

T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
Havacılık Yönetimi Ana Bilim Dalı

HAVAYOLU ŞİRKETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
UYGULAMALARININ TÜKETİCİNİN KABULÜNÜ
ETKİLEYEN UNSURLARIN BELİRLENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Tuğçe BAŞAKCI

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Oğuz YILDIZ

Eş Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Alpaslan KELLEÇİ

İstanbul – 2023

TEZ TANITIM FORMU

- Yazar Adı Soyadı** : Tuğçe BAŞAKCI
- Tezin Dili** : Türkçe
- Tezin Adı** : Havayolu Şirketlerinin Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Tüketicinin Kabulünü Etkileyen Unsurların Belirlenmesi
- Enstitü** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- Anabilim Dalı** : Havacılık Yönetimi
- Tezin Türü** : Yüksek Lisans
- Tezin Tarihi** : 14.07.2023
- Sayfa Sayısı** : 111
- Tez** : Dr. Öğr. Üyesi Oğuz YILDIZ
- Danışmanları** : Dr. Öğr. Üyesi Alpaslan KELLEÇİ
- Dizin Terimleri** : Sürdürülebilirlik, Tüketici Davranışı, Sürdürülebilir Tüketim, Sürdürülebilir Havacılık
- Türkçe Özet** : Bu tezin amacı pazarda hâkim müşteri grubu olan X,Y ve Z kuşaklarının sürdürülebilir havacılık uygulamalarını kabul etmesi ve benimsemesini etkileyen unsurları belirlemektir. Ayrıca havayolu şirketlerinin tüketici davranışlarını etkileyen boyutların kuşaklar arasında fark gösterip göstermediğini incelemektir.
- Dağıtım Listesi** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Tuğçe BAŞAKCI

T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
Havacılık Yönetimi Ana Bilim Dalı

HAVAYOLU ŞİRKETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
UYGULAMALARININ TÜKETİCİNİN KABULÜNÜ
ETKİLEYEN UNSURLARIN BELİRLENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Tuğçe BAŞAKCI

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Oğuz YILDIZ

Eş Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Alpaslan KELLEÇİ

İstanbul – 2023

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Tuğçe BAŞAKCI

../../2023



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Tuğçe BAŞAKCI'nın "Havayolu Şirketlerinin Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Tüketicinin Kabulünü Etkileyen Unsurların Belirlenmesi" adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Havacılık Yönetimi anabilim dalı, Havacılık Yönetimi bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan *Dr. Öğr. Üyesi Habibe*
GÜNGÖR

İmza

Üye *Dr. Öğr. Üyesi Oğuz YILDIZ*
(Danışman)

İmza

Üye *Dr. Öğr. Üyesi Özge*
PEKSATICI YANIKOĞLU

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

... / ... / 2023

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Çevre kirliliği; doğal kaynakların fütursuzca kullanılması, sanayi ve yerleşim bölgelerinde ortaya çıkan atıkların doğaya bırakılması gibi etkenlerden kaynaklanmaktadır. Bilinçsizce gerçekleşen davranışların iklim üzerindeki etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Son yıllardaki nüfus artışı ve büyüyen havacılık sektörü sürdürülebilirliğin önemini artırmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı ilk akla geldiğinde çevresel olarak düşünülse de sürdürülebilirliğin 3 temel bileşeni olan çevresel, ekonomik ve sosyal boyutların denge içerisinde devam etmesi gerekmektedir. Birleşmiş Milletler, yoksulluğu ortadan kaldırmak, çevreyi korumak ve eşitsizlikle mücadele gibi 17 başlıktan oluşan Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini kabul etmiştir. Birleşmiş Milletler, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda 2050 yılına kadar net sıfır sera gazı emisyonunu amaçlamaktadır. Dolayısıyla hava taşımacılığı, daha temiz ve daha sessiz gelecek için verimli uçmanın yollarını tespit etmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı sürdürülebilirliğin sosyal boyutunu da ele alarak tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen sürdürülebilir havacılık uygulamalarını belirlemektir.

Çalışmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri tercih edilmiştir. İlk olarak havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamaları hakkında bilgiler elde etmek ve görüşler almak amacıyla havayolu şirketlerinin üst düzey yöneticileriyle yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakatlar, sonrasında Y ve Z kuşaklarıyla dört ayrı odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Söz konusu kuşaklarda yer alan tüketicilerden çevrimiçi anket yöntemiyle veri elde edilmiştir. Toplamda 255 çevrimiçi anket toplanmış olup, toplanan veriler önce birçok ifade arasından aynı özelliği ölçen ifadelerin bir çatı altında toplanması için Keşifsel Faktör Analizine tabii tutulmuştur. Faktör analizi sonrasında her bir alt boyutun güvenilirliği sayısal olarak tespit edilmiş ve birden fazla bağımlı değişkenin bağımsız bir değişkenin grupları arasında herhangi bir farklılık oluşturup oluşturmadığını belirlemek için Çok Değişkenli Varyans Analizi (MANOVA) uygulanmıştır. Araştırma sonucunda havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamaları kapsamında altı boyut elde edilmiştir. Temelde çevresel, sosyal ve ekonomik olmak üzere 3 boyuttan oluşmaktadır. Ek olarak niyet ve satın alma, gürültü ve kompozit boyutlar araştırmada elde edilmiştir. Sosyal, kompozit, gürültü, niyet ve satın alma boyutları

kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır. Sadece ekonomik ve çevresel boyutların kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık yarattığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Tüketici Davranışı, Sürdürülebilir Tüketim, Sürdürülebilir Havacılık



SUMMARY

Environmental pollution is due to factors such as the careless use of natural resources and the release of waste generated in industrial and residential areas to nature. The effect of unconscious actions on the climate is an undeniable fact. Population growth and the growing aviation sector in recent years have increased the importance of sustainability. Although the concept of sustainability is initially thought of as environmental, the environmental, economic, and social dimensions, which are the three basic components of sustainability, should continue in balance. The United Nations has adopted the Sustainable Development Goals to eradicate poverty, protect the environment, and combat inequality. The United Nations aims for net zero greenhouse gas emissions by 2050, in line with the Sustainable Development Goals. Therefore, air transport identifies ways to fly efficiently for a cleaner and quieter future. In this direction, the aim of the study is to determine the sustainable aviation practices that affect the purchasing behavior of consumers by considering the social dimension of sustainability.

Qualitative and quantitative research methods were preferred in the study. First, after semi-structured in-depth interviews with the top executives of airline companies, four separate focus group interviews were conducted with generations Y and Z. Data were obtained from consumers in the aforementioned generations by the online survey method. A total of 255 online questionnaires were collected, and the collected data were first subjected to Exploratory Factor Analysis to gather the expressions measuring the same feature among many expressions under one roof. After the factor analysis, the reliability of each sub-dimension was determined numerically, and Multivariate Analysis of variance (MANOVA) was applied to determine whether more than one dependent variable created any difference between the groups of an independent variable. As a result of the research, six dimensions were identified within the scope of the sustainability practices of airline companies. It basically consists of three dimensions: environmental, social, and economic. In addition, intention, purchase, noise, and composite dimensions were obtained in the research. Social, composite, noise, intention, and purchasing dimensions did not make a significant difference between generations. It has been determined that only economic and environmental dimensions create a significant difference between generations.

Keywords: Sustainability, Consumer Behavior, Sustainable Consumption, Sustainable Aviation



İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY	iii
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMALAR	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
RESİMLER LİSTESİ.....	xiv
ÖNSÖZ.....	xv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1. Sürdürülebilirlik Kavramı.....	3
1.1.1. Kurumsal Sürdürülebilirlik.....	3
1.1.2. Sürdürülebilir Havacılık	4
1.2. Sürdürülebilirlik Kavramının Tarihsel Süreci	4
tanımlanmamış.	
1.3. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri	8
1.3.1. Yoksulluğun Ortadan Kaldırılması.....	11
1.3.2. Sıfır Açlık	11
1.3.3. Sağlık ve Huzur	11
1.3.4. Nitelikli Eğitim	11
1.3.5. Cinsiyet Eşitsizliği.....	12
1.3.6. Temiz Su.....	12
1.3.7. Temiz Enerji	12
1.3.8. Ekonomik Büyüme	12
1.3.9. Sanayi, İnovasyon, Altyapı.....	12

1.3.10. Eşitsizliklerin Azaltılması.....	13
1.3.11. Sürdürülebilir Şehirler	13
1.3.12. Sorumlu Üretim ve Tüketim.....	13
1.3.13. İklim Hareketi.....	14
1.3.14. Su Altındaki Yaşam.....	14
1.3.15. Yeryüzünde Yaşam	15
1.3.16. Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar	15
1.3.17. Hedefler İçin Ortaklıklar	15
1.4. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları	16
1.5. Sürdürülebilirliğin 3 Boyutu.....	16
1.5.1. Ekonomik (İktisadi) Boyut	17
1.5.2. Sosyal Boyut.....	17
1.5.3. Çevresel Boyut.....	18

İKİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM

2.1. Tüketim ve Tüketici Tanımları.....	19
2.1.1. Tüketim Tanımı	19
2.1.1.1. İhtiyaç ve İstek.....	19
2.1.1.2. Sürdürülebilir Tüketim	20
2.2. Tüketici Tanımı.....	20
2.2.1. Yeşil Tüketici	21
2.3. Tüketici Satın Alma Karar Süreci	21

2.3.1. İhtiyacın Fark Edilmesi	22
2.3.2. Alternatiflerin Belirlenmesi ve Bilginin Toplanması	22
2.3.3. Alternatiflerin Değerlendirilmesi	22
2.3.4. Satın Alma Kararının Verilmesi ve Satın Almanın Gerçekleşmesi	23
2.3.4.1. Planlı Satın Alma.....	23
2.3.4.2. Plansız Satın Alma.....	23
2.3.5. Satın Alma Sonrası Değerlendirme	23
2.4. Tüketici Satın Alma Davranışı.....	24
2.5. Yeşil Ürün Satın Alma Davranışı.....	25
2.6. Tüketici Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler.....	26
2.6.1. Kişisel Faktörler.....	26
2.6.1.1. Yaş.....	26
2.6.1.2. Meslek.....	26
2.6.1.3. Yaşam Tarzı.....	26
2.6.1.4. Cinsiyet.....	26
2.6.1.5. Medeni Durum.....	27
2.6.2. Psikolojik Faktörler	27
2.6.2.1. Güdüleme (Motivasyon).....	27
2.6.2.2. Algılama	28
2.6.2.3. Öğrenme	28
2.6.2.4. İnanç ve Tutumlar.....	28
2.6.3. Sosyo-Kültürel Faktörler	29
2.6.3.1. Kültür.....	29

2.6.3.2. Alt Kültür.....	29
2.6.3.3. Sosyal Sınıf.....	29
2.6.3.4. Aile	29
2.6.4. Ekonomik Faktörler	29
2.6.4.1. Gelir	30
2.6.4.2. İşsizlik.....	30
2.6.4.3. Enflasyon	30
2.7. Kuşak Kavramı.....	30
2.7.1. Kuşak Türleri.....	31
2.7.1.1. Sessiz Kuşak	32
2.7.1.2. Bebek Patlaması.....	32
2.7.1.3. X Kuşağı	32
2.7.1.4. Y Kuşağı	32
2.7.1.5. Z Kuşağı.....	33
2.7.2. Kuşakların Türkiye'deki Dağılımı.....	33
2.7.3. X, Y ve Z Kuşakların Satın Alma Davranışı	34
2.8. Tüketici Davranış Modelleri	35
2.8.1. Gerekçeli Eylem Teorisi	35
2.8.2. Planlı Davranış Modeli	36
2.8.3. Teknoloji Kabul Modeli	37
2.8.3.1. Teknoloji Kabul Modeli 2	37
2.8.3.2. Teknoloji Kabul Modeli 3	38
2.8.4. Teknoloji Kabul ve Kullanım Birleştirilmiş Modeli	38

2.8.4.1. Teknoloji Kabul ve Kullanım Birleştirilmiş Modeli 2	39
--	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR HAVACILIK

3.1. Sürdürülebilir Havacılık Yakıtları (SAF)	40
3.1.1. Hidrojen	40
3.1.2. Biyo-yakıt	41
3.2. Sürdürülebilirlik ve Uçak Üreticileri	41
3.2.1. Airbus	41
3.2.1.1. Airbus Sıfır Emisyon (ZEROe)	42
3.2.1.2. Fello Fly	43
3.2.1.3. Havacılık Yakıtı Kullanan İlk Dar Gövdeli Uçak	43
3.2.1.3. Airbus 380	44
3.2.2. Boeing	44
3.2.2.1. Çevresel Sürdürülebilirlik	44
3.2.2.2. Sosyal ve Ekonomik Sürdürülebilirlik	44
3.3. CORSIA	46
3.4. Karbon Akredite Programı (KAP)	47
3.4.1. Seviye 1 Haritalama	48
3.4.2. Seviye 2 Azaltma	48
3.4.3. Seviye 3 Optimizasyon	48
3.4.4. Seviye 4 Nötrleme	48
3.4.5. Seviye 5 Tarafsızlık	48
3.4.6. Seviye 6 Geçiş (Dengeleme)	48

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
HAVAYOLU ŞİRKETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
UYGULAMALARININ TÜKETİCİNİN SATIN ALMA
DAVRANIŞINA ETKİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı	49
4.2. Araştırmanın Önemi	49
4.3. Araştırmanın Yöntemi	50
4.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	53
4.5. Araştırmanın Problemi	53
4.6. Tüketicilerin Satın Alma Davranışını Etkileyen Sürdürülebilirlik Havacılık Uygulamalarının Boyutlarının Belirlenmesi	53
4.6.1. Tanımlayıcı İstatistikler	53
4.6.2. Faktör Analizi ve Sonuçları	55
4.6.3. Güvenilirlik	60
4.6.4. Çok Değişkenli Varyans Analizi (MANOVA) ve Sonuçları	60
SONUÇLAR VE ÖNERİLER	63
KAYNAKÇA	69
EK 1- YARI YAPILANDIRILMIŞ DERİNLEMESİNE MÜLAKAT ve ODAK GRUP GÖRÜŞMESİ SORULARI	81
EK 2- GÖRÜŞMELER SONUCU ELDE EDİLEN ANKET FORMU	83
EK 3- ANKET FORMU	86

KISALTMALAR

- AB** : Avrupa Birliği
- ABD** : Amerika Birleşik Devletleri
- ACI** : Uluslararası Havalimanları Konseyi
- BM** : Birleşmiş Milletler
- BMİDÇS** : Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi
- GSYH** : Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
- COP26** : İklim Değişikliği Zirvesi
- CORSIA** : Uluslararası Havacılık için Karbon Dengeleme ve Azaltma Programı
- IATA** : Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği
- ICAO** : International Civil Aviation Organization (Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü)
- IUCN** : Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği
- KAP** : Karbon Akredite Programı
- LDC** : Az Gelişmiş Ülkeler
- MANOVA** : Çok Değişkenli Varyans Analizi
- MDG** : Millennium Development Goals (Binyıl Kalkınma Hedefleri)
- SAF** : Sürdürülebilir Havacılık Yakıtı
- SDG** : Sustainable Development Goals (Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri)
- SKH** : Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri
- SKH 2** : İkinci Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi
- TÜİK** : Türkiye İstatistik Kurumu

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Kyoto Protokolünde Devletler	7
Tablo 2. Binyıl Kalkınma Hedefleri	10
Tablo 3. Kuşak Kavramına İlişkin Yapılan Tanımlamalar	31
Tablo 4. 2022 Nüfus Verilerine Göre Türkiye’de Kuşakların Dağılımı	33
Tablo 5. CORSIA Uygulama Aşamaları	47
Tablo 6. Araştırma Kapsamında Test Edilecek Hipotezler	52
Tablo 7. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı	53
Tablo 8. Katılımcıların Kuşaklara Göre Dağılımı	54
Tablo 9. Katılımcıların Gelir Düzeyi Dağılımı	54
Tablo 10. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı	54
Tablo 11. KMO Değerleri ve Yorumları	55
Tablo 12. Keşifsel Faktör Analizi Tablosu	57
Tablo 13. MANOVA Analizi	61

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi	27
Şekil 2. Öğrenme ve Davranış Arasındaki İlişki	28
Şekil 3. Gerekçeli Eylem Teorisi	35
Şekil 4. Planlı Davranış Modeli	36
Şekil 5. Teknoloji Kabul Modeli	37
Şekil 6. Teknoloji Kabul Modeli 2	38
Şekil 7. Teknoloji Kabul ve Kullanım Birleştirilmiş Modeli	39
Şekil 8. Boeing Çalışanlarının Irk Dağılımı	45
Şekil 9. Boeing Çalışanlarının Cinsiyet Dağılımı	45

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1. Sürdürülebilir Kalınma Hedefleri	15
Resim 2. Sürdürülebilirliğin 3 Boyutu	16
Resim 3. Airbus ZEROe	42
Resim 4. Fello'Fly	43
Resim 5. 6 Sertifikasyon Seviyesi	47



ÖNSÖZ

Yüksek lisans tez çalışmam, havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının tüketicinin satın alma davranışına etkisini tespit etmek amacıyla yapılmıştır.

Araştırmamdaki her aşamada bana yardımcı olan değerli tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Oğuz YILDIZ'a, bilgisini ve zamanını benimle paylaşan eş danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Alpaslan KELLEÇİ'ye, lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca desteklerini esirgemeyen sevgili aileme teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca araştırma sürecimde tüm bilgi ve birikimlerini benimle paylaşan havayolu şirketlerine teşekkür ederim.



GİRİŞ

İnsan çevre etkileşiminin artması sınırlı kaynakların tükenmesi, atık yığınlarının artması, gün geçtikçe karbon emisyonlarının çoğalması gibi olumsuz etkilerle birlikte doğaya büyük zararlar vermektedir. Bu durumu oluşturan birçok faktör olmakla birlikte insanların doğaya verdiği zararlar ekolojik dengeyi değiştirmekte ve yaşanan iklim değişikliğine sebep olmaktadır (Polat ve Polat, 2016:413). Bugün insanlığın karşılaştığı en önemli zorluklardan biri olan iklim değişikliği, sürdürülebilir kalkınma bağlamında ele alınmaktadır (Karakaya ve Özçağ, 2003:2). Bu doğrultuda 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun yayınladığı Ortak Geleceğimiz raporunda sürdürülebilir kalkınma kavramı tanımlanmıştır. Ekolojik merkezli anlayış ve sürdürülebilir kalkınmaya dayalı politikalar Birleşmiş Milletler (BM) ve Avrupa Birliği'nin (AB) ortak çalışmasıyla iklim değişikliğinin olumsuz etkilerini azaltmak için geliştirilmiştir (Yıldız ve Kelleci, 2022:1479).

Sürdürülebilir kalkınmanın önemli çıkış noktalarından biri olan Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH), 2015 yılında Birleşmiş Milletler tarafından yoksulluğu ve açlığı sona erdirmek, çevreyi korumak ve iklim krizi gibi birtakım problemlerin üstesinden gelebilmek amacıyla kabul edilmiştir. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri 17 başlıktan oluşmaktadır. Dünya nüfusunun bir kısmı temel ihtiyaçlarının güçlüklerle karşılayabilirken bir kısmı da fazla tüketim yapmaktadır (Bilir, 2022:9). İnsanların sürdürülebilir kalkınma hedeflerindeki rolü kadar işletmelerin de rolü önemlidir (Witte ve Dilyar, 2017:3). Dolayısıyla mevcut üretim ve tüketim biçimlerinin değişmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin 12'ncisi sürdürülebilir tüketim ve üretilimdir. Enerjinin daha verimli kullanılması, daha az enerji tüketimi veya çevreye zarar verebilecek ürünler yerine çevre dostu ürünlerin kullanılması sürdürülebilir tüketimi işaret ederken; sürdürülebilir üretim, malzeme tedarikinden üretime kadarki süreçte ve sonrasında çevre dostu üretim yöntemlerinin kullanılması ve atık miktarının azaltılması anlamına gelmektedir.

Sürdürülebilirlik kavramı çevresel, ekonomik ve sosyal olmak üzere 3 boyutu kapsamaktadır. Havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamaları mevcut olsa da günümüz koşullarında yetersiz kalmaktadır. Bu bağlamda pazarda iki büyük uçak üreticisi olan Airbus ve Boeing'in sürdürülebilirlik çalışmaları mevcuttur. Havayolu endüstrisinin sürdürülebilirlikle ilgili çabaları göz önüne alındığında sürdürülebilir

havacılık yakıtının kullanılması, daha az gürültü yaratan taşıtların tercih edilmesi, katı atıkların ayrıştırılarak toplanması ve geri dönüştürülmesi gibi çevresel boyutu; topluma iş imkânı yaratarak ve gelir eşitsizliğini azaltarak ekonomik boyutu; kadın-erkek çalışan sayılarının gözetilmesi, din, dil, ırk ayrımına bakılmaksızın istihdam sağlaması sosyal boyutu öncülleyen uygulamalar görülmektedir. Literatürde havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamaları araştırılmış, daha önce gerçekleştirilen Gelirli ve Yaşar (2021), Alemayehu ve Brocke (2011) çalışmalarından yararlanılmıştır. Bu noktada, bu çalışmanın özgünlüğü sosyal boyutu gözetilen ölçümlemenin sınırlı sayıda olmasıyla ortaya çıkmaktadır.

Çalışma literatüre dayalı olarak havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının X, Y ve Z kuşaklarının satın alma davranışına etkisi ile ilgili bilgileri içeren dört bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde; sürdürülebilirlik kavramından, sürdürülebilirliğin alt boyutlarından ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde; tüketim ve tüketici kavramından, yeşil tüketiciden ve sürdürülebilir tüketime yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde sürdürülebilir havacılık uygulamalarından; son bölümde ise havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının hangi boyuttan oluştuğu ve bu boyutların kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığı belirlenmiştir.

Bu çalışma kapsamında tüketicilerden çevrimiçi anket yöntemi ile bilgiler elde edilmiş; Keşifsel Faktör Analizi ve Çok Değişkenli Varyans Analizi (MANOVA) kullanılarak veriler analiz edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1 Sürdürülebilirlik Kavramı

Sürdürülebilirlik; doğal kaynakların verimli kullanılmasını, atıkların azaltılmasını, kaynakların geri dönüştürülmesini, ekonomik gelişmenin sağlanmasını ve toplumdaki eşitsizliklerin giderilmesini sağlayan dengeli bir süreci kapsamaktadır. İngilizcede “sustainability” olarak ifade edilmektedir.

Kentbilim Terimleri Sözlüğünde “çevre değerlerinin ve doğal kaynakların savurganlığa yol açmayacak biçimde akılcı yöntemlerle, bugünkü ve gelecek kuşakların hak ve yararları da göz önünde bulundurularak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın, ekonomik gelişmenin sağlanmasını amaçlayan çevreci dünya görüşü” şeklinde açıklanmaktadır (Duran, 2018, s.9).

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun (WCED), Our Common Future (Brundtland Raporu olarak da bilinir) raporunda sürdürülebilirliği, gelecek kuşakların mevcut gereksinimlerini, onların kendi ihtiyaçlarını karşılama kapasitelerinden ödün vermeden karşılayan bir kalkınma stratejisidir (Our Common Future, 1987).

Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma arasında net ayrım olmamakla birlikte gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakma hedefi taşımaktadır.

1.1.1 Kurumsal Sürdürülebilirlik

Kurumsal sürdürülebilirlik için işletmelerin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları bütünsel olarak ele alması gerekmektedir. Adam Smith’in görüşüne göre şirketler sadece kâr peşinde koşmakla kalmayıp, kazançlarını etik değerlere uygun bir şekilde elde etmelidir. Böylece toplumun, çevrenin ve ekonominin iyiliğine katkıda bulunmuş olurlar (“Kurumsal Sürdürülebilirliğin Benimsenmesinde İç Denetimin Rolü ve Görevleri”, 2020). Bu bakımdan hissedarlıktan paydaşlığa geçilerek işletmeler daha sürdürülebilir bir şekilde yürütülmüştür. Daha çok kar elde etmek gibi kısa dönemli amaçlar yerine uzun dönemli normatif amaçlar belirlenmeli ve tüm paydaşların fikirleri alınmalıdır. Bu bağlamda çözüm üretilmesi gerekmektedir.

1.1.2 Sürdürülebilir Havacılık

Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Gelişme Komisyonu'nun 1987 yılında sunduğu "Ortak Geleceğimiz Raporu'nda Sürdürülebilirlik" kavramı; "günümüz toplumunun kendi ihtiyaçlarını gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan karşılama stratejileri ve ilkeleri" olarak tanımlanmaktadır (Çobanoğlu ve Oto, 2011, s.114).

Bazı endüstrilerin faaliyetlerinin çevreye ve insan yaşamına duyarlılığı nedeniyle (sürdürülebilirliğin çevresel, ekonomik ve sosyal yönleri) sürdürülebilirlik araştırma konusu olmuştur. Aslında havacılık endüstrisi insan ve çevre sağlığını doğrudan ve dolaylı olarak etkilemektedir. Fosil yakıtlarının kullanımı sonucu oluşan sera gazları doğrudan etkiye sahipken; sel felaketleri gibi doğal afetler dolaylı etkiye sahiptir. Türkiye'deki havayolları son yıllarda giderek büyümüşür. Örneğin, Türkiye geneli havalimanları yolcu trafiğinin son on yıldaki (2012-2021) değişimini incelediğimizde iç hat uçuşlarında ortalama yıllık değişim %2.6 iken, dış hat uçuşlarında %12.9 olduğu görülmüştür (Havalimanları Karşılaştırmalı İstatistikler, 2023). Bu, dış hat uçuşlarının iç hatlara göre çok daha hızlı arttığını göstermektedir. Artan yolcu trafiğine paralel olarak uçak sayısı da artmıştır. Havayolu taşımacılığı, turizmi canlı tutmakta böylelikle ekonomik büyümeyi sağlayarak istihdama katkıda bulunmaktadır. Pandemi öncesinde havacılık sektörünün dünya çapında 65,5 milyon istihdamı desteklediği ve küresel GSYH'nin (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) 2,7 trilyon Amerikan dolarına katkıda bulunduğu tahmin edilmektedir (Air Transport Supports 65.5 Million Jobs and \$2.7 Trillion in Economic Activity, 2018). Bu bağlamda sürdürülebilirlik hava taşımacılığı sektörü için önemli bir rol oynamakta ve çevre gündeminde daha fazla yer almaktadır.

1.2 Sürdürülebilirlik Kavramının Tarihsel Süreci

Sürdürülebilir kalkınmanın geçmişi yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. Carlowitz, orman bilimleri alanında yazdığı ilk kitapla 1713 yılında sürdürülebilir kalkınma kavramını gündeme getirmiştir. Carlowitz'e göre kereste, hayatımızın temel ihtiyacı olan ekmek kadar değerli bir kaynaktır ve bu yüzden akıllıca kullanılmalıdır (Keiner, 2005: 2).

Sürdürülebilirlik kavramı, II. Dünya Savaşı sonrası kaynakların tükenmesi endişesi sonucu Roma Kulübü Bildirgesi ile 1968'de farklı ülkelerden gelen

diplomatar, sanayiciler, akademisyenler ve sivil toplum örgütleri temsilcileri bir araya gelmiştir. Bu grup, uluslararası ilişkilerin giderek daha bağımlı ve karmaşık hale geldiği bir dünyada kaynakların sınırsızca tüketilmesinin yaratacağı sorunları ele almıştır (Yeni, 2014, s.202).

1972’de Stockholm’de düzenlenen İnsan Çevresi Konferansı, sürdürülebilirliğin önemli bir dönüm noktasıdır. Konferansın ardından yayınlanan Stockholm Çevre Bildirgesi, çevreye saygılı bir büyüme/kalkınma anlayışının gerekliliğini ilk kez gündeme taşımıştır. Bildirgede, Batı tipi büyüme/kalkınma modelinin doğal kaynaklarla çatıştığı ve ekolojik sorunlara yol açtığı belirtilmiştir (Şen, Kaya ve Alpaslan, 2018).

Nüfus artış hızı ile birlikte insan ihtiyaçları karşılanamaz hale gelmiştir. Bu yüzden sürdürülebilir büyüme için yeni yaklaşım geliştirme zorunluluğu ortaya çıkmıştır. 1987 yılında dünya kamuoyu ile paylaşılan “Ortak Geleceğimiz Raporu” olarak da bilenen Brundtland Raporu’nda sürdürülebilirlik, “bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılayan kalkınma” biçiminde tanımlanmıştır. Tanımlamada da anlaşılacağı gibi ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik kavramları ön plana çıkmıştır.

