



## Yeşil Dönüşümde Tüketicilerin Güçlendirilmesi: AB’de Son Gelişmelere İlişkin Bir İnceleme



### Empowering the Consumers in the Green Transition: A Review of the Recent Developments in the EU

DOI: <https://doi.org/10.25204/iktisad.1232084>

Evren SAPMAZ VERAL\*

#### Öz

#### Makale Bilgileri

**Makale Türü:**  
Derleme Makale

**Geliş Tarihi:**  
10.01.2023

**Kabul Tarihi:**  
20.05.2023

© 2023 İKTİSAD  
Tüm hakları saklıdır.



Avrupa Yeşil Mutabakatı ile sürdürülebilir, iklim nötr ve dögüsel ekonomiye geçiş sürecini sistemli bir şekilde sürdüren AB, bu geçişin bir parçası olarak tüketimin daha sürdürülebilir kılınmasını ve tüketicilerin yeşil dönüşümde aktif rol almasını hedeflediğini açıklamış, bu yönde çeşitli girişimler başlatmıştır. “Yeşil Dönüşüm için Tüketicilerin Güçlendirilmesi Girişimi”, Avrupa Komisyonu tarafından başlatılan bu girişimlerden biridir. Bu çalışmanın amacı, AB’nin yeşil dönüşüm sürecinde tüketicileri güçlendirmek için izlediği politikaların ve 30 Mart 2022 tarihinde Avrupa Komisyonu tarafından sunulan direktif teklifinin incelenmesidir. Çalışmada, literatür taramasından elde edilen veriler ışığında AB’nin son dönemdeki politikaları incelenmiş, AB’deki bu değişimin “Nasıl bir sürdürülebilir tüketim?” sorusu ışığında sürdürülebilir tüketim açısından potansiyel etkileri tartışılmıştır. Önerilen değişikliklerin yeşil ürünlerin satın alımını destekleyeceği, bununla birlikte ‘yeterliliği’ öne çıkaran ve tutum değişikliği yaratacak eylemlerle tüketim temposunu düşürmesi halinde sürdürülebilir tüketim açısından daha etkili olacağı değerlendirilmektedir. Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında AB’deki tüm gelişmelerin Türkiye için dönüştürücü bir etkisi olacaktır, bu kapsamda bu alandaki gelişmelerin yakından takip edilmeye devam edilmesi önem arz etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir tüketim, tüketicilerin güçlendirilmesine ilişkin direktif teklifi, yeşil dönüşüm, AB Dögüsel Ekonomi Eylem Planı, Avrupa Yeşil Mutabakatı.

#### Abstract

#### Article Info

**Paper Type:**  
Review Paper

**Received:**  
10.01.2023

**Accepted:**  
20.05.2023

© 2023 JEBUPOR  
All rights reserved.



Continuing its systematic transition to a sustainable, climate-neutral, and circular economy under the European Green Deal, the EU has announced that it aims to make consumption more sustainable and enable consumers to take an active role in the green transition, henceforth initiated various initiatives in that regard. ‘Initiative on Empowering Consumers for the Green Transition’ has been part of several related initiatives launched by the European Commission. This study aims to examine the latest EU policies to empower the consumers and to analyse the scope of the directive proposal tabled by the European Commission on 30 March 2022. Based on the literature review, the study examines the latest EU policies and through the “What kind of sustainable consumption?” question, discusses the potential of this change in terms of sustainable consumption. It is argued that the measures will foster the purchase of green products. However, if cultivated with actions that will reduce consumption rates by supporting ‘sufficiency’ and attitude changes, these efforts will be more effective in terms of sustainable consumption. The developments in the EU within the scope of the European Green Deal will have a transformative effect on Turkey, and in this context, it is important to closely follow the developments in this area.

**Keywords:** Sustainable consumption, directive proposal on empowering the consumers, green transition, EU Circular Economy Action Plan, European Green Deal.

**Atıf/ to Cite (APA):** Sapmaz-Veral, E. (2023). Yeşil dönüşümde tüketicilerin güçlendirilmesi: AB’de son gelişmelere ilişkin bir inceleme. *İktisadi İdarî ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 8(21), 630-649. <https://doi.org/10.25204/iktisad.1232084>

\* ORCID Dr., Ankara Üniversitesi Sosyal Çevre Bilimleri Anabilim Dalı, [esveral@gmail.com](mailto:esveral@gmail.com)

## Extended Abstract

### Background:

Continuing its systematic transition to a sustainable, climate-neutral, and circular economy under the European Green Deal, the EU has announced that it aims to make consumption more sustainable and enable consumers to take an active role in green transition. On 30 March 2022, the European Commission presented a package under the Circular Economy Action Plan, comprising several measures targeting the sustainability of products sold on the EU market. This package aims to make sustainable products the norm, boost circular business models and empower consumers for the green transition in the EU.

The proposal for a ‘Directive on Empowering Consumers for the Green Transition’ is one of the initiatives set out in the Commission’s 2020 New Consumer Agenda and 2020 Circular Economy Action Plan and follows up on the European Green Deal. It aims at enhancing consumers’ rights by amending the Unfair Commercial Practices Directive (UCPD) and the Consumer Rights Directive (CRD) through better protection against unfair commercial practices and through better information.

### Research Purpose:

This study aims to examine the recent EU policies to empower consumers in the green transition and to analyze the proposed amendments in the EU consumer legislation through the proposal for a ‘Directive on Empowering Consumers for the Green Transition’, while it also discusses the potential of these policies in terms of sustainable consumption. The second aim is to contribute to the literature through providing information on the latest developments in the EU.

### Methodology:

Based on narrative review, the paper reviews the literature on sustainable consumption and the recent EU policies to empower the consumers. Literature and the relevant documents were searched by using “sustainable consumption” and “empowering the consumers”. The search resulted in collection of both academic and non-academic literature, then through snowball sampling the reference lists of key documentation were examined. The main documents examined in the study regarding the EU's policies are EU policy papers, especially the reports of the Commission and the EU Parliament, along with the directive proposal.

### Results and Conclusions:

While many consumers want to contribute to the circular economy by buying more sustainable products, they are often confronted with unfair commercial practices, like misleading ‘green’ claims, or products that either break earlier than expected or that are too difficult or expensive to repair. To address these problems, the Commission proposal aims to reinforce consumer rights to information, ban generic environmental claims and help consumers recognise commercial guarantees of durability. In this regard, the proposal is a good start to counter the lack of reliable information on products’ durability and reparability, early obsolescence and greenwashing.

However, more has to be done for sustainable consumption. Even if the products are green, the fast pace of production and consumption puts enormous pressure on the ecosystem. Additionally, although consumers try to focus on products with relatively low impact by purchasing green products, the highest impact in terms of consumption is caused by general lifestyles such as the size of the house, the number of electronic devices, the frequency of flights and private vehicles as highlighted by Moser and Kelnhückelkotten (2018).

