

# Sürdürülebilir Tüketim: Kavramsal Çerçeve ve Güncel Tartışmalar

Çiğdem Aliçavuşoğlu<sup>1</sup>

## Özet

Sürdürülebilir tüketim, günümüzde iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik kaybı, doğal kaynakların tükenmesi ve artan atık üretimi gibi küresel sorunlar karşısında giderek daha önemli hale gelen çok boyutlu bir kavramdır. Bu bölümde sürdürülebilir tüketimin kavramsal temelleri, güncel gelişmeler ışığında yeniden değerlendirilmekte ve kavramın çevresel, ekonomik ve toplumsal boyutları bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmaktadır. İlk olarak sürdürülebilir tüketimin ortaya çıkışı, temel tanımları ve güncel literatürdeki yeri incelenmektedir. Ardından iklim değişikliği, gıda israfı, elektronik atıklar ve kaynak kullanımı gibi güncel sorunlar üzerinden sürdürülebilir tüketimin neden kritik bir politika ve araştırma alanı haline geldiği tartışılmaktadır.

Bölümün önemli odak noktalarından biri, bireylerin çevreye yönelik olumlu tutumlarının çoğu zaman davranışa dönüşmemesi şeklinde ortaya çıkan tutum-davranış boşluğudur. Bu çerçevede sürdürülebilir tüketim davranışlarını etkileyen psikolojik, ekonomik, kültürel ve yapısal faktörler değerlendirilmekte; sürdürülebilirliğin yalnızca bireysel farkındalıkla açıklanamayacağı vurgulanmaktadır. Ayrıca doğrusal üretim ve tüketim sistemlerine alternatif olarak geliştirilen döngüsel ekonomi yaklaşımı incelenmekte, bu modelin sunduğu fırsatlar kadar sınırlılıkları da ele alınmaktadır.

Son olarak çevresel etiketler, sertifikasyon sistemleri ve yeşil aklamaya uygulamaları üzerinden sürdürülebilir tüketimde güven unsurunun önemi tartışılmaktadır. Bölüm, sürdürülebilir tüketimin yalnızca tüketicilerin tercihleriyle değil; kamu politikaları, kurumsal uygulamalar, teknolojik dönüşümler ve toplumsal değerlerdeki değişimlerle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu doğrultuda sürdürülebilir tüketim, çevresel koruma, toplumsal refah ve ekonomik sürdürülebilirlik hedeflerini bir araya getiren bütüncül bir dönüşüm alanı olarak ele alınmaktadır.

1 Dr.Öğr.Üyesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, cigdem.alicavusoglu@gop.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4542-3432>

## 1. Giriş

Çağdaş toplum, karmaşık ve çok boyutlu dinamiklerin karşılıklı etkileşimiyle biçimlenmektedir. Bir tarafta kapitalist sistemin temel bileşenleri olan bireysel çıkar, tüketim odaklı davranış kalıpları ve anlık tatmin arayışı yer alırken; diğer tarafta doğal kaynakların korunması, çevresel dengenin sürdürülebilmesi ve gelecek kuşakların gereksinimlerinin güvence altına alınması zorunluluğu bulunmaktadır. Bu karşıtlık, tüketim merkezli ekonomik yapı ile sürdürülebilirlik hedefleri arasındaki yapısal gerilimi açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

Sürdürülebilir tüketim, yalnızca çevre dostu ürünlerin tercih edilmesiyle sınırlı olmayan; ekonomi, sosyoloji, psikoloji, çevre bilimleri ve etik gibi farklı disiplinlerin kesişiminde de ele alınan çok boyutlu bir araştırma alanıdır. Sürdürülebilir tüketim kavramının temel çerçevesi, 1994 Oslo Sempozyumu'nda ortaya konulan yaklaşıma dayanmaktadır. Bu yaklaşıma göre sürdürülebilir tüketim, temel ihtiyaçların karşılanması ve yaşam kalitesinin artırılması sürecinde; doğal kaynak kullanımının, toksik madde salınımının, atık oluşumunun ve çevresel kirleticilerin, gelecek kuşakların gereksinimlerini tehlikeye atmadan azaltılmasını amaçlayan mal ve hizmet kullanımını ifade etmektedir [United Nations Environment Programme (UNEP, 2010)]; [European Environment Agency (EEA, 2013)]. Bu tanım tüketimi yalnızca bireysel tercihlere dayalı bir olgu olarak değil aynı zamanda üretim sistemleri, yaşam tarzları, kamusal politikalar ve kuşaklararası adalet çerçevesinde ele alınması gereken çok boyutlu bir yapı olarak konumlandırmaktadır. Nitekim iklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi, küresel çevresel krizler ve COVID-19 pandemisi gibi gelişmeler, bireylerin tüketim alışkanlıklarını önemli ölçüde etkilemiş ve sürdürülebilir tüketim modellerinin benimsenmesini daha acil bir gereklilik hâline getirmiştir (Tonne, 2020).

Son yıllardaki literatür, sürdürülebilir tüketim kavramının yeşil tüketim, etik tüketim, sorumlu tüketim, döngüsel tüketim, bilinçli tüketim ve yeterlilik gibi yakın kavramlarla ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bununla birlikte söz konusu kavramların her biri sürdürülebilir tüketim tartışmalarına farklı normatif yönelimler ve analitik vurgular kazandırmaktadır. Sürdürülebilir tüketimin kuramsal açıdan heterojen ve zaman zaman kavramsal belirsizlikler barındıran bir yapıya sahip olduğu belirtilmektedir. Bu çok katmanlı yapı; tüketici davranışları, politika süreçleri, döngüsel ekonomi ve yönetim çalışmalarında bağlantı kuran üretken bir araştırma alanı oluşturmaktadır (Vargas-Merino vd., 2023). Nitekim kavramın, bireysel davranış modellerinden dijital müdahalelere, yapay zekâ destekli karar verme süreçlerinden döngüsel ekonomi uygulamalarına ve Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SDG) ile

ilişkili çalışmalara kadar uzanan geniş bir araştırma çerçevesi içinde ele alındığı görülmektedir. (De vd., 2025).

Sürdürülebilir tüketimin günümüzdeki önemi dünyanın eş zamanlı olarak iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik kaybı ve kirlilik/atık krizi üzere üç temel çevresel krizle karşı karşıya bulunmasından kaynaklanmaktadır. UNEP'in Küresel Kaynak Görünümü 2024 raporunda, doğal kaynak çıkarımının son elli yılda üç katına çıktığı ve mevcut eğilimlerin devam etmesi hâlinde 2060 yılına kadar 2020 seviyelerine kıyasla %60 oranında artabileceği belirtilmektedir. Ayrıca günümüzde dijitalleşme ve teknolojik ilerlemeler, tüketim davranışlarının doğasını değiştirmektedir. Akıllı cihazlar, dijital platformlar ve bağlantılı teknolojiler günlük yaşamı kolaylaştırırken, aynı zamanda elektronik atık ve kaynak kullanımının artmasına yol açmaktadır [The International Telecommunication Union (ITU, 2024)]; (Yu vd., 2025). Bu durum tüketimin yalnızca bireysel refahı ilgilendiren bir konu olmaktan çıktığını; gezegenin taşıma kapasitesi, çevresel sürdürülebilirlik ve kalkınma politikalarıyla doğrudan ilişkili yapısal bir mesele hâline geldiğini göstermektedir (UNEP, 2024).

Dolayısıyla çağdaş sürdürülebilir tüketim anlayışı çevresel, toplumsal ve ekonomik hedefleri birleştiren bütüncül bir perspektifi gerektirir. Bu perspektif yalnızca bireysel tüketici bilinci ile sınırlı kalmayıp, kamu politikaları, kurumsal düzenlemeler ve toplumsal katılımı da kapsayan kolektif bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır. Böylece sürdürülebilir tüketim, uzun vadeli refah ve çevresel koruma hedeflerini bir arada gözeten kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır.

## 2. Sürdürülebilir Tüketimin Güncel Önemi

Birleşmiş Milletler (BM) sürdürülebilir tüketim kavramını; mevcut ve gelecek nesillerin mal ve hizmet ihtiyaçlarının ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan sürdürülebilir yollarla karşılanması olarak tanımlamaktadır [United Nations (UN, 2015)]. Bu yaklaşımın temelinde, gezegenin ve üzerinde yaşayan tüm canlıların korunmasına yönelik bir anlayış bulunmaktadır. Söz konusu kavram ve kavramın temel ideolojisi, sürdürülemez tüketim kalıplarının yol açtığı çevresel sorunlara bir yanıt niteliği taşımaktadır.

