

Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeğinin Kısaltılmış Türkçe Versiyonunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması*

The Turkish Short Version of The Socially Responsible Consumption Behavior Scale (SRCBS): A Scale Adaptation

Çalışma Başvuru Tarihi: 18.08.2023

Çalışma Kabul Tarihi: 30.08.2023

Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Hasan TERZİ** Veysi BAYDAR*** Esad Kamil TOSUN**** Muhammed Enes SAYIN***** Şahay OK*****

Anahtar Kelimeler:

Sürdürülebilir tüketim, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik, sosyal sorumlu tüketim, sosyal sorumlu tüketim davranışı, sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeği.

JEL

Sınıflandırması: M31, Q56

Keywords:

Sustainable consumption, ecological and social sustainability, socially responsible consumption, socially responsible consumption behavior, socially responsible consumption behavior scale.

Jel Classification:

M31, Q56

ÖZET

Sosyal sorumlu tüketim davranışı, çevreye zararı olmayan veya daha az zararı olduğu düşünülen sürdürülebilir ürün veya hizmetlerin bilinçli olarak tercih edildiği bir tüketim tarzıdır. Ürün ve hizmetlerin seçiminde sosyal ve çevresel etkileri göz önünde bulunduran tüketiciler, gelecek nesiller için sürdürülebilir bir toplumun yaratılmasını amaçlamaktadır. Sosyal sorumlu tüketim; bilinçli, etik, çevreci, yeşil, bencil olmayan tüketim şeklinde de kavramsallaştırılmaktadır. **Amaç:** Artan nüfus, sınırlı kaynaklar ve iklim değişikliği gibi nedenler bireylerin tüketim tercih ve alışkanlıklarının zorunlu olarak sürdürülebilir, sorumlu ve bilinçli bir yönelime doğru evrileceğini göstermektedir. Bu bağlamda bilinçli, sürdürülebilir ve sorumlu tüketim davranışını ölçmek, bu alanda geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı ortaya koymak için John Antil'in (1984) geliştirdiği Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeğinin (SSTDÖ) kısaltılarak Türkçe versiyonunun oluşturulması hedeflenmiştir. **Yöntem:** Bu çalışmaya 333 kadın ve 117 erkek olmak üzere yaşları 18 ile 56 arasında değişen 450 birey katılmıştır. Çalışmanın katılımcı grubu eşit ve rastgele bir şekilde iki gruba ayrılarak bir gruba ölçeğin faktör yapısının belirlenmesi adına keşfedici faktör analizi; diğer gruba ise belirlenen faktör yapısının teyit edilmesi için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ayrıca uyum geçerliliğini sağlamak için sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeği ile çevre farkındalık ölçeği arasındaki ilişki incelenmiş ve ölçeğe ait çeşitli güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. **Bulgular:** Yapılan analizler sonucunda 10 maddelik tek faktörden oluşan yeni bir yapı elde edilmiştir. Bu tek faktörlü yapı varyansın %67'sini açıklamaktadır. Ölçeğe ait karşılaştırmalı, mutlak ve artık temelli uyum indeks değerlerinin CFI: 0,95; GFI: 0,94; RMSEA: 0,076 şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Yakınsak geçerlilik analizlerinde ortalama açıklanan varyansın (AVE) %40; birleşik güvenilirlik (CR) değerinin 0,86 ve Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısının 0,90 olduğu anlaşılmıştır. Uyum/uyuşum geçerliliği için kullanılan çevre farkındalık ölçeği ile ölçek arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki elde edilmiştir. Sonuç olarak 40 madde olarak geliştirilen ölçek Türkçe sürümünde 10 maddelik tek faktörlü bir yapı halini almıştır. **Özgünlük:** Ulusal literatürde doğrudan sosyal sorumlu tüketim davranışını ölçen tek ölçme aracı olması bakımından ve sürdürülebilir toplum anlayışının gerekliliği düşünüldüğünde SSTDÖ'nün Türkçe kısa sürümünün birçok sosyal bilim araştırmacısı için kullanışlı bir başvuru kaynağı olacağı düşünülmektedir.

ABSTRACT

Socially responsible consumption is a behavior that consciously prefers sustainable products or services that are considered less harmful and do not harm the environment. Consumers considering social and environmental impacts when choosing products and services aim to create a sustainable society for future generations. Socially responsible consumption is also conceptualized as conscious, ethical, environmentalist, green, and selfless. **Purpose:** Reasons such as increasing population, limited resources, and climate change indicate that individuals' consumption preferences and habits will necessarily evolve towards a sustainable, responsible, and conscious orientation. In this respect, it intended to create a Turkish version of the Socially Responsible Consumption Behavior Scale (SRCBS) developed by John Antil (1984) to measure conscious, sustainable, and responsible consumption behavior and a valid and reliable measuring instrument in this field. **Method:** Four hundred fifty individuals aged between 18 and 56, including 333 women and 117 men, attended this research. Exploratory factor analysis was implemented to ascertain the factor structure of the scale by dividing the study's participant group into two groups equally and randomly; confirmatory factor analysis was implemented in the other group to confirm the determined factor structure. In addition, for the scale's congruent validity, its relationship with the environmental awareness scale was examined, and various reliability analyzes of the scale were carried out. **Findings:** A single-factor structure of 10 items was attained with the analyzes made. The resulting scale structure explained 67% of the variance; the CFI of goodness-of-fit values of the scale was 0.95; GFI: 0.94; It has been determined that it is RMSEA: 0.076. In the convergent validity analysis, the average variance extracted (AVE) was 40%; It was ascertained that the composite reliability (CR) value was 0.86, and the Cronbach Alpha coefficient was 0.90. A highly significant relationship was obtained between the environmental awareness scale used for congruent validity and the scale ($r(450) = .65; p < .01$). In conclusion, the scale, which was disclosed as 40 items, became a single-factor structure with ten items in its Turkish version. **Originality:** In terms of being the only measurement tool in the national literature that directly measures socially responsible consumption behavior and considering the necessity of a sustainable society understanding, it is thought that the Turkish short revision of the scale will be a valuable and essential reference source for many social science researchers.

* Bu çalışma 13-15 Ekim 2022 tarihlerinde gerçekleştirilen "Sosyal Hizmet Sempozyumu 2022: Sürdürülebilir Kalkınma ve Sosyal Hizmet" sempozyumunda özet bildiri olarak sunulmuştur.

** Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, hasanterzi@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3731-6482

*** Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, İİBF, Sosyal Hizmet Bölümü, veysibaydar@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1434-079X

**** Arş. Gör. Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Girişimcilik Bölümü, esadtosun@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0398-5218

***** Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, menessayin@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8423-8352

***** Dr. Öğr. Üyesi Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, sahayok@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1420-148X

1. GİRİŞ

Tarihsel süreç içerisinde insanoğlunun hayatı anlamlandırma biçimi ve günlük yaşam pratikleri daima bir dönüşüm içerisinde olmuştur. Bu dönüşüm yeni karşılaşılan olay ve olguların kavramsallaştırılması, bir takım yeni tanımlamaların yapılması gibi durumları da beraberinde getirmektedir. Dünyadaki canlı yaşamı kadar eski bir davranış biçimi olan tüketim olgusunun da insanoğlunun yaşam biçimindeki değişimlerle birlikte yönü, sıklığı, şekli değişime uğramaktadır. İnsanoğlu keşfettikçe, ürettikçe ve geliştikçe yeni birtakım ihtiyaçlar ya da istekler ortaya çıkmaktadır. Tüketim ise insanın bu ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda güdülenmesi sonucu değişmekte ve tüketim davranışının alanı genişlemektedir. Bu yönüyle değerlendirildiğinde tüketim olgusunun insan için oldukça pragmatik bir davranış olduğu savunulabilir.