In line with the weak and strong sustainable consumption policies distinction made by Fuchs and Lorek (2005), it is possible to say that the EU policies fall under the weak sustainable consumption policies. The recent efforts will allow people to consume greener and more sustainable products in the EU. Nevertheless, fostering policies that will support attitude changes, emphasize 'sufficiency' and reduce consumption rates are still needed.

## 1. Giriş

Gerek temposu gerekse al-kullan-at şeklinde ilerleyişi ile özellikle gelişmiş ülkelerde sınırsızca ilerleyen küresel tüketim, çevre ve iklim değişikliği üzerindeki olumsuz etkilerin temel nedenlerindedir. Avrupa ekonomisi yüksek düzeyde kaynak tüketimine dayanmakta olup, kullandığı kaynakların büyük kısmını ithal etmekte olan Avrupa Birliği'nde (AB) tüketimin çevresel etkileri birçok gezegensel sınırı aşmaktadır. Üretimin enerji ve kaynak yoğun aşamalarının çoğunlukla AB dışında yaptırılması nedeniyle, AB'nin mal ve hizmet tüketimiyle ilgili genel etkilerini kapsayan tüketime ilişkin ekolojik ayak izi AB'nin toplam kara alanının iki katıdır (EEA, 2020). Uluslararası gündemde uzun bir süredir sürdürülebilir üretimin yanı sıra sürdürülebilir tüketimi hedefleyen politika ve stratejiler öne çıkmakta olup, uluslararası müzakerelerde önemli bir oyun kurucu olan AB'nin politikalarında da bu yönelim görülmektedir. AB, ekonomisinin kaynaklar, çevre ve iklim üzerindeki baskısını azaltmanın yanı sıra esas olarak jeopolitik risklerin arttığı bir dönemde ithal kaynak ve enerji bağımlılığından kaynaklanan riskleri azaltmayı hedeflemektedir.

AB'nin 2019 yılında açıkladığı yeni büyüme stratejisi Avrupa Yeşil Mutabakatı (AYM) kapsamında, Birleşmiş Milletler (BM) Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi ve Paris İklim Anlaşması'nın hedefleri doğrultusunda 'gezegenin sınırları içinde, rekabetçi ve yeşil bir ekonomiye geçiş' hedeflenmiş, bu geçişin bir parçası olarak sürdürülebilir tüketime ve AB'de tüketicilerin yeşil dönüşümde daha aktif rol almalarına yönelik politikalar oluşturulmuştur (EC, 2019). AYM kapsamında Avrupa Komisyonu tarafından açıklanan 2020 tarihli Döngüsel Ekonomi Eylem Planı, döngüsel ekonomi süreçlerini teşvik edecek eylemlerin yanı sıra sürdürülebilir tüketimi desteklemekte ve kaynakların AB ekonomisinde mümkün olan en uzun süre boyunca kalmasını hedeflemektedir (EC, 2020a). AB'de çevre ve iklim politikalarının yönünü belirleyen ve 2021-2030 dönemini kapsayan 8. Çevre Eylem Planı (ÇEP) kapsamında, 7. ÇEP'te belirlenmiş olan 'Gezegenin sınırları içinde iyi yaşamak' hedefi yinelenmiş, 'çevre ve iklim üzerindeki üretim ve tüketim kaynaklı baskıların azaltılması' planın altı tematik öncelikli hedefinden birini oluşturmuştur (EC, 2020b). Tüketicilerin sürdürülebilir bir ekonomiye geçişte desteklenmesinin, 2020-2025 dönemini kapsayan AB tüketici gündeminin temel hedefleri arasında olduğu görülmektedir (EC, 2020c). Avrupa Parlamentosu da uzun bir süredir AB'de tüketimin sürdürülebilir olmasını desteklemektedir. Son dönemde, özellikle ürünlerin dayanıklılığı ve onarılabilirliği ve çevresel ayak izine yönelik şeffaf, karşılaştırılabilir ve birbiriyle uyumlu ürün bilgilerinin tüketicilere sağlanması için çağrıda bulunmaktadır (EP, 2022a).

2020 tarihli Döngüsel Eylem Planı'nda; sürdürülebilir ürünlerin tasarlanması, tüketicilerin ve kamu alıcılarının güçlendirilmesi ve üretim proseslerinde döngüsellik olmak üzere üç ayağa oturtulan 'Sürdürülebilir Bir Ürün Politikası' çerçevesi çizilerek, Avrupa Komisyonu tarafından üretim ve tüketim kalıplarını hedef alan ve birbirini tamamlayıcı girişimler hayata geçirilmiştir (EC, 2020a). 'Yeşil Dönüşüm için Tüketicilerin Güçlendirilmesi Girişimi', Avrupa Komisyonu tarafından bu girişimlerden biri olarak başlatılmıştır. Söz konusu girişim ve akabinde komisyon tarafından sunulan düzenleme teklifi ile AB'de tüketicilerin yeşil dönüşümde desteklenmesine ve tüketicilere yeni haklar verilmesine yönelik önemli bir sürecin başlatıldığı gözlemlenmektedir. Bu çalışmanın amacı, AB'nin yeşil dönüşüm sürecinde tüketicileri güçlendirmek için oluşturduğu politikaları incelemek, bu politikaya neden ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymak ve 30 Mart 2022 tarihinde Avrupa Komisyonu tarafından sunulan direktif teklifi ile önerilen değişiklikleri incelemektir.

Çalışmada, literatür taramasından elde edilen veriler ışığında incelemelerde bulunulmuştur. "Sürdürülebilir tüketim" başlığı kullanılarak ilgili literatür taranmış ve bu araştırma sonucunda hem akademik hem de resmi kaynakların toplanması sağlanmış, daha sonra kartopu örnekleme yoluyla anahtar belgelerin referans listeleri incelenmiştir. AB'nin bu alandaki politikalarına yönelik olarak çalışmada incelenen temel dokümanları AB resmi belgeleri, özellikle komisyonun raporları ve sunulan direktif teklifi oluşturmaktadır. Sürdürülebilir tüketim ve çevre konulu literatürün her geçen gün gelişmekte olduğu, ancak bu literatürü bilimsel üretim, atıf sayısı, yayın sayısı, menşe ülke gibi faktörler açısından genellikle gelişmiş ülkelerin sırtladığı görülmektedir (Savaş, 2022). Türkçe

yazında sürdürülebilir tüketim için çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, AB’de yeşil dönüşümde tüketicilerin güçlendirilmesine ve sürdürülebilir tüketim için gelişmeleri bütüncül olarak inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Çalışmanın bu boşluğu doldurarak, AB’de bu alandaki gelişmelere ilişkin bilgi sağlaması ve Türkçe yazına katkıda bulunması hedeflenmiştir.