Sürdürülebilir tüketimin günümüzdeki önemini belirleyen temel unsur, küresel üretim ve tüketim sistemlerinin iklim değişikliği, biyoçeşitlilik kaybı, çevre kirliliği, atık artışı ve doğal kaynakların tükenmesi üzerindeki baskısını giderek artırmasıdır. UNEP tarafından yayımlanan 2024 Küresel Kaynak Görünümü Raporu doğal kaynak kullanımının son elli yılda üç kattan fazla arttığını ve özellikle yüksek gelirli ülkelerdeki malzeme tüketiminin çevresel baskıların temel nedenlerinden biri hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle tartışma artık dönüşümün gerekli olup olmadığıyla sınırlı değildir;

asıl mesele bu dönüşümün nasıl daha adil, kapsayıcı ve uygulanabilir biçimde gerçekleştirileceği ile ilgilidir (UNEP, 2024).

Sürdürülebilir Kalkınma Amacı 12 (SDG 12) kapsamında yayımlanan 2025 yılı ilerleme verileri de benzer bir tablo ortaya koymaktadır. Verilere göre; gıda kaybı, gıda israfı ve elektronik atık miktarları tarihsel olarak en yüksek seviyelere ulaşırken, artan tüketim eğilimleri yerel malzeme kullanımını ve malzeme ayak izini artırmayı sürdürmektedir. 2024 yılı itibarıyla 71 ülkede sürdürülebilir tüketim ve üretime yönelik 530 politika aracının raporlanmış olması önemli bir kurumsal ilerlemeye işaret etmekle birlikte Birleşmiş Milletler bu ivmenin gerçek tüketim ve üretim pratiklerinde somut ve ölçülebilir verilere dönüştürülmesi gerektiğini vurgulamaktadır (<https://unstats.un.org/sdgs/report/2025/Goal-12/>).

Sürdürülebilir tüketim, Avrupa bağlamında da benzer karmaşık görünümü olan bir konudur. EEA verilerine göre, Avrupa Birliği'nin tüketim ayak izi 2010–2023 döneminde yaklaşık %5 oranında artmış; ayrıca 2030 yılına kadar yeniden yükselme eğilimi göstereceği öngörülmüştür. Bu durum Avrupa Birliği'nin tüketim ayak izini gezegenin ekolojik sınırları içinde tutma hedefi bakımından yeterli ilerleme kaydedemediğini ortaya koymaktadır. 2023 yılı itibarıyla AB tüketim ayak izinin en büyük bölümünün gıda, konut ve mobilite alanlarından kaynaklanması, sürdürülebilir tüketim gündeminin yalnızca ürün düzeyinde değil; gıda sistemleri, barınma, ulaşım, enerji ve dijital tüketim altyapıları düzeyinde de ele alınması gerektiğini göstermektedir.

Sürdürülebilir tüketimin kritik boyutlarından biri iklim değişikliğidir. Geleneksel iklim politikaları çoğunlukla enerji üretimi, sanayi dönüşümü ve yenilenebilir enerji yatırımlarına odaklanmıştır. Ancak son yıllardaki çalışmalar, talep tarafı stratejilerinin yani tüketim alışkanlıklarının iklim değişikliği azaltımında etkili bir araç olabileceğini göstermektedir. Creutzig vd. (2024), enerji geçişinin yalnızca temiz enerji üretimiyle sınırlı kalmaması gerektiğini vurgulamaktadır. Araştırma, bireylerin ve hanehalklarının tüketim davranışlarını değiştirmeye yönelik stratejilerin, enerji dönüşümünün malzeme kullanımına olan etkilerini azaltmada önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda iklim politikalarının daha az enerji ve malzeme tüketen ulaşım, konut, beslenme ve diğer tüketim biçimlerini teşvik etmeye odaklanması önerilmektedir. Benzer şekilde Tan-Soo vd. (2024) ise düşük karbonlu ulaşım seçeneklerinin tercih edilmesi, enerji verimli konutların kullanılması, atık üretiminin azaltılması, daha sürdürülebilir beslenme biçimlerinin benimsenmesi ve ürünlerin kullanım ömrünün uzatılması gibi uygulamaların talep yönlü iklim azaltımı açısından kritik olduğunu vurgulamaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilir tüketim, iklim krizine yalnızca üretim teknolojileri üzerinden

yanıt vermeye çalışan geleneksel anlayışın ötesine geçmektedir. Örneğin elektrikli araç kullanmak önemli bir adım olsa da, şehirlerin toplu taşıma, bisiklet ve yaya ulaşımına uygun biçimde tasarlanması, daha sistemsel ve etkili bir sürdürülebilir tüketim yaklaşımıdır. Benzer şekilde enerji verimli cihazların tercih edilmesi faydalı olmakla birlikte, bu cihazların kullanım ömrünü uzatmak, onarmak ve gereksiz yenilemelerden kaçınmak, tüketim kaynaklı emisyonların azaltılmasında daha doğrudan ve somut bir etki sağlayacaktır.

Gıda israfı da, sürdürülebilir tüketim bağlamında öne çıkan kritik alanlardan birini oluşturmaktadır. Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nın Gıda Atığı Endeksi Raporu, veri kapsamını genişleterek perakende, gıda hizmetleri ve hanehalkı düzeylerinde gıda atığının ölçülmesine yönelik daha güçlü ve sistematik bir metodolojik çerçeve sunmaktadır (UNEP, 2024). Raporda ayrıca çözüm odaklı yaklaşımların kapsamı genişletilmekte ve sürdürülebilir gıda yönetiminin sağlanmasında kamu ile özel sektör arasındaki iş birliklerinin önemi vurgulanmaktadır (UNEP, 2024). Küresel ölçekte insan tüketimi için üretilen gıdanın yaklaşık üçte birinin her yıl kaybolduğu veya israf edildiği tahmin edilmektedir. Bu durumun yaklaşık 1,3 milyar ton gıdaya karşılık gelmesi, sorunun boyutunu açık biçimde ortaya koymaktadır [Food and Agriculture Organization (FAO, 2011)]. Gıda kaybı ve israfı, yalnızca açlık ve gıda güvencesi sorunlarıyla değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik hedefleriyle de doğrudan ilişkilidir. Bununla birlikte sorun yalnızca tüketilemeyen gıdalarla sınırlı değildir; su, toprak, enerji, emek ve sermaye gibi kritik kaynakların da önemli ölçüde israf edilmesine neden olmaktadır. Ayrıca artan sera gazı emisyonları aracılığıyla küresel ısınma ve iklim değişikliği üzerinde de olumsuz etkiler yaratmaktadır (FAO, 2019). Gıda kaybı ve israfının çok boyutlu yapısı, sorunun yalnızca bireysel girişimler veya kısa vadeli çözümlerle giderilemeyeceğini göstermektedir. Etkin bir mücadele için, gıda üretim ve tüketim zincirinin tüm aşamalarını kapsayan bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda politika çerçevelerinin geliştirilmesi, tarımsal uygulamaların optimize edilmesi, üretim süreçlerinin yeniden yapılandırılması, tüketici ve işletme davranışlarının dönüştürülmesi, perakende sektörünün teşvik edilmesi, ambalaj ve işleme teknolojilerinin iyileştirilmesi ile atık akışlarının etkin biçimde değerlendirilmesi önem taşımaktadır (Dörnyei vd., 2023; Sarker vd., 2024). Dolayısıyla gıda kaybı ve israfına ilişkin güncel gelişmeleri, stratejileri ve uygulamaları bütüncül biçimde ele alan kapsamlı rehberlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Dijitalleşme ise sürdürülebilir tüketim tartışmasına yeni bir boyut kazandırmaktadır. Akıllı telefonlar, bilgisayarlar, tabletler, beyaz eşyalar, giyilebilir teknolojiler ve bağlantılı cihazlar günlük yaşamı kolaylaştırırken elektronik atık sorununu da artırmaktadır. Uluslararası Telekomünikasyon

Birliği'nin (ITU, 2024) Küresel E-Atık Monitörü'ne göre, 2022 yılında dünyada 62 milyar kilogram elektronik atık oluşmuş olup, bunun yalnızca %22,3'ü çevreye uygun şekilde toplanmış veya geri dönüştürülmüştür. Elektronik ürünlerin kullanım ömrü kısaldıkça hanehalkı kaynaklı elektronik atık sorunu artmakta ve tersine lojistik sistemlerinin sürdürülebilirlik açısından etkin bir şekilde değerlendirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Yu vd., 2025). Elektronik atık sorunu sürdürülebilir tüketimin yalnızca geri dönüşüm ile sınırlı olmadığını, aynı zamanda ürünlerin daha uzun süre kullanılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Yeni model çıktığında çalışan bir telefonun değiştirilmesi, kısa yazılım desteği nedeniyle cihazların erken eskimesi, batarya değişiminin zorlaştırılması ve tamir maliyetlerinin yüksekliği tüketimi artıran faktörler arasında yer almaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir dijital tüketim; onarım hakkı, uzun yazılım desteği, modüler tasarım, yenilenmiş ürünlerin pazarlanması, ikinci el cihaz kullanımı ve lisanslı elektronik atık toplama sistemleri çerçevesinde ele alınmalıdır.

