,19	4,11		
Hotelling's T Testi F Değeri = 1,478 Serbestlik Derecesi = 42 Anlamlılık Düzeyi = 0,027							

¹1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

4 burç türü olarak yapılan MANOVA Analizi sonrası karşılaştırma sonuçları Tablo 11'de gösterilmektedir. Tabloya göre burçlar arasında çevresel farkındalıklar açısından anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,027<0,05**). Karşılaştırılan grup sayısı ikiden fazla olduğu için hangi grupların birbirinden farklı olduğunu, Scheffe Testi sonuçlarına göre değerlendirmek gerekmektedir. Scheffe Testi sonuçlarına göre burç grupları arasında anlamlı farklar çıkmadığı anlaşılmaktadır. Grup ortalamalarına bakıldığında Aslan burcunun en düşük ortalama (4,01) sahip olduğu, Başak burcunun ise en yüksek ortalama değere sahip olduğu (4,19) anlaşılmaktadır.

Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerine, yeşil tüketim alışkanlıklarını ölçmek için 11 ifade sorulmuştur. Öğrenciler, bu ifadelere katılıp katılmadıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin yeşil tüketim alışkanlıkları konusunda verdikleri cevaplar, çeşitli kriterler bakımından karşılaştırılmaktadır. Karşılaştırmalar, MANOVA Analizi ile uygulanarak ölçülmektedir.

Cinsiyetlerine Göre Öğrencilerin Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan 299 erkek ve 469 kız öğrencinin yeşil tüketim alışkanlıkları MANOVA Analizi ile karşılaştırılmaktadır. Sonuç aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 13. Cinsiyetlerine Göre Öğrencilerin Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırılması

	İFADELER	Ortalamalar ¹		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		KIZ	ERKEK		
1	Bir şeyler satın alırken, aldığım şeylerin çevreyi ve diğer kişileri nasıl etkileyeceğini bilmek isterim	3,70	3,57	2,379	0,123
2	Eğer mümkünse, çevre açısından güvenli olduğunu bildiğim ürünleri satın alırım	3,78	3,61	4,149	0,042
3	Doğada çabuk kaybolmayan, sürekli çevreyi kirlilecek paketteki aynı ürünü satın almak yerine; doğada kaybolan, çevreyi kirlilemeyecek paketini satın almayı tercih ederim	3,70	3,55	3,141	0,077
4	Geri dönüşümlü olmayan bir ambalajdaki aynı ürünü satın almak yerine; geri dönüşümlü bir ambalajdaki ürünü satın almayı tercih ederim	3,70	3,60	1,372	0,242



Üniversite Öğrencilerinin Ekolojik Farkındalıklarının ve Ekolojik Ürün Satın Alma Niyetlerinin Ölçülmesi: İnteraktif Bir Araştırma

5	Daha az sıklıkta, aynı ürünün daha büyük pakette olanını satın almak isterim	3,73	3,52	5,848	0,016
6	Eğer daha az katı atık manasına gelecekse, farklı şekillerde tasarlanmış ürünleri satın almayı tercih ederim	3,71	3,64	0,621	0,431
7	Eğer gereksiz yere plastik ve kâğıt kullanılmadığını bilirim, daha az çekici olarak ambalajlanmış olsa da, o ürünü tercih ederim	3,75	3,59	3,733	0,054
8	Tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu gibi ürünlerin, geri dönüştürülmüş kâğıttan yapılmış olanlarını satın alırım	3,39	3,41	0,060	0,806
9	Kâğıt, cam, pet şişe, pil vs. gibi atıkları ayrıştırarak atarım	3,48	3,38	1,147	0,285
10	Gereksiz kâğıt kullanımını önlemek için, faturalarımın e-posta ile gelmesini isterim	3,54	3,60	0,383	0,536
11	Genel olarak müsrif (israf eden) biri olduğum söylenebilir	2,24	2,42	3,183	0,075
GENEL ORTALAMA		3,52	3,44		
Hotelling's T Testi F Değeri = 1,743 Serbestlik Derecesi = 11 Anlamlılık Düzeyi = 0,06					