Çalışma beş bölüme ayrılmıştır. Konuya ilişkin genel bir girişten sonra ikinci bölümde sürdürülebilir tüketim kavramı genel olarak ele alınmış, getirilen birtakım eleştirilere yer verilmiş, başlatılan AB girişiminin de çıkış noktalarından biri olan ve sürdürülebilir tüketim için engel teşkil eden ‘yeşil satın alma tutarsızlığı’ incelenmiştir. Üçüncü bölümde AB’de tüketim alışkanlıkları ve tüketimin çevresel etkileri ele alınmış, AB Tüketici Politikası ve son dönemde sürdürülebilir tüketim için AYM kapsamında belirlenen hedefler ve başlatılan girişimler incelenmiştir. Dördüncü bölümde 30 Mart 2022 tarihinde sunulan ‘Yeşil Dönüşümde Tüketicilerin Güçlendirilmesine İlişkin Direktif Teklifi’ kapsamında 2011/83/AB sayılı Tüketici Hakları Direktifi ve 2005/29/AT sayılı Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi kapsamında öngörülen değişiklikler ele alınmıştır. Son bölümde ise ‘Nasıl bir sürdürülebilir tüketim?’ sorusu ışığında sürdürülebilir tüketim açısından görüş ve değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Türkiye’de tüm kalkınma planlarının ve uygulamalarının, ülkemizin 2053 net sıfır vizyonunun en önemli hedeflerinden yeşil kalkınmanın gerektirdiği yapısal dönüşümün rehberliğinde yürütülmesinin hedeflendiği ve sürdürülebilir, eşit bir kalkınma ve yeşil dönüşümün ülkemizin önceliği olduğu vurgulanan bir husustur. Diğer taraftan, AB ile Türkiye arasında Gümrük Birliği kapsamında AB ile mevcut ticari entegrasyonumuzun yanı sıra dahil olduğumuz değer zincirleri ve AB üyelik süreci dikkate alındığında, Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında AB tarafından hayata geçirilecek politikaların önemli etkilerinin olması kuvvetle muhtemel görülmekte (Ticaret Bakanlığı, 2021), AB’nin atacağı adımların yakından takip edilmesi önem arz etmektedir. Diğer taraftan, AB Katılım Müzakerelerinde 28 Nolu ‘Tüketicinin ve Sağlığın Korunması Faslı’ kapsamında tüketicilere yeni haklar getirilmesine yönelik çıkarılacak mevzuata uyum sağlanması gerekecektir. Yeşil dönüşümde tüketicilerin güçlendirilmesine yönelik adımlar, Türkiye’nin 2053 net-sıfır taahhüdü ve yeşil dönüşüm hedefinin yanı sıra BM 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi (UN, 2015) kapsamında sürdürülebilir tüketim ve üretime ilişkin 12. Sürdürülebilir Kalkınma Amacına (SKA) yönelik çabalarına önemli bir katkı sağlayacaktır. Yeşil dönüşüm sürecini destekleyici politikaların yapısı ülke ve koşullarına göre değişiklik gösterecek olsa da AB ve üye ülkeler tarafından izlenecek politika ve çalışmaların, uygulamada karşılaşılan sorunların ve edinilen deneyimlerin takip edilmesinin bu alanda yürütülecek hazırlıklara katkısı olacağı değerlendirilmektedir.

## 2. Sürdürülebilir Tüketim

### 2.1. Sürdürülebilir Tüketim Kavramı

Sürdürülebilir tüketim kavramı, sürdürülebilirlik kavramına bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir tüketimin davranış boyutu ise çoğunlukla yeşil tüketim olgusu ile karşılanmaktadır (Saba, 2019: 11). Kavramın çok net ve üzerinde uzlaşılan bir tanımı olmasa da son yıllarda ulusal ve uluslararası alanlarda sıkça tartışılan bir konu olduğu gözlemlenmektedir. Sürdürülebilir tüketim kavramı, 1992 yılında Rio’da düzenlenen Dünya Zirvesinin sürdürülebilir kalkınma eylem planı çerçevesinde yer alan Gündem 21 belgesinde yer alarak literatüre girmiştir (Karalar ve Kiracı, 2011). 1992 Rio zirvesi kapsamında Gündem 21, ardından UNEP liderliğindeki Marakeş süreci (2003) ve Sürdürülebilir Tüketim ve Üretim (SCP) ile ilgili 10 Yıllık Programlar Çerçevesi (10YFP) aracılığıyla, uluslararası düzeyde kademeli olarak sürdürülebilir tüketim gündemi oluşturulmuştur (Dawkins vd., 2019: 1450). Kavramın üzerinde uzlaşılan tek bir tanımı bulunmamakla birlikte, tanımlar çoğunlukla 1987 Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun ‘Ortak Geleceğimiz’ raporunda yer alan sürdürülebilir kalkınma tanımına dayandırılmaktadır. 1992 BM Rio Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı’nda sürdürülebilir olmayan üretim ve tüketim kalıplarının çevresel sorunların başlıca kaynağı olarak tanınması paralelinde, literatürde de sürdürülebilir tüketim ve üretim kavramının

birlikte tanımlanmasına sıkça rastlanmaktadır. Kavramın yaygın tanımlarından biri, 1994 Oslo Sürdürülebilir Tüketim Sempozyumu'nda önerildiği şekliyle “yaşam döngüsü boyunca doğal kaynakların, toksik maddelerin kullanımını, atık ve kirletici emisyonları en aza indirirken, temel ihtiyaçlara cevap veren ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan mal ve hizmetlerin kullanımı”dır (Roy, 2020: 54). Literatürde sürdürülebilir tüketime ilişkin yapılan farklı tanımlardan bir kısmı Tablo 1’de verilmektedir.

**Tablo 1.** Sürdürülebilir Tüketime İlişkin Tanımlar

Tanım	Kaynak
“Sürdürülebilir tüketim, yaşam döngüsü boyunca doğal kaynakların, toksik maddelerin kullanımını, atık ve kirletici emisyonları en aza indirirken, temel ihtiyaçlara cevap veren ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan mal ve hizmetlerin kullanımınıdır.”	Oslo Sürdürülebilir Tüketim Sempozyumu, 1994
“Sürdürülebilir tüketim, kamusal çevreci davranışları (aktivist veya çevre vatandaşlığı, çevre politikaların desteklenmesi gibi aktivist olmayan davranışlar) ve özel alanda sergilenen çevreci tüketim davranışlarını (ürünlerin ve hizmetlerin seçilmesi, alınması, kullanılması ve elden çıkarılmasında çevreye duyarlı davranma) içermektedir.”	Stern, 2000: 408
“Sürdürülebilir tüketim, öbür tüketim davranışlarına oranla çevresel etkileri oldukça az olan tüketim davranışı biçimidir.”	Paavola, 2001: 228
“Sürdürülebilir tüketim, gelecek nesillerin yaşam standartlarından ödün vermeden, bugüne ait maddi yaşam standartları içinde yaşamayı öngörmekte; doğal kaynakların, çevresel sistem veya insan eylemleri ile korunmasına (veya yenilenemeyen kaynaklar için, yenilenebilir alternatiflerin bunların yerine konmasına yetecek ölçüde) olanak verecek ölçüde kullanımı ve aynı zamanda çevresel sistemlerin, kendi yaşama yeteneklerine zarar vermeden kabul edebileceği miktarda kirlenme veya atık üretimi anlamına gelmektedir.”	Peattie, 2001: 131
“Sürdürülebilir tüketim, ekolojik dengenin hassasiyeti ve gelecek nesillerin gereksinimlerini karşılama hakkı gözetilerek, doğal kaynakların, atıkların ve çevreyi kirleten unsurların minimuma indirilmesinin yanı sıra bugün yaşayan nesillerin temel ihtiyaçlarını gideren ve insan için daha iyi bir yaşam standardı sunan ürün ve hizmetlerin kullanımınıdır.”	Seyfang, 2005: 294
“Sürdürülebilir tüketim, daha az tüketerek daha iyi yaşama ve bu süreçte çevre üzerindeki etkimizi azaltma yeteneği olarak tanımlanabilir.”	Jackson, 2005: 19
“Sürdürülebilir tüketim, bireylerin özel tüketim davranışlarında yapacakları politik ve çevreci tercihleri ile elde edecekleri ekolojik yurttaşlığın uygulanmasına ilişkin bir araçtır.”	Seyfang, 2005: 292
“Sürdürülebilir tüketim, doğal kaynaklara aşırı yüklenmeden ve çevreyi yok etmeden, gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama olanaklarını da göz önünde bulundurarak bugünkü gereksinimlerimizi karşılama biçimidir.”	Mortensen, 2006: 142
“Sürdürülebilir tüketim davranışı, sürdürülebilirliğe ilişkin üç temel amaç olan kaynak kullanımını, atıkları ve kirliliği azaltmaya hizmet eden davranışlardır.”	Williams ve Dair, 2007: 162
“Sürdürülebilir tüketim kişilerin gereksinimlerini, adaleti, hayat kalitesini, tüketicilerin sağlığını kapsayan bir düşünceyi ifade etmektedir.”	Mont ve Plepys, 2008: 532