### 3. Sürdürülebilir Tüketimde Tutum-Davranış Boşluğu ve Yapısal Engeller

Modern tüketim kültürü, bireysel fayda, arzu üretimi ve kısa vadeli tatmin mekanizmaları üzerinden işlerken; sürdürülebilirlik düşüncesi, tüketim eylemlerinin ekolojik ve toplumsal sonuçlarını uzun vadeli bir sorumluluk alanı içinde değerlendirmeyi gerektirmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir tüketim, yalnızca tüketicinin daha bilinçli tercihler yapmasına indirgenemeyecek; piyasa yapıları, gündelik yaşam pratikleri, kültürel normlar ve kamusal politikalarla birlikte ele alınması gereken ilişki bir süreçtir (Jackson, 2005; Prothero vd., 2011). Kavram, bugünün gereksinimlerinin gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama kapasitesini zayıflatmadan karşılanması ilkesine dayansa da, bu ilkenin gündelik davranışa dönüşmesi çoğu zaman sınırlı kalmaktadır. Zira sürdürülebilir tercihlerin çevresel ve toplumsal getirileri çoğunlukla zamansal olarak uzak, belirsiz ve dolaylıdır; buna karşılık tüketimin sağladığı ekonomik, sembolik ya da duygusal faydalar kısa vadede daha görünür hâle gelmektedir. Davranışsal iktisat ve sosyal psikoloji literatüründe bu durum, bireylerin yakın dönem kazanımlarını uzak gelecekteki sonuçlara kıyasla daha güçlü biçimde değerlendirmesiyle açıklanmaktadır (Frederick vd., 2002; Trope & Liberman, 2010). Dolayısıyla sürdürülebilir tüketim politikalarının yalnızca bireysel farkındalığı artırmaya odaklanması yeterli değildir; tüketim davranışlarını biçimlendiren kültürel değerleri, ahlaki yargıları, duygusal motivasyonları ve yapısal koşulları birlikte dikkate alan daha bütüncül yaklaşımlara ihtiyaç vardır.

Sürdürülebilir tüketim araştırmalarının uzun süre baskın paradigması bireysel tüketici davranışı olmuştur. Planlı Davranış Teorisi, değer-inanç-

norm yaklaşımı, sosyal bilişsel teori, yeniliklerin yayılımı ve norm temelli modeller tüketicilerin sürdürülebilir ürünlere yönelik tutumlarını, niyetlerini ve davranışlarını açıklamak amacıyla yaygın biçimde kullanılmıştır. Syed vd. (2024) tarafından yapılan sistematik inceleme 2012–2022 yılları arasında yayımlanan 64 çalışmayı analiz ederek Planlı Davranış Teorisi'nin alandaki en sık kullanılan yaklaşım olduğunu ortaya koymakla birlikte, sürdürülebilir tüketim davranışının yalnızca tutum ve niyetle açıklanamayacak kadar çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Bu nedenle sürdürülebilir tüketimin güncel önemini anlamak için tüketicilerin ne düşündüğü kadar ne yaptığı da kritik öneme sahiptir. Pek çok tüketici çevreye duyarlı olduğunu ifade etse de bu tutum her zaman satın alma davranışına dönüşmemektedir. Literatürde bu durum tutum-davranış boşluğu olarak adlandırılmaktadır (Carrington vd., 2010).

Witek ve Kuźniar (2024), yeşil gıda ürünleri satın alma niyeti ile gerçek satın alma davranışı arasındaki farkı inceledikleri çalışmalarında geçmiş davranışların ve alışkanlıkların sürdürülebilir tüketim kararlarını etkilediğini ortaya koymaktadır. Benzer şekilde De Sio vd. (2024) yeşil gıda satın alımında ürün özellikleri ve duyguların tutum-davranış boşluğunu kapatmada önemli bir rol oynayabileceğini vurgulamaktadır. Bu bulgu sürdürülebilir ürünlerin yalnızca çevreci olarak sunulmasının yeterli olmadığını; aynı zamanda erişilebilir, güvenilir, kaliteli, uygun fiyatlı ve tüketici için anlamlı olması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Naves vd. (2025) meta analiz ve ağırlık analizi kullanarak sürdürülebilir tüketim davranışının belirleyicilerini sistematik olarak incelemiştir. Analiz tüketicinin çevresel bilgi düzeyi, geçmiş çevresel davranışlar, deneyimler ve ürün güvenliği gibi faktörlerin sürdürülebilir ürün tercihleri üzerinde anlamlı etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Buna rağmen sürdürülebilir ürünlerin benimsenme düzeyinin genel olarak beklentilerin altında kaldığı gözlemlenmiştir. Araştırma bulguları sürdürülebilir tüketimin yalnızca tüketicilerin tutumlarıyla açıklanamayacağını; ürün tasarımı, güvenilir bilgi sağlanması ve kullanıcı deneyiminin iyileştirilmesi gibi destekleyici önlemlerin de gerekli olduğunu vurgulamaktadır. Shen vd. (2022) tarafından gıda tüketimi özelinde yapılan meta-analitik yapısal eşitlik modeli de bu tartışmayı desteklemektedir. Çalışma tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün sürdürülebilir gıda satın alma niyetiyle güçlü biçimde ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte sürdürülebilir tüketim niyetinin her zaman doğrudan satın alma davranışına dönüşmediği; bu ilişkinin ülke bağlamı, ekonomik gelişmişlik düzeyi, kültürel normlar ve tüketicilerin erişim koşulları gibi faktörlerden etkilendiği görülmektedir. Bu bulgu sürdürülebilir gıda tüketiminin yalnızca bireysel farkındalık veya olumlu tutumlarla açıklanamayacağını göstermektedir.

Dolayısıyla sürdürülebilir tüketimin yaygınlaşması için tüketicilerin çevresel duyarlılığını artırmanın yanında, sürdürülebilir ürünlerin erişilebilirliğini, fiyat uygunluğunu, güvenilirliğini ve toplumsal kabulünü güçlendiren yapısal politikaların da geliştirilmesi gerekmektedir. Bu yöndeki bulgular sürdürülebilir tüketim literatüründeki klasik tutum-davranış boşluğu tartışmasının hâlen merkezi olduğunu göstermektedir. Tüketiciler çevresel kaygı taşıdıklarını ifade etseler bile, yüksek fiyat, düşük erişilebilirlik, güven eksikliği, alışkanlıklar, zaman baskısı, sosyal normlar ve altyapı yetersizlikleri nedeniyle bu tutumların davranışa dönüşmediği söylenebilir.

Tüketim toplumunda refah, yalnızca maddi ihtiyaçların karşılanmasıyla sınırlı değildir. Bireyler tükettikleri ürünler, markalar ve yaşam tarzları aracılığıyla kimliklerini kurmakta, toplumsal aidiyetlerini ifade etmekte ve sosyal statülerini görünür kılmaktadır. Küreselleşme süreci ve Bauman'ın (2013) "üretici toplum" olarak tanımladığı yapıdan "tüketim toplumu"na geçişle birlikte, malların edinilmesi, kullanılması ve elden çıkarılması süreçleri fiziksel ve biyolojik ihtiyaçların ötesinde sembolik, kültürel ve toplumsal anlamlar taşımaya başlamıştır. Tüketicinin düzeyi ve biçimi günümüz toplumlarında kültürel kimliğin inşasında ve bireylerin kolektif yaşama katılımında belirleyici unsurlardan biri haline gelmiştir. Bu süreçte mallar ve tüketim pratikleri hiyerarşik olarak değerlendirilmekte; bazı tüketim biçimleri diğerlerine kıyasla daha meşru, prestijli veya arzu edilir kabul edilmektedir. Böylece tüketim nesnelere ve onlarla ilişkili sosyal pratikler belirli kültürel anlamlar yüklenmiş sembollere dönüşmektedir. Sonuç olarak bireyler yalnızca sahip oldukları ekonomik kaynaklar üzerinden değil, aynı zamanda tükettikleri ürünler, markalar ve yaşam tarzları üzerinden de toplumsal olarak sınıflandırılmakta ve konumlandırılmaktadır.

Sosyolog Stephen Bertman'ın (1998) şimdi kültürü (now culture) ya da acelecilik kültürü olarak tanımladığı olgu, zamanın anlamı ve değerinin yeniden şekillendiği tüketim odaklı toplumsal yapıyı açıklamak için önemli bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. Bu bağlamda çağdaş toplum, anlık tatminin ön planda olduğu, hızın temel değer olarak kabul edildiği bir şimdiki zaman kültürü içerisinde yaşamaktadır. Tüketim yaşamı da bu kültürel mantığa uygun biçimde, sürekli yenilik arayışına dayanan, bilgilerin ve deneyimlerin hızla edinildiği ancak aynı hızla değersizleşip unutulduğu bir süreç olarak karakterize edilmektedir.