¹1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 13'teki sonuçlara göre araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin cinsiyetleri bakımından yeşil tüketim alışkanlıkları arasında fark olmadığı görülmektedir. (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,06>0,05**). Kız ve erkek öğrencilerin birbirlerine benzer tüketim alışkanlıkları oldukları ifade edilebilir. Ortalama değerlerin birbirine yakın olduğu görülmekle birlikte kızların ortalamasının (3,52) erkeklerinkinden (3,42) biraz daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Öğrenim Türlerine Göre Öğrencilerin Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan normal öğretim (gündüz öğretimi) ve ikinci öğretim öğrencilerinin yeşil tüketim alışkanlıkları MANOVA analizi ile karşılaştırılmaktadır. Sonuçlar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 14. Öğrenim Türlerine Göre Öğrencilerin Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırılması

	İFADELER	Ortalamalar ¹		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		N.Ö.	İ.Ö.		
1	Bir şeyler satın alırken, aldığım şeylerin çevreyi ve diğer kişileri nasıl etkileyeceğini bilmek isterim	3,69	3,54	2,466	0,117
2	Eğer mümkünse, çevre açısından güvenli olduğunu bildiğim ürünleri satın alırım	3,73	3,68	0,288	0,592
3	Doğada çabuk kaybolmayan, sürekli çevreyi kirlilecek paketteki aynı ürünü satın almak yerine; doğada kaybolan, çevreyi kirlilemeyecek pakettekini satın almayı tercih ederim	3,65	3,60	0,245	0,621
4	Geri dönüşümlü olmayan bir ambalajdaki aynı ürünü satın almak yerine; geri dönüşümlü bir ambalajdaki ürünü satın almayı tercih ederim	3,64	3,70	0,419	0,518
5	Daha az sıklıkta, aynı ürünün daha büyük pakette olanını satın almak isterim	3,60	3,77	2,791	0,095
6	Eğer daha az katı atık manasına gelecekse, farklı şekillerde tasarlanmış ürünleri satın almayı tercih ederim	3,68	3,72	0,215	0,643
7	Eğer gereksiz yere plastik ve kâğıt kullanılmadığını bilirim, daha az çekici olarak ambalajlanmış olsa da, o ürünü tercih ederim	3,67	3,74	0,453	0,501
8	Tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu gibi ürünlerin, geri	3,39	3,40	0,013	0,909



	dönüştürülmüş kâğıttan yapılmış olanlarını satın alırım				
9	Kâğıt, cam, pet şişe, pil vs. gibi atıkları ayrıştırarak atarım	3,45	3,42	0,113	0,737
10	Gereksiz kâğıt kullanımını önlemek için, faturalarımın e-posta ile gelmesini isterim	3,55	3,58	0,109	0,741
11	Genel olarak müsrif (israf eden) biri olduğum söylenebilir	2,28	2,39	0,975	0,324
	GENEL ORTALAMA	3,48	3,50		
Hotelling's T Testi F Değeri = 0,951 Serbestlik Derecesi = 11 Anlamlılık Düzeyi = 0,490					

¹1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 14, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin yeşil tüketim alışkanlıklarının öğrenim türlerine göre karşılaştırılması sonucu, ortaya çıkan analiz değerlerini göstermektedir. Anlamlılık düzeyi %5'ten büyük çıktığı için (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,490>0,05**) analiz sonucu olarak iki grup arasında anlamlı bir fark olmadığı söylenebilir. Gündüz eğitiminde okuyan öğrenciler ile gece eğitiminde öğrenim gören öğrenciler arasında yeşil tüketim alışkanlıkları bakımından fark çıkmamıştır. Ortalama değerlere bakıldığında ortalamaların hemen hemen aynı olduğu görülmektedir. Çok az bir farkla ikinci öğretim ortalaması yüksek çıkmıştır.

Burçlara Göre Öğrencilerin Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan öğrencilerin burç dağılımı frekans sırasına göre sıralandığında en yüksek frekansa sahip 4 burç Yengeç, Terazi, Başak ve Aslan burcu olarak ortaya çıkmaktadır (Tablo 11). Bu 4 burç bakımından çevresel farkındalıklar arasında fark olup olmadığı MANOVA Analizi ile araştırılmaktadır. Sonuçlar Tablo 15'te sunulmaktadır.

