

AİLELERİN SATIN ALMA SIRASINDA ÇEVRE AÇISINDAN DİKKAT ETTİKLERİ HUSUSLAR

THE ENVIRONMENTAL FACTORS THAT FAMILIES TAKE INTO ACCOUNT DURING PURCHASING PROCESSES

Yrd. Doç. Dr. Seval GÜVEN
Hacettepe Üniversitesi
Ev Ekonomisi Yüksekokulu
Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Bölümü

ÖZET

Bu araştırma, ailelerin satın alma sırasında çevre açısından dikkat ettikleri hususları saptamak ve bu konuda geliştirilecek eğitim programına yönelik öneriler oluşturmak amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

Araştırma, Ankara'nın Abidinpaşa Sağlık Araştırma Grup Başkanlığı'na bağlı bölgelerinde yaşayan aileler arasında basit tesadüfi örnekleme seçilmiş 310 ailede kadın denek üzerinde uygulanmıştır.

Araştırmaya alınan ailelerde deneklerin çoğunluğu satın alma sırasında satın aldıkları ürünlerin etiketlerine dikkat etmektedirler. Ancak dikkat edilen özellikler arasında ürünlerin çevre sağlığına olan etkisinin de yer aldığını belirtenler en düşük orandadır.

ABSTRACT

This study was planned and carried out with the purposes of determining the factors environmental families take into consideration before purchasing something, and of constituting new suggestions for the advancement of training programmes on related matters.

The sample of the study is 310 women who were selected by a simple Random Sampling method among the families who live in the Abidinpaşa district of the province Ankara.

The result of the study indicates that the percentage of women who pay attention to the labels of the consumer goods is higher while the percentage of women who take into consideration the impact of these goods on environmental health is the lowest.

GİRİŞ

Çevre, insan ve diğer tüm canlıların yaşamı boyunca ilişkilerini sürdürdüğü dış ortamdır (Çelik, 1992; Günay, 1994).

İnsan doğal ve kendi yapısı çevrede yaşamakta ve çevresiyle sürekli bir etkileşim halinde bulunmaktadır. Doğal, biyolojik, sosyal, kültürel, ekonomik, fiziki, coğrafi, psikolojik, siyasi, hukuki, tarih çevresi içinde insan bir etkileşim ağı içerisinde. Bu etkileşim ağında insan çevresinden etkilendiği gibi çevreyi de etkilemektedir (Nazlıoğlu, 1991).

İnsanın çevresiyle etkileşimi ilk insanın dünyada var olmasıyla başlamış ve bu durum giderek

yoğunlaşarak karmaşık bir hal almıştır. Başlangıçtan bu yana insanoğlu varoluşun devamlılığını sürdürebilmek için çevresindeki kaynakları kullanmak zorunda kalmış, ancak bu kaynaklardan bazılarının yenilemez özellikte olması, bazılarının da bilinçsizce kullanılması sonucu, dünyanın pek çok yerinde insan yaşamına elverişli olmayan bir çevrenin yaratılmasına neden olmuştur (Bayraktar, 1989).

İnsanın çevresindeki kaynakları tüketen bir birey olarak bu çevrenin yaratılmasındaki payı oldukça önemlidir (Bayraktar, 1989). Bu noktada her düzeydeki toplumda tüketicilerin çevre kirliliği sorununun çözülmesinde birincil role sahip olduğu inkâr edilemez (Gören; Hablemitoğlu, 1993).

Tüketicinin tüketime yönelik karar ve davranışlarının oluşmasında her şeyden önce en yakın çevresi olan ailenin etkisi büyüktür (Bayraktar, 1989). Özellikle bu ülkede üretilen mal ve hizmetlerin yaklaşık %80'inin aileler tarafından satın alınıp tüketildiği dikkate alınır, çevre korunmasında bireyin tüm sosyal gelişimini tamamladığı aileye önemli görevler düşmektedir (Babaoğul, 1986).

Ekonomik görüş açısından aile, üreten ve tüketen bir birim olup, ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetleri kullanıp yok ederek, tüketicilik fonksiyonlarını yerine getirir (Marull, 1966).

Ailelerin kullandığı mal ve hizmetlerin miktar ve kalitesi onların tüketim düzeyini oluşturması açısından büyük bir önem taşımaktadır (Babaoğul, 1986; Marull, 1966). Aile bir taraftan üyelerinin doğal çevreden kaynakları alma ve kullanmaları için gerekli olan faaliyetleri organize ederken, aynı zamanda bir tüketim ünitesi olarak çeşitli kaynakları tüketim için uygun şekle sokmaktadır. Ailenin kendi üyelerinin istek ve ihtiyaçlarını temin etmek için çevredeki kaynakları kullanma biçimi onun tüketici olarak seçimlerini belirlerken ailelerin kaynakları satın alma, kullanma ve idare etme şekli de toplum kaynaklarını ve çevreyi etkilemektedir.

Aile hem kendi üyeleri hem de toplumu etkileyecek önemli konularda karar veren önemli bir birim olmaktadır. Bu nedenle çevre koruma bilinci gelişmiş ailelerin tüketime yönelik alacağı kararlar çevre lehine olmaktadır (Bayraktar, 1989).

Özellikle tüketici bir ünite olarak ailelerin satın alma sırasında satın almak istedikleri malların gerçekten çevre için yararlı olup olmadığına dikkat etmeleri hem para, zaman, enerji tasarrufu sağlayacak, hem de çevrenin korunmasında etkin rol oynayacaktır (Gönen, 1992). Bunun için aileler satın almak istedikleri ürünün içindekilerin ne olduğu, nerede üretildiği, zehirli olup olmadıkları, ürünün nasıl üretildiği, ikame edilip edilmediği, o ürüne ihtiyaç var mı ve ürünün ekonomik olup olmamasına vb. dikkat etmelidirler (Widdowson, 1992).

Örneğin;

- Satın alma sırasında plastik ya da pet ambalajlı ürünler yerine cam, kâğıt, ambalajlı ürünler tercih edilmelidir.

- Herhangi bir ürün satın alınırken geri dönüşümü olmasına dikkat edilmelidir.

- Fazla pilli oyuncak satın alınmamalıdır, şarj edilebilir piller tercih edilmelidir.

- Ozon tabakasına zarar veren spreyle aerosol boyalar vb. satın alınmamalıdır.

- Fosfatlı deterjanlar yerine doğal temizleyiciler satın alınmalıdır.

- Elektrikli araçları satın alırken, kaç wattlık olduğu kontrol edilmeli ve bu faktörler dikkate alınarak satın alınmalıdır (Gören; Hablemitoğlu, 1992; Vargı, 1992; Prokop, 1994).

Yapılan araştırmalar son yıllarda tüketicilerin çevre sorunlarına ilgilerinin arttığını ve alışverişleri sırasında kendi ihtiyaçlarını karşılamının yanı sıra çevre sağlığını düşündüklerini ve gelecek nesillere karşı sorumluluk duyduklarını göstermektedir (Bulut, H.İ. ve diğerleri 1991).

ABD'de yapılan bir Gallup araştırmasında da tüketicilerin %94'ünün bilinçli olarak çevre korunmasında duyarlı olan şirketlerin mallarını aldıklarını ve bu gibi şirketlerle çalışmayı tercih ettiklerini ortaya koymuştur (Prokop, 1994).

Sağlıklı bir çevre hem tüketici olarak ailelerin bilinçli olmasını hem de sorumluluklarını bilmelerini gerektirir (Rooddo, 1991).

Ailelerin ve toplumun çevre konusunda olumlu davranışlar kazanarak bilinçlenmesi ise ancak etkin bir çevre eğitimi ile mümkündür. Sürekli bir süreç olan çevre eğitiminin amacı, birey ve toplumlara çevrenin iç yapısının anlatılmasını sağlamak, çevre sorunlarının çözümü ve kalitesinin artırılmasında bilinçli ve etkin katkıda bulunmak için, insanlara bilgi kazandırmak, yeni davranış modeli oluşturmaktır (DPT, 1994; Nazlıoğlu, 1991).

Çevre sorunlarının pek çoğu ailelerin eğitim düzeylerinin düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Eğitim düzeyinin düşük olması çevre sorunlarının önlenmesi ve çözümlenmesine yönelik çabaları da güçleştiren olumsuzluklardan biridir. Bu nedenle gelecek kuşakların yetişmesinde birincil görev ve sorumluluklara sahip ailelerin sağlıklı bir çevre için kaynakların rasyonel kullanımı, yanlış satın alma ve kullanımının doğurduğu tükenme ve kirliliğin önlenmesinde eğitilmelerinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ARAÇLAR

Araştırma, Ankara'nın Abidinpaşa Sağlık Grup Başkanlığı'na bağlı yerleşim alanlarında yapılmıştır. Araştırma kapsamına bölgedeki sağlık ocaklarına kayıtlı aileler arasından rasgele örneklem yöntemiyle 310 aile alınmıştır.

Araştırmaya ilişkin bilgiler hazırlanan soru formuna bağlı kalınarak ailelerde kadın ile yüz yüze yapılan mülakatlar sonucu toplanmıştır.

Ailelerin satın alma sırasında çevre açısından dikkat ettikleri hususların incelenmesinde, bağımsız değişken olarak eğitim düzeyi ele alınarak karşılaştırılmalı analize gidilmiştir. Ölçütlerin önemlilik kontrolleri ise kesin khikare analizi ile test edilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Deneklerin %78.1'i ilkokul ve daha az, %21.9'u orta ve daha yüksek öğrenim düzeyindedir.

Araştırma kapsamına alınan ailelerde kadınların %92.9'u çevre sorunlarının ortaya çıkmasında ailelerin etkin rol oynadığını, %7.1'i ise etkin rol oynamadığını belirtmişlerdir. Bu durum toplumdaki sosyal, kültürel ve teknolojik gelişmelere dayalı olarak, ailelerin giderek çevre sorunları ve önlenmesi konusunda bilinçlendikleri izlenimini vermektedir (Tablo 1).

Konu deneklerin öğrenim düzeylerine göre incelendiğinde; her iki öğrenim düzeyinde de çevre sorunlarının ortaya çıkmasında ailelerin etkin rol oynadığını belirten deneklerin oranı (ilkokul ve daha az: %93.0, orta ve daha yüksek: %92.6) yüksektir (Tablo 1) ($p>0.05$).

Tablo 1. Çevre Sorunlarının Ortaya Çıkmasında Ailelerin Etkin Rol Oynama Durumu ve Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Etkin Rol Oynama	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	İlkokul ve daha az		Orta ve daha yüksek		Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%		
Evet	225	93.0	63	92.6	288	92.9
Hayır	17	7.0	5	7.4	22	7.1
TOPLAM	242	100.0	68	100.0	310	100.0

$p=0.55$

Daha temiz, daha sağlıklı, daha yaşanılabilir bir dünya için toplumun her kesimi ile işbirliği kurulmalı, gereken eğitim ve bilinçlendirme sağlanmalıdır (Nazlıoğlu, 1991). Güzel, temiz ve sağlıklı bir çevre için ailelere çevrenin korunması ile ilgili eğitimin verilmesinin gerekliliğine inanan kadınların oranı %98.1'dir (Tablo 2).

Her iki öğrenim düzeyinde de eğitim verilmesinin gerekliliğine inanan kadınların oranı (ilkokul ve daha az: %98.8, orta ve daha yüksek: %95.6) yüksektir (Tablo 2) ($p>0.05$).

Tablo 2. Deneklerin Daha Güzel, Temiz ve Sağlıklı Bir Çevre İçin Ailelere Çevrenin Korunması ile İlgili Eğitim Verilmesinin Gerekliliğine İnanma Durumu ve Öğrenim Düzeylerine Göre Dağılımı

Çevrenin korunması ile ilgili eğitimin verilmesinin gerekliliğine inanma	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	İlkokul ve daha az		Orta ve daha yüksek		Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%		
Evet	239	98.8	65	95.6	304	98.1
Hayır	3	1.2	3	4.4	6	1.9
TOPLAM	242	100.0	68	100.0	310	100.0

$p=0.12$

Kadınlar satın alma sırasında genellikle satın aldıkları ürünlerin etiketlerindeki açıklamalara dikkat (%80.3) etmektedirler (Tablo 3).

Öğrenim düzeyinin artmasıyla birlikte deneklerin dikkat etme oranı da (ilkokul ve daha az: %78.9, orta ve daha yüksek: %85.3) artmaktadır (Tablo 3) ($p>0.05$).

Tablo 3. Deneklerin Satın Alma Sırasında Genellikle Satın Aldıkları Ürünlerin Etiketlerindeki Açıklamalara Dikkat Etme Durumu ve Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Ürünlerin etiketlerindeki açıklamalara dikkat etme	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	İlkokul ve daha az		Orta ve daha yüksek		Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%		
Evet	191	78.9	58	85.3	249	80.3
Hayır	51	21.1	10	14.7	61	19.7
TOPLAM	242	100.0	68	100.0	310	100.0

$x^2=0.99$

$p>0.32$

Satın alma sırasında satın aldıkları ürünlerin etiketlerindeki açıklamalara genellikle dikkat ettiğini belirten 249 (%80.3) deneğin dikkat ettiği özellikler arasında ilk sırayı %80.7 ile ürünün kullanım tarihi almaktadır; bunu %70.3 ile ürün fiyatının izlediği görülmektedir. Ürünün çevre kirliliğine olan etkisini dikkate alan denekler ise en düşük (%9.6) oranındadır (Tablo 4). Bu durum ailelerin satın aldıkları ürünlerle ilgili çevre bilincinin oluşmamasına bağlanabilir.

Her iki öğrenim düzeyinde de ürünün kullanım tarihi başta gelirken (ilkokul ve daha az: %79.1, orta ve daha yüksek: %86.2) ürünün çevre kirliliğine dikkat eden deneklerin oranı (ilkokul ve daha az: %9.4, orta ve daha yüksek: %10.3) en düşüktür (Tablo 4).

Tablo 4. Deneklerin Satın Alma Sırasında Ürünlerin Etiketlerindeki Açıklamalarda Dikkat Ettikleri Özellikler ve Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Ürünlerin etiketlerindeki açıklamalarda dikkat edilen özellikler	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	n=191		n=58		n=249	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ürünün kullanım tarihi	151	79.1	50	86.2	201	80.7
Fiyatı	143	74.9	32	55.2	175	70.3
Kullanım kolaylığı	27	14.1	12	20.7	39	15.7
Ürünün çevre kirliliğine olan etkisi	18	9.4	6	10.3	24	9.6
Marka	19	9.9	13	22.4	32	12.9

Çeşitli endüstriyel kirleticiler içinde ürünlerin ambalajları ve bunların atıkları önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle “geri dönüşüz”, “depozitosuz” olan ambalaj atıkları kullanıldıktan sonra sorumsuzca doğaya atılarak çevre kirliliği oluşturmaktadır (Çelik, 1992).

Araştırma kapsamına alınan 310 denekten 50’si (%16.1) satın alma sırasında ürünlerin ambalajlarına dikkat etmemektedir. Dikkat eden 260 deneğin büyük çoğunluğunun (%80.4) tercih ettiği ambalaj türü ise camdır (Tablo 5). Aileler satın alma sırasında özellikle cam ambalajlı ürünleri tercih ederek çevre kirliliğinin önlenmesine katkıda bulunmaktadır.

Her iki öğrenim düzeyinde de cam ambalajlı ürünleri tercih edenler başta (ilkokul ve daha az: %79.5, orta ve daha yüksek: %83.3) gelmektedir (Tablo 5).

Bayraktar’ın (1994) tüketicilerin çevreye yönelik tutumları ve tüketici özelliklerini belirlemek için yaptığı araştırmada da orta dereceli okul ve altı öğrenim düzeyinde olan deneklerin %68.0’inin, üniversite ya da yükseköğretim eğitimi görmüş deneklerin %69.2’sinin ürün satın alırken yeniden kullanılabilen kâğıt, cam vb. ambalajlı ürünleri tercih ettikleri belirlenmiştir.

Tablo 5. Deneklerin Satın Alma Sırasında Genellikle Tercih Ettikleri Ambalaj Türü ve Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Tercih edilen ambalaj türü	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	n=200		n=60		n=260	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Plastikler	30	15.0	8	13.3	38	14.6
Cam	159	79.5	50	83.3	209	80.4
Kâğıt ve kartonlar	35	17.5	12	20.0	47	18.1
Metal	11	5.5	9	15.0	20	7.7

Enerji tasarrufu son yılların en önemli konularındandır. Özellikle enerji ihtiyacı ve kullanımı açısından üzerinde en fazla durulması gereken grup ailelerdir. Çünkü, toplumda aileler diğer kaynaklarda olduğu gibi enerji kaynaklarının kullanım ve tüketiminde de rol oynayan en önemli tüketici gruplarından biridir (Williams, 1979). Konutlarda tüketilen enerjinin toplam enerji tüketiminin yaklaşık 1/3 oranında olduğu dikkate alınır, bu alanda yapılacak tasarrufun hem aile açısından hem de çevre açısından önemi ortaya çıkmaktadır (Erel, 1987).

Enerji tüketimini azaltmanın en önemli yollarından biri de enerji tüketimi ekonomik olan elektrikli araçların seçilmesidir (Bayraktar, 1995).

Herhangi bir elektrikli araç satın alırken kadınların 160’ı (%51.6) aracın harcayacağı elektrik enerjisini dikkate alırken, 150’si (%48.4) dikkate almamaktadır (Tablo 6).

İlkokul ve daha az öğrenim düzeyinde satın alma sırasında aracın harcayacağı elektrik enerjisine deneklerin yarısından fazlası (%51.6) dikkat ederken, orta ve daha yüksek öğrenim düzeyinde dikkate alan ve almayan deneklerin oranı (%50.0) birbirine eşittir (Tablo 6) ($p>0.87$).

Tablo 6. Deneklerin Herhangi Bir Elektrikli Araç Satın Alırken Aracın Harcayacağı Elektrik Enerjisini Dikkate Alma Durumu ve Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Aracın harcayacağı elektrik enerjisini dikkate alma	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	İlkokul ve daha az		Orta ve daha yüksek		Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%		
Evet	126	52.1	34	50.0	160	51.6
Hayır	116	47.9	34	50.0	150	48.4
TOPLAM	242	100.0	68	100.0	310	100.0

$$x^2=0.03$$

$$p>0.87$$

Araştırma kapsamına alınan kadınların %27.7'si çeşitli spreyleyler, deodorantlar, haşere ilaçları, aerosol boyalar, suni gübreler gibi ürünleri sık sık satın alırken %72.3'ü satın almadıklarını belirtmişlerdir (Tablo 7).

Satın almadıklarını belirtenlerin oranı (ilkokul ve daha az: %74.4, orta ve daha yüksek: %64.7) her iki öğrenim düzeyinde de yüksektir (Tablo 7) ($p>0.05$).

Tablo 7. Deneklerin Çeşitli Spreyleyler, Deodorantlar, Haşere İlaçları, Aerosol Boyalar, Suni Gübreler Gibi Ürünleri Sık Sık Satın Alma Durumu ve Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Çeşitli spreyleyler deodorantlar, vb. ürünleri sık sık satın alma	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	İlkokul ve daha az		Orta ve daha yüksek		Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%		
Evet	62	25.6	24	35.3	86	27.7
Hayır	180	74.4	44	64.7	224	72.3
TOPLAM	242	100.0	68	100.0	310	100.0

$$x^2= 2.02$$

$$p>0.15$$

Çeşitli spreyleyler, deodorantlar, haşere ilaçları, aerosol boyalar, suni gübreler gibi ürünleri sık sık satın aldığını belirten 86 denekğin 48'i (%55.8) bu ürünlerin çevre kirliliğine olan etkisine dikkat ederken 38'i (%44.2) dikkat etmemektedir (Tablo 8).

Her iki öğrenim düzeyinde de satın alınan ürünlerin çevre kirliliğine olan etkisine dikkat edenler başta (ilkokul ve daha az: %55.0, orta ve daha yüksek: %57.7) gelmektedir (Tablo 8) ($p>0.05$).

Tablo 8. Deneklerin Satın Aldıkları Spreyleyler, Deodorantlar, Haşere İlaçları, Aerosol Boyalar, Suni Gübreler Gibi Ürünlerin Çevre Kirliliğine Olan Etkisine Dikkat Etme Durumu ve Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Satın alınan spreyleyler, deodorantlar, haşere ilaçları vb. ürünlerin çevre kirliliğine olan etkisine dikkat etme	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	İlkokul ve daha az		Orta ve daha yüksek		Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%		
Evet	33	55.0	15	57.7	48	55.8
Hayır	27	45.0	11	42.3	38	44.2
TOPLAM	60	100.0	26	100.0	86	100.0

$$x^2=0.05$$

$$p>0.82$$

Motorlu taşıtların hava kirliliğine katkıları son yıllarda önemli boyutlarda artmıştır. Özellikle yaz aylarında evsel ısınma kaynaklarının oluşturduğu kirlilik ortadan kalktığında görülen kirletici konsantrasyonların en önemli kaynağı olmaktadır (Türkiye'nin Çevre Sorunları, T.C.V., 1995).

Çevre kirliliğini önleyebilmek için otomobillerde hangi benzinin kullanılması gerektiğini bilmeyenlerin oranı %74.2'dir (Tablo 9). Çevrenin doğal özelliklerinin korunmasına yönelik faaliyetlere tüketicinin katılımını inceleyen bir araştırmada ise tüketicilerin çevre kirliliğinin azaltılması amacıyla taşıtlarında pahalı ancak hava kirliliğini önleyici yakıt kullanma konusunda istekli olduklarını ortaya çıkarmıştır (Bayraktar, 1989).

Konu deneklerin öğrenim düzeyine göre incelendiğinde, her iki öğrenim düzeyinde de çevre kirliliğini önlemek için otomobillerde hangi benzinin kullanılması gerektiğini bilmeyenlerin oranı (ilkokul ve daha az: %80.2, orta ve daha yüksek: %52.9) yüksektir (Tablo 9).

Öğrenim düzeyinin yükselmesi ile konuya ilişkin bilgisi olan deneklerin oranının arttığı görülmektedir (Tablo 9).

Tablo 9. Çevre Kirliliğini Önlemek İçin Otomobillerde Kullanılması Gereken Benzin Türünü Bilme Durumu ve Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Kullanılması gereken benzin türünü bilme durumu	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	İlkokul ve daha az		Orta ve daha yüksek			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kurşunlu benzin	3	1.2	-	-	3	1.0
Kurşunsuz benzin	45	18.6	32	47.1	77	24.8
Bilmiyorum	194	80.2	36	52.9	230	74.2
TOPLAM	242	100.0	68	100.0	310	100.0

Evsel ısınma amacıyla yakılan kömür ve fuel-oil emisyonlarının alçak bacalardan atmosfere atılması, kullanılan yakıtın yüksek oranda kükürt ve kül içermesi, ısınma sisteminde yanmanın tam olmaması gibi faktörler bir araya geldiğinde; özellikle kış aylarında şehirlerin önemli bir bölümünde görülen yüksek kirletici konsantrasyonları ortaya çıkarmaktadır (Türkiye'nin Çevre Sorunları, T.C.V., 1995).

Araştırma kapsamına alınan aileler arasında kömür satın alırken kalitesine dikkat ettiklerini belirten kadınların oranı (%66.1) yüksektir (Tablo 10).

Her iki öğrenim düzeyinde de satın aldıkları kömürün kalitesine dikkat ettiklerini belirten kadınların oranı (ilkokul ve daha az: %68.2, orta ve daha yüksek: %58.8) yüksektir (Tablo 10) ($p < 0.01$).

Tablo 10. Deneklerin Kömür Satın Alırken Kalitesine Dikkat Etme Durumu ve Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Kömür satın alırken kalitesine dikkat etme	ÖĞRENİM DÜZEYİ				TOPLAM	
	İlkokul ve daha az		Orta ve daha yüksek			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	165	68.2	40	58.8	205	66.1
Hayır	39	16.1	7	10.3	46	14.8
Kömür kullanmıyorum	38	15.7	21	30.9	59	19.1
TOPLAM	242	100.0	68	100.0	310	100.0

$$x^2 = 8.34$$

$$p > 0.01$$

SONUÇ

Araştırma verilerinden elde edilen sonuçlar şöyle özetlenebilir:

- Çevre kirliliğinin ortaya çıkmasında ailelerin etkin rol oynadığını belirten, daha güzel, temiz, sağlıklı bir çevre için ailelere eğitimin verilmesinin gerekliliğine inanan kadınlar çoğunluktadır.

- Kadınlar satın alma sırasında genellikle satın aldıkları ürünlerin etiketlerindeki açıklamalara dikkat etmektedirler. Öğrenim düzeyi arttıkça bu konuya dikkat eden kadınların oranı da artmaktadır.

- Satın alınan ürünlerin etiketlerinde dikkat edilen özellikler arasında ürünün kullanım tarihi ilk sırada gelmektedir. Ürünün çevre kirliliğine olan etkisine dikkat eden kadınların oranı ise düşüktür.

- Satın alınan ürünlerde tercih edilen ambalaj türü arasında cam malzeme başta gelmektedir.

- Herhangi bir elektrikli araç satın alırken aracın harcayacağı elektrik enerjisini dikkate aldığını belirtenler ilk sırada yer almaktadır. İlkokul ve daha az öğrenim düzeyindeki kadınlar arasında bu konuya dikkat edenler başta gelirken, orta ve daha yüksek

öğrenim düzeyindeki denekler arasında dikkat eden ve etmeyenlerin oranı birbirine eşittir.

- Araştırma kapsamına alınan kadınların çoğu çeşitli spreyler, deodorantlar vb. ürünleri sık sık satın almadıklarını belirtmişlerdir. Satın aldığını belirten kadınların çoğunluğu ise bu ürünlerin çevre kirliliğine olan etkilerine dikkat etmektedir.

- Çevre kirliliğini önlemek için otomobillerde hangi benzinin kullanılması gerektiğini bilmeyenlerin oranı yüksektir. Öğrenim düzeyinin artmasına paralel olarak bu konudaki bilgi düzeyi de artmaktadır.

- Kömür satın alırken ailelerin yarıdan fazlası kömürün kalitesine dikkat etmektedir.

ÖNERİLER

Çevre kirliliğinin oluşumunda bireyin tüm sosyal gelişimini tamamladığı aileye önemli görevler düşmektedir. Bir üretim aynı zamanda da bir tüketim ünitesi olan ailelerin çevreyi bilinçsizce kullanmaları çevre kirliliğini arttırmaktadır. Ailelerin bilinçli tüketim davranışı ile çevreyi kirletmeyen ürünleri satın almaları, satın alacakları ürünlerin daha sonra çevreye tekrar kazanılabilir olup olmadığına dikkat etmeleri,

yeniden kullanımı olabilen ürünleri satın almaya özen göstermeleri ve bu ürünlerin kullanımını alışkanlık haline getirmeleri çevre korunması açısından oldukça önemlidir.

Bu nedenle;

- Ailelerin satın alma sırasında satın aldıkları ürünlerin çevre kirliliği oluşturup oluşturmadığı konusunda bilgi ve davranışlarını belirleyici konuyu daha detaylı inceleyen bu tipten araştırmalar artırılmalıdır.

- Ailelere çevre ve çevre sorunlarının farkına varmalarında, bu konuda duyarlılık kazanarak bilinçli birer tüketici olmalarında yardımcı olacak eğitim verilmelidir.

Bu eğitim etkinliğinin sağlanması için toplumun her kesiminde tüm yaş gruplarına yönelik yaygın eğitim programları geliştirilmeli, çevreyi korumaya yönelik daha fazla sayıda ve daha kapsamlı programlara yer vermeli, ailelerin bu programlara katılımları sağlanmalıdır. Bu eğitimde; devlete, basın ve televizyon kuruluşlarına, üniversitelere, üreticilere, araştırma kurumları ve yerel yönetimlere, tüketiciyi koruma amacıyla olan tüketici örgütlerine ve bizzat tüketicilere de önemli görevler düşmektedir.

KAYNAKÇA

- Çelik, T. (1992) "Çevre ve Tüketici", Standart, 364:31, 45-48.
- Günay, E. (1994) "Genel Ortam Kirlenmesi ve Çevre Sorunları", İstanbul: Ofset A.Ş.
- Nazlıoğlu, M.D. (1991) "Çevre Eğitiminin Önemi", Çevre üzerine- Türkiye Çevre Vakfı Yayını, Ankara: Önder Matbaa, 250-264.
- Bayraktar, M. (1989) "Tüketici Kararları ve Çevre", Standart, 28:334, 15-16.
- Gönen, E., Hablemitoğlu, S. (1993) "Tüketici ve Çevre Bilinci", Tüketici Bülteni, 6:59, 5-6.
- Babaoğlu, M. (1986) "Tüketim Açısından Ailede Kadının Rolü ve Tüketici Eğitimi", Standart, Özel Sayı 4, 67-70.
- Marull, J. (1996) "The Family as an Economics Unit", Journal Home Economics, 58:4, 256-259.
- Gönen, E. (1992) "Çevre ve Tüketici", III. Milletlerarası Tüketicinin Korunması ve Tüketici Hakları Sempozyumu, Türk Standartları Enstitüsü, İstanbul, 14 Mart.
- Widdowson, J. (1992) "Teachers Notes", Making One World. An Education Pack on Development and Environment, Unicef 58 No: 510, Aco, Lda, Portugal.
- Vargı, S. (1992) "Çevrenin Korunmasında Tüketici Olarak Üstümüze Düşen Görevler", III. Milletlerarası Tüketicinin Korunması ve Tüketici Hakları Sempozyumu, Türk Standartlar Enstitüsü, İstanbul, 14 Mart.
- Prokop, M.K. (1994) "Yeşil Yönetim", Türkiye Çevre Vakfı Yayını, Ankara: Önder Matbaa.
- Bulut, H.İ., M. Örs. H (1991) "Az Gelişmiş Ülkelerde Ekonomik Kalkınma ile Çevre Koruma Amaçlarının Uyumlaştırılması", Ekonomik Büyüme ve Çevre Korunması, Yabancı Sermaye ve Koordinasyon Derneği Yayın No: 39, İstanbul.
- Roodda, A (1991) "Women and the Environment", London.
- Devlet Planlama Teşkilatı, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Raporu "Çevre", DPT yayın no 2360-ÖİK: 428, Ankara, 1994.
- Nazlıoğlu, M.D. (1991) "Sürdürülebilir Kalkınma Açısından Kadın ve Çevre", Sürdürülebilir Kalkınma El Kitabı, Türkiye Çevre Vakfı Yayını, Ankara: Önder Matbaa.
- Çelik, T (1992) "Çevre ve Tüketici", III. Milletlerarası Tüketicinin Korunması ve Tüketici Hakları Sempozyumu, Türk Standartları Enstitüsü, İstanbul, 14 Mart.
- Bayraktar, M., Mert. Y. (1994) "Tüketicilerin Çevreye Yönelik Tutumları ve Tüketici Özellikleri", Standart, 25-30 Eylül.
- Williams, S. (1979) "Energy Our Contribution", Home Economics, 25 (1): 21-22.
- Erel, S. (1987) "Evde Enerji Tasarrufu", Sağlıklı Beslenme ve İdaresi, Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı Çıracılık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü, Halk Eğitim Serisi: 5, Ankara: Mesleki ve Teknik Açık Öğretim Okulu Matbaa, 79-81.
- Bayraktar, M. (1995) "Etkili ve Sorumlu Tüketim", Tüketici Bülteni, 7 (80).
- Anon, Türkiye'nin Çevre Sorunları'95 (1995) Türkiye Çevre Vakfı Yayını, Ankara: Önder Matbaa.