Aşırı tüketimi teşvik eden dinamikler değerlendirildiğinde, tüketicilerin satın alma kararları üzerinde duygusal faktörlerin önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca birçok kültürde gözlemlenen anlık tüketim eğilimi ve uzun vadeli maliyetlere yönelik görece duyarsızlık dikkate alındığında yalnızca

tüketici bilincinin artırılmasına dayanan sürdürülebilir tüketim stratejilerin çok sınırlı etki yaratacağı söylenebilir. Bu bağlamda sürdürülebilir tüketim söylemi bireylerin davranışlarını dönüştürecek yapısal ve kültürel mekanizmalarla desteklenmediği sürece pratik karşılığı zayıf bir ideal olarak kalma riski taşımaktadır.

Bu çerçevede öncelikle kültürel bir dönüşüm gerçekleşmeden davranış kalıplarında ve dolayısıyla tüketim alışkanlıklarında kalıcı bir değişim sağlanması güç görünmektedir. Mevcut koşullar, toplumun değerler sistemi, kalkınma anlayışı ve tüketim pratiklerinin çok boyutlu bir biçimde yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmakta; aynı zamanda günümüz çevresel ve toplumsal sorunlarıyla uyumlu etik davranış biçimlerinin geliştirilmesinin önemine işaret etmektedir. Bu nedenle kalkınma olgusu yalnızca ekonomik göstergeler temelinde ele alınmamalı; etik değerler, toplumsal refah ve sosyo-kültürel boyutları da içeren bütüncül bir perspektifle değerlendirilmelidir (Carvalho & Ferreira, 2020).

Bununla birlikte kültürel dönüşümler kısa sürede gerçekleşen süreçler değildir; uzun vadeli ve sistematik müdahaleler gerektirmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir tüketim davranışlarının yaygınlaştırılmasında devletin düzenleyici ve yönlendirici rolü kritik öneme sahiptir. Sürdürülebilirliğin sağlanması, bireysel tercihlere indirgenemeyecek kadar kapsamlı bir mesele olup kamusal politikalar, kurumsal düzenlemeler ve toplumsal katılımı içeren kolektif bir yaklaşımı gerektirmektedir.

#### 4. Döngüsel Ekonomi

Son 150 yıllık ekonomik sistem, kaynakların çıkarılması, üretilmesi, tüketilmesi ve kullanım sonrasında atılması esasına dayanan doğrusal bir model çerçevesinde şekillenmiştir. “Al–üret–kullan–at” yaklaşımı olarak tanımlanan bu model, atıkların yeniden kullanımı, kaynakların geri kazanımı veya ekonomik sistemin yenilenmesine yönelik bütüncül mekanizmaların yeterince dikkate alınmamasıyla karakterize edilmektedir (Mohan vd., 2016). Genellikle doğrusal ekonominin karakteristik özelliği olan atıkların güvenli olmayan şekilde yönetilmesi, toprağa, suya ve havaya sızan tehlikeli maddelere yol açarak endişe verici çevre kirliliği koşulları yaratmaktadır. Aynı zamanda ürünlerin üretimi ve taşınması, yoğun enerji tüketimine ve çevre kirliliğine neden olmaktadır. Bu nedenle doğrusal ekonomiler, sürdürülebilirliğin çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarının her birinden tamamen sürdürülemez olarak kabul edilmektedir (Ingrao vd., 2018; Korhonen vd., 2018). Bu bağlamda, döngüsel ekonomi, ürünlerin, bileşenlerin ve malzemelerin en yüksek fayda ve değer seviyesinde korunmasına yardımcı olacağı bir alternatif olarak görülmektedir.

Günümüzde insan faaliyetlerinin gezegen üzerindeki baskısını azaltabilecek sürdürülebilir çözüm arayışları giderek önem kazanmaktadır. Bu bağlamda döngüsel ekonomi, ekonomik büyümeyi doğal kaynak tüketiminden ayırıştırmayı ve insan faaliyetlerinin yol açtığı olumsuz çevresel etkileri en aza indirmeyi amaçlayan bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır (Bressanelli vd., 2019). Döngüsel ekonomi ile hedeflenen kullanımdaki kaynakların değerini en üst düzeye çıkarmak (Kalmykova vd., 2018), emisyon hacmi, enerji tüketimi ve atık bertarafını azaltmak ve tersine lojistik uygulamalarının ötesine geçmektir (Blomsma & Brennan, 2017). Yani bileşenlerin ve malzemelerin ekonomik sistem içinde mümkün olduğunca uzun süre yüksek değerle kalmasını sağlamaktır.

Döngüsel ekonomi, ürünlerin yeniden kullanım, onarım ve geri dönüşüm süreçleri aracılığıyla ekonomik sistem içinde daha uzun süre dolaşımda tutulmasını amaçlamakta; böylece atık miktarının azaltılmasına ve sürdürülebilir üretim ile tüketim uygulamalarının güçlendirilmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca bu yaklaşım, enerji tasarrufunu desteklemekte ve doğal kaynakların, dünyanın yenileme kapasitesini aşacak düzeyde çıkarılması ve tüketilmesi sonucu ortaya çıkabilecek geri döndürülemez çevresel zararların önlenmesine yardımcı olmaktadır (EU, 2019). Bununla birlikte literatürde yapılan tanımların ortak paydası, döngüsel ekonomiyi; doğal kaynak kullanımının azaltılması ve kaynakların yeniden dolaşıma kazandırılması yoluyla ekonomik büyümenin maddi tüketimden ayırıştırdığı sürdürülebilir bir ekonomik model olarak ele almalarıdır (Corona vd., 2019; Ingraio vd., 2021). Döngüsel ekonomi yaklaşımında, kullanım ömrünü tamamlayan ürünler ile bu ürünlerin üretim, kullanım ve bakım süreçlerinde ortaya çıkan atıklar, çevresel yük oluşturan unsurlar yerine yeniden değerlendirilebilir kaynaklar olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda söz konusu atıklar, geri dönüşüm süreçlerinde ikincil hammadde girdisi olarak kullanılmakta ve daha sonra katma değer yaratan yeni ürünlere dönüştürülmektedir (Ingraio vd., 2018, 2021).

Döngüsel ekonomi, sürdürülebilir tüketim gündeminde güçlü bir politika ve iş modeli paradigması hâline gelmiştir. Doğrusal ekonomide ürünler kısa süre kullanıldıktan sonra atığa dönüşmektedir. Döngüsel ekonomide ise ürünler mümkün olduğunca uzun süre kullanımda tutulmakta; onarılmakta, yeniden kullanılmakta, paylaşılmakta, yenilenmekte ve sonunda malzeme olarak yeniden ekonomiye kazandırılmaktadır. Ancak literatür, döngüsel ekonominin yalnızca teknik bir geri dönüşüm sorunu olmadığını ortaya koymaktadır. Zavos vd. (2024) tarafından yayımlanan inceleme makalesi, döngüsel ekonomi çalışmalarında sosyal boyutun sıklıkla göz ardı edildiğini vurgulamaktadır. Bu bulgu sürdürülebilir tüketimin yalnızca malzeme döngülerini kapatmakla sınırlı olmadığını; aynı zamanda tüketicilerin, çalışanların, yerel toplulukların

ve düşük gelirli grupların bu dönüşümden nasıl etkilendiğini anlamayı da gerektirdiğini göstermektedir. Dolayısıyla sürdürülebilir tüketimin güncel önemi, kaynakları koruma hedefi ile sosyal adalet hedefini bir araya getirmesinden kaynaklanmaktadır. Bir ürünün geri dönüştürülebilir olması tek başına yeterli değildir; aynı zamanda ürünün üretim sürecinde çalışanların haklarının korunması, tedarik zincirinin şeffaflığı, onarım hizmetlerine erişim, yedek parça maliyeti ve tüketicilerin doğru bilgiye ulaşabilmesi gibi faktörler de sürdürülebilir tüketim bağlamında kritik öneme sahiptir.

Döngüsellik her zaman sürdürülebilirlik anlamı taşımamaktadır. Araştırmalar döngüsel ekonomi uygulamalarının geri tepme etkileri nedeniyle hedeflenen çevresel kazanımları tam anlamıyla sağlayamayabileceğini göstermektedir. Bu nedenle döngüsel ekonomi stratejilerinin uygulanmasında sistem odaklı bir yaklaşımın benimsenmesi ve olası olumsuz etkileri önceden tespit edebilecek erken uyarı mekanizmalarının geliştirilmesi önem taşımaktadır (Castro vd., 2022). Bu nedenle döngüsel tüketim ile sürdürülebilir tüketim arasındaki ilişki mutlak değildir, belirli koşullara bağlıdır. Döngüsel modelin sürdürülebilir olarak değerlendirilebilmesi; toplam malzeme ve enerji kullanımını azaltması, ürünlerin kullanım ömrünü uzatması, ilave tüketim hacmi oluşturmaması ve sosyal adalet boyutunu gözetmesiyle mümkündür.