Tablo 15. Burç Türlerine Göre Öğrencilerin Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırılması

	İFADELER	Ortalamalar ¹				F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Yengeç	Aslan	Başak	Terazi		
1	Bir şeyler satın alırken, aldığım şeylerin çevreyi ve diğer kişileri nasıl etkileyeceğini bilmek isterim	3,65	3,64	3,45	3,69	0,620	0,603
2	Eğer mümkünse, çevre açısından güvenli olduğunu bildiğim ürünleri satın alırım	3,73	3,53	3,64	3,55	0,510	0,676
3	Doğada çabuk kaybolmayan, sürekli çevreyi kirlilecek paketteki aynı ürünü satın almak yerine; doğada kaybolan, çevreyi kirlilemeyecek paketini satın almayı tercih ederim	3,65	3,61	3,36	3,68	1,128	0,338
4	Geri dönüşümlü olmayan bir ambalajdaki aynı ürünü satın almak yerine; geri dönüşümlü bir ambalajdaki ürünü satın almayı tercih ederim	3,62	3,60	3,49	3,65	0,273	0,845
5	Daha az sıklıkta, aynı ürünün daha büyük pakette olanını satın almak isterim	3,57	3,63	3,53	3,77	0,546	0,651
6	Eğer daha az katı atık manasına gelecekte, farklı şekillerde tasarlanmış ürünleri satın almayı tercih ederim	3,55	3,67	3,50	3,79	1,031	0,379
7	Eğer gereksiz yere plastik ve kâğıt	3,78	3,63	3,45	3,78	1,374	0,251



Üniversite Öğrencilerinin Ekolojik Farkındalıklarının ve Ekolojik Ürün Satın Alma Niyetlerinin Ölçülmesi: İnteraktif Bir Araştırma

	kullanılmadığını bilirim, daha az çekici olarak ambalajlanmış olsa da, o ürünü tercih ederim						
8	Tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu gibi ürünlerin, geri dönüştürülmüş kâğıttan yapılmış olanlarını satın alırım	3,40	3,36	3,03	3,51	1,951	0,121
9	Kâğıt, cam, pet şişe, pil vs. gibi atıkları ayrıştırarak atarım	3,43	3,47	3,31	3,34	0,267	0,849
10	Gereksiz kâğıt kullanımını önlemek için, faturalarımın e-posta ile gelmesini isterim	3,30	3,90	3,45	3,57	2,706	0,045
11	Genel olarak müsrif (israf eden) biri olduğum söylenebilir	2,15	2,65	2,35	2,30	1,952	0,121
	GENEL ORTALAMA	3,44	3,52	3,32	3,51		
Hotelling's T Testi		F Değeri = 1,287		Serbestlik Derecesi = 33		Anlamlılık Düzeyi = 0,131	

¹1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerine burçları da sorulmuştur. Burçların yeşil tüketim alışkanlıklarını etkileyip etkilemediğini sorgulamak için en çok frekansı olan 4 burç karşılaştırılmıştır. Yapılan MANOVA Analizi sonucunda karşılaştırılan 4 burç bakımından üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıklarında anlamlı bir farkın çıkmadığı (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,131>0,05**) görülmektedir. Ortalama değerlerin birbirine yakın olduğu görülmekle beraber, en düşük ortalamanın Başak burcunda (3,32), en yüksek ortalamanın ise Aslan burcunda (3,52) olduğu görülmektedir.

Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Çevresel Farkındalık Düzeylerine Göre Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin farkındalık düzeylerini belirlemek için 14 çevresel farkındalık ifadesine verilen yanıtların ortalaması alınmıştır. Bu ifadelerle 5 ortalama ile cevap verenler farkındalık düzeyi yüksek, 4 ve altında ortalama ile cevap verenler ise farkındalık düzeyi düşük olanlar değerlendirilmiştir. Bu sonuçlara göre; "501 öğrencinin farkındalık düzeyi düşük, 267 öğrencinin farkındalık düzeyi yüksek" sonucuna ulaşılmıştır. İki grubun yeşil tüketim alışkanlıklarını karşılaştırmak için MANOVA analizi yapılmıştır. Tablo 16'da MANOVA analizi sonuçları görülmektedir.