Brezilya’nın başkenti Rio de Janeiro, 1992 yılında 178 devletin katıldığı Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı’na ev sahipliği yapmıştır. Bu konferansta ülkemiz de dahil olmak üzere Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (BMİDÇS) imzalanmıştır. Rio Konferansı olarak da bilinen konferansta sürdürülebilir kalkınma ile ilgili farkındalık dünyaya yayılmıştır. Sözleşme; insan eliyle yaratılan çevre kirliliğinin iklimi tehlikeye attığını kabul ederek sera gazlarını atmosferden uzaklaştırmayı ve bu gazların zararlarını minimuma indirerek belli bir düzeyde sabitlemeyi hedeflemektedir.

Rio Konferansı’ndan 5 yıl sonra tarihler 1997 yılını gösterdiğinde New York şehrinde Rio+5 Zirvesi düzenlenmiştir. Bu Konferans, sürdürülebilir kalkınmaya olan bağlılığı yeniden canlandırmayı ve güçlendirmeyi, başarısızlıkları tespit etmeyi ve Rio’da yeterince ele alınmamış sorunları belirlemeyi amaçlamıştır. Adaletsizlik, yoksulluk, zehirli maddelerin atmosfere salınması ve katı atıkların

1992'den beri artmaya devam etmesi gibi nedenlerden dolayı konferansın çok az ilerleme kaydedildiği sonucuna varılmıştır.

Rio+10 Zirvesi, 2002 yılında Güney Afrika Cumhuriyeti'nde düzenlenmiştir. Rio+ 10'da 189 ülkeden liderler, yüzlerce Sivil Toplum Örgütü (STK) ve sivil toplum temsilcisi katılmıştır. Zirvede yoksulluğun ortadan kaldırılması, doğal kaynakların yönetimi gibi çevresel konuların yanı sıra, dünya barışı, sosyal hak ve eşitlikler gibi sosyal konulara da yer verilmiştir.

Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nde yer verilen sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek adına 1997 yılında Kyoto Protokolü imzalanmıştır. Protokolün hayata geçmesi için iki kilit koşul vardır. Bunlardan biri, en az 55 ülkenin protokole imza atmasıdır. Diğeri ise, taraf devletlerin küresel emisyonun %55'ini oluşturmasıdır (Kyoto Protokolü, 2022). 1997 yılında imzalanan protokol, Rusya'nın katılımıyla 2005'te yürürlüğe girmiştir. 2009 yılında Türkiye'nin de taraf olduğu protokole küresel ısınma ve iklim değişikliği konularına yer verilmiştir.

Kyoto Protokolü'nde devletler sera gazı salınımlarına göre iki farklı gruba ayrılmıştır: Ek-I ülkeleri sera ağız salınımlarını azaltmayı taahhüt etmişlerdir. Ek-II ülkeleri ise Ek-I'de bulunmayan ülkelerin masraflarını karşılamakla görevlidirler. Ek-I'de olmayan ülkelerin sera gazıyla ilgili yükümlülükleri bulunmamaktadır ancak, her yıl havanın durumunu rapor etmek mecburiyetindedir (Kyoto Protokolü, 2013) Kyoto Protokolü'nün Ek-A ve Ek-B olmak üzere iki önemli eki vardır. Ek-A listesindeki ülkeler, sera gazı emisyonlarını azaltmalı, sera gazı yutaklarını korumalı ve iklim değişikliğiyle mücadele için attıkları adımları kamuoyuna bildirmekle yükümlüdürler (Kyoto Protokolü, 2013) Ek-B listesindeki ülkeler ise ölçülen emisyon sınırlandırmaları veya tarafların azaltım taahhütlerini yerine getirmesi istenmektedir. Bu taahhütlere göre 2008-2012 yılları arasında Ek- B listesinde yer alan ülkeler, karbon salınımını 1990 yılındaki seviyenin % 5 altına düşürmesi gerekmektedir. Karbon salınımını düşüremeyen ülkelerin aşılın miktar seviyesinde **karbon kredisi** bulma zorunluluğu vardır. Çevrenin birleştirici gücü sayesinde çeşitli nedenlerle işbirliği yapamayan tüm devletler bir araya gelerek ilk kez küresel bir sorunu çözmek için birlikte çalışma gücünü göstermiştir (Böhringer, 2003: 457; Henson, 2008; 15).

Tablo 1. Kyoto Protokolünde Devletler

EK-I ÜLKELERİ	EK-II ÜLKELERİ
Almanya, ABD(Amerika Birleşik Devletleri), Avustralya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, İngiltere, Hollanda, İrlanda, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, İzlanda, Japonya, Lüksemburg, Kanada, Norveç, Portekiz, Yeni Zelanda, Yunanistan, Türkiye, Lichtenstein, Monaco, Beyaz Rusya, Bulgaristan, Estonya, Letonya, Litvanya, Macaristan, Polonya, Romanya, Rusya Federasyonu, Ukrayna, Çek Cumhuriyeti, Slovenya, Slovakya, Hırvatistan.	Almanya, ABD, AB, Avustralya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, İngiltere, Hollanda, İrlanda, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, İzlanda, Japonya, Lüksemburg, Kanada, Norveç, Portekiz, Yeni Zelanda, Yunanistan.

Kaynak: Çetin R., (2013). Kyoto Protokolü (448), 80-84

Kyoto Protokolü'nün ardından 2007'de Bali'de yapılan 13. Taraflar Konferansı'nda iklim politikalarını belirlemek için Bali Yol Haritası çizilmiştir. Ancak 2009'da Kopenhag'daki 15. Taraflar Konferansı'nda anlaşmazlık çıkmıştır. Sonunda 2012'de Doha'da gerçekleşen 18. Taraflar Konferansı'nda anlaşma sağlanmış ve protokolün 2020'ye kadar sürmesine karar verilmiştir. Protokolün ikinci taahhüt dönemini kapsayan (2013-2020 arası) "Doha Değişikliği" ile Ek-B listesindeki taraflar 2020'de 1990'a göre en az %18 emisyon azaltmayı taahhüt etmiştir. Ancak bu değişikliğin yürürlüğe girmesi için 144 ülkenin onayı gerekmektedir. Şu ana kadar sadece 135 ülke onayladığı için değişiklik yürürlüğe girmemiştir.

Türkiye, BMİDÇS'ye taraf olmadığından protokolün Ek-B listesinde yer almamıştır. Bu nedenle ülkemizin emisyon azaltma yükümlülüğü yoktur (Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, 2022).

Kyoto Protokolü'nün 2020 yılında sona ermesi ile birlikte iklim rejimi değişikliğinin düzenlenmesi amaçlanmış ve 2015 yılında Paris'te düzenlenen BMİDÇS 21. Taraflar Konferansı'nda Paris Anlaşması kabul edilmiştir. Sera gazı

emisyollarının %55 'ini oluşturan en az 55 tarafların anlaşmayı onaylaması koşulu ile yürürlüğe girmiştir. Paris Anlaşması'nın uzun vadeli hedefleri, 2050 yılına kadar karbon emisyonunu sıfırlamak ve küresel sıcaklık artışının 2°C'nin altında sınırlamaktır (Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı, 2022). Böylece fosil yakıt, petrol gibi kaynakların kullanımını azaltılarak yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelimin artması hedeflenmektedir. Türkiye Paris Anlaşmasına taraf olan ülkeler arasındadır.

İskoçya'da 200 ülkenin imzalanması ile gerçekleştirilen İklim Değişikliği Zirvesi'nde(COP26 Zirvesi) geçmişteki başarısızlıklar ve gelecek 10 yıl içerisindeki iklim değişikliğiyle mücadele konuları ele alınmıştır. COP26 zirvesinin gündemindeki en önemli maddeler, Paris Anlaşması çerçevesinde ülkelerin Ulusal Katkı Beyanlarında vaat ettikleri küresel ısınmayı 1.5°C ile sınırlama hedefinin yaşatılması ve iklim değişikliğinin yarattığı sorunlarla başa çıkmaları için fakir ülkelere finansal destek verilmesidir ("Glasgow İklim Paktı ve İklim Finansmanı", 2021). Zirve'de ABD ve Çin küresel ısınmayı 1.5°C'yle sınırlamada işbirliği yapacağını açıklamıştır. 2050 yılına kadar iklim açısından 'net sıfıra' ulaşılması gerekmektedir. İklim değişikliği ile mücadele için bu eylemlerin ivedilikle yerine getirilmesi gerektiğinden COP26 şimdiye kadarki en önemli iklim zirvesidir.

1.3 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

Sürdürülebilir kalkınma kavramının kökeni Uluslararası Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (IUCN) liderliğinde 1980'de ortaya çıkan Dünya Koruma Stratejisi isimli çalışmaya dayanmaktadır (Yeni, 2014). 2000 yılında yoksullukla mücadele için başlatılan Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (Sustainable Development Goals-SDG), Binyıl Kalkınma Hedefi(Millennium Development Goals-MDG) tarafından belirlenen hedeflere dayalı olarak başlatılmıştır. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, herkesin eşit fırsatlara sahip olduğu ve kimse dışlanmadığı bir dünya yaratmak için tüm ülkelerin ortak vizyonunu yansıtmaktadır. Bu hedefler, insanların ve gezegenin refahını artırmak için kapsamlı ve bütüncül bir yaklaşım sunar. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri Binyıl Kalkınma Hedefinin devamı niteliğindedir. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, 2015 yılında Birleşmiş Milletler 'in 2030 yılına kadar dünyayı daha yaşanabilir bir yer haline getirmek için

ortaya koyduğu cesur ve kapsayıcı bir gündemdir. Bu hedefler, insanlığın ve gezegenin karşı karşıya olduğu en büyük zorlukları çözmek için küresel işbirliği ve dayanışmayı teşvik etmektedir. 2015 yılında Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDG'ler), Birleşmiş Milletlerdeki dünya liderleri tarafından kabul edilmiştir (Eriksen ve Porsgaard, 2020:16). Temel amaçları açlık ve yoksulluğa son vermektir. 8 kalkınma hedefi vardır.

Binyıl Kalkınma Hedefleri şunlardır:

- Yoksulluğu ve açlığı sona erdirmek,
- Evrensel ilköğretime ulaşmak,
- Kadın ve erkeklerin eşit haklara sahip olduğu bir toplum yaratmak,
- Çocuk ölümlerini azaltmak,
- Annelerin hayatlarını koruyan ve güçlendiren bir sağlık sistemi kurmak,
- HIV /AIDS, sıtma ve diğer hastalıklarla mücadele etmek,
- Çevrenin korunmasını ve iyileştirilmesini öncelikli bir hedef haline getirmek,
- Kalkınmayı desteklemek için küresel bir dayanışma ağı oluşturmak.

Kaynak: (Tosunoğlu, 2013, s.9).

<p>Hedef 1: Aşırı yoksulluğu ve açlığı ortadan kaldırmak</p> <p>Hedef 1A: 1990 ile 2015 yılları arasında geçimini günde 1,25 dolardan az gelirle sağlayan insanların oranını yarıya indirmek,</p> <p>Hedef 1B: Kadınlar, erkekler ve gençler için istihdam alanları oluşturmak,</p> <p>Hedef 1C: 1990 ile 2015 yılları arasında açlık oranını yarıya indirmek,</p>	<p>Hedef 2: Evrensel ilköğretime ulaşmak</p> <p>Hedef 2A: 2015 yılına kadar tüm çocukların, (kız ve erkek çocuklar olmak üzere) ilköğretimi tamamlamasını sağlamak.</p>
<p>Hedef 3: Toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak</p> <p>Hedef 3A: İlk ve orta öğretimde cinsiyet eşitsizliğini 2015 yılına ortadan kaldırmak.</p>	<p>Hedef 4: Çocuk ölüm oranlarını azaltmak</p> <p>Hedef 4A: 1990 ile 2015 yılları arasında 5 yaş altı ölüm oranını 2/3 oranında azaltmak.</p>
<p>Hedef 5: Anne sağlığını iyileştirmek</p> <p>Hedef 5A: 1990 ile 2015 yılları arasında anne ölüm oranını 3/4 oranında azaltmak,</p> <p>Hedef 5B: 2015 yılına kadar üreme sağlığına evrensel erişimi sağlamak.</p>	<p>Hedef 6: HIV/AIDS, sıtma ve diğer hastalıklarla mücadele etmek</p> <p>Hedef 6A: 2015 yılına kadar durduruldu ve HIV / AIDS'in yayılmasını tersine çevirmeye başlandı.</p> <p>Hedef 6B: 2010 yılına kadar ihtiyacı olan herkesin HIV/AIDS tedavisine evrensel erişimini sağlamak,</p> <p>Hedef 6C: 2015 yılına kadar durduruldu ve sıtma ve diğer önemli hastalıkların görülme sıklığını tersine çevirmeye başlandı.</p>
<p>Hedef 7: Çevresel sürdürülebilirliği sağlamak</p> <p>Hedef 7A: Sürdürülebilir kalkınma ilkelerini ülke politikalarıyla koordineli ilerlemesini sağlamak,</p> <p>Hedef 7B: 2010 yılına kadar biyoçeşitlilik kaybını azaltmak,</p> <p>Hedef 7C: 2015 yılına kadar, güvenli içme erişimi olmayan nüfusun oranını yarıya indirmek,</p> <p>Hedef 7D: 2020 yılına kadar, en az 100 milyon gecekondulu sakininin hayatında önemli bir iyileşme elde etmek.</p>	<p>Hedef 8: Kalkınma için küresel bir ortaklık geliştirmek</p> <p>Hedef 8A: Açık, kurala dayalı, öngörülebilir, ayrımcı olmayan bir ticaret ve finansal sistem geliştirmek,</p> <p>Hedef 8B: Az gelişmiş ülkelerin (LDC'ler) özel ihtiyaçlarını ele almak,</p> <p>Hedef 8C: Karayla çevrili gelişmekte olan ülkelerin ve gelişmekte olan küçük ada devletlerinin özel ihtiyaçlarını ele almak,</p> <p>Hedef 8D: Borçları uzun vadede sürdürülebilir kılmak için ulusal ve uluslararası önlemler yoluyla gelişmekte olan ülkelerin borç sorunlarının kapsamlı bir şekilde ele almak,</p> <p>Hedef 8E: İlaç şirketleriyle işbirliği içinde, gelişmekte olan ülkelerde uygun fiyatlı, temel ilaçlara erişim sağlamak,</p> <p>Hedef 8F: Özel sektörle işbirliği içinde, yeni teknolojilerin faydalarını ortaya çıkarmak.</p>

Tablo 2. Binyıl Kalkınma Hedefleri

Kaynak: (FMPRC, 2013:58)

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 17 amaçtan oluşmaktadır:

1.3.1 Yoksulluğun Ortadan Kaldırılması: Ekonomi, sürdürülebilirliğin olmazsa olmazlarından bir tanesidir. Yoksulluk zaman içerisinde azalsa da günümüzde temel ihtiyaçların karşılanmasında zorlanılmaktadır. Ülkelerde enflasyonun yükselmesi, savaşların çıkması yoksulluğun artmasına neden olmaktadır. 2015-2018 yılları arasında yoksullukta önemli bir düşüş olmasına rağmen (2015'te %10,1'den 2018'de %8,6 düşüş yaşanmıştır.) bu oran 2019'da %8,3'ten 2020'de %9,2'ye sıçramıştır (The Sustainable Development Goals Report, 2022). Artış göstermesinin en büyük nedeni Covid-19 krizidir.

1.3.2 Sıfır Açlık: Nüfusun artması ile dünya küresel bir gıda krizinin eşiğindedir. İkinci Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi (SKH 2), Açlığa Son, aynı anda küresel çevresel sürdürülebilirlik ve gıda güvenliği sorunlarını ele almayı amaçlamaktadır. Mevcut gıda sisteminin karşı karşıya olduğu küresel çevre, sağlık ve sosyal eşitlik krizlerini ele almak için toplu eylemin gerekli olduğuna dair ortaya çıkan bir kamuoyu fikir birliğini yansıtmaktadır (Ericksen, 2008; Liu ve diğerleri, 2007; Wittman ve diğerleri, 2017). Açlığı sona erdirmek için beslenme iyileştirilmeli, gıda güvenliği sağlanmalı ve sürdürülebilir tarım teşvik edilmelidir.

1.3.3 Sağlık ve Refah: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi 3'te, "her yaş için sağlıklı yaşamı sağlamak ve refahı teşvik etmek amaçlanmaktadır" (United Nations, 2022:10). Ölümcül hastalıkların azaltılması, anne sağlığının korunması ve bebek ölüm oranlarının azaltılması önemli çalışmalardır. Bu yüzden Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu, sağlık ihtiyaçlarının ilk olarak ele alınması gerektiği çağrısında bulunmaktadır.

1.3.4 Nitelikli Eğitim: Sürdürülebilirliğin temelini besleyen hedeftir. Kaliteli eğitimi teşvik etmek, insanların yaşamlarını iyileştirmek ve sürdürülebilir kalkınmayı ilerletmek için kritik öneme sahiptir (Unesco, 2014). İnsanların sürdürülebilirliği farkına varması için eğitimden yararlanması gerekmektedir. Sürdürülebilir kalkınma eğitimi, öğrencileri sürdürülebilirlik konularını değerlendirmeye hazırlamanın yanı sıra, ortak hedefler bulmak için farklı (ve bazen çatışan) çıkarılara ve değer sistemlerine sahip paydaşlarla çalışma yeteneğini teşvik edecektir(Dale & Newman, 2005).

1.3.5 Cinsiyet Eşitsizliği: Birleşmiş Milletler (BM), kuruluşundan bu zamana kadarki süreç içerisinde cinsiyet eşitliğinin teşvik edilmesine ve kadınların güçlendirilmesine önem vermiştir. Her toplumda cinsiyet eşitsizlikleri hala yaşanmakta olup kadın-erkek çalışan sayısı, maaş skalasındaki adil olmayan dağılım ve mesleki ayrımcılıkla karşı kaşıya kalmaktadır. Bu zorlukları daha iyi ele almak ve BM ile koordineli çalışmak amacıyla 2010 yılında “UN Women” kurulmuştur. UN Women, kadınlara ve kız çocuklarına yönelik ayrımcılığı ortadan kaldırmak, kadınların güçlendirilmesini ve kadın-erkek eşitliğinin sağlanması için çalışmaktadır.

1.3.6 Temiz Su: Sağlık için en temel insan ihtiyacı temiz suya ve hijyene erişimdir. Temiz su hayatın kaynağıdır ama dünyanın pek çok yerinde bu kaynağa ulaşmak imkânsızdır. Bu nedenle bilim insanları deniz suyunu içilebilir hale getirmek için çaba sarf etmektedir. Ancak iklim değişikliği bu çabayı boşa çıkarabilir. Eğer temiz su azalır, su kıtlığı baş gösterecek ve dünyanın büyük bir bölümünü tehdit edecektir.

1.3.7 Temiz Enerji: Enerji, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne (SKH'ler) ulaşmada kilit bir kolaylaştırıcıdır, çünkü enerji yoksulluk ve açlığın sona erdirilmesinde, sağlık, eğitim ve su sağlanmasında, ekonomik büyümenin sürdürülmesinde ve çevrenin korunmasında önemli bir rol oynamaktadır (Santika, vd, 2019:201). Yenilenebilir enerji kullanımı ve enerji verimliliği artmış olsa da nüfus artışı ile birlikte enerji ihtiyacı artmaktadır. Yeni endüstriler kurulmalı ve alt yapı çalışmaları gerçekleştirilmelidir.

1.3.8 Ekonomik Büyüme: Daha yüksek bir yaşam standardına sahip olmak ve yoksulluğu azaltmak ekonomi büyüme ile mümkündür. 2020 yılında Covid-19 salgınının ortaya çıkması, 2021 yılında Covid-19'un yayılma hızı yükselmiş ve Ukrayna'daki çatışma 2022'de küresel ekonomiyi ciddi bir şekilde etkilemiştir. COVID-19 salgını, işgücü verimliliği seviyelerinde benzeri görülmemiş şekilde geriye düşürmüştür. Bu bağlamda gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerde orta sınıfı destekleyici istihdam yapılması büyük önem arz etmektedir. Çalışanların makul seviyede istihdam edilmesi gerekmektedir. Makul iş standartları yakalandığı takdirde ekonomik büyüme de beraberinde gelecektir.

1.3.9 Sanayi, İnovasyon, Altyapı: 2021 yılında pandemi ile birlikte sanayi kuruluşları toparlanma gerçekleşse bile ülkelerdeki dengesiz dağılım az gelişmiş ülkelerde ilerlemeyi durdurmuştur. Teknolojiyi iyi derecede kullanan sanayi kuruluşları bu durumdan etkilenmemiştir. Böylelikle teknolojik inovasyonun

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi 9'a ulaşmak için ne kadar önemli olduğuna dair güçlü bir örnek ortaya çıkmıştır. Bu alandaki bilgi boşlukları sektörler arası işbirliği gerektirir ve birkaç ülke mali ve teknik yardıma ihtiyaç duymaktadır (United Nations, 2020: 6).

1.3.10 Eşitsizliklerin Azaltılması: BM'in küresel kalkınma gündemi olan SDG'lerden biri eşitsizliğe karşı mücadeleyi teşvik etmektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde gelir eşitsizliği farkı oldukça fazladır. Din, dil, ırk ayrımı gözetmeksizin herkesin ekonomik katılımı teşvik edilmeli ve ülkelere doğrudan yabancı sermaye yatırımı sağlanmalıdır. Günümüzün en büyük sorunlarından biri ülke içi ekonomik eşitsizliğin artmasıdır. Yurtiçi eşitsizliğin sosyal, ekonomik ve çevresel sorunlar üzerindeki zararlı etkileri sürdürülebilir kalkınmanın önündeki en büyük engeldir.

1.3.11 Sürdürülebilir Şehirler: Üretim ve karbondioksit emisyonlarındaki hızlı artış, çevre kirliliği ve doğal kaynakların fütursuzca kullanımı nedeniyle çevre dostu, ekolojik yapıların inşası öncelik haline gelmiştir. (Erdede ve Bektaş, 2014:6). İnsanların çoğunluğu şehirlerde yaşamakta ve bu nedende tüketim de artmaktadır. Yeşil binalar, arazi seçiminden başlanarak bütüncül bir yaklaşımla tasarlanmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynakları, doğal ve atıksız malzemeler kullanan binalar ile şehirlerin sürdürülebilir hale getirilmesi mümkündür (Sur, 2012). Böylelikle yeni iş kolları ortaya çıkacak ve sürdürülebilir istihdam alanı yaratılmış olunacaktır.

1.3.12 Sorumlu Üretim ve Tüketim: Ekonomik büyümeye ve sürdürülebilir kalkınmaya ulaşılması için malların ve kaynakların üretilme ve tüketilme şeklinin değiştirilmesi gerekmektedir. Bu durum sürdürülebilirlikle ilgili değişik sorunları ortaya çıkarmaktadır. Çevresel açıdan küresel ısınma, su kıtlığı; sosyal açıdan ise cinsiyet eşitsizliği, gelir eşitsizliği gibi ciddi problemler ile karşı karşıya kalınmaktadır.

İnsanoğlu doğanın sunduğu nimetleri öylesine savurgan bir şekilde kullanmaktadır ki, doğa bir yılda ancak %60'ını geri kazanabilmektedir (Akdoğan, 2018:219). Sürdürülebilir tüketim ile ilgili pek çok tanım mevcuttur. OECD, sürdürülebilir tüketimi şu şekilde tanımlamaktadır; "Doğal kaynakların tüketimi ile atıkların yaşam döngüsü boyunca yayılımını azaltarak daha iyi bir yaşam kalitesi sağlamak ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanması için tehdit oluşturmayacak şekilde temel ihtiyaçları karşılamak için gerekli ürün ve hizmetlerin tüketimidir" şeklinde tanımlanmaktadır (Norveç Çevre Bakanlığı, 1994). Downshifters olarak

adlandırılan sorumlu tüketiciler, gönüllüğü benimseyen kişilerdir. Ayrıca yeni bilinçli tüketim davranışları ortaya çıkmıştır. Örneğin; Downshifter olarak isimlendirilen tüketiciler daha az çalışarak daha az parayı kabul eder ve hayatı daha nitelikli bir şekilde yaşamak için zamanlarını harcarlar. Ayrıca, ekolojik ayak izini azaltarak daha az tüketim sağlamaktadırlar. Önceki kuşaklara göre daha eğitilmiş olan Z kuşağı bireyler, her istediklerini satın alıp tüketmek ve ardından diğer tüketim deneyimlerine yönelmek istemektedir (Altuntuğ, 2012:209). Bu bağlamda Z kuşağı, çevre dostu ürünler için daha fazla harcama yapmaya isteklidir. Z kuşağı, geçmiş nesillerin aksine üretime ve tüketime, yenilikçiliğe ve bilinçli tüketime daha fazla değer veren bir nesil olarak karşımıza çıkmaktadır (Duygulu, 2018:642). Sorumlu tüketimin yanı sıra işletmelerin sürdürülebilir bir şekilde üretim yapmaları (sorumlu üretim) tüketim alışkanlıklarını değiştirecektir. Örneğin, sürdürülebilir havacılık yakıtı (SAF) kullanan havayolu şirketlerini tercih eden yolcular zaman içerisinde sürdürülebilir ürünlere aidiyeti oluşacak ve yolcular doğal savunucu haline dönüşecektir.

1.3.13 İklim Hareketi: İklim değişikliği ile birlikte ortaya çıkan küresel ısınma, dünya genelindeki sıcaklığın giderek artması anlamına gelmektedir. Bu sıcaklık artışı da ekolojik dengesizlikleri ortaya çıkarmaktadır. İklim değişikliğinin arkasında birçok sebep vardır, ancak bunların başında insanların sebep olduğu sera gazları gelmektedir. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda havacılık sektörü aktörleri, 2021 Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) Genel Toplantısında bir araya gelerek 2025 yılına kadar net sıfır karbon emisyonuna yönelik çaba gösterme taahhüdünde bulundular ve dolayısıyla endüstri SDG 13 - İklim Eylemi ile açıkça bağlantılıdır.

İklim değişikliğinin neden olduğu doğal afetler gezegeni tahrip etmekte ve dünya çapında milyarlarca yaşamı etkilemektedir. Son yüzyılda dünya sıcaklığının 0,6 °C arttığı, 1990'ın son 150 yılın en sıcak yılı olduğu, kutuplardaki buzulların erimeye başladığı ve deniz seviyesinin 0,1 ila 0,2 metre yükseldiği göz önüne alındığında, gezegenimizin ciddi tehditlerle karşı karşıya olduğu açıktır. (EEA, 2003:91).

1.3.14 Su Altındaki Yaşam: Okyanuslar ve denizler dünyayı insanlık için yaşanabilir kılmaktadır. Deniz, yağmur suyu, içme suyu, hava durumu, yiyeceklerimizin çoğu ve hatta soluduğumuz havadaki oksijen dâhil olmak üzere tüm insan ihtiyaçlarının sağlanmasından ve düzenlenmesinden nihai olarak sorumludur.

Bilinçsiz bir şekilde balık stoklarının tüketilmesi, denizlerdeki plastik kirliliği, müsilaj (denizde yaşanan biyolojik kirliliğin sonucu olarak ortaya çıkan yapışkan bir yapı.) gibi sorunlar biyoçeşitliliğe zarar vermektedir. Sürdürülebilir bir gelecek, bu hayati küresel kaynağın dikkatli yönetimini gerektirmektedir.

1.3.15 Yeryüzünde Yaşam: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri arasında yer alan yeryüzünde yaşam; çölleşmeyi önlemek, ormanların sürdürülebilir kullanımını sağlamak ve karasal ekosistemleri sürdürülebilir bir şekilde korumak olarak tanımlanabilmektedir (Darıcı ve Canbolat, 2019:169). Devam eden küresel ormansızlaşma, çevrenin ve ekosistemlerin bozulması, biyoçeşitlilik kaybı insan yaşamı ve sürdürülebilir kalkınma için önemli tehlikeler oluşturmaktadır. Yeryüzündeki yaşam dengesi için ormanlar en önemli mücadele kaynağıdır.