Döngüsel ekonomi söyleminin yükselişine karşın, küresel döngüsellik göstergeleri sınırlı bir ilerleme sergilememektedir. 2025 Döngüsellik Açığı Raporu verilerine göre, küresel ekonomide kullanılan 106 milyar ton malzemenin yalnızca %6,9'u geri dönüştürülmüş kaynaklardan temin edilmektedir; bu durum, 2015'e kıyasla bir gerilemeye işaret etmektedir (The Circularity Gap Report, 2025). Bu bağlamda, güncel literatürde sürdürülebilir tüketim, yalnızca daha iyi ürün seçimi ile sınırlı kalmayıp; daha az ve daha adil tüketim, yeterlilik, tüketim koridorları ve refahın kaynak yoğunluğundan ayrılması gibi boyutlarla birlikte ele alınmaktadır. Nitekim Döngüsellik Açığı Raporu verilerinde küresel döngüsellik oranının düşüş göstermesi, yalnızca geri dönüşüme dayalı stratejilerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada tek başına yeterli olmadığını açık biçimde ortaya koymaktadır.

## 5. Etiketler, Yeşil Aklama ve Güven Krizi

Sürdürülebilir tüketimin yaygınlaşmasında, tüketicilerin ürünlerin çevresel etkileri hakkında doğru, karşılaştırılabilir ve güvenilir bilgiye erişebilmesi kritik öneme sahiptir. Nitekim tüketiciler çoğu zaman ürünlerin çevresel niteliklerini doğrudan doğrulama imkânına sahip olmadıklarından, eko-etiketler, sertifikalar ve çevresel beyanlar gibi göstergelere güvenmek durumunda kalmaktadır (Atkinson & Rosenthal, 2014). Ancak günümüz piyasalarında “doğal”, “çevre

dostu”, “karbon nötr”, “yeşil”, “sürdürülebilir” veya “ekolojik” gibi ifadelerin yaygın biçimde kullanılması, tüketiciler açısından bilgi karmaşası ve güven sorunu yaratabilmektedir. Avrupa Komisyonu’na göre çevresel iddiaların %53’ü belirsiz, yanıltıcı veya temelsiz bilgiler içermekte; %40’ı ise destekleyici kanıttan yoksun bulunmaktadır. Ayrıca AB pazarında yaklaşık 230 sürdürülebilirlik etiketi ve 100 yeşil enerji etiketi bulunmakta, bu etiketlerin önemli bir kısmı da zayıf ya da hiç olmayan doğrulama mekanizmalarına dayanmaktadır (European Commission, 2023). Bu durum, çevresel performans iddialarının bilimsel kanıtlarla desteklenmesi, açık biçimde sunulması ve bağımsız doğrulama süreçlerine tabi tutulması gerektiğini göstermektedir (Delmas & Burbano, 2011; Lyon & Montgomery, 2015). Bu durum sürdürülebilir tüketimin önündeki en önemli engellerden biri olan güven sorununu gündeme getirmektedir. OECD’nin 2025 tarihli raporu da yanlış, yanıltıcı veya kanıtlanmamış çevresel iddiaların tüketicilerin yeşil dönüşüme katılımını zayıflattığını vurgulamaktadır.

Sürdürülebilir tüketim literatüründe ürün etiketleri ve çevresel sertifikalar, tüketicilerin doğrudan gözlemleyemediği çevresel ve sosyal ürün niteliklerine ilişkin bilgi asimetrisini azaltan güven sinyalleri olarak değerlendirilmektedir (Van Amstel vd., 2008; Atkinson & Rosenthal, 2014; Brach vd., 2018). Tüketiciler ürünlerin üretim süreçleri, kaynak kullanımı, karbon ayak izi veya sosyal etkileri hakkında doğrudan bilgi sahibi olamadıkları için etiketlere güvenerek karar vermektedir. Bu nedenle etiketler, sürdürülebilir ürün pazarlarının gelişebilmesi açısından önemli bir işlev üstlenmektedir. Ancak etiketlerin sayısındaki hızlı artış, standartlar arasındaki farklılıklar ve denetim mekanizmalarındaki yetersizlikler tüketicilerin hangi bilginin güvenilir olduğunu ayırt etmesini zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte, çevresel etiket ve beyanların çoğalması, standartların farklılaşması ve doğrulama süreçlerinin her zaman güçlü olmaması tüketici güvenini zayıflatabilmekte ve bilgi karmaşasına yol açabilmektedir (Gruère, 2013; Prag vd., 2016; European Commission, 2023).

Sürdürülebilir tüketim tartışmalarında öne çıkan temel kavramlardan bir diğeri ise yeşil aklamadır. Yeşil aklamada, işletmelerin çevresel performanslarını gerçekte olduğundan daha olumlu gösteren yanıltıcı, eksik veya abartılı çevresel iletişim uygulamalarını ifade etmektedir. Delmas ve Burbano’ya (2011) göre yeşil aklamada, zayıf çevresel performans ile olumlu çevresel iletişim arasındaki çelişki doğmaktadır. Lyon ve Montgomery (2015) ise yeşil aklamayı yalnızca bireysel işletmelerin etik dışı pazarlama stratejileriyle sınırlı görmemekte; bunu aynı zamanda piyasa yapısı, düzenleme eksikliği ve bilgi asimetrisiyle ilişkili daha geniş bir kurumsal sorun olarak değerlendirmektedir.

Yeşil aklama uygulamaları farklı biçimlerde ortaya çıkabilmektedir. Bazı şirketler ürünlerinin yalnızca belirli bir özelliğini öne çıkararak genel çevresel etkilerini gizlemekte, bazıları ise bilimsel olarak doğrulanmamış çevresel iddialar kullanmaktadır. Belirsiz ve ölçülemeyen ifadeler, yanıltıcı görseller, doğayı çağrıştıran renk ve semboller ya da bağımsız doğrulamaya dayanmayan çevre etiketleri de yeşil aklamaların yaygın araçları arasında yer almaktadır. Özellikle sürdürülebilirlik konusuna duyarlı tüketicilerin sayısının artmasıyla birlikte çevresel söylemler pazarlama stratejilerinin önemli bir parçası haline gelmiş, bu durum ise çevreci imaj ile gerçek çevresel performans arasındaki farkın büyümesine neden olmuştur.

Güncel araştırmalar tüketicilerin çevresel iddialara yönelik şüpheciliklerinin giderek arttığını göstermektedir. Tüketiciler çevresel vaatlerin doğruluğundan emin olmadıklarında yalnızca ilgili markaya değil, genel olarak sürdürülebilirlik söylemine karşı da güvensizlik geliştirebilmektedir. Bu durum sürdürülebilir tüketim davranışlarının yaygınlaşmasını zorlaştıran önemli bir engel oluşturmaktadır. Son yıllarda yapılan çalışmalar, algılanan yeşil aklamaların marka güvenini, marka bağlılığını ve satın alma niyetini olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır (Delmas & Burbano, 2011; Lyon & Montgomery, 2015; Isac vd., 2024; Onurlubaş, 2025). Tüketiciler şirketlerin çevresel performansları ile iletişim faaliyetleri arasında tutarsızlık algıladıklarında çevreci ürünlere yönelik olumlu tutumları zayıflamakta ve sürdürülebilir ürün tercih etme eğilimleri azalmaktadır.

Yeşil aklamaların en önemli sonuçlarından biri güven krizidir. Güven, sürdürülebilir tüketim sisteminin temel bileşenlerinden biridir. Çevresel etiketlerin tüketici kararları üzerindeki etkisi, büyük ölçüde tüketicilerin bu etiketlere ve çevresel iddialara duyduğu güvene bağlıdır (Gorton vd., 2021; OECD, 2025). Tüketiciler çevresel iddiaların doğru olduğuna inanmadıklarında sürdürülebilir ürünlere yönelik satın alma niyetleri ve yeşil marka güvenleri zayıflayabilmektedir (Isac et al., 2024). Daha da önemlisi, yeşil aklama yalnızca yanıltıcı şirketlere zarar vermemekte; piyasadaki güven ortamını zedeleyerek gerçekten sürdürülebilir uygulamalar geliştiren işletmelerin de güvenilirliğini olumsuz etkileyebilmektedir (Delmas & Burbano, 2011; Lyon & Montgomery, 2015). Böylece piyasada dürüst ve yanıltıcı işletmeler arasındaki ayrım belirsizleşmekte, sürdürülebilir ürün pazarlarının gelişimi yavaşlamaktadır.

Güven krizi, sürdürülebilir tüketim literatüründe sıkça tartışılan tutum-davranış boşluğu ile yakından ilişkilidir. Pek çok tüketici çevreye duyarlı olduğunu ifade etse de bu duyarlılık her zaman sürdürülebilir satın alma davranışına dönüşmemektedir (Terlau & Hirsch, 2015; Margariti vd., 2024). Fiyat, erişilebilirlik, alışkanlıklar, sosyal normlar ve ürün kalitesi gibi etkenlerin

yanında, çevresel iddialara duyulan güvensizlik de bu boşluğu büyütmektedir (Rausch & Kopplin, 2021). Nitekim yeşil aklama endişeleri, sürdürülebilir ürünlere yönelik tutum ile satın alma niyeti veya davranışı arasındaki ilişkiyi zayıflatabilmektedir (Margariti vd., 2024; Rausch & Kopplin, 2021). Bu nedenle yeşil aklama yalnızca pazarlama etiği açısından değil, sürdürülebilir tüketimin toplumsal yaygınlığı açısından da kritik bir sorundur.

Son yıllarda yeşil aklamaya karşı düzenleyici girişimler artmıştır. Avrupa Birliği'nin 2024/825 sayılı Direktifi, tüketicilerin yeşil dönüşüm sürecinde daha iyi korunmasını amaçlamakta ve yanıltıcı çevresel iddialara karşı tüketici koruma kurallarını güçlendirmektedir. Direktif; doğrulanmamış sürdürülebilirlik etiketleri, genel çevresel iddialar ve yeterli kanıtı dayandırmayan çevreci beyanlar konusunda daha sıkı kurallar getirmektedir (European Union, 2024). Avrupa Komisyonu'na göre bu düzenleme, tüketicilere ürünlerin dayanıklılığı, tamir edilebilirliği ve çevresel özellikleri hakkında daha güvenilir bilgi verilmesini hedeflemektedir.

Benzer şekilde OECD (2025b) de son yıllarda yayımladığı raporlarda yanıltıcı çevresel iddiaların tüketicilerin sürdürülebilirlik politikalarına olan güvenini zedelediğini vurgulamaktadır. OECD (2024) verileri, tüketicilerin yaklaşık yarısının çevresel iddialara karşı belirli düzeyde güvensizlik duyduğunu göstermektedir. Kuruluş, sürdürülebilir tüketimin güçlendirilmesi için çevresel beyanların standartlaştırılması, bağımsız doğrulama mekanizmalarının yaygınlaştırılması ve tüketici koruma politikalarının güçlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Bununla birlikte düzenlemeler tek başına yeterli değildir. Sürdürülebilir tüketim açısından güven krizinin aşılabilmesi için şeffaflık, hesap verebilirlik ve bağımsız denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Ürünlerin yaşam döngüsü boyunca yarattıkları çevresel etkilerin ölçülebilir göstergelerle açıklanması, sürdürülebilirlik raporlarının standartlaştırılması ve çevresel etiketlerin uluslararası ölçekte uyumlaştırılması bu süreçte önemli rol oynayabilir. Aynı zamanda tüketicilerin çevresel iddiaları değerlendirebilme kapasitesini artıracak eğitim ve bilinçlendirme faaliyetleri de desteklenmelidir. Şirketlerin yalnızca çevreci mesajlar üretmeleri yeterli olmayacaktır. Bu mesajları yaşam döngüsü analizi, karbon ayak izi ölçümü, bağımsız sertifikasyon ve şeffaf raporlama gibi araçlarla desteklemeleri gerekmektedir. Aksi halde sürdürülebilirlik söylemi, tüketici nezdinde güvenilir bir dönüşüm çağrısı olmaktan çıkarak sıradan bir pazarlama stratejisi olarak algılanabilir.

Sonuç olarak etiketler, sürdürülebilir tüketimin gelişmesi açısından vazgeçilmez araçlardır; ancak bu araçların işlevsel olabilmesi güvenilirliklerine bağlıdır. Yeşil aklama, çevresel etiketlerin ve sürdürülebilirlik iddialarının

inandırıcılığını zayıflatarak tüketicilerin sürdürülebilir ürünlere yönelmesini engelleyebilir. Bu nedenle sürdürülebilir tüketimin başarısı yalnızca tüketici bilincinin artırılmasına değil, aynı zamanda çevresel bilginin doğruluğunu güvence altına alan kurumsal, hukuki ve etik mekanizmaların güçlendirilmesine bağlıdır.

## Sonuç

Sürdürülebilir kalkınmanın temel belirleyicilerinden biri, karar alma süreçlerinde ekolojik ve ekonomik ilkelerin bütüncül bir yaklaşımla ilişkilendirilebilmesidir (Da Silva vd., 2020). Bu yaklaşımın, kamu kurumlarından özel sektöre ve hanehalklarına kadar tüm kurumsal ve toplumsal düzeylerde benimsenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, ekonomik amaçların çevresel ve sosyal hedeflerle uyumlu hâle getirilmesi, yalnızca üretici ve tüketiciler açısından değil, aynı zamanda hükümetler, sivil toplum kuruluşları ve diğer ekonomik aktörler açısından da önemli bir yönetim ve politika geliştirme sorunu olarak ortaya çıkmaktadır (Eisenmenger vd., 2020).

Sürdürülebilir üretim anlayışı kapsamında işletmelerin temel sorumluluklarından biri, çevresel açıdan güvenli ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine odaklanmaktır. Bu hedefe ulaşılabilmesi için çevresel kriterlerin ürün tasarım sürecine entegre edilmesi ve ürünlere daha tasarım aşamasında ekolojik nitelikler kazandırılması gerekmektedir. Bu bağlamda, ürünlerin yaşam döngüsü yaklaşımı doğrultusunda tasarlanması; üretim sürecinde ortaya çıkan atıkların yeniden üretime kazandırılmasına veya diğer işletmeler tarafından girdi olarak kullanılmasına olanak sağlayacak özellikler taşıması büyük önem arz etmektedir. Böylece kaynak verimliliği artırılmakta, atık miktarı azaltılmakta ve dögüsel ekonomi ilkelerinin uygulanmasına katkı sağlanmaktadır.

Çevrenin korunmasına yönelik gereklilikler ve bu kapsamda yürürlüğe konulan yasal düzenlemeler, işletmelerin faaliyetleri üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır (Jabbour vd., 2020). Ancak çevresel yükümlülükler, işletmeler açısından çoğu zaman çevresel kaynak kullanımından doğan maliyetlerin ve çevre koruma yatırımlarının bütçelere yansıtılmasını gerektiren ek bir maliyet unsuru olarak değerlendirilmektedir. Buna karşın, sürdürülebilirlik anlayışının giderek önem kazanmasıyla birlikte, çevre korumanın işletme yönetiminin temel bileşenlerinden biri olarak ele alınması ve yönetim süreçlerine entegre edilmesi gerekmektedir (Halдар, 2019). Bu amaçla ekonominin mevcut dögüsel modelinin sürdürülebilir bir dögüsel modele dönüştürülmesi gerekmektedir. Amaç, atıkların geri kazanımı ve geri dönüşümünün mümkün olan en yüksek seviyeye çıkarılması ve ardından üretime yeniden yönlendirilmesidir.

Sürdürülebilir tüketim ve üretim hedeflerine ulaşılabilmesi için tüketim alanında ortaya çıkan yeni eğilim ve olguların yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu süreçte yalnızca kamu otoritelerinin değil, tüketiciler de dâhil olmak üzere tüm piyasa aktörlerinin çevrenin korunmasına yönelik sorumluluk üstlenmeleri önem taşımaktadır (Tunn vd., 2019). Bu bağlamda, çevre bilincinin artırılması ve etik ile ekolojik değerler temelinde şekillenen ekonomik süreçlere ilişkin farkındalığın geliştirilmesi sürdürülebilir dönüşümün temel unsurlarından biridir (Nikolaou vd., 2019). Döngüsel ekonomi modelinin etkin biçimde uygulanabilmesi, tüm paydaşların yüksek düzeyde çevresel farkındalığa ve güvenilir bilgiye erişebilmesine bağlıdır. Bu nedenle tüketicilerin ürünlerin yaşam döngüsü boyunca ortaya çıkan çevresel etkiler konusunda bilinçlendirilmesini sağlarken, aynı zamanda üreticilere de ürünlerinin çevresel özellikleri ve faydaları hakkında şeffaf bilgi sunma imkânı tanıyan mekanizmaların geliştirilmesi önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu mekanizmalardan biri olan eko-etiketleme, tüketicilerin çevre dostu ürünleri tanımlamalarına ve bilinçli satın alma kararları vermelerine yardımcı olan önemli bir iletişim ve eğitim aracı olarak değerlendirilmektedir (François-Lecompte vd., 2017; Buelow vd., 2010; Di Martino vd., 2019).

Çevre dostu ve özellikle organik ürünlerin tercih edilmesi, insan faaliyetlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılmasına katkıda bulunarak sürdürülebilir üretim ve tüketim hedeflerinin gerçekleştirilmesini desteklemektedir. Ancak bu katkının ortaya çıkabilmesi, tüketicilerin çevresel konulara ilişkin bilgi ve farkındalık düzeylerinin yeterli olmasına bağlıdır. Bu noktada çevre eğitimi, tüketicilerin eko-etiketlerde yer alan bilgileri doğru biçimde yorumlayabilmelerini ve satın alma kararlarında bu bilgileri etkin şekilde kullanabilmelerini sağlayan temel bir araç niteliği taşımaktadır. Aksi durumda, reklam ve pazarlama faaliyetleri aracılığıyla sunulan yoğun ve çoğu zaman karmaşık bilgi akışı, tüketicilerin çevresel mesajları yanlış algılamalarına veya hatalı değerlendirmelerde bulunmalarına neden olabilmektedir. Dolayısıyla eko-etiketlerin tüketici davranışları üzerinde beklenen olumlu etkiyi yaratabilmesi için bu etiketlerin bilimsel ölçütlere dayalı olarak standardize edilmesi ve toplumun çevre bilincinin artırılmasına yönelik eğitim faaliyetlerinin güçlendirilmesi gerekmektedir.

Sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasında karşılaşılan önemli zorluklardan biri de geleneksel ürünlerin yerini daha sürdürülebilir alternatiflerin almasını sağlayacak etkili stratejilerin geliştirilmesidir. Bu stratejilerin başarısında belirleyici unsurlardan biri, sürdürülebilir ürünlerin fiyatlandırma politikalarının tüketicilerin tercihlerini destekleyecek şekilde tasarlanmasıdır. Tüketiciler, çevresel faydaların yanı sıra doğrudan ekonomik avantajlar da elde ettiklerinde sürdürülebilir ürünlere yönelmeye daha istekli olmaktadır.

Bu nedenle, biyolojik olarak parçalanabilir veya çevre dostu ürünlere yönelik düşük vergi oranları gibi farklılaştırılmış vergilendirme uygulamaları, bu ürünlerin fiyat rekabetçiliğini artırarak tüketici talebini teşvik edebilmektedir.

Sürdürülebilir ürün pazarlarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması amacıyla tercihli fiyatlandırma mekanizmalarının ve çevreyi destekleyici vergi politikalarının uygulanması önem taşımaktadır. Bununla birlikte, etkili bir eko-etiketleme sisteminin oluşturulması ve çevresel standartların güvenilir biçimde uygulanmasını sağlayacak güçlü bir kurumsal ve idari standardizasyon altyapısının geliştirilmesi de gereklidir. Bu araçlar birlikte değerlendirildiğinde, tüketicilerin çevre dostu ürünleri daha kolay tanımlamalarına, bu ürünlere yönelik güvenlerinin artmasına ve sürdürülebilir tüketim davranışlarının teşvik edilmesine katkı sağlayacaktır.

## Kaynakça

- Atkinson, L., & Rosenthal, S. (2014). Signaling the green sell: The influence of eco-label source, argument specificity, and product involvement on consumer trust. *Journal of Advertising*, 43(1), 33-45. <https://doi.org/10.1080/00913367.2013.834803>
- Bauman, Z. (2013). *Consuming life*. John Wiley & Sons.
- Bertman, S. (1998). *Hyperculture: The human cost of speed*. Praeger. ISBN: 0275962059; 9780275962050
- Blomsma, F., & Brennan, G. (2017). The emergence of circular economy: a new framing around prolonging resource productivity. *Journal of industrial ecology*, 21(3), 603-614. <https://doi.org/10.1111/jiec.12603>
- BM. (2015). Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015. [https://unctad.org/system/files/official-document/ares70d186\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ares70d186_en.pdf)
- Brach, S., Walsh, G., & Shaw, D. (2018). Sustainable consumption and third-party certification labels: Consumers' perceptions and reactions. *European Management Journal*, 36(2), 254-265. doi:10.1016/j.emj.2017.03.005
- Bressanelli, G., Perona, M., & Saccani, N. (2019). Challenges in supply chain redesign for the Circular Economy: a literature review and a multiple case study. *International journal of production research*, 57(23), 7395-7422. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1542176>
- Buelow, S., Lewis, H., & Sonneveld, K. (2010). The role of labels in directing consumer packaging waste. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 21(2), 198-213. Doi:10.1108/14777831011025544
- Carrington, M. J., Neville, B. A., & Whitwell, G. J. (2010). Why ethical consumers don't walk their talk: Towards a framework for understanding the gap between the ethical purchase intentions and actual buying behaviour of ethically minded consumers. *Journal of Business Ethics*, 97(1), 139-158. Doi: 10.1007/s10551-010-0501-6
- Carvalho, D.F. & Ferreira, V. H. D. A. (2020). Sustainable Consumption and Brazilian Consumer Behaviour. In Sustainable Consumption The Right to a Healthy Environment. Junior, A.A., Almeida, L. & Viera, L.K. (Ed). Springer Nature Switzerland. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-16985-5>
- Castro, C.G., Trevisan, A.H., Pigosso, D.C.A. & Mascarenhas, J. (2022). The rebound effect of circular economy: Definitions, mechanisms and a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 345. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131136>.
- Corona, B., Shen, L., Reike, D., Rosales Carreón, J., & Worrell, E. (2019). Towards sustainable development through the Circular Economy – a review and critical assessment on current circularity metrics. *Resources, Conservation and Recycling*, 151, 104498. Doi:10.1016/j.resconrec.2019.104498

- Creutzig, F., Simoes, S. G., Leipold, S., Berrill, P., Azevedo, I., Edelenbosch, O., ... & Wilson, C. (2024). Demand-side strategies key for mitigating material impacts of energy transitions. *Nature Climate Change*, 14(6), 561-572. <https://doi.org/10.1038/s41558-024-02016-z>
- Da Silva, J., Fernandes, V., Limont, M., & Rauen, W. B. (2020). Sustainable development assessment from a capitals perspective: Analytical structure and indicator selection criteria. *Journal of Environmental Management*, 260, 110147. Doi:10.1016/j.jenvman.2020.110147
- De Sio, S., Casu, G., Zamagni, A., & Gremigni, P. (2024). Product Characteristics and Emotions to Bridge the Intention-Behavior Gap in Green Food Purchasing. *Sustainability*, 16(17), 7297. <https://doi.org/10.3390/su16177297>
- De, T., Singh, N., Ibrahim, B. S. K. K., Dikkarwar, R., & Chaudhary, M. K. (2025). Mindful, responsible, and sustainable consumption: a hybrid review of evolving research trends. *Discover Sustainability*, 6(1), 512. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01343-1>
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64–87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- Di Martino, J., Nanere, M. G., & DSouza, C. (2019). The effect of pro-environmental attitudes and eco-labelling information on green purchasing decisions in Australia. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 31(2), 201-225. Doi:10.1080/10495142.2019.1589621
- Dörnyei, K. R., Uysal-Unalan, I., Krauter, V., Weinrich, R., Incarnato, L., Karlovits, I., ... & Corredig, M. (2023). Sustainable food packaging: An updated definition following a holistic approach. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 7, 1119052. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2023.1119052>
- Eisenmenger, N., Pichler, M., Krenmayr, N., Noll, D., Plank, B., Schalmann, E., ... & Gingrich, S. (2020). The Sustainable Development Goals prioritize economic growth over sustainable resource use: a critical reflection on the SDGs from a socio-ecological perspective. *Sustainability Science*, 15(4), 1101-1110. Doi:10.1007/s11625-020-00813-x
- EEA. (2013). *Sustainable consumption and production in Europe* (EEA Report No 12/2013). Copenhagen: European Environment Agency.
- EU. (2019). Sustainable products in a Circular Economy – towards an EU product policy framework contributing to the circular economy. SWD(2019) 92 final. Retrieved from [https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/detail?ref=SWD\(2019\)91&lang=en](https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/detail?ref=SWD(2019)91&lang=en)
- EU. (2023). Green claims. European Commission, Environment. Retrieved from [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy-topics/green-claims\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy-topics/green-claims_en)

- EN. (2024). Directive (EU) 2024/825 of the European Parliament and of the Council of 28 February 2024 as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and through better information. Official Journal of the European Union.
- FAO. (2011). Global food losses and food waste: Extent, causes and prevention. Rome: FAO
- FAO. (2019). The state of food and agriculture 2019: Moving forward on food loss and waste reduction. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/11f9288f-dc78-4171-8d02-92235b8d7dc7/content>
- Frederick, S., Loewenstein, G., & O'donoghue, T. (2002). Time discounting and time preference: A critical review. *Journal of Economic Literature*, 40(2), 351-401. <https://doi.org/10.1257/002205102320161311>.
- François-Lecompte, A., Bertrandias, L., & Bernard, Y. (2017). The Environmental Labelling rollout of consumer goods by public authorities: Analysis of and lessons learned from the French case. *Journal of Cleaner Production*, 161, 688-697. Doi:10.1016/j.jclepro.2017.05.179
- Gorton, M., Tocco, B., Yeh, C. & Hartmann, M. (2021). What determines consumers' use of eco-labels? Taking a close look at label trust. *Ecological Economics*, 189, 107173. 10.1016/j.ecolecon.2021.107173
- Gruère, G. (2013). A characterisation of environmental labelling and information schemes. OECD Environment Working Papers, No. 62. OECD Publishing. Doi:10.1787/5k3z11hpdgq2-en
- Haldar, S. (2019). Towards a conceptual understanding of sustainability-driven entrepreneurship. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 1157-1170. Doi:10.1002/csr.1763
- Ingrao, C., Faccilongo, N., Di Gioia, L., & Messineo, A. (2018). Food waste recovery into energy in a Circular Economy perspective: A comprehensive review of aspects related to plant operation and environmental assessment. *Journal of Cleaner Production*, 184, 869–892. Doi:10.1016/j.jclepro.2018.02.267
- Ingrao, C., Arcidiacono, C., Siracusa, V., Niero, M., & Traverso, M. (2021). Life cycle sustainability analysis of resource recovery from waste management systems in a Circular Economy perspective key findings from this special issue. *Resources*, 10(4), 32. Doi:10.3390/resources10040032
- Isac, N., Javed, A., Radulescu, M., Cismasu, I. D. L., Yousaf, Z., & Serbu, R. S. (2024). Is greenwashing impacting on green brand trust and purchase intentions? Mediating role of environmental knowledge. *Environment, Development and Sustainability*. Doi:10.1007/s10668-023-04352-0

- Jackson, T. (2005). *Motivating sustainable consumption: a review of evidence on consumer behaviour and behavioural change: a report to the Sustainable Development Research Network*. Centre for Environmental Strategy, University of Surrey.
- Jabbour, C. J. C., Seuring, S., de Sousa Jabbour, A. B. L., Jugend, D., Fiorini, P. D. C., Latan, H., & Izeppi, W. C. (2020). Stakeholders, innovative business models for the circular economy and sustainable performance of firms in an emerging economy facing institutional voids. *Journal of Environmental Management*, 264, 110416. Doi:10.1016/j.jenvman.2020.110416
- Kalmykova, Y., Sadagopan, M., & Rosado, L. (2018). Circular economy—From review of theories and practices to development of implementation tools. *Resources, Conservation and Recycling*, 135, 190-201. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.10.034>
- Korhonen, J., Nuur, C., Feldmann, A., & Birkie, S. E. (2018). Circular economy as an essentially contested concept. *Journal of Cleaner Production*, 175, 544–552. Doi:10.1016/j.jclepro.2017.12.111
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The means and end of greenwash. *Organization & Environment*, 28(2), 223–249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- Margariti, K., Hatzithomas, L., & Boutsouki, C. (2024). Elucidating the gap between green attitudes, intentions, and behavior through the prism of greenwashing concerns. *Sustainability (Switzerland)*, 16 (12). <https://doi.org/10.3390/su16125108>
- Mohan, S. V., Modestra, J. A., Amulya, K., Butti, S. K., & Velvizhi, G. (2016). A circular bioeconomy with biobased products from CO2 sequestration. *Trends in Biotechnology*, 34(6), 506-519. Doi: 10.1016/j.tibtech.2016.02.012
- Naves, C., Oliveira, T. & Santini, F. (2025). Understanding the determinants of sustainable consumption behavior: Insights from a meta and weight analysis. *Journal of Environmental Management*, 393: 126932. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2025.126932>
- Nikolaou, I. E., Tsalis, T. A., & Evangelinos, K. I. (2019). A framework to measure corporate sustainability performance: A strong sustainability-based view of firm. *Sustainable Production and Consumption*, 18, 1-18. Doi:10.1016/j.spc.2018.10.004
- OECD (2025a). Retrieved from: [https://www.oecd.org/en/publications/protecting-and-empowering-consumers-in-the-green-transition\\_12f28e4f-en.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.oecd.org/en/publications/protecting-and-empowering-consumers-in-the-green-transition_12f28e4f-en.html?utm_source=chatgpt.com)
- OECD (2025b). Retrieved from: [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/05/protecting-and-empowering-consumers-in-the-green-transition\\_c23ea601/12f28e4f-en.pdf?utm\\_source=-chatgpt.com](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/05/protecting-and-empowering-consumers-in-the-green-transition_c23ea601/12f28e4f-en.pdf?utm_source=-chatgpt.com)

- OECD. (2025). Protecting and empowering consumers in the green transition: Misleading green claims. *OECD Digital Economy Papers*. <https://doi.org/10.1787/12f28e4f-en>
- Onurlubaş, E. (2025). The Impact of Greenwashing and Green Confusion on Green Product Purchase Intention. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 13(4), 1062–1069. <https://doi.org/10.24925/turjaf.v13i4.1062-1069.7645>
- Prag, A., Lyon, T., & Russillo, A. (2016). Multiplication of environmental labelling and information schemes (ELIS): Implications for environment and trade. OECD Environment Working Papers, No. 106. OECD Publishing. Doi:10.1787/5jm0p33z27wf-en
- Rausch, T. M., & Kopplin, C. S. (2021). Bridge the gap: Consumers' purchase intention and behavior regarding sustainable clothing. *Journal of Cleaner Production*, 278, 123882. [10.1016/j.jclepro.2020.123882](https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123882)
- Sarker, A., Ahmmed, R., Ahsan, S. M., Rana, J., Ghosh, M. K., & Nandi, R. (2024). A comprehensive review of food waste valorization for the sustainable management of global food waste. *Sustainable Food Technology*, 2(1), 48-69. Doi: [10.1039/D3FB00156C](https://doi.org/10.1039/D3FB00156C)
- Tan-Soo, J. S., Qin, P., Quan, Y., Li, J., & Wang, X. (2024). Using cost-benefit analyses to identify key opportunities in demand-side mitigation. *Nature Climate Change*, 14(11), 1158-1164. <https://doi.org/10.1038/s41558-024-02146-4>
- Terlau, W., & Hirsch, D. (2015). Sustainable consumption and the attitude-behaviour-gap phenomenon-causes and measurements towards a sustainable development. *International Journal on Food System Dynamics*, 6(3), 159-174.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, 117(2), 440. <https://doi.org/10.1037/a0018963>
- Tunn, V. S., Bocken, N. M., van den Hende, E. A., & Schoormans, J. P. (2019). Business models for sustainable consumption in the circular economy: An expert study. *Journal of Cleaner Production*, 212, 324-333. Doi:10.1016/j.jclepro.2018.11.290
- Tonne, C.C. (2020). Lessons from the COVID-19 pandemic for accelerating sustainable development. *Environmental Research*, 193(7):110482. Doi: [10.1016/j.envres.2020.110482](https://doi.org/10.1016/j.envres.2020.110482)
- Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU). (2024). Retrieved from: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Environment/Pages/Publications/The-Global-E-waste-Monitor-2024.aspx>
- UN. (2015). Goal 12—Ensuring Sustainable Consumption and Production Patterns: An Essential Requirement for Sustainable Development. Retrieved from: [https://www.un.org/en/node/25862?utm\\_](https://www.un.org/en/node/25862?utm_)

- UNEP. (2010). Sustainable consumption and production policies. Nairobi: United Nations Environment Programme.
- UNEP. (2024). Global Resources Outlook 2024 - Bend the trend: Pathways to a Liveable Planet as Resource Use Spikes. Retrieved from: <https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/44901>
- UNEP. (2024). Food Waste Index Report 2024. Retrieved from: <https://www.unep.org/resources/publication/food-waste-index-report-2024>
- Witek, L., & Kuźniar, W. (2024). Green Purchase Behaviour Gap: The Effect of Past Behaviour on Green Food Product Purchase Intentions among Individual Consumers. *Foods*, 13(1), 136. <https://doi.org/10.3390/foods13010136>
- Van Amstel, M., Driessen, P., & Glasbergen, P. (2008). Eco-labeling and information asymmetry: a comparison of five eco-labels in the Netherlands. *Journal of Cleaner Production*, 16(3), 263-276.
- Vargas-Merino, J. A., Rios-Lama, C. A., & Panez-Bendezú, M. H. (2023). Sustainable Consumption: Conceptualization and Characterization of the Complexity of “Being” a Sustainable Consumer—A Systematic Review of the Scientific Literature. *Sustainability*, 15(10), 8401. <https://doi.org/10.3390/su15108401>
- Yu, X., Sun, Z., Sun, D., & He, R. (2025). Sustainable development assessment of household e-waste reverse supply chains from an environmental ethic perspective. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1-17. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05012-6>
- Zavos, S., Lehtokunnas, T., & Pyyhtinen, O. (2024). The (missing) social aspect of the circular economy: a review of social scientific articles. *Sustainable Earth Reviews*, 7 (1). <https://doi.org/10.1186/s42055-024-00083-w>