Tablo 16. Öğrencilerin Farkındalık Düzeylerine Göre Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırılması²

KOD	İfadeler	D.Ort ¹	Y.Ort ²	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
YT1	Bir şeyler satın alırken, aldığım şeylerin çevreyi ve diğer kişileri nasıl etkileyeceğini bilmek isterim	3,37	4,16	92,036	0,000
YT2	Eğer mümkünse, çevre açısından güvenli olduğunu bildiğim ürünleri satın alırım	3,44	4,23	93,354	0,000
YT3	Doğada çabuk kaybolmayan, sürekli çevreyi kirletecek paketteki aynı ürünü satın almak yerine; doğada kaybolan, çevreyi kirletmeyecek paketekini satın almayı tercih ederim	3,37	4,15	85,946	0,000
YT4	Geri dönüşümlü olmayan bir ambalajdaki aynı ürünü satın almak yerine; geri dönüşümlü bir ambalajdaki ürünü satın almayı tercih ederim	3,38	4,20	94,002	0,000
YT5	Daha az sıklıkta, aynı ürünün daha büyük pakette olanını satın almak isterim	3,40	4,11	64,187	0,000
YT6	Eğer daha az katı atık manasına gelecekse, farklı şekillerde tasarlanmış ürünleri satın almayı tercih ederim	3,44	4,14	79,365	0,000
YT7	Eğer gereksiz yere plastik ve kâğıt kullanılmadığını bilirimse, daha az çekici olarak ambalajlanmış olsa da, o ürünü tercih ederim	3,43	4,16	76,853	0,000
YT8	Tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu gibi ürünlerin, geri dönüştürülmüş kâğıttan yapılmış olanlarını satın alırım	3,14	3,88	70,106	0,000
YT9	Kâğıt, cam, pet şişe, pil vs. gibi atıkları ayrıştırarak atarım	3,17	3,96	80,627	0,000
YT10	Gereksiz kâğıt kullanımını önlemek için, faturalarımın e-posta ile gelmesini isterim	3,33	4,00	48,315	0,000
YT11	Genel olarak müsrif (israf eden) biri olduğum söylenebilir	2,35	2,23	1,422	0,233
	Genel Ortalama	3,25	3,93		
	Hotelling's T Testi	F Değeri:16,614	Serbestlik Derecesi:11	Anlamlılık	

² Çevresel Farkındalık ile ilgili 14 ifadeye verilen cevapların ortalama değeri 4,13 tür. Ortalama değerin yüksek çıkması dolayısıyla 4-Katılıyorum ifadesinin üstü “farkındalık düzeyi yüksek” altı ise “farkındalık düzeyi düşük” olarak değerlendirilmiştir.



	Düzeyi:,000
--	-------------

¹Farkındalık düzeyi düşük olanların ortalamaları ²Farkındalık düzeyi yüksek olanların ortalamaları

MANOVA analizi sonuçlarına göre; 11 yeşil tüketim ifadesinin ilk 10 maddesi için, çevresel farkındalık düzeyleri yüksek olanlar ile çevresel farkındalık düzeyleri düşük olanların yeşil tüketim davranışlarında anlamı farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = ,000<0,05**). Bu sonuçlara göre, çevresel farkındalık yüksek olanlar, çevresel farkındalığı düşük olanlara oranla daha fazla yeşil tüketim eğilimi göstermektedirler. Yalnızca “genel olarak müsrif (israf eden) biri olduğum” söylenebilir” ifadesinde anlamlı bir farklılığın olmadığı ortaya çıkmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Çevresel duyarlılığı yüksek, bilinçli tüketim yapan bireylerin sayısının artması, tüketicilerin ekolojik farkındalık düzeylerinin artırılması açısından bu çalışma büyük önem taşımaktadır. Özellikle gelecek nesiller açısından önem arz eden üniversite öğrencileri bu araştırmanın ana kütlesini oluşturmaktadır. Ekonomik kalkınmanın biyolojik zenginliği kaybetmeden gerçekleştirilebilmesi için toplumların, özellikle de gençlerin, çevre koruma bilinçlerinin geliştirilecek şekilde eğitilmesi, sürdürülebilir gelişme anlayışı çerçevesinde, gelecek nesiller için çok büyük önem taşımaktadır (Tunç, Ömer ve Düren, 2012, 229). Genel kanı, genç bireylerin çevresel konularda daha hassas oldukları yönündedir. Bu düşüncüyü destekleyen birçok teori sunulmuştur ama en genel argüman ise çevresel kaygılarla büyüyen gençlerin çevresel konularda daha hassas olduğu yönündedir (Straughan and Roberts, 1999, 559). Çalışma, üniversite öğrencilerinde çevresel konulara ilişkin ekolojik farkındalık düzeylerini ve yeşil ürün tüketim alışkanlıklarını ölçmeye yönelik uygulanmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar şu şekilde sıralanabilir:

⊗ Türkiye’deki 100 üniversiteden 768 öğrencinin katıldığı çalışmada, katılımcıların çoğunluğu (%61,1) kız öğrencisi, normal (gündüz) öğretimi öğrencisi (%72,3), yaş ortalaması 20,82 olarak tespit edilmektedir. Öğrenciler sağlık, fen ve sosyal bilimler alanlarında eğitim görmektedir. Katılımcı dağılımına bakıldığında farklı üniversite ve bilim alanlarından önlisans ve lisans öğrencilerinin araştırmaya katılması, araştırmanın örneklem dağılımı açısından başarısını ortaya koymaktadır. Ekolojik farkındalık ve yeşil tüketim konusunda farklı demografik ve eğitim özelliklerine sahip gençlerin görüşlerinin yer alması çalışmanın önemini artırmaktadır.

⊗ Araştırmaya katılan öğrencilerin çevresel (ekolojik) farkındalıklarının ölçümü ile ilgili olarak genel katılımın yüksek olduğu söylenebilir. Öğrenciler çevresel konularda yüksek farkındalık göstermektedir. Straughan ve Roberts tarafından 1999 yılında, üniversite



öğrencilerine yönelik yapılan çevresel farkındalık çalışmasında, genç insanların çevresel kaygılara daha duyarlı olabileceği, kadınların erkeklerden daha ilgili oldukları, eğitim seviyesinin çevresel tutum ve davranışlarla pozitif ilişkili olduğu ve şehirlerde yaşayanların taşrada yaşayanlara göre daha fazla çevresel kaygılarla davrandıkları tespit edilmiştir (Yılmaz, Çelik ve Yağızır, 2009, 2). Araştırma sonuçları daha önce yapılan çalışmalarla örtüşmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan öğrenciler, çevresel farkındalık başlıklarından gelecek kaygısı içeren ifadeye en yüksek puanı vermişlerdir. Üniversite öğrencilerinin, gelecekteki ekolojik durum ile ilgili kaygı düzeylerinin yüksek olması, kamuoyunda dünyanın gelecek ekolojik projeksiyonuna daha fazla yer verilmesinden kaynaklanabilmektedir. En düşük skorlu ifadeler ise çevreye zarar veren birini uyarma ve banyoda kullanmıyorken musluğu kapatma konularındadır. Çevreye zarar verenin insana da zarar verebileceği düşüncesi, gençleri, dışarıya çöp atan birisini uyarmamaya sevk ediyor olabilir. Banyoda sabunlanırken suyu kapatmak istememe, suyu tekrar açtığında aynı sıcaklığı bulmasının zaman alacağı düşüncesinden kaynaklanıyor olabilir. Sabunlanırken suyu kapatıp fazla su kullanımını engelleme, tekrar musluk açıldığında istenen sıcaklığa kadar suyun boş akıtılması anlamına da gelmektedir. Gençler, bu düşüncelerle sabunlanırken musluğa kapatmama davranışı sergiliyor olabilir.