Tüketim kavramı, ürün veya hizmetlerin bireyler tarafından yarar sağlamayı amaçlayarak kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2010). Bu kavramsallaştırmaya göre bireyler tüketim yoluyla belli bir faydaya ulaşmayı amaçlarlar (Solomon, 1999). Buradaki faydanın mahiyetinin ise bir önemi bulunmamaktadır. Örneğin susayan bir insan bu faydaya bir bardak su tüketerek ulaşabilirken, bir başka insan manevi bunalımlarından kurtulmak ya da yeni yerler keşfederek mutlu olmak için farklı bölgelere seyahat ederek erişebilir. Bu kavram çerçevesinde incelendiğinde, tüketim sonucunda sağlanan fayda herhangi bir şey olabilmektedir. Dolayısıyla tüketim ile sağlanan fayda fizyolojik, biyolojik, psikolojik, sosyal ya da kültürel alanda bireyin ihtiyaç, istek ve arzularını karşılayan her şeydir. Bu durum göstermektedir ki bireyin ihtiyaç, istek ya da arzusunu karşıladığı sürece tüketimin sağladığı faydanın meşru ya da gayrimeşru olmasının da bir önemi bulunmamaktadır (Torlak, 2000).

Tüketim eyleminin faydaya dayalı bu geniş geri bildirim alanı tarihsel ve teknik/teknolojik gelişmelerin bir neticesi olarak ortaya çıkmıştır. Geleneksel dönemde zaman ve mekân kısıtı ya da üretim için ihtiyaç duyulan insan gücü ihtiyacının çok fazla olması gibi kısıtlar tüketimin de sınırlı olmasıyla sonuçlanmış, dolayısıyla bu dönemde tüketim eylemi büyük çoğunlukla temel ihtiyaçların giderilmesine yönelik bir faaliyet olarak şekillenmiştir. Tekniğin gelişmesi ile kolaylaşan ulaşım, artan üretim imkanları ve büyüyen ticaret hacmi tüketim kavramının değişimini de beraberinde getirmiştir. Coğrafi keşiflerle birlikte özellikle iktisadi alanda başlayan zihniyet dönüşümü insanlığı sanayi devrimine kadar ulaştırmıştır. 18. yüzyıla denk gelen sanayi devrimi ve onu takip eden dönemlerde kapitalist iktisadi modelin dayandığı büyüme mantığının bir tezahürü olarak kitlesel üretimde artış yaşanmış, kitlesel

iletişim ile ürünlerin pazarlanması kolaylaşmış, gelişen teknik olanaklar ile lojistik imkanlar artmış ve nihayet 20. yüzyılın başlarından itibaren kitlesel tüketim olgusu ortaya çıkmıştır. Bu yeni dönemde bireyler neredeyse her alanda ihtiyaçlarını karşılamının birden fazla yoluna erişmişler, farklı alternatifler arasından tercih yapabilme imkanına sahip olmuşlardır. Bu aynı zamanda rekabette artışa, dolayısıyla tüketimin altında yatan ana itici güç olan ihtiyaç kavramının sahnedeki yerini yavaş yavaş istek ve arzulara bırakmasına neden olmuştur. Özellikle 1929 buhranı sonrasında pazarlamacıların önemli katkılarıyla ortaya çıkan bu yeni toplumsal tüketim motivasyonu, (ulaşılacak bireysel fayda haricinde) ortaya çıkacak hiçbir sonucu düşünmeden özgürce ve çokça tüketime neden olmuştur. Tüketime dayalı sürekli büyümeyi öngören bu yeni ekonomik model ve bu anlayış üzerine inşa edilen, arzu ve isteğe dayalı tüketim özgürlüğü düşüncesi 1970’li yıllardan itibaren kıt kaynakların tükenme tehlikesi, endüstri kaynaklı çevresel sorunlar, gelir adaletsizliği ve tüketim eşitsizliği gibi konular çerçevesinde tartışılmaya başlanmıştır.

Her eylemin bir neticesi olduğu gibi her tüketim faaliyetinin de bir neticesi ya da geri bildirim olmaktadır. Bu çerçevede tüketimin de bireysel geri bildirimlerinin dışında çevresel, ekonomik ve sosyal geri bildirimleri bulunmaktadır (Bell, Morse, 2003). Dolayısıyla gerek üreticilerin gerekse tüketicilerin eylemlerini belirleyen düşünsel arka planın çevresel, ekonomik ve sosyal dengeyi gözetecek bir motivasyon temelinde yükselmesi giderek daha büyük bir önem kazanmaktadır. Çevresel, ekonomik ve sosyal dengenin ekonomik büyüme lehine bozulması neticesinde tüketim alanında sosyal sorumlu tüketim, sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir pazarlama, tüketici eğitimi gibi yeni bir takım tartışma alanları ortaya çıkmıştır ve bu tartışma alanlarının merkezinde sürdürülebilirlik kavramı yer almaktadır.

“Daimî olma yeteneği” olarak tanımlanan ve *“farklı alanlardaki ilişkilerin uyum içerisinde olması”*nı ifade eden (Şen, Kaya ve Alpaslan, 2018) sürdürülebilirlik kavramının kökeni 18. ve 19. yüzyıla kadar uzanmaktadır (Sand, 2007). Alfred Rusell Wallace 1898 yılından yayınladığı *Harika Yüzyılımız* adlı eserinde 19. yüzyıla ilişkin başarısızlıklara değinmiş ve çeşitli yer altı kaynaklarının (petrol, kömür, gaz ve topraktan çıkarılan minerallerin) sorumsuzca tüketilmesini ve dünyanın en önemli oksijen kaynakları olan ormanların yok edilmesini *“gelecek nesillere açılan bir yara”* şeklinde değerlendirmiştir (Du Pisani, 2006). Kavramın modern anlayışı ve uluslararası toplum düzeyinde tanınması (Barral, 2012) Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) bünyesinde 1987 yılında hazırlanan Brundtland Raporu ile gerçekleşmiştir. Raporda Sürdürülebilirlik, *“gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneği”*

(Brundtland Report, WCED 1987) şeklinde tanımlanmıştır. Bugün ve gelecekle ilgili geniş bir bakış açısı sunan bu tanım aslında sürdürülebilirliğin dinamik yönünü vurgulamaktadır. Sürdürülebilirlik, dünyadaki tüm doğal sistemlerin bir sınırı olduğunu ve insan refahının bu sınırlar içinde şekillenmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Hall, Danake ve Lenox, 2010).

Sürdürülebilirlik çevresel, ekonomik ve sosyal kaynakların kullanımında mevcut ve gelecek nesiller arasındaki adaleti gözetmektedir (McKeown, vd., 2002). Sürdürülebilirliğin temel felsefesi, doğa ve çevrenin taşıma kapasitesini aşmadan ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesidir (Şen vd., 2018). Bu bağlamda sürdürülebilirliğin ekonomik büyüme, çevresel koruma ve sosyal eşitlik olarak üç bileşenin olduğunu söylemek mümkündür (Keiner, 2005). Ekonomik açıdan sürdürülebilirlik çevresel avantajlar ile ekonomik harcamalar arasında oluşan denge olarak tanımlanabilir. Bu denge, ekonomik faaliyetler gerçekleştirilirken ekolojik dengeye ve doğal kaynakların kullanımına dikkat edilmesini ifade etmektedir (Akgül, 2010). Çevresel açıdan sürdürülebilirlik mevcut nesil ile gelecek nesillerin ihtiyaçlarını ve beklentilerini ekosisteme zarar vermeden karşılayabilmek olarak tanımlanmaktadır (Morelli, 2011). Sosyal açıdan sürdürülebilirlikse dağıtım ve fırsatta adalet, eğitim ve sağlık gibi sosyal hizmetlerin yeterliliği, siyasi şeffaflık ve toplumsal cinsiyet eşitliği olarak tanımlanabilir (Harris ve Goodwin, 2001).