1.3.16 Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar: İnsan haklarını koruyan katılımcı yönetim sistemleri, adalet ve uyum ortamında halkın barışı ve refahı için gereklidir (Bilir, 2022:9). Barış, istikrar, insan haklarına saygı ve etkili, hukuka dayalı yönetim(Yönetişim: Etik kurallara uyan liyakat sahibi insanların bir araya gelmesine imkân veren yönetim anlayışıdır.) olmadan sürdürülebilir büyüme mümkün olmayacaktır. Bazı bölgeler barış, güvenlik ve refah yaşarken, diğer bölgeler hiç bitmeyen çekişme ve şiddet döngülerine saplanmış durumdadır. Bölgelerin politik olarak istikrarlı olması, insan haklarının uygulanması önemlidir.

1.3.17 Hedefler İçin Ortaklıklar: Dünya her zamankinden daha fazla birbiriyle bağıntılıdır. Yaşanılan her durum tüm dünyayı etkisi altına almaktadır. Yeni hedeflerin belirlenmesi ve uygulamaya konulması için bütün paydaşların birlikte hareket etmesi gerekmektedir.



Resim 1. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

Kaynak: (Korkulu, 2022)

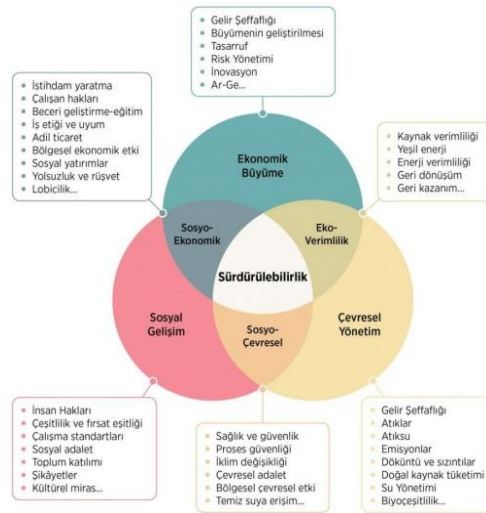
1.4 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

• Sürdürülebilir kalkınma da çevrenin etkili bir şekilde korunması gereklidir. Çünkü içinde bulunduğumuz dünya dengeli bir düzen içerisindedir. Düzenin devam etmesi besin zinciri olarak adlandırılan döngünün flora ve faunadaki etkisinin en aza indirgenmesi ile ilişkilidir. Örneğin 2019 yılının Mart ayında yaşanan Covid-19 krizi, insanların yarasaya yaklaşması sonucu düzenin bozulması ile ortaya çıkmıştır.

• Her türlü yaşamsal, sosyal ve ekonomik doğal kaynak değerlidir. Bu kaynakların dikkatli bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Fütursuzca kullanım ileriki zamanlarda ciddi tehlikelere neden olabilecektir. Örneğin içme sularının %70'i tarımsal sulama için kullanılmaktadır (World Water Development Report).

• Dünyada ihtiyaçlar sınırsız, doğal kaynaklar sınırlıdır. Ülkelerdeki nüfus artışı kaynak tüketimini hızlandırmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması için ekonomik ve istihdam yüksek seviyede tutularak refahın artırılması gerekmektedir.

1.5 Sürdürülebilirliğin 3 Boyutu



Resim 2. Sürdürülebilirliğin 3 Boyutu

Kaynak: ("Sürdürülebilirlik Nedir?", 2019)

1.5.1 Ekonomik (İktisadi) Boyut

Ekonominin sürdürülebilirlik tanımı, üretimin önündeki engelleri ortadan kaldıran, mal ve hizmet üretiminin sürekliliğini dikkate alan ve borçların sürdürülebilirliğini yönetilebilir düzeyde değerlendiren bir çerçeveden oluşmaktadır (Harris, 2000). Nihai tüketiciden hammaddenin çıkarıldığı tedarikçilere kadar bütün alanlarda sürdürülebilir şekilde faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Sadece para kazanılan boyuta odaklanmak ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlamamaktadır. Örneğin biyodizel yakıtın kullanılmasında yakıtı oluşturan tarım malzemesinden son tüketiciye ulaştırılmasına kadar geçen süreçte kullanılan ekipmanların sürdürülebilir olması yakıt tüketimini azaltacağından dolayı ekonomik sürdürülebilirliğe destek olacak ve karbon salınımını da azaltacaktır.

Sürdürülebilirliğin Ekonomik Boyutları

- Gelir Eşitsizliğinin Azaltılması
- İstihdam Yaratılması
- Verimlilik Arttırıcı ve Tasarruf Sağlayan Üretim
- Yerel Ekonominin Desteklenmesi

1.5.2. Sosyal Boyut

Sürdürülebilirlik çalışmalarının ele alınmasında her zaman ekonomik ve teknolojik teknikler kullanılsa da, konunun toplum ve kişilerle ilgili bileşeni, zorlukların sosyal bir bakış açısıyla ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır (Goel ve Sivam, 2015: 62). Bu bağlamda sürdürülebilirliğin sosyal boyutunda işletmelerin topluma fayda sağlaması gerekmektedir.

Sürdürülebilirliğin Sosyal Boyutları

- Cinsiyet Eşitsizliği
- Anne-Baba Hakları
- Eşit Ücret

- Sosyal Sorumluluk Projeleri
- Çocuk İşçi Çalıştırılmaması

1.5.3. Çevresel Boyut

Sürdürülebilirlik kavramı ile karşılaşıldığında akla gelen ilk kelime çevresel boyuttur. Yenilenebilir kaynaklara öncelik vermek, yenilenemeyen kaynakları kullanırken dikkatli olmak ve bunları yatırımlarla değiştirmeye çalışmak sürdürülebilirliğin çevresel unsurlarıdır. (Özçağ ve Hotunluoğlu, 2015). Bir başka ifade ile gelecek nesiller göz önünde bulundurularak doğal kaynakların devamlılığının sağlanmasıdır.

Sürdürülebilirliğin Çevresel Boyutları

- Katı Atık Ayrıştırma
- Gürültü
- Hava Kirliliği
- Yakıt
- Materyal Kullanımı
- Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımı

İKİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM

2.1 Tüketim ve Tüketici Tanımları

Tüketicinin satın alma davranışlarına analiz edebilmek için tüketim ve tüketici davranışlarının incelenmesi önem arz etmektedir. Çalışmanın bu bölümünde; tüketim, tüketici tanımı ve tüketici davranışları ele alınarak literatürdeki tanımlarına yer verilmiştir.

2.1.1 Tüketim Tanımı

İnsanlar varoluşundan bu yana temel ihtiyaçları mevcuttur. Yaşamlarını idame ettirebilmeleri için ihtiyaçların tüketimi gerçekleşmektedir. Bu sebeple üretilen mal ve hizmetlerin insan istek ve ihtiyaçlarını karşılaması tüketimi ortaya çıkarmaktadır. Tüketim söz konusu olduğunda sadece maddi tüketim anlamı kabul edilmektedir. Ancak maddi tüketim unsurlarının yanı sıra kültür ve eğlence gibi maddi olmayan tüketim unsurları da vardır (Altunışık, Özdemir, Torlak, 2006: 59). Günümüzde gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde de tüketim kavramı farklılık göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde çok sayıda seçenek mevcut olup insanların tüketimi artmaktadır. Bu durum insanların günlük ihtiyaçlarını karşılamak için ihtiyaç duydukları tüm kaynakları tüketen, hızla kirleten ve gelecek nesillere aktaran doğal çevrenin nasıl korunacağı sorununu yaratmaktadır. Aşırı tüketim, dünyanın geleceği için tehlike oluşturmaktadır (Karalar ve Kiracı, 2011).

2.1.1.1 İhtiyaç ve İstek

İhtiyaç, insanın yaşamını devam ettirebilmesi için elzem olan ve karşılanmadığında hayatı çekilmez kılan her şey olarak tanımlanmaktadır (İhtiyaçlar ve İstekler, 2022). İhtiyaç, Türk Dil Kurumu sözlüğünde "ihtiyaç, büyük istek, yoksulluk, eksiklik" olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, İhtiyaç). Bu ihtiyaçlar, onları sağlayacak belirli maddelere odaklandığında isteklere dönüşmektedir.

İstek kavramı Türk Dil Kurumu tarafından "bir şeye karşı eğilim, istek, tutku" ve "belirli bir ihtiyacı giderdiği düşünülen bir nesneye veya duruma karşı duyulan özlem, istek" olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, İstek). Kısacası karşılanmadığı zaman yaşamsal faaliyetlere hiçbir etkisi olmayan ihtiyaçlar

istek olarak nitelendirilmektedir. İhtiyaç tanımının yanı sıra istek tanımında zorunluluk bulunmamaktadır.

2.1.1.2 Sürdürülebilir Tüketim

Son yıllarda artan çevresel felaketler ve aşırı tüketimin hızlandığı sosyal, ekolojik ve ekonomik problemler nedeniyle ana ilgi odağı üretimden tüketime kaymıştır. Bu nedenle karşılaşılan çevre sorunları sürdürülebilir tüketim olgusunu tetiklemektedir. Karalar ve Kiracı'ya göre çevresel bozulmadaki artış, gıda ve su kıtlığı sinyallerinin ortaya çıkması, küresel ısınma sorunu ve ozon tabakasındaki deliğin açtığı sorunlar sürdürülebilir tüketim davranışlarının gerekliliğini göstermektedir (Karalar ve Kiracı, 2011:65).

Sürdürülebilir tüketim, sınırlı kaynakların sorumlu bir şekilde kullanmaya ve çevreye zararı azaltmanın yollarını aramaya dayandıran bir tüketim biçimidir. Norveç Çevre Bakanlığı'nın (1994) ve OECD'nin (2002) ortaklaşa belirlediği tanıma göre gelecek nesilleri de düşünerek, doğayı ve kaynakları koruyarak, kirletici maddelerden kaçınarak, temel ihtiyaçları gideren ve insanlara daha iyi bir yaşam sunan malların ve hizmetlerin kullanılmasıdır (Seyfang, 2004: 324).

Sürdürülebilir tüketim, doğayı ve kaynakları mümkün olduğunca az harcayarak temel ihtiyaçları gideren ve gelecek nesillerin yaşamını da tehlikeye sokmayan tüketimdir (Dolan, 2002: 172).

Kısaca, sürdürülebilir tüketim, “öbür tüketim davranışlarına oranla çevresel etkileri oldukça az olan tüketim davranışı biçimidir” (Paavola, 2001:228).

Tüketim yapılırken çevreye verilecek zararın en aza indirilmesi için tüketicilerin davranışları değiştirilmelidir. Bireylerin tüketim alışkanlıklarından sürdürülebilir tüketime geçilmelidir. Bunu başarabilmek için tüketicilerin eğitilmesi çok önemli ve gerekli bir adımdır (Fuchs ve Lorek, 2005; Mont ve Plepys, 2008).

2.2 Tüketici Tanımı

Kendisi veya çevresi için ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri satın alan ve kullanan kişi tüketici olarak adlandırılmaktadır. Tüketim sürecinin içerisinde yer alan her birey tüketicidir(Boz, vd., 2020:6). Bir başka tanıma göre ise mal veya hizmetleri

yeniden satmak ya da ticaret amacıyla değil, doğrudan kişisel ihtiyaçları için kullanan kişidir(Onsongo,2011).

2.2.1 Yeşil Tüketici

Çevre sorunları giderek büyüdükçe tüketiciler de yeşil satın alma uygulamalarına daha çok ilgi göstermektedirler (Mostafa,2007: 220). Geçmişteki tüketicilerin aksine günümüzdeki tüketiciler, yalnızca satın alma ve tüketimle ilgilenen bilinçli yeşil tüketiciler olmuştur (Yücel ve Ekmekçiler, 2008:328). Bu durumun sebeplerinden bir tanesi tüketicilerin farkındalığının oluşmasıdır.

Nüfusun artması ile birlikte ilerideki mevcut yaşam kalitesinin düşeceği kaygısı toplumu yeşil tüketime yönlendirmiştir. Yeşil ürünler, geri dönüştürülebilir, korunabilen ve doğayı kirletmeyen ürünlerdir. Paço, vd. (2014) göre yeşil tüketici; çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmek için tasarlanmış tutum ve davranışları benimseyen bireydir. Boztepe'ye (2012) göre, satın alma gücü ile kendisini ve çevreyi korumayı hedefleyen kişiler “yeşil tüketici” olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanıma göre ise çevrenin korunması, kirliliği azaltmayı, yenilenemeyen kaynakları sorumlu bir şekilde kullanmayı, hayvan refahını geliştirmeyi ve nesli tükenmekte olan türleri korumayı kapsayan çok boyutlu bir fikir olarak tanımlanmaktadır (McEachern ve McClean, 2002).

Sürdürülebilir tüketim ve yeşil tüketici, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarının oluşturduğu bütünün bir parçasıdır (Erbil ve Babaoğul). Sürdürülebilir tüketim davranışı, doğaya ve çevreye zarar vermeyen ürün ve hizmetlerin tüketimini içerir. Bu davranışa örnek olarak geri dönüşüm ile tüketim sonrası ortaya çıkan atıkların tekrar üretime katılması ve israfa yol açacak tüketim kalıplarının değişmesine yardımcı olacak ürünleri kullanmak gösterilebilir. Özellikle Z kuşağının öncülüğünde bilinçli tüketicilerin tercih ettiği sürdürülebilir tüketim davranışı, gelecekteki nesillerin de yaşayabileceği bir dünya için önemlidir.

2.3 Tüketici Satın Alma Karar Süreci

Satın alma karar süreci, bir ürün veya hizmetin satın alma eyleminin seçimiyle sonuçlanan bilişsel bir süreçtir(Huang ve Benyoucef, 2017:41). Tüketiciler bir ürün veya hizmeti satın alırken ürün veya hizmeti alıp almamayı, hangi kaynaktan ya da hangi satıcıdan alacağına önem vermektedir. Satın alma süreci, tüketici davranışının temelini oluşturmaktadır (Erciş vd., 2007:282).

Tüketicinin satın alma kararı uzun bir süreç olup belirli aşamaları içermektedir. Bu aşamalarda insanlar kişisel, psikolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel faktörlerden etkilenerek ürün ya da hizmeti satın almaya karar vermektedir. Tüketicinin satın alma karar süreci, ihtiyacın farkına varmasıyla başlayan ve satın alma sonrası tatmin ve tatminsizlikle biten beş aşamadan oluşmaktadır (Yıldırım, 2016: 216). Sırasıyla; ihtiyacın fark edilmesi, alternatiflerin belirlenmesi ve bilginin toplanması, alternatiflerin analiz edilip değerlendirilmesi, satın alma kararının verilmesi ve satın almanın gerçekleşmesi ile satın alma sonrası değerlendirme süreçlerinden oluşmaktadır(Aile ve Tüketici Hizmetleri, 2014:3).

2.3.1 İhtiyacın Fark Edilmesi

Tüketicinin karşılanması gereken bir ihtiyacının fark edilmesi ile karar süreci başlamaktadır. Tüketiciyi satın alma kararına sevk eden süreç bir ihtiyacın ortaya çıkması veya farkına varılmasıyla oluşur. Tüketiciler genellikle mal veya hizmete ihtiyaç duyduklarını fark ettiklerinde satın alırlar. Bu ihtiyacı gidermek iki faktöre bağlıdır. Birincisi beklenen durumla gerçekleşen durum arasındaki farklılığın boyutu ikincisi, ihtiyacın önem derecesidir(Aile ve Tüketici Hizmetleri, 2014:4). Birinci faktörde boyut büyük değilse ihtiyaç tüketici için önemli olmayacak ve karar verme süreci başlamayacaktır. Ancak ihtiyacın önem derecesi yüksekse tüketici bilgi arama aşamasına geçerek karar verme sürecinin sonraki aşamalarına geçecektir.

2.3.2 Alternatiflerin Belirlenmesi ve Bilginin Toplanması

İhtiyacından fark edilmesinden sonra, tüketici sorununa çözüm getirecek alternatiflerin belirlenmesi ve bunlarla ilgili bilgi arayışa başlamaktır. Bilgi toplama için tüketicinin bilgi birikimleri ve deneyimleri ile karar verme kolay olmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2017:358). Bir satın alma ister rutin, ister ara sıra, isterse ilk defa olsun, her şeyden önce satın alınan malın istenen sonucu vermesi, maliyet avantajı sağlaması ve düzenli bir çalışma gerçekleştirmesi gerekir(İslamoğlu ve Altunışık, 2008:266). Bu aşamada satın almaya ilişkin bilgiler düzenli bir şekilde toplanmaktadır.

2.3.3 Alternatiflerin Değerlendirilmesi

Alternatiflerin belirlenmesi ve bilgilerin elde edilmesinden sonra satın alma amaçlarına göre alternatifler değerlendirilmektedir. Alternatifler değerlendirilirken değerlendirme kriterleri tüketici açısından aynı öneme sahip olmayacaktır. Çünkü

değerlendirme yapılırken maliyet ve performans gibi nesnel kriterler olabileceği gibi daha öznel olan marka imajı ve moda da etkili olacaktır (Argan, vd., 2012:170). Bu nedenle tüketici bir marka veya üründe aradığı niteliklere öncelik vererek kendi özelliklerine ve çevre koşullarına göre alternatifleri değerlendirmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008:43).

2.3.4 Satın Alma Kararının Verilmesi ve Satın Almanın Gerçekleşmesi

Alternatiflerin değerlendirilmesinden sonraki aşama satın alma kararının verilmesi ve satın alma kararının eyleme dönüştürülmesidir. Bu eylemde tüketici kendine en yüksek tatmini sağlayacak ürün veya markayı seçecektir.

Tüketicinin satın alma eylemini gerçekleştirebilmesi için ihtiyacın önceliğini tanımlaması gerekmektedir(İslamoğlu ve Altunışık, 2008:46). Bu ihtiyaç, tüketici için kalite ve fiyat anlamında makul seviyede olduğu takdirde satın alacak ve ihtiyacını giderecektir. Satın alma iki şekilde gerçekleşmektedir:

2.3.4.1 Planlı Satın Alma: Tüketici ihtiyacını tespit ederek bir ürün veya markanın sınıfını, kategorisini belirleyerek alım niyetinin olduğu davranış türüdür.

2.3.4.2 Plansız Satın Alma: Tüketici ihtiyacını belirlemeden ve alım niyeti yokken alışveriş sırasında karar vermesi plansız satın alma davranışdır(Argan, vd., 2012:171).

2.3.5 Satın Alma Sonrası Değerlendirme

Satın alma sürecinin son aşaması, satın alınan ürün veya markanın performans değerlendirmesidir. Tüketicilerin ürünü kullanmalarının temel nedeni ihtiyaçlarını tatmin etmektedir(Odabaşı ve Barış, 2017:387).

Tüketici Satın Alma Sonrasında üç durumla karşılaşmaktadır:

1. Ürünü belli bir süre kullandıktan sonra tüketicinin tatmin olması durumunda ürünü kullanılmaya devam edilecek ve marka bağlılığı oluşacaktır.
2. Tatmin olmamış bir tüketici üründen şikâyetçi olacak ve bunun sonucunda başka bir markaya yönelecektir.
3. Tüketici ürün veya markadan kısmen tatmin olmuştur ve bilişsel çelişkiler yaşayacaktır.

2.4 Tüketici Satın Alma Davranışı

Global dünyada işletmelerin giderek büyümesi, tüketicilerin alışveriş konusunda bilinçlenmesi ve tüketici sayısının artması ile birlikte tüketici davranışının son yıllarda öneminin artmasına neden olmuştur.

Tüketici satın alma davranışı, isteklerinin tatmini için mal ve hizmetlerin seçilmesi, satın alınması ve tüketilmesi anlamına gelmektedir. Wilkie'e göre tüketici davranışı, insanların ihtiyaç ve isteklerini tatmin etmek için mal ve hizmetleri seçerken, satın alırken veya kullanırken sergilediği davranışlar olarak tanımlamıştır. Tüketici davranışı kısaca; "bireylerin mal ve hizmetleri tüketirken üstlenmiş olduğu faaliyetler" şeklinde tanımlanabilir (Blythe, 2013:3).

Tüketicilerin satın alma konusunda tam olarak neyin motive ettiğini genellikle onların alışveriş davranışları belirler. (Madhavan ve Chandrasekar, 2015:75). Bu yüzden tüketici satın alma davranışının altında yatan birçok neden bulunmaktadır. Çevre sorunlarına neden olan çevresel tahribatlar, tüketicilerin endişelerini artırarak yaşam biçimlerinde ve tüketim alışkanlıklarında dönüşümlere sebep olmuştur. Tüketicilerin satın alma davranışı, son yıllarda dünya çapında artan çevresel duyarlılığı yansıtmaktadır. Örneğin, tüketiciler enerji tasarrufu yapan ampulleri tercih ederek sadece verimli enerji sağlamakla kalmaz aynı zamanda düşük emisyonlarla çevre dostu ürün kullanmakla kullanır. Bu noktada çevre dostu ürünlere karşı tüketicinin nasıl bir tutum sergilediği ve ürün için ne kadar para harcamaya hazır olduğu önemli bir konu haline gelmektedir (Pratiwi ve Pratomo, 2017:4). Genç tüketicilerin çevre dostu ürünlere daha çok para vermeye razı oldukları yapılan çalışmalarla gösterilmiştir (Chaturvedi vd., 2020).

Havacılık sektöründeki tüketiciler, iş ve eğlence amaçlı seyahat edenler olarak ikiye ayrılmaktadır. Sangeetha ve Alhaan khan'ın (2020) gerçekleştirdiği çalışmaya göre, gençlerin business sınıfında seyahat etmemektedir çünkü business sınıfında seyahat etmenin maliyetinin ekonomik sınıfa göre daha yüksektir. Bu yüzden mevcut müşterileri elde tutmak ve yeni müşterilerle etkileşim kurmak için havayolları hizmet kalitesine odaklanmalı ve uçak çevrim süresini en aza indirmelidir.

Tüketicinin Satın Alma Davranışını Etkileyen İçsel Faktörler:

1. Tutum,

2. Niyet,
3. Motivasyon,
4. Algı
5. Kişisel Faktörler.

Tüketicinin Satın Alma Davranışını Etkileyen Dışsal Faktörler:

1. Fiyat,
2. Kültür,
3. Aile
4. Sosyal Norm,
5. Politik Faktörler.

Kaynak: (Cömert ve Durmaz, 2006:352)

Uçak çevrim süresi, uçuş operasyonlarına devam eden uçağın geçiş yaptığı her bir havaalanında boşaltılması ve yeniden doldurulması için gereken en az süre olarak tanımlanabilir.

2.5 Yeşil Ürün Satın Alma Davranışı

Günümüzde "çevre" ile ilgili pek çok temanın günlük hayatımıza girmesi çevre bilincini ve tüketicilerin yeşil ürün satın alma eğilimini arttırmaktadır. Çevre kirliliği sanayileşmenin bir sonucu olarak yoğun eleştirilere maruz kalmış ve çevreye verilen zarar hızla büyümüştür. Bu zarar çevresel kaygıyı oluşturarak insanları çevre dostu ürünler satın almaya itmiştir.

Mostafa (2007: 221) yeşil satın alma davranışını, “çevreye yararlı/faydalı, geri dönüştürülebilir veya korunabilir, ekolojik kaygılara duyarlı ürünlerin tüketilmesi” olarak tanımlamaktadır.

Tüketicilerin çevreye duyarlı satın alma davranışının yükseldiğinin en önemli göstergesi, çevre dostu ürün almak için daha çok para vermeye hazır olan bireylerin sayısının çoğalmasdır (Laroshe, Bergeron ve Forleo, 2001:503). Yeşil ürün satın alma davranışı gerçekleştiren tüketiciler, kendi sağlıklarını korumak ve yaşam kalitelerini artırmak için daha çevreci markaları tercih etmektedir. Bu yüzden çevre koruma bilincine sahip bireyler günlük hayatla ilgili işlerde, satın alma ve tüketim sırasında bu bilince uygun davranmaktadır (Türk, 2011:380).

Yeşil ürün satın alma davranışı; demografik özelliklere, medeni duruma, cinsiyete, gelir düzeyine vb. durumlara göre değişkenlik göstermektedir. Boz, vd. (2020) gerçekleştirdiği çalışma kapsamında bekâr tüketicilerin evli tüketicilere göre daha çevreci algılara sahip olduğu, iyi eğitilmiş tüketicilerin satın alma kararlarında rasyonel davrandıkları, tüketicilerin çevre dostu ürünleri satın almak istediklerinde %21,15 daha fazla ödeme yapacakları tespit edilmiştir.

2.6 Tüketici Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler

Tüketiciler, bir ürün veya markayı almak isterken pek çok faktörün etkisi altındadır. Ramya ve Ali(2016: 76) bu faktörleri dört ana grupta toplamıştır. Bu faktörler kişisel faktörler, psikolojik faktörler, sosyo-kültürel faktörler ve ekonomik faktörlerdir. Kişisel faktörler içerisinde yaş, meslek, yaşam tarzı, cinsiyet ve medeni durum; psikolojik faktörlerde güdüleme (motivasyon), algılama, öğrenme, inanç ve tutumlar; sosyo-kültürel faktörlerde kültür, alt kültür, sosyal sınıf ve aile; ekonomik faktörlerde ise gelirdir.

2.6.1 Kişisel Faktörler: Tüketicinin yaşı, mesleği, kişilik özellikleri ve yaşam tarzı gibi faktörler satın alma davranışını etkilemektedir.

2.6.1.1 Yaş: İnsanların yaş alması ürün ve marka seçimindeki değişikliği de beraberinde getirmektedir. Örneğin gençlerin teknolojik gelişmeleri daha fazla takip etmesi son teknolojik ürünleri satın alması sonucunu doğurmaktadır.

2.6.1.2 Meslek: İnsanların öğrenim düzeylerinin yükselmesi farklı ihtiyaç ve istekleri yaratarak satın alma davranışını değiştirmektedir. Örneğin, beyaz yaka çalışanlar ile mavi yaka çalışanların ihtiyaç ve isteklerindeki farklılık satın alma davranışını etkileyecektir.

2.6.1.3 Yaşam Tarzı: Yaşam tarzı, insanların satın alma davranışları hakkında bilgi vermektedir. Bir kişinin toplum içindeki (alışkanlıkları, görüşleri vb.) yaşama biçimini ifade etmektedir(Gajjar, 2013:12).

2.6.1.4 Cinsiyet: İnsanların satın alma davranışını etkileyen bir diğer parametre cinsiyettir. Bunun nedeni kadın ve erkeğin bilgi işleme sürecindeki farklılığıdır. Kadınlar, kapsamlı prosedürler kullanarak iletideki tüm bilgileri

özümsemeye çalışırlar, ancak erkekler seçilmiş süreçlerden geçebilir ve zaten var olan, şaşırtıcı derecede derin ve karmaşık bir iletiye güvenebilmektedir (Putrevu, 2001:6).

2.6.1.5 Medeni Durum: Kişinin evli veya bekâr olması satın alma davranışını etkilemektedir. Örneğin evli bir kadın ve erkek anne ve babalık rolünü üstlendiğinde çocuğu için ürünler satın almaya başlayacaktır.

2.6.2 Psikolojik Faktörler: Güdüleme (Motivasyon), algılama, öğrenme, inanç ve tutumlar tüketicinin satın alma davranışını etkilemektedir.

2.6.2.1 Güdüleme (Motivasyon): Motivasyon, bir arzuyu tatmin etmek için yapılan eylemlerin odağını ve sırasını seçen doğuştan gelen gücü ifade etmektedir (Altunışık, vd., 2017:55). Bir başka deyişle fark edilen ihtiyacın giderilmesi için harekete geçme durumudur. Bunlar fizyolojik, biyolojik, sosyal vb. ihtiyaçlardır (Gajjar, 2013:13). Kişi ihtiyaçlarını Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi'ne göre önceliklendirmektedir.