© Araştırmaya katılan gençlerin yeşil ürün tüketim alışkanlıkları ile ilgili ölçüm sonuçlarına göre katılım düzeyi, çevresel farkındalık kadar yüksek çıkmamaktadır. Farkındalığın tüketim alışkanlığından yüksek çıkması, ekolojik ürünlerin diğer ürünlere göre daha pahalı olmasından ve üniversite öğrencilerinin harcama düzeylerinin düşük olmasından kaynaklanabilmektedir. En yüksek skorlu ifade “Eğer mümkünse, çevre açısından güvenli olduğunu bildiğim ürünleri satın alırım” nin ortalama değeri 3,71’dir. En düşük skorlu ifade ise olumsuz anlam ile sorulan “Genel olarak müsrif (israf eden) biri olduğum söylenebilir” ifadesidir. Araştırmaya katılan gençler, müsrif olduklarına dair yargıya katılmamaktadır. Gençlerin müsrif olmadıklarını beyan etmeleri, israf yani gereksiz yere tüketim konusunda bilinçli ve duyarlı olduklarını göstermektedir.

© Araştırmaya katılan gençlere hangi burçtan oldukları da sorulmuştur. Burçları ile çevresel farkındalıkları arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre Kova burçlarının çevresel farkındalık konusunda en hassas burç olduğu söylenebilir. Bununla birlikte Kova burçlarının lüks tüketim eğilimi gösterdikleri de bilinmektedir (Özkan vd., 2013: 69). Çevresel farkındalığı en düşük olan burç ise Akrep burcudur.

© Araştırmaya katılan gençlere hangi burçtan oldukları da sorulmuştur. Burçları ile yeşil ürün tüketim alışkanlıkları arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmaktadır. Yeşil tüketim alışkanlıklarına bakıldığında



Yay burçlarının diğer burçlara oranlara daha fazla yeşil tüketim eğilimi gösterdiği söylenebilir. Yeşil tüketim konusunda en düşük ortalamaya sahip burç ise Akrep burcudur. Bu sonuçlara göre, Akrep burçlarının hem çevresel farkındalıklarının hem de yeşil tüketim eğilimlerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra burçlar daha az katranlı sigara satın alma, alkol kullanma ve tüketme oranları ve eğlence olarak yapılan sporlar üzerinde de etkili olmaktadır (Mitchell ve Tate, 1998: 249-259).

⊙ Araştırma kapsamında üniversiteli gençlere ekolojik işaretler sorulmuştur. Gençler, “geri dönüştürülebilir” anlamına gelen şekli büyük oranda (%86) tanımaktadır. Ama “geri dönüştürülmüş” anlamına gelen işareti tanıyanların oranı %50’dir. Ekolojik uyarı işaretlerinin bilinirliği medyada sıklıkla yer almalarıyla doğru orantılıdır. Ekolojik işaretlerin genel olarak bilinirliğinin artırılması için kamusal alanlarda ve medyada sıklıkla kullanılmaları önem arz etmektedir.

⊙ Öğrencilerin çevresel farkındalık düzeyleri karşılaştırılırken bazı demografik ve eğitim ile ilgili bilgiler dikkate alınmaktadır. Cinsiyete göre karşılaştırma yapıldığında kızların erkeklere göre çevre farkındalığı yüksek çıkmaktadır. Kızların duyarlılıklarının yüksek olması, geçmişte yapılan çalışmalarda (Straughan and Roberts, 1999: 558-575) da rastlanan bir sonuçtur. Öğrenim türlerine göre karşılaştırmada anlamlı fark çıkmamıştır. Birinci ya da ikinci öğretim öğrencisi olmaları gençleri çevresel farkındalıkları üzerinde bir farklılık oluşturmamaktadır. Öğrencilerin burçlarına göre yapılan karşılaştırmada da en çok görülen 4 burç bakımından anlamlı fark çıkmıştır. Çevresel farkındalık ortalaması en düşük burç, Aslan burcu en yüksek burç ise Başak burcu çıkmıştır. Başak burçları toplum içerisinde en titiz olan burç olarak bilinmektedir, bu farkındalığın da buradan kaynaklandığı düşünülebilir.

⊙ Öğrencilerin yeşil tüketim alışkanlıkları da yine benzer kriterler dikkate alınarak karşılaştırılmaktadır. Çevresel farkındalıkların farklı olmasına karşın, kızlar ile erkekler arasında yeşil ürün tüketim alışkanlıkları bakımından fark ortaya çıkmamaktadır. Az da olsa bir farkla kızların ortalamaları erkeklerden yüksek çıkmıştır. Öğrencilerin öğrenim türlerine ve burçlarına göre de yeşil tüketim alışkanlıkları farklı çıkmamaktadır. Farkındalık ile tüketim davranışı, üniversite öğrencilerinde nispeten farklı yansımalarla ortaya çıkmaktadır. Farkındalık, satın alma davranışı gibi bir eylem gerektirmediği için gerçekleştirilmesinin yeşil ürün tüketimine göre daha kolay olduğu söylenebilir.

⊙ Ekolojik farkındalığı yüksek olan ve düşük olan olarak ikiye ayrılan öğrencilerin, yeşil tüketim alışkanlıkları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan MANOVA analizi sonuçlarına göre; ekolojik farkındalığı yüksek olan öğrenciler, farkındalığı düşük olan öğrencilere göre daha fazla yeşil tüketim eğilimi göstermektedir. Bu sonuca



göre çevresel farkındalığın artması öğrencileri yeşil ürün tüketimine doğru yönleltmeye neden olmaktadır.

Gelecek neslin önemli bir parçası olacak, üniversite çağındaki gençlerin çevresel konular ve yeşil tüketim hakkındaki görüşlerinden yola çıkarak bazı analizler yapılmıştır. Bu çalışmada üniversite öğrencilerine sosyal medya üzerinden ulaşılmıştır. Başka çalışmalarda yüz yüze anket ya da öğrencilere dönük çevresel aktiviteler yoluyla anket uygulaması yapılabilir. Çevresel farkındalık ve yeşil tüketim alışkanlığı dışında başka ilave soru grupları da eklenerek daha farklı ve zengin çalışmalar yapılabilir.

Kaynaklar

- Arvola, A. Vassallo, M. Dean, M. Lampila, P. Saba, A. Lähteenmäki, L. ve Shepherd, L. (2008) Predicting intentions to purchase organic food: the role of affective and moral attitudes in the theory of planned behaviour. *Appetite*, Vol:50, No:2-3, pp:443-454.
- Barber, N. (2010) "Green" wine packaging: targeting environmental consumers. *International Journal of Wine Business Research*, Vol:22, No:4, pp:423-444.
- Birgelen, M. Semeijn, J. ve Keicher, M. (2009) Packaging and Pro-environmental Consumption Behaviour: investigating purchase and disposal decisions for beverages. *Environment & Behavior*, Vol:41, No:1, pp:125-146.
- Blair, I. (1992) *Greener Marketing: A Responsible Approach to Business*. Sheffield, UK, Greenleaf Publishing (Ed: Charter Martin).
- Blythe, J. (2001) *Pazarlama İlkeleri*. (Çev: Yavuz Odabaşı). İstanbul: Bilim Teknik
- Bohlen, G. Schlegelmilch, B. B. ve Diamantopoulos, A. (1993) Measuring Ecological Concern: A Multi construct Perspective. *Journal of Marketing Management*, 1993, 9, pp:415-430.
- Chen, T. B. ve Chai, L. T. (2010) Attitude towards the Environment and Green Products: Consumers' Perspective. *Management Science and Engineering*, Vol:4, No:2, pp:27-39.
- Gegez, A. E. (2007) *Pazarlama Araştırmaları*. (2. Baskı). İstanbul: Beta
- Gilg, A. Barr S. ve Ford N. (2005) Green consumption or sustainable lifestyles? Identifying the sustainable consumer. *Futures*, 37, pp:481-504.
- Hawkins, D. I. ve Mothersbaugh, David, L. (2010) *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*, 11. Edition, McGraw-Hill
- Hedlund, T. (2011) The impact of values, environmental concern, and willingness to accept economic sacrifices to protect the environment on



- tourists' intentions to buy ecologically sustainable tourism alternatives. *Tourism and Hospitality Research*, Vol:11, No:4, pp:278-288.
- Karaca, Ş. (2013) Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, Vol:13, No:1, pp:99-111.
- Kızıloğlu, R. Kızılaslan, H. ve Gökçe, C. (2013) Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Yeşil Gıda Ürünleri Hakkındaki Bilgi, Görüş ve Tutumları Üzerine Araştırma. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 6, pp:19-30.
- Kim, Y. ve Choi, S. M. (2005) Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern, and PCE. *Advances in Consumer Research*, Vol:32, pp:592-599.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2014) *Principles of Marketing-Global Edition*, 15. Edition, Person Education Limited, England
- Kuduz, N. (2011) Yeşil Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarına Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mitchell, V-W. ve Tate, E. (1998). Do consumers' star signs influence what they buy?, *Marketing Intelligence & Planning*, 16(4), 249-259
- Moisander, J. (2007) Motivational complexity of green consumerism. *International Journal of Consumer Studies*, ISSN 1470-6431
- Nakıboğlu, M. A. B. (2003) Çevreci Pazarlama Anlayışı ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi İle İlgili Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oflaç, B. S. ve Göçer, A. (2015) Genç Tüketicilerin Algılanan Çevresel Bilgi Düzeyleri ve Eko-Etiketli Ürünlere Karşı Yaklaşımları Üzerine Bir Çalışma, *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:17, Sayı:2
- Özkan, B. Benli, T. ve Kızgın, Y. (2013) Is there any impact of horoscopes on luxury consumption trends?, *Business Management Dynamics*, Vol: 3, No: 2, pp:69-83
- Peter, J. P. ve Olson, J. C. (2010) *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, 9. Edition, McGraw-Hill
- Roarty, M. (1997) Greening business in a market economy. *European Business Review*, Vol:97, No:5, pp:244-254.
- Roberts, J. A. ve Bacon, D. R. (1997) Exploring the Subtle Relationships between Environmental Concern and Ecologically Conscious Consumer Behavior. *Journal of Business Research*, 40, pp:79-89.



- Schlegelmilch, B. B. Bohlen, G. M. ve Diamantopoulos, A. (1996) The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European Journal of Marketing*, Vol:30, No:5, pp:35-55.
- Schwepeker, C. H. ve Coornwell, T. B. (1991) An Examination of Ecologically Concerned Consumers and Their Intention to Purchase Ecologically Packaged Products. *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol:10, No:12, pp:77-101.
- Shamdasani, P. Chon-Lin, G. O. ve Richmond, D. (1993) Exploring Green Consumers in an Oriental Culture: Role of Personal and Marketing Mix Factors. *Advances in Consumer Research*, Vol:20, No:1, pp:488-493.
- Straughan, R. D. ve Roberts, J. A. (1999) Environmental Segmentation Alternatives: A Look At Green Consumer Behavior in The New Millennium, *Journal of Consumer Marketing*, Vol: 16, N: 6, pp:558-575,
- Tilikidou, I. (2007) The Effects of Knowledge and Attitudes upon Greeks' Pro-Environmental Purchasing Behaviour. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14, pp:121-134
- Tobler, C. ve Visschers, V. H. M. (2011) Siegrist M. Organic Tomatoes Versus Canned Beans: How Do Consumers Assess the Environmental Friendliness of Vegetables?. *Environment & Behavior*, Vol:43, No:5, pp:591-611.
- Tunç, A. Ö. Ömür, G. A. ve Düren, A. Z. (2012) Çevresel Farkındalık, *İ. Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, No:47, ss.227-246
- Üstündağlı, E. ve Güzeloğlu, E. (2015) Gençlerin Yeşil Tüketim Profili: Farkındalık, Tutum Ve Davranış Pratiklerine Yönelik Analiz. *Global Media Journal TR Edition*, Vol:5, No:10, pp:341-362.
- Yılmaz, V. Çelik, H. E. ve Yağizer, C. (2009) Çevresel Duyarlılık Ve Çevresel Davranışın Ekolojik Ürün Satın Alma Davranışına Etkilerinin Yapısal Eşitlik Modeliyle Araştırılması, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol: 9, No: 2, pp.1-14