Sürdürülebilir tüketim, daha etkin ve daha sorumlu tüketim, daha az tüketim ya da her ikisini birden kapsayan bir süreç olarak ele alınmaktadır (Çoban, 2020; Dawkins vd., 2019). Moisander (2007), yaşam döngüsü analizi açısından ise sürdürülebilir tüketim hangi seçeneğin daha sürdürülebilir olduğunu belirlemekle sınırlı kalmaması gerektiğinin altını çizmektedir. Sürdürülebilir tüketim, aynı zamanda daha az tüketme konusunda ürünlerin çevreye en az zarar verecek şekilde kullanılmasını, ömürlerini uzatmak için özenli bir şekilde bakımlarını, tamirini, yenisini almadan önce daha uzun süre kullanımda tutulmasını ve artık ihtiyaç duyulmadıklarında ise yeniden

kullanılmalarını veya geri dönüştürülmelerini sağlamayı kapsamalıdır. Bu kapsamda, çevresel açıdan sorumlu ve sürdürülebilir bir tüketimde, tüketiciler çeşitli ürünleri satın alırken, kullanırken, elden çıkarırken veya çeşitli yeşil hizmetleri kullanırken çevresel etkilerini dikkate almalıdır (Moisander, 2007: 404).

Sürdürülebilirlik olgusunda olduğu gibi sürdürülebilir tüketimin, çevre üzerindeki etkilerine odaklanan çevresel sürdürülebilirlik, işgücü uygulamaları, yaşam koşulları ve yerel topluluklar üzerindeki etkilere odaklanan sosyal sürdürülebilirlik, ekonomilerin ve şirketlerin ayakta kalmasına odaklanan ekonomik sürdürülebilirlik gibi birden çok boyutu bulunmaktadır (EPRS, 2020). Hertwich (2002: 2), sürdürülebilir tüketimin ürünler ve yaşam biçimleri olmak üzere birbiriyle ilişkili iki boyutuna ilişkin tanımını yapmaktadır. Fuchs ve Lorek (2005:262) ise zayıf ve güçlü sürdürülebilir tüketim ayrımını yapmaktadır. Zayıf sürdürülebilirlik örneğinde daha az yakıt tüketimi olan veya elektrikli bir araba tercih edilirken, güçlü sürdürülebilir tüketim örneğinde ise bireysel araç kullanımı yerine toplu taşıma tercih edilmekte, yaşam tarzı değişikliğine gidilmektedir.

Sürdürülebilir tüketim yaklaşımında sürdürülebilir yaşam biçiminin tercih edilmesi ve alışkanlıkların değiştirilmesi yerine daha ziyade yeşil ürünlerin öne çıkarılmasına yönelik önemli eleştiriler getirilmektedir. Sürdürülebilir tüketimde yeşil ürünler ön plana çıkarılırken tüketimin temposu değişmediğinde tüketilen nesnelere toplam çevresel etkisi azımsanmayacak bir büyüklük oluşturmaktadır. Yeşil de olsa tüketim miktarı, çeşitliliği ve hızı arttıkça atık sorunu büyümekte, ne kadar çok tüketim nesnesine sahip olunursa o ölçüde atık oluşturma potansiyeli oluşmaktadır (Çoban, 2020). Bir diğer sorun ise yeşil bir ürün kullanımının veya sürdürülebilirlikteki bir artışın tüketicilerin daha az sürdürülebilir yönde davranmasına neden olma ihtimalidir. Örneğin, bir cihazın, bir arabanın veya bir evin enerji verimliliğindeki iyileştirmeler, insanları cihazlarını veya araçlarını daha fazla kullanmaya yönlendirebilmektedir (Hertwich, 2005: 85). Kullanım sonrası ürünleri geri dönüşüme göndermenin sürdürülebilirlik için yeterli olduğuna inanılması ve nasıl olsa geri dönüşebilir oldukları inancıyla ürünlerin kısa sürede kullanılıp atılması da önemli bir sorundur (Morgan ve Birtwistle (2009: 190). Tüketimin etkilerine odaklı araştırmalar çevresel etkinin en büyük belirleyicisinin gelir seviyeleri olduğunu göstermektedir; yeşil ürün satın alarak tüketiciler nispeten daha düşük etkiye sahip tutumlara odaklansa da en büyük etki genel yaşam tarzından kaynaklanmaktadır. Konutun büyüklüğü, arabanın büyüklüğü, sahip olunan elektronik cihaz sayısı, uçuş ve özel araçla seyahat sıklığı gibi seçimler temel olarak insanların gelirlerinden etkilenmekte, iklim, çevre ve doğal kaynaklar üzerinde ciddi bir baskı oluşturmaktadır (Cayla vd., 2011:7874; Moser ve Kleinhüchelkotten, 2018: 626). Tüm bu açılardan sürdürülebilir tüketimin yeşil ürün satın almak ile sınırlı kalmaması gerektiği, bunun ötesinde tüketimin temposunu düşürecek, kullanım alışkanlıklarını değiştirecek ve bireyleri konfor alanlarından çıkaracak şekilde davranış ve tutum değişikliği gerektirdiği çok açıktır.