Doğal kaynaklar doğal sermayemizdir. Bu doğal kaynaklardan sadece fosil yakıtları ele alırsak 20. yüzyılın ikinci yarısındaki tüketim eşine az rastlanır türden çevresel tehlikeler meydana getirmektedir (Schumacher, 2019).

1960'lı yıllarda kaleme alınan bu sözler bugünün dünyasında artarak karşılık bulmuştur. Küresel nüfus, tahmin edildiği gibi büyümeye devam eder ve 9,5 milyarı aşarsa, insanların halihazırda sahip oldukları hayat standartlarını devam ettirebilmeleri için gerekli olan tabii kaynakları sağlamak için üç adet dünya büyüklüğünde kaynağa gereksinim duyulacaktır (UN, 2022). Bu ortamda sürdürülebilir bir çevre, doğal kaynaklar ve yaşam ortamları için sorumlu tüketim davranışı neredeyse zorunluluk halini almıştır. Kimi kaynaklarda çevreci tüketim, bilinçli tüketim, yeşil tüketim, bencil olmayan tüketim, etik tüketim gibi adlandırmalarla kullanılan sürdürülebilir tüketim eksenli davranışlar bazı kaynaklarda sosyal sorumlu tüketim davranışı adıyla yer almaktadır. Diğerleriyle benzer kaygı ve anlamlar taşıyan sosyal sorumlu tüketim “ürünlerin elde edilmesi, kullanılması ve elden çıkarılması aşamalarında herhangi bir zararlı etkiyi en aza indirme veya ortadan kaldırma ve toplum üzerindeki uzun vadeli yararlı etkisini en üst düzeye çıkarma arzusu” anlamına gelmektedir (Mohr, Webb ve Katherine, 2001). Diğer bir tanımında, sosyal sorumlu tüketim davranışı “ihtiyaçların

giderilmesinin yanı sıra bu davranışın muhtemel sonuçlarını dikkate alan” (Hayta, 2009), “kaynakların kullanımında sürdürülebilirliği temel alan, doğal çevreye verilen zararı minimize eden yöntemleri arayan tüketim şekli” olarak tanımlanmaktadır (Yüce, 2013). Sosyal sorumlu tüketici ise “özel tüketiminin toplumsal sonuçlarını dikkate alan veya satın alma gücünü sosyal değişim meydana getirmek için kullanmaya çalışan” (Webster ve Frederick, 1975), “satın aldığı ürünlerde çevreye zararsız (veya en az zararlı) olanları tercih eden, işletmeleri bu tür ürün ve hizmetleri üretmesi konusunda yönlendiren kişi” şeklinde açıklanmaktadır (Roberts, 1993).

Sosyal sorumlu tüketim davranışını ölçmek üzere kullanılan ölçeklerden biri 1991 yılında J. A. Robert tarafından geliştirilen ölçektir. 40 ifadeden oluşan ölçekte sosyal sorumlu tüketim davranışının “*ekolojik olarak bilinçli tüketici davranışı*” ve “*sosyal olarak bilinçli tüketici davranışı*” olmak üzere 2 boyutu olduğu ortaya konmuştur. 605 katılımcıyla gerçekleştirilen çalışma sonucunda bireylerin sosyal sorumlu tüketim davranışı göstermelerinde tutumsal özelliklerin demografik özelliklere göre daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Roberts, 1991).

Webb, Mohr ve Harris 26 ifadeden oluşan “*sosyal sorumlu satın alma ve elden çıkarma*” ölçeğini geliştirmişlerdir. Webb ve arkadaşlarının çalışması incelendiğinde ölçeğin 3 boyuttan oluştuğu (1- *firmaların kurumsal sosyal sorumluluk performansına dayalı satın alma*; 2- *geri dönüşüm*; 3- *çevresel etkilerine dayalı olarak ürünlerin kullanımının azaltılması ve önlenmesi*) görülmüştür. Araştırma sonucunda algılanan tüketici etkinliğinin sosyal sorumlu tüketimin önemli bir belirleyicisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Webb, Mohr ve Harris, 2008).

Diğer bir çalışmada Durif ve arkadaşları sosyal olarak sorumlu tüketimi ölçmek için davranışa dayalı bir ölçek tasarlamışlar ve sosyal sorumlu tüketicilerin profilini ortaya koymuşlardır. 752 katılımcıdan oluşan bir örneklem grubuyla gerçekleştirilen çalışmada araştırmacılar profesyonel sosyal sorumlu tüketiciden anti sosyal sorumlu tüketiciye kadar 6 farklı tüketici profili tanımlamışlardır (Durif, Boivin, Rajaobelina ve François-Lecompte, 2011).

Bir başka çalışmada Castano vd. sosyal sorumlu tüketim davranışını ölçmek için bir çalışma yapmışlardır. 21 ifadeden oluşan ölçek 4 boyutu içinde barındırmaktadır. Bu boyutlar “*dışsal sosyal sorumlu tüketim, içsel sorumlu tüketim, rasyonel tüketim ve sağlık hizmetidir*”. Çalışma sonucunda işletmelerin iş uygulamalarının sosyal sorumlu tüketim ile ilişkili olduğunu tüketicilere anlatmaları gerektiği ve sosyal sorumlu tüketicilerin tüketimlerinde kısıtlamaya gittikleri, ihtiyaçları kadar tüketim gerçekleştirdiği gerçeğini göz önünde bulundurması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır (Villa Castaño vd., 2016).

Sosyal sorumlu tüketim üzerine Türkiye’de yapılan çalışmalar yukarıdaki ölçeklerin Türkçelerinin kullanılmasıyla yapılan araştırmalardan oluşmaktadır. Bu çalışmaların birinde üniversite öğrencilerinin sosyal sorumlu tüketim davranışı incelenmiş, 400 üniversite öğrencisine uygulanan araştırma neticesinde, çalışmaya katılan öğrencilerin kolektivist kültür değerleri yükseldikçe işletmelerin sosyal sorumluluk performanslarına ilişkin algılarının, çevreye duyarlılık seviyelerinin ve geri dönüşüme yönelik alışkanlıklarının artacağı sonuçlarına ulaşılmıştır (Yüce, 2013).

Uğurhan, Yaşar ve Şener’in (2018) 448 katılımcı ile gerçekleştirdiği araştırmada sosyal sorumlu tüketim davranışı ve eğilimleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışma sonucunda sosyal sorumlu satın alma davranışına ilişkin sonuçlarla beraber cinsiyetin sosyal sorumlu satın alma davranışında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık meydana getirdiği belirlenmiştir.

Bir diğer çalışmada hedonik tüketim ve faydacı tüketimin sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisini tespit etmek amacıyla 413 kişinin katılımıyla uygulama yapılmış ve çalışma neticesinde faydacı tüketim ile sosyal sorumlu tüketim ve alt boyutları arasında pozitif yönlü ilişki; sosyal sorumlu tüketim ve alt boyutları ile hedonik tüketim arasında negatif bir ilişki olduğu ortaya konmuştur (Karaca ve Yemez, 2020).

Bir başka çalışmada Covid-19 salgın döneminin bireylerin sosyal sorumlu tüketim davranışına ilişkin algılamalarına etkileri incelenmiş, 385 katılımcı üzerinde araştırma yapılmıştır. Araştırma neticesinde sürdürülebilirlik temelli tüketim davranışına ve değerlere ait risk anlayışının sosyal sorumlu tüketime özgü davranış ve tutumları pozitif olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Özel, İnal ve Nart, 2021).

Türkçe literatür incelendiğinde sürdürülebilirlik ekseninde çeşitli adlarda farklı çalışmalara rastlanmıştır. Bu çalışmalardan bazıları şöyledir; Sürdürülebilir Çevre Eğitimi Tutum Ölçeği (Afacan ve Demirci Güler, 2011), Çevre Sorumluluğuna Bağlı Tüketici Bilinci Ölçeği (Köse ve Gül, 2014), Bilinçli Tüketici Ölçeği (Buğday, 2015), Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeği (Doğan, Bulut ve Kökalan Çımrın, 2015), Çevreci Tüketim Ölçeği (Dursun, Tümer Kabadayı ve Tuğer, 2018), Yeşil Örgütsel Davranış Ölçeği (Erbaşı, 2019). Bu çalışmaların çoğu doğrudan sosyal sorumlu tüketim davranışını ölçmemektedir ve bazıları ise belirli örneklem grupları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Belirtilen çalışmaların genel özellikleri ve çok faktörlü yapılara sahip olduğu düşünüldüğünde tek faktörlü ve kısaltılmış sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeğinin alana katkısı ve önemi anlaşılır olmaktadır.

Bu çalışmada sosyal sorumlu tüketim davranışını ölçmek için Türkçe çalışmalarda kullanılmak üzere 1984 yılında John Antil'in geliştirmiş olduğu sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Bu bağlamda tek faktörlü yapı için uzun olduğu düşünülen ölçeğin kısaltılarak kısa bir formunun oluşturulması yönünde bir yaklaşıma gidilmiştir.

2. YÖNTEM

Çalışma kapsamında yaşları 18 ile 56 arasında değişen; 333 kadın ve 117 erkek birey (n=450) örneklem olarak kullanılmıştır. Çalışmada sosyal sorumlu tüketim davranışının ölçümünde sıklıkla kullanılan ve John Antil (1984) tarafından geliştirilmiş olan Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeğinin (Socially Responsible Consumption Behavior Scale) Türkçe versiyonu kullanılmıştır. Ölçeğin araştırma etiğine uygunluğu için yapılan başvuru Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu tarafından incelenmiş ve yapılan değerlendirmeler neticesinde Kurulun 18.01.2022 tarih ve 2022/01 no.lu toplantısında alınan E-78977401-050.02.04-101272 sayılı kararda ölçeğin etik kurallara uygunluğu oy birliği ile kabul edilmiştir. Veri toplama aracı olarak kullanılan anketler 2022 yılının ilk yarısında Türkiye'nin çeşitli illerinden katılımcılara çevrimiçi olarak gönderilmiştir. Bu kapsamda bilgisine başvuru katılımcılardan toplanan 487 adet anket formu incelenmiş ve eksik ya da hatalı doldurulan anket formları analiz dışında bırakıldıktan sonra kalan 450 anket formu SPSS, AMOS ve Factor Analysis programları kullanılarak çeşitli analizlere tabi tutulmuştur. Bu kapsamda eldeki 450 anket formu öncelikle rassal olarak (225-225) iki gruba ayrılmış, bu grupların birincisinden toplanan verilere açıklayıcı faktör analizi, akabinde buradan ulaşılmış olan yapı kullanılarak diğer gruptan edinilen verilere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Aynı zamanda doğrulayıcı faktör analizi uygulanan veri seti ile yakınsak geçerliliğe ilişkin koşullar test edilmiştir. Diğer tüm analizlerde veri setinin tamamı kullanılmıştır. Ayrıca 450 katılımcıdan elde edilen verilerle ölçeğin uyum geçerliliğini değerlendirmek için Okur-Berberoğlu ve Uygun (2012) tarafından geliştirilen Çevre Farkındalık Ölçeği kullanılmıştır. Bireylerin çevreye karşı duyarlılığını ve korumaya dönük sorumlu davranışlarını ölçmek için tek faktörlü yapı şeklinde geliştirilen çevre farkındalık ölçeği 5'li Likert şeklinde puanlandırılmıştır. Bu çalışma kapsamında bilgisine başvuru örneklem grubunun araştırma sorularına vermiş olduğu yanıtlar üzerinden yapılan güvenilirlik analizinde ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .93 olarak tespit edilmiştir.

3. BULGULAR

3.1. Dil Geçerliliği

Ölçeğin maddeleri araştırmacılar tarafından ayrı ayrı Türkçeye çevrilmiştir. Araştırmacılar bir araya gelerek Türkçeye çevrilen her bir ifadeyi tek tek incelemiş ve ifadelere ilişkin son kararı vermişlerdir. Tüm ölçek maddeleri incelenirken görünüş bakımından benzerliklere ve kapsam bakımından maddelerin birbiriyle uyumluluğuna da dikkat edilmiştir. Özellikle katılımcıların gelir veya vergilerinden kesintileri içeren maddelerde ülkenin ekonomik durumu dikkate alınmış, çeviriler bu doğrultuda gerçekleştirilmiştir. Son aşamada Türkçeye çevrilen ölçek tekrar İngilizceye çevrilmiş ve orijinaliyle karşılaştırılarak uyumlu bir çevirinin yapıldığı teyit edilmiştir. Ayrıca Ateşman Okunabilirlik İndeksi (Ateşman, 1997) kullanılarak ölçek maddelerinin en alt düzeyde hangi gruplar tarafından anlaşılabilceği tespit edilmiştir. Bu kapsamda 40 maddelik hali için indeks değeri 63,4; 10 maddelik hali için ise 53,4 olarak hesaplanmıştır. Bu indeks değerlerine göre 40 maddelik ölçeğin 9. ve 10. sınıflar (temel eğitimin 6 yaş ile başladığı düşünülürse 15-16 yaş grubu) ve 10 maddelik halinin ise 11 ve 12. sınıflar (17-18 yaş grubu) için okunabilir olduğu söylenebilir.

3.2. Yapı Geçerliliği

3.2.1. Açımlayıcı/Keşfedici Faktör Analizi

Açımlayıcı/Keşfedici Faktör Analizinde (AFA veya KFA) hem örneklem büyüklüğü hem de verilerin faktör analizine uygunluğu açısından KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) katsayısı ve Bartlett Küresellik testi dikkate alınmaktadır (Kartal ve Bardakçı, 2018: 40). Örneklem verilerine faktör analizini uygulamak için Bartlett Küresellik testinin anlamlı ve KMO katsayısının minimum .60 olması gerektiği belirtilmektedir. Eğer bu değer yüksek ise ölçekteki her bir değişkenin diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde yordandığı varsayılmaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2018: 207). Orijinal ölçekte olduğu gibi tüm maddeler analize dahil edilerek ölçek, tek faktörlü yapı şeklinde sınırlandırılmış ve herhangi bir döndürme yöntemi kullanılmamıştır. Her madde için .45 faktör yükü sınır değer olarak kabul edilmiştir (Büyüköztürk, 2020: 134). Ölçeğin tüm maddelerine ilişkin yapılan analizler neticesinde KMO katsayısı .92 olarak tespit edilmiş ve Bartlett Küresellik ($\chi^2 = 5892,086$; sd:780; $p < .001$) testi ise anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlarla birlikte mevcut örneklem verilerinin Açımlayıcı Faktör Analizine uygun olduğunu anlaşılmıştır. Elde edilen yapının varyansın %34'ünü açıkladığı, sınır değere göre oluşan faktör yüklerinin .46-.83 arasında değer aldığı ve 14 maddenin sınır değerinin altında kaldığı belirlenmiştir. Bu maddeler

analizden çıkarılarak daha iyi bir yapı elde etmek için her maddenin açıkladığı varyans değeri .55 olarak sınırlandırılmıştır. Dikkate alınan ölçütlere göre elde edilen son yapının KMO katsayısı .94 olarak tespit edilmiş; Bartlett Küresellik ($\chi^2 = 1728,814$; sd:45; $p < .001$) testi anlamlı bulunmuş; faktör yükleri .74-.87 arasında değer almış ve açıklanan toplam varsans değeri ise %67 olarak elde edilmiştir. Böylece ölçeğin on maddelik son hali oluşmuştur. Ölçeğin son haline ilişkin yapılan faktör analizine ilişkin bulgular Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Ölçeğin Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans
1	M30	,872		
2	M32	,847		
3	M29	,845		
4	M26	,835		
5	M23	,831		
6	M36	,819	6,656	%67
7	M37	,816		
8	M39	,795		
9	M22	,751		
10	M24	,739		

3.2.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

AFA ile elde edilen yapı Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile test edilmiştir. DFA daha önce elde edilen ölçek yapılarının doğruluğunu teyit eden bir analiz yöntemidir. Doğrulayıcı Faktör Analizinde her madde için en az 10 katılımcı ve örneklem sayısı için en az 200 katılımcı önerilmektedir (Kline, 2016: 16). DFA model testinde genel uyum için ki-kare değeri serbestlik derecesine bölünür (χ^2/sd veya CMIN/DF) ve bu değer bazı kriterlere göre değerlendirilir. Bu değerlerin yanı sıra karşılaştırmalı uyum indeksleri olan NFI (Normed Fit Index), TLI (Tucker-Lewis Index), IFI (Incremental Fit Index), CFI (Comparative Fit Index), RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation); mutlak uyum indeksleri olarak değerlendirilen GFI (Goodness of Fit Index), AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index) ve artık temelli uyum indeksleri olan RMR (Root Mean Square Residual), SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) değerleri dikkate alınır. Uyum indekslerine ilişkin kritik değerler ve DFA neticesinde ortaya çıkan uyum iyiliği değerleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Kritik Değerler ve Ölçeğin Uyum İyiliği Değerleri

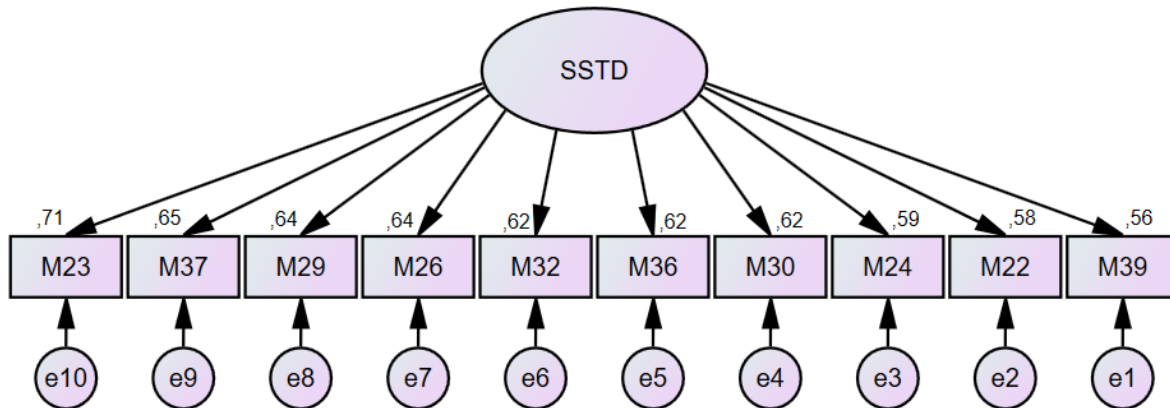
Model Uyum Kriteri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Ölçek Değerleri
χ^2 testi	$0,05 < p \leq 1$	$0,01 < p \leq 0,05$,000
χ^2/sd	≤ 3	≤ 5	2,014
Karşılaştırmalı Uyum İndeksleri			
NFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,90
TLI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,93
IFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,95
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$	0,95
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,07
Mutlak Uyum İndeksleri			
GFI	$\geq 0,90$	$\geq 0,85$	0,94
AGFI	$\geq 0,90$	$\geq 0,85$	0,90
Artık Temelli Uyum İndeksleri			
RMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,04
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,05

Yukarıda belirtilen kritik indeksler Schumacker ve Lomax (2004), Kline (2016), Tabachnick ve Fidell (2001) ve Bryne'nin (2010) belirlediği değerler özetlenerek elde edilmiştir (Kartal ve Bardakçı, 2018: 70).

Ölçeğin uyum iyiliği değerleri Tablo 2'de incelendiğinde indeks değerlerinin kritik değerlere eşit, kabul edilebilir olduğu veya iyi uyum sağladığı anlaşılmaktadır. Bu açıdan AFA ile elde edilen yapının DFA ile teyit edildiği söylenebilir. Bu test neticesinde elde edilen değerlerin anlamlı bir şekilde daha iyi uyum gösterdiği tespit edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda sıkça raporlanan indeks değerleri Tablo 3'te; model ve faktör yükleri Şekil 1'de belirtilmiştir.

Tablo 3: DFA ile Elde Edilen Modelin İndeks Değerleri

İndeksler	χ^2	sd	χ^2/sd	CFI	GFI	SRMR	RMSEA
Değerler	70,501	35	2,014	,95	,94	,05	,067



Şekil 1: Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı (SSTD) Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

3.2.3. Yakınsak Geçerlilik

Yakınsak geçerlilik ifadelerin birbirleriyle ve oluşturdukları faktör ile ilişkili olmasının bir ölçütüdür. Yakınsak geçerlilik için ölçeğe ilişkin CR (Composite/Construct Reliability-Birleşik Güvenilirlik/Yapı Güvenilirliği) değerlerinin AVE (Average Variance Extracted-Ortalama Açıklanan Varyans) değerlerinden büyük, CR değerinin ,70 ve üzerinde, AVE değerinin ,50 ve üzerinde olması beklenir (Yaşlıoğlu, 2017; Gürbüz, 2019). Bu değerler ve doğrulayıcı faktör analizi neticesinde oluşan faktör yükleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Faktör Yükleri, CR ve AVE Değeri

Maddeler	Faktör Yükleri	CR Değeri	AVE Değeri
1	M30	,62	
2	M32	,62	
3	M29	,64	
4	M26	,64	
5	M23	,71	
6	M36	,62	,86 %40
7	M37	,65	
8	M39	,56	
9	M22	,58	
10	M24	,59	

Tablo 4 incelendiğinde Ortalama Açıklanan Varyans (AVE) değerinin belirlenen sınır değerinin (,50) altında olduğu, bununla birlikte AVE değerinin ,50'den küçük olduğu durumlarda CR değerinin ,60'tan büyük olmasının yakınsak geçerlilik için yeterli olduğu belirtilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Elde edilen bu sonuçlarla birlikte ölçeğin yakınsak geçerlilik koşullarını sağladığı söylenebilir.

3.2.4. Uyum Geçerliliği

Ölçüt geçerliliğinin bir türü olan uyum geçerliliği, geçerli ve güvenilir bir ölçek kullanılarak geliştirilecek ölçekle güvenilir ölçeğin ne kadar uyumlu olduğunu tespit etmek için kullanılır. Benzer veya birbiriyle ilişkili yapıları, olguları ölçtüğü düşünülen ölçekler ile uyum geçerliliği saptanır. Uyum kavramı yerine eşzaman, birlikte vuku bulma, zamandaş, mevcut hal veya uygunluk kavramları da kullanılmaktadır.

Uyum geçerliliğini tespit etmek için Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı ile ilişkili olduğu düşünülen Okur-Berberoğlu ve Uygun (2012) tarafından geliştirilen Çevre Farkındalık Ölçeği kullanılmıştır. Uyum geçerliliğinde korelasyon katsayısı kullanılmaktadır. Yapılan analizler neticesinde iki ölçeğin arasında yüksek düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilerek ölçeğin uyum geçerliliği koşulunu yerine getirdiği anlaşılmıştır. Uyum geçerliliğine ilişkin bulgular Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Ölçekler Arasındaki İlişki

Değişkenler	n	Ort.	SS	1	2
1. Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı	450	44,1	5,6	1	
2. Çevre Farkındalık		84,3	7,9	,65**	1

** $p < 0,01$

3.2.5. Güvenilirlik Analizleri

Yakınsak geçerlilik için kullanılan CR değeri esasen ölçeğe ilişkin bir güvenilirlik göstergesidir (Kline, 2016: 313). Yapılan analizler sonucunda ölçeğin CR değeri ,86 olarak tespit edilmiştir (Bk. Tablo 4). Bu açıdan ölçeğin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ölçeğin iç tutarlığı için faktörlere ilişkin Cronbach alfa güvenilirlik katsayılarına bakılmıştır. İdeal olarak bu katsayının ,70 ve üzerinde olması beklenir. Ancak kısa ölçeklerde sınır değer ,50 olabileceği de belirtilmektedir (Pallant, 2020: 113). Yapılan analizler sonucunda tüm faktörlerin Cronbach alfa güvenilirlik katsayılarının belirlenen ölçütleri karşıladığı saptanmıştır.

Madde analizi de bir güvenilirlik ölçütü olarak düşünülmektedir. Bu açıdan ölçeğin düzeltilmiş madde toplam korelasyonları incelenmiş ve tüm maddelerin ,30 olarak belirlenen kritik değer üstünde değer aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların aldıkları toplam puanlar büyükten küçüğe doğru sıralanarak katılımcıların puanı en yüksek olan %27'lik dilimi (üst grup) ile en düşük olan %27'lik dilimi (alt grup), (kalan diğer katılımcılar dikkate alınmamıştır), ölçekteki her madde açısından “bağımsız gruplar için t testi” ile karşılaştırılarak alt-üst gruplara dayalı madde analizi yapılmıştır. Bu analiz yöntemi aynı zamanda ayırt edicilik analizi şeklinde de ifade edilmektedir (Kartal ve Bardakçı, 2018: 117). Ölçeğe ilişkin Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları, düzeltilmiş madde toplam korelasyonları ve her madde düzeyinde alt-üst gruplar için yapılan t testi sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Alt-Üst Gruplar için T Testi Sonuçları, Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonları ve Cronbach Alfa Katsayısı

Maddeler	t istatistiği	r_{jx}	Cronbach Alfa
M30	-22,006***	,692	,90
M32	-18,096***	,674	
M29	-18,104***	,680	
M26	-21,063***	,678	
M23	-20,428***	,728	
M36	-24,042***	,730	
M37	-19,439***	,669	
M39	-18,593***	,629	
M22	-19,096***	,606	
M24	-20,886***	,615	

*** $p < 0,001$

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmanın amacı John Antil tarafından geliştirilen Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizlerini yaparak Türkçeye uyarlamaktır. Bu kapsamda 40 maddelik tek faktörlü bir yapıyı temsil eden ölçeğin kısaltılması hedeflenmiş, bu hedef doğrultusunda birbiriyle uyum gösteren 10 madde ile yeni bir ölçek yapısı oluşturulmuştur.

Bu çalışmada tek faktörlü bir yapı için ölçek maddelerinin fazla olduğu düşünülerek ölçeğin kısaltılması hedeflenmiş, veri seti rastgele iki eşit parçaya bölünerek bir kısmına Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA), diğer kısmına ise Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizinden elde edilen verilerle ölçeğin yakınsak geçerliliğe sahip olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan diğer analizlerde veri setinin tamamı kullanılmıştır.

Açımlayıcı Faktör Analizi neticesinde birbiriyle uyumlu ve faktör yükleri yüksek olan 10 maddeli ve tek faktörden oluşan bir yapı bulunmuştur. Bu yapıda faktör yükleri ,73-,87 arasında değer almış ve bu maddelerin varyansın %67'sini açıkladığı görülmüştür. Daha sonra elde edilen yapı ile Doğrulayıcı Faktör Analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analizde uyum iyiliği değerlerinin (χ^2/sd , NFI, TLI, IFI, CFI, RMSEA, GFI, AGFI, RMR, SRMR) belirlenen kriterleri karşılayarak elde edilen yapıyı doğruladığı belirlenmiştir. Ayrıca ölçeğe ilişkin yakınsak geçerlilik (CR ve AVE değerleri) ve uyum geçerliliği ölçütlerinin de karşılandığı analiz ve hesaplamalar neticesinde tespit edilmiştir. Faktörlerin CR değerleri ve Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları; alt-üst gruplara dayalı madde analizi ve düzeltilmiş madde toplam korelasyonları ölçeğin güvenilir olduğunu ortaya koymuştur.

Bu çalışma sonucunda geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu tespit edilen Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeğiyle benzer yapıda ve nitelikte olan herhangi bir ölçme aracına Türkçe alanyazında rastlanılmamıştır ancak sürdürülebilirlik, çevre sorumluluğu, bilinçli tüketim, çevre bilinci ekseninde yapılmış çeşitli çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmaların odak noktasında ise bireylerin davranışları yer almaktadır. Örneğin Afacan ve Demirci Güler'in Sürdürülebilir Çevre Eğitimi Kapsamında Tutum Ölçeği geliştirme çalışmasında bilinçlilik, olumsuz düşünceler, gönüllülük, tutumluluk, duyarlılık ve tasarruflu tüketim boyutlarına ulaşılmıştır. Buğday'ın Bilinçli Tüketim Ölçeği geliştirme konulu doktora tez çalışmasında bulunan boyutlar çevre bilinçli tüketim, etik tüketim, sade tüketim ve sosyal sorumlu tüketim şeklindedir. Köse ve Gül'ün Çevre Sorumluluğuna Bağlı Tüketim Ölçeği

geliştirme çalışmasında yine bireysel tüketim davranışları çerçevesinde değerlendirilen boyutlar çevreye karşı sorumluluk ve bilinç, tüketim ve satın alma ile tasarruf şeklinde isimlendirilmiştir. Dursun, Tümer Kabadayı ve Tuğer Çevreci Tüketim Davranışı olarak adlandırdıkları ölçeklerinde altı boyut bulmuşlar ve bu boyutları geri dönüşüm, yeşil tüketim, yalın tüketim, elektrik tasarrufu için yatırım, günlük elektrik tasarrufu ve ısı tasarrufu başlıklarında ele almışlardır. Alanda yapılmış bir başka ölçek geliştirme çalışmasında ise Doğan, Bulut ve Kökalan Çımrın geliştirdikleri ölçeğe Sürdürülebilir Tüketim Davranışı adını vermişler ve çalışmalarını sonucunda ölçeğin dört boyuttan oluştuğunu bulmuşlardır. Bu boyutlar sırasıyla çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı tüketim, tasarruf ve yeniden kullanılabilirliktir. Alandaki diğer bir çalışmada da Erbaşlı Yeşil Örgütsel Davranış Ölçeği şeklinde isimlendirdiği ve bireylerin daha çok işyerindeki davranışlarını ölçmeye yönelik bir ölçek geliştirmiştir. Bu ölçeğin boyutları ise çevresel duyarlılık, çevresel katılım, ekonomik duyarlılık, yeşil satın alma, teknolojik duyarlılıktır. Araştırmacıların geliştirdikleri ölçeklerle ölçmeyi amaçladıkları konular bireylerin tüketim davranışlarıdır ve bu ölçek geliştirme çalışmalarında elde edilen boyutlar çoğunlukla bireysel davranışlar çerçevesinde isimlendirilmiştir.

John Antil tarafından geliştirilen orijinal ölçekte yer alan 40 madde arasında bireysel davranışları ölçmeye yönelik ifadeler mevcut olsa da yapılan analizler neticesinde istatistiksel açıdan geçerli ve güvenilir olduğu anlaşılmış olan, ölçeğin 10 maddeli Türkçe versiyonunun bireysel davranışlardan çok insanların sosyal sorumluluk bilincini ölçmeye yönelik bir ölçek olduğu anlaşılmıştır. Ölçeğin nihai versiyonunda yer alan 10 ifade incelendiğinde sözü edilen sosyal sorumluluk bilincinin bireyin kendisine, devlete ve firmalara yönelik 3 yönü olduğu anlaşılmaktadır. Bunlardan birincisi bireyin kendi sorumluluk bilinciyle ilgili olan yöndür. Bu kapsamda değerlendirilebilecek ifadeler “kirliliğin bitki ve hayvan yaşamına verdiği zararı düşündükçe öfkeleniyorum”, “insanlar, kıt kaynaklardan yapılan ürünlerin kullanımını sınırlandırmaları konusunda arkadaşlarını uyarmalıdır”, “bence, her birey çevreyi kirleten veya çevreye zarar veren ürünleri kullanmaması için arkadaşlarını uyarmalıdır”, “kısa vadeli sonuçları fazla görünür olmasa da kirliliği yavaşlatmak adına kişisel fedakarlıklar yapabilirim” şeklinde sıralanabilir. Sosyal sorumluluğun ikinci yönünü ise bireylerin devletten beklediği ödevler ve bu ödevlerin yerine getirilmesine ilişkin geliştirdiği duygular oluşturmaktadır. Buna göre “güçlü bir çevre koruma programı için devletin daha çok bütçe ayırması akıllıca olacaktır”, “devlet, her vatandaşa, kirlilikle ilgili şikayetlerini bildirebilecekleri kurum veya kuruluşların bir listesini vermelidir”, “devlet okullarımız, tüm

öğrencilerin çevre ve koruma sorunları ile ilgili bir ders almalarını şart koşmalıdır” ifadeleri bireylerin devlete yüklediği sosyal sorumluluk kapsamındaki ödevlerdir denebilir. Ölçeğin 10 maddeli son halinde sosyal sorumluluğun diğer yönünde firmaların yer aldığı anlaşılmaktadır. Ölçekte yer alan “firmaların çevreyi nasıl kirlettiğini düşündüğümde hüsrana uğruyor ve öfkeleniyorum”, “firmalar, üretim ve işleme süreçlerinde geri dönüştürülmüş malzemeler kullanmaya zorlanmalıdır”, “firmalar, reklamlarında ürünlerin ekolojik dezavantajlarına yer vermeye zorlanmalıdır” ifadeleri bunun göstergesidir. Dolayısıyla literatürdeki diğer ölçekler aracılığıyla bireysel davranışlar ekseninde ölçülmeye çalışılan sürdürülebilirliğe, çevre bilincine, tasarrufa, vb. yönelik tutumlar bu çalışmadan elde edilen ölçek aracılığıyla farklı bir bakış açısıyla ölçüme imkân sunmaktadır. Literatürdeki diğer çalışmaların çok boyutlu olması farklı tutumların ölçülmesine imkân tanınması bakımından kıymetlidir ancak bu çalışma kapsamında Türkçeye çevrilen ve kısaltılmış versiyonunun geçerli ve güvenilir olduğu anlaşılan Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeği, başlığındaki vurguya uygun biçimde bireylerin çevreyle, doğayla, kirlilikle, sürdürülebilirlikle ilgili davranışlarının sosyal boyutunu ölçme amacı taşımaktadır. Bireysel davranışlardaki hassasiyetle birlikte firmalara ve devlete de ödevler yükleyen sosyal sorumluluk kavramı bireylerdeki bilinç düzeyini de göstermektedir. Belli bir bilinç düzeyine sahip kişilerin bireysel davranışların yanında sürdürülebilirlik, çevre bilinci, tasarruf gibi alanlarda toplumdaki diğer insanlardan, firmalardan, devletten beklentileri olmaktadır. Dolayısıyla ölçekteki 10 maddenin ölçtüğü sosyal sorumlu tüketim davranışı bireysel olmaktan çok toplumsal bir bakış açısını yansıtmaktadır.

Yukarıdaki açıklamalarla birlikte değerlendirildiğinde Türkçe literatürde her ne kadar sürdürülebilirlik, çevre bilinci gibi konularda çeşitli çalışmalar mevcut olsa da doğrudan sosyal sorumlu tüketim davranışını ölçen herhangi bir çalışma veya ölçek bulunamamıştır. Bu nedenle Türkçeye çevrilen ölçeğin, geçerli ve güvenilir olduğunu teyit eden bu çalışma ile alana önemli katkı sunulacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma üniversite öğrencileriyle gerçekleştirildiği için sonraki çalışmaların daha geniş ve örneklem grubu açısından çeşitlilik gösteren katılımcılarla yürütülmesi önerilmektedir. Ölçeğin pazarlama araştırmalarında, özellikle sosyal sorumlu tüketim davranışını belirlemek amacıyla ve araştırmacıların belirleyeceği çeşitli değişkenlerle ve modellerle ilişkilendirilerek kullanılması tavsiye edilmektedir. Makalenin ekinde yer alan ölçeği, araştırmacılar izin almadan kullanabilir.

KAYNAKÇA

- Afacan, Ö. ve Demirci Güler, M. P. (2011). Sürdürülebilir Çevre Eğitimi Kapsamında Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması. 2nd International Conference on New Trends in Education and Their Implications içinde (ss. 904–913). Antalya: Siyasal Kitabevi.
- Akgül, U. (2010). Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolijinin Eylem Alanı. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi, (24),133-164.
- Antil, J. H. (1984). Socially Responsible Consumers: Profile and Implications for Public Policy. Journal of Macromarketing, 5(2), 18–39.
- Ateşman, E. (1997). Türkçede Okunabilirliğin Ölçülmesi. Ankara Üniversitesi TÖMER Dil Dergisi, 58, 71-74.
- Barkemeyer, R. ve Holt, D. (2014). What Happened to the Development in Sustainable Development? Business Guidelines Two Decades After Brundtland, Sustainable Development, 22(1), 15-32.
- Barral, V. (2012). Sustainable Development in International Law: Nature and Operation of an Evolutive Legal Norm, The European Journal of International Law Vol. 23(2), 377-400.
- Buğday, E. B. (2015). Bilinçli Tüketici Ölçeği Geliştirme Çalışması. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyüköztürk, Ş., (2020). “Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı” (27. Baskı). Ankara: Pegem Akademi
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş. (2018). “Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları”, (5. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Doğan, O., Bulut, Z. A. ve Kökalan Çımrın, F. (2015). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 29(4), 659–679.
- Du Pisani, J. (2006). Sustainable Development – Historical Roots Of The Concept, Environmental Sciences, 3(2), 83-96
- Durif, F., Boivin, C., Rajaobelina, L. ve François-Lecompte, A. (2011). Socially responsible consumers: profile and implications for marketing strategy. International Review of Business Research Papers, 7(6), 215–224.

- Dursun, İ., Tümer Kabadayı, E. ve Tuğer, A. T. (2018). Çevreci Tüketim Davranışı: Boyutları ve Ölçümü. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(3), 42–66.
- Erbaşı, A. (2019). Yeşil Örgütsel Davranış Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. İstanbul Management Journal, 86, 1–23.
- Fornell, C., Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.
- Gürbüz, S. (2019). Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi. Ankara: Seçkin.
- Hall, J. K., Daneke, G. A. & Lenox, M. J. (2010). Sustainable Development and Entrepreneurship: Past Contributions and Future Directions. Journal of Business Venturing, 25(5), 439-448.
- Harris, J. ve Goodwin, N. (2001). Basic Principles of Sustainable Development, Dimensions of Sustainable Development.
- Hayta, A. B. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt, 10(3), 143–151.
- İslamoğlu, A. H. ve R. Altunışık (2010). Tüketici Davranışları, İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Karaca, Ş. ve Yemez, İ. (2020). Tüketicileri Sosyal Sorumlu Tüketime Yönlendiren Faydacı ve Hedonik Güdülerin İncelenmesi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(3), 771–785.
- Kartal, M., Bardakçı, S. (2018). “SPSS ve AMOS Uygulamalı Örneklerle Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri”. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Keiner, M. (2005). History, Definition(s) and Models of Sustainable Development, ETH Zurich, 1-8.
- Kline, R. (2016). “Principles and practice of structural equation modeling”, (4th Ed.). New York: The Guilford Press.
- Köse, E. Ö. ve Gül, Ş. (2014). Öğretmen Adaylar İçin Çevre Sorumluluğuna Bağlı Tüketim Bilinci Ölçeğinin Geliştirilmesi. Eğitim Bilimleri ve Uygulama Dergisi, 13(26), 257–277.

- McKeown, R., Hopkins, C., Rizzi, R. ve Chrystalbride, M. (2002). Education for Sustainable Development Toolkit. Knoxville: Energy, Environment and Resources Center, University of Tennessee., 1-142.
- Mohr, L. A., Webb, D. J. ve Katherine, E. H. (2001). Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior. *The Journal Of Consumer Affairs*, 35(1), 45–72.
- Morelli, J. (2011). Environmental Sustainability: A Definition for Environmental Professionals, *Journal of Environmental Sustainability*, Vol: 1(1), 1-10.
- Odabaşı, Y. (2019). Tüketim Kültürü (Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma) (Gözden Geç.). İstanbul: Aura Kitapları.
- Okur-Berberoğlu, E., Uygun, S. (2012). Çevre Farkındalığı- Çevre Tutumu Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli ile Sınanması. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı, 25(2), 459-473.
- Özel, N. G., İnal, M. ve Nart, S. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinin Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışlarına ETKİLERİ. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 357–373.
- Pallant, J. (2020). “SPSS Kullanma Kılavuzu: SPSS ile Adım Adım Veri Analizi”, (3.Baskı) (Çev. S. Balcı, B. Ahi). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Roberts, J. A. (1991). Development of a Profile of The Socially Responsible Consumer For The 1990s and Its Marketing Management and Public Policy Implications. University Nebraska-Lincoln.
- Roberts, J. A. (1993). Sex Differences in Socially Responsible Consumers’ Behavior. *Psychological Reports*, 73(1), 139–148.
- Sand., P.(2007). Sustainable Development-of Forests, Ships, and Law, *Environmental Policy and Law*, 37/2-3.
- Schumacher, E. F. (2019). Küçük Güzeldir. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Şen, H., Kaya, A. Ve Alpaslan, B., 2018 Sürdürülebilirlik Üzerine Tarihsel ve Güncel Bir Perspektif, *Ekonomik Yaklaşım Dergisi* 29(107), s1-47.
- Torlak, Ö. (2000). Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü. İstanbul: İnkılâp Yayınları.

- Uğurhan, Y., Yaşar, İ. ve Şener, B. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Sorumlu Satın Alma Davranışları Profili Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 174–186.
- UN. (2022). Facts and Figures. United Nations. <https://www.un.org/en/actnow/facts-and-figures> adresinden erişildi.
- Villa Castaño, L. E., Perdomo-Ortiz, J., Dueñas Ocampo, S. ve Durán León, W. F. (2016). Socially Responsible Consumption: An Application In Colombia. *Business Ethics*, 25(4), 460–481. doi:10.1111/beer.12128
- WCED (World Commission on Environment and Development). 1987. Our common future. Oxford: Oxford University Press.
- Webb, D. J., Mohr, L. A. ve Harris, K. E. (2008). A Re-examination of Socially Responsible Consumption and Its Measurement. *Journal of Business Research*, 61(2), 91–98.
- Webster, J. ve Frederick, E. (1975). Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 188–196.
- Yaşlıoğlu, M.M. (2017). “Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt:46, 74-85.
- Yüce, A. (2013). Kollektivist Kültür Değerinin Sosyal Sorumlu Tüketim Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 275–291.

Ek. Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeği

Maddeler

1. İnsanlar, kıt kaynaklardan yapılan ürünlerin kullanımını sınırlandırmaları konusunda arkadaşlarını uyarmalıdır.
2. Güçlü bir çevre koruma programı için devletin daha çok bütçe ayırması akıllıca olacaktır.
3. Kirliliğin bitki ve hayvan yaşamına verdiği zararı düşündükçe öfkeleniyorum.
4. Devlet, her vatandaşa, kirlilikle ilgili şikayetlerini bildirebilecekleri kurum veya kuruluşların bir listesini vermelidir.
5. Bence, her birey çevreyi kirleten veya çevreye zarar veren ürünleri kullanmaması için arkadaşlarını uyarmalıdır.
6. Firmaların çevreyi nasıl kirlettiğini düşündüğümde hüsrana uğruyor ve öfkeleniyorum.
7. Devlet okullarımız, tüm öğrencilerin çevre ve koruma sorunları ile ilgili bir ders almalarını şart koşmalıdır.
8. Kısa vadeli sonuçları fazla görünür olmasa da kirliliği yavaşlatmak adına kişisel fedakarlıklar yapabilirim.
9. Firmalar, üretim ve işleme süreçlerinde geri dönüştürülmüş malzemeler kullanmaya zorlanmalıdır.
10. Firmalar, reklamlarında ürünlerin ekolojik dezavantajlarına yer vermeye zorlanmalıdır.