



MİNİMALİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM:

AĞRI İLİNDE BİR UYGULAMA

ARZU ELEM

Yüksek Lisans Tezi

İŞLETME ANABİLİM DALI

Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER

AĞRI-2025

(Her hakkı saklıdır.)

T.C.
AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

Arzu ELEM

MİNİMALİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM:
AĞRI İLİNDE BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER

Jüri Başkanı Doç. Dr. Adnan KARA

Jüri Üyesi Doç. Dr. Esra KADANALI

AĞRI- 2025

 AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ 2007	TEZ BEYANNAME DİLEKÇESİ	Doküman No	FR-210
		İlk Yayın Tarihi	26.02.2024
		Revizyon Tarihi	
		Revizyon No	00
		Sayfa No	1/1

27/11/2025

LİSANÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “Minimalizm ve Sürdürülebilir Tüketim: Ağrı İlinde Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezinin bilimsel ve etik kurallara riayet edilerek tarafımdan hazırlandığını taahhüt eder, tezimin basılı ve elektronik nüshalarının Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü arşivlerinde saklanmasına ve tamamının erişime açılmasına izin verdiğimi beyan ederim.

Arzu ELEM

	LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ TEZ KABUL VE ONAY TUTANAĞI		Doküman No	FR-211
			İlk Yayın Tarihi	26.02.2024
			Revizyon Tarihi	
			Revizyon No	00
			Sayfa No	1/1

MİNİMALİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM:

AĞRI İLİNDE BİR UYGULAMA

Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER danışmanlığında, Arzu ELEM tarafından hazırlanan bu çalışma, 27/11/2025 tarihinde aşağıda isimleri belirtilen jüri tarafından değerlendirilmiş olup İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalında yüksek lisans tezi olarak **oybirliği (3/3)** ile kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. Adnan KARA

İmza :

Üye : Doç. Dr. Esra KADANALI

İmza :

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER

İmza :

Yukarıdaki sonuç;

Enstitü Yönetim Kurulu .../.../... tarih ve / numaralı kararı ile onaylanmıştır.

.....
Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaklardan yapılan bildiriş, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak olarak kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ MİNİMALİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM: AĞRI İLİNDE BİR UYGULAMA

Arzu ELEM

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER

2025, 73 Sayfa + viii

Jüri: Doç. Dr. Adnan Kara

Doç. Dr. Esra KADANALI

Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER

Bu araştırmada bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının minimalist tüketim davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmanın anakütlesini Ağrı il merkezinde yaşayan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış ve toplam 525 katılımcıdan anket yoluyla veri toplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde aritmetik ortalama, standart sapma, frekans dağılımı, güvenilirlik analizi, açıklayıcı faktör analizi ve regresyon analizinden yararlanılmıştır. Analizlerin yapılmasında SPSS 22.0 paket istatistik programlarından yararlanılmıştır. Araştırmada gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda tüketici minimalizmi ölçeğinin 3 sürdürülebilir tüketim ölçeğinin ise 4 faktörlü bir yapıya sahip olduğu ve ölçeklerin yüksek derece güvenilir oldukları belirlenmiştir. Çalışmada katılımcıların tüketici minimalizmi genel ortalaması 3,88; sürdürülebilir tüketim davranışı genel ortalaması ise 3,39 olarak belirlenmiştir. Araştırmada gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçlarına göre sürdürülebilir tüketim davranışının çevre duyarlılığı, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik boyutlarının minimalist tüketim davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif yönde; ihtiyaç dışı satın alma boyutu üzerinde ise anlamlı ve negatif yönde bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Tüketim, Tüketici Minimalizmi, Sürdürülebilirlik, Minimalizm, Tüketim

ABSTRACT

MASTER'S THESIS MINIMALISM AND SUSTAINABLE CONSUMPTION: AN APPLICATION IN AĞRI PROVINCE

Arzu ELEM

Thesis Advisor: Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER

2025, 73 Pages + viii

Jury: Assoc. Prof. Dr. Adnan KARA

Assoc. Prof. Dr. Adnan KARA

Assist. Prof. Ercan KESER

This study investigated the impact of individuals' sustainable consumption behaviors on their minimalist consumption behaviors. The study population consisted of individuals aged 18 and over living in the city center of Ağrı. A non-random sampling method, specifically convenience sampling, was used, and data was collected from a total of 525 participants via questionnaire. Arithmetic mean, standard deviation, frequency distribution, reliability analysis, exploratory factor analysis, and regression analysis were used to analyze the data. SPSS 22.0 statistical software package was used for the analyses. The factor analysis revealed that the consumer minimalism scale had a 3-factor structure and the sustainable consumption scale had a 4-factor structure, indicating high reliability. The overall mean consumer minimalism score was 3.88, and the overall mean sustainable consumption behavior score was 3.39. The regression analysis results showed that the environmental awareness, saving, and reusability dimensions of sustainable consumption behavior had a significant and positive effect on minimalist consumption behavior, while the unnecessary purchase dimension had a significant and negative effect.

Keywords: Sustainable Consumption, Consumer Minimalism, Sustainability, Minimalism, Consumption

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın her aşamasında bilgi ve deneyimleriyle bana rehberlik eden, desteğini her zaman yanımda hissettiğim kıymetli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER'e en içten teşekkürlerimi sunarım. Bunun yanı sıra, eğitim hayatım boyunca ve tez sürecinde sabır, anlayış ve destekleriyle her zaman yanımda olan aileme teşekkür ederim.

Tezin hazırlanması sürecinde karşılaştığım tüm zorlukları anlayışla karşılayan, sabır ve hoşgörüsüyle bana güç veren hayat arkadaşım ve en iyi dostum Mustafa ELEM'e teşekkür etmeyi bir borç bilirim. Varlıklarıyla hayatıma anlam katan ve motivasyonumu artıran sevgili çocuklarım Asya Erva ELEM ve Asil Yiğit ELEM'e sevgi ve teşekkürlerimi sunarım.

Ağrı – 2025

Arzu ELEM

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
1. GİRİŞ	1
2. TÜKETİCİ MİNİMALİZMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM	4
2.1. Minimalizm	4
2.1.1. Minimalizm tanımı ve kavramı.....	4
2.1.2. Minimalizmin özellikleri	5
2.2. Minimalist Tüketim.....	6
2.2.1.Minimalist tüketim kavramı ve tanımı	6
2.2.2. Minimalist tüketim fonksiyonları	9
2.2.3. Minimalist tüketim stratejileri	10
2.2.4. Minimalist tüketim faydaları	13
2.3. Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Tüketim.....	13
2.3.1.Sürdürülebilirlik kavramı ve tanımı.....	14
2.3.2. Sürdürülebilirliğin boyutları	14
2.3.2.1. Çevresel sürdürülebilirlik	15
2.3.2.2. Ekonomik sürdürülebilirlik	16
2.3.2.3. Sosyal sürdürülebilirlik	17
2.3.3. Sürdürülebilir tüketim kavramı, tanımı ve kapsamı	17
2.3.4. Sürdürülebilir tüketimde bireyin önemi.....	22
2.3.5. Sürdürülebilir tüketim davranışı	23
2.3.6. Sürdürülebilir tüketim davranışını etkileyen faktörler.....	24
2.3.7. Sürdürülebilir tüketim davranışı ve alt boyutları.....	24
2.3.7.1. Çevresel duyarlılık boyutu.....	26
2.3.7.2. İhtiyaç dışı satın alma boyutu	27
2.3.7.3. Enerji tasarruf boyutu.....	27

2.3.7.4. Yeniden kullanılabilirlik boyutu.....	28
2.3.8. Sürdürülebilir tüketimin eksikleri ve sürdürülebilirlikle ilgili temel sorunlar	29
2.4. Minimalizm ve Minimalist Tüketimin Sürdürülebilir Tüketimle İlişkisi.....	30
2.4.1. Minimalizm ile sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki	30
2.4.2. Minimalist tüketim ile sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki	31
3. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞININ TÜKETİCİ MINİMALİZMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR SAHA ARAŞTIRMASI	34
3.1. Araştırmanın Amacı	34
3.2. Araştırmanın Kapsamı, Sınırları ve Kısıtları.....	34
3.3. Araştırma Modeli ve Değişkenleri	34
3.4. Araştırma Hipotezleri.....	36
3.5. Araştırmanın Örneklem Süreci ve Veri Toplama Yöntem ve Aracı.....	36
3.6. Verilerin Analizi.....	37
3.6.1. Demografik özellikler	37
3.6.2. Tüketici minimalizmi ve sürdürülebilir tüketim ölçekleri keşfedici faktör ve güvenilirlik analizleri	38
3.6.2. Araştırma katılımcılarının tüketici minimalizmi ve sürdürülebilir tüketim düzeylerinin tespiti ve incelenmesi.....	41
3.6.3. Çevre duyarlılığının tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin incelenmesi	44
3.6.4. İhtiyaç dışı satın almanın tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin incelenmesi	45
3.6.5. Tasarrufun tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin incelenmesi.....	46
3.6.6. Yeniden Kullanılabilirliğin tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin incelenmesi	47
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	49
KAYNAKLAR	53
EKLER.....	66
ÖZGEÇMİŞ	73

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. Minimalist Tüketim Stratejileri.....	12
Tablo 3.1. Demografik Özellikler	37
Tablo 3.2. Tüketici Minimalizmi Ölçeği Keşfedici Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları	39
Tablo 3.3. Sürdürülebilir Tüketim Ölçeği Keşfedici Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları	40
Tablo 3.4. Bireylerin Minimalist Tüketim Düzeyleri.....	42
Tablo 3.5. Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Düzeyleri.....	43
Tablo 3.6. Çevre Duyarlılığının Tüketici Minimalizmi Üzerindeki Etkisi	44
Tablo 3.7. İhtiyaç Dışı Satın Almanın Tüketici Minimalizmi Üzerindeki Etkisi	45
Tablo 3.8. Tasarrufun Tüketici Minimalizmi Üzerindeki Etkisinin Tespiti.....	46
Tablo 3.9. Yeniden Kullanılabilirliğin Tüketici Minimalizmi Üzerindeki Etkisi.....	47

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. Araştırma Modeli.....	35
----------------------------------	----



1. GİRİŞ

Günümüzde küresel ölçekte artan tüketim eğilimleri, doğal kaynakların hızla tükenmesine, çevresel dengenin bozulmasına ve ekonomik sürdürülebilirliğin zayıflamasına neden olmaktadır. Tüketim, modern toplumlarda yalnızca bireylerin ihtiyaçlarını karşılamaya hizmet eden bir faaliyet olmaktan çıkmış; kimlik, statü, aidiyet ve yaşam tarzını şekillendiren sosyal bir göstergeye dönüşmüştür. Bununla birlikte, aşırı ve bilinçsiz tüketim davranışları bireylerin psikolojik iyi oluşunu olumsuz etkilemekte, ekonomik kaynakların verimli kullanımını engellemekte ve çevresel sorunları daha da derinleştirmektedir. Bu nedenle sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir tüketim, çevresel ve toplumsal refahın korunması amacıyla kritik kavramlar olarak öne çıkmaktadır.

Sürdürülebilirlik, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların birbirine bağlı olduğu ve sürekli bir denge gerektiren çok boyutlu bir süreçtir. Bu bağlamda, sürdürülebilirlik bilinci, bireylerin çevre dostu davranışlar sergilemesinin ötesinde, sosyal eşitlik ve ekonomik sürdürülebilirlik hedeflerini destekleyen bir yaşam tarzı benimsemelerini sağlamaktadır (White vd., 2019: 23; Hwang ve Griffiths, 2017).

Sürdürülebilir tüketim, doğal kaynakların korunması, atık üretiminin azaltılması ve üretim-tüketim döngüsünün çevresel etkilerinin minimize edilmesini içeren bütüncül bir yaklaşımdır. Bu anlayış, tüketim sürecinin yalnızca satın alma kararlarından ibaret olmadığını; ürünlerin üretim süreçleri, kullanım şekilleri ve nihai bertaraf yöntemleriyle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini savunur (Jackson, 2009: 41). Sürdürülebilir tüketim davranışı, bireylerin yalnızca doğayı koruyan değil, aynı zamanda toplumsal adaleti ve ekonomik güvenliği destekleyen bir yaşam biçimi geliştirmelerine imkân tanır. Böylece sürdürülebilir tüketim, hem birey hem de toplum düzeyinde bilinçli, sorumlu ve uzun vadeli fayda üreten tercihleri teşvik eden bir yapıya sahiptir.

Son yıllarda sürdürülebilir tüketim tartışmalarıyla paralel olarak, minimalist yaşam tarzı da giderek daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Minimalizm, sürdürülebilirlik, sadelik ve pratiklik üzerine yoğunlaşan bir yaşam biçimidir. Minimalistler, satın alma kararlarından ürünlerin kullanım ve bertaraf süreçlerine

kadar aşırı tüketim ve kaynak israfını dikkatle değerlendirir (Martin-Woodhead, 2022: 1018; Shafqat vd., 2023: 8). Tüketici minimalizmi ise sahip olunan eşya sayısını azaltmayı, satın alma sıklığını düşürmeyi ve kullanılan eşyaların bireyin yaşamındaki işlevselliğini artırmayı amaçlayan bir tüketim biçimi olarak tanımlanmaktadır (Wilson ve Bellezza, 2022: 798). Böylece minimalizm, bireylerin yaşam kalitesini artıran, zihinsel sadeleşmeyi destekleyen ve ekonomik kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlayan bir yaşam biçimi sunmaktadır.

Tüketici minimalizmi ile sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki, her iki yaklaşımın da aşırı tüketimi sınırlandırmayı ve bilinçli tercihleri teşvik etmeyi amaçlamasından kaynaklanmaktadır. Minimalizm bireyi gereksiz harcamalardan uzaklaştırırken; sürdürülebilir tüketim bu indirgeme sürecine çevresel ve toplumsal sorumluluk boyutunu ekler. Dolayısıyla minimalizm, sürdürülebilir tüketimin mikro düzeydeki bireysel pratiği olarak değerlendirilebilir. Her iki yaklaşım da kaynak kullanımını azaltma, yaşam kalitesini artırma ve çevresel etkileri minimize etme hedeflerini paylaşarak birbirini tamamlamaktadır.

Bu çerçevede sürdürülebilir tüketimin kavramsal temelleri, minimalizmin bireysel ve toplumsal etkileri ve bu iki yaklaşımın kesişim noktaları üzerinden şekillendirilmiştir. Böylece araştırmada ele alınan tüketici davranışlarının hem çevresel hem de psikolojik boyutları bütüncül bir perspektiften değerlendirilmiştir.

Literatürde tüketici minimalizmi ve sürdürülebilir tüketim kavramlarının çoğunlukla ayrı başlıklar altında ele alındığı, ancak her iki yaklaşımın da aşırı tüketimi sınırlandırmayı ve bilinçli tüketim davranışlarını teşvik etmeyi amaçladığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar, minimalist tüketimin bilinçli satın alma, ihtiyaç dışı tüketimin azaltılması ve uzun ömürlü ürün tercihleri yoluyla sürdürülebilir tüketimi desteklediğini ortaya koymaktadır (Iyer ve Muncy, 2009: 160-168; Wilson ve Bellezza, 2022: 798). Bununla birlikte sürdürülebilir tüketim davranışlarının tüketici minimalizmi üzerindeki etkisini doğrudan inceleyen ampirik çalışmaların sınırlı olduğu, özellikle Türkiye’de ve yerel düzeyde bireylerin tüketim davranışlarını konu alan çalışmaların sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Bu araştırma sürdürülebilir tüketim davranışlarının tüketici minimalizmi üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamakta; Ağrı il merkezinde yaşayan 18 yaş ve üzeri bireyleri kapsayan saha

araştırmasıyla hem literatüre katkı sunmayı hem de tüketici davranışlarının bölgesel düzeyde daha iyi anlaşılmasına hizmet etmeyi hedeflemektedir.



2. TÜKETİCİ MINİMALİZMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM

2.1. Minimalizm

2.1.1. Minimalizm tanımı ve kavramı

Minimalizm sözcüğü, kökeni Latince minimum kavramına dayanan ve “bir şeyin en az ya da en düşük düzeyini” ifade eden bir terimdir (TDK, 2023). Kavram, yalnızca sözcük anlamıyla değil, tarihsel gelişimiyle de farklı disiplinlerde özgün anlamlar kazanmıştır.

Minimalizm, farklı disiplinlerde çeşitli anlamlar kazanan çok katmanlı bir kavram olup, tek bir tanımla sınırlandırılmayacak geniş bir düşünsel temele sahiptir. Bu nedenle kavramın anlaşılabilmesi için hem tarihsel hem de etimolojik kökenine bakmak önem taşır.

Zamanla kavram, yalnızca niceliksel bir sınırı belirtmekten çıkmış; özellikle sanat, mimari ve felsefe alanlarında estetik bir tavrı ve düşünsel bir yaklaşımı içeren geniş bir kavramsal çerçeveye dönüşmüştür (Ertürk, 2011: 12–24; Islakoğlu, 2006: 38–55).

Minimalizm, felsefi ve estetik açıdan değerlendirildiğinde yalnızca biçimsel bir yalınlık anlayışıyla sınırlı olmayan, algıyı sadeleştirerek anlamı yoğunlaştırmayı amaçlayan bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır. Meyer’e göre minimalizm, sanat eserini gereksiz anlatı ve süsleyici unsurlardan arındırarak izleyicinin doğrudan nesneyle ve mekânla ilişki kurmasını hedefler; bu yönüyle minimalist sanat, “azlık” üzerinden düşünsel bir derinlik üretmektedir (Meyer, 2001: 15–18). Benzer biçimde Foster, minimalizmin modern sanat geleneği içinde izleyicinin algısal farkındalığını artıran ve estetik deneyimi nesnenin maddi varlığına odaklayan eleştirel bir tutum geliştirdiğini belirtmektedir (Foster, 1996: 36–40). Bu bağlamda minimalizm, yüzeysel bir sadelikten ziyade, bilinçli bir indirgeme yoluyla kavramsal yoğunluk oluşturan estetik bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.

2.1.2. Minimalizmin özellikleri

Minimalizm estetik düşünce açısından ele alındığında, estetikte sadeliği ve biçimsel indirgemeyi temel alan bir yaklaşım olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda minimalizm, gereksiz ayrıntıların elenmesi yoluyla eserin özüne ulaşmayı amaçlayan bir estetik tavır olarak ele alınmaktadır (Yinelek, 2014: 30).

19. yüzyılda sanat daha çok biçimsel kaygılar üzerine kuruluyken, 20. yüzyılda işlevsellik ve gereklilik ön plana çıkmış; böylece minimalizmin temelleri atılmıştır. Mimarlık alanında Mies van der Rohe'nin "Less is more / Az çoktur" yaklaşımı minimalizmin en bilinen ifadesi hâline gelmiş; kendisi minimalizmi bir eksiklik değil, "az ile çok şey başarabilme yetisi" olarak değerlendirmiştir (Ertürk, 2011: 5). Malevich ise geleneksel sanat anlayışının dışına çıkarak biçimi en aza indirmiş, bu da minimalist sanatın teorik altyapısını güçlendirmiştir.

Sanat tarihinde Donald Judd, Carl Andre, Tony Smith ve Frank Stella gibi isimler minimalizmin temel temsilcileri olmuş; eserlerinde renk, biçim ve kompozisyonu mümkün olduğunca sadeleştirmişlerdir. Bu sanatçılar, izleyicinin esere yalnızca "varlık" ve "mekân" üzerinden odaklanmasını sağlamışlardır (Islakoğlu, 2006: 66; Yinelek, 2014: 24; Aydın, 2019: 30).

Minimalizm, moda ve yaşam tarzı alanında da önemli bir etki yaratmıştır. Özellikle 1990'lı yıllarda Calvin Klein, Giorgio Armani ve Issey Miyake gibi tasarımcıların sade formları, nötr renk paletlerini ve işlevselliği ön plana çıkaran tasarım anlayışlarını benimsemesiyle minimalizm moda dünyasında belirgin bir akım hâline gelmiştir. Bu dönem, modada "az ama işlevsel" yaklaşımının estetik bir değer olarak kabul gördüğü bir dönüşüm süreci olarak değerlendirilmektedir (English, 2011; Yinelek, 2014: 28-31).

Minimalizmin temel yaklaşımı, bireyin yaşamındaki fazlalıkları eleyerek yalnızca öz'e odaklanmasını, böylece daha özgür, anlamlı ve dengeli bir yaşam sürmesini teşvik etmektir (Millburn ve Nicodemus, 2018: 40).

2.2. Minimalist Tüketim

2.2.1.Minimalist tüketim kavramı ve tanımı

Minimalizm, bilinçli tüketimi açıklayan bir tüketim tarzıdır (Dopierala, 2017: 72). Bu yaklaşım, bireylerin yaşamlarında gerçekten önemli olan unsurlara odaklanmalarını, gereksiz fazlalıklardan kurtulmalarını ve tüketimcilik eğilimlerinden uzaklaşarak yaşam kalitelerini artırmalarını ifade eder (Shafqat vd., 2023: 7). Minimalist tüketim, bireyleri sahip oldukları kaynakları daha dikkatli kullanmaya yönlendirerek çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlar. Minimalizm, sürdürülebilirlik, sadelik ve pratiklik üzerine yoğunlaşan bir yaşam biçimidir. Minimalistler, satın alma kararlarından ürünlerin kullanım ve bertaraf süreçlerine kadar aşırı tüketim ve kaynak israfını dikkatle değerlendirir (Martin-Woodhead, 2022: 1018; Shafqat vd., 2023: 8).

Minimalist yaşam tarzında bireyler, yeni ürünler satın almak yerine mevcut sahip olduklarını yeniden değerlendirme, yeniden kullanma ve geri dönüştürme eğilimindedir. Minimalizmin temel ilkesi “daha az ile yaşamak” olup, bu yaklaşım sürdürülebilir kalkınmayı destekler (Palafox, 2020: 70; Fu vd., 2023: 11). Tüketici minimalizmi, son yıllarda küresel ölçekte popülerlik kazanan bir tüketim tarzını temsil etmektedir. Minimalist tüketimde bireyler, bilinçli satın almalar yaparak tüketimlerini azaltır ve yalnızca ihtiyaç duydukları ürünleri temin eder (Chen vd., 2024: 4). Çevresel kaygıları yüksek olan bireyler, sahip olmak yerine kiralama yöntemlerini tercih ederek minimalist bir yaşam tarzını benimseyebilir (Mishra vd., 2024: 268).

Minimalizm, tüketim davranışlarını hem miktar hem de kalite boyutunda şekillendirir. Miktar açısından minimalistler gereksiz ürünlerden kurtulur, yalnızca pratik olanları saklar ve aşırı tüketimi sınırlar. Kalite açısından ise uzun ömürlü ve dayanıklı ürünler tercih edilir; tek kullanımlık ürünlerde tüketim minimize edilir. Bu yaklaşım, aşırı tüketimi eleştirir ve ekonomiye olan etkilerini sorgular (Madias, 2023: 353; Malik ve Ishaq, 2023: 6). Minimalistler, çevreyi olumsuz etkileyen davranış kalıplarına tepki göstererek sahip olduklarını sınırlamaya, sadece ihtiyaç duydukları ürünleri satın almaya ve uzun ömürlü, yüksek kaliteli ürünleri tercih etmeye odaklanır. Bu nedenle minimalizm, sürdürülebilir tüketimi destekleyen bir yaşam tarzı olarak kabul edilmektedir. Minimalistler, sürdürülebilir üretim ve tüketim yöntemlerini

benimser ve genellikle “sıfır atık” yaklaşımını uygular; atıkları minimuma indirir, tüketimi sınırlar ve geri dönüştürülebilecek ürünleri kullanır (Madias, 2023: 355).

- ✓ Kang vd. (2021) minimalist yaşam tarzını dört temel boyut üzerinden açıklamaktadır:
- ✓ Kalabalıktan Arınma (Clutter Removal): Yaşam alanında öncelikli hedeflerin dışında kalan nesnelerin elenmesini ifade eder. Bu boyut, sürdürülebilirliği, sadeliği ve paylaşımı değerleyen tüketici tutumlarını destekler (Fu vd., 2023: 10; Jain vd., 2024; Kang vd., 2021; Rasheed ve Balakrishnan, 2023a: 9).
- ✓ Dikkatli Alışveriş (Cautious Shopping): Yeni bir ürün almadan önce bilinçli değerlendirme yapılmasını içerir. Bu boyut minimalistlerin aşırı tüketimi sınırlandırmasını sağlar (Dopierala, 2017: 74; Kang vd., 2021; Shafqat vd., 2023: 6).
- ✓ Uzun Ömürlülük (Longevity): Ürünlerin mümkün olduğunca uzun süre kullanılması, ancak işlevsiz hâle geldiğinde yenisinin alınmasını ifade eder (Fu vd., 2023: 12; Kang vd., 2021).
- ✓ Öz Yeterlilik (Self-sufficiency): Bireylerin mevcut kaynaklarla yaşamlarını sürdürmeleri, yeni ürünlere bağımlılığı azaltmalarıdır (Fu vd., 2023: 13; Kang vd., 2021).

Her ne kadar tüketici minimalizmi literatürde önemli bir kavram olarak yer alsa da bu kavramın öncülleri ve tüketici davranışına etkisi hakkında sınırlı bilgi bulunmaktadır (Pangarkar vd., 2021: 174). Araştırmalar, tüketici minimalizminin paylaşım ekonomisine dayalı hizmetlerin kullanım niyetini olumlu yönde etkilediğini ve düşük karbonlu yenilikçi tüketici davranışlarını artırdığını göstermektedir (Rasheed ve Balakrishnan, 2023b: 14; Gao vd., 2023: 87).

Aşırı tüketim karşıtı bir hareket olan minimalist tüketim tarzı, günümüzde tüketicilerin ürün tercihlerini etkileyen önemli bir anlayış olarak karşımıza çıkmaktadır. Minimalizm, tüketimi bir amaç olmaktan ziyade bir araç olarak görme felsefesine dayanır. Becker (2017: 28) minimalizmi, bireyin en çok değer verdiği şeylere yaşamında yer verirken, dikkatini dağıtan her şeyi hayatından çıkarması olarak

tanımlar. Bu anlayış, aşırı tüketim fazlalığına karşı bir tepki hareketidir; burada amaç tüketimden tamamen vazgeçmek değil, onu bilinçli ve ölçülü şekilde yönetmektir.

Skowronska'nın (2013: akt. Dopierala, 2017: 73) görüşüne göre, günlük yaşamda kullanılan materyallerin azaltılması veya seçici tüketilmesi, bireyi daha fonksiyonel ve estetik ürünlere yönlendirir. Bu noktada minimalist tüketim ile kapitalizm arasında bir ilişki kurulabilir; para hâlâ harcanmakta, ancak maddi mallar yerine kaliteli deneyimlere yönelim artmaktadır.

Minimalist tüketim, bireylerin hayatlarında daha fazla anlam ve memnuniyet arayarak daha az maddi tüketim yapmayı tercih ettikleri bir yaşam tarzıdır (Wilson ve Bellezza, 2022: 804). Bu yöntem, insanların tüketimle ilgili seçimlerini daha düşünerek ve bilinçli biçimde yapmalarını sağlar; bireyin değerleriyle uyumlu olduğu için özerklik gereksinimini destekler. Minimalist yaşam tarzını benimseyen bireyler, yaşamlarındaki karmaşayı azaltarak yeterlilik duygusunu güçlendirir. Ayrıca maddi varlıklardan uzaklaşıp deneyim ve ilişkiler yoluyla daha anlamlı bağlar kurmaları, ilişki kurma ihtiyaçlarını da karşılayabilir (Kang, Martinez ve Johnson, 2021: 150).

Minimalizm, bireyleri yaşam kalitelerini artıracak kararlar almaya teşvik eder. Sağlıklı beslenme, seyahat, yaşam alanı organizasyonu, hijyen, boş zaman aktiviteleri ve kişisel gelişim gibi seçimler minimalizm felsefesi ile uyumludur. Minimalist tüketici, gerçek ihtiyaçlarına odaklanarak nicel olarak daha az ama niteliksel olarak daha değerli nesnelere sahip olur; kalite, dayanıklılık ve uzun ömürlülük gibi özellikler önem kazanır.

Minimalist tüketim, tüketimin genel olarak azaltılması ve sadece gerekli olanın tercih edilmesini ifade eder (Iyer ve Muncy, 2009). Bu yaklaşım belirli bir marka veya ürün grubundan vazgeçmekten çok, tüketim alışkanlıklarının bütünüyle sadeleştirilmesini amaçlar. Minimalistler tüketimi bilinçli, etik ve çevresel etkileri gözeterek sınırlar (Chatzidakis ve Lee, 2013; Cherrier, 2009). Minimalist tüketim, bireysel motivasyonların yanı sıra çevresel ve toplumsal kaygıları da içerebilir (Wilson ve Bellezza, 2022; Jain vd., 2024).

Özetle minimalist tüketim, bireyin tüketim alışkanlıklarını yeniden tanımlayarak daha anlamlı, bilinçli ve dengeli bir yaşam kurmayı amaçlayan bir tüketim modeli sunar. Bu modelde önemli olan “daha fazlasına sahip olmak” değil,

“daha az ile daha iyi yaşamak” anlayışıdır. Sonuç olarak minimalist tüketim, bireyin yaşamını gereksiz tüketim baskısından arındırarak yalnızca gerçek ihtiyaçlarına odaklanan, sade, bilinçli ve amaç yönelimli bir tüketim biçimi olarak tanımlanabilir.

2.2.2. Minimalist tüketim fonksiyonları

Minimalist tüketim, bireyin yaşamında sadeleşmeyi temel alan ve yalnızca gerçek gereksinimlerine odaklanarak tüketimi bilinçli biçimde sınırlandırmayı amaçlayan bir yaşam biçimi olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım, çağdaş tüketim kültürünün bireylere dayattığı “daha fazla sahip olmanın mutluluk getireceği” anlayışına eleştirel bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Minimalist tüketim, maddi birikimden ziyade bireyin yaşamında anlam arayışını, psikolojik iyi oluşu, özgürleşme duygusunu ve çevresel farkındalığı önceleyen çok boyutlu bir tüketim anlayışını ifade etmektedir (Dopierala, 2017: 70–75; Wilson ve Bellezza, 2022: 798–805; Druică vd., 2023).

Bu yaklaşımın en temel fonksiyonu tüketimin niceliksel olarak azaltılması ve niteliksel olarak dönüştürülmesidir. Birey, minimalizmle birlikte “daha az ama daha anlamlı” bir tüketim biçimini benimser. Iyer ve Muncy (2009: 160-168) bu durumu “antitüketim” olarak adlandırmış; minimalist bireylerin belirli ürün veya markaları reddetmek yerine genel tüketim düzeylerini düşürmeye çalıştıklarını belirtmiştir. Bu yönüyle minimalist tüketim, tüketimi tamamen reddetmeyen, ancak onu sorgulayan ve yeniden anlamlandıran bir davranış biçimidir.

Minimalist tüketimin önemli işlevlerinden bir diğeri de, bireyin kendini tanımasına ve yaşam amacını yeniden değerlendirmesine katkı sağlamasıdır. Minimalizm, yalnızca tüketim miktarının azaltılmasıyla sınırlı olmayıp, bireyin değerlerini, önceliklerini ve kimliğini yeniden yapılandırmasına olanak tanıyan bir süreç olarak ele alınmaktadır. Bu süreçte birey, sadeleşme yoluyla yaşamındaki gereksiz unsurları bilinçli biçimde ortadan kaldırarak, gerçek önceliklerine ve anlam arayışına yönelmektedir. Minimalist tüketim yaklaşımı, modern toplumun dayattığı tüketim odaklı kimliklerden uzaklaşmayı ve bireysel farkındalığın artmasını destekleyen bir yaşam yönelimi olarak değerlendirilmektedir (Dopierala, 2017: 72–76; Wilson ve Bellezza, 2022: 801–806; Druică vd., 2023).

Ayrıca minimalist tüketim, özgürleşme işlevi de görmektedir. Negretto (2013: 44), sade yaşam biçimini benimseyen kişilerin toplumun tüketim baskılarından kurtulduklarını, yaşamları üzerinde daha fazla kontrol kazandıklarını ve kendilerini daha bağımsız hissettiklerini belirtmiştir. Bu bağlamda minimalizm, bireye yalnızca maddi değil, aynı zamanda zihinsel bir özgürlük kazandırır.

Minimalist tüketim aynı zamanda etik, sosyal ve çevresel sorumluluk bilincini geliştiren bir işlev taşır. Oates vd. (2008: 406) sade yaşam biçimlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkilerin azaltılmasında önemli rol oynadığını vurgulamıştır. Tüketicinin azalması, doğal kaynakların korunmasına, atık miktarının düşmesine ve sürdürülebilir bir yaşam biçiminin yaygınlaşmasına katkı sağlar.

Sonuç olarak minimalist tüketim, bireysel düzeyde kendini gerçekleştirme, özgürlük ve içsel denge işlevlerini yerine getirirken; toplumsal düzeyde etik sorumluluk, çevre bilinci ve sürdürülebilirlik amaçlarına hizmet eder. Böylelikle minimalist tüketim, modern dünyanın aşırı tüketim kültürüne karşı geliştirilen alternatif bir yaşam felsefesi olmasının yanı sıra, bireyin anlam arayışına yön veren bir dönüşüm sürecidir.

2.2.3. Minimalist tüketim stratejileri

Minimalist tüketim, bireylerin ihtiyaçlarına odaklanarak gereksiz tüketimden kaçınmalarını ve kaynakları daha verimli kullanmalarını amaçlayan bilinçli bir yaşam biçimidir. Bu yaklaşım kapsamında uygulanan stratejiler hem bireysel hem de toplumsal düzeyde sürdürülebilirliği desteklemekte ve tüketim alışkanlıklarının dönüşümüne zemin hazırlamaktadır. İlk olarak, gerçek ihtiyaçların belirlenmesi minimalist tüketimin temel taşlarından biridir. Wilson ve Bellezza (2021: 803), tüketicilerin ihtiyaç ile istek arasındaki farkı bilinçli biçimde ayırt etmelerinin düşünülmüş ve amaçlı tüketim davranışlarının oluşmasına zemin hazırladığını vurgulamaktadır. Bu durum, aşırı ve gereksiz tüketimin önüne geçerek tüketicinin sahip olduğu kaynakları daha verimli kullanmasını sağlamaktadır.

Bir diğer önemli strateji ise “bir giren, bir çıkar” kuralının uygulanmasıdır. Bu strateji kapsamında, yeni bir eşya alınırken benzer nitelikte eski bir eşyanın elden çıkarılmasıyla maddi varlıklar dengede tutulur. Pangarkar, Shukla ve Taylor (2021: 172), minimalist tüketicilerin bu stratejiyle sahip oldukları eşyaların sayısını sabit

tutarak gereksiz birikimin önüne geçtiklerini ve böylece tüketim davranışlarını kontrol altında tuttuklarını belirtmektedir. Satın alma kararlarının ertelenmesi ise minimalizmde sıklıkla önerilen bir diğer yöntemdir. Ani kararlarla yapılan alışverişlerin önüne geçmek amacıyla uygulanan bekleme süresi, tüketicinin ihtiyaçlarını ve isteklerini yeniden değerlendirmesine olanak tanır. Choi ve Johnson (2019: 145-155), satın alma kararlarının ertelenmesinin impulsif tüketim davranışlarını azaltarak daha bilinçli seçimlere yol açtığını göstermiştir.

Minimalist tüketim stratejileri arasında az ama kaliteli ürünlerin tercih edilmesi önemli bir yer tutar. Hüttel, Balderjahn ve Hoffmann (2018: 841), dayanıklı ve etik olarak üretilmiş ürünlerin tercih edilmesinin tüketim sıklığını azaltarak hem ekonomik hem de çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağladığını ifade etmektedir. Düzenli olarak eşyaların ayıklanması ise minimalist yaklaşımın yaşam alanlarını sadeleştirme ve bireyin psikolojik netlik kazanmasına olanak tanıyan önemli bir bileşenidir. Chen, Wei ve Xiong (2021: 5), bu süreçle bireylerin kimliklerini ve değerlerini yansıtan sadeleşmiş bir yaşam biçimine ulaşmalarının desteklendiğini belirtmektedir.

Tüketim alışkanlıklarının gözden geçirilmesi, bireylerin tüketim davranışlarının altında yatan psikolojik ve sosyal motivasyonları anlamalarına yardımcı olur. Iyer ve Muncy (2009: 160-168), alışkanlıkların farkındalığının artmasıyla bireylerin sürdürülebilir ve bilinçli tüketim yönünde olumlu tutum geliştirdiklerini ortaya koymuştur. Reklam ve pazarlama mesajlarından uzak durmak da minimalist tüketimde önemli bir stratejidir. Schaefer ve Crane (2005: 88), tüketicilerin dışsal tüketim baskılarını filtreleyerek daha bağımsız ve bilinçli kararlar aldığını ifade etmektedir. Bu durum, özellikle sosyal medya ve reklamların yoğun olduğu günümüzde minimalist tüketicilerin tüketim üzerindeki kontrolünü artırmaktadır.

Planlı alışveriş yapmak, minimalist tüketimin bir diğer önemli stratejisidir. Verplanken ve Wood (2006: 93), alışveriş öncesinde liste hazırlamanın ani ve gereksiz harcamaların önüne geçerek tüketim alışkanlıklarını değiştirmede etkili olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde paylaşım ekonomisinden yararlanmak da minimalist tüketimin önemli bir parçasıdır. Belk (2014: 1597), paylaşım ve ortak kullanım temelli

ekonomik modellerin sahip olma zorunluluğunu ortadan kaldırarak kaynakların daha verimli kullanılmasını sağladığını belirtmiştir.

Son olarak, dijital tüketimin azaltılması, minimalist yaşamın teknoloji alanındaki yansımasıdır. Syvertsen ve Enli (2020), dijital detoks uygulamalarının bireylerin bilgi yükünü hafiflettiğini ve psikolojik iyi oluğa olumlu etkileri olduğunu ortaya koymuştur.

Sonuç olarak, minimalist tüketim stratejileri, bireylerin daha bilinçli, ölçülü ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıkları geliştirmesine olanak tanımaktadır. Bu stratejiler hem bireysel yaşam kalitesini artırmakta hem de çevresel etkileri azaltarak toplumsal fayda sağlamaktadır. Akademik araştırmalar, bu stratejilerin uygulanmasının uzun vadede olumlu sonuçlar doğurduğunu ve minimalizmin modern tüketim kültürüne anlamlı bir alternatif sunduğunu göstermektedir.

Tablo 2.1. Minimalist Tüketim Stratejileri

Strateji	Açıklama	Kaynak
Gerçek İhtiyaçları Belirle	Satın almada gerçek ihtiyaçlara odaklanma	Wilson ve Bellezza (2021:803)
“Bir Giren, Bir Çıkar” Kuralı	Yeni eşya alınca eski bir eşya çıkarma	Pangarkar, Shukla ve Taylor (2021:172)
Satın Almadan Önce Bekle	Alışverişi erteleyerek düşünmek	Choi ve Johnson (2019: 145-155)
Az Ama Kaliteli Ürünler Tercih Et	Dayanıklı ve kaliteli ürünlere yatırım yapma	Hüttel, Balderjahn ve Hoffmann (2018:841)
Düzenli Olarak Ayıklama Yap	Kullanılmayan eşyaları düzenli olarak çıkarma	Chen, Wei ve Xiong (2021:5)
Tüketim Alışkanlıklarını Gözden Geçir	Alışkanlıkları fark edip değiştirme	Iyer ve Muncy (2009:160-168)
Tüketim Yönlendirmelerinden Kaçınma	Dışsal baskılardan ve reklamlardan uzak durma	Schaefer ve Crane (2005:88)
Listesiz Alışveriş Yapma	Alışveriş listesi ile gereksiz harcamayı önleme	Verplanken ve Wood (2006:93)

Paylaşım Ekonomisinden Yararlan	Sahip olmak yerine paylaşmak/kiralama	Belk (2014:1597)
Dijital Tüketimi Azalt	Gereksiz dijital içerik ve cihaz kullanımını azaltma	Syvertsen ve Enli (2020)

2.2.4. Minimalist tüketim faydaları

Minimalist tüketim, bireylerin yalnızca tüketim alışkanlıklarını değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, değer yargılarını ve çevreyle olan ilişkilerini de dönüştüren bir süreçtir. Bu süreç hem bireysel hem de toplumsal düzeyde çok sayıda fayda sağlamaktadır. Bu faydalar genel olarak kişisel, sosyal ve çevresel kategorilerde değerlendirilebilir.

Minimalist yaşamın en önemli faydalarından biri, bireye sağladığı psikolojik huzur, mutluluk ve özgürlük duygusudur. Silva vd. (2012: 47) tarafından yapılan çalışmada sade yaşamın bireylerde “mutluluk, denge, sağlık ve içsel huzur” gibi sonuçlar doğurduğu saptanmıştır. Benzer biçimde Becker (2017), minimalizmin bireye maddi yüklerden arınma ve yaşamın özüne odaklanma fırsatı sunduğunu, bunun da duygusal dengeyi güçlendirdiğini ifade etmiştir.

Minimalist tüketim bireye zaman ve maddi kaynak tasarrufu da sağlamaktadır. Silva ve Hor-Meyll (2016: 58), sadeleşmenin bireylerin gereksiz harcamalarını azaltarak daha fazla ekonomik özgürlük kazandıklarını, aynı zamanda bu süreçte kazandıkları zamanı daha anlamlı etkinliklere ayırabildiklerini belirtmiştir. Böylece minimalizm, bireyin yaşam kalitesini yükselten bir ekonomik ve duygusal verimlilik modeli sunmaktadır.

Bunun yanı sıra minimalist yaşam biçimi, bireyin öz farkındalığını artırır. Tüketim alışkanlıklarını sorgulayan birey, kendi ihtiyaçlarını yeniden tanımlar ve tüketimi yaşamının merkezinden çıkarır. Bu süreç, kişinin kendini gerçekleştirme düzeyini yükseltmekte ve “gerçekten önemli olan şeylere” odaklanmasını sağlamaktadır (Johnston ve Burton, 2003).

Minimalist tüketim, bireysel düzeyde olduğu kadar toplumsal ve çevresel düzeyde de olumlu sonuçlar doğurur. Sade yaşam ve minimalist tüketim yaklaşımları,

çevre dostu bir tüketim anlayışını teşvik ederek aşırı tüketimin yol açtığı ekolojik tahribatın azaltılmasında etkili bir rol oynamaktadır (Oates vd., 2008).

Minimalist bireyler; geri dönüşüm, yeniden kullanım, ürün paylaşımı, ikinci el alım-satımı gibi davranışlarla atık üretimini azaltmakta ve sürdürülebilir kaynak kullanımını teşvik etmektedir (Silva ve Hor-Meyll, 2006: 62).

Ayrıca minimalist tüketim, toplumsal sorumluluk bilincini geliştirmektedir. Sade yaşamı benimseyen bireyler, tüketim aracılığıyla değil; değerler, etik ilkeler ve çevreye duyarlılıkla toplumsal kimlik kazanmaktadır. Silva vd. (2012: 51), sade yaşamın faydalarını “kişisel mutluluk ve denge” kadar “dünyaya ve topluma karşı sorumluluk” olarak da ele almıştır.

Minimalist tüketim, bireylere yalnızca daha sade bir yaşam sunmakla kalmaz, aynı zamanda onların hayat memnuniyetini, içsel huzurunu ve toplumsal farkındalığını da artırır. Etzioni (1998: 623) sadeleşmenin insanları gerçek mutluluğa yaklaştırdığını vurgulamıştır. Bu doğrultuda minimalist tüketimin temel faydası, bireyin daha anlamlı, dengeli ve sürdürülebilir bir yaşam biçimine ulaşmasını sağlamasıdır.

Sonuç olarak minimalist tüketim, günümüz tüketim toplumunun yüzeysel tatmin anlayışına karşı geliştirilen derin bir yaşam felsefesi olarak; birey, toplum ve çevre açısından çok boyutlu faydalar sunmaktadır. Minimalist bireyler, sadeleşme yoluyla hem kendileriyle hem de dünyayla daha bilinçli bir ilişki kurmakta; bu da uzun vadede sürdürülebilir, huzurlu ve anlamlı bir yaşamın temellerini oluşturmaktadır.

2.3. Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Tüketim

2.3.1.Sürdürülebilirlik kavramı ve tanımı

Sürdürülebilirlik, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların birbirine bağlı olduğu ve sürekli bir denge gerektiren çok boyutlu bir süreçtir (Daly, 1990: 1-6). Bu kavram, yalnızca doğal kaynakların korunmasını değil, toplumsal refahın ve ekonomik istikrarın sürdürülmesini de içeren bir dönüşüm sürecini ifade etmektedir (Hopwood vd., 2005: 44).

Sürdürülebilirlik bilinci, bireylerin çevreye yönelik farkındalıklarını, sürdürülebilir olgulara ilişkin bilgi ve deneyimlerini, düşüncelerini, duygularını ve

davranışlarını tanımlayan bir kavram olarak ele alınmaktadır (Gericke vd., 2018). Bu bilinç, bireylerin yalnızca çevresel etkilerini anlamalarını değil, aynı zamanda bu etkileri azaltacak stratejiler geliştirmelerini de teşvik etmektedir.

Araştırmalar, sürdürülebilirlik bilincinin gelişmesinde bilgi sahibi olmanın yanı sıra bireylerin motivasyon, kişisel değerler ve algılanan kontrol gibi psikolojik faktörlerinin de önemli olduğunu göstermektedir (Kollmuss ve Agyeman, 2002: 241; Steg ve Vlek, 2009: 311).

Bu bağlamda, sürdürülebilirlik bilinci, bireylerin çevre dostu davranışlar sergilemesinin ötesinde, sosyal eşitlik ve ekonomik sürdürülebilirlik hedeflerini destekleyen bir yaşam tarzı benimsemelerini sağlamaktadır (White vd., 2019: 23; Hwang ve Griffiths, 2017).

2.3.2. Sürdürülebilirliğin boyutları

Sürdürülebilirlik, çok boyutlu bir kavram olarak ele alınmakta ve üç temel boyut çerçevesinde incelenmektedir: çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik. Aşağıdaki alt başlıklarda, her bir boyutun kapsamı, önemi ve bireylerin tutum ile davranışlarına etkileri detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

2.3.2.1. Çevresel sürdürülebilirlik

Çevresel sürdürülebilirlik, doğal ekosistemlerin korunmasını, biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesini ve çevresel kaynakların yenilenebilirliğini hedefler. Sürdürülebilirlik bilincinin çevre boyutunun geliştirilmesi, eğitim ve farkındalık programlarıyla mümkündür. Bireylerin ekolojik ayak izi ve çevresel etkileri hakkında bilgi sahibi olması, sürdürülebilir yaşam tarzlarını benimsemelerini kolaylaştırır (Kollmuss ve Agyeman, 2002; Steg ve Vlek, 2009).

Çevresel bilinç, bireylerin bilgi, farkındalık ve davranışlarını kapsar. Bu bilinç, sürdürülebilir tüketim davranışlarının öncülünü oluşturur ve bireylerin doğal kaynakların korunması, enerji tasarrufu, atık yönetimi ve çevre dostu ürün tercihi gibi çevresel hedeflere ulaşmasını destekler (Schultz, 2000: 398; Thøgersen, 2014: 90). Sosyal normlar ve motivasyon gibi psikolojik faktörler, çevresel bilincin davranışa dönüşmesini etkiler (Ajzen, 1991: 188).

Çevresel bilinç, sadece bireysel düzeyde değil, toplumsal ve kurumsal düzeyde de çevresel değişimi teşvik eder. Yeşil binalar, sürdürülebilir şehir planlaması, geri dönüşüm ve çevre dostu ambalaj kullanımı gibi uygulamalar, çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlar. Tüketicilerin çevre dostu ürünleri tercih etmesi, şirketleri sürdürülebilir üretim ve hizmet politikaları geliştirmeye yönlendirerek çevresel koruma ve ekonomik fayda sağlayan bir dönüşümü hızlandırır (Magnier ve Schoormans, 2015: 61).

2.3.2.2. Ekonomik sürdürülebilirlik

Ekonomik sürdürülebilirlik, finansal kaynakların etkin kullanımı ve uzun vadeli ekonomik faydaların sağlanmasını hedefler. Ekonomik olarak sürdürülebilir sistemler, mal ve hizmet üretiminde sürekliliği sağlayarak temel ihtiyaçları karşılar ve yoksulluğu azaltır. Aynı zamanda yerel ve bölgesel pazarların gelişimini destekleyerek toplumsal refahı ve çevresel sürdürülebilirliği güçlendirir (Elkington, 1997; Hopwood vd., 2005: 44).

Ekonomik sürdürülebilirlik, yalnızca kısa vadeli kârlılığa odaklanmaz; uzun vadeli rekabetçilik, kaynakların verimli kullanımı ve işletmelerin çevresel ve toplumsal sorumluluklarıyla uyumlu süreçleri de içerir (Shmygol ve Kasianok, 2020: 82). Tüketici davranışları, ekonomik sürdürülebilirliğin önemli bir boyutunu oluşturur. Bireyler sürdürülebilir ürünleri tercih ederek çevresel ve toplumsal faydayı destekler; döngüsel ekonomi modeli ise kaynakların verimli kullanımını ve atıkların azaltılmasını sağlayarak ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliği bir arada teşvik eder (Geissdoerfer vd., 2017: 762).

Ekonomik sürdürülebilirlik, sosyal kalkınma ve çevresel iyileştirme projelerinin finansmanını sağlayarak, sürdürülebilirliğin diğer boyutlarının uygulanabilirliğini destekler (Elkington, 1997; Hopwood vd., 2005). Bu boyut, bireylerin tüketim davranışlarını bilinçli şekilde yönlendirmelerini, sosyal değerler ve toplumsal normları dikkate almalarını da kapsar (Thøgersen, 2014: 90).

2.3.2.3. Sosyal sürdürülebilirlik

Sosyal sürdürülebilirlik, toplumun mevcut ve gelecekteki insan ihtiyaçlarını karşılamayı ve sosyal refahı artırmayı hedefler. Bu boyut, eşitlik, adalet, sağlık, eğitim

ve toplumsal katılım gibi unsurları içerir (Miska vd., 2018: 271). Sosyal sürdürülebilirlik, bireylerin ve toplumun ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleriyle uyumlu şekilde yaşamalarını sağlar.

Bireylerin çevresel ve ekonomik bilinçleri, sosyal sürdürülebilirliği de destekler. Örneğin, çevre dostu ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıkları, toplumsal normların yeniden şekillenmesine ve kolektif sorumluluk bilincinin gelişmesine katkıda bulunur (Thøgersen, 2014: 90). Ayrıca ekonomik kaynakların adil dağılımı ve yerel ekonomilerin güçlendirilmesi, toplumdaki sosyal eşitlik ve dayanışma mekanizmalarını destekler. Sosyal sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınmanın üç boyutunun birbirine bağımlı doğası içinde kritik bir rol oynar.

2.3.3. Sürdürülebilir tüketim kavramı, tanımı ve kapsamı

Sürdürülebilir tüketim, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılayarak aşırı ve bilinçsiz tüketimden kaçınmalarını ifade eden bir yaklaşım olarak tanımlanabilir (United Nations, 2023: 7; Quoquab ve Mohammed, 2020: 316). Bu kapsam, üç temel boyut üzerinden ele alınmaktadır: sürdürülebilir satın alma, sürdürülebilir kullanım ve sürdürülebilir bertaraf (Soyer ve Dittrich, 2021: 8337).

Sürdürülebilir satın alma, ürünlerin sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan uygun özellikler taşımasına dayanmaktadır (Joshi ve Rahman, 2015). Bu boyut;

- ✓ Yeniden düşünme (Rethinking): Tüketicilerin ihtiyaçları ve ürün tasarımlarını yeniden değerlendirerek çevresel etkileri azaltmalarıdır (Cooper, 2000; Morsetto, 2020).
- ✓ Yeniden kullanma (Reusing): Ürünlerin işlenmeden tekrar kullanılması veya ikinci el piyasada değerlendirilmesini içerir (Manik, 2017: 314).
- ✓ Azaltma (Reducing): Sadece gerekli tüketimin yapılmasını, kaynakların verimli kullanılmasını ve yaşam kalitesinin artırılmasını amaçlar (Pangarkar vd., 2021: 171).

Sürdürülebilir kullanım, ürünlerin korunması, bakımı ve ömrünün uzatılması süreçlerini kapsar ve şu alt boyutlara sahiptir:

- ✓ Korumak (Retain): Ürün kullanılabilir olduğu sürece atılmaması (Camacho-Otero vd., 2020: 78).

- ✓ Onar (Repair): Ürünlerdeki arızaların giderilmesi ve tekrar kullanım için işlevsel hâle getirilmesidir (Den Hollander vd., 2017: 520).
- ✓ Yeniden düzenle (Refurbish): Ürünlerin ciddi hasar görmüş bileşenlerinin yenilenerek kullanıma kazandırılmasıdır (Den Hollander vd., 2017: 523).

Sürdürülebilir bertaraf, kullanım ömrünü tamamlamış ürünlerin çevresel etkileri en aza indirecek şekilde elden çıkarılmasını ifade eder (Laitala, 2014: 450). Alt boyutları:

- ✓ Yeniden kullanma (Reuse): Bağış, satış veya takas yoluyla ürünlerin yeniden değerlendirilmesi (Lokhande vd., 2021: 843).
- ✓ Geri dönüştürme (Recycle): Atık materyallerin çeşitli yöntemlerle yeniden kullanılması, doğal kaynakların korunması ve kirliliğin azaltılmasını sağlar (Varotto ve Spagnolli, 2017: 344).
- ✓ Farklı amaçla kullanma (Repurpose): Kullanılmış nesnelerin tamamen farklı işlevler için yeniden değerlendirilmesidir (Errázuriz ve Greene, 2021: 27).

Çok uzun bir süredir sürdürülen işletmecilik yaklaşımı, yirminci yüzyılın ikinci yarısında net bir biçimde uygulanan pazarlama, üretim ve tüketim sistemleri ile, evrendeki sınırlı kaynakların tükenmesine ve en önemlisi geri dönüşü olmayan bir iklim krizine yol açmıştır. Bu bağlamda, dünya genelinde büyümenin, gelişmenin ve kalkınmanın mümkün olmadığı gerçeği yapılan çeşitli çalışmalarda ortaya konmuştur. Özellikle insan kaynaklı iklim değişikliği ve küresel ısınma, ekosistemlerin hızla yok olması, adil olmayan gelir dağılımı, insan hakları ihlalleri, yoksulluk ve hızlı nüfus artışı gibi sosyal ve çevresel problemler, dönüşüm ihtiyacının ana sebeplerinden biri haline gelmiştir. Bu süreçte pek çok araştırmacı, bu sorunların çözümleri için toplumsal örgütlenme biçiminin yeni bir paradigmaya dönüşmesini önermektedir. Sürdürülebilir tüketim, bu anlayışın devamı niteliğinde yeni bir örgütlenme tarzı olarak değerlendirilebilir (Atrek ve Madran, 2017: 4). Jackson (2005), tüketicilerin toplumun çevre üzerindeki etkisini belirleyen önemli anahtarlar olduğunu ifade etmektedir. Sürdürülebilir tüketimi kavrayabilmek için ilk önce geleneksel tüketim kavramını anlamak gerekir (Jackson, 2005: 9). Tüketim, bireylerin ihtiyaçlarını

karşılama üzere bir ürün veya hizmeti edinmesi, kullanması veya tüketmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Odabaşı, 2006: 11). Sürdürülebilir tüketimle ilgili literatür nispeten yeni bir alana sahip olsa da, tüketim kavramı çok daha köklü ve derindir. Bu nedenle, tüketimi sorgulamak, tarihin kendisini sorgulamak anlamına gelmektedir. Ayrıca, sürdürülebilir tüketimin daha net anlaşılabilmesi için birkaç görüşe dikkat çekmek gerekmektedir. Bunlardan ilki, içinde yaşadığımız tüketim toplumu gerçeğidir. Diğer bir bakış açısı, modern tüketim toplumunun gerçeklerine dayalı olarak kimliğimizin geçmişteki halleriyle nasıl farklılaştığıdır. Tüketim terimlerinin sunduğu üçüncü bir görüş ise, tüketimin ihtiyaçların karşılanması ötesinde, edinilen nesnelerin yaşamımızda taşıdığı önemli psikolojik ve sosyal işlevleri simgeleyen sembolik roller üstlenmesidir (Jackson, 2005: 17-18). Bu teorik açıklamanın başka bir ifadeyle, modern tüketimin ihtiyaçlarla sınırlı değil, daha çok sembolik ve sosyal olduğunu belirtmek mümkündür. (Dolan, 2002: 172).

Tüketim kavramını bu çerçeveden çıkardığımızda, nitelik odaklı bir dönüşüm hedefleyen sürdürülebilir tüketim anlayışı (Doğan vd., 2015: 661), "dünyada çevresel ve kalkınma ile ilgili sorunların çözümleri için mevcut tüketim sistemlerinde ciddi değişiklik yapılması gerektiği konusunda geniş bir uzlaşa sağlandığı" 1992 Dünya Zirvesi'nde tartışılmıştır (Dolan, 2002: 172). 1994 Oslo Sempozyumu'nda, sürdürülebilir tüketim; doğal kaynakların, toksik maddelerin, atık ve kirletici emisyonların kullanımını en aza indirirken, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan, mevcut zorunlu gereksinimleri karşılayan ve daha kaliteli yaşam sunan mal ve hizmetlerin kullanılmasını tanımlamaktadır (Haider vd., 2022: 1). Bu tanım oldukça geniş ve zengin bir içeriğe sahiptir. Çünkü, birçok alanda farklı anlamlar taşımaktadır. Tanım, hem üretim faaliyetlerini hem de bireysel tüketicileri kapsamaktadır. Ayrıca çevre koruma ile kaynak kullanımına eşit mesafededir. Nihayetinde, bugünkü ve gelecekteki tüketicilerin yaşam kalitesinde bir denge sağlama çabası üzerine kurulmuştur (Savaş Alma, 2022: 84). Sürdürülebilir tüketim ile ilgili çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Örneğin, Uluslararası Çevre ve

Kalkınma Enstitüsü IIED (1998), ekonomik faaliyetlerin sosyal ve çevresel faydayı artıracak şekilde nasıl değiştirilebileceği üzerine, mal ve hizmetlerin kullanımı ve elden çıkarılması konularına odaklanmıştır. Birleşmiş Milletler Çevre Programı UNEP (1999), sürdürülebilir tüketimin, daha az tüketmek yerine, tüketim biçimlerini

değiştirmek ve bunun sonucunda daha iyi bir yaşam kalitesi elde etmekle ilgili olduğunu belirtmiştir. Oxford Sürdürülebilir Tüketim Komisyonu OCSC (2000), çevresel zarar vermeden ve doğal işleyişte bir kayba yol açmadan, mevcut ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamaya destek olan bir tüketim biçimi olarak tanımlamıştır. Birleşik Krallık Ticaret ve Sanayi Bakanlığı DTI (2003a), sürdürülebilir tüketim ve üretimi, Dünyanın ekosistemine müdahale etmeden, insanların ihtiyaçlarını karşılayan sürekli bir ekonomik ve toplumsal gelişim olarak tanımlamıştır. Bu tür tanımlamalarda iki belirgin nokta dikkat çekmektedir. İlk olarak, sürdürülebilir tüketim, tüketici davranışları, yaşam tarzları ve tüketim alışkanlıkları ile ilgili konularla bağlantılı olarak çeşitli duruşlar sunmaktadır. Bazı tanımlar, daha açık bir şekilde tüketici davranışları ve tüketim ile ilişkilendirilirken; diğerleri üretim süreçleri ve tüketim ürünlerine odaklanan bir yaklaşımı desteklemektedir. Bu da sürdürülebilir tüketime ulaşmanın, daha sürdürülebilir ürünlerin verimli bir şekilde üretiminden geçtiğini önermektedir (Jackson, 2014: 256).

Lee vd. (2015), sürdürülebilir tüketimi çevre dostu tüketim olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre, çevre dostu ürünlerin satın alınması ve kullanılması, çevreye zarar veren ürünleri reddetme, tüketim miktarını azaltma, yeniden kullanım ve geri dönüşüm gibi sürdürülebilir tüketim uygulamaları ile ilişkilidir. Tüketicilerin, sürdürülebilir üretim ve kalkınma hedeflerine yönelik önemli bir rol üstlendiği ifade edilmektedir. Davranış değişikliğinin yalnızca eğitim ve bilgi ile sağlanamayacağını, sürdürülebilir kalkınmanın, bu konudaki istekli bireylerden oluşan topluluklar aracılığıyla daha etkili hale geleceğini belirtmektedir (Lee vd., 2015: 599). Sürdürülebilir tüketim, bireylerin özel tüketim seçimlerinde çevre yönetimi bilinci ile politik ve çevresel kararlarında ekolojik yurttaşlık yaklaşımını benimsemelerine yardımcı olabilen bir araçtır (Seyfang, 2005: 292). Bu tanım ışığında, sürdürülebilir tüketim ekolojik yurttaşlık kavramı ile açıklanmaktadır ve bu, sürdürülebilirliğin dönüşüm noktasıdır (Atrek ve Madran, 2017: 4). Dobson (2003), ekolojik yurttaşlığı, günlük hayattaki seçimlerimizin başkaları üzerindeki çevresel etkilerini azaltma amacıyla nasıl bir yaşam sürmemiz gerektiğine dair sorgulayıcı bir adalet kavramı olarak tanımlamaktadır (Seyfang, 2005: 291). Gelişmiş ülkelerdeki tüketim, kullan-at kültürünün tetiklediği daha kısa ömürlü ürünlerin kullanımını artırmaktadır. Birleşmiş

Milletler, sürdürülebilir tüketimi ve üretimi "daha az ile daha çok ve daha iyisi" şeklinde ifade etmektedir (Tunn vd., 2018: 325).

Sürdürülebilir tüketim ile ilgili alan yazında, ikili bir farklılık gözlemlenmektedir. Bu kavram, bazen tek başına bazen de üretim ile bir arada ele alınmaktadır. Bu durumun temel nedeni, üretimin ve tüketimin birlikte yürütülmesi ve bir bütünlük oluşturmaktır. Bu aşamada, sürdürülebilir tüketim ile alakalı sorun, kavramın üretim seviyesinin düşürülmesiyle ilgili bir ilişki kurmamasıdır. Bu nedenle, sürdürülebilir tüketim, bireysel ya da toplam tüketimi azaltmaktan ziyade, tüketimden kaçınmayı, dikkatli olmayı, farkındalık kazandırmayı, bilinçlenmeyi ve alternatiflerin farkına varmayı tanımlar (Doğan vd., 2015: 661).

Literatürde sürdürülebilir tüketime dair yapılan tanımlara bakıldığında, kavramın ne olduğunu anlamak oldukça zordur. Ancak ne sürdürülebilir tüketim için kesin bir tanım yapılabilmektedir ne de uygulamaya dair net bir görüş birliği sağlanabilmektedir (Jackson, 2014: 258). Ayrıca, sürdürülebilirlikle ilgili tanımlar, tüketimin ne olduğu yerine ne olması gerektiği üzerinde durmaktadır. Sürdürülebilir tüketim anlayışı, gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakma amacı taşıdığı için uzun vadeli bir yaklaşım sunmakta; aynı zamanda, tüm insanların katılımını öngördüğü için de kapsamlı bir perspektif gelişimine sahiptir (Karalar ve Kiracı, 2011: 67; Sarı ve Topçuoğlu, 2019: 161).

Sürdürülebilir tüketimin kesin tanımı, sürdürülebilir kalkınma kadar karmaşık olabilir fakat bu kavram, yeni milenyumda ulusal ve uluslararası düzeyde ana politika hedeflerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Seyfang, 2005: 292). Sürdürülebilir tüketim, çevre koruma ve sürdürülebilirlikle ilgili bilinçli ve motive bireylerin, çevresel ve sosyal açıdan iyileştirilmiş ürünleri talep etmesi yoluyla piyasaları dönüştürmeye yönlendiren bir anlayıştır (Bekin ve Seyfang, 2007).

Kavramın özü, bireylerin, şirketlerin ve toplulukların, çevre koruma ve ekolojik denge sağlama amacıyla kaynak ayak izlerini azaltmalarını teşvik etmektedir. 1990'lı yıllardan bu yana, sürdürülebilir tüketim üzerine hem teorik hem de pratik alanda önemli bir gelişim sağlanmıştır, bu da tüketicilerin tek başına sorumlu tutulamayacağını, zira tüketimin köklü ve doğal bir uygulama olduğu gerçeğini kabul etmektedir (Anantharaman, 2018: 553).

2.3.4. Sürdürülebilir tüketimde bireyin önemi

Sürdürülebilir tüketimde birey, ekosistem üzerindeki etkileri doğrudan belirleyen temel aktördür. Bireyler, satın alma kararları, kullanım alışkanlıkları ve ürünlerin bertaraf süreçlerindeki davranışlarıyla çevresel etkileri şekillendirir (Minh ve Quynh, 2024: 6). Bu noktada algılanan tüketici etkinliği (Perceived Consumer Effectiveness – PCE), bireylerin çevresel sorunlara karşı tüketimlerini ne ölçüde kontrol edebileceğine dair inançlarını temsil eder ve sürdürülebilir davranışların motivasyonunu artırır (Shukla vd., 2024: 521).

Sürdürülebilir tüketimin sağlanmasında tüketicilerin davranışları kritik bir rol oynamaktadır. Tüketicilerin kendilerine, topluma ve doğaya karşı bilinçli ve duyarlı bir şekilde hareket etmeleri; kaynakların etkin kullanımına katkı sağlamakta ve çevreye zarar vermeyen tüketim kalıplarının uygulanmasına imkân tanımaktadır (Fırat vd., 2008: 74). Bu doğrultuda gönüllü sadelik ve slow food gibi ekolojik yaşam tarzları, bireylerin çevresel farkındalıklarını günlük yaşamlarına adapte etmeleri açısından önem kazanmaktadır (Fuchs ve Lorek, 2004: 261).

Ancak tüketiciler, kendi refahlarını maksimize etmeye yönelik eğilim gösterirken çevresel ve toplumsal sorumluluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Zaman, bütçe ve kişisel tercihlerin sınırlılıkları, bireyin çevresel duyarlılığının önüne geçebilmekte ve sürdürülebilir olmayan tüketim davranışlarına yol açabilmektedir (Paavola, 2001: 531). Özellikle modern tüketim kültürü, bireylerin tükettikçe var olduklarına inanması ve sisteme dahil olma duygusunu pekiştirmesi ile sürdürülebilir tüketimi zorlaştırmaktadır (Bauman, 2007).

Çevreye verilen zarar, sürdürülebilir tüketimin temel boyutlarından biridir. 1960'lara kadar ekonomik kalkınmanın doğal bir sonucu olarak kabul edilen çevresel sorunlar, 1970'lerden itibaren artış göstermiş ve küresel ölçekte iklim değişikliği ile biyoçeşitliliğin azalması gibi konular gündeme gelmiştir (Kaypak, 2011: 63; Ergen, 2014: 112). Bu bağlamda sürdürülebilir tüketim için bireylerin en az ekolojik ayak izi bırakacak şekilde hareket eden ve seçimlerinin olumsuz etkilerini minimize etmeyi düşünen birer ekolojik yurttaş olması beklenmektedir (Seyfang, 2005: 296).

2.3.5. Sürdürülebilir tüketim davranışı

Satın alma, kullanım ve bertaraf süreçlerini çevresel ve sosyal sorumluluk çerçevesinde organize etmesini ifade eder (Pilgrimiené vd., 2020: 15; Tunn vd., 2019: 327). Bu davranış; kaynakların etkin kullanımı, gereksiz atıkların azaltılması ve yaşam kalitesinin artırılması hedeflerini içerir.

Buna ek olarak, tüketicilerin yaşam tarzları (ör. minimalizm) ve çevresel farkındalık düzeyleri, sürdürülebilir tüketim davranışlarını doğrudan etkileyen önemli faktörler arasında yer alır (Druică vd., 2023: 9; Martin-Woodhead, 2022: 1022). Minimalist yaşam tarzı, bireylerin tüketimlerini bilinçli olarak sınırlandırmasını ve çevresel etkileri azaltmasını teşvik eden bir yaklaşım olarak öne çıkar.

Sürdürülebilir tüketim fikri, 1992 yılında Rio'da yapılan Dünya Zirvesi ile literatürde yer bulmuştur. Bu konu, belirlenen eylem planında 21. gündem maddesi olarak ifade edilmiştir. Rio zirvesinde, sürdürülebilir kalkınmanın elde edilmesi amacıyla insan davranışlarının çevre üzerindeki kötü etkilerini en aza indirmek için tüketim tarzlarının değiştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu nedenle, sürdürülebilir tüketim, çevre ile ilgili küresel politikaların önemli bir unsuru haline gelmiştir (Hayta, 2009: 44).

1994 Oslo Sempozyumu'nda sürdürülebilir tüketimin tanımı beş ana temel taş içermektedir. Bu taşlar; lüks arzuların yerine temel insan ihtiyaçlarının karşılanması, kaynak kullanımı ile israf ve kirliliğin azaltılması, yaşam döngüsü yaklaşımının benimsenmesi, yaşam kalitesine ilişkin endişelerin maddi yaşam standartlarından daha fazla önemsenmesi ve gelecekteki nesilleri göz önünde bulundurarak hareket edilmesi olarak belirlenmiştir (Oslo, 1994: 12).

Sürdürülebilir tüketim, bireylerin satın alma kararları alırken ve tüketim yaparken yalnızca kendi ihtiyaçlarını dikkate almalarının ötesinde, verdikleri kararların ve davranışların sonuçlarını düşünerek hareket etmelerini sağlayan bir yöntemdir (Hayta, 2009: 52). Sürdürülebilir tüketim anlayışına sahip bireyler; bilinçli tüketici, sosyal sorumlu tüketici, yeşil tüketici ve çevreye duyarlı tüketici gibi tanımlamalara sahiptir. Tüm tanımların ortak noktası, tüketicilerin çevreye zarar vermeyen bir tüketim tarzını benimsedikleridir.

Tüketimlerinin toplumsal sonuçlarını düşünen ve satın alma güçlerini sosyal değişime katkıda bulunmak amacıyla kullanan bireyler, bilinçli tüketici olarak tanımlanır (Webster, 1975: 408). Roberts (1996: 92) ise yeşil tüketicilerin çevresel etkileri en aza indiren ürünleri tercih eden bilinçli bireylerden oluştuğunu belirtmektedir (Beatson, Gottlieb ve Pleming, 2020: 14).

Sürdürülebilirlik, üreticiler ve tüketiciler dahil olmak üzere toplumun her kesiminin birlikte hareket etmesini gerektirir. Bireylerin sürdürülebilirliği sağlaması ve kaynakları bilinçli kullanmaları için “3-R” kavramı geçmektedir. Bu kavramlar; Azaltmak, Yeniden Kullanmak ve Geri Dönüştürmek olarak tanımlanmıştır (Hayta, 2009: 58). Günümüzde dünya genelinde kabul gören bu anlayışın, çevre sorunları ve kaynaklar üzerindeki olumsuz etkilerin azaltılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu yaklaşım, kaynakların yaşamsal bir döngüye sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Hayta, 2009: 60).

2.3.6. Sürdürülebilir tüketim davranışını etkileyen faktörler

Sürdürülebilir tüketim davranışını etkileyen faktörler çok boyutludur ve bireysel, toplumsal ve çevresel dinamikleri içerir:

- ✓ Bireysel bilinç ve motivasyon: Çevresel sorunlara duyarlılık, algılanan tüketici etkinliği (PCE) ve kişisel değerler.
- ✓ Sosyal etkiler: Toplumsal normlar, arkadaş ve aile çevresi ile medya etkisi.
- ✓ Ekonomik ve kültürel faktörler: Gelir düzeyi, ürünlerin fiyatlandırılması ve kültürel değerler.
- ✓ Tüketim alışkanlıkları ve yaşam tarzı: Minimalist veya sürdürülebilir yaşam biçimleri, tüketim tercihlerine doğrudan etki eder (Druică vd., 2023: 9; Martin-Woodhead, 2022: 1022).

Bu faktörler, bireylerin çevreye duyarlı, bilinçli ve ölçülü tüketim davranışları geliştirmelerini sağlamakta ve sürdürülebilir tüketim hedeflerine ulaşılmasında temel rol oynamaktadır.

2.3.7. Sürdürülebilir tüketim davranışı ve alt boyutları

Sürdürülebilir tüketim davranışını açıklamak için yapılan bazı farklı sınıflandırmalar literatürde yer almaktadır. Bu sınıflandırmalar arasında etik tüketim

(Newholm ve Shaw, 2007: 69; Devinney vd., 2010: 112), yeşil tüketim (Roberts, 1996: 92; Peattie, 2010: 45), politik tüketim (Micheletti, 2003: 87; Micheletti vd., 2004: 133), bilinçli tüketim (Sheth vd., 2011: 102), çevreye duyarlı tüketiciler (Connolly ve Shaw, 2006: 128), gönüllü sadelik (Iwata, 2006: 55) ve vatandaş-tüketici (Webster ve Lusch, 2013: 214) bulunur (akt. Balderjahn vd., 2013: 76).

Peattie (2010: 45)'ye göre, yeşil/sürdürülebilir tüketim davranışı tüketicilerin alışkanlıkları, değerleri ve normlarından kaynaklanan karmaşık bir süreçtir. Her kişinin farklı bir karakteri olduğundan, çevreyi nasıl algıladıkları, çevre sorunlarına nasıl yaklaştıkları, bu sorunlara dair tutumları ve çözümleri de farklılık göstermektedir (Türk, 2018: 59).

Bireylerin çevre korunması konusundaki tutumları iki ana gruba ayrılmaktadır: pasif ve aktif yaklaşım. Pasif yaklaşımda bireyler kendi yaşamlarında ve aile içerisinde çevreyi korumak için bazı önlemler alırlar. Bu bireyler enerji tasarrufu sağlamak, atıklarını ayrıştırmak, geri dönüşüme önem vermek ve zararlı atıkları uygun bir şekilde yok etmek gibi çevre dostu pratikleri sürdürülebilir biçimde gerçekleştirerek bu davranışları yaşam tarzı haline getirirler. Bu grup içindeki çoğu birey genellikle içine kapanık bir yapıya sahiptir. Bu nedenle çevresel sorunlarla ilgili düşüncelerini yalnızca aileleri ve yakın çevreleriyle paylaşmaktadırlar.

Bu aşamada aktif yaklaşım grubuna ait bireyler devreye girmektedir. Bu bireyler çevre sorunları ve koruma konusundaki görüşlerini sadece yakın çevreleriyle değil, toplumdaki diğer bireylerle de paylaşmayı hedefleyen daha dışa dönük kişilerdir. Ayrıca çevre koruma konusunda aktif bir şekilde mücadele ederek, iletişim ve teknoloji yardımıyla olumlu uygulamaları geniş kitlelerle paylaşmanın yanı sıra, olumsuz uygulamaları engellemeye çalışmaktadırlar (Türk, 2013: 41).

Sürdürülebilir tüketim, tüketicilerin farkında olmadan yaptıkları alışverişleri önlemeye yönelik tedbirler veya bu alışverişlerin olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik uygulamalardan meydana gelir (Karaca, 2018: 33). Sürdürülebilir tüketim davranışlarına örnekler arasında enerji verimli eşyaların ve lambaların kullanımı, doğal malzemelerden yapılan giysilerin tercih edilmesi, çevre dostu ürünlerin satın alınması, doğada çözünebilir ambalajlar ve geri dönüştürülebilir ürünlerin seçimi, ayrıca atıkların düzgün bir şekilde ayrıştırılması sayılabilir.

Araştırmada sürdürülebilir tüketimin dört ana boyutu göz önünde bulundurulmuştur. Bunlar; çevresel duyarlılık, ihtiyaç dışı satın alım, enerji tasarrufu ve yeniden kullanılabilirliktir.

2.3.7.1. Çevresel duyarlılık boyutu

Çevre ile ilgili sorunlar artık sadece yerel meseleler olmakla kalmayıp, tüm dünyayı etkileyen küresel bir konu haline gelmiştir (Yılmaz, Çelik ve Yağizer, 2009: 117). Başka bir ifadeyle, çevresel sorunlar her yerdeki insanların ortak meselesi olmuştur.

Bireylerin çevresel sorunlar konusunda daha fazla bilinçlenmeleri, çevrelerine duyarlı bir tutum geliştirmeleri açısından kritik bir öneme sahiptir. Su ve enerji tasarrufu, yerel ürünlerin satın alınması, katı atıkların azaltılması ve çevre dostu ürünlerin edinilmesi gibi unsurlar bireylerin çevresel farkındalık seviyesinden etkilenmektedir (Manaktola ve Jauhari, 2007: 369).

Doğada çözünebilen, çevre dostu ambalajlarla sunulan ürünlerin seçiminde bireylerin tutumları, alışkanlıkları ve çevresel kaygıları önemli bir rol oynamaktadır (Prakash ve Pathak, 2017: 128).

Yılmaz, Çelik ve Yağizer'in (2009: 117) araştırması, çevresel duyarlılıkların doğrudan çevresel davranışları etkilemediğini, ancak çevresel tutum geliştirip benimseyen bireylerin ekolojik gıda ürünleri alma eğiliminde olduğunu göstermiştir.

Zeng, Zhang ve Naz'ın (2023: 211) Çin'deki araştırmasında ise, çevresel kaygıların üniversite öğrencilerinin sürdürülebilir tüketim davranışları üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir.

2.3.7.2. İhtiyaç dışı satın alma boyutu

Nüfusun artmasıyla beraber gıda, tekstil ve enerji gibi temel ihtiyaçlara yanıt veren sektörler, aşırı tüketim taleplerini karşılamak amacıyla doğal kaynak tüketimini artırmaktadır. Bu durum, çevresel ayak izinin genişlemesine yol açmaktadır (Rausch ve Koplin, 2021: 412). Karşılaşılan çevresel problemler ve doğal kaynak kıtlığı ışığında, bireylerin tüketim miktarlarını azaltması ve alışkanlıklarını gözden geçirmesi

gerekmektedir. Böylece sürdürülebilir tüketim davranışlarının benimsenmesi daha da kritik hale gelmektedir.

İhtiyaç dışı satın alma örnekleri arasında, bireylerin ihtiyaç duymadan yeni giysiler ya da gıda ürünleri edinmeleri, bir ürünün moda olması dolayısıyla benzer bir ürüne sahip oldukları halde onu almaları ve yeni teknolojik ürünler çıktıkça ihtiyaçları olmasa bile bu ürünleri satın almaları sayılabilir (Doğan, Bulut ve Çımrın, 2015: 78).

Yapılan bazı çalışmalarda, erkeklerin kadınlardan daha fazla ihtiyaç dışı alışveriş yaptıkları sonucuna varılmıştır.

Bu bağlamda Öztürk ve Tekin (2020: 145) ile Aktaş ve Çiçek (2019: 233) araştırmalarından bahsedilmektedir.

Ateş ve Öner (2020: 119) ise yaptıkları çalışmada gereksiz satın alma eğiliminin yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyine göre değiştiğini göstermişlerdir.

2.3.7.3. Enerji tasarrufu boyutu

Son yıllarda hem Türkiye hem de dünya genelinde enerji tüketimi hızla artmaktadır. Bunun sonucu olarak doğal kaynakların aşırı kullanımı gözlemlenmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir gelişim kavramı, enerji verimliliği ve tasarruf konularını kapsar. Enerji tasarrufu, enerji üretimini azaltmak değil, her bir ürün için harcanan enerjiyi minimize etmek anlamına gelir (Arslan, 2021: 21). Enerji tasarrufu bağlamında tüketici davranışlarına örnekler; enerji verimli beyaz eşyaların alınması, enerji tasarruflu ampullerin ev ve iş yerlerinde kullanılması, elektrikli ürünlerin alımında elektrik tüketim seviyelerine göre seçim yapılması ve daha az enerji harcayan ürünlerin tercih edilmesidir (Doğan, Bulut ve Çımrın, 2015: 78).

Evlerde enerji tasarruflu LED ampullerin kullanılması, ampul ömrü boyunca 600 kg karbondioksit salınımını engellemektedir. Bu tip ampuller ile enerji tasarrufu sağlarken uzun ömürlü olmaları sayesinde maliyet de düşürülmektedir. Elektrikle çalışan aletler satın alınırken Energy Star sertifikalı ürünlerin tercih edilmesi, daha az enerji tüketimi sağlayabilir (Ekolojist.net, 2023: 1).

Modern yaşam koşullarında neredeyse her evde çeşitli beyaz eşyalar veya elektrikli aletler bulunmaktadır. Araştırmalar, buzdolabı (Zhou ve Teng, 2013: 668), çamaşır makinesi (Larsen ve Nesbakken, 2004: 190), fırın (Halvorsen ve Larsen, 2001:

10), bulaşık makinesi ve çamaşır kurutma makinesi (Leahy ve Lyons, 2010: 4272), ütü (Louw vd., 2008: 3463) gibi elektrikli aletleri olanların, bu aletlere sahip olmayanlara göre daha fazla elektrik kullandığını göstermektedir.

Yagita ve Iwafune (2021: 478), Japonya'daki yaşlı bireylerin enerji kullanımı ve tasarruf davranışlarını incelemişlerdir. Araştırmanın sonuçlarına göre yaşlı bireyler genellikle eski evlerde yaşamaktadır, daha fazla zaman evde geçirmekte ve kullandıkları elektrikli aletler yeterince modern olmadığından elektrik tüketim seviyeleri yüksek çıkmakta, dolayısıyla enerji tasarrufuna ulaşamamaktadırlar.

2.3.7.4. Yeniden kullanılabilirlik boyutu

Geri dönüşüm, üretim ve tüketim süreçlerinde meydana gelen atıkların yeniden kullanılabilir malzemelere dönüştürülmesini ifade eder ve böylece faydalı materyallerin israfını engellemeye yardımcı olur (SKD Türkiye, 2023: 1). Geri dönüşüm yapılabilen ürünler arasında plastik, cam, kâğıt, karton, metal, elektronik eşyalar ve tekstil bulunur. Geri dönüştürülen ürünler doğal kaynakların korunmasına ve atık miktarının azalmasına katkıda bulunur (Conke, 2018: 45).

Yeniden kullanım olarak nitelenebilecek davranışlar arasında; kâğıt, cam ve metal ambalajların atılmak yerine başka bir amaçla kullanılması, az kullanılan ürünlerin kiralanması veya ödünç alınması, kullanılmış kâğıtların not tutma gibi işlerde tekrar değerlendirilmesi sayılmaktadır (Doğan, Bulut ve Çımrın, 2015: 78).

Botsman ve Rogers (2010: 33), ortak tüketim kavramını takas, kiralama, ödünç verme ve hediye etme gibi davranışların teknoloji aracılığıyla toplumda yaygın şekilde benimsenmesi olarak tanımlamışlardır. Günümüzde ikinci el ürün alım satım yapılan pazarlar ve internet sitelerinin sayısında artış gözlemlenmektedir.

Tüketicilerin almak istedikleri çevre dostu ürünler arasında geri dönüştürülmüş ürünler, algılanan düşük kalitesi sebebiyle en az tercih edilen ürünlerdir (Bei ve Simpson, 1995: 397-417).

2.3.8. Sürdürülebilir tüketimin eksikleri ve sürdürülebilirlikle ilgili temel sorunlar

Sanayi devrimiyle birlikte ekonomik ve teknolojik ilerlemeler hız kazanmış, üretim artmış ancak doğal kaynakların sınırlı olduğu gerçeği çoğunlukla göz ardı edilmiştir (Tıraş, 2012: 58). Bazı bölgelerde temel ihtiyaçlar karşılanamazken, bazı bölgelerde doğal kaynaklar hızla tükenmektedir; bu da gelir adaletsizliği ve sosyal sorunlara neden olmaktadır (Atrek ve Madran, 2017: 3).

Sanayileşmiş ülkelerde sürdürülebilir olmayan tüketim uygulamaları, çevresel bozulmaların temel sebeplerinden biri olmasa da önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır (Fuchs ve Lorek, 2004: 3). Uluslararası platformlarda, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda tüketimin önemi vurgulanmaktadır. Bireylerin tüketim seçimleri ve yaşam tarzları, çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarda doğrudan veya dolaylı etkiler yaratmaktadır (Jackson, 2014: 254).

Sürdürülebilir tüketim, doğal kaynakların verimli kullanılması, çevresel etkilerin en aza indirilmesi ve gelecek kuşaklara sağlıklı bir çevre bırakılmasını hedeflemektedir (Şener, 2018: 55). Ancak uygulamada bazı eksiklikler ve sorunlar mevcuttur:

- ✓ Bilinçsizlik ve Eğitim Açıkları: Birçok birey ve toplum, sürdürülebilir tüketim ve çevresel etkiler hakkında yeterli bilgiye sahip değildir. Bu durum, kaynak israfına ve çevreye zarar verilmesine yol açmaktadır (Erbaş ve Akdoğan, 2017: 182; Aydın ve Tel, 2019: 87).
- ✓ Sosyo-ekonomik Zorluklar: Sürdürülebilir ürünler genellikle maliyetli olduğundan, düşük gelirli bireylerin bu ürünlere ulaşımı sınırlıdır ve sürdürülebilir tüketim uygulamaları yalnızca belirli bir kesim tarafından benimsenmektedir (Çabuk ve Nakıboğlu, 2003: 36; Türkay, 2014: 124).
- ✓ Tüketim Kültürü ve Toplumsal Normlar: Günümüz toplumları aşırı tüketimi teşvik etmektedir. Reklam ve pazarlama faaliyetleri, hızlı tüketim alışkanlıklarını destekleyerek sürdürülebilirlik hedefleriyle çelişmektedir (Yazgan ve Eker, 2021: 3283).
- ✓ Sistemsel Sorunlar ve Altyapı Yetersizlikleri: Geri dönüşüm sistemleri ve yenilenebilir enerji altyapıları yetersizdir. Ayrıca hükümetler ve şirketler,

sürdürülebilirlik politikalarını etkili bir şekilde uygulamakta zorluk yaşamaktadır (Tıraş, 2012: 10; Şener, 2018: 55).

- ✓ Tedarik Zinciri ve Üretim Süreçlerinde Eksiklikler: Üretimde kâr odaklı yaklaşım, doğal kaynakların aşırı kullanımına, çevresel kirliliğe ve işçi hakları sorunlarına neden olmaktadır (Şener, 2018: 55).
- ✓ Çevresel Politikaların Yetersizliği: Bazı ülkelerde çevresel düzenlemelerin uygulanmasında güçlükler vardır ve uluslararası düzeyde daha etkili koordinasyon gereklidir (Tıraş, 2012: 10).
- ✓ Yavaş Değişim ve Davranışsal Direnç: Bireylerin tüketim alışkanlıklarını değiştirmesi zordur. Kültürel ve psikolojik engeller sürdürülebilir tüketim davranışlarının benimsenmesini geciktirmektedir (Türkay, 2014: 124; Erbaş ve Akdoğan, 2017: 182).
- ✓ Teknolojik ve Yenilikçi Çözümlerin Sınırlı Yaygınlığı: Sürdürülebilir teknolojiler yüksek maliyetler, yaygınlaşma zorlukları ve uzun vadeli belirsizlikler nedeniyle sınırlı bir etki yaratmaktadır (Şener, 2018: 55).

2.4. Minimalizm ve Minimalist Tüketicinin Sürdürülebilir Tüketimle İlişkisi

2.4.1. Minimalizm ile sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki

Minimalizm, sürdürülebilir tüketim anlayışıyla doğrudan ilişkilidir. Tüketim miktarının azaltılması ve gereksiz ihtiyaçlardan kaçınılması, doğal kaynakların korunmasına ve çevresel baskının hafifletilmesine katkı sağlamaktadır (Jackson, 2005; Fuchs ve Lorek, 2005). Bu bağlamda, minimalizm sadece bireysel bir tercih olmanın ötesinde, çevresel ve sosyal sorumluluk bilincini de içerir (Silva ve Hor-Meyll, 2016). Minimalizm, sürdürülebilirliğin ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarını destekleyen bir yaşam felsefesi olarak değerlendirilebilir (Oliveira ve Paula, 2021).

Minimalizm, bireylerin yaşamlarında gereksiz tüketimden kaçınarak sadece gerekli ve değerli olanı ön plana çıkardığı bir tüketim ve yaşam tarzıdır (Dopierala, 2017; Şafqat vd., 2023). Bu yaklaşım, sürdürülebilir tüketimle doğrudan örtüşmektedir; çünkü her iki anlayış da kaynak kullanımını sınırlamayı, aşırı ve düşüncesiz tüketimden kaçınmayı ve çevresel etkileri azaltmayı hedefler (Quoquab ve Mohammed, 2020; Fu vd., 2023). Minimalist bireyler, uzun ömürlü, dayanıklı ve yeniden kullanılabilir ürünleri tercih ederek atıkları azaltır ve tüketim döngüsünü

sürdürülebilir hâle getirir. Aynı şekilde, sürdürülebilir tüketim davranışı da bireyleri çevresel etkilerini göz önünde bulundurarak tüketim alışkanlıklarını düzenlemeye yönlendirir (Soyer ve Dittrich, 2021).

Minimalizm ve sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki, dört boyut üzerinden açıklanabilir: Kalabalıktan Arınma, Dikkatli Alışveriş, Uzun Ömürlülük ve Öz Yeterlilik. Bu boyutlar, tüketicilerin sadece ihtiyaç duydukları ürünleri almasını, mevcut kaynakları etkin kullanmasını ve gereksiz tüketimden kaçınmasını sağlayarak, hem bireysel refahı hem de çevresel sürdürülebilirliği destekler (Kang vd., 2021; Fu vd., 2023). Ayrıca, minimalist yaklaşımlar paylaşım ekonomisi, düşük karbonlu tüketim ve sıfır atık uygulamaları ile sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkıda bulunur (Rasheed ve Balakrishnan, 2023b; Gao vd., 2023; Madias, 2023).

Bu çerçevede, minimalizm sadece bir yaşam tarzı veya tüketim biçimi değil, aynı zamanda bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını geliştiren bir strateji olarak değerlendirilebilir. Minimalist tüketim, bilinçli ve ölçülü alışveriş, atıkların azaltılması ve kaynakların etkin kullanımı yoluyla sürdürülebilir tüketim hedeflerini destekler ve çevresel yükü azaltır.

2.4.2. Minimalist tüketim ile sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki

Tüketici minimalizmi, kişilerin yalnızca ihtiyaç duydukları şeylere odaklandığı ve gereksiz satın alımlardan kaçındığı bir yaşam biçimini ifade eder. Bu düzende, daha basit bir hayat sürmek hedeflenir ve aşırı tüketimden kaynaklanan maddi ve manevi yükleri azaltmak amaçlanır. Minimalist tüketiciler, sahip oldukları eşyaları azaltarak, kendilerine gerçekten değerli olan şeyler için daha fazla alan oluşturur ve bu sayede hem maddi hem de manevi bir doyum ve bağımsızlık elde ederler (Millburn ve Nicodemus, 2015: 14). Tüketici davranışlarını etkileyen minimalizm henüz tam şekillendirilmemiş bir kavramdır ve temel olarak “daha az eşya edinme, sade estetik, özenle seçilen tüketim” fikirleri üzerine inşa edilmiştir. Daha az eşya bulundurmak, bireylerin hayatlarını daha anlamlı ve tatmin edici hale getirmelerine yardımcı olur. Bu yaklaşım, gereksiz nesne ve karmaşanın ortadan kaldırılmasını teşvik ederek, bireylerin gerçekten önemli olan şeylere odaklanmalarını sağlar. Daha az eşyaya sahip olmak, kişilere daha fazla alan, zaman ve enerji sağlar; bu da hayatlarında daha fazla anlam ve mutluluk bulmalarına yol açar (Rasheed ve Balakrishnan, 2024).

Minimalizm, sahip olunan her bir nesne için belirli bir dikkat, zaman ve enerji harcamanın önemli olduğunu kabul ederek, bireylerin sadece değerli buldukları nesneleri hayatlarına dahil etmelerini önerir (Pangarkar, Shukla ve Charles, 2021: 172). Bu şekilde, tüketiciler daha az eşyayla daha zengin deneyimler elde edebilirler.

Minimalizmin ikinci yönü sade estetik, minimalizmin görsel boyutunu temsil eder. Minimalist estetik, genellikle temiz bir görünüm, karmaşadan uzaklık, sade renk kullanımı ve işlevselliğin ön planda olmasıyla ilişkilendirilir. Minimalist tasarımlar, dikkat dağıtmayacak, sakin ve odaklanmayı destekleyen bir alan yaratmayı öne çıkarır (Chen ve Wei, 2022). Son olarak, dikkatle yapılan tüketim, her alışverişte dikkat gösterilmesini gerektirir ve sadece gerçekten ihtiyaç duyulan veya hayatı zenginleştirecek şeylerle sınırlıdır. Dikkatli tüketiciler, ani alım kararlarına karşı direnç gösterir, ürünleri araştırmaya zaman ayırır ve genellikle uzun ömürlü ve kaliteli ürünleri tercih ederler (Wilson ve Bellezza, 2022). Bu yaklaşım, bireylerin hedeflerine daha derin bir bağlılık hissetmelerini sağlarken, atık ve aşırı tüketimi azaltarak çevresel sürdürülebilirliği destekler (Kang vd., 2021). Sürdürülebilir tüketim, bir ürünün temininden nihai pazara ulaşmasına kadar olan sürecin çevre dostu hale getirilmesini hedefleyen bir yaklaşımdır; bu, kullanılan malzemelerin, üretim yöntemlerinin ve dağıtım süreçlerinin ekolojik etkilerini azaltmayı da kapsar ve bu esnada tüketicilere sürdürülebilirlik hakkında bilgi sunmayı içerir (Briceno ve Stagl, 2006: 1550). Sürdürülebilir tüketim, sadece alışverişle sınırlı kalmayıp, nihai tüketiciler, işletmeler ve hükümetlerin de dahil olduğu kapsamlı bir süreci temsil eder ve tüm paydaşların bakış açılarını ve yaşam tarzlarını yansıtır. Bu yaklaşım, tüketicileri daha az ama daha kaliteli alışveriş yapma ve çevre dostu ürünler satın alma konusunda teşvik eder (Sun, Luo, Wang ve Fang, 2021).

Minimalizm felsefesi, sürdürülebilir tüketim ile ilgili bir yaşam tarzıdır. Jain vd.(2023: 1-27), minimalizmin sürdürülebilir bir yaşam seçimi olarak önemini vurgular. Minimalist yaşam tarzı, tüketicilerin mutluluğunu ve zihinsel sağlıklarını desteklemektedir (Shafqat, Ishaq ve Ahmed, 2023; Kang vd., 2021; Fu, Zhang ve Nagai, 2024). Minimalizmi ele alan araştırmalar (Shukla vd., 2024; Mishra, Moharana, Sharma ve Kautish, 2024) kiralama ve paylaşım ekonomisi gibi sürdürülebilir uygulamalarla bağlantılıdır. Mishra vd. (2024), tüketime yönelik minimalizmin kiralama hizmetleri üzerindeki etkisini, öz bilinçli duygular olan suçluluk ve gururun

rolü ile incelemişlerdir. Minimalist tüketim, sürdürülebilir tüketimin temel ilkelerini benimser. Gereksiz tüketimin önüne geçerek kaynakların verimli kullanımını teşvik eder. Bu süreçte tüketiciler, hem bireysel refahlarını artırırken hem de ekolojik ayak izlerini azaltır (Iyer ve Muncy, 2009; Silva ve Hor-Meyll, 2016). Minimalist tüketim, çevresel kaygılarla birlikte etik ve sosyal sorumlulukları da içerir; bu da sürdürülebilir tüketimin geniş kapsamlı hedefleriyle uyumludur (Shaw ve Newholm, 2002; Oates vd., 2008). Dolayısıyla minimalist tüketim, sürdürülebilir tüketimin pratik bir biçimi olarak görülebilir.



3. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞININ TÜKETİCİ MINİMALİZMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR SAHA ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Amacı

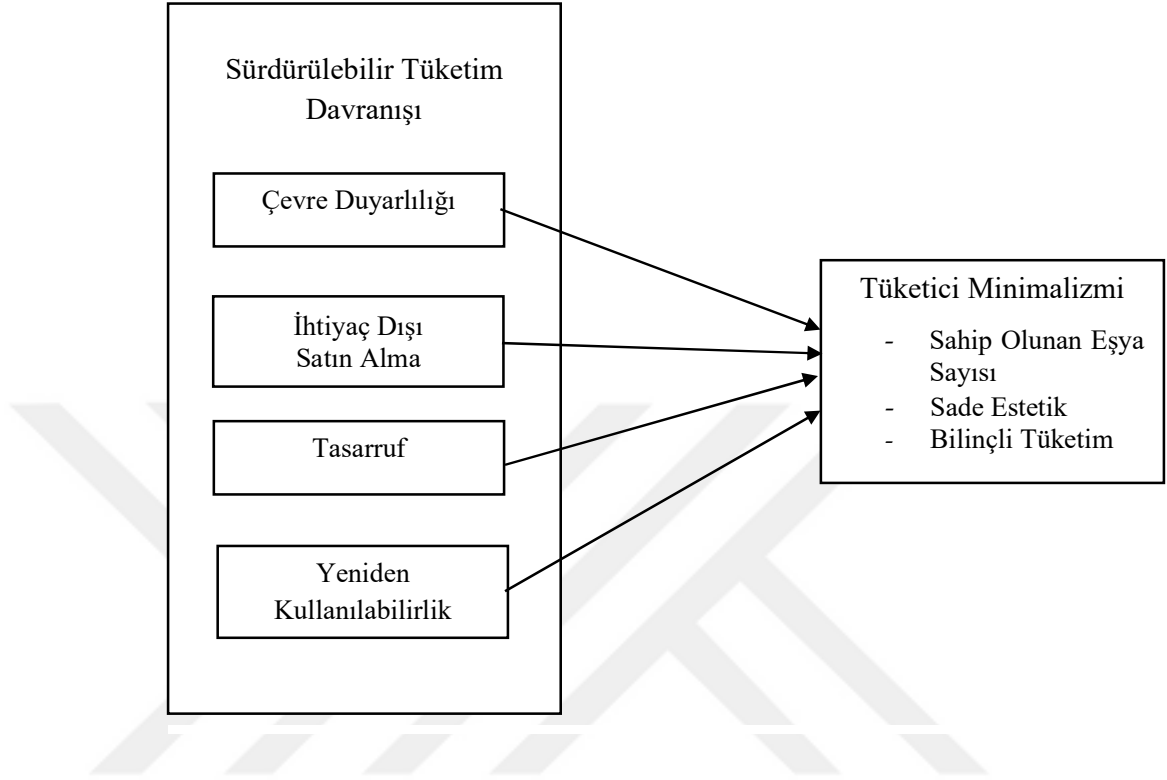
Bu çalışmanın temel amacı, Ağrı il merkezi kapsamında araştırmaya katılan bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının minimalist tüketim davranışları üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Bu temel amaç kapsamında araştırmada tüketicilerin sürdürülebilir tüketim ve minimalist tüketim düzeylerinin belirlenmesi de amaçlanmaktadır. Buna ilaveten bu çalışma ile akademik literatüre bir katkıda bulunulması ve ilerleyen dönemlerde gerçekleştirilecek araştırmalara ışık tutulması da hedeflenmektedir. Ayrıca araştırmadan elde edilecek bulgularla kamu kurum ve kuruluşlarına, sivil toplum örgütlerine ve firmalara görüş ve önerilerde bulunulması da bu çalışmada hedeflenen amaçlardandır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı, Sınırları ve Kısıtları

Bu çalışmanın kapsamını Ağrı il merkezinde yaşayan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Bu kapsamda araştırma Ağrı il merkezi ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın en önemli kısıtını parasal kaynak yetersizliği oluşturmaktadır. Bu kısıt sebebiyle araştırma sadece Ağrı il merkezinde uygulanmıştır.

3.3. Araştırma Modeli ve Değişkenleri

Sürdürülebilir tüketim davranışının minimalist tüketim davranışı üzerindeki etkisinin incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmanın modeli Şekil 3.1.'de gösterildiği gibidir.



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

Şekil 3.1.’den görüleceği üzere araştırma modeli sürdürülebilir tüketim davranışı ve tüketici minimalizmi olmak üzere iki temel değişkenden meydana gelmektedir. Araştırma modeli değişkenlerinden sürdürülebilir tüketim davranışı bağımsız değişkeni oluştururken tüketici minimalizmi ise bağımlı değişkeni oluşturmaktadır. Araştırma modeli değişkenlerinden sürdürülebilir tüketim davranışı dört boyutlu bir yapıya sahip iken tüketici minimalizmi ise üç boyutlu bir yapıya sahip olmaktadır. Sürdürülebilir tüketim davranışı; “çevre duyarlılığı”, “ihtiyaç dışı satın alma”, “tasarruf” ve “yeniden kullanılabilirlik” alt boyutlarından oluşmaktadır. Tüketici minimalizminin boyutları ise “sahip olunan eşya sayısı”, “sade estetik” ve “bilinçli tüketim” şeklinde ifade edilebilir. Araştırmada sürdürülebilir tüketim davranışının ölçümünde Doğan vd.’nin (2015) tüketici minimalizminin ölçümünde ise Wilson ve Bellezza’nın (2021) çalışmalarında yer alan ölçeklerden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçekler EK-1’de sunulmuştur.

3.4. Araştırma Hipotezleri

Araştırma amacı ve modeli kapsamında çalışmada 4 adet hipotez geliştirilmiştir. Bu hipotezler aşağıda sıralanmaktadır.

H₁: Sürdürülebilir tüketim davranışı “çevre duyarlılığı” boyutunun minimalist tüketim davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₂: Sürdürülebilir tüketim davranışı “ihtiyaç dışı satın alma” boyutunun minimalist tüketim davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₃: Sürdürülebilir tüketim davranışı “tasarruf” boyutunun minimalist tüketim davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₄: Sürdürülebilir tüketim davranışı “yeniden kullanılabilirlik” boyutunun minimalist tüketim davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

3.5. Araştırmanın Örneklem Süreci ve Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Araştırmanın ana kütlesini Ağrı ilinde yaşayan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem yöntemi olarak tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi esas alınmıştır. Çalışmada toplam 525 birey ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada verilerin elde edilmesinde anket yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmada anket uygulaması, AİÇÜ Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu’nun 01.07.2025 tarihli, E.138853 sayılı kararı gereğince Etik Kurul Onayı alınarak yürütülmüştür. Araştırmada kullanılan anket formuna son hali verilmeden önce araştırmanın amacına uygun olarak bir ön test yapılmış ve alınan görüşler doğrultusunda anket formuna son şekli verilmiştir. Anket formunda üç grupta toplam 35 adet soru yer almaktadır. Bu sorulardan birinci grupta yer alanlar tüketicilerin minimalizm düzeylerini belirlemeye yönelik 12 sorudan ve ikinci grup sorular sürdürülebilir tüketim düzeylerini belirlemeye yönelik 17 sorudan oluşmaktadır. Anket formunda yer alan son grup sorular ise cevaplayıcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 6 sorudan oluşmaktadır.

Kullanıcıların araştırma modelini oluşturan değişkenlere yönelik düşüncelerinin tespit edilmesinde 5’li likert ölçeğinden (1: Hiç Katılmıyorum, 5: Tamamen Katılıyorum) yararlanılırken, demografik özelliklerine ilişkin soruların cevaplanmasında ise çeşitli seçenekler sunulmuştur. Araştırmada kullanılan anket formu EK-3’te sunulmuştur.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde; aritmetik ortalama, frekans dağılımı, standart sapma, güvenilirlik analizi, açıklayıcı faktör analizi ve regresyon analizi kullanılmıştır. Analizler gerçekleştirilirken SPSS 22.0 paket istatistik programından yararlanılmıştır.

3.6.1. Demografik özellikler

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 3.1.’de gösterildiği gibidir.

Tablo 3.1. Demografik Özellikler

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER			
Değişkenler	Boyutlar	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	241	45,9
	Kadın	284	54,1
	Toplam	525	100
Medeni Durum	Evli	344	65,5
	Bekar	181	34,5
	Toplam	525	100
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	53	10,1
	Ortaöğretim	126	24,0
	Ön lisans	113	21,5
	Lisans	181	34,5
	Lisansüstü	52	9,9
	Toplam	525	100
Yaş	18-26 yaş	120	22,9
	27-35 yaş	201	38,3
	36-44 yaş	104	19,8
	45-53 yaş	53	10,1
	54-62 yaş	36	6,9
	63 yaş ve üzeri	11	2,1
	Toplam	525	100
Gelir Durumu	30.000 TL. ve altı	183	34,9

	30.001-40.000 TL	81	15,4
	40.001-50.000 TL	93	17,7
	50.001-60.000 TL	65	12,4
	60.001-70.000 TL	47	9,0
	70.001-80.000 TL	18	3,4
	80.001 TL. ve üzeri	38	7,2
	Toplam	525	100
Meslek	Emekli	32	6,1
	Ev hanımı	76	14,5
	Serbest meslek	34	6,5
	Memur	146	27,8
	Öğrenci	39	7,4
	Esnaf/Tüccar	30	5,7
	Özel sektör çalışanı	68	13,0
	İşçi	42	8,0
	Diğer	58	11,0
	Toplam	525	100

Tablo 3.1. incelendiğinde araştırma katılımcılarının genel olarak evli, memur, 27-35 yaş aralığında, 30.000 TL ve altında gelire sahip lisans mezunu erkek ve kadınlardan oluştuğu ifade edilebilir.

3.6.2. Tüketici minimalizmi ve sürdürülebilir tüketim ölçekleri keşfedici faktör ve güvenilirlik analizleri

Araştırmada keşfedici faktör analizinin gerçekleştirilmesi sonucunda çalışmada yararlanılan sürdürülebilir tüketim ve tüketici minimalizmi ölçeklerinin faktör yapıları belirlenmiştir. Buna ilaveten ölçeklerin güvenilirliklerinin değerlendirilmesi amacıyla Cronbach's Alpha testinden yararlanılmıştır.

Araştırmada faktör analiz yapılırken faktör yükü 0.32'den daha düşük olan değişkenler ilgili ölçekten çıkarılmıştır (Çokluk vd., 2012: 194). Ayrıca birden daha fazla faktörde yer alan alt değişkenlerin sahip oldukları faktör yükleri arasındaki farkın 0.10'dan daha az olması halinde ilgili alt değişkenler binişik (karmaşık) olarak kabul edilerek analiz dışında tutulmuştur (Akbulut, 2010: 93). Uygulanan keşfedici faktör ve güvenilirlik analizlerine yönelik elde edilen sonuçlar alt başlıklar halinde aşağıda sunulmaktadır.

3.6.2.1. Tüketici minimalizmi ölçeği açımlayıcı faktör ve güvenilirlik analizleri

Tüketici minimalizmi ölçeğine uygulanan açımlayıcı faktör ve güvenilirlik analizlerine ilişkin sonuçlar Tablo 3.2.'de gösterildiği gibidir.

Tablo 3.2. Tüketici Minimalizmi Ölçeği Keşfedici Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Tüketici Minimalizmi Ölçeği		Faktör Yüğü	α
Açıklanan Varyans Yüzdesi: 64,653 KMO Değeri: 0,851 ve Barlett Testi: 2574,642 ($p<0.000$)			,861
Sade Estetik (SE) Boyutu (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 23,323)			,843
1	SE1	,729	
2	SE2	,856	
3	SE3	,768	
4	SE4	,715	
Sahip Olunan Eşya Sayısı (SOES) Boyutu (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 22,515)			,833
1	SOES1	,766	
2	SOES2	,767	
3	SOES3	,771	
4	SOES4	,783	
Bilinçli Tüketim (BT) Boyutu (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 18,814)			,743
1	BT1	,610	
2	BT2	,799	
3	BT3	,775	
4	BT4	,722	

* Tablo'da yer alan ölçek ifadeleri EK-2'de sunulmuştur.

Tablo 3.2. incelendiğinde tüketici minimalizmi ölçeğinin toplam varyansın %64,653'ünü açıklayan özdeğeri 1'den büyük toplam 12 ifadeden oluşan 3 faktörlü bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. 1. Faktör ("Sade Estetik Boyutu") bu ölçekle ölçülmeye çalışılan özelliğın %23,323'ünü 2. Faktör ("Sahip Olunun Eşya Sayısı Boyutu") %22,515'ini ve 3. Faktör ("Bilinçli Tüketim Boyutu") %18,814'ünü açıklamaktadır.

Tüketici minimalizmi ölçeğini oluşturan üç boyutun her birisi 4 ifadeden oluşmaktadır. Tüketici minimalizmi ölçeğine ilişkin araştırmada elde edilen faktör yapısı ile orijinal faktör yapısının birebir aynı olduğu söylenebilir.

Tüketici minimalizmi ölçeği güvenilirlik değerleri açısından incelendiğinde ölçeğin 0,861 Cronbach Alpha değeri ile yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir. Ölçeğin alt boyutları açısından ise sade estetik boyutu (0,843) ile sahip olunan eşya sayısı (0,833) boyutlarının ‘yüksek derecede’, bilinçli tüketim boyutunun (0,743) ise ‘oldukça’ güvenilir olduğu ifade edilebilir (Karagöz, 2017: 445). Analiz sonucunda ölçekte yer alan ifadeler EK-2’de sunulmuştur.

3.6.2.2. Sürdürülebilir tüketim ölçeği keşfedici faktör ve güvenilirlik analizleri

Sürdürülebilir tüketim ölçeğine uygulanan keşfedici faktör ve güvenilirlik analizlerine ilişkin sonuçlar Tablo 3.3.’te gösterildiği gibidir.

Tablo 3.3. Sürdürülebilir Tüketim Ölçeği Keşfedici Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Sürdürülebilir Tüketim Ölçeği		Faktör Yüğü	α
Açıklanan Varyans Yüzdesi: 64,402 KMO Değeri: 0,834 ve Barlett Testi: 3893,017 ($p<0.000$)			,781
Çevre Duyarlılığı (ÇD) Boyutu (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 19,915)			,857
1	ÇD1	,793	
2	ÇD2	,633	
3	ÇD3	,839	
4	ÇD4	,809	
5	ÇD5	,761	
İhtiyaç Dışı Satın Alma (İDSA) Boyutu (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 17,716)			,826
1	İDSA1	,670	
2	İDSA2	,836	
3	İDSA3	,787	
4	İDSA4	,807	
5	İDSA5	,729	
Tasarruf (T) Boyutu (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 16,877)			,857
1	T1	,828	
2	T2	,822	
3	T3	,817	
4	T4	,743	
Yeniden Kullanılabilirlik (YK) Boyutu (Açıklanan Varyans Yüzdesi: 9,893)			,611
1	YK1	,720	
2	YK2	,732	
3	YK3	,595	

* Tablo'da yer alan ölçek ifadeleri EK-2'de sunulmuştur.

Tablo 3.3 incelendiğinde sürdürülebilir tüketim ölçeğinin toplam varyansın %64,402'sini açıklayan özdeğeri 1'den büyük toplam 17 ifadeden oluşan 4 faktörlü bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. 1. Faktör ("Çevre Duyarlılığı Boyutu") bu ölçekle ölçülmeye çalışılan özelliğin %19,915'ini 2. Faktör ("İhtiyaç Dışı Satın Alma Boyutu") %17,716'sını 3. Faktör ("Tasarruf Boyutu") %16,877'sini ve 4. Faktör ("Yeniden Kullanılabilirlik Boyutu") 9,893'ünü açıklamaktadır.

Sürdürülebilir tüketim ölçeğini oluşturan boyutlardan çevre duyarlılığı ve ihtiyaç dışı satın alma boyutları 5'er ifaden oluşurken tasarruf boyutu 4, yeniden kullanılabilirlik boyutu 3 ise ifadeden oluşmaktadır. Bununla birlikte sürdürülebilir tüketim ölçeğine ilişkin araştırmada elde edilen faktör yapısı ile orijinal faktör yapısının birebir aynı olduğu söylenebilir.

Sürdürülebilir tüketim ölçeği güvenilirlik değerleri açısından incelendiğinde ölçeğin 0,781 Cronbach Alpha değeri ile 'oldukça' güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir. Ölçeğin alt boyutları açısından ise çevre duyarlılığı boyutu (0,857), ihtiyaç dışı satın alma boyutu (0,826) ve tasarruf boyutu (0,857) 'yüksek derecede' güvenilirliğe sahip iken yeniden kullanılabilirlik boyutu ise (0,611) 'oldukça' güvenilirliğe sahip olmaktadır (Karagöz, 2017: 445). Analiz sonucunda ölçekte yer alan ifadeler EK-2'de sunulmuştur.

3.6.2. Araştırma katılımcılarının tüketici minimalizmi ve sürdürülebilir tüketim düzeylerinin tespiti ve incelenmesi

Araştırmaya katılan bireylerin araştırma modelinde yer alan tüketici minimalizmi ve sürdürülebilir tüketim değişkenlerine ilişkin düzeyleri her bir değişkeni oluşturan ölçek maddelerinin ortalaması ve standart sapması ile belirlenmiştir. Ulaşılan sonuçlar alt başlıklar halinde aşağıda sunulmaktadır.

3.6.2.1. Tüketici minimalizmi düzeyinin incelenmesi

Araştırmaya katılan bireylerin minimalist tüketim düzeylerine ilişkin elde edilen sonuçlar Tablo 3.4.'te gösterildiği gibidir.

Tablo 3.4. Bireylerin Minimalist Tüketim Düzeyleri

Tüketici Minimalizmi		Ort**	Std. Sapma
1	SE1	3,9676	1,1260
2	SE2	3,9829	1,1630
3	SE3	3,8629	1,1723
4	SE4	3,6971	1,1938
Sade Estetik Boyutu Ortalaması		3,8776	0,9598
1	SOES1	3,6800	1,2527
2	SOES2	3,5295	1,2144
3	SOES3	3,8343	1,1295
4	SOES4	3,7657	1,2139
Sahip Olunan Eşya Sayısı Boyutu Ortalaması		3,7024	0,9822
1	BT1	4,2152	1,0795
2	BT2	3,8629	1,1592
3	BT3	4,1181	1,0232
4	BT4	4,0762	1,0780
Bilinçli Tüketim Boyutu Ortalaması		4,0681	0,8159
Tüketici Minimalizmi Genel Ortalaması		3,8827	0,7241

*Tablo'da yer alan ölçek ifadeleri EK-2'de sunulmuştur.

**1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Tamamen Katılıyorum

Tablo 3.4. incelendiğinde tüketici minimalizmi ölçeğinin genel ortalamasının 3,88 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırma katılımcılarının minimalist tüketim düzeylerinin iyi sayılabilecek bir seviyede olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte tüketici minimalizmi ölçeğinde en yüksek ortalama 4,06 ile bilinçli tüketim boyutu sahip iken bunu 3,87 ortalama ile sade estetik ve 3,70 ile sahip olunan eşya sayısı boyutu takip etmektedir.

Tüketici minimalizmi ölçeğinde bilinçli tüketim boyutunda yer alan “Sahip olduklarımın bilincindeyim (önemsiyorum).” ifadesi 4,21 ile en yüksek ortalama değere sahip iken, sahip olunan eşya sayısı boyutunda “Sahip olduğum eşyaların sayısını kısıtlıyorum (sınırlandırıyorum).” ifadesi ise 3,53 ortalama ile en düşük değere sahip olmaktadır.

3.6.2.2. Sürdürülebilir tüketim düzeyinin incelenmesi

Araştırmaya katılan bireylerin sürdürülebilir tüketim düzeylerine ilişkin elde edilen sonuçlar Tablo 3.5.'te gösterildiği gibidir.

Tablo 3.5. Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Düzeyleri

Sürdürülebilir Tüketim		Ort**	Std. Sapma
1	ÇD1	3,5524	1,2493
2	ÇD2	3,4210	1,2356
3	ÇD3	3,4990	1,2686
4	ÇD4	3,5029	1,2805
5	ÇD5	3,4495	1,3492
Çevre Duyarlılığı Boyutu Ortalaması		3,4850	1,0182
1	İDSA1	2,4248 3,5752(R)	1,4491
2	İDSA2	2,7600 3,2400(R)	1,4005
3	İDSA3	3,0838 2,9162(R)	1,3324
4	İDSA4	2,3848 3,6152(R)	1,3467
5	İDSA5	3,0952 2,9048(R)	1,3402
İhtiyaç Dışı Satın Alma Boyutu Ortalaması***		2,7497 3,2503(R)	1,0555
1	T1	4,0590	1,1334
2	T2	4,0476	1,1474
3	T3	3,9581	1,2209
4	T4	4,0590	1,1452
Tasarruf Boyutu Ortalaması		4,0310	,9717
1	YK1	3,3714	1,3226
2	YK2	3,3562	1,3021
3	YK3	3,5962	1,4009
Yeniden Kullanılabilirlik Boyutu Ortalaması		3,4413	1,0071
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Genel Ortalaması****		3,5367	,6554

*Tablo'da yer alan ölçek ifadeleri EK-2'de sunulmuştur.

**1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Tamamen Katılıyorum

***İhtiyaç dışı satın alma boyutunda yanında (R) ifadesi bulunan değerler ilgili ifadeye ters kodlama yapılarak elde edilen sonucu belirtmektedir.

****Sürdürülebilir tüketim davranışının genel ortalaması hesaplanırken "ihtiyaç dışı satın alma" boyutu reverse bir yapıya sahip olduğu için SPSS programında ilgili boyutun maddelerine ters kodlama yapılarak ölçeğin genel ortalaması hesaplanmıştır.

Tablo 3.5. incelendiğinde sürdürülebilir tüketim ölçeğinin genel ortalamasının 3,53 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırma katılımcılarının sürdürülebilir tüketim düzeylerinin iyi sayılabilecek bir seviyede olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte sürdürülebilir tüketim ölçeğinde en yüksek ortalama 4,03 ile tasarruf boyutu sahip iken bunu 3,48 ortalama ile çevre duyarlılığı ve 3,44 ile yeniden kullanılabilirlik boyutu takip etmektedir. Ölçekte en düşük ortalama değere 3,25 ile ihtiyaç dışı satın alma boyutu sahip olmaktadır.

3.6.3. Çevre duyarlılığının tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin incelenmesi

Sürdürülebilir tüketim davranışı boyutlarından çevre duyarlılığının tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin belirlenebilmesi için basit regresyon analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.6.'daki gibidir.

Tablo 3.6. Çevre Duyarlılığının Tüketici Minimalizmi Üzerindeki Etkisi

Model Özeti					
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Std. Hatası	
1	,275 ^a	,076	,074	,69682	
a: Tahminleyiciler: (Sabit), Çevre Duyarlılığı					
ANOVA ^a					
Model	Karelerin Toplamı	df	Kare Ortalaması	F	p
1 Regresyon	20,824	1	20,824	42,887	,001 ^b
Artıklar	253,945	523	,486		
Toplam	274,769	524			
a: Bağımlı Değişken: Tüketici Minimalizmi					
b: Tahminleyiciler: (Sabit), Çevre Duyarlılığı					
Katsayılar ^a					
Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
1 (Sabit)	3,200	,109		29,488	,001
Marka İmajı	,196	,030	,275	6,549	,001
a: Bağımlı Değişken: Tüketici Minimalizmi					

Tablo 3.6.'da yer alan anova bölümü incelendiğinde çevre duyarlılığının tüketici minimalizmi üzerinde etkili olduğuna yönelik oluşturulan modelin istatistiki açıdan anlamlı olduğu ($p = 0,001$) görülmektedir. Bununla beraber tablodaki verilere bakıldığında çevre duyarlılığının, tüketici minimalizmine olan varyansı %7 oranında ($R^2 = 0,076$) açıkladığı ifade edilebilir. Başka bir deyişle tüketici minimalizmde meydana gelen %7'lik değişimin tüketicilerin çevre duyarlılığından kaynaklandığı

söylenilebilir. Ayrıca model incelendiğinde araştırma katılımcılarının minimalist tüketim davranışları üzerinde çevre duyarlılığının anlamlı ve olumlu ($B = 0,196$, $p = 0,001$) yönde bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuç açısından araştırma katılımcılarının çevre duyarlılığı davranışlarındaki bir birimlik değişimin tüketici minimalizmi üzerinde $0,196$ seviyesinde bir değişiklik meydana getireceği söylenilebilir. Bundan dolayı araştırmaya katılan bireylerin çevre duyarlılık seviyeleri arttıkça minimalist tüketim seviyelerinin de yükselmekte olduğu ifade edilebilir. Netice itibariye çevre duyarlılığının tüketici minimalizmi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu tahmin eden H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

3.6.4. İhtiyaç dışı satın almanın tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin incelenmesi

Sürdürülebilir tüketim davranışı boyutlarından ihtiyaç dışı satın almanın tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin belirlenebilmesi için basit regresyon analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.7.'deki gibidir.

Tablo 3.7. İhtiyaç Dışı Satın Almanın Tüketici Minimalizmi Üzerindeki Etkisi

Model Özeti					
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Std. Hatası	
1	,200 ^a	,040	,038	,71011	
a: Tahminleyiciler: (Sabit), İhtiyaç Dışı Satın Alma					
ANOVA ^a					
Model	Karelerin Toplamı	df	Kare Ortalaması	F	p
1 Regresyon	11,040	1	11,040	21,893	,001 ^b
Artıklar	263,730	523	,504		
Toplam	274,769	524			
a: Bağımlı Değişken: Tüketici Minimalizmi					
b: Tahminleyiciler: (Sabit), İhtiyaç Dışı Satın Alma					
Katsayılar ^a					
Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
1 (Sabit)	4,261	,087		49,228	,001
Marka İmajı	-,138	,029	-,200	-4,679	,001
a: Bağımlı Değişken: Tüketici Minimalizmi					

Tablo 3.7.'de yer alan anova bölümü incelendiğinde ihtiyaç dışı satın almanın tüketici minimalizmi üzerinde etkili olduğuna ilişkin oluşturulan modelin istatistiki açıdan anlamlı olduğu ($p = 0,001$) görülmektedir. Bununla beraber tablodaki verilere bakıldığında ihtiyaç dışı satın almanın, tüketici minimalizmine olan varyansı %4

oranında ($R^2 = ,040$) açıkladığı ifade edilebilir. Başka bir deyişle tüketici minimalizmindeki %4'lük değişimin ihtiyaç dışı satın almadan kaynaklandığı söylenilebilir. Ayrıca model incelendiğinde araştırma katılımcılarının minimalist tüketim davranışları üzerinde ihtiyaç dışı satın almanın anlamlı ve negatif ($B = -0,138$, $p = 0,001$) yönde bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuç açısından araştırma katılımcılarının ihtiyaç dışı satın alma davranışlarındaki bir birimlik değişimin tüketici minimalizmi üzerinde $-0,138$ seviyesinde bir değişiklik meydana getireceği söylenilebilir. Bundan dolayı araştırma katılımcılarının ihtiyaç dışı satın alma seviyeleri arttıkça minimalist tüketim seviyelerinin de azalmakta olduğu ifade edilebilir. Netice itibariye ihtiyaç dışı satın almanın tüketici minimalizmi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu tahmin eden H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

3.6.5. Tasarrufun tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin incelenmesi

Sürdürülebilir tüketim davranışı boyutlarından tasarrufun tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin belirlenebilmesi için basit regresyon analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.8.'deki gibidir.

Tablo 3.8. Tasarrufun Tüketici Minimalizmi Üzerindeki Etkisinin Tespiti

Model Özeti					
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Std. Hatası	
1	,456 ^a	,208	,207	,64500	
a: Tahminleyiciler: (Sabit), Tasarruf					
ANOVA ^a					
Model	Karelerin Toplamı	df	Kare Ortalaması	F	p
1 Regresyon	57,189	1	57,189	137,465	,001 ^b
Artıklar	217,581	523	,416		
Toplam	274,769	524			
a: Bağımlı Değişken: Tüketici Minimalizmi					
b: Tahminleyiciler: (Sabit), Tasarruf					
Katsayılar ^a					
Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
1 (Sabit)	2,512	,120		20,897	,001
Marka İmajı	,340	,029	,456	11,725	,001
a: Bağımlı Değişken: Tüketici Minimalizmi					

Tablo 3.8.'de yer alan anova bölümü incelendiğinde tasarrufun tüketici minimalizmi üzerinde etkili olduğuna ilişkin modelin istatistiki açıdan anlamlı olduğu ($p = 0,001$) görülmektedir. Bununla beraber tablodaki verilere bakıldığında tasarrufun,

tüketici minimalizmine olan varyansı %20 oranında ($R^2 = ,208$) açıkladığı ifade edilebilir. Başka bir deyişle tüketici minimalizmindeki %20'lik değişimin bireylerin tasarruf eğiliminden kaynaklandığı söylenilebilir. Ayrıca model incelendiğinde araştırma katılımcılarının minimalist tüketim davranışları üzerinde tasarrufun anlamlı ve olumlu ($B = 0,340$, $p = 0,001$) yönde bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuç açısından araştırma katılımcılarının tasarruf davranışlarındaki bir birimlik değişimin tüketici minimalizmi üzerinde 0,340 seviyesinde bir değişiklik meydana getireceği söylenilebilir. Bundan dolayı araştırma katılımcılarının tasarruf seviyeleri arttıkça minimalist tüketim seviyelerinin de yükselmekte olduğu ifade edilebilir. Netice itibariye tasarrufun tüketici minimalizmi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu tahmin eden H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

3.6.6. Yeniden Kullanılabilirliğin tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin incelenmesi

Sürdürülebilir tüketim davranışı boyutlarından yeniden kullanılabilirliğin tüketici minimalizmi üzerindeki etkisinin belirlenebilmesi için basit regresyon analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.9.'daki gibidir.

Tablo 3.9. Yeniden Kullanılabilirliğin Tüketici Minimalizmi Üzerindeki Etkisi

Model Özeti						
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Std. Hatası		
1	,221 ^a	,049	,047	,70691		
a: Tahminleyiciler: (Sabit), Yeniden Kullanılabilirlik						
ANOVA ^a						
Model	Karelerin Toplamı		df	Kare Ortalaması	F	p
1 Regresyon	13,412		1	13,412	26,838	,001 ^b
Artıklar	261,357		523	,500		
Toplam	274,769		524			
a: Bağımlı Değişken: Tüketici Minimalizmi						
b: Tahminleyiciler: (Sabit), Yeniden Kullanılabilirlik						
Katsayılar ^a						
Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	p	
	B	Std. Hata	Beta			
1 (Sabit)	3,336	,110		30,343	,001	
Marka İmajı	,159	,031	,221	5,181	,001	
a: Bağımlı Değişken: Tüketici Minimalizmi						

Tablo 3.9.'da yer alan anova bölümü incelendiğinde yeniden kullanılabilirliğin tüketici minimalizmi üzerinde etkili olduğuna yönelik oluşturulan modelin istatistiki

olarak anlamlı olduğu ($p= 0,001$) görölmektedir. Bununla beraber tablodaki verilere bakıldığında yeniden kullanılabilirliğin, tüketici minimalizmine olan varyansı %4 oranında ($R^2 =,049$) açıkladığı ifade edilebilir. Başka bir deyişle tüketici minimalizmindeki %4'lük değişimin yeniden kullanılabilirlikten kaynaklandığı söylenilebilir. Ayrıca model incelendiğinde araştırma katılımcılarının minimalist tüketim davranışları üzerinde yeniden kullanılabilirliğin anlamlı ve olumlu ($B= 0,159$, $p= 0,001$) yönde bir etkisinin olduğu görölmektedir. Bu sonuca göre araştırma katılımcılarının yeniden kullanılabilirlik davranışlarındaki bir birimlik değişimin tüketici minimalizmi üzerinde 0,159 seviyesinde bir değişiklik meydana getireceği söylenilebilir. Bundan dolayı araştırma katılımcılarının yeniden kullanılabilirlik seviyeleri arttıkça minimalist tüketim seviyelerinin de yükselmekte olduğu ifade edilebilir. Netice itibariye yeniden kullanılabilirliğin tüketici minimalizmi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu tahmin eden **H4** hipotezi kabul edilmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının minimalist tüketim davranışları üzerindeki etkisinin incelenmiştir. Çalışmanın kapsamını Ağrı il merkezinde yaşayan 18 yaş ve üzeri insanlar oluşturmaktadır. Zaman ve maddi kaynakların yetersizliği araştırmadaki en önemli kısıtı oluşturmaktadır. Söz konusu kısıt sebebi ile çalışma Ağrı il merkezi ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmada tüketici minimalizmi ve sürdürülebilir tüketim şeklinde iki temel değişken bulunmaktadır. Bu değişkenlerden sürdürülebilir tüketim davranışı bağımsız değişkeni oluştururken tüketici minimalizmi ise bağımlı değişkeni oluşturmaktadır. Sürdürülebilir tüketim davranışı dört boyutlu bir yapıya sahip iken tüketici minimalizmi ise üç boyutlu bir yapıya sahip olmaktadır. Sürdürülebilir tüketim davranışının boyutları; çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik şeklindedir. Tüketici minimalizminin boyutları ise sahip olunan eşya sayısı, sade estetik ve bilinçli tüketim olarak ifade edilebilir. Çalışmada örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi esas alınmıştır. Çalışmada toplam 525 birey ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada verilerin elde edilmesinde anket yönteminden yararlanılmıştır.

Çalışmada araştırma katılımcılarının genel olarak evli, memur, 27-35 yaş aralığında, 30.000 TL ve altında gelire sahip lisans mezunu erkek ve kadınlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte çalışmada yer alan kişilerin cinsiyetleri açısından dengeli olarak ifade edilebilecek bir dağılıma sahip olduğu söylenebilir.

Araştırmada gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi sonucunda tüketici minimalizmi ölçeğinin toplam 12 ifadeden oluşan üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Bu üç boyutun her birisi 4 ifadeden oluşmaktadır. Tüketici minimalizmi ölçeğine ilişkin araştırmada elde edilen faktör yapısı ile orijinal faktör yapısının birebir aynı olduğu söylenebilir. Bununla birlikte gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi sonucunda sürdürülebilir tüketim ölçeğinin ise 17 ifaden oluşan dört boyutlu bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Bu boyutlardan çevre duyarlılığı ve ihtiyaç dışı satın alma boyutları 5'er ifaden oluşurken tasarruf boyutu 4 ve yeniden kullanılabilirlik boyutu ise 3 ifadeye sahip olmaktadır. Araştırmada tüketici minimalizmi ölçeğinde olduğu

gibi sürdürülebilir tüketim ölçeğinde de açımlayıcı faktör analizi sonucunda orijinal ölçekle birebir aynı sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırmada 5’li likert derecelemesi kapsamında tüketici minimalizmi ölçeğinin genel ortalamasının 3,88 ve sürdürülebilir tüketim davranışı genel ortalamasının ise 3,53 olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla araştırma katılımcılarının hem tüketici minimalizmi hem de sürdürülebilir tüketime yönelik düzeylerinin iyi sayılabilecek bir seviyede olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte tüketici minimalizmi ölçeğinde en yüksek ortalama 4,06 ile bilinçli tüketim boyutu sahip iken bunu 3,87 ortalama ile sade estetik ve 3,70 ile sahip olunan eşya sayısı boyutu takip etmektedir. Sürdürülebilir tüketim ölçeğinde ise en yüksek ortalama değere 4,03 ile tasarruf boyutu sahip iken en düşük ortalama değere ise 3,25 ile ihtiyaç dışı satın alma boyutu sahip olmaktadır.

Araştırmada gerçekleştirilen regresyon analizleri sonucunda sürdürülebilir tüketim ölçeğinin çevre duyarlılığı, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik boyutlarının tüketici minimalizmi üzerinde anlamlı pozitif yönde; ihtiyaç dışı satın alma boyutunun ise anlamlı ve negatif yönde bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Araştırmada elde edilen bulgular, sürdürülebilir tüketim davranışının çeşitli boyutlarının tüketici minimalizmi üzerinde anlamlı etkiler oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlardan hareketle bireylere, politika yapıcılara, araştırmacılara ve uygulayıcılara yönelik aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

1. Çevre duyarlılığını artırmaya yönelik eğitim ve bilinçlendirme faaliyetleri yaygınlaştırılabilir.

Araştırma sonucunda çevre duyarlılığı boyutunun tüketici minimalizmini anlamlı ve pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Bu doğrultuda eğitim kurumları, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları tarafından çevresel farkındalığı artıran seminerler, müfredat içerikleri, kamu spotları ve sosyal kampanyalar geliştirilebilir. Böylece hem sürdürülebilir tüketim hem de minimalist yaşam anlayışı toplumda daha geniş kitlelere ulaştırılabilir.

2. Tasarruf bilincini güçlendiren programlar ve uygulamalar desteklenebilir.

Tasarruf boyutunun sürdürülebilir tüketim ölçeğinde en yüksek ortalamaya sahip olması ve minimalist tüketimi artırması, tasarruf alışkanlıklarının davranış değişimindeki önemini göstermektedir. Bu nedenle tüketicilerin bütçe yönetimi, finansal okuryazarlık ve gereksiz harcamalardan kaçınma konularında bilinçlendirilmesini sağlayan eğitim programları yaygınlaştırılabilir. Ayrıca tasarrufa teşvik eden mobil uygulamalar, hatırlatma sistemleri ve kamu politikaları geliştirilebilir.

3. Yeniden kullanılabilir ürünlere erişimi artıracak uygulamalar desteklenebilir.

Yeniden kullanılabilirlik boyutunun tüketici minimalizmini olumlu etkilediğinin belirlenmesi, sürdürülebilir ürün kullanımının teşvik edilmesinin önemini göstermektedir. Bu doğrultuda işletmeler, uzun ömürlü ve yeniden kullanılabilir ürün seçeneklerini çeşitlendirebilir; kamu kurumları ise sürdürülebilir ürünlere yönelik fiyat teşvikleri veya tüketiciye kolay erişim sağlayan uygulamalar geliştirebilir.

4. İhtiyaç dışı satın almayı azaltmaya yönelik davranışsal stratejiler geliştirilebilir.

Araştırmada ihtiyaç dışı satın alma boyutunun minimalist tüketimi anlamlı biçimde olumsuz etkilediği saptanmıştır. Bu nedenle impulsif satın alma eğilimini azaltabilecek dijital uyarı sistemleri, alışveriş listesi kullanımı, reklam maruziyetini azaltmaya yönelik uygulamalar ve tüketicinin satın alma sürecini yavaşlatan teknikler geliştirilebilir. Ayrıca tüketicilerin ihtiyaç-istek ayrımını daha bilinçli yapabilmesini destekleyen eğitim çalışmaları yürütülebilir.

5. Sürdürülebilir tüketim davranışını destekleyen toplumsal ve kurumsal mekanizmalar oluşturulabilir.

Geri dönüşüm merkezleri, eşya paylaşım noktaları, topluluk destekli değişim alanları gibi sürdürülebilirlik odaklı uygulamalar hem çevresel farkındalığı hem de minimalist tüketim davranışlarını destekleyebilir. Yerel yönetimler bu tür uygulamaları yaygınlaştırarak toplumsal ölçekte sürdürülebilir tüketim kültürünün gelişmesine katkı sağlayabilir.

6. İşletmeler sürdürülebilir ve minimalist yaşam felsefesine uygun ürün tasarımlarına yönelebilir.

İşletmelerin sade, uzun ömürlü, dayanıklı ve çevreye duyarlı ürünler geliştirmesi, tüketicilerin minimalist yaşam tarzı eğilimini güçlendirebilir. Ayrıca işletmelerin sürdürülebilirlik sertifikaları, şeffaf üretim bilgileri ve sade ambalaj kullanımı gibi uygulamalara yönelmesi tüketici güvenini artırabilir.

7. Gelecek araştırmalarda farklı örneklem grupları ve yöntemler kullanılabilir.

Bu araştırma yalnızca Ağrı il merkezi ile sınırlı olduğundan, ileride yapılacak çalışmalarda farklı şehirlerde, farklı sosyo-demografik gruplarla veri toplanabilir. Ayrıca nitel araştırmalarla tüketici minimalizmi ve sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki daha derinlemesine incelenebilir. Ölçeklerin farklı kültürel bağlamlarda test edilmesi literatüre önemli katkılar sunabilir.

KAYNAKLAR

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akbulut, Y. (2010). Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları: Sık kullanılan istatistiksel analizler ve açıklamalı SPSS çözümleri. İdeal Kültür Yayıncılık.
- Aktaş, F., & Çiçek, N. (2019). Gereksiz tüketim eğilimi ve demografik faktörlerin etkisi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(2), 230–240.
- Anantharaman, M. (2018). Critical sustainable consumption: A research agenda. *Journal of Environmental Studies and Sciences*, 8(4), 553–561. <https://doi.org/10.1007/s13412-018-0484-4>
- Arslan, M. (2021). Enerji verimliliği ve tasarruf üzerine bir değerlendirme. (Rapor/Tez).
- Ateş, S., & Öner, Z. (2020). Tüketicilerin gereksiz satın alma davranışları: Yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyinin etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 115–123.
- Atrek, B. ve Madran, C. (2017). Ulusal alanyazınında sürdürülebilir tüketim: Tüketici perspektifinden sistematik derleme çalışması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 10(19), 1–32.
- Aydın, B. (2019). Bir Kavram Olarak Postminimalizm. *Sanatta Yeterlilik Tezi, Bileşik Sanatlar Anasanat Dalı*, Ankara, 1–120.
- Aydın, S., & Tel, M. (2019). Türkiye’de sürdürülebilir tüketim bilinci üzerine bir araştırma. *İnönü Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 79–94.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming life*. Cambridge: Polity Press.
- Beatson, A., Gottlieb, U., & Pleming, K. (2020). Green consumption practices for sustainability: An exploration through social practice theory. *Journal of Social Marketing*, 10(2), 197–213. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-07-2019-0102>

- Becker, J. (2017). Im mniej, tym więcej. Kraków: Wydawnictwo Znak, 1–240.
- Bei, L. T., & Simpson, E. M. (1995). The determinants of consumers' intentions to purchase environmentally friendly products. *Journal of Consumer Affairs*, 29(2), 397–417.
- Bekin, C., & Seyfang, G. (2007). Alternative consumption and the politics of sustainable lifestyles. *Environmental Politics*, 16(5), 794–810.
- Belk, R. W. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67, 1595–1600.
- Botsman, R. ve Rogers, R. (2010). What's mine is yours: The rise of collaborative consumption. New York: HarperCollins.
- Briceno, S., & Stagl, S. (2006). Sustainable consumption: An overview of the literature and empirical studies. *International Journal of Sustainable Development*, 9(2), 1540–1560. <https://doi.org/10.1504/IJSD.2006.010045>
- Camacho-Otero, J., Tunn, V. S. C., Chamberlin, L., & Boks, C. (2020). Consumers in the circular economy. In Brandão M., Lazarevic D., Finnveden G. (Eds.), *Handbook of the Circular Economy*, 74–87. Edward Elgar Publishing.
- Chatzidakis, A., & Lee, M. S. W. (2013). Anti-consumption as the study of reasons against. *Journal of Macromarketing*, 33(3), 190–203.
- Chen, S., Wei, H. ve Xiong, J., 2021. Less is more: A theoretical interpretation of minimalism in consumption. *Advances in Psychological Science*, 29(11): 2043–2061. doi:10.3724/SP.J.1042.2021.02043
- Chen, S., & Wei, H. (2022). Minimalism in capsule hotels: enhancing tourist responses. *Tourism Management*, 93, 104579.
- Chen, S., Kou, S., & Lv, L. (2024). Stand out or fit in. *Journal of Business Research*, 170, 1–10.
- Cherrier, H. (2009). Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities. *Journal of Business Research*, 62(2), 181–190.

- Choi, D., & Johnson, K. K. P. (2019). Influences of environmental and hedonic motivations on intention to purchase green products: An extension of the theory of planned behavior. *Sustainable Production and Consumption*, 18, 145–155.
- Conke, L. S. (2018). Distribution of municipal solid waste in Curitiba (Brazil): Geographical analysis of a selective waste collection program. *Waste Management*, 74, 39–50. (<https://doi.org/10.1016/j.wasman.2018.01.019>)
- Cooper, T. (2000). Product development implications of sustainable consumption. *The Design Journal*, 3(2), 46–57.
- Çabuk, S., & Nakıboğlu, B. (2003). Tüketicilerin çevreye duyarlı ürün satın alma davranışları. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 58(1), 27–44.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2012). Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları (2th ed.) Pegem Academy Publishing.
- Daly, H. E. (1990). Toward some operational principles of sustainable development. *Ecological Economics*, 2(1), 1–6.
- Den Hollander, M. C., Bakker, C. A., & Hultink, E. J. (2017). Product design in a circular economy. *Journal of Industrial Ecology*, 21(3), 517–525.
- Doğan, A., Bulut, C., & Çımrın, F. (2015). Geri dönüşüm ve yeniden kullanım davranışları üzerine bir araştırma. [Araştırma Raporu].
- Doğan, O., Bulut, Z. A., & Çımrın, F. K. (2015). Bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının ölçülmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(4), 659-678.
- Dolan, P. (2002). The sustainability of “sustainable consumption”. *Journal of Macromarketing*, 22(2), 170–181. <https://doi.org/10.1177/0276146702238220>
- Dopierala, R. (2017). Minimalism – A New Mode of Consumption? *CEJ Social Sciences and Humanity*, (4), 67–83.
- Druică, E., Ianole-Călin, R., & Puiu, A.-I. (2023). Minimalist lifestyle adoption. *Mathematics*, 11(3), 1–18. <https://doi.org/10.3390/math11030663>

- Ekolojist. (2023). Energy Star ürünleri ve enerji tasarrufu. (<https://ekolojist.net>)
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
- English, B. (2011). *A cultural history of fashion in the 20th and 21st centuries*. London: Bloomsbury.
- Erbaş, M., & Akdoğan, A. (2017). Sürdürülebilir tüketim bilincinin geliştirilmesi ve çevresel farkındalık. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(2), 180–190.
- Ergen, E. (2014). Sürdürülebilir kalkınma ve çevre sorunları bağlamında iklim değişikliği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 107–118.
- Errázuriz, T., & Greene, R. (2021). The countless lives of newspapers and the right to repurpose. *Design and Culture*, 13(3), 277–303. <https://doi.org/10.1080/17547075.2021.1967687>
- Ertürk, M. (2011). *Minimalizmin Doğuşu ve Mimaride Biçim Açısından Minimalizm*. İTÜ Bitirme Tezi, 1–75.
- Etzioni, A. (1998). Voluntary simplicity: Characterization, select psychological implications, and societal consequences. *Journal of Economic Psychology*, 19, 619–643.
- Fırat, A. F., Dholakia, N., & Venkatesh, A. (2008). Marketing in a postmodern world. *European Journal of Marketing*, 42(1/2), 74–89. <https://doi.org/10.1108/03090560810840929>
- Foster, H. (1996). *The return of the real: The avant-garde at the end of the century*. Cambridge, MA: MIT Press, 36–40.
- Fuchs, D. A., & Lorek, S. (2005). Sustainable consumption governance: A history of promises and failures. *Journal of Consumer Policy*, 28(3), 261–288.
- Fu, L., Zhang, Z., & Nagai, Y. (2023). Minimalism and personal well-being. *JHBSE*, 1–21.
- Gao, J., Tang, L., & Lyu, Y. (2023). Minimalism & low-carbon innovation. *CJPRE*, 21(2), 82–91.

- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N., & Hultink, E. (2017). The circular economy. *JCP*, 143, 757–768.
- Gericke, N., Boeve-de Pauw, J., Berglund, T., & Olsson, D. (2018). The sustainability consciousness questionnaire: The theoretical development and empirical validation of an evaluation instrument for stakeholders working with sustainable development. *Sustainable Development*, 27(1), 35–49.
- Haider, M., Shannon, R., & Moschis, G. P. (2022). Sustainable consumption research and the role of marketing: A review of the literature (1976–2021). *Sustainability*, 14(7), 3999. <https://doi.org/10.3390/su14073999>
- Halvorsen, B., & Larsen, B. M. (2001). The elasticity of substitution in household electricity demand: A microeconomic analysis. *Resource and Energy Economics*, 23(1), 1–18. ([https://doi.org/10.1016/S0928-7655\(98\)00063-4](https://doi.org/10.1016/S0928-7655(98)00063-4))
- Hayta, A. B. (2009). Sürdürülebilir tüketim davranışlarının kazanılmasında tüketici eğitiminin rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143–151.
- Hüttel, A., Balderjahn, I., & Hoffmann, S. (2018). Welfare beyond consumption: The benefits of having less. *Journal of Business Ethics*, 150(3), 839–851.
- Hwang, J., & Griffiths, M. A. (2017). Share more, drive less: Millennials value perception and behavioral intent in using collaborative consumption services. *Journal of Consumer Marketing*, 34(2), 132–146.
- Hopwood, B., Mellor, M., & O'Brien, G. (2005). Sustainable development. *Sust. Dev.*, 13, 38–52.
- Islakoğlu, M. (2006). Minimalizm Kavramı. *DEÜ Doktora Tezi*, 1–210.
- Iyer, R., & Muncy, J. A. (2009). Purpose and object of anti-consumption. *Journal of Business Research*, 62(2), 160–168.
- Jackson, T. (2005). Live better by consuming less. Is there a “double dividend” in sustainable consumption. *Journal of Industrial Ecology*, 9(1–2), 19–36.

- Jackson, T. (2014). *Prosperity without growth: Foundations for the economy of tomorrow* (2. baskı). London: Routledge.
- Jain, V. K., Gupta, A., & Verma, H. (2024). Goodbye materialism: Exploring antecedents of minimalism and its impact on millennials' well-being. *Environment, Development and Sustainability*, 26(8), 19779–19805. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03437-0>
- Johnston, T. C., & Burton, J. B. (2003). Voluntary simplicity: Definitions and dimensions. *Academy of Marketing Studies Journal*, 7(1), 19–33.
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors affecting green purchase behaviour and future research directions. *International Strategic Management Review*, 3(1–2), 128–143.
- Kang, J., Martinez, C. M. J., & Johnson, C. (2021). Minimalism as a sustainable lifestyle: Its behavioral representations and contributions to emotional well-being. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 802–813.
- Karaca, Ş. (2018). *Sürdürülebilir tüketim davranışları ve tüketici farkındalığı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karalar, R., & Kiracı, H. (2011). Sürdürülebilir tüketim bilinci ve tüketici davranışları üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 63–91.
- Kaypak, Ş. (2011). Çevresel güvenlik ve sürdürülebilir kalkınma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 59–76.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260. doi:10.1080/13504620220145401
- Laitala, K. (2014). Clothing disposal behaviour. *IJCS*, 38(5), 444–457.

- Larsen, B. M., & Nesbakken, R. (2004). Household electricity end-use consumption: Influences of income, sociological factors and housing characteristics. *Energy Economics*, 26(2), 179–200. (<https://doi.org/10.1016/j.eneco.2004.02.003>)
- Leahy, E., & Lyons, S. (2010). Energy use and appliance ownership in Ireland. *Energy Policy*, 38(8), 4265–4279. (<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2010.03.037>)
- Lokhande, A. D., Venkateswaran, C., Ramachandran, M., Vidhya, C., & Kurinjimalar, R. (2021). A study on various implications on reusing in manufacturing. *REST Journal on Emerging Trends in Modelling and Manufacturing*, 7(2), 63–69. <https://doi.org/10.46632/7/2/6>
- Louw, K., Bekker, B., Eberhard, A., & Gaunt, T. (2008). Electricity consumption and household appliances in South Africa. *Energy Policy*, 36(9), 3460–3465. (<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2008.05.026>)
- Madias, K. (2023). *Minimalism and Sustainable Living*. E-Book, 349–357.
- Magnier, L., & Schoormans, J. P. L. (2015). Consumer reactions to sustainable packaging: The interplay of visual appearance, verbal claim and environmental concern. *Journal of Environmental Psychology*, 44, 53–62.
- Mahadeva, R., Ganji, E. N., & Shah, S. (2024). Sustainable behaviours. *IJEEAD*, 2, 106–125.
- Malik, F., & Ishaq, M. I. (2023). Minimalist practices. *JRCS*, 73, 1–10.
- Manik, M. R. I. (2017). Used clothing recycling. *ASRJETS*, 35(1), 309–318.
- Marketing sustainability: Use of voluntary simplicity. *Marketing Theory*, 8(4), 399–417.
- Martin-Woodhead, A. (2022). Minimalist consumption. *JCC*, 22(4), 1012–1031.
- Meyer, J. (2001). *Minimalism: Art and polemics in the sixties*. New Haven & London: Yale University Press, 15–18.
- Millburn, J. F., & Nicodemus, R. (2015). *Minimalism: Live a meaningful life*. Asymmetrical Press.
- Millburn, J. F., & Nicodemus, R. (2018). *Love people, use things: Because the opposite never works*. Celadon Books.

- Minh, T. C., & Nguyen Thi Quynh, N. (2024). Factors affecting sustainable consumption behavior: Roles of pandemics and perceived consumer effectiveness. *Cleaner and Responsible Consumption*, 12, 100158. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100158>
- Mishra, S., Moharana, T. R., & Chatterjee, R. (2024). Minimalism & rental behavior. *MIP*, 42(2), 262–283.
- Miska, C., Szöcs, I., & Schiffinger, M. (2018). Employees' prosocial behavior and CSR: A multilevel analysis. *Journal of Business Ethics*, 152(1), 261–278.
- Morseletto, P. (2020). Restorative and regenerative strategies in circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 261, 121160.
- Negretto, G. L. (2013). *Making constitutions: Presidents, parties, and institutional choice in Latin America*. Cambridge University Press.
- Oates, C., McDonald, S., Alevizou, P., Hwang, K., Young, W., & McMorland, L. A. (2008).
- Odabaşı, Y. (2006). *Tüketici davranışı*. (6. Baskı). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Oliveira, J. F. F., & Paula, R. C. M. S. (2021). Motivations for a minimalist lifestyle and its impact on consumption. *Consumer Behavior Review*. DOI: 10.51359/2526-7884.2021.246160
- Oslo Symposium. (1994). *Sustainable consumption: Proceedings of the Oslo Symposium* (s. 12). Oslo: Norwegian Ministry of the Environment.
- Öztürk, H., & Tekin, M. (2020). Tüketicilerin ihtiyaç dışı alışveriş davranışları: Cinsiyet ve yaşın rolü. *Ege Akademik Bakış*, 20(1), 140–150.
- Paavola, J. (2001). Towards sustainable consumption: Economics and ethical concerns for the environment in consumer choices. *Review of Social Economy*, 59(2), 227–248. <https://doi.org/10.1080/00346760110036156>
- Palafox, C. L. (2020). When less is more. *EELJ*, 10, 64–88.
- Pangarkar, A., Shukla, P., & Taylor, C. R. (2021). Minimalism in consumption: A typology and brand engagement strategies. *Journal of Business Research*, 127, 167–178. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.033>

- Peattie, K. (2010). Green consumption: Behavior and norms. *Annual Review of Environment and Resources*, 35, 195–228.
- Piligrimienė, Ž., Žukauskaitė, A., Korzilius, H., Banytė, J., & Dovalienė, A. (2020). Internal and external determinants of consumer engagement in sustainable consumption. *Sustainability*, 12(4), 1349, 1–20.
- Prakash, G., & Pathak, P. (2017). Intention to buy eco-friendly packaged products among young consumers of India: A study on developing nation. *Journal of Cleaner Production*, 141, 385–393. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.09.116>
- Quoquab, F., & Mohammad, J. (2020). Review of sustainable consumption. *JGM*, 33(5), 305–334.
- Rasheed, A. K. F., & Balakrishnan, J. (2023a). Cutting the clutter. *Kybernetes*, 1–22.
- Rasheed, A. K. F., & Balakrishnan, J. (2023b). Sharing more, owning less: How consumer minimalism drives the sharing economy. *Journal of Promotion Management*, 1–27. <https://doi.org/10.1080/10496491.2023.2279769>
- Rausch, T. M., & Koplin, S. (2021). Bridge the gap: Consumers' purchase intention and behavior regarding sustainable clothing. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123412. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123412>
- Roberts, J. A. (1996). Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising. *Journal of Business Research*, 36(3), 217–231. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(95\)00150-6](https://doi.org/10.1016/0148-2963(95)00150-6)
- Sarı, S., & Topçuoğlu, F. (2019). Kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 159–169.
- Savaş, D. A. (2022). Sürdürülebilir tüketim ve çevre araştırmalarına yönelik bir analiz. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 7(2), 81–100.
- Schaefer, A., & Crane, A. (2005). Addressing sustainability and consumption. *Journal of Macromarketing*, 25(1), 76–92

- Schultz, P. W. (2000). New environmental theories: Empathizing with nature. *Journal of Social Issues*, 56(3), 391–406.
- Seyfang, G. (2005). Shopping for sustainability: Can sustainable consumption promote ecological citizenship *Environmental Politics*, 14(2), 290–306. <https://doi.org/10.1080/09644010500055209>
- Shafqat, T., Ishaq, M., & Ahmed, A. (2023). Fashion consumption minimalism. *JRCS*, 71, 1–11.
- Shaw, D., & Newholm, T. (2002). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology & Marketing*, 19(2), 167–185. <https://doi.org/10.1002/mar.10008>
- Shukla, Y., et al. (2024). Consumer minimalism. *JCB*, 23(2), 514–529.
- Silva, R. C. M., & Hor-Meyll, L. F. (2016). Simplicidade voluntária: escolhendo uma nova forma de viver. *Revista Pretexto*, 17(2), 98-116. <https://doi.org/10.21714/pretexto.v17i2.3772>
- SKD Türkiye. (2023). Geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik rehberi. <https://skdturkiye.org>
- Soyer, A., & Dittrich, J. (2021). Sustainable consumption behaviour: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 312, 127833.
- Sun, Y., Luo, B., Wang, S., & Fang, W. (2021). What you see is meaningful: Does green advertising change the intentions of consumers to purchase eco-labeled products? *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 694–704. <https://doi.org/10.1002/bse.2648>
- Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29, 309–317.
- Syvertsen, T., & Enli, G. (2020). Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. Polity Press.
- Şener, E. (2018). Sürdürülebilir tüketim ve çevre dostu davranışlar: Tüketici perspektifi. Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

- Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(2), 57–73.
- Tunn, V. S. C., Bocken, N. M. P., van den Hende, E. A., & Schoormans, J. P. L. (2018). Business models for sustainable consumption in the circular economy: An expert study. *Journal of Cleaner Production*, 212, 324–336.
- Tunn, V. S. C., Bocken, N. M. P., van den Hende, E. A., & Schoormans, J. P. L. (2019). Business models for sustainable consumption in the circular economy: An expert study. *Journal of Cleaner Production*, 212, 324–333. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.290>
- Thøgersen, J. (2014). Consumer decision making with regard to organic food products. *Journal of Consumer Behaviour*, 13(2), 89–99
- Türk Dil Kurumu. (2023). Minimum. <https://sozluk.gov.tr>
- Türk, M. (2018). Bireylerin çevre algısı, çevre sorunlarına yaklaşımı ve çözüm tutumlarının incelenmesi. *Çevre ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 5(1), 50–68.
- Türk, M. (2013). Bireylerin çevreye yönelik tutumları: Pasif ve aktif çevreci yaklaşımlar üzerine bir inceleme. *Çevre Eğitimi ve Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 35–52.
- Türkay, N. (2014). Sürdürülebilir tüketim ve sosyo-ekonomik faktörler: Bireylerin davranışsal eğilimleri. Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
- United Nations. (2023). Sustainable Development Goals, 1–15.
- Varotto, A., & Spagnolli, A. (2017). Psychological ownership and recycling: The role of ownership feelings in recycling behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 51, 1–10.
- Verplanken, B., & Wood, W. (2006). Interventions to break and create consumer habits. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), 90–103.

- Wamsler, C., Brossmann, J., Hendersson, H., Kristjansdottir, R., McDonald, C. ve Scarampi, P. (2018). Mindfulness in sustainability science, practice, and teaching. *Sustainability Science*, 13(1), 143–162. <https://doi.org/10.1007/s11625-017-0428-2>
- Webster, F. E. (1975). Determining the characteristics of the socially conscious consumer. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 188–196. <https://doi.org/10.1086/20863>
- White, K., Habib, R. & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22–49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>
- Wilson, A. V., & Bellezza, S. (2021). Consumer minimalism. *Journal of Consumer Research*, 48(5), 796–816. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucab037>
- Wilson, A. V., & Bellezza, S. (2022). Consumer minimalism. *Journal of Consumer Research*, 48(5), 796–816.
- Yagita, Y., & Iwafune, Y. (2021). Energy consumption patterns of elderly households in Japan. *Energy Reports*, 7, 472–483. (<https://doi.org/10.1016/j.egyr.2021.07.020>)
- Yazgan, P., & Eker, S. (2021). Tüketim kültürü & sürdürülebilirlik. *OPUS*, 18(45), 3271–3295.
- Yılmaz, A., Çelik, M., & Yağizer, C. (2009). Çevre sorunlarının küreselleşmesi ve sürdürülebilirlik yaklaşımı. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 109–123.
- Yinelek, M. (2014). Minimalist Sanat Akımının Moda Tasarımcılarını Etkileme Durumu. Gazi Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, 1–95.
- Zeng, J., Zhang, Y., & Naz, F. (2023). Environmental concern and sustainable consumption behavior among university students in China. *Sustainability*, 15(3), 210–223. <https://doi.org/10.3390/su15032110>

Zhou, S., & Teng, F. (2013). Estimation of urban household electricity demand in China. *Energy Policy*, 62, 664–671.
(<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2013.07.012>)



EKLER

EK-1: Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Tüketici Minimalizmi Ölçeği

Boyutlar ve Alt Değişkenler	
Sahip Olunan Eşya Sayısı	
1	Çok fazla eşya biriktirmekten kaçınıyorum.
2	Sahip olduğum eşyaların sayısını kısıtlıyorum (sınırlandırıyorum).
3	Eşyalara sahip olma konusunda “az, çoktur” ilkesini benimsiyorum.
4	Fazla (aşırı) eşya edinmekten aktif olarak kaçınıyorum.
Sade Estetik	
5	Görsel anlamda daha sade (az eşyaya sahip) ortamları seviyorum (ilgi duyuyorum).
6	Tasarımda sadeliği tercih ederim.
7	Evimde estetiği çok sade tutarım.
8	Boş alanları eşyalar ile doldurmaktansa görsel olarak boş bırakmayı tercih ederim.
Bilinçli Tüketim	
9	Sahip olduklarımın bilincindeyim (önemsiyorum).
10	Sahip olduğum eşyaların seçimi özenle yapılmıştır.
11	Sahip olmak istediğim eşyalar konusunda düşünceli olmak (üzerinde düşünmek) benim için önemlidir.
12	Kişisel eşyalarım özenle (dikkatli bir şekilde), üzerinde düşünerek seçilmiştir.

Sürdürülebilir Tüketim Ölçeği

Boyutlar ve Alt Değişkenler	
Çevre Duyarlılığı Boyutu	
1	Deterjan, şampuan gibi temizlik ürünlerinden çevreye daha az zarar verenleri satın alırım.
2	Doğal materyaller kullanılarak üretilmiş giysileri satın alırım.
3	Çevresel sorumluluğu destekleyen firmaların ürünlerini alırım
4	Doğada çözülebilir ambalajlı ürünleri satın alırım.
5	Aile bireylerimi ve arkadaşlarımı çevreye zarar verecek ürünleri almamaları için ikna ederim.
İhtiyaç Dışı Satın Alma Boyutu	
6	Cep telefonu vb. teknolojik aletleri ihtiyaç duymadığım halde yenileri ile değiştiririm.
7	İhtiyacım olmasa da yeni giysiler alırım.
8	Alışveriş yaparken listemde/aklımda olmayan ürünleri de satın alırım.
9	Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürünüm olsa da satın alırım.
10	Yiyecek içecek ürünlerinden ihtiyacım olmayanları da satın aldığım olur.
Tasarruf Boyutu	
11	Enerji tasarrufu sağlayan beyaz eşyaları satın alırım.
12	Diğerlerine göre daha az elektrik harcayan elektronik cihazları satın alırım.
13	Elektronik ürünler satın alırken elektrik tüketim miktarlarına dikkat ederim
14	Evde tasarruflu ampuller kullanırım.
Yeniden Kullanılabilirlik Boyutu	
15	Karton, teneke ve cam gibi ürünlerin ambalajlarını atmak yerine tekrar değerlendiririm.
16	İhtiyacım olduğunda az kullanılmış ürünleri kiralar ya da ödünç alırım (DVD, kitap, vb.)
17	Kullanılmış kâğıtları not tutma vb. işlerde yeniden değerlendiririm

EK-2: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonucu Ölçeklerde Yer Alan İfadeler

Tüketici Minimalizmi Ölçeği AFA Sonucu Boyutlar ve İfadeler

Boyutlar ve Alt Değişkenler	
Sade Estetik Boyutu	
SE1	Görsel anlamda daha sade (az eşyaya sahip) ortamları seviyorum (ilgi duyuyorum)
SE2	Tasarımda sadeliği tercih ederim.
SE3	Evimde estetiği çok sade tutarım.
SE4	Boş alanları eşyalar ile doldurmaktansa görsel olarak boş bırakmayı tercih ederim
Sahip Olunan Eşya Sayısı Boyutu	
SOES1	Çok fazla eşya biriktirmekten kaçınıyorum.
SOES2	Sahip olduğum eşyaların sayısını kısıtlıyorum (sınırlandırıyorum).
SOES3	Eşyalara sahip olma konusunda “az, çoktur” ilkesini benimsiyorum.
SOES4	Fazla (aşırı) eşya edinmekten aktif olarak kaçınıyorum.
Bilinçli Tüketim Boyutu	
BT1	Sahip olduklarımın bilincindeyim (önemsiyorum).
BT2	Sahip olduğum eşyaların seçimi özenle yapılmıştır.
BT3	Sahip olmak istediğim eşyalar konusunda düşünceli olmak (üzerinde düşünmek) benim için önemlidir.
BT4	Kişisel eşyalarım özenle (dikkatli bir şekilde), üzerinde düşünerek seçilmiştir.

Sürdürülebilir Tüketim Ölçeği AFA Sonucu Boyutlar ve İfadeler

Boyutlar ve Alt Değişkenler	
Çevre Duyarlılığı Boyutu	
ÇD1	Deterjan, şampuan gibi temizlik ürünlerinden çevreye daha az zarar verenleri satın alırım.
ÇD2	Doğal materyaller kullanılarak üretilmiş giysileri satın alırım.
ÇD3	Çevresel sorumluluğu destekleyen firmaların ürünlerini alırım
ÇD4	Doğada çözülebilir ambalajlı ürünleri satın alırım.
ÇD5	Aile bireylerimi ve arkadaşlarımı çevreye zarar verecek ürünleri almamaları için ikna ederim.
İhtiyaç Dışı Satın Alma Boyutu	
İDSA1	Cep telefonu vb. teknolojik aletleri ihtiyaç duymadığım halde yenileri ile değiştiririm.
İDSA2	İhtiyacım olmasa da yeni giysiler alırım.
İDSA3	Alışveriş yaparken listemde/aklımda olmayan ürünleri de satın alırım.
İDSA4	Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürünüm olsa da satın alırım.
İDSA5	Yiyecek içecek ürünlerinden ihtiyacım olmayanları da satın aldığım olur.
Tasarruf Boyutu	
T1	Enerji tasarrufu sağlayan beyaz eşyaları satın alırım.
T2	Diğerlerine göre daha az elektrik harcayan elektronik cihazları satın alırım.
T3	Elektronik ürünler satın alırken elektrik tüketim miktarlarına dikkat ederim.
T4	Evde tasarruflu ampuller kullanırım.
Yeniden Kullanılabilirlik Boyutu	
YK1	Karton, teneke ve cam gibi ürünlerin ambalajlarını atmak yerine tekrar değerlendiririm.
YK2	İhtiyacım olduğunda az kullanılmış ürünleri kiralar ya da ödünç alırım (DVD, kitap, vb.)
YK3	Kullanılmış kâğıtları not tutma vb. işlerde yeniden değerlendiririm

EK-3: Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın Katılımcı; bu anket formu Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde yürütülen yüksek lisans tezi amacıyla gerçekleştirilmektedir. Anket formunu doldurmanız isteğe bağlıdır. **İsminizi belirtmeden katılacağınız** bu ankette vereceğiniz cevaplar KVKK kapsamında saklanacak ve sadece araştırmanın bulguları için kullanılacaktır. Anketler asla üçüncü kişilerle paylaşılmayacaktır.

Arzu ELEM
Yüksek Lisans Öğrencisi

S-1) Aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi belirtiniz.

1- Kesinlikle Katılmıyorum	2- Katılmıyorum	3- Kararsızım	4- Katılıyorum	5- Tamamen Katılıyorum
----------------------------	-----------------	---------------	----------------	------------------------

No		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Çok fazla eşya biriktirmekten kaçınıyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Sahip olduğum eşyaların sayısını kısıtlıyorum (sınırlandırıyorum).	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Eşyalara sahip olma konusunda “az, çoktur” ilkesini benimsiyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Fazla (aşırı) eşya edinmekten aktif olarak kaçınıyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Görsel anlamda daha sade (az eşyaya sahip) ortamları seviyorum (ilgi duyuyorum).	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Tasarımda sadeliği tercih ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Evimde estetiği çok sade tutarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Boş alanları eşyalar ile doldurmaktansa görsel olarak boş bırakmayı tercih ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Sahip olduklarımın bilincindeyim (önemsiyorum).	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Sahip olduğum eşyaların seçimi özenle yapılmıştır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Sahip olmak istediğim eşyalar konusunda düşünceli olmak (üzerinde düşünmek) benim için önemlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Kişisel eşyalarım özenle (dikkatli bir şekilde), üzerinde düşünerek seçilmiştir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Deterjan, şampuan gibi temizlik ürünlerinden çevreye daha az zarar verenleri satın alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Doğal materyaller kullanılarak üretilmiş giysileri satın alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Çevresel sorumluluğu destekleyen firmaların ürünlerini alırım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Doğada çözülebilir ambalajlı ürünleri satın alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Aile bireylerimi ve arkadaşlarımı çevreye zarar verecek ürünleri almamaları için ikna ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Cep telefonu vb. teknolojik aletleri ihtiyaç duymadığım halde yenileri ile değiştiririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	İhtiyacım olmasa da yeni giysiler alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

20	Alışveriş yaparken listemde/aklımda olmayan ürünleri de satın alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürünüm olsa da satın alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Yiyecek içecek ürünlerinden ihtiyacım olmayanları da satın aldığım olur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Enerji tasarrufu sağlayan beyaz eşyaları satın alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Diğerlerine göre daha az elektrik harcayan elektronik cihazları satın alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Elektronik ürünler satın alırken elektrik tüketim miktarlarına dikkat ederim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26	Evde tasarruflu ampuller kullanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27	Karton, teneke ve cam gibi ürünlerin ambalajlarını atmak yerine tekrar değerlendiririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28	İhtiyacım olduğunda az kullanılmış ürünleri kiralar ya da ödünç alırım (DVD, kitap, vb.)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29	Kullanılmış kâğıtları not tutma vb. işlerde yeniden değerlendiririm	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

S-2) Cinsiyetiniz?

() Erkek

() Kadın

S-3) Medeni Durumunuz?

() Evli

() Bekar

S-4) Eğitim Düzeyiniz?

() İlk Öğretim

() Orta Öğretim

() Ön Lisans

() Lisans

() Lisans Üstü

S-5) Yaşınız?

() 18–26

() 27–35

() 36–44

() 45–53

() 54–62

() 63 ve üzeri

S-6) Gelir durumunuz?

() 30.000 TL ve altı

() 30.001– 40.000

() 40.001–50.000

() 50.001–60.000

() 60.001- 70.000

() 70.001 – 80000

() 80.000 TL ve üstü

S-7) Mesleğiniz?

() Emekli

() Memur

() Özel Sektör

() Ev hanımı

() Öğrenci

() İşçi

() Serbest Meslek

() Esnaf/tüccar

() Diğer

EK-4: Etik Kurul Belgesi

Evrak Tarih ve Sayısı: 01.07.2025-E.138853



T.C.
AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Hukuk Müşavirliği



Sayı : E-95531838-050.99-138853
Konu : Etik Kurul Kararı

01.07.2025

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER

İlgi : Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğünün 18.06.2025 tarih ve 137340 sayılı yazısı

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğünün ilgi yazısı ile Dr. Öğr. Üyesi Ercan KESER'in danışmanlığında yüksek lisans öğrencisi Arzu ELEM'in "**Minimalizm ve Sürdürülebilir Tüketim: Ağrı İlinde Bir Uygulama**" konu başlıklı bilimsel araştırması Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulunca incelenmiş olup, 26.06.2025 tarih ve 292 sayılı karar ile söz konusu araştırmaya izin verilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Ebubekir BAKAN
Etik Kurulu Başkanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : *BSD53DM24B* Pin Kodu : 63932

Belge Takip Adresi : https://ebys.agri.edu.tr/en/Vision/Validate_Doc.aspx?

Adres : Fırat Mah. Yeni Üniversite cad. No:2 AE/1 04100 Merkez, Ağrı – Türkiye
Telefon : 0472 215 98 63 Faks:0472 216 20 08
e-Posta : hukukburosu@agri.edu.tr Web : www.agri.edu.tr
Kep Adresi : agriibrahimcecenuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi için : Yılmaz SABUNCU
Unvanı : Şube Müdürü
Tel No : 1280



EK-5: ÖZGEÇMİŞ**ÖZGEÇMİŞ**

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Arzu ELEM
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Yüksek Lisans Öğrenimi	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetler	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-posta Adresi	
Mezuniyet Tarihi	