Bu konudaki Türkçe alanyazındaki çalışmalarda, Karalar ve Kiracı (2011: 63), bireylerin belli ürünleri kullanmama, satın alma yerine kiralama, belli ürünleri paylaşma, belli ürünlerin kullanımını kısma, onarma-onartma, kullanım sonucu atıkları değerlendirme vb. gibi davranışlarıyla da sürdürülebilir tüketimi desteklemelerinin mümkün olduğuna dikkat çekmekte; Hayta (2019: 143), sürdürülebilir tüketim davranışının kazanılmasında eğitimin önemini vurgulamaktadır. Eroğlu ve Köse (2021: 43), çalışmalarında sürdürülebilir tüketimin tüketici eğitimi almış, kendi kendini koruyabilen bilinçli tüketiciler tarafından sağlanabileceği kabulünden yola çıkarak tüketici eğitimi, tüketicilerin korunması ve bilinçlendirilmesi faaliyetlerinin önemine dikkat çekmektedir. Özsoy ve Madran (2015: 87), sürdürülebilir tüketimin ürün ömrü boyutundan tüketicilerin tutum ve davranışlarının analizine yönelik çalışmalarında çevre bilinçli tüketicilerin ürünleri daha uzun kullanmayı tercih ettiğini belirtmekte, ayrıca çevresel değer ve tüketimde çevre bilinci arttıkça tüketicilerin ürün tercihinde kişisel tercihler (marka, estetik görünüm, fiyat vb.) yerine ürün nitelikleri ve servis sonrası desteğini dikkate aldığını vurgulamaktadır.

Politik alandaki tartışmalarda zayıf sürdürülebilir tüketime rastlanmakla beraber, güçlü sürdürülebilir tüketim üzerinde neredeyse hiç durulmadığı dikkat çekilen bir husustur (Karalar ve

Kiracı, 2011). Özellikle gelişmiş ülkelerde çevre ve kaynaklar üzerinde büyük baskı oluşturan aşırı tüketimin azaltılması gerektiği açıktır. Ancak ekonomileri açısından işletmelere büyüme fırsatı ve yeni pazarlar sunarak, sürdürülebilir tüketim için yeşil ürünlerin teşvik edilerek ilerlenmek istenildiği görülmektedir. AB’de oluşturulan politikalarla yeşil ürünlerin üretim ve tüketimine destek verilmektedir. Bu kapsamda, AB’de oluşturulan girişimin de çıkış noktalarından biri olan ve AB’de tüketicilerin yeşil ürün satın alımlarının önünde bir engel teşkil eden “yeşil satın alma tutarsızlığı” sorunu ve buna etki eden faktörler sonraki başlıkta ele alınmaktadır.

## 2.2. Sürdürülebilir Tüketimde Bir Sorun: Yeşil Satın Alma Tutarsızlığı

Sürdürülebilir tüketim davranışında kişilik tipleri (Sarı ve Topçuoğlu, 2019), demografik özellikler (Aksu ve Gelibolu, 2015), sosyal medya (Reilly ve Hynan, 2014), bireysel değer yapıları (Aydın, 2016), bilgi ve davranış düzeyi (Neo, Choong ve Ahamad, 2017) ve kuşaklar (Aktaş ve Çiçek, 2019) gibi çok farklı faktörler etkili olabilmektedir (Özden, 2022). Tüketicilerin sürdürülebilir ürün tercihlerindeki kararları ise başlıca fiyat olmak üzere bulunabilirlik, alışkanlıklar, kimliğinin yansıtılması, sosyal normlar ve akran baskısı gibi pek çok faktöre bağlı olup, ürün türüne göre bu kararlar değişebilmektedir (EPRS, 2020: 6).

Yeşil satın alma davranışını araştıran birçok çalışma, tüketicilerin olumlu tutumları ile gerçek satın alma davranışları arasında bir tutarsızlık veya ‘boşluk’ olduğunu vurgulamaktadır (Tanner ve Kast, 2003: 883; Vermeir ve Verbeke, 2008: 542; Hughner vd., 2007: 94). Çevre dostu ürün ve hizmetlere karşı olumlu tutumlar bildirilmesine rağmen bu olumlu tutumların gerçek satın alma eylemlerine dönüşmemesi ‘yeşil satın alma tutarsızlığı’ veya ‘yeşil tutum-davranış farkı’ olarak tanımlanmaktadır (Young vd., 2010). Bu konuda yapılan çalışmalar incelendiğinde, White ve arkadaşlarının (2019) çalışması, sürdürülebilir davranışların ve bunların sonuçları hakkındaki bilgilerin ikna edici olabilese de bilgilerin nasıl çerçevelendirildiğinin, özellikle yüksek ön maliyetleri ve gecikmiş faydaları olan ürünler için kritik öneme sahip olduğunu, bu bilgiler sunulmadığı takdirde tüketicilerin daha yüksek bir fiyat ödemek istemediklerini belirtmektedir. Benzer şekilde, Özgül (2010) tarafından Türkiye’de küçük bir örneklemi kapsayan çalışma kapsamında tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışları maddi tasarruf sağlayan ve çevresel duyarlılık ile ilgili davranışlar olarak iki bölümde incelenerek, tüketicilerin büyük bölümünün sürdürülebilir tüketim davranışını önemsendiği saptansa da tasarruf sağlayan davranışların, çevre yönelimli davranışlara göre daha çok önemsendiği sonucu çıkmıştır. Yılmaz ve Arslan (2021) tarafından Türkiye’de beyaz eşya sektöründe yapılan bir araştırmada ise gelecek kaygısının sürdürülebilir tüketim bilinci üzerinde, sürdürülebilir tüketim bilincinin marka tutumu üzerinde, marka tutumunun ise satın alma niyeti üzerinde anlamlı etkileri bulunmuş fakat gelecek kaygısı ve sürdürülebilir tüketim bilincinin satın alma niyeti üzerinde doğrudan bir etkisi saptanmamıştır.

Joshi ve Rahman (2019) tarafından yapılan çalışmada, yeşil ürünlere yönelik satın alma kararını etkileyen çeşitli yaygın nedenler, kolaylaştırıcılar ve engeller tanımlanarak yeşil satın alma davranışında saptanan tutum-davranış tutarsızlıkları için olası açıklamalar sağlanmış, bu faktörler, bireysel karar vericiye özgü olanlar ve doğası gereği durumsal olarak kabul edilenler olarak ikiye ayrılmıştır. Çalışmaya göre, tüketicilerin çevresel kaygıları, ürünün işlevsel ve yeşil özellikleri ve çevresel bilgi başlıca itici güçler olarak ortaya çıkarken, yeşil ürünlerin yüksek fiyatı, düşük bulunabilirliği ve tüketici güveninin eksikliği, yeşil ürünlerin satın alınmasının önündeki başlıca engeller ve yeşil satın alma tutarsızlığının sebebi olarak ortaya çıkmıştır. Tsakiridou vd. (2008) tarafından yapılan çalışma, fiyat ve bulunabilirliği, tüketicinin yeşil satın alma davranışının önündeki başlıca engeller olarak kabul etmekte ve aşırı fiyatlandırmanın tüketicilerin satın alma kapasitesine zarar verdiğini göstermektedir.