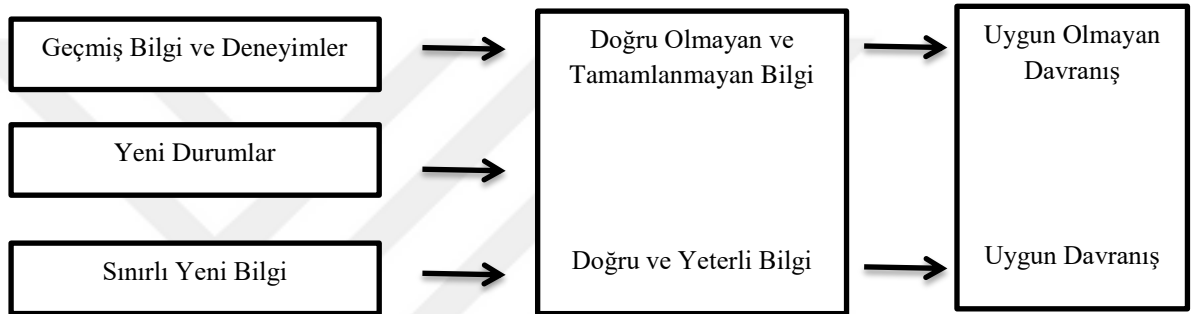


Şekil 1. Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Kaynak: (Desmet ve Fokkinga, 2020:4)

2.6.2.2 *Algılama*: Algılama, duyuların kullanılmasıyla nesnelere, kavramları ve düşünceleri anlamlı kılmaktır (İslamoğlu ve Altunışık, 2008:98). Duyu organlarına iletilen sinyaller her zaman aynı algıyı oluşturmamaktadır. Çünkü bireyin tecrübesi, inançları vb. faktörler düşünceleri etkilemekte ve bu durumda satın alma davranışında farklı çıktıyı yaratmaktadır.

2.6.2.3 *Öğrenme*: Öğrenme, yaşam boyunca devam eden bir olgudur. Kalıcı davranış değişikliği olarak tanımlanan öğrenme, insanı diğer canlılardan ayıran temel özelliklerden biridir (Odabaşı ve Barış, 2017:77). Öğrenme ve davranış arasındaki ilişkiyi İslamoğlu ve Altunışık (2008:117) şu şekilde göstermektedir:



Şekil 2. Öğrenme ve Davranış Arasındaki İlişki

Tüketici, araştırma okuma veya yaşadığı tecrübeler sayesinde yeni bilgiler elde etmektedir. Öğrenme yoluyla elde edilen bilgiler davranışa dönüştürülmektedir. Davranış gerçekleştirilirken tüketicinin ürün ve markayı satın almaya duyacak ilgi düzeyi de önem arz etmektedir.

2.6.2.4 *İnanç ve Tutumlar*: Tüketici, ürün ve markalara karşı belirli bir inanca ve tutuma sahiptir. Bu yüzden tüketicinin satın alma kararını doğrudan etkilemektedir. Altunışık ve İslamoğlu (2008:135) tutumu, nesnelere, insanların ya da olayların güzellik ya da çirkinlik, iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış gibi ölçütlerle değerlendirilmesi ve bunun sözle dile getirilmesi şeklinde tanımlamaktadır. Bir başka tanıma göre ise tutum, kişinin nesne veya ortamlara yönelik olumlu ya da olumsuz bir biçimde tepkide bulunma eğilimidir (Odabaşı ve Barış, 2017:157). Tutum davranıştan önce gelir ve öğrenilerek oluşmaktadır.

2.6.3 Sosyo-Kültürel Faktörler: Kültür, alt kültür, sosyal sınıf ve aile tüketicinin satın alma davranışını etkilemektedir.

2.6.3.1 Kültür: Kültür, bireyin istek ve ihtiyaçlarını belirlemede en önemli faktördür. Ramya ve Ali'ye(2016:79) göre kültür, çoğunluğunun bağlı olduğu bir dizi fikir ve ilkedir. Bir başka tanıma göre kültür örf, adet, ahlak, tutum, inanç gibi soyut kavramların yanı sıra sanat, müzik, edebiyat gibi somut semboller de ifade edilir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008: 179). Genel olarak kültür, herhangi bir toplumun ayrılmaz bir bileşenidir ve insanların arzuları ve davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Gajjar, 2013:11). Kültür zaman içerisinde değişebilmektedir. Ancak bu değişimler uzun sürede yavaş bir şekilde gerçekleşmektedir. Çünkü kültür, bir nesilden diğer nesile aktarılır ve insan davranışlarının derinine yerleşmiştir.

2.6.3.2 Alt Kültür: Dinleri, milliyetleri ırk gruplarını içeren ana kültürün alt grubunu oluşturan inançlar anlamına gelmektedir. Alt kültür, en geniş tanımıyla, bazı genel kültürel standartlara bağlı kalsalar da kendi ayırt edici davranış kalıplarını oluşturan ana akım kültür içindeki grupları ifade etmektedir (Tanrıkulu, 2015:476). Coğrafi bölgelerde alt kültürü oluşturmakta olup farklılık göstermektedir. Bu durum alışkanlıklarını, yeme-içme tarzlarını ve kıyafetlerine yansımakta ve tüketicinin satın alma kararını etkilemektedir.

2.6.3.3 Sosyal Sınıf: Amerikalı sosyolog W. L. Warner'a göre, sosyal sınıf, benzer bir sosyal konumu paylaşan, birbirleriyle güçlü bağları olan ve davranışlarından benzer beklentileri olan bireylerden oluşan bir sosyal yapıdır (Odabaşı ve Barış, 2017:296). Aynı zamanda sosyal sınıf, toplumdaki bireylerin hiyerarşik bir şekilde bölünmesi şeklinde ifade edilmektedir (Atılğan ve Koç, 2020:1079). Örneğin üst sınıftaki tüketiciler lüks tüketim yaparken orta ve alt sınıftaki tüketiciler temel ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır.

2.6.3.4 Aile: Aile, tüketim davranışlarında önemli bir etkiye sahiptir. Türk Dil Kurumu, karı koca, çocuklar ve kardeşler arasındaki ilişkilerle kurulan, evlilik ve kan bağına dayalı toplumdaki en küçük birliktir olarak tanımlamıştır (TDK, Aile). Tüketici için birincil danışma grubu olan aile bireyin satın alma kararlarını etkilemektedir.

2.6.4 Ekonomik Faktörler: Gelir, tüketicinin satın alma davranışını etkilemektedir.

2.6.4.1 Gelir: Tüketicinin ekonomik durumu satın alma kararını etkilemektedir. Bazı müşteriler, sık satın alınmayan çok pahalı mallar satın alırken, diğerleri makul fiyatlı mallar satın almaktadırlar (Durmaz, vd., 2011: 55). Örneğin geliri iyi düzeyde olan tüketici iş, eğlence veya tatil amaçlı uçuş gerçekleştirirken business class uçmayı tercih ederken, geliri orta düzeyde olan tüketiciler economy class biletleri almayı tercih etmektedir.

2.6.4.2 İşsizlik: Sabit bir geliri olmayan bir kişinin alım gücü ciddi şekilde düşmektedir. İşsizlik arttıkça tüketicilerin gelirleri azalır, harcama güvenleri düşer ve tasarruf eğilimleri artar (Pandeminin Tüketici Davranışları Üzerinde Kalıcı Etkileri, 2021). Bu durumda tüketiciler daha az mal ve hizmet satın alır, daha ucuz ve temel ihtiyaçları karşılayan ürünleri tercih eder, lüks ve gereksiz harcamalardan kaçınır. Bu yüzden işsizlik, tüketicilerin neyi, nasıl ve ne zaman alacaklarına karar vermelerini etkileyen önemli bir faktördür.

2.6.4.3 Enflasyon: Enflasyon tüketici davranışını etkileyen bir diğer ekonomik faktördür. Enflasyon arttıkça tüketicilerin satın alma gücü azalır, fiyatlar yükselir ve tüketicilerin geleceğe yönelik beklentileri olumsuzlaşır (Narin ve Küçük, 2022:625). Bu durumda tüketiciler daha fazla tasarruf yapmaya, daha ucuz ve kaliteli ürünleri aramaya, lüks ve gereksiz harcamalardan kaçınmaya başlamaktadır. Ayrıca enflasyon tüketicilerin yeme-içme, eğlence, sosyal aktivite gibi alışkanlıklarını da değiştirmektedir. Örneğin, enflasyon yüksek olduğunda tüketiciler daha az dışarıda yemek yiyecek, daha az sinemaya veya tiyatroya gidecek veya daha az seyahat edecektir.

2.7 Kuşak Kavramı

"Kuşak" teriminin biyolojik tanımı ebeveynlerin doğumları ile çocukları arasındaki ortalama süre olmasına rağmen, genellikle aynı doğum tarihi aralığına sahip ve aynı yetiştirme sürecinden geçen bir grup bireyi ifade etmektedir (McCrandle ve Wolfinger, 2010: 9). Biyolojik olarak bakıldığında bir neslin dünyaya geldiği tarihten ortalama 20-25 yıl geçtikten sonra kuşaklarda, bir dönem olarak benimsenmiştir(Kulak vd., 2013: 137). Kuşak kavramına ilişkin ilk bilimsel faaliyetler Auguste Comte tarafından 1830-1840 yılları arasında yapılmıştır (Yüksekbilgili, 2016: 1395). Öte yandan, "kuşak topluluğu" fikri ilk kez 1928'de Alman sosyolog Karl Mann tarafından ortaya atılmış ve bu, nesil fikrinin oluşturulmasına yardımcı olmuştur (Kayabaşı vd., 2016: 30).

Literatür taramasında farklı kuşak sınıflandırmaları olmakla birlikte insanların yaşamlarını etkileyen teknolojik, ekonomik ve toplumsal faktörler olduğu görülmektedir. Bu durum kuşaklar arasındaki farklılıkları öne çıkarmaktadır.

Tablo 3. Kuşak Kavramına İlişkin Yapılan Tanımlamalar

Yazarlar/Kurum	Yıl	Tanım
Marshall	1999	“Bir toplumda yaklaşık olarak aynı zaman dilimlerinde dünyaya gelen üyelerden oluşan yaş gruplarının bir şeklidir.”
Keleş	2011	“Ebeveynlerin ve çocukların doğumları arasında geçen ortalama zaman aralığı.”
Fındık	2013	“İnsanlığın başlangıç tarihinden itibaren olan süreç içinde, hemen hemen aynı yıllarda dünyaya gelmiş, aynı dönemin koşullarında yaşayan dolayısıyla da birbiriyle nerdeyse aynı sorumluluklarla yükümlü olmuş kişilerin oluşturduğu kitle.”
Türk Dil Kurumu Felsefe Terimleri Sözlüğü	2017	“Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu.”,
Türk Dil Kurumu Toplum Bilimi Terimleri Sözlüğü	2017	“Yaklaşık yirmi beş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, batın, jenerasyon.”

2.7.1 Kuşak Türleri

Dünyada kuşaklar ile ilgili birçok sınıflandırma mevcut olup genel olarak; Sessiz Kuşak, Baby Boomers Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağı olarak adlandırılmaktadır.

2.7.1.1 Sessiz Kuşak (1925-1945)

1925-1945 yılları arasında doğmuş olan kuşaktır. Sessiz kuşak, İkinci Dünya Savaşı gibi savaş dönemlerinde yaşamış ve büyük sıkıntılar çekmiştir. Günümüzde iş dünyasını inşa eden kuşak olarak da bilinmektedir. Günümüzün en yaşlı bireylerinin yer aldığı bu kuşak, , şimdiye kadarki en önemli ekonomik sıkıntıları ve çatışmaları da görmüş olan kuşaktır (Adıgüzel vd., 2014: 171). 2023 yılı itibari ile bu kuşağın en genç bireyi 78 ve en yaşlı bireyi 98 yaşındadır.

2.7.1.2 Bebek Patlaması (Baby Boomers Kuşağı) (1946-1964)

1946-1964 yılları arasında doğmuş olan kuşaktır. Bebek patlaması kuşağının diğer adı, toplumu yeniden şekillendiren kuşak olarak da bilinmektedir. Bu kuşak döneminde sürdürülebilirlik ile ilgili konular (kadın-erkek eşitliği, çevreye duyarlılık vb.) gündeme gelmiştir. 2023 yılı itibari ile bu kuşağın en genç bireyi 59 ve en yaşlı bireyi 77 yaşındadır.

2.7.1.3 X Kuşağı (1965-1980)

1965-1980 yılları arasında doğmuş olan kuşaktır. Bebek Patlamasından sonraki kuşak olarak da bilinmektedir. Bu kuşaktaki bireyler savaş gibi zor dönemleri atlattıkları için diğer dönemlere göre yaşam standartları daha yüksektir. Teknolojiyle geç tanışan X kuşağı, teknolojiyi kullanmak zorunda oldukları için kullandılar. Ayrıca bu yaşta kadınlar iş hayatında daha aktif rol almaya başladıkça “daha iyi bir hayat için az çocuk” fikrini benimsemişlerdir (Bulgan ve Göktaş, 2016: 27). 2023 yılı itibari ile bu kuşağın en genç bireyi 43 ve en yaşlı bireyi 58 yaşındadır.

2.7.1.4 Y Kuşağı (1981-?)

1981-1996, 1980-1999 veya 1981-2000 vb. yılları arasında doğmuş olan kuşaktır. Literatürde neslin nerde bittiği nerde başladığı ile ilgili fikir birliği bulunmamaktadır. Demografik gruplar arasında çalışmalar gerçekleştiren Pew Araştırma Merkezi, 1981-1996 yıllarında doğan bireyleri Y kuşağı olarak kabul etmiştir(Dimock, 2019). Bu kuşak, “milenyum kuşağı” olarak da adlandırılmakla birlikte 1993 yılında internetin Türkiye’de kullanılmaya başlaması ile internetle tanışan ilk kuşaktır. Bu sebepten dolayı “dijital kuşak” olarak da bilinmektedir. Rogers (2013), X kuşağı ebeveynleri, çevre bilincinin norm haline geldiği bir çağda

yetiştirildiklerinden, Y kuşağından "yeşil doğmuş" olarak söz etmektedir. Bununla birlikte ülkemizdeki Y kuşağı, kendileri için çalışmaya ve bir ev satın almaya hevesli ve isteklidir.

Kuyucu (2014: 60)'a göre Y kuşağı, 2050'de dünya nüfusunun %70'i şehirlerde yaşayacağını ve böylelikle Y kuşağın kırsal değil tam bir kent kültürüne sahip olacağını, aynı zamanda rollerin değiştiğini kadınların daha çok para kazandığını, erkeklerin ise ev işlerine daha çok yardımcı olduğunu belirtmektedir. 2023 yılı itibari ile bu kuşağın en genç bireyi 23 ve en yaşlı bireyi 42 yaşındadır. (1981-2000 yılları arası doğan bireyler esas alınmıştır.)

2.7.1.5 Z Kuşağı(2000 ve sonrası)

Z kuşağının hangi yıllar arasında doğduğu fikir birliğine varılmamakla birlikte 1997 veya 2000 sonrasında doğan bireyleri kapsamaktadır. Teknolojinin yayılması ile akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar hayatın her alanında yer edinmektedir ve bu nesil teknolojiyle bütünleşmiş bir yaşam sürmektedir. 2023 yılı itibari ile bu kuşağın en genç bireyi 1 ve en yaşlı bireyi 23 yaşındadır. (2000 yılı ve sonrası doğan bireyler esas alınmıştır.)

2.7.2 Kuşakların Türkiye'deki Dağılımı

5 kuşağın dağılımı Türkiye'de yıllar içerisinde farklılık göstermektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2022) tarafından yayınlanan nüfus verilerine göre Türkiye'de kuşakların dağılımı şu şekildedir;

Tablo 4. 2022 Nüfus Verilerine Göre Türkiye'de Kuşakların Dağılımı

	Erkek	Kadın	Toplam	Oran %
Sessiz Kuşak	863.993	1.353.301	2.217.293	2,62
Bebek Patlaması	3.778.546	4.256.301	8.034.846	9,49
X Kuşağı	10.274.738	10.233.645	20.508.383	24,22
Y Kuşağı	13.208.968	12.835.058	26.044.026	30,76

Z Kuşığı	14.301.857	13.573.868	27.875.725	32,92
----------	------------	------------	------------	-------

Kaynak: (Öztürk ve Yabanova, 2022:189)

Tablo incelendiğinde Türkiye’de 1925-1945 yılları arasında doğan Sessiz Kuşak nüfusun %2,62’sini, 1946-1964 yılları arasında doğan Bebek Patlaması Kuşığı nüfusun %9,46’unu, 1965-1980 yılları arasında doğan X kuşığı nüfusun %24,22’sini, 1981-2000 yılları arasında doğan Y Kuşığı nüfusun %30,76’sını ve 2000 ve sonrası doğan Z kuşığı ise nüfusun %32,92’sini oluşturmaktadır. Bu oranlara bakıldığında Türkiye genç nüfusa sahip bir ülke olarak görülmektedir. Türkiye’de gün geçtikçe X kuşığı sayısı da azalacak, Z kuşığı sayısı artış göstererek iş yaşamında yer alacaktır.

2.7.3 X, Y ve Z Kuşakların Satın Alma Davranışı

Tüketicilerin yaş gruplarına bağlı olarak ürün ve marka seçimleri değişmektedir (Durmaz, vd., 2011:119). Genç müşteriler, yaşlı tüketicilere göre daha yüksek marka bağlılığına sahiptir ve bu marka sadakati onların satın alma kararlarını etkilemektedir (Wood ve Lynch, 2004, s.421).

Günümüzde Y kuşağının hâkim olduğu ve peşinden Z kuşağının geldiği bir dönem içerisindeyiz (Altunışık, vd., 2017:59). Bu nedenle nesillere dayalı çeşitli pazarlama tekniklerinin uygulanması önemlidir (Okan ve Yalman 2013:139).

X kuşağındaki tüketiciler, bir ürünün markasına önem vermektedir. Geleneksel değerlere olan bağlılığını sürdüren X kuşağı, duyguya dayalı hareket etmektedir ve marka ile duygusal bir bağ kurmaktadır. Söz konusu kuşak, bildiği yerden ve fiziksel ortamda alışveriş yapmayı tercih etmektedir. Televizyon X kuşağı için önemli bir ilgi kaynağı olsa da bahse konu kuşak interneti yoğun bir şekilde kullanmaya başlamıştır.

Y kuşağı tüketiciler, kurumların hem tüketici hem de çalışanları olarak göz bebeği konumundadır (Okan ve Yalman 2013:140). Y kuşağı tüketicileri, çağın trendlerine ve koşullarına uyum sağlamakta olup teknolojik çağın içinde yetiştikleri, teknolojik ürünlere ilgi duydukları, bilgiye kolay ulaşabildikleri ve eğitim arayışlarında yüksek beklentilere sahip oldukları için önceki nesillerden farklı analiz edilmelidir (McCrindle ve Wolfinger, 2003:12). Teknoloji, Y kuşağının X

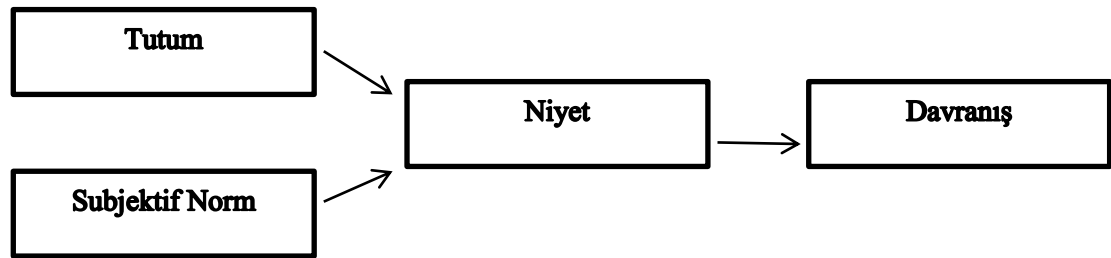
kuşağından daha üstün olduğu bir alandır ve internetle büyüyen bu kuşak genelde alışverişlerini internet üzerinden yapmaktadır (Yaşa ve Bozyiğit 2012, s. 33).

Z kuşağı olarak adlandırılan 1997 ve sonrasında doğan bireylerin tüketimdeki rolü giderek artmaktadır (Kartal ve Tatlı, 2020:209). Teknoloji dünyasının içine doğa Z kuşağının, internet vazgeçilmezidir. Bu sebeple alışverişlerini internette yapmayı tercih etmektedirler. Kartal ve Tatlı (2020) tarafından yapılan araştırmaya göre, Z kuşağı tüketicilerinin çevre dostu ürünleri sevdikleri ve onlar için fazladan para ödemeye hazır olmadıkları görülmüştür.

2.8 Tüketici Davranış Modelleri

Tüketici davranış modelleri, tüketicinin karar verme süreci üzerindeki potansiyel etkileri kabul ederek çeşitli bakış açılarının sonuçlarıdır. Karmaşık tüketici satın alma davranışını açıklamak için çeşitli modeller oluşturulmuştur (Çakır ve Kılıç, 2020:647). Literatür taraması sonucu en çok kullanılan modeller aşağıdaki gibidir:

2.8.1 Gerekçeli Eylem Teorisi (Theory of Reasoned Action-TRA): Gerekçeli eylem teorisi, Fishbein ve Ajzen'in 1975 yılında geliştirdikleri bir teoridir. Gerekçeli eylem teorisinin ilk amacı sosyal davranışları anlamaktır (Godin, 1993:1391). Esas saptanmak istenen ise tutum ve davranış arasındaki ilişkiyi açıklamaktır. Gerekçeli eylem teorisine göre bir kişinin bir davranışta bulunma niyeti, davranışı gerçekten yapıp yapmayacağını belirleyen birincil faktördür.



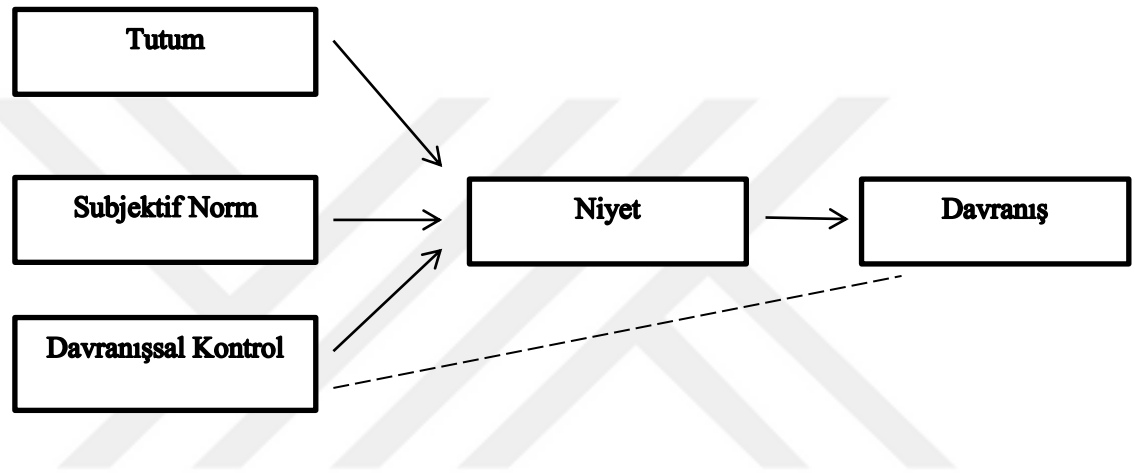
Şekil 3. Gerekçeli Eylem Teorisi Modeli

Kaynak: (Erten, 2002:220)

Tutum, bir kişinin bir nesneye veya olaya olumlu veya olumsuz tepki verme eğilimini göstermektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008:135). Subjektif normlar ise kişinin belirli bir davranışı yapması konusunda diğer kişilerin ne düşündüğüne ilişkin

algılarıdır (Luarn ve Lin, 2005: 876). Şekil 3'te gösterildiği üzere iki temel değişken (tutum ve subjektif norm) kişinin ilgili davranışa yönelik niyetini oluşturarak davranışı şekillendirmektedir.

2.8.2 Planlı Davranış Modeli (Theory of Planned Behaviour-TPB): Planlı davranış teorisi, davranışı önceden tahmin etmeye çalışan ve en yaygın kullanılan gerekçeli eylem teorisinin sınırlamalarını ele almak için geliştirilmiştir (Godin, 1993:1392).



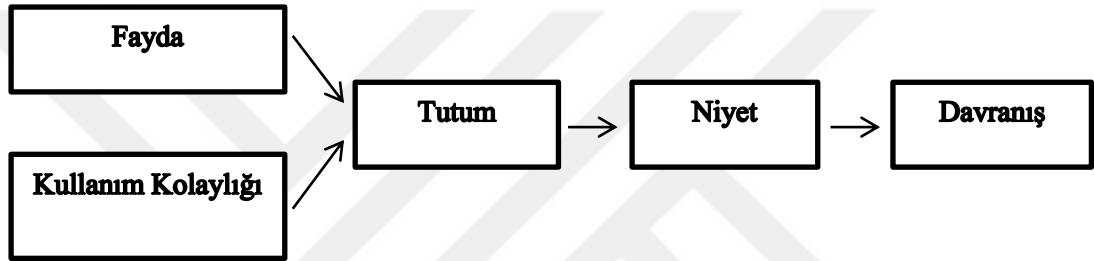
Şekil 4. Planlı Davranış Modeli

Kaynak: (Ajzen, 1991:182)

Şekil 4'te gösterildiği üzere, planlı davranış modeli, gerekçeli eylem teorisinde var olan tutum ve subjektif norm değişkenlerine davranışsal kontrolün eklenmesi ile oluşmaktadır. Bir kişinin kendi kapasiteleri ve olanakları hakkındaki algılarının yanı sıra herhangi bir davranışta bulunmanın kendi kontrolünde olup olmadığına ifade etmektedir (Kocagöz ve Dursun, 2010: 141). Bir kişinin bir davranış üzerindeki kontrolü ne kadar fazlaysa, kendisi için çok fırsata sahip olur ve daha az engelle karşılaşır. Davranışsal kontrol faktörleri içsel ve dışsal faktörler olarak ikiye ayrılmaktadır. İçsel faktörler kişilik, inançlar, değerler vb. gibi duygularken; dışsal faktörler ise bağımlılık, yenilik vb.dir. Sonuç olarak planlı davranış modeli, bireyin davranışlarının sadece kendi iradesine bağlı olmadığını; tutum, subjektif norm ve davranışsal kontrolün de bireyin davranışı yapma niyetini etkilediğini ileri sürmektedir (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2018:387).

2.8.3 Teknoloji Kabul Modeli (Extended Technology Acceptance Model

– E – TAM): Teknoloji kabul modeli, Davis (1989) tarafından bireylerin teknolojiyi nasıl kabul ettikleri ve kullandıkları davranışını açıklamak ve öngörmek için oluşturulmuş bir teoridir (Turan, 2008:727). Teknoloji kabul modeli başlangıçta çalışanların iş yerlerinde yeni teknolojileri nasıl benimsedikleri ve kullandıkları tutum ve davranışlarını öngörmek için kullanılmıştır (Bruner ve Kumar, 2005:553). Bu modelde fayda ve kullanım kolaylığı iki belirleyici değişkendir. Teknoloji kabul modeli de gerekçeli eylem teorisinden faydalanmaktadır.



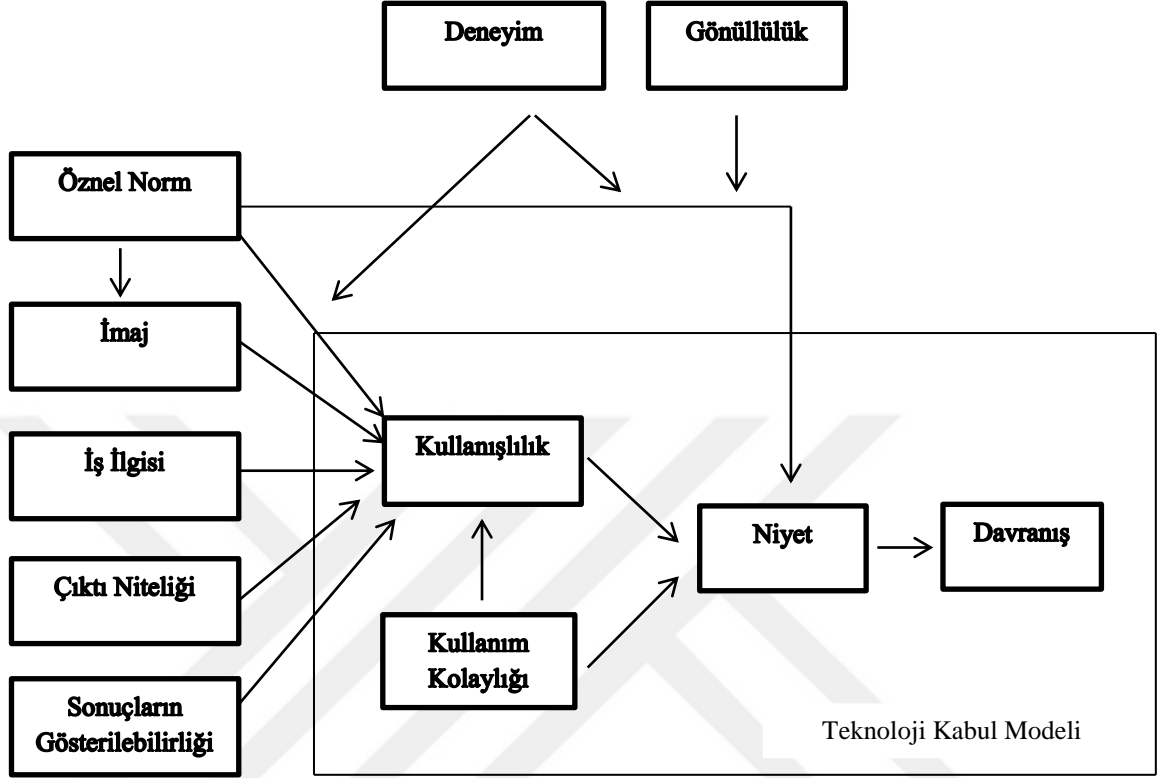
Şekil 5. Teknoloji Kabul Modeli

Kaynak: (Davis, Bagozzi ve Warshaw, 1989:985)

Teknoloji kabul modeline göre algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı tüketicinin tutumunu, tutum da niyetini, niyet de satın alma davranışını belirlemektedir (Şekil 5). Buradaki kullanılabilirlik, belirli bir yöntemi kullanmanın kişinin işini başarma yeteneğini artıracığına olan inancını ifade eder (Gyampah ve Salam, 2004:733). Kullanım kolaylığı, kişinin belli bir teknolojiyi zorlanmadan ve ekstra çaba sarf etmeden nasıl kullanacağını öğrenebilme seviyesidir (Turan ve Haşit, 2014:110). Bunun sonucunda fayda ve kullanım kolaylığı tutuma baskı yaparak davranışını tetiklemektedir.

2.8.3.1 *Teknoloji Kabul Modeli 2:* Teknoloji kabul modeli Venkatesh ve Davis (2000) tarafından geliştirilerek Teknoloji Kabul Modeli 2 olarak isimlendirilmiştir. Öznel normlar, gönüllülük, imaj ile iş ilgisi, çıktı kalitesi, sonuç kanıtlanabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı dikkate alınarak üç ölçüm noktası dört örgüt açısından algılanan fayda ve kullanım niyetlerini açıklamak amaçlanmaktadır. Şekil 6'da görüldüğü gibi öznel norm, imaj, iş ilgisi, çıktı niteliği

ve sonuçların gösterilebilirliği kullanılabilirliğe, kullanılabilirlik ise davranışa etki etmektedir.



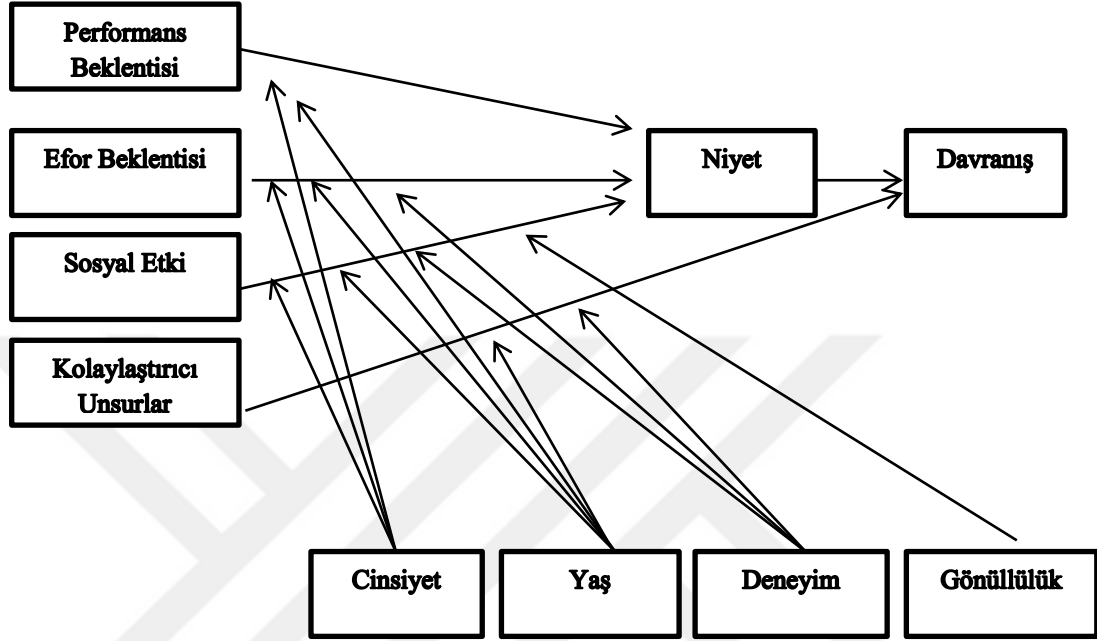
Şekil 6. Teknoloji Kabul Modeli 2

Kaynak: (Venkatesh ve Davis, 2000)

2.8.3.2 *Teknoloji Kabul Modeli 3:* Venkatesh ve Davis (2000) Teknoloji Kabul Modeli 2'yi oluşturmak için Venkatesh'in algılanan kullanım kolaylığına etki eden (kontrol, içsel motivasyon ve duygu) unsurlarıyla birleştirmiş ve yeni bir bakış açısı sunmuştur (Venkatesh ve Bala, 2008). Model, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı arasındaki ilişkinin yanı sıra, bilgisayar kaygısı ve algılanan kullanım kolaylığı ile algılanan kullanım kolaylığı ve davranışsal niyet arasındaki bağlantıyı da ortaya koymayı hedeflemektedir (Venkatesh, 2000:346).

2.8.4 Teknoloji Kabul ve Kullanım Birleştirilmiş Modeli: Teknolojinin günlük hayatta kullanımının artmasına paralel olarak farklı teoriler ortaya çıkmıştır. Araştırmacıların rekabetçi teoriler arasında seçim yapmakta zorlandığı karmaşık duruma cevap olarak, Venkatesh vd. (2003:447) kullanıcılar ve yeniliklerin kabulüne ilişkin farklı görüşleri bütünleştiren bir model önermiştir. Performans beklentisi, çaba

beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşullar davranışsal niyeti ve davranışı doğrudan belirleyen dört ana unsurdur; ancak bireysel farklılıkların cinsiyet, yaş, deneyim ve kullanım gönüllülüğü gibi boyutları da etkisi göz ardı edilemeyecek bir faktördür (Yılmaz ve Kavanoz, 2017:132).



Şekil 7. Teknoloji Kabul ve Kullanım Birleştirilmiş Modeli

Kaynak: (Venkatesh vd. 2003:446)

2.8.4.1 *Teknoloji Kabul ve Kullanım Birleştirilmiş Modeli 2*: Teknoloji kabul modeli 2’de yeni değişkenler eklenmiştir. Modelde içsel motivasyonu genişletmeye doğru odaklanmakta ve hazcı motivasyon, fiyat ve alışkanlık değişkenlerinin eklenmesi ile niyet ve davranış ölçümlenmektedir (Heijden, 2000:10).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR HAVACILIK

3.1 Sürdürülebilir Havacılık Yakıtları (Sustainable Aviation Fuels-SAF)

Artan emisyonlar ve iklim değişikliği karbonsuzlaştırma konusunu gündeme getirmiştir. Bu yüzden yeşil enerji, alternatif enerji, yenilenebilir enerji vb. kavramlar sık kullanılmaya başlanmıştır.

Uçakların havalanabilmesi için enerjiye gereksinim duymaktadır. Uçaklarda bu enerji yakıtla sağlanmaktadır. Yakıtın çevreye zararını azaltmak için Sürdürülebilir Havacılık Yakıtını tercih etmek gerekmektedir. Bu yakıt, havacılık endüstrisinin Paris Anlaşması hedeflerine ulaşmasına katkı sağlayan önemli bir faktördür (Turkish Airlines, Sürdürülebilir Havacılık Yakıtı). SAF'ın önündeki en büyük engel kar amacı gütmeye hedefi nedeniyle yerleşik iş anlayışıdır. Havayollarının temel amacı daha fazla yolcu taşıyarak kar elde etmektir.

SAF ikiye ayrılmakta ve bunlar biyo-yakıtlar ve hidrojen yakıtı olup aşağıda açıklanmaktadır:

3.1.1 Hidrojen: SAF, fosil yakıtlara göre daha temizdir ancak en temiz fosil kaynaklı yakıtların üretiminden ortaya çıkan hidrojen yakıtıdır (Acar ve Dinçer, 2014:2).Günümüzde hidrojen üretiminin %96'sı fosil kaynaklardan üretilmektedir. Hidrojen yakıtının çalışma prensibi; hidrojenin yanmasıyla su ve azot oksit ortaya çıkmaktadır. Böylelikle daha yüksek patlama gerçekleşerek itkiyi arttırmakta ve yakıt sarfiyatını azaltmaktadır. 2050 yılına kadar karbon emisyonlarının sıfırlanması hedefine ulaşılması için muhtemel çözüm hidrojen yakıtıdır. Ancak hidrojen yakıtının üretilmesi, depolanması ve taşınması için gerekli altyapının oluşturulması gerekmektedir (Bauen, 2020:270). Bu durum maliyet artışına yol açacaktır. Aynı zamanda hidrojen yakıtının kullanılması uçak tasarımında büyük değişiklik gerekmektedir. Bu durum uzun mesafeli uçuşlar için çok mümkün olmamakla birlikte kısa mesafeli uçuşlar için uygun gözükmektedir.

Örneğin, sıfır emisyon hedefine ulaşmak amacıyla GE Aviation ve Safran Aircraft Engines işbirliğiyle kurulan bir şirket şimdiye kadar yapılmış en büyük ve

en geniş yolcu uçağı olan Airbus A380 de sıvı hidrojen yakıtı kullanacağını açıklamıştır (Tunçer, 2022).

3.1.2 Biyo-yakıt: Biyoyakıtlar, herhangi bir yenilenebilir karbon bazlı malzemeden veya ham maddeden üretilebilen alternatif yakıtlardır (Cabrera ve Sousa, 2022:5). Bitki ve hayvanlar da dâhil olmak üzere tüm biyolojik kaynaklardan üretilen yakıtlar “biyoyakıt” olarak tanımlanmaktadır (Ramadhas vd. 2004:728). Biyoyakıtlar, birincil ve ikincil olmak üzere iki sınıfa ayrılmaktadır. Birincil biyoyakıtlar, atık olarak kullanılan ve işleme ihtiyaç duymayan (hayvansal yağ, odun, ağaç kabuğu vb.) maddelerken; ikincil biyoyakıtlar doğal biyoyakıtların geliştirilmesiyle elde edilen bitkisel yağ, biyodizel, etanol, metanol ve biyogaz gibi ürünlerdir (Yılmaz ve Atmanlı, 2016:6). Kısacası biyoyakıtlar; ayçiçeği, kanola, soya, pamuk, mısır gibi bitkisel ve hayvansal yağlardan ve organik atıklardan elde edilmektedir. Bu duruma örnek olarak KLM Havayolları 2011 yılında kullanılmış yemeklik yağdan elde edilmiş sürdürülebilir havacılık yakıtla desteklenen dünyanın ilk ticari uçuşunu gerçekleştirmesi gösterilebilmektedir (KLM Royal Dutch Airlines, Sustainable Aviation Fuels).

Biyoyakıtların havacılık yakıtı olarak kullanımı mümkündür. Ancak insan ihtiyaçları için gerekli olan maddelerden elde edilmesi üretimini ve kullanımını kısıtlamaktadır.

3.2 Sürdürülebilirlik ve Uçak Üreticileri

Havayollarının giderlerinin büyük çoğunluğu yakıt oluşturmaktadır. Uçaklarda kullanılan yakıtlar çevreye zarar vermekte ve iklim değişikliğine neden olmaktadır. Sera gazı emisyonun %2'si havacılık kaynaklı olması uçak üreticilerine ciddi sorumluluk yüklemektedir. Piyasada 2 büyük uçak üreticisi olan Airbus ve Boeing şirketlerinin sürdürülebilirliğe katkı sağlayacak çalışmaları yer almaktadır.

3.2.1 AIRBUS

Airbus, havacılıktan kaynaklanan karbon emisyonunu sınırlandırmaktadır. 2050 yılına kadar havacılık karbon emisyonunun 2005 yılındaki emisyon seviyelerinin yarısı olması hedeflenmektedir (ICAO, Airbus). Bu sebeple Airbus, sürdürülebilirliğe katkı sağlamak adına yeni konseptli uçaklar geliştirmiştir.

3.2.1.1 Airbus Sıfır Emisyon (ZEROe)

Sıfır emisyonlu uçuşları hedefleyen Airbus, ZEROe adı ile tüm havacılık endüstrisine katkı sağlayacak çalışma gerçekleştirmiştir.

Havacılık endüstrisinin karbon emisyonlarını azaltmak amacıyla üç yeni uçak modeli piyasaya sürmüştür. Bunlar turboprop, turboprop ve bütünleşik kanat gövde konseptidir (Airbus, ZEROe). Hidrojen yakıtının kullanıldığı üç model, hidrojenin motorda yanması sonucunda su buharının ortaya çıkma prensibiyle çalışmaktadır. (Airbus, ZEROe).



Resim 3. Airbus ZEROe

Kaynak: (Airbus, ZEROe)

Resim 3'te görüldüğü üzere, Turboprop tasarımı, 100'den az yolcu kapasitesine sahip olması beklenmekte olup hidrojenle çalışan iki hibrit motor kullanılmıştır. Kısa menzile sahip olması nedeni ile kısa mesafeli uçuşlar için kullanılması uygun görülmektedir. Özellikle bölgesel yolcu taşımacılığında tercih edilmesi olasıdır.

Turbofan ve Bütünleşik Kanat Gövde tasarımlarında maksimum 200 yolcu kapasitesiyle geniş bir gövde yapısına sahiptir. Turboprop tasarımında olduğu gibi hidrojen yakıtı kullanılmaktadır. Yaklaşık 3600 km menzile sahip olan uçaklarda sıvı hidrojenin arka basınç bölmesindeki tanklarda depolanması ve kıtalararası yolcu taşımacılığında kullanılması planlanmaktadır (Yılmaz, 2020[Video]).

Airbus, üç konseptli uçaklarını 2035 yılına kadar hizmete sunmayı planlamaktadır (Boarding Info, Hidrojenle Çalışan Yolcu Uçakları Dönemi).

3.2.1.2 Fello Fly

Airbus tarafından yakıt emisyonunu azaltan Fello Fly konsepti, göçmen kuşların uçuşundan esinlenilmiştir (**Resim 4**). Lider bir uçağın uçuşuyla kaybedilen enerji, takip eden başka bir uçak yarattığı liderin yarattığı yumuşak hava akımında uçarak enerjiyi geri kazanacak ve böylece uzun mesafeli uçuşlarda emisyonlar önemli ölçüde azalacaktır (EUROCONTROL, Airbus Fello Fly: Reducing Fuel Consumption up to 10%). 2016 yılında bir A380 uçağı ve takipçisi olarak bir A350 uçağı ile ilk uçuş testlerini gerçekleştirmiştir (Airport Industry Review, Flying Information: Inside The Airbus Fello'fly Project). Airbus, %10'un üzerinde anlık yakıt tüketimini, geniş gövdeli uçuşta ise yakıt tüketimini yaklaşık %5 azaltmıştır (**Resim 4**).



Resim 4. Fello'Fly

Kaynak: (Airbus, fello'fly)

3.2.1.3 Havacılık Yakıtı Kullanan İlk Dar Gövdeli Uçak

Dar gövdeli uçak (Narrow Body), tek bir koridorun iki yanında 2 ila 6 koltuk bulunan uçaklardır (Wikipedi, Dar Gövdeli Uçak).

%100 sürdürülebilir havacılık yakıtı ile çalışan Airbus A319neo, Fransa'nın Toulouse şehri üzerinde uçuşunu gerçekleştirmiştir (Haber Aero, 2021, A319neo İlk Kez Yüzde 100 Biyoyakıtle Uçtu). A319neo, yemeklik ve atık yağlardan oluşan yakıt ile çalışan dar gövdeli bir uçağın ilk uçuşudur.

3.2.1.4 Airbus 380

Airbus'un jumbo jeti A380, Fransa'nın Toulouse kentindeki Blagnac Havalimanı'ndan %100 SAF ile ilk uçuşunu gerçekleştirdi (Haber Aero, 2022, A380 Yüzde 100 Biyoyakıtle İlk Uçuşunu Yaptı). Bu uçuş havacılık sektörünün 2050 yılına kadar karbon ayak izini sıfırlama hedefine katkıda bulunmaktadır.

3.2.2 BOEING

Boeing, havacılığın gelecek nesiller için sürdürülebilir olmasını sağlamak adına hedeflerine doğru ilerlemeler kaydetmiştir. Bu doğrultuda sürdürülebilirlikte yenilikler yaratmıştır. Boeing, sürdürülebilirlik hedeflerini sadece çevresel değil; sosyal ve ekonomik boyutta da ele almıştır.

3.2.2.1 Çevresel Sürdürülebilirlik

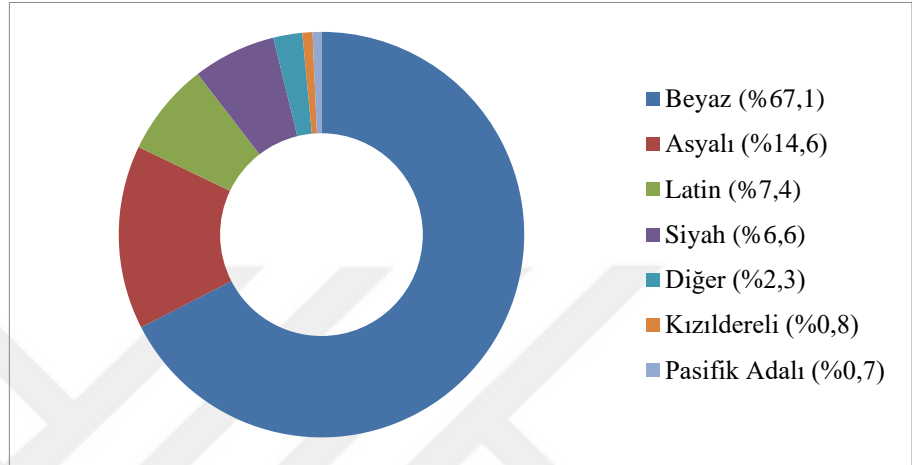
ABD merkezli uçak üreticisi Boeing, 787 Dreamliner'ın 2007 yılında tanıtımını gerçekleştirmiştir. Sürdürülebilirlik ve enerji verimliliği konusunda rakiplerini geride bırakan 787 Dreamliner, aynı boyuttaki diğer uçak modellerine göre %20 daha az yakıt harcayarak çevreye katkı sağlamaktadır (KLM Filosuna Çevre Dostu Boeing 787 Daha Ekledi, 2020). İleriki yıllarda modeli geliştiren Boeing, %50'sini plastik ve karbon fiberi gibi "kompozit malzeme" kullanarak üretmiş ve % 60 gürültü kirliliğini azaltmıştır (Air Europa's Journey Towards Sustainability in 2022). Örneğin 2021 yılının Ekim ayında Etihad Havayolları Boeing 787 Dreamliner uçuşunda karbon emisyonunu %70 oranında azaltmıştır (Sustainable Flights, Etihad Airways).

3.2.2.2 Sosyal ve Ekonomik Sürdürülebilirlik

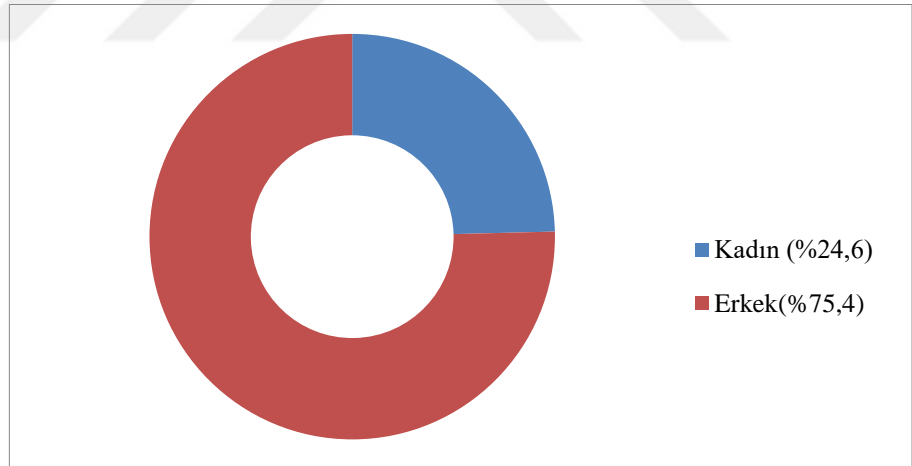
Boeing, çalışanların mesleki gelişimine önem vermektedir. Çalışanlarını sürdürülebilirlik konusunda eğitmekte ve öğrenme-gelişim rozetini kazanmaları için bir saat ayırmaları teşvik edilmektedir (The Boeing Company 2022 Sustainability Report).

Din, dil ve ırk ayrımı gözetmeksizin Boeing'de her yıl istihdamını arttırmaktadır. 2022 Yılı Sürdürülebilirlik Raporu'na göre ABD ve 65'ten fazla ülkede yaklaşık 142.000 personeli işe alma çalışmalarındaki kararlılığını sürdürmektedir (The Boeing Company 2022 Sustainability Report). Şirketteki

çalışanların ırk çeşitlilik oranları Şekil 8’de gösterilmektedir. Aynı zamanda cinsiyet eşitsizliğini göz ardı etmeyen Boeing, 2022 Sürdürülebilirlik Raporu’nda kadın ve erkek çalışanlarının şirketteki oranını açıklamaktadır (Şekil 9). 2021 yılında kadın çalışanların oranı %22,9 iken 2022 yılında 1,7 artış göstermiştir (The Boeing Company 2021 Sustainability Report).



Şekil 8. Boeing Çalışanlarının Irk Dağılımı



Şekil 9. Boeing Çalışanlarının Cinsiyet Dağılımı

Kaynak: (The Boeing Company 2022 Sustainability Report)

Sosyal sorumluluk projeleri kapsamında Boeing, 2021 yılında topluluklara 187 milyon doların üzerinde yatırım yapmış ve Boeing çalışanları 290.000 saat gönüllü katkıda bulunmuştur (The Boeing Company 2022 Sustainability Report).

3.3 CORSIA

Uluslararası Havacılık için Karbon Dengeleme ve Azaltma Programı (CORSIA), havacılığın iklim değişikliği üzerindeki etkisini azaltmak, uluslararası uçuşlar için CO2 emisyonlarını düşürmek ve karbon piyasasından emisyon birimleri ile dengelemek amacıyla oluşturulan karbon dengeleme ve karbon azaltma planıdır (Federal Aviation Administration, Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation). Karbon emisyonlarının azaltılması ve sürdürülebilir kalkınmanın öncüsü Avrupa Birliği (AB)'dir. Havacılıktan kaynaklı sera gazı emisyonu %2'yi oluşturmaktadır. Bu kapsamda havacılıktan kaynaklanan emisyonlarını azaltmak için Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO) ve üye devletler CORSIA'yı oluşturmuştur. Ekim 2016'da kabul edilmiş ve hedefi, 2020'den itibaren karbon nötr bir büyüme elde etmektir(Wikipedia, Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation). 1 Ocak 2023 tarihinden itibaren Türkiye'nin de yer aldığı 115 ülke CORSIA'ya katılma niyetlerini açıklamıştır (ICAO, Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation). Türkiye, CORSIA programına 2016 yılında Avrupa Sivil Havacılık Konferansı Bratislava Deklarasyonu ile katılmıştır (Soysal, 2019).

Denkleştirme, şirketin karbon kredisi satın alarak karbon emisyonlarını dengelemesidir. Bir başka deyişle denkleştirme, bir şirket veya bireyin emisyonlarını başka bir yerde emisyon azaltımı sağlayarak finanse ederek dengede tutmasıdır (IATA, Offsetting CO2 Emissions with CORSIA). Karbon emen ağaçların dikilmesi ve sonucunda yenilenebilir enerji kaynağının üretilmesi bu krediye örnek olarak verilebilmektedir.

2019 yılından itibaren her yıl ICAO, CORSIA'ya üye havayollarının raporlama ve izleme yükümlülüklerini denetlemektedir. Her havayolu şirketi karbon emisyonu hesaplamalarını ulusal otoriteye bildirmektedir. ICAO, bu verilerle sektörel emisyon büyümeyi tespit etmektedir.

CORSIA Programının uygulanması 3 aşamadan oluşmaktadır (**Tablo 5**). Pilot aşama, 2021-2023 yıllarını kapsayan gönüllülük esasına dayanan devletler yer almaktadır. Tüm uluslararası havayolları karbon emisyonlarındaki artışların dengelemesi için karbon ofsetleri satın almaya başlayacaktır. 1. Aşama 2024-2026

yılları arasında gönüllü olan devletlerin yer aldığı ve pilot aşamanın devamı niteliğindedir. Son olarak 2027-2035 yıllarını kapsayan 2. Aşama ise belirli kriterleri olan devletlerin katılımının zorunlu olduğu aşamadır.

Tablo 5. CORSIA Uygulama Aşamaları

Aşamalar	Zaman Dilimi	Katılım
Pilot Aşama	2021-2035	Gönüllü
1.Aşama	2024-2026	Gönüllü
2.Aşama	2027-2035	Zorunlu

Kaynak: (Strouhal, 2020:25)

3.4 Karbon Akredite Programı (KAP)

Havayolları için uygulanan sürdürülebilirlik uygulamaları Karbon Akredite Programı ile havaalanları içinde uygulanmaktadır. KAP, Uluslararası Havalimanı Konseyi (ACI) tarafından havalimanları için hazırlanmış küresel sertifikasyon programıdır (Özler ve Göktaş, 2017:4). 6 sertifikasyon seviyesi sayesinde havalimanlarındaki karbon emisyonlarının azaltılmasına katkı sağlamaktadır.



Resim 5. 6 Sertifikasyon Seviyesi

Kaynak: (ACI, Airport Carbon Accreditation)

Sertifikasyon seviyeleri; haritalama, azaltma, optimizasyon, nötrleme, dönüşüm ve geçiş (dengeleme) adımlarından oluşmaktadır (**Resim 5**).

3.4.1 Seviye 1 Haritalama: Havalimanı emisyon kaynaklarının yıllık bazda belirlenmesini ve hesaplanmasını sağlayan ilk seviyedir. Şu anda dünya çapında karbon ayak izlerini haritalamak için sertifikalı 145 havaalanı vardır (ACA, Accredited Airports).

3.4.2 Seviye 2 Azaltma: Karbon ayak izinin azaltılmasını sağlayan ve kanıtlar sunan seviyedir. 136 havalimanı, karbon emisyonlarını aktif olarak azaltmaktadır (ACA, Accredited Airports).

3.4.3 Seviye 3 Optimizasyon: 3. Seviye olan optimizasyon, paydaşların eylemlerini kapsayacak şekilde karbon emisyonunu azaltmayı sağlamaktadır. Burada paydaşlardan kasıt, yer hizmetleri, catering şirketleri vb. tarafları içermektedir. Dünya çapında 82 havalimanı optimizasyon seviyesindedir (ACA, Accredited Airports). 82 havalimanının karbon ayak izini azaltmak için paydaşlarla işbirliği halinde olduğunu kanıtlamaktadır.

3.4.4 Seviye 4 Nötrleme: Havalimanlarındaki karbon emisyonları seviye 4 ile nötrlüğe ulaşmaktadır. Karbon nötrlüğü, şimdiye kadar 44 havalimanı tarafından sağlanmıştır (ACA, Accredited Airports).

3.4.5 Seviye 5 Transformasyon: Transformasyon yani dönüşüm, Paris Anlaşması'nın hedeflerini gözeterek uzun hedefli karbon emisyonlarının yönetim stratejilerini belirlemektedir. Bu seviyede karbon emisyonlarının azaltıldığına dair tarafların kanıt göstermesi gerekmektedir. Akredite edilmiş 4 havalimanı bulunmaktadır (ACA, Accredited Airports).

3.4.6 Seviye 6 Geçiş (Dengeleme): Bir havalimanının Seviye 6'ya ulaşması, karbon emisyon yönetiminin küresel iklim için belirlenen hedeflerle uyumlu olduğu ve artık emisyonları telafi etmek için birinci sınıf karbon kredileri kullandığı anlamına gelmektedir. Şu anda dünyada bu seviyeye ulaşmış 34 havalimanı vardır (ACA, Accredited Airports).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

HAVAYOLU ŞİRKETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UYGULAMALARININ TÜKETİCİNİN SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ

4.1 Araştırmanın Amacı

Nesiller anlamında tüketici kompozisyonu incelendiğinde X kuşağının emekli olduğu ya da emeklilik yaşına yaklaştığı düşünülmektedir. Diğer taraftan Y ve Z kuşakları ise iş hayatına atılmış gelire sahip olan harcama potansiyeli yüksek jenerasyonları temsil etmektedir. Bu anlamda tezin amacı pazarda hâkim müşteri grubu olan X,Y ve Z kuşaklarının sürdürülebilir havacılık uygulamalarını kabul etmesi ve benimsemesini etkileyen unsurların belirlenmesidir. Ayrıca havayolu şirketlerinin tüketici davranışlarını etkileyen boyutların kuşaklar arasında fark gösterip göstermediği incelenmektedir.

Son yıllarda artan nüfusun bilinçsiz tüketimi, atıkların doğaya bilinçsizce bırakılması gibi etkenler çevre kirliliğini arttırmaktadır. Çok sayıda terminal ve piste sahip havalimanları ile çok fazla büyüklük ve sayıda uçaklara sahip havayolu şirketleri sürdürülebilirliğe karbon salınımı, atık, gürültü vb. anlamda olumsuz etkiler vermektedir. Bu açıdan sürdürülebilir havacılık uygulamalarının tüketicilerin satın alma davranışına hangi unsurlarla etki ettiğinin belirlenmesi havacılık endüstrisi aktörlerine yol gösterecektir.

4.2 Araştırmanın Önemi

Birleşmiş Milletler üye devletleri 2015 yılında sürdürülebilir kalkınma için 2030 ajandasını onaylamıştır. Bu ajanda 17 sürdürülebilir kalkınma hedefini içinde barındırmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden biri de sorumlu üretim ve tüketimdir. İklim değişikliğine etkisi bulunan havayolu şirketlerinin ve havalimanlarının sorumlu üretim anlamında sürdürülebilirlik uygulamalarına sahip olmaları gerekmektedir. Aynı zamanda bilinç seviyesi yüksek yeni nesillerin sorumlu tüketim davranışlarını destekleyecek değişkenlerin belirlenmesi, bunların formüle edilmesi ve modellenmesi büyük önem arz etmektedir. Bu anlamda çalışma havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarını etkileyen faktörler X, Y ve Z kuşakları gözetilerek belirlenecek ve sürdürülebilirliğin üçlü sacayağının (çevresel, ekonomik ve sosyal), havacılıkta da belirleyici bir unsur olarak ortaya çıkıp çıkmadığı tespit

edilecektir.

4.3 Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının X, Y ve Z kuşaklarının satın alma davranışını belirleyen unsurları araştırmak amacıyla nitel ve nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel yöntem, gözlem ve görüşme gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı araştırma türüdür. Bu çalışmada, problemin en açık ve ayrıntılı bir biçimde araştırılması, açıklanması ve sürdürülebilirlik havacılık uygulamaları ile ilgili değişkenleri belirlemek amacıyla nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

İlk olarak havayolu şirketlerinin üst düzey yöneticileri ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşmenin gerçekleştirilme amacı, keşfedilmemiş bilgileri ortaya çıkarmak için açık uçlu soruların sorgulayıcı bir şekilde sorulduğu, yüze yüze veya birebir yapılan veri toplama tekniğidir (Tekin, 2006:101). Dünyanın en büyük havayolu şirketlerinden birinin pazarlama müdürü ile gerçekleştirilen derinlemesine görüşme sonucunda sürdürülebilir havacılık yakıtı, cinsiyet eşitliği, gürültü, sosyal sorumluluk projeleri, katı atıkların ayrıştırılarak toplanması ve geri dönüştürülmesi gibi sürdürülebilir havacılık uygulamaları ön plana çıkmaktadır. Tarifeli ve tarifesiz uçuşlar gerçekleştiren bir havayolu şirketinin genel müdürü ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme sonucunda topluma istihdam yaratması ve sürdürülebilir havacılık yakıtı gibi sürdürülebilir havacılık uygulamaları ön plana çıkmıştır. Uzakdoğu'da faaliyet gösteren havayolu şirketlerinden biri ile yapılan derinlemesine görüşmede sürdürülebilir havacılık uygulamaları ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ve cinsiyet eşitliği değişkenlerine ulaşılmıştır. Tam hizmet sağlayıcı havayolu şirketi ile yapılan derinlemesine görüşmede sürdürülebilir havacılık uygulamaları ile ilgili sürdürülebilir havacılık yakıtı, kompozit materyal kullanımı, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, katı atıkların ayrıştırılarak toplanması ve geri dönüştürülmesi değişkenlerine ulaşılmıştır. Kargo taşımacılığı gerçekleştiren havayolu şirketi genel müdürü ile görüşme sağlanmıştır. Görüşme sonucunda katı atıkların ayrıştırılarak toplanması ve geri dönüştürülmesi, sürdürülebilir havacılık yakıtı gibi sürdürülebilir havacılık uygulamaları ile ilgili değişkenler ön plana çıkmıştır.

Ardından X, Y ve Z kuşakları ile dört odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmesi, farklı gruplara mensup kişiler arasındaki benzerlik ya da farklılıklarını anlamaya çalışan ve birden fazla katılımcının yer aldığı görüşmelerdir (Gülcan, 2021:97). Z kuşağı ile yapılan 1.odak grup görüşmesi; 21-23 yaş aralığını kapsamakta, 3 kadın ve 1 erkekten oluşmaktadır. Sürdürülebilir havacılık uygulamaları ile ilgili kadın erkek eşitliği, sürdürülebilir havacılık yakıtı ve katı atıkların geri dönüştürülmesi gibi değişkenler görüşme sonucunda ön plana çıkmıştır. Z kuşağı ile yapılan 2.odak grup görüşmesi; 21-23 yaş aralığını kapsamakta ve 4 erkekten oluşmaktadır. Sürdürülebilir havacılık uygulamaları ile ilgili daha az gürültü yaratan apron ekipmanlarının kullanılması, katı atıkların ayrıştırılması ve kurumsal sosyal sorumluluk projeleri gibi değişkenler görüşme sonucunda ön plana çıkmıştır. Z kuşağı tüketicilerin yarısından fazlası şeffaflık ilkesi ve makul ücretler göz önüne alınarak sürdürülebilir havacılık uygulamalarını benimseyen havayolu şirketlerinin biletlerine fazla ücret ödemeyi tercih etmektedir. Y kuşağı ile yapılan 1.odak grup görüşmesi; 28-38 yaş aralığını kapsamakta, 3 kadın ve 1 erkekten oluşmaktadır. Gerçekleştirilen görüşmeye istinaden sürdürülebilir havacılık yakıtı, topluma istihdam sağlanması, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ve cinsiyet eşitliği gibi sürdürülebilir havacılık uygulamaları ön plana çıkmıştır. Y kuşağı ile yapılan 2.odak grup görüşmesi; 27-30 yaş aralığını kapsamakta, 3 kadın ve 1 erkekten oluşmaktadır. Sürdürülebilir havacılık uygulamaları ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, cinsiyet eşitliği, katı atıkların ayrıştırılarak toplanması ve geri dönüştürülmesi değişkenler görüşme sonucunda ön plana çıkmıştır.

Gerçekleştirilen görüşmeler yazılı hale getirilerek frekansı yüksek olanalar kodlanmıştır. 41 adet değişken elde edilmiş ve bu değişkenler uzman görüşünden yararlanılarak akademisyenlere sorulmuştur (**Ek 2**). Uzman görüşünden elde edilen bilgilerle 4 değişken çıkarılmıştır. Sonrasında nitel araştırmada elde edilen bulgulara göre 38 adet değişken belirlenmiş ve söz konusu kuşaklarda yer alan tüketicilerden 255 çevrimiçi anket toplanmıştır. Ayrıca Türkiye’de havayolu sektöründeki sürdürülebilirlik uygulamalarını araştırmak için Gelirli ve Yaşar (2021), Alemayehu ve Brocke (2011) çalışmalarından yararlanılmıştır. Toplanan veriler önce Keşifsel Faktör Analizine tabii tutulmuştur. Sonrasında Güvenilirlik testi ve MANOVA analizi uygulanmıştır. Bu analizlerde %95 güven aralığı tercih edilmiştir.

Tablo 6. Araştırma Kapsamında Test Edilecek Hipotezler

H1₀	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının niyet ve davranış boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermemektedir.
H1₁	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının niyet ve davranış boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermektedir.
H2₀	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının çevresel boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermemektedir.
H2₁	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının çevresel boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermektedir.
H3₀	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının ekonomi boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermemektedir.
H3₁	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının ekonomi boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermektedir.
H4₀	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının sosyal boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermemektedir.
H4₁	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının sosyal boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermektedir.
H5₀	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının kompozit boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermemektedir.
H5₁	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının kompozit boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermektedir.
H6₀	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının gürültü boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermemektedir.
H6₁	Sürdürülebilir havacılık uygulamalarının gürültü boyutu kuşaklar arasında anlamlı bir fark göstermektedir.

4.4 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

- Bu çalışmanın sınırlılıklarından biri İstanbul ilinde yaşayan tüketiciler üstünde uygulanmış olmasıdır.
- Araştırma, Türkiye’de 1965-1980 (X Kuşağı), 1981-1996 (Y Kuşağı) ve 1997 ve sonrası (Z Kuşağı) doğan bireylerle sınırlıdır.
- Araştırma, sürdürülebilir tüketim hakkında bilgi sahibi olan bireylerle sınırlıdır.

4.5 Araştırmanın Problemi

Yerleşik iş ve üretim anlayışları sebebiyle dünya üstündeki sınırlı kaynakların mantıksızca kullanılması kaynakların tükenmesine, karbon emisyonu salınımlarının artmasına sebep olmuş ve bunlar da iklim değişikliğini tetiklemiştir. Ayrıca şirketlerin mevcut üretim anlayışları toplumlarda gelirin adaletsiz bir şekilde dağılmasına yol açmış ve sosyal adaletsizliğe de sebebiyet vermiştir.

Her ne kadar havacılık faaliyetleri sebebiyle ortaya çıkan karbon salınımı miktarı % 2 seviyesinde olsa da havayolu şirketlerinin operasyonel faaliyetlerinin iklim değişikliği üzerinde geri döndürülemez etkileri bulunmaktadır. Bu anlamda havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarına geçmesi zorunluluk arz etmektedir. Bu doğrultuda tezin sorunsal havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının tüketicilerce kabul edilmesi ve benimsenmesini sağlayacak unsurların belirlenmesidir.

4.6 Tüketicilerin Satın Alma Davranışını Etkileyen Sürdürülebilirlik Havacılık Uygulamalarının Boyutlarının Belirlenmesi

4.6.1 Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların anketteki cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim durumu ve kuşaklara göre dağılımları Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	115	45.1
Erkek	140	54.9
Toplam	255	100

Tablo 6’da görüldüğü üzere kadınların oranı %45.1 erkeklerin oranı ise %54.9’dur. Ankete katılan kişilerin kuşaklara göre dağılımı Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların Kuşaklara Göre Dağılımı

Kuşaklar	Frekans	Yüzde
X (1965-1980)	80	31.4
Y (1981-1996)	108	42.4
Z (1997 ve sonrası)	67	26.3
Toplam	255	100

Ankete katılanların kuşak dağılımlarına bakıldığında %31.4’ün X kuşağında, %42.4’ün Y kuşağında ve %26.3’ün Z kuşağında olduğu Tablo 7’de görülmektedir. Ankete katılan kişilerin gelir düzeylerini gösteren değerler Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Gelir Düzeyi Dağılımı

Gelir	Frekans	Yüzde
0-8.000	30	11.8
8.001-16.000	61	23.9
16.001-24.000	79	31.0
24.001-30.000	16	6.3
30.001 ve üzeri	69	27.1
Toplam	255	100

Tablo 8 katılımcıların hane gelirine göre dağılımını göstermektedir. Katılımcıların en büyük bölümü %31,0 ile 16.001-24.000 TL arasında gelir elde ederken, ikinci büyük bölümü %27,1 ile 31.000 TL ve üzerinde gelir sahibidir. Katılımcıların eğitim durumları ise Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 10. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Lise	33	12.9

Lisans	153	60.0
Yüksek lisans-Doktora	69	27.1
Toplam	255	100

Tablo 9’da görüldüğü üzere katılımcıların en büyük kısmını %60.0 ile lisans, ikinci büyük kısmını ise %27,1 ile yüksek lisans-doktora mezunları oluşturmaktadır.

4.6.2 Faktör Analizi ve Sonuçları

Verilerin normal dağılıma uyumunu test etmek için öncelikle eksik verilerin olup olmadığına kontrol edilmiştir. Normal dağılımın sağlanması için p değerlerin 0.05’in altında olması gerekmektedir. Bu çalışmadaki 38 değişkenin normallik değeri Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk ile test edilerek belirlenmiştir (p=0.00).

Faktör analizi, birlikte hareket eden çok sayıda değişkeni gruplayarak daha az sayıda ve daha anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) ortaya çıkarmayı hedeflemektedir (Büyüköztürk, 2002:472). Bu çalışmada 38 sorudan oluşan ölçeğin alt boyutlarını tespit etmek amacıyla Keşifsel Faktör Analizi uygulanmıştır. Bu çalışmada faktör analizinde eğik döndürme yöntemlerinden Promax yöntemi kullanılmıştır. Veri setinin faktör analizine uygunluğunun tespit edilmesi için Kaiser-Meyer-Okin (KMO) testi kullanılmıştır. KMO oranının (0.5)’in üzerinde olması gerekir. KMO oranı ne kadar büyükse veri setinin faktör analizi yapmak için uygunluğu artacaktır. KMO değerleri ve yorumlarına Tablo 10’da yer verilmiştir (Kalaycı, 2006: 322)

Tablo 11. KMO Değerleri ve Yorumları

KMO Değeri	Yorum
0.90	Mükemmel
0.80	Çok iyi
0.70	İyi
0.60	Orta
0.50	Zayıf

0.50'nin altı	Kabul edilemez
---------------	----------------

Kaynak: (Kalaycı, 2006)

Bu çalışmada KMO değeri .931 ile çok yüksek bir seviyeye ulaşmış ve Bartlett's küresellik testi de 0.05'ten düşük bir sonuç vermiştir. Bu da değişkenler arasında kuvvetli bir korelasyon olduğunu ve veri setinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Değişkenlerin ve faktörlerin nasıl ilişkili olduğunu açıklayan katsayıya faktör yük değeri denir. Faktör yük değerlerinin ne kadar olması gerektiği literatürde farklı görüşlere sahip olsa da 0.30'dan büyük olanlar minimum, 0.40'tan büyük olanlar önemli, 0.50'den yüksek olanlar ise anlamlı kabul edilmektedir (Hair vd., 1998). Bu çalışmada faktör yükü 0.40'ı aşan değerler analizinde tutulmuştur. Analiz 7 boyuttan oluşmakta ve toplam varyansın %65.26'sını oluşturmaktadır. Yapılan faktör analizi sonucunda, ölçekte yer alan 28 no'lu değişkenin "havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının (biyo-dizel yakıtlı uçak ve plastiklerin geri dönüşümü vb.) pazar paylarını artırmaktadır.", 4 no'lu değişkenin "online rezervasyonlarda biyo-dizel ve hidrojen yakıtı (SAF) kullanan uçakların opsiyonel olarak sunulması çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.", 11 no'lu değişkenin "havayolu şirketlerinin geri dönüştürülmüş materyallerden yapılan uçak ve motor parçalarını tercih etmesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır." faktör yükünün olmadığı tespit edilmiştir. Söz konusu değişkenler analizden çıkarılmıştır. Aynı zamanda "kullanılmayan uçakların ve malzemelerinin sanat vb. alanlarda tekrar kullanılması çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır." 22 no'lu değişkeninin çevresel boyutta yer alması gerekirken sosyal boyutta olduğu belirlenmiş ve analizden çıkarılmıştır. 35 no'lu değişken "sürdürülebilir havacılık yakıtını (biyo-dizel, hidrojen vb.) kullanan havayolu şirketlerinin biletlerine (örneğin %5-10) daha fazla ödemeye razıyım." iki anlamsız değişken ile aynı boyutta toplanmıştır. Faktör yüklerinin olmadığı ve anlamsız olan tüm değişkenler sırasıyla çıkarılarak son bir faktör analizi yapılmıştır. Ölçekteki diğer değişkenlerin faktör yükleri 0,40 seviyesinin üzerinde olduğu için analize dâhil edilmiştir. Yapılan son analizde KMO değeri ,928 olarak bulunmuş ve veri setinin faktör analizine uygunluğu tespit edilmiştir. Bu faktör analizi sonucunda 6 boyut ortaya çıkmış ve toplam açıklanan varyansın %65.70'ini oluşturmuştur. Alt boyutlardan olan birinci boyut "niyet ve davranış", toplam varyansın %40.43'ünü,

ikinci boyut “çevresel” %9.00’ını, üçüncü boyut “sosyal” %5.13’ünü, dördüncü boyut “ekonomik” %4.60’ını, beşinci boyut “kompozit” %3.44’ünü ve altıncı boyut “gürültü” %3.07’sini açıklamaktadır. Bu ölçeklere ilişkin faktör yükleri, açıklanan toplam varyans oranları, güvenilirlik katsayıları ve KMO Testine ait bilgiler Tablo 11’de gösterilmektedir.

Tablo 12. Keşifsel Faktör Analizi Tablosu

FAKTÖRLER (α=Cronbach’s Alpha)	FAKTÖR YÜKLERİ
Niyet ve Davranış (Açıklanan Varyans= %40.43, α= .936)	
Gelecekte çevreye daha az zarar veren havayolu şirketlerini tercih edeceğim.	0.942
Gelecekte topluma çevresel, sosyal ve ekonomik katkı sağlayan havayolu şirketlerini tercih edeceğim.	0.870
Gelecekte sürdürülebilir uygulamaları hayata geçiren havayolu şirketlerinin biletlerini satın almayı planlıyorum.	0.839
Sürdürülebilir havacılık yakıtını (biyo-dizel, hidrojen vb.) kullanan havayolu şirketlerinin biletlerini satın almayı tercih ederim.	0.834
Cinsiyet eşitliğine önem veren havayolu şirketlerinin biletlerini satın alırım.	0.784
Sivil toplum kuruluşlarının sosyal sorumluluk projelerine (LÖSEV vb.) katkı sağlayan havayolu şirketlerinin biletlerini satın alırım.	0.756
Çalışanlarına annelik ve babalık izni veren havayolu şirketlerinden bilet satın alırım.	0.724
Karbon ayak izinin takibini mümkün kılan havayolu şirketlerinden bilet almayı tercih ederim.	0.695
Gelecekte kadın erkek eşitliğini gözeterek istihdam yapan havayolu şirketlerinin biletlerini satın almayı tercih edeceğim.	0.631

Çevresel (Açıklanan Varyans= %9.00, $\alpha=907$)

Havalimanı operasyonlarında güneş enerjisi kullanan havayolu şirketleri karbon emisyonunu azaltarak çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.846

Havalimanı operasyonlarında yağmur suyu kullanan (bahçe, tuvalet vb.) havayolu şirketleri çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.827

Havalimanı operasyonlarında rüzgâr enerjisini kullanan havayolu şirketleri karbon emisyonunu azaltarak çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.767

Havayolu şirketlerinin daha az karbon salınımına sahip gövdelerle filosunu yenilemesi çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.727

Havalimanında kirli suları arıtarak kullanan (bahçe, sulama vb.) havayolu şirketleri çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.718

Havayolu şirketlerinin atık suları arıtarak tekrar kullanması iklim değişikliğiyle mücadelede önemli bir adımdır. 0.701

Havayolu şirketlerinin, organik, plastik, cam vb. gibi atıkları ayrıştırması çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.696

Havayolu şirketlerinin tek kullanımlık ekipmanları (plastik çatal, bıçak, tabak, kaşık ve battaniye) geri dönüştürmesi çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.689

Yolcu başına düşen karbon salınımını azaltan havayolu şirketleri çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.633

Havayolu şirketlerinin uçaklarında sürdürülebilir havacılık yakıtı (biyo-dizel yakıt, hidrojen yakıtı vb.) kullanması çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.618

Havayolu şirketlerinin ikramlarında tekrar kullanılabilen malzemeler (metal ya da porselen çatal, tabak, kaşık) kullanması çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.463

Sosyal (Açıklanan Varyans= %5.13, $\alpha=.836$)

Din, dil, ırk ayrımı gözetmeksizin personel çalıştıran havayolu şirketleri sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. 0.846

Havayolu şirketlerinin cinsiyet eşitliği çerçevesinde istihdam yapması sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	0.831
Havayolu şirketinin çalışanlarına yönelik sürekli eğitimler düzenleyerek yetkinliklerini geliştirmesi sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	0.612
Çalışanlarına annelik ve babalık izni veren havayolu şirketleri sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	0.604
Havayolu şirketlerinin sosyal sorumluluk projelerine (ağaç dikimi, okul inşası vb.) destek vermesi sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	0.595
Ekonomik (Açıklanan Varyans= %4.60, α=.786)	
Havayolu şirketleri topluma iş imkânı yaratarak ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	0.414
Havayolu şirketlerinin istihdam yaratması toplumdaki gelir eşitsizliğini azaltmaktadır.	0.928
Havayolu şirketlerinin istihdam yaratması ülke refahına katkı sağlamaktadır.	0.803
Havayolu şirketlerinin sürdürülebilir uygulamaları tercih etmesi ekonomik verimliliklerini artırmaktadır.	0.556
Kompozit (Açıklanan Varyans= %3.44, α=.818)	
Havayolu şirketlerinin uçakları hafifleten kompozit materyal (mikrofiber plastik alaşım) kullanması çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	0.863
Havayolu şirketlerinin kompozit/plastik malzemeden üretilen hafif uçakları tercih etmesi sürdürülebilir havayolu imajına katkı sağlamaktadır.	0.858
Gürültü (Açıklanan Varyans= %3.97, α=.797)	
Havayolu şirketlerinin daha az gürültülü uçakları tercih etmesi çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	0.802
Havayolu şirketlerinin daha az gürültü yayan apron ekipmanları (yolcu merdiveni vb.) ve apron araçları (otobüs vb.) kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	0.749
Toplam Açıklanan Varyans (%) 65.70	
KMO .928	

Bartlett Küresellik Testi Ki kare 5540.804

df 528

p değeri 0.000

4.6.3 Güvenilirlik

Faktör Analizi, verilerdeki değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. Faktör Analizi sonrasında yapılması gereken bir işlem de her bir alt boyutun güvenilirliğinin sayısal olarak tespit edilmesidir. Güvenilirlik, bir alt boyutun tutarlılık derecesini gösteren bir katsayıdır ve 0 ile 1 arasında değişir. Güvenirlilik düzeyi 1'e yaklaştıkça tutarlılık artmaktadır.

Ölçeklerin güvenilirliklerini test etmek için bu çalışmada Cronbach's Alpha değeri kullanılmıştır. Güvenilirlik düzeyi, ölçeğin iç tutarlılığını, yani ölçeğin maddelerinin doğru bir şekilde ölçüldüğünü göstermektedir. Güvenilirlik düzeyinin 0,70 ve üstü olması ölçeğin güvenilir olduğunu gösterirken, soru sayısı az olan ölçeklerde bu sınır 0,60 değerinden büyük olmalıdır (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2016:89). Bu araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik düzeyleri Tablo 11'de yer almaktadır. Niyet ve satın alma davranışı için güvenilirlik düzeyi .936, çevresel boyut için .907, sosyal boyut için .836, ekonomik boyut için .786, kompozit boyut için .818 ve gürültü boyutu için .797 olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenilirliği bütün güvenilirlik düzeyleriyle desteklenmektedir.

4.6.4 Çok Değişkenli Varyans Analizi (MANOVA) ve Sonuçları

Havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının X, Y ve Z kuşakların satın alma davranışına göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için çok değişkenli varyans analizi (MANOVA) yapılmıştır. Karşılaştırılan her bir grubun (X, Y ve Z) gözlem sayısı farklı olduğu için Scheffe karşılaştırma testi uygulanmıştır. Yapılan analizde tüm boyutlar için ön şart sağlanmış ve MANOVA analizindeki anlamlılık düzeyi 0.05'ten küçük olanların kuşaklara göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

Bu analiz sonucunda X, Y ve Z kuşakların havayolu şirketlerinin sosyal, kompozit, gürültü, niyet ve satın alma davranışlarına göre bir fark olmadığı, X, Y ve Z kuşakların sadece havayolu şirketlerinin çevresel ve ekonomik uygulamalarının ($p=0.050$ ve $p=0.007$) satın alma davranışı açısından farklılaştırıcı bir etken olduğu sonucuna ulaşılmıştır (**Tablo 12**). Çevresel boyutun anlamlılık skoru Z kuşağı lehine daha fazla yığılım göstermektedir. Aynı zamanda ekonomik boyutun anlamlılık skorunda da Z kuşağının daha fazla ağırlık verdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Böylelikle niyet ve davranış boyutu için araştırmanın ilk hipotezi olan **H1₀** kabul edilmiş, **H1₁** reddedilmiştir ($p<0.05$). Çevresel boyut için araştırmanın ikinci hipotezi olan **H2₀** reddedilmiş, **H2₁** kabul edilmiştir. Ekonomi boyutu için araştırmanın üçüncü hipotezi olan **H3₀** reddedilmiş, **H3₁** kabul edilmiştir. Sosyal boyutu için araştırmanın dördüncü hipotezi olan **H4₀** kabul edilmiş, **H4₁** reddedilmiştir. Kompozit boyutu için araştırmanın dördüncü hipotezi olan **H5₀** kabul edilmiş, **H5₁** reddedilmiştir. Gürültü boyutu için araştırmanın son hipotezi olan **H6₀** kabul edilmiş, **H6₁** reddedilmiştir. Araştırmada sürdürülebilir havacılık uygulamalarının çevresel ve ekonomik boyutları kuşaklar arasında anlamlı bir fark gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 13. MANOVA Analizi

	Anlamlılık düzeyi (p)	Kuşaklara Göre Anlamlılık Düzeyi
Niyet ve Davranış	0.280	X 4.1056 Y 4.2500 Z 4.2521
Çevresel	0.050	X 4.2705 Y 4.1709 Z 4.4030
Ekonomik	0.007	X 3.8656 Y 4.1204 Z 4.2015
Sosyal	0.083	X 4.2250 Y 4.4130 Z 4.4000

Kompozit	0.351	X 3.8688
		Y 3.8750
		Z 4.0522
Gürültü	0.348	X 3.9938
		Y 3.8704
		Z 4.0672



SONUÇ VE ÖNERİLER

Havayolu taşımacılığına olan talep gün geçtikçe artmaktadır. Çünkü önemli bir taşıma yöntemi olarak modern dünyanın gereksinimlerini karşılayan havayolu taşımacılığı, insanların seyahat etme isteğini ve imkânını arttırmaktadır. Ancak bu artışın karbon salınımı, gürültü kirliliği ve biyoçeşitlilik kaybı gibi çevreye olumsuz etkileri bulunmaktadır. Havacılık sektörü bugün sürdürülebilirlik için pek çok çalışma yapmaktadır. Bu çalışmaların amacı, çevre ve topluma verilen zararın önlenmesi veya azaltılmasına yöneliktir.

Araştırmada, havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının tüketicilerce kabul edilmesi ve benimsenmesini sağlayacak unsurların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışma, havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının X, Y ve Z kuşaklarının satın alma davranışını nasıl etkilediğini Keşifsel Faktör Analiziyle ortaya çıkarmıştır. Bunları öğrenmek için önce havayolu şirketlerinin yöneticileri ile derinlemesine mülakat yapılmış daha sonra söz konusu kuşakların temsilcileri ile odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Bir sonraki aşamada tercih edilen nitel yöntemlerde elde edilen bulgular kodlanarak ankete dönüştürülmüş ve X, Y ve Z kuşağında yer alan tüketicilere çevrimiçi anket olarak uygulanmıştır. Çalışmada literatürde olduğu gibi sürdürülebilirliğin üçlü sac ayağı olan çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlar doğrulanmıştır. Ek olarak, çalışmada yer alan değişkenlere sürdürülebilirliğin kompozit ve gürültü boyutlarının eklenmesi, çalışmayı bu alanda yapılan diğer çalışmalardan ayıştırmaktadır (Alemayehu ve Kıymalıoğlu, 2018, Gelirli ve Yaşar, 2021).

Çalışmada X, Y, Z kuşaklarının sürdürülebilir havacılığı kabul etmesi ve benimsemesini sağlayacak boyutlardan biri çevresel boyuttur. Söz konusu boyuttaki değişkenler incelendiğinde güneş ve rüzgâr enerjisi kullanımı, yağmur depolama, kompozit gövde kullanımı, katı atık ayrıştırma ve sürdürülebilir havacılık yakıt unsurlarının sürdürülebilirlik anlamında ön plana çıktığı görülmüştür. Bu anlamda havayolu şirketlerinin SAF yakıtı kullanan uçakları filolarında tercih etmesi ve yaygınlaştırması doğru bir yaklaşım olacaktır. Örneğin KLM Havayolları, Amsterdam çıkışlı her uçuş için Amsterdam Schiphol Havalimanı'nda yakıt sistemine %0,1 SAF eklemektedir (KLM Royal Dutch Airlines, Sustainable Aviation Fuels). Ayrıca sürdürülebilir havacılık yakıtının üretimi anlamında ölçeğin büyütülerek maliyetlerin düşürülmesi endüstrinin önündeki büyük bir engeli

kaldıracaktır. Dolayısıyla yerel ve merkezi otoritelerin SAF'ın üretimini gerçekleştiren girişimleri maddi olarak desteklemesi doğru bir yaklaşım olacaktır.

Bir diğer unsur olarak kabinde tercih edilen tek kullanımlık plastiklerin sürekli kullanılabilir ekipmanla değiştirilmesi ya da söz konusu tek kullanımlık plastiklerin sertifikasyonlu süreçlerle geri dönüşümünün sağlanması gerekmektedir. Örnek olarak Emirates şirketi tek kullanımlık plastikleri geri dönüştürerek battaniye olarak yolcularına sunmaktadır (Emirates Havayolları, Operasyonların Sürdürülebilirliği).

Çevresel boyuttaki bir diğer unsur olarak havayolu şirketlerinin kendi ve havalimanı operasyonlarında yenilenebilir enerjiyi tercih etmesi doğru bir yaklaşım olacaktır.

Son olarak havayolu şirketlerinin kabinde ve istasyon müdürlüklerinde yaptıkları operasyonlardaki atıkları organik, plastik, cam, metal olarak ayrıştırması ve geri dönüşümünü mümkün kılması doğru bir uygulama olacaktır.

Çalışmada X, Y, Z kuşaklarının sürdürülebilir havacılığı kabul etmesi ve benimsemesini sağlayacak boyutlardan biri sosyal boyuttur. Söz konusu boyuttaki değişkenler incelendiğinde birçok ülkede faaliyet gösteren havayolu şirketlerinin çalışanlarını dil, din, ırk, yaş, cinsiyet, hareket kabiliyeti kısıtlılığı ayırt etmeksizin istihdam etmesi toplumda bahse konu farklı grupların gelir elde etmesi imkânını sağlayacaktır. Böylece kapsayıcılık politikasını benimseyen havayolu şirketleri toplum için sosyal bir fayda yaratmış olacaktır. Şöyle ki toplumun farklı kesimlerinde bulunan insanların gelir elde etmesi sağlık ve eğitim gibi temel ihtiyaçlara ulaşmaya mümkün kılacak ve toplumsal refahın artmasını sağlayacaktır.

Sosyal boyuttaki diğer unsur havayolu şirketlerinin cinsiyet eşitliği çerçevesinde istihdam yapmasıdır. Kadının ekonomik iş hayatına girişi ekonomik büyümeye yardımcı olmaktadır. Kadının gelirinin olması çocuklarını okutmasına katkı sağlamaktadır. Geliri olan kadın temek sağlık ihtiyaçlarını ve çocuklarının eğitim ihtiyaçlarını karşılayacaktır. Bu bağlamda havayolu şirketleri çalışanlarının cinsiyet ayrımı gözetmeksizin haklarını, sağlığını ve güvenliğini koruyarak adil bir işveren olmalıdır.

Havayolu şirketlerinin çalışanlarına yönelik hizmet içi eğitimler düzenleyerek yetkinliklerini geliştirmesi sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Bu anlamda havayolu şirketlerinin çalışanlarının yetkinliklerini ve kariyer gelişimlerini

destekleyerek nitelikli insan kaynağı oluşturması doğru bir yaklaşım olacaktır.

Bir diğer sosyal unsur olarak toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamaya y6nelik çalışanlarına annelik babalık izni verilmesi gerekmektedir. Havayolu şirketleri çalışanlarının aile hayatı ve iş hayatı arasında denge kurabilmeleri için annelik babalık izin hakkını tanımalı ve bu hakkın kullanımını kolaylaştırmalıdır.

Son olarak havayolu şirketleri, toplumsal sorunlara duyarlılıklarını g6stererek, evre koruma, eğitim desteği ve sosyal yardım gibi farklı alanlardaki projeleri geliştirmeli ve desteklemelidir. 6rneğin kız çocuklarını okutulması projelerine destek vermeli, TEMA ağaç dikimi ve s6rd6r6lebilir enerji projelerine katkı sağlamalıdır. B6ylelikle, sosyal konulara dikkat çekerek, toplumun s6rd6r6lebilirlik konusunda bilinçlenmesine katkıda bulunacaktır.

Çalışmada X, Y, Z kuşaklarının s6rd6r6lebilir havacılığı kabul etmesi ve benimsemesini sağlayacak boyutlardan biri ekonomik boyuttur.

S6z konusu boyuttaki unsurlardan biri havacılık sekt6r6n6n yeni iş fırsatları sunmasıdır. Havayolu şirketleri, 6zellikle de eğitim, sağlık veya gelir gibi dezavantajlı durumlarda olan insanlara uygun iş fırsatları sunarak, onlara meslek edinme ve kariyer yapma imkânları sağlayabilmelidir. B6ylelikle, toplumda gelir dağılımının daha adil olmasına ve ekonomik s6rd6r6lebilirliğin artmasına yardımcı olacaktır.

Son olarak havayolu şirketleri yeni havalimanı ve yeni şehir çiftleriyle ekonomik bir ivme yakalamaktadır. Bu durum hem havayolu sekt6r6n6n hem de 6lke ekonomisinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Yeni havalimanı ve yeni şehir çiftleri, havayolu şirketlerinin uçuş ağını genişletme, rekabet g6c6n6, yolcu ve y6k trafiğini artırmaktadır. Ayrıca, yeni havalimanı ve yeni şehir çiftleri, 6lke ekonomisine de fayda sağlamaktadır. Bunların yanı sıra istihdam ve gelir artışı yaratmakta, ticaret ve turizm faaliyetlerini desteklemektedir. B6ylelikle d6viz geliri vasıtasıyla 6lke refahını artışına yardımcı olacaktır. Yeni havalimanı ve yeni şehir çiftleri, aynı zamanda 6lkenin k6resel bağlantısını g6lendirmekte, k6lt6rel ve sosyal etkileşimi artırmaktadır.

Çalışmada X, Y, Z kuşaklarının s6rd6r6lebilir havacılığı kabul etmesi ve benimsemesini sağlayacak boyutlardan biri kompozit boyuttur.

Kompozit boyuttaki unsur, kompozit materyal kullanımudur. Bu sayede hem yakıt tasarrufu sağlanacak hem de karbon ayak izi azalacak ve çevreye verilen zarar en aza indirilecektir. Günümüz uçaklarından Boeing 787 ve Airbus A350 modellerinin %50'si kompozit malzemelerden üretilmiştir. Söz konusu uçaklar, kompozit malzemelerin avantajlarından yararlanarak daha hafif, daha verimli ve daha dayanıklı olmaktadır. Sonuç olarak, havacılık endüstrisi, uçakları daha güçlü, daha hafif, daha hızlı ve daha verimli hale getirmek için kompozit materyaller ile üretilen uçak sayısını arttırmalı ve havayolu şirketlerine bu uçakları tercih etmeleri için destek olmalıdır.

Çalışmada X, Y, Z kuşaklarının sürdürülebilir havacılığı kabul etmesi ve benimsemesini sağlayacak boyutlardan biri gürültü boyutudur. Havacılıkta gürültü, uçakların motorlarından kaynaklanan yüksek ses seviyesidir. Gürültü, çevreye rahatsızlık verici olabildiği gibi insan sağlığını da olumsuz etkilemektedir. Havacılık sektörü, gürültü kirliliğini önlemek için uçak tasarımlarını ve motor teknolojilerini sürekli geliştirmesi ve gürültüyü azaltacak önlemler alması doğru bir yaklaşım olacaktır.

Gürültü boyutundaki unsur havayolu şirketlerini daha az gürültü yayan apron ekipmanları ve apron araçlarıdır. Kullanılan apron ekipmanları ve apron araçları sayesinde çevreye verdiği zararı en aza indirecektir. Bu yüzden daha az gürültü yaratan ve daha az karbon emisyonuna sebep olan elektrikli apron ekipmanlarının ve apron araçlarının kullanılması sürdürülebilirlik açısından önemlidir. 2023 yılının nisan ayında Çelebi Yer Hizmetleri, İstanbul Havalimanı'nda ekipman filosuna 15 adet elektrikli apron otomobil eklemiştir (Tolga Özbek, Çelebi İstanbul Havalimanı'nda Elektrikli Citroen E-C4 Araç Kullanacak). Çelebi Yer Hizmetleri'nde olduğu gibi "Net Sıfır 2050" taahhüdü doğrultusunda tüm havayolu şirketleri ve havaalanları, karbon ayak izini azaltmak için bu tür çalışmalara öncelik vermeli ve hayata geçirmelidir.

Çalışmada X, Y, Z kuşaklarının sürdürülebilir havacılığı kabul etmesi ve benimsemesini sağlayacak boyutlardan biri niyet ve davranıştır.

Tüketicilerin niyet ve davranış boyutundaki unsurlar incelendiğinde, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik uygulamalarının onlar için önemli olduğu görülmektedir. Bu kapsamda havayolu şirketlerinin karbon salınımını azaltmak,

yenilenebilir enerji kaynakları kullanmak ve çevre dostu teknolojiler geliştirmek gibi adımlar atması hem sürdürülebilirliğe katkı sağlayacak hem de tüketicilerin havayolunu daha çok tercih etmesini sağlayacaktır.

Aynı zamanda havayolu şirketleri karbon ayak izinin takibini mümkün kılan uygulamalar geliştirerek, sivil toplum kuruluşlarının sosyal sorumluluk projelerine (LÖSEV vb.) destek vererek, sürdürülebilir havacılık yakıtını kullanarak ve cinsiyet eşitliği çerçevesinde istihdam yaparak tüketicilerin havayoluna olan rağbetini artıracaktır. Örneğin Air France Havayolunun Fransa'dan kalkan tüm uçuşlar için sürdürülebilir havacılık yakıtı kullanma şartı yürürlüğe girmiş ve ekonomi sınıfında 1 ila 4 avro, Business sınıfta 1,50 ila 12 avro arasında biletlerin fiyatına yansıtılmıştır (AirFrance, Reduce Our CO₂ Emissions). Aynı zamanda Air France, yolcuların sürdürülebilir havacılık yakıtı kullanım oranını yükseltmelerine yardımcı olmak için web sitesinde ek sürdürülebilir havacılık yakıtı alımına gönüllü olarak destek verme imkânı sunmaktadır.

Havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının çevreye, ekonomiye ve topluma yarattığı etkiler oldukça fazladır. Bu durum göz önüne alındığında havayolu şirketlerinin 6 boyut (çevresel, ekonomik, sosyal, gürültü, kompozit, niyet ve davranış) üzerine kurulu sürdürülebilirlik çalışmalarını gerçekteştirmesi gerekmektedir.

Çalışmada havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının çevresel ve ekonomik boyutlarının tüketicinin satın alma davranışı üzerinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda yapılan MANOVA Analizinde havayolu şirketlerinin çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik uygulamalarının Z kuşağının satın alma davranışında daha çok önem kazandığını göstermektedir. Bu kapsamda tüketicilerin atık yönetimi konusunda doğru bilgilendirme yapılması, atıkların ayrıştırılması ve geri dönüştürülebilir atıkların geri kazanılması, geri kalan atıkların ise doğru şekilde bertaraf edilmesi gerekmektedir. Diğer yandan doğal kaynakların verimli kullanılması için sürdürülebilir yöntemlerin tercih edilebilmektedir. Örneğin güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi gibi yenilenebilir enerjilerin kullanımını yaygınlaştırmak, bu yönde yapılacak adımlardandır. Aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma için genç neslin eğitimi ve doğru yönlendirilmesi de önem arz etmektedir. Doğru eğitimle birlikte sürdürülebilir kalkınma bilincinin oluşması sağlanacaktır. Havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının tüketicinin satın alma

davranışında ekonomi boyutunun anlamlı çıkması doğrultusunda yeni iş fırsatları sunan havacılık sektörü birçok insan için cazip bir seçenek oluşturmaktadır. Havayolu şirketleri, özellikle de eğitim, sağlık veya gelir gibi dezavantajlı durumlarda olan insanlara uygun iş fırsatları sunarak, onlara meslek edinme ve kariyer yapma imkânları sağlayabilmelidir. Böylelikle, toplumda gelir dağılımının daha adil olmasına ve ekonomik sürdürülebilirliğin artmasına yardımcı olacaktır.

Bu çalışma sonrasında havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının tüketicinin satın alma davranışına etkisinin modellenmesi ve X, Y, Z kuşaklarına göre çoklu grup analizi çalışmalarının yapılması literatüre katkı sağlayacaktır.



KAYNAKÇA

ACA, Accredited Airports. Erişim adresi: <https://www.airportcarbonaccredited.org/participants/all.html#tabs-2>

Acar, C. e Dincer, I. (2014). Comparative Assessment of Hydrogen Production Methods From Renewable and Non-Renewable Sources. *International Journal of Hydrogen Energy*, 39(1), 1-12.

ACI, Airport Carbon Accreditation. Erişim adresi: <https://www.aci-africa.aero/programs/airport-carbon-accreditation/>

Adıgüzel, O., Batur, Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 165–182.

Air Transport Supports 65.5 Million Jobs and \$2.7 Trillion in Economic Activity. Aviation Benefits Beyond Borders. Erişim adresi: <https://aviationbenefits.org/newswire/2018/10/air-transport-supports-655-million-jobs-and-27-trillion-in-economic-activity/>

Airbus, fello'fly. Erişim adresi: <https://www.airbus.com/en/innovation/disruptive-concepts/biomimicry/fellofly>

Airbus, ZEROe. Erişim adresi: <https://www.airbus.com/en/innovation/zero-emission/hydrogen/zeroe>

Air Europa's Journey Towards Sustainability in 2022. (2022). World Corporate Golf Challenge. Erişim adresi: <https://worldcorporategolfchallenge.com/air-europa-sustainability/>

Airport Industry Review, Flying Information: Inside The Airbus Fello'fly Project. Erişim adresi: <https://airport.nridigital.com/air-dec20/airbus-aircraft-flight-emissions#nav-area>

Air Transport Action Group, 2018. Aviation: Benefits Beyond Borders (ABBB). https://aviationbenefits.org/media/166344/abbb18_full-report_web.pdf. (Accessed 4 July 2020).

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, p. 179-211.

Akdoğan, Ç., (2018), Sorumlu Tüketim ve Üretim Hedefleri Kapsamında Sürdürülebilir Pazarlamanın Değerlendirilmesi. *Trakya Üniversitesi, / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü*, 217-228.

Akıncı, S. ve Kıymalıoğlu, A. (2018). *Pazarlama Teorileri*. 2.Baskı. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.

Alemayehu, W., ve Brocke, J. (2011). Sustainability Performance Measurement The Case of Ethiopian Airlines. *Ababa University*, 467–478

Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2006). Modern Pazarlama, 4. Basım, Değişim Yayınları, İstanbul.

Altunışık, R., vd. (2017). Pazarlamaya Giriş. 4.Baskı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Altuntuğ, Nevriye. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi 4 (1).

Amoako-Gyampah, K. ve Salam, A. F. (2004). An Extension of the Technology Acceptance Model in an ERP Implementation Environment, Information & Management, 41(6), 731–745.

Argan, M., vd. (2012). Tüketici Davranışları. 1.Baskı. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Atılgan, K. ve Koç, O. (2020). İndirim Düzeyleri ve Sosyal Sınıflar Açısından Tüketici Fiyat Algısındaki Farklılıklar Üzerine Ampirik Bir İnceleme, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7, 1075-1103.

Başpınar, A., ve Özvarış, B., Covid-19'un Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Üzerine Etkileri. Sağlık ve Toplum, 31(2), 3-13.

Bauen, A. (2020). Sustainable Aviation Fuels, Johnson Matthey Review, 64(3), 263-278.

Between Men And Women: Implications for Advertisers, Academy of Marketing Science Review, 20, 1–14.

Bilir, N., (2022), Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ve Tütün Kontrolü. Sağlık ve Toplum, 32(2), 3-12.

Boarding Info, Hidrojenle Çalışan Yolcu Uçakları Dönemi. Erişim adresi: <https://boardinginfo.com/hidrojenle-calisan-yolcu-ucaklari-donemi/>

Boz, D., ve Duran, C., ve Başköy, S., (2020), Yeşil Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketiciler Üzerindeki Etkileri, Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15(22), 1348-1372

Boztepe, A. (2012). Green Marketing and Its Impact on Consumer Buying Behavior, European Journal of Economic and Political Studies, 5(1), 5-21.

Böhringer, C. (2003). “The Kyoto Protocol: A Review and Perspectives”, Oxford Review of Economic Policy, 19/3, 451-466

Bruner, G. C. ve Kumar, A. (2005). Explaining Consumer Acceptance of Handheld Internet Devices, Journal of Business Research, 58(5), 553–558.

Bulgan, G. ve Göktaş, P. (2016). X, Y ve Z Kuşağı Engellilerinin Turizme Erişilebilirliğinin Karşılaştırılması. Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 5(1): 24-48.

Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 32, 470-483.

Cabrera, E. ve de Sousa, J.M.M. (2022). Use of Sustainable Fuels in Aviation—A Review. Energies, 15, 2440. <https://doi.org/10.3390/en15072440>

Çakır, H. Ve Kılıç, B. (2020). Turistlerin Satın Alma Gdülelerinin Klasik Tüketici Davranış Modelleri Kapsamında Değerlendirilmesi, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8(1), 645-659.

Çetin R., (2013). Kyoto Protokolü (448), 80-84.

Chaturvedi, P., Kulshreshtha, K., ve Tripathi, V. (2020). Investigating the Determinants of Behavioral Intentions of Generation Z for Recycled Clothing: An Evidence from a Developing Economy. Young Consumers, 21(4), 403-417.

Cömert, Y. ve Durmaz, Y. (2006). Tüketicinin Tatmini İle Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlere Bütünleşik Yaklaşım ve Adıyaman İlinde Bir Alan Çalışması. Journal of Yasar University, 1(4), 351-375.

Çobanoğlu, N. ve Ot N. (2011). Çevresel Biyoetik Açısından Sürdürülebilir Havaalanları. ResearchGate, 114.

Dale, A., & Newman, L. (2005). Sustainable development, education and literacy. International Journal of Sustainability in Higher Education, 6 (4), 351-362. <http://dx.doi.org/10.1108/14676370510623847>

Darıcı, B., ve Canbolat, M., (2019), Türkiye' de Bölge Planlarının Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile Uyumunun Karşılaştırılması. CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 17(2), 154-178

Davis, F.D., Bagozzi, R.P. ve Warshaw, P.R. (1989) User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models, Management Science, 35(8), 982-1003.

Desmet, p. ve Fokkinga, S. (2020). Beyond Maslow's Pyramid: Introducing a Typology of Thirteen Fundamental Needs for Human-Centered Design, Multimodal Technol. Interaction, 4(38), 2-22.

Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü, İstatistikler, Erişim adresi: <https://www.dhmi.gov.tr/Sayfalar/Istatistikler.aspx>

Dimock, M. (2019). Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins, Pew Research Center, Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

Dolan, P. (2002). The Sustainability of "Sustainable Consumption". Journal of Macromarketing, 22 (2), 170-181.

Duran, Bahar. (2018). Sürdürülebilirlik Kavramının Önemi, Karşılaşılan Sorunlar ve Şirketlerin Sürdürülebilirlik Raporlarının İncelenmesi. Muhasebe Finansman Yüksek Lisans Programı, Başkent Üniversitesi.

Durmaz, Y., vd. (2011). Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 2(1), 114-133.

Durmaz, Y., vd. (2011). Tüketici Davranışı. 1.Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.

Duygulu, S. (2018). Yeni Medya Teknolojilerinin K-Kuşağının Ebeveynleriyle Olan İletişimine Etkisi. TRT Akademi, 3 (6).

EEA (2003). “Europe’s Environment, The Third Report”, European Environment Agency, Report No:10, April, 2003.

Erbil, D. ve Babaoğul, M. Sürdürülebilir/Yeşil Tüketim Çerçevesinde Bazı Pazarlama Uygulamaları ve Tüketici Davranışları, 1-29.

Emirates, Operasyonların Sürdürülebilirliği. Erişim adresi: <https://www.emirates.com/tr/turkish/about-us/our-planet/sustainability-in-operations/>

Erciş, A., Ünal, S. ve Can, P. (2007). Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21 (2), 282-311.

Erdede, B., ve Bektaş, S., Ekolojik Açıdan Sürdürülebilir Taşınmaz Geliştirme ve Yeşil Bina Sertifika Sistemleri. Harita Teknolojileri Elektronik Dergisi, 6(1), 1-12.

Ericksen, P. J. (2008). Conceptualizing Food Systems for Global Environmental Change Research. Global Environmental Change, 18, 234–245.

Eriksen, C. ve Porsgaard, M. (2020). Sustainable Jet Fuel for Aviation. Nordic Energy Research, 15.

Erten, S. (2002). Planlanmış Davranış Teorisi İle Uygulamalı Ders İşleme Öğretim Metodu, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, 19 (2), 217-233.

EUROCONTROL, (2021). Airbus Fello Fly: Reducing Fuel Consumption up to 10%. Erişim adresi: <https://www.eurocontrol.int/article/airbus-fellofly-reducing-fuelconsumption-10>

FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. 2022. The State of Food Security and Nutrition in the World 2022. Repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable. Rome, FAO. <https://doi.org/10.4060/cc0639en>

Federal Aviation Administration, Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation. Erişim adresi: https://www.faa.gov/about/office_org/headquarters_offices/apl/aee/corsia

Fındık, E., (2013), Y Kuşağında Mobbing Algısı Üzerine Bir Araştırma, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları Yönetimi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

FMPRC. (2013). China’s Progress Towards The Milenium Development Goals 2013 Report.

Fuchs, D.A., Lorek, S . (2005), Sustainable Consumption Governance: A History of Promises and Failures, *Journal of Consumer Policy*, 28(3), 261-288.

Garipağaoğlu, N., Dinçer, F., (2022), Avrupa Birliği Turizm Politikalarının Türk Turizmine Etkilerinin Çevre ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Analizi: Marmara Denizi Müsilaj Sorunu. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 8(1): 48-61.

Gajjar, N. B. (2013). Factors Affecting Consumer Behavior, *International Journal of Research in Humanities and Social Sciences*, 1(2), 10-15.

Gedik, Y. (2020). Sosyal, Ekonomik Ve Çevresel Boyutlarla Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma. *International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Sciences*, 3(3), 197-211.

Gelirli, N ve Yaşar, Ş. (2021). Sustainability Practices In The Aviation Sector: A Study Of Turkey-Based Airlines, *Brazilian Academic Journal*, 1-11.

Glasgow İklim Paktı ve İklim Finansmanı. (2021) Erişim adresi: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/risk/COP26-zirvesi-ciktilari.pdf?ysclid=lc52vmhgn5881417257>

Godin, G. (1993). The Theories of Reasoned Action and Planned Behavior: Overview of Findings, Emerging Research Problems and Usefulness for Exercise Promotion. *Journal of Applied Sport Psychology*, 5(2), 1391-1394.

Goel, Sachin ve Sivam, Alpana (2015). “Social Dimensions In The Sustainability Debate: The Impact Of Social Behaviour In Choosing Sustainable Practices In Daily Life”, *International Journal of Urban Sustainable Development*, 7(1), 62

Gülcan, C. (2021). Nitel Bir Veri Toplama Aracı: Odak (focus) Grup Tekniğinin Uygulanışı ve Geçerliliği Üzerine bir Çalışma, *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 4(2), 95-109.

Haber Aero, (2021). A319neo İlk Kez Yüzde 100 Biyoyakıtla Uçtu. Erişim adresi: <https://haber.aero/sivil-havacilik/a319neo-ilk-kez-yuzde-100-biyoyakitla-uctu/>

Haber Aero, (2022). A380 Yüzde 100 Biyoyakıtla İlk Uçuşunu Yaptı. Erişim adresi: <https://haber.aero/sivil-havacilik/a380-yuzde-100-biyoyakitla-ilk-ucusunu-yapti/>

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & William, C. (1998). *Black (1998), Multivariate data analysis.*

Harris, J. (2000). *Basic Principles of Sustainable Development.* Tufts University, 00-04, 5

Havayolu İşletmelerinde Operasyonel Planlama Dersi (2022). Açıköğretim. Erişim adresi: <https://www.aof.net.tr/havayolu-isletmelerinde-operasyonel-planlama-dersi-2-unite-ozet.html?ysclid=ldj6bnfwhy62395017>

Heijden, H. V. D. (2000). E-Tam: A Revision of the Technology Acceptance Model to Explain Website Revisits, 5-25.

Hess, P., (2016). Economic growth and sustainable development. Routledge, 3-24.

Huang, Z., ve Benyoucef, M. (2017). The Effects Of Social Commerce Design On Consumer Purchase Decision-Making: An Empirical Study, Electronic Commerce Research and Applications, 25, 40-58.

ICAO, Airbus. Erişim adresi: <https://www.icao.int/environmental-protection/SAC/Pages/Airbus.aspx>

Ignacio Saiz & Kate Donald (2017) Tackling Inequality Through The Sustainable Development Goals: Human Rights in Practice. The International Journal of Human Rights, 21:8, 1029-1049.

İhtiyaçlar ve İstekler, (2022). Erişim adresi: <https://torunog.gen.tr/ ihtiya%C3%A7lar-ve-istekler/>

İslamoğlu, A. ve Altunışık, R. (2008). Tüketici Davranışları. 2.Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Kalaycı, Şeref (2006), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (2.baskı), Asil Yayın Dağıtım

Karakaya, E. ve Özçağ, M. (2003). Sürdürülebilir Kalkınma Ve İklim Değişikliği: Uygulanabilecek İktisadi Araçların Analizi, Adnan Menderes Üniversitesi, 1-7.

Karalar, R., ve Kiracı, H. (2011). “Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi” Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 30, 63-76.

Kartal, A. ve Tatlı, E. (2020). Yeşil Reklamların Z Kuşağı Tüketicilerin Satın Alma Kararları Üzerine Etkisi, International Journal of Cultural and Social Studies, 6(1), 208-224.

Katja Freistein & Bettina Mahlert (2016) The Potential for Tackling Inequality in the Sustainable Development Goals. Third World Quarterly, 37:12, 2139-2155.

Kayabaşı, A., Taşkın, E. ve Kayık, M. (2016). Y Kuşağının Türk ve Yabancı Firmalara Yönelik Algıları: Çok Boyutlu Ölçekleme İle Analizi. Sosyal Bilimler Dergisi, 49, 29–45.

Keiner, M. (2005). History, Definition(s) and Models of Sustainable Development,

Kılıç, M., Erikli, M., Yeşil Bina Kullanımının Önemi ve Türkiye’de Yeşil Bina Kullanımı. Kırıkkale Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, 9(3), 260-269.

Keleş, H.N. (2011). “Y Kuşağı Çalışanların Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2):129-139.

KLM Filosuna Çevre Dostu Boeing 787 Daha Ekledi. (2020). Gökyüzü Haberci. Erişim adresi: <https://www.gokyuzuhaberci.com/klm-filosuna-cevre-dostu-boeing-787-daha-ekledi-54689.html>

KLM Royal Dutch Airlines, Sustainable Aviation Fuels, Erişim adresi: <https://www.klm.com.tr/information/sustainability/sustainable-aviation-fuel>

Kocagöz, E., ve Dursun, Y. (2010). Algılanan Davranışsal Kontrol, Ajzen'in Teorisinde Nasıl Konumlanır? Alternatif Model Analizleri, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12 (19): 139-152.

Kurumsal Sürdürülebilirliğin Benimsenmesinde İç Denetimin Rolü ve Görevleri. (2020) Erişim adresi: <https://www.ekoyapidergisi.org/kurumsal-surdurulebilirligin-benimsenmesinde-ic-denetimin-rolu-ve-gorevleri>

Kuyucu, M., (2014). "Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme". Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 13(49), 55-83.

Kyoto Protokolü, (2022). Erişim adresi: Kyoto Protokolü - Vikipedi (wikipedia.org)

Laroshe, M., Bergeron, J., ve Barbaro-Forleo, G. (2001). "Targeting Consumers Who Are Willing to Pay More For Environmentally Friendly Products, Journal of Consumer Marketing, 18 (6), 503-520.

Liu, J., Dietz, T., Carpenter, S. R., Folke, C., Alberti, M., Redman, C. L., ... Lubchenco, J. (2007). Coupled human and natural systems. AMBIO: A Journal of the Human Environment, 36, 639-649.

Luarn, P. ve Lin, H.-H. (2005). Toward an Understanding of the Behavioral Intention to Use Mobile Banking. Computers in Human Behavior, 21(6), 873-891.

Madhavan, M. ve Chandrasekar, K. (2015). Consumer Buying Behavior-An Overview Of Theory And Models, St. Theresa Journal of Humanities and Social Sciences, 1(1), 74-112.

Marketing Türkiye, Pandeminin Tüketici Davranışları Üzerindeki kalıcı Etkileri. Erişim adresi: <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/arastirma/iste-pandeminin-tuketici-davranislari-uzerindeki-kalici-etkileri/>

Marshall, G., (1999), Sosyoloji Sözlüğü (Çev. Osman Akınhay-Derya Kömürcü), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara

Mccrindle, M. ve Wolfinger, E. (2014). The ABC of XYZ. Mccrindle Publication, 1-264.

Mccrindle, M., & Wolfinger, E. (2010). Generations defined. Ethos, 18(1), 8-13.

McEachern, M. & McClean, P. (2002). Organic Purchasing Motivations and Attitudes: Are They Ethical? International Journal of Consumer Studies, 26, 85-92.

Michael Perryman, L. B. (2022). Ready for take off: Airline Engagement With the United Nations Sustainable, Journal of Air Transport Management, 1-13.

Morton, S., Pencheon, D., ve Squires, N. (2017). Sustainable Development Goals (SDGs), and Their Implementation. British Medical Bulletin, 124:81-90.

Mostafa, M. M. (2007). Gender Differences in Egyptian Consumers Green Purchase Behaviour: The Effects of Environmental Knowledge, Concern and Attitude International Journal of Consumer Studies, 31(3), 220-229.

Narin, M. ve Küçük, E. (2022). Enflasyon ve Tüketici Davranışları. IV. International Ankara Multidisciplinary Studies Congress, Ankara, 621-628.

Norwegian Ministry of Environment (1994). In: Report of the Sustainable Consumption Symposium (Oslo)

NTV. (2021-a, 06. 08.). Deniz salyası (müsilaj) nedir, neden oluşur? NTV (E.T. 16.06.2021):<https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/deniz-salyasi-musilaj-nedir-neden-olusur-iste-musilajin-nedenleri,WrRBHxLfmUeL6RlnWFi8qw>

Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2017). Tüketici Davranışı. 17.Baskı. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Okan, E. ve Yalman, N. (2013). Türkiye’de Tartışmalı Reklamlar: Kuşaklar Arası Karşılaştırma, Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 31(2), 135-152.

Onsongo, E. N., (2011). “The Effect Of Consumer Behaviour On Consumerism Among Consumers In Kisii Country”, Kenya, Kisii University College, 1-15.

Özçağ, M. ve Hotunluoğlu H. 2015. Kalkınma Anlayışında Yeni Bir Boyut: Yeşil Ekonomi. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(2):303-324.

Özgül, B., ve Gürol, Y. (2019). Kurumsal Sürdürülebilirlikte Sürdürülebilir İnsan Kaynakları Yönetiminin Rolü Üzerine Bir İçerik Analizi. Doğu Üniversitesi Dergisi, 20 (1), 107-126.

Özler, C. ve Göktaş, P. (2017). Havalimanı Karbon Akreditasyonu Süreci Uygulamalarının İyileştirilmesinde Hata Türü ve Etkileri Analizinin Kullanılması. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(4), 1013-1030.

Paavola, J. (2001). “Towards Sustainable Consumption: Economics And Ethical Concerns For The Environment In Consumer Choices”, Review Of Social Economy, Vol. 59, No. 2

Paço, A., Alves, H., Shiel, C. ve Filho, W. L. (2013). Development of a Green Consumer Behaviour Model, International Journal of Consumer Studies, 37(4), ss. 414-421.

Polat, S. ve Polat, O. (2016). Sel Felaketinin Nedenleri ve Alınabilecek Önlemler Feke Değirmendere Havzası Örneği, TMMOB Afet Sempozyum, 413-418.

Pratiwi, S. I., ve Pratomo, L. A. (2017). Antecedents of Willingness to Pay for Green Products, The 4th International Seminar on Sustainable Urban Development, Jakarta, Indonesia.

Putrevu, S. (2001). Exploring The Origins and Information Processing Differences

Ramadhas, A.S., Jayaraj, S. ve Muraleedharan, C. (2004). Use of vegetable oils as I.C. engine fuels-A review, Renewable Energy, 29, 727-742.

Ramya, N. ve Ali, S. M. (2016). Factors Affecting Consumer Buying Behavior, International Journal of Applied Research, 2(10), 76-80.

Reckien, D., Creutzig, F., Fernandez, B.,... Climate Change, Equity and The Sustainable Development Goals: An Urban Perspective, International Institute for Environment and Development (IIED). 159 Vol 29(1): 159–182

Rogers, G. (2013). The rise of Generation Y in the sustainable marketplace. Erişim adresi: [The rise of Generation Y in the sustainable marketplace | Guardian sustainable business | The Guardian](https://www.theguardian.com/sustainable-business/2013/07/15/the-rise-of-generation-y-in-the-sustainable-marketplace)

Santika, W. G., vd. (2019). From goals to joules: A quantitative approach of interlinkages between energy and the Sustainable Development Goals. Energy Research & Social Science, 50, 201–214.

SAS, 2019. Erişim adresi: <https://www.sasgroup.net/en/renewable-energy-in-the-wings/>

Scott Campbell (1996) Green Cities, Growing Cities, Just Cities?: Urban Planning and the Contradictions of Sustainable Development. Journal of the American Planning Association, 62:3, 296-312.

Seyfang, G. (2004). Consuming Values and Contested Cultures: A Critical Analysis of the UK Strategy for Sustainable Consumption and Production. Review of Social Economy, 62 (3), 323-338

Soysal, S. (2019). ICAO CORSIA, Erişim adresi: <https://yesilekonomi.com/icao-corsia/>

Strouhal, M. (2020). CORSIA - Carbon Offsetting and Reduction Scheme For International Aviation, Magazine of Aviation Development, 8(1), 23-28.

Sur, H., 2012, Çevre Dostu Yeşil Binalar. Yeşil Binalar Referans Rehberi 2012, İstanbul. ETH Zurich, 1-8.

Sustainability Report. (2021). The Boeing Company

Sustainability Report. (2022). The Boeing Company

Sustainable Flights, Etihad Airways. Erişim adresi: <https://www.etihad.com/en/sustainability/sustainable-flight>

Sürdürülebilirlik Nedir?. (2019). Erişim adresi: <https://ekolojist.net/surdurulebilirlik-nedir/>

şen, H., Kaya, A., ve Alpaslan, B. (2018). Sürdürülebilirlik Üzerine Tarihsel ve Güncel Bir Perspektif. Ekonomik Yaklaşım Derneği, 29(107): 1-47.

Tanrıkulu, M. (2015). Türkiye Coğrafyasında Genel Kültür, Alt Kültür ve Mozaik Kültür, Çankırı Karatekin Üniversitesi, 473-480.

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı.(2014). Aile ve Tüketici Hizmetleri, Ankara, 3-32.

Tekin, H. H., & TEKİN, H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. İstanbul University Journal of Sociology, 3(13), 101-116.

The Sustainable Development Goals Report. (2022). United Nations.

Tolga Özbek, Çelebi İstanbul Havalimanı'nda Elektrikli Citroen E-C4 Araç Kullanacak. Erişim adresi: <https://tolgaozbek.com/haberler/celebi-istanbul-havalimaninda-citroen-e-c4-arac-kullanacak/>

Tosunoğlu, T. (2013). Küresel Kalkınma: Avrupa Birliği'nin Binyıl Kalkınma Hedeflerine Desteği. Anadolu Üniversitesi Sakarya İktisat Dergisi, 2(3), 1-33.

Tunçer, C. (2022, 24 Şubat). Airbus, hidrojen ile uçuş için bir test uçağı hazırlıyor. Erişim adresi: <https://www.log.com.tr/airbus-hidrojen-ile-ucus-icin-bir-test-ucagi-hazirliyor/>

Turan, A. H. (2008). İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli (E-TAM) İle Bir Model Önerisi, Akademik Bilişim, 8, 106-121.

Turan, B. ve Haşit, G. (2014). Teknoloji Kabul Modeli ve Sınıf Öğretmenleri Üzerinde Bir Uygulama, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 6(1), 109-119.

Turkish Airlines, Sürdürülebilir Havacılık Yakıtı. Erişim adresi: <https://terminal.turkishairlines.com/surdurulebilir-havacilik/>

TÜİK (2022). Erişim adresi: <https://www.tuik.gov.tr>

Türk Dil Kurumu (TDK), Aile

Türk Dil Kurumu (TDK), İhtiyaç

Türk Dil Kurumu (TDK), İstek

Türk, M. (2011). Üretici İşletmelerde Yeşil Ambalajlama Anlayış Ve Uygulamaları: Malatya Organize Sanayi Bölgelerinde Bir Araştırma, e-Journal of New World Sciences Academy (NWSA), 6(4). 375-399.

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, (2022)

Unesco. (2014). Roadmap for implementing the Global Action Programme on education for sustainable development. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation.

United Nations. Our Common Future, 2020. Erişim adresi: <https://www.are.admin.ch/are/en/home/media/publications/sustainable-development/brundtland-report.html>

United Nations. Shared Responsibility, Global Solidarity: Responding to the socio-economic impacts of COVID-19, 2020. Erişim Tarihi 26.05.2020 https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sg_report_socioeconomic_impact_of_covid19.Pdf

United Nations. World Water Development Report. Erişim adresi: https://www.un.org/esa/sustdev/publications/WWDR_english_129556e.pdf

Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11(4), 342–365.

Venkatesh, V. ve Morris, M. G. (2000). Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior. *MIS Quarterly*, 24(1), 115-139.

Venkatesh, V., vd. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *Mis Quarterly*, 27(3), 425–478.

Wikipedi, Dar Gövdeli Uçak. Erişim adresi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Dar_g%C3%B6vdeli_u%C3%A7ak

Wikipedia, Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation. Erişim adresi: https://en.wikipedia.org/wiki/Carbon_Offsetting_and_Reduction_Scheme_for_International_Aviation

Wilkie, W. (1994), *Consumer Behavior*, Canada, John Wiley&Sons,Inc

WOOD S., LYNCH, J. (2002). —Prior Knowledge and Complacency in New Product Learning, *Journal of Consumer Research*, Vol.29, December, pp. 416-426.

Witte, C. ve Dilyard, J. (2017). Guest editors' introduction to the special issue: the contribution of multinational enterprises to the Sustainable Development Goals. *Transnational Corporations*, 24(3),1-8.

Wittman, H., Chappell, M. J., Abson, D. J., Bezner Kerr, R., Blesh, J., Hanspach, J., Fischer, J. (2017). A social-ecological perspective on harmonizing food security and biodiversity conservation. *Regional Environmental Change*, 17, 1291–1301.

Yabanova, E. ve Öztürk, M., (2022). Türkiye'de Çalışma Hayatında Kuşakların Analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimlerde Yenilikçi Yaklaşımlar Dergisi*, 6(2), 181-193.

Yalçın, O., Sökmen, A. ve Kulak, H. (2013). Kuşakların Temel Özellikleri ve Hava Harp Okulu Uygulamaları. *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları*, 12(24), 133–179.

Yaş, E. ve Bozyiğit, S. (2012). Y Kuşığı Tüketicilerinin Cep Telefonu ve GSM Operatörleri Tercihleri: Mersin İlindeki Üniversite Öğrencilerinin Tercihlerini Belirleme Yönelik Pilot Bir Araştırma, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(1), 29-46.

Yeni, Onur. (2014). Sürdürülebilirlik Ve Sürdürülebilir Kalkınma: Bir Yazın Taraması. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (16/3), 181-208.

Yıldırım, Y. (2016). Tüketicinin Satın Alma Karar Sürecinde Bilgi Kaynakları ve Güvenirlikleri: Referans Grubu Olarak Yakın Çevrenin Etkisinin İncelenmesi, Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 7(1), 214-231.

Yıldız, O. ve Kelleci, A. Z Kuşağının Sürdürülebilir Tüketim Davranışını Etkileyen Faktörlere Yönelik Keşifsel Bir Araştırma. BMIJ, 10(4), 1474-1491.

Yılmaz, B. B. ve Kavanoz, S. (2017). Teknoloji Kabul ve Kullanım Birleştirilmiş Modeli-2 Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 12(32), 127-146.

Yılmaz, M. (2020). Hidrojenli Yolcu Uçakları Nasıl Çalışacak? [Video]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=pDWgoKiKLO4>

Yılmaz, N. Ve Atmanlı, A. (2016). Havacılıkta Alternatif Yakıt Kullanılmasının İncelenmesi, Sürdürülebilir Havacılık Araştırmaları Dergisi, 1(1), 3-10.

Yücel, M., ve Ekmekçiler, Ü., (2008). Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım; Temiz Üretim Sistemi, Eko-Etiket, Yeşil Pazarlama. Electronic Journal of Social Sciences, 7(26), 320-333.

Yüksekbilgili, Z. (2016). Tüketici Karar Verme Tarzlarının Kuşaklara Göre Değerlendirilmesi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(59), 1392-1402.

EK 1- YARI YAPILANDIRILMIŞ DERİNLEMESİNE MÜLAKAT VE ODAK GRUP GÖRÜŞMESİ SORULARI

1. Sizce sürdürülebilirlik nedir?
2. Sürdürülebilirlik veya sürdürülebilir havayolu deyince aklınıza ne geliyor?
3. Havayolu şirketleri sürdürülebilirliği ne düzeyde önemsiyor?
4. Havayolu şirketlerinin çevresel sürdürülebilir uygulamaları nelerdir?

Sizin uygulamanız var mıdır?

- Havayolu şirketlerinin sürdürülebilir yakıt kullanımı sürdürülebilirliğe etkisi sizce nasıldır?
- Havayolu şirketlerinin uçaklarda kompozit materyal kullanımı sürdürülebilirliğe katkı sağlar mı?
- Hangi uçaklar filonuzda bulunmaktadır?
- Havayolu şirketiniz katı atık ayrışımı konusunda ne gibi stratejiler izlemektedir?
- Yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanıyor musunuz?

5. Havayolu şirketlerinin ekonomik sürdürülebilir uygulamaları nelerdir?

Sizin uygulamanız var mıdır?

6. Havayolu şirketlerinin sosyal sürdürülebilir uygulamaları nelerdir?

Sizin uygulamanız var mıdır?

- Havayolu şirketinizde kadın erkek çalışan sayınız nedir?

7. Çevre Yönetim Sistemini uyguluyor musunuz? Bu kapsamında neyi hedefliyorsunuz? (Gürültü, katı atık, emisyon)

8. Şirketinizin hangi sürdürülebilirlik uygulamaları tüketicilerinizi satın almayı iter?

9. Sürdürülebilir ürün veya hizmet satın almak tüketici için cazip midir?

10. Sürdürülebilir ürün veya hizmetin fiyata etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?

11. Sürdürülebilir ürün veya hizmeti satın almak isteyen hedef kitle hangisidir?

12. Gelecekte sürdürülebilir havayolu şirketlerinin konumu sizce nasıl olacaktır?
13. Sürdürülebilir uygulamalar için devletin teşvikleri var mıdır?

**EK 2- GÖRÜŞMELER SONUCUNDA ELDE EDİLEN ANKET
FORMU**

HAVAYOLU ŞİRKETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR UYGULAMALARI	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsız	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
ÇEVRESEL					
Yakıt					
Havayolu şirketlerinin uçaklarında sürdürülebilir havacılık yakıtı (biyo-dizel yakıt, sentetik yakıt, hidrojen yakıtı vb.) kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin uçaklarında kullanmak üzere atıkları (plastik yiyecek ambalajları, çocuk bezleri vb.) yakıtta çevirmesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Yolcu başına düşen karbon salınımını azaltan havayolu şirketleri sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Online rezervasyonlarda SAF (Sürdürülebilir Havacılık Yakıtı) kullanan uçak seçeneği sunan havayolu şirketleri sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Katı Atık Ayrıştırma					
Havayolu şirketlerinin tek kullanımlık ekipmanlarında (çatal, tabak ve kaşık) geri dönüştürülebilir malzeme kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin atık suları arıtılarak tekrar kullanılması iklim değişikliğiyle mücadelede önemli bir adımdır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin kabin içi katı atık ayrıştırması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin ikram servislerinde metal veya sert plastik malzeme (çatal, tabak ve kaşık) kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Materyal					
Havayolu şirketlerinin uçakları hafifleten kompozit materyal (İki ya da daha fazla malzemenin bir araya gelmesiyle oluşan ve bu sayede daha hafif, dayanıklı özelliğe sahip olan yapıdır.)kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin kompozit malzemeden üretilen uçaklar tercih etmesi sürdürülebilir havayolu imajına katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5

Havayolu şirketlerinin daha az karbon salınımına sahip gövdelerle filosunu yenilemesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin geri dönüştürülmüş materyallerden yapılan uçakları tercih etmesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Gürültü					
Havayolu şirketlerinin daha az gürültü yayan apron ekipmanları (Yer gücü operasyonlarını, uçak hareketliliğini ve kargo / yolcu yükleme operasyonlarını destekleyen donanımdır.) kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin daha az gürültü yayan apron araçları (Motorlu, motorsuz ve özel amaçlı taşıtlar ile iş makinelerinin genel adı.) kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin daha az gürültü yaratan uçakları tercih etmesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Güneş-Rüzgâr Enerjisi					
Havalimanında güneş enerjisi kullanan havayolu şirketleri karbon emisyonunu azaltarak sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havalimanında yağmur suyunu toplayarak kullanan (bahçe, tuvalet vb.) havayolu şirketleri sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havalimanında gri suları arıtarak kullanan (bahçe, sulama vb.) havayolu şirketleri sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havalimanında rüzgâr enerjisini kullanan havayolu şirketleri karbon emisyonunu azaltarak sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
SOSYAL					
Çalışanlarına annelik ve babalık izni veren havayolu şirketleri sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin uçakları adlandırılırken çalışan personellerin kız çocuklarının isminin verilmesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin cinsiyet eşitliği çerçevesinde istihdam yapması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin sosyal sorumluluk projelerine (ağaç dikimi, çocuklara yardım vb.) destek vermesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Din, dil, ırk ayrımı gözetmeksizin personel çalıştıran havayolu şirketleri sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Kullanılmayan uçakların ve malzemelerinin sanat vb. alanlarda tekrar kullanılması sürdürülebilirliğe katkı	1	2	3	4	5

sağlamaktadır.					
EKONOMİK					
Havayolu şirketleri topluma iş imkânı yaratarak ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin istihdam yaratması toplumdaki gelir eşitsizliğini azaltmaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin istihdam yaratması ülke refahına katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin sürdürülebilir uygulamaları tercih etmesi ekonomik verimliliklerini artırmaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin sürdürülebilir uygulamaları pazar payını artırmaktadır.	1	2	3	4	5
NİYET					
Gelecekte sürdürülebilir havayolu şirketlerinin biletlerini satın almayı planlıyorum.	1	2	3	4	5
Gelecekte çevreye daha az veren havayolu şirketlerini tercih edeceğim.	1	2	3	4	5
Gelecekte topluma katkı sağlayan havayolu şirketlerini tercih edeceğim.	1	2	3	4	5
Gelecekte cinsiyet eşitliği çerçevesinde istihdam yaratan havayolu şirketlerinden bilet satın alacağım.	1	2	3	4	5
SATIN ALMA DAVRANIŞI					
Karbon emisyonlarını azaltan sürdürülebilir havacılık yakıtını (biyo-dizel, hidrojen, sentetik yakıt vb.) kullanan havayolu şirketlerinin biletlerini satın almayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
Karbon ayak izinin kontrolünü mümkün kılan havayollarının biletlerini almayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
Sürdürülebilir havacılık yakıtını (biyo-dizel, hidrojen, sentetik yakıt vb.) kullanan havayolu şirketlerinin bilet fiyatlarını uçuş mesafelerine göre (örneğin %0,5) arttıran havayolu şirketlerinin biletlerini satın almayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
Sosyal sorumluluk projelerine(TEMA, LÖSEV DARÜŞŞAFAKA vb.) katkı sağlayan havayolu	1	2	3	4	5
Cinsiyet eşitliğine önem veren havayolu şirketlerinin biletlerini satın almayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
Sürdürülebilir havayolu şirketlerinin biletleri için ek ücret ödemesi yapmaya razıyım.	1	2	3	4	5
Çalışanlarına annelik ve babalık izni veren havayolu şirketlerinden bilet satın almayı tercih ederim.	1	2	3	4	5

EK 3- ANKET FORMU

Değerli Katılımcı,

Doldurmanız rica edilen bu anket İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Havacılık Yönetimi yüksek lisans öğrencisi Tuğçe BAŞAKCI ve danışmanı Dr. Öğr. Üyesi Oğuz YILDIZ ile birlikte yürüttüğü tez çalışması için düzenlenmiştir. Çalışmanın amacı; havayolu şirketlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik uygulamalarının, pazarda hakim müşteri olan Y ve Z kuşaklarının sürdürülebilir tüketim davranışlarını nasıl etkilediğini tespit etmek amacıyla yürütülmektedir. Anket çalışmasının etik kurul raporu bulunmakta ve makale maksimum 6dk. sürmektedir.

Katılımınız için teşekkür ederiz.

	Biyo dizel Havacılık Yakıtı Kullanan Uçaklar	Geri Dönüşüm Tonerler	Doğada Çözünebilir Plastik Ürünler	Organik Malzemedен İmal Tekstil Ürünleri	Elektrikli Araba ve E- Scooter
Sürdürülebilir tüketim çerçevesinde bilgi sahibi olduğunuz kutucuğu lütfen işaretleyin.					

HAVAYOLU ŞİRKETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UYGULAMALARI	Kesinlikle	Katılmıyorum	Kararsız	Katılıyorum	Kesinlikle	Katılmıyorum
	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kararsız	Katılıyorum	Kesinlikle	Katılmıyorum
Havayolu şirketlerinin uçaklarında sürdürülebilir havacılık yakıtı (biyo-dizel yakıt, hidrojen yakıtı vb.) kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
Havayolu şirketlerinin, organik, plastik, cam vb. gibi atıkları ayrıştırması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
Yolcu başına düşen karbon salınımını azaltan havayolu şirketleri sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
Online rezervasyonlarda biyo-dizel ve hidrojen yakıtı (SAF) kullanan uçakların sunulması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
Havayolu şirketlerinin tek kullanımlık ekipmanları (plastik çatal, bıçak, tabak, kaşık ve battaniye) geri dönüştürmesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
Havayolu şirketlerinin atık suları arıtarak tekrar kullanması iklim değişikliğiyle mücadelede önemli bir adımdır.	1	2	3	4	5	
Havayolu şirketlerinin ikramlarında tekrar kullanılabilen malzemeler (metal ya da porselen çatal, tabak, kaşık) kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
Havayolu şirketlerinin uçakları hafifleten kompozit materyal (mikrofiber plastik alaşım) kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
Havayolu şirketlerinin kompozit/plastik malzemeden üretilen hafif uçakları tercih etmesi sürdürülebilir havayolu imajına katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
Havayolu şirketlerinin daha az karbon salınımına sahip gövdelerle filosunu yenilemesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
Havayolu şirketlerinin geri dönüştürülmüş materyallerden yapılan uçak ve motor parçalarını tercih etmesi sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	

Havayolu şirketlerinin daha az gürültü yayan apron ekipmanları (yolcu merdiveni vb.) ve apron araçları (otobüs vb.) kullanması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin daha az gürültülü uçakları tercih etmesi çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havalimanı operasyonlarında güneş enerjisi kullanan havayolu şirketleri karbon emisyonunu azaltarak çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havalimanı operasyonlarında yağmur suyu kullanan (bahçe, tuvalet vb.) havayolu şirketleri çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havalimanında kirli suları arıtarak kullanan (bahçe, sulama vb.) havayolu şirketleri çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havalimanı operasyonlarında rüzgâr enerjisini kullanan havayolu şirketleri karbon emisyonunu azaltarak çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Çalışanlarına annelik ve babalık izni veren havayolu şirketleri sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin cinsiyet eşitliği çerçevesinde istihdam yapması sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin sosyal sorumluluk projelerine (ağaç dikimi, okul inşası vb.) destek vermesi sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Din, dil, ırk ayrımı gözetmeksizin personel çalıştıran havayolu şirketleri sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Kullanılmayan uçakların ve malzemelerinin sanat vb. alanlarda tekrar kullanılması çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketinin çalışanlarına yönelik sürekli eğitimler düzenleyerek yetkinliklerini geliştirmesi sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketleri topluma iş imkânı yaratarak ekonomik	1	2	3	4	5

sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.					
Havayolu şirketlerinin istihdam yaratması toplumdaki gelir eşitsizliğini azaltmaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin istihdam yaratması ülke refahına katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin sürdürülebilir uygulamaları tercih etmesi ekonomik verimliliklerini artırmaktadır.	1	2	3	4	5
Havayolu şirketlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarının (biyo-dizel uçak ve plastiklerin geri dönüşümü vb.) pazar paylarını artırmada katkısı olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
Gelecekte sürdürülebilir uygulamaları hayata geçiren havayolu şirketlerinin biletlerini satın almayı planlıyorum.	1	2	3	4	5
Gelecekte çevreye daha az zarar veren havayolu şirketlerini tercih edeceğim.	1	2	3	4	5
Gelecekte topluma çevresel, sosyal ve ekonomik katkı sağlayan havayolu şirketlerini tercih edeceğim.	1	2	3	4	5
İstihdamda kadın erkek eşitliğini gözeten havayolu şirketlerinden bilet almayı tercih edeceğim.	1	2	3	4	5
Sürdürülebilir havacılık yakıtını (biyo-dizel, hidrojen vb.) kullanan havayolu şirketlerinin biletlerini satın almayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
Karbon ayak izinin takibini mümkün kılan havayolu şirketlerinden bilet almayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
Sürdürülebilir havacılık yakıtını (biyo-dizel, hidrojen vb.) kullanan havayolu şirketlerinin biletlerine (örneğin %5-10) daha fazla ödemeye razıyım.	1	2	3	4	5
Sivil toplum kuruluşlarının sosyal sorumluluk projelerine (LÖSEV vb.) katkı sağlayan havayolu şirketlerinin biletlerini satın alırım.	1	2	3	4	5

Cinsiyet eşitliğine önem veren havayolu şirketlerinin biletlerini satın alırım.	1	2	3	4	5
Çalışanlarına annelik ve babalık izni veren havayolu şirketlerinden bilet satın alırım.	1	2	3	4	5

Cinsiyet:

Kadın ()

Erkek ()

Eğitim:

Lise ()

Lisans ()

Lisansüstü-Doktora ()

Gelir Düzeyi (TL):

0-8.000 ()

8.001-16.000 ()

16.001-24.000 ()

24.001-30.000 ()

30.001 ve üstü ()

Doğum Tarihi:

1965-1980 ()

1981-1996 ()

1997 ve sonrası ()