Yeşil ürün satın alma kararlarında başta fiyat olmak üzere diğer engellerin yanında tüketicilerin güven eksikliği de önemli bir engeldir. Tüketiciler çevresel iddiaları güvenilir bulduğunda, tüm çevresel iddiaları göz ardı etmeye başlamakta ve böylece aslında çevre için daha iyi olabilecek

herhangi bir üründen kaçınabilmektedir (Mayer vd., 1993 aktaran Sapmaz Veral, 2022a). Ürünlerin ‘yeşil’ imajı sunan yanıltıcı ve iddialı reklamlarının, bunların çevresel özelliklerle ilişkilendirilmesinin tüketicide kafa karışıklığı yarattığı, bazı durumlarda tüketicinin ürünün gerçekten çevre dostu olup olmadığını anlayamadığı, bu nedenle de tüketicinin tutumunun, ürünün çevresel özellikleri hakkında olumsuz yöne kaydığı belirtilmektedir (Aji ve Sutikno, 2015: 433). Dayanıklı olarak satılan ürünlerin kullanım ömürlerinin beklenenden çok daha az olması ve erken bozulmaları gibi aldatıcı eskitme uygulamalar da önemli bir sorun teşkil etmekte olup (Sapmaz Veral, 2022b) AB, yeşil dönüşümde tüketicilerin güçlendirilmesine yönelik olarak özellikle bu alanlarda tüketici güveninin oluşturulmasına ve tüketicilerin korunmasına yönelik bir politika oluşturmaya başlamıştır.

### 3. AB’de Tüketim ve AB Tüketici Politikası Kapsamında Sürdürülebilir Tüketim

#### 3.1. AB’de Tüketim ve Tüketimin Çevresel Etkileri

Tüketim, AB ekonomisinin önemli bir parçasıdır ve GSYH’nin yaklaşık %60’ını oluşturmaktadır. AB tüketicilerinin en çok harcama yaptığı alanlar arasında gıda, konut, ulaşım, sağlık ve eğlence yer almaktadır. AB vatandaşları, özellikle daha yüksek gelir düzeyindeki tüketiciler, başta teknolojik ürünler olmak üzere çeşitli ürün ve hizmetlere yüksek miktarlarda harcama yapmaktadır. AB’de tüketim alışkanlıkları zaman içinde değişiklik göstermiş, son yıllarda çevre ve iklim krizleri, AB’de tüketicilerin çevreye daha az zarar veren yeşil ürünlere ilgi duymasına neden olmuştur. Ayrıca son yıllarda çevrimiçi alışverişin popülerliği aratarak geleneksel perakende mağazalarının zorlanmasına neden olmuştur (Eurostat, 2022).

Avrupa Komisyonu Ortak Araştırma Merkezi’nin (Joint Research Center- JRC) 2019 tarihli araştırmasına göre, ortalama bir AB vatandaşının tüketiminin etkileri, iklim değişikliği, kaynak kullanımı, partikül madde kirliliği (uzun süre havada asılı kalabilen katı veya sıvı parçacıklarının sebep olduğu hava kirliliği), tatlı su ötrofikasyonu (herhangi bir büyük su ekosisteminde başta karalardan gelenler olmak üzere çeşitli nedenlerle besin maddelerinin büyük oranda artması sonucu, plankton ve alg varlığının aşırı derecede çoğalması) ve insan toksisitesi (insan sağlığına zararlı ve istenmeyen etkiler) başlıklarında gezegensel sınırları aşmaktadır. Gıda, hareketlilik, konut, ev eşyaları ve cihazlar olmak üzere incelenen tüketim alanları için, en yüksek çevresel ayak izi sırasıyla gıda tüketiminden, özellikle ısınma için kullanılan enerjiyle bağlantılı olarak konutlardan ve özel araçların kullanımına bağlı olarak hareketlilikten kaynaklanmaktadır. AB’de tüketimin çevresel ayak izi, 2010 ve 2015 yılları arasında %6 oranında artmış, en önemli artış, %10 ile kat edilen mesafede ve %29 ile sahip olunan cihaz sayısında olmuştur. Diğer taraftan, 2018 yılında AB’nin sera gazı emisyonlarının %19’u hane halkından kaynaklanmıştır. Bu miktarın yaklaşık beşte biri, ısıtma ve özel araçlar için fosil yakıtların doğrudan kullanımından, geri kalanı ise haneler tarafından kullanılan nihai ürünlerden kaynaklanmıştır (JRC, 2019: 9).

AB’de tüketicilerin sürdürülebilirliğe yaklaşımı incelendiğinde ise Mart 2020’de yayınlanan kamuoyu anketi bu konuda önemli veriler sunmaktadır (Eurobarometer, 2020). Anket döneminde henüz Birlik’ten ayrılmamış olan Birleşik Krallık da dahil olmak üzere 28 AB üyesinden farklı sosyal ve demografik yapıya sahip 27.498 AB vatandaşı ile yapılan ankete göre farklı ülke vatandaşlarının yaklaşımları arasında önemli farklılıklar bulunmakla birlikte, AB’de tüketicilerin sürdürülebilir seçimler yapmaya daha hazır olduğu görülmektedir. Anket sonuçları, katılımcıların %94’ü için çevrenin ‘çok’ veya ‘oldukça önemli’ olduğunu gösterirken, çevrenin korunması için daha fazla çaba gösterilmesi gerektiği ve bu sorumluluğun paylaşılması gerektiği katılımcılarınca vurgulanan hususlardandır. İklim değişikliği, hava kirliliği ve artan atık miktarı, en önemli çevre sorunları olarak görülmektedir. Katılımcıların üçte ikisi, tüketim alışkanlıklarının çevre üzerinde olumsuz etkileri olduğunun farkında olduğunu belirtmekte ve en sık ifade edilen çözümün üretim ve tüketim kalıplarının değiştirilmesi olduğuna dikkat çekmektedir. Diğer taraftan, ankette çevrenin korunmasının önemli olduğu çok yüksek bir oranda ifade edilmişken, katılımcıların sadece %22’sinin



çevre etiketi bulunan bir ürün satın almış olması, yalnızca %31'inin aşırı ambalajlı üründen kaçınmış olması ve sadece %32'sinin yenisini almak yerine mevcut ürününü tamir ettirmiş olması dikkat çekmekte, AB tüketicilerinin yeşil ürün almaya daha hazır olmakla birlikte bunu satın alımlarında yeterince hayata geçirmedikleri görülmektedir.

### 3.2. AB Tüketici Politikası

Birliğin Tüketici Politikası, Avrupa Birliği'nin İşleyişine ilişkin Antlaşma'nın 4(2)(f), 12, 114 ve 169. Maddeleri ile Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı'nın 38. Maddesine dayanmaktadır. Tek Pazarın etkili bir şekilde işlemesine yönelik en önemli politikalardan biri olan AB Tüketici Politikası, 1975 yılında uygulanmaya başlamıştır. Ürün ve hizmetlerin güvenli ve sağlıklı tehdit etmeyecek şekilde AB pazarında tüketiciye sunulmasını ve yüksek kalite standartlarının yaygınlaştırılmasıyla tüketici güveninin oluşturulması esasına dayanan bir politika alanıdır (İKV, 2022). Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının ve sağlığının korunmasının yanı sıra ürünlerin genel güvenliğini de kapsayan Tüketici Politikası kapsamında Birlik, tüketicilerin bilgi ve eğitim hakkı ile çıkarlarını koruma amacıyla örgütlenme hakkını da desteklemekle yükümlüdür. Tüketicinin korunmasına yönelik düzenlemeler; tüketicilerin doğru bilgilendirilmesi, ayıplı ürünler, yanıltıcı reklamların engellenmesi, tüketici kredileri, kapıdan satışlar ve tüketicilerle karşı karşıya gelinmeksizin yapılan mesafeli satışlar gibi tüketiciyi doğrudan ilgilendiren pek çok konuyu düzenlemektedir (AB Başkanlığı, 2022). Tüketiciye sunulan mal ve hizmetlerin risk taşınamaması, ürün üzerinde tüketiciye açıkça bilgi verilmesi, ürün güvenliği ve denetleme mekanizmalarının doğru işlemesi gerek tüketici sağlığının gerekse tüketici haklarının korunmasının ön koşulu olarak kabul edilmektedir (İKV, 2022).

AB'nin yakın dönemli tüketici politikasının çerçevesini ise 'Avrupa Tüketici Gündemi' oluşturmaktadır. Avrupa Tüketici Gündemi, Birliğin tüketici haklarını korumak, sağlıklı, güvenli ve sürdürülebilir bir tüketim kültürü oluşturmak için belirlediği konulardan oluşan bir programdır. Son dönemde ise yeşil dönüşüm öncelik alanlarından biri olarak belirlenmiştir. Pandemi krizi sonrasında 13 Kasım 2020 tarihinde kabul edilen ve 2025 yılına kadar Birliğin bu alandaki vizyonunu ortaya koyan 'Sürdürülebilir Toparlanma için Tüketici Dayanıklılığının Güçlendirilmesi' başlıklı yeni tüketici gündeminde beş temel öncelik alanı bulunmaktadır (EC, 2020c):

- Yeşil dönüşüm: Yeşil dönüşümün tüketici haklarına getirdiği yeni zorluklarla mücadele edilmesi ve güçlendirme fırsatlarının değerlendirilmesi, coğrafya veya gelirden bağımsız bir şekilde sürdürülebilir ürün ve yaşam tarzlarının herkes için erişilebilir olmasının sağlanması;
- Dijital dönüşüm: Tüketici haklarının korunduğu daha güvenli bir dijital alan yaratılması, inovasyonun tüm Avrupalılara daha yeni ve daha iyi hizmetler sunması için eşit bir oyun alanının sağlanması;
- Etkili uygulama ve telafi: COVID-19'un tüketici hakları üzerindeki etkisinin dikkate alınması, yanıltıcı yeşil iddialar ve haksız ticari uygulamalar ile mücadele edilmesi;
- Özel tüketici ihtiyaçlarının ele alınması: Sosyal koşulları ve belirli özellikleri nedeniyle ekstra koruma gerektiren hassas tüketicilerin ihtiyaçlarının dikkate alınması;
- Tüketicilerin küresel bağlamda korunması: AB ortağı ülkelerdeki ilgili makamlarla daha yakın iş birliği ve piyasa gözetimi yoluyla tüketicilerin AB dışı teşebbüslerin haksız ticari uygulamalarından korunması ve ithal ürünlerde güvenliğin sağlanması.

### 3.3. AYM ve Döngüsel Ekonomi Eylem Planları Kapsamında Sürdürülebilir Tüketime İlişkin Hedefler

AB'nin son dönemdeki strateji ve politikaları incelendiğinde, sürdürülebilir tüketime giderek daha fazla önem verilmeye başlandığı, Avrupa Komisyonu tarafından yeşil dönüşüm ve döngüsel ekonomiye geçiş için sürdürülebilir tüketime ve tüketicilerin sürdürülebilir tercihler yapabilmesine yönelik somut tedbirlerin kabul edildiği görülmektedir. Bu doğrultuda, Komisyon tarafından sunulan

geçmiş Döngüsel Eylem Planları incelendiğinde, 2014 yılında Jose Manuel Barroso Komisyonu döneminde açıklanan ‘Döngüsel Ekonomiye Doğru: Avrupa için Sıfır Atık Programı’nın daha ziyade atık üzerine odaklanarak geri dönüşüm hedefleri içerdiği (EC, 2014), Jean-Claude Juncker başkanlığındaki Komisyon tarafından 2015 tarihinde açıklanan Eylem Planında ise üretim ve tüketim, atık yönetimi ve ikincil hammadde pazarı da dahil olmak üzere tüm yaşam döngüsünü kapsayan eylemlerin içerildiği görülmektedir. 2015 tarihli Eylem Planında tüketim için hedefler ürünlerin tamiri ve yeniden kullanımı ile tüketicilere güvenilir bilgi sağlanması olarak belirlenmiş, tüketim altındaki temel eylem başlıkları ise daha iyi etiketleme, AB eko-etiketi, çevresel ayak izi, yeni tüketim formları, paylaşımcı ekonomi, dijital platformlar, yanılıcı yeşil iddialar için eylemler, planlı eskitmeyi değerlendirmek için bağımsız test programlarının oluşturulması, yeşil kamu satın alımlarında uygulanacak döngüsel ekonomi kriterlerinin belirlenmesi olmuştur (EC, 2015).

2019 tarihli Avrupa Yeşil Mutabakatı ve 2020 tarihli son Döngüsel Ekonomi Eylem Planı kapsamında daha sürdürülebilir tüketimin ve AB’de tüketicilerin yeşil dönüşümde daha aktif rol almalarının sağlanmasının öncelik verilen konulardan biri olacağı açıklanmıştır. 2020 tarihli Döngüsel Ekonomi Eylem Planı’nda, ürünlerin tüm yaşam döngüsünde döngüsel ekonomi süreçlerini teşvik edecek eylemlerin yanı sıra sürdürülebilir tüketimin desteklediği, tüketicilerin güçlendirilmesinin öncelikli hedeflerden biri olarak yer aldığı görülmektedir. Komisyon tarafından, tüketicileri güçlendirmenin ve onlara tasarruf sağlayan fırsatlar sağlamanın, oluşturulmak istenen ‘Sürdürülebilir Ürün Politikası’ çerçevesinin temel yapı taşlarından biri olduğu vurgulanmıştır (EC, 2020a). Komisyon, Eylem Planı altında tüketicilerin döngüsel ekonomiye katılımını artırmak için AB tüketici mevzuatının gözden geçirilmesini önereceğini, ayrıca yeşil yıkama ve eskitme uygulamalarına karşı tüketicilerin korunmasını daha da güçlendirmeye odaklanacağını açıklamıştır. Bir kuruluş tarafından çevreye karşı sorumlu bir imaj sunmak için aldatıcı veya eksik bilgilerin yayılması olarak tanımlanan yeşil yıkama (Furlow, 2010) ve bir ürünün belli bir süre sonra eskিয়েerek veya işlevsiz hale gelerek sınırlı bir kullanım ömrüne sahip olmasının tasarlanması olarak tanımlanan eskitme uygulamaları (Valant, 2016) tüketicilerin sürdürülebilir seçimler yapmasında önemli engeller olarak görülmektedir. Bu doğrultuda, planın ‘Tüketicilerin Güçlendirilmesi’ başlığı altındaki eylemlerde;

- Tüketicilerin, ürünlerin kullanım ömrü, onarım hizmetlerinin mevcudiyeti, yedek parçalar ve onarım kılavuzları dahil olmak üzere satış noktasında ürünler hakkında daha güvenilir ve ilgili bilgiler almasını sağlamak için AB tüketici mevzuatının gözden geçirilmesinin önerilmesi;
- Yeni bir onarım hakkının oluşturulmaya çalışılması ve tüketiciler için yedek parçaların mevcudiyeti, onarıma erişim ve BİT ve elektronik ürünlerde yükseltme (upgrade) hizmetlerine erişim gibi yeni yata hakların dikkate alınması;
- 2019/771 sayılı Malların Satışına ilişkin AB Direktifinin gözden geçirilerek garantiler için olası revizyonların araştırılması;
- Yeşil yıkama ve eskitme uygulamalarına karşı tüketicilerin korunmasının güçlendirilmesi yollarının araştırılması ve sürdürülebilirlik etiketleri, logoları ve bilgi araçları için minimum gereksinimlerinin belirlenmesi;
- AB Eko-etiketi kriterlerine dayanıklılık, geri dönüştürülebilirlik ve geri dönüştürülmüş içeriğe ilişkin bilgileri ve ürün ve organizasyon çevresel ayak izi yöntemlerini entegre etme olasılığının araştırılması hususları kapsamıştır (EC, 2020a).

### 3.4. AB’de Sürdürülebilir Tüketim ve Üretime Yönelik Bağlantılı Girişimler

AYM kapsamında, üretim ve tüketimin kaynak ve enerji kullanımının, çevresel ve iklim üzerindeki etkilerinin gezegensel sınırlar içinde tutulması hedeflenmiştir. Bu hedef doğrultusunda, 2020 tarihli Döngüsel Ekonomi Eylem Planı’nda AB sürdürülebilir ürün politikası ile çevresel ayak izinin önemli bir şekilde azaltılması hedeflenerek, Avrupa Komisyonu tarafından birbiriyle sinerji içinde bir dizi girişim başlatılmıştır (EC, 2020a). Bu girişimler kapsamında, Komisyon tarafından AB’de

sürdürülebilir malların, hizmetlerin ve iş modellerinin norm haline geldiği, üretim ve tüketim kalıplarının daha sürdürülebilir olduğu tutarlı bir politika çerçevesi oluşturulmaya çalışılmaktadır (Sapmaz Veral, 2021: 6). ‘Yeşil Dönüşümde Tüketicilerin Güçlendirilmesi Girişiminin’ de arasında bulunduğu bu girişimlere aşağıda yer verilmektedir.

‘Sürdürülebilir Ürün Politikası Girişimi’, AB pazarına sunulan ürünlerin daha sürdürülebilir ve döngüsel olmasını sağlayacak kapsamlı gerekliliklerin olmamasından yola çıkılarak başlatılmıştır. Girişim ile AB pazarına sunulan ürünlerin daha sürdürülebilir hale getirilmesi amaçlanmıştır. Komisyon, bu kapsamda girişimin bir parçası olarak sürdürülebilirlik ilkelerini ve diğer uygun araçları oluşturmayı değerlendirmekte, ortak metodoloji ve prensiplere dayalı olarak tüm ürünlerde döngüsel tasarım ve yeni iş modellerinin desteklenmesi hedeflenirken, getirilecek minimum standartları sağlayamayan çevreye zararlı ürünlerin piyasaya sunulmaması öngörülmektedir. Bu kapsamda yasal bir çerçeve oluşturularak, AB’de üretilen veya satılan tüm ürünlerin sürdürülebilirlik için teknik standartlara uygun hale getirilmesi ve yaşam döngülerinin çeşitli aşamalarında ürünleri düzenleyen mevcut araçların uyumunun iyileştirilmesi üzerinde çalışılmaktadır (EC, 2021c).

‘Yeşil İddiaların Doğrulanması Girişimi’ ile işletmelerin ve ürünlerin çevresel performansına ilişkin iddiaların AB genelinde güvenilir, karşılaştırılabilir ve doğrulanabilir olması, yeşil yıkamanın önüne geçilmesi ve böylelikle güvenilir çevresel bilgiler ile piyasa aktörlerinin daha yeşil kararlar almasına olanak tanınarak yeşil dönüşümün desteklenmesi hedeflenmiştir. Girişim kapsamında AB’de işletmelerin ürün ve hizmetlerinin çevresel ayak izi hakkında ileri sürdükleri iddiaları, bunları ölçmek için standart yöntemler kullanarak kanıtlamaları seçeneği de değerlendirilmektedir (EC, 2021d).

‘Malların Sürdürülebilir Tüketimi- Tamir ve Yeniden Kullanımın İlerletilmesine İlişkin Girişim’ ise ayıplı malların onarılması da dahil olmak üzere malları daha uzun süre kullanmak için gerekli teşvik ve araçları sağlayarak tüketicileri daha sürdürülebilir seçimler yapmaya teşvik etmek amacıyla tasarlanmıştır. Girişim kapsamında onarım hakkı konusunda bir düzenleme hazırlanması öngörülmektedir. Komisyon, malların daha sürdürülebilir bir şekilde kullanımını teşvik etmek için tüketiciler ve işletmeler arasındaki ilişkiyi düzenleyecek ilave tedbirler üzerinde çalışmakta, bu konuda detaylı istişarelerde bulunmaktadır (EC, 2021e).

### 3.5. ‘Yeşil Dönüşüm İçin Tüketicilerin Güçlendirilmesi Girişimi’

Avrupa Komisyonu, sürdürülebilir mal ve hizmetler için yeşil pazarların büyümekte olduğunu ancak AB’de tüketici talebinin kısıtlı olmasından dolayı bu potansiyelin yeterince kullanılmadığını tespit etmiştir. AB’de tüketiciler daha sürdürülebilir seçimler yapmayı istemekte, ancak yeşil dönüşümdeki rolleri sınırlı kalmaktadır. Satış noktalarında tüketicilere ürünlerin çevresel özellikleri, beklenen veya garanti edilen ürün ömrü gibi ürünlerin sürdürülebilirliğine ilişkin bilgiler; onarım hizmetlerinin, yedek parçaların ve onarım kılavuzlarının mevcudiyeti ve yazılım güncellemeleri/yükseltmeleri gibi konularda sağlıklı bilgiler verilmemektedir. AB Eko-etiketi ve Enerji Etiketi gibi mevcut düzenlemeler kapsamında ürünlerin çevresel performansına ilişkin bilgilerin sunulması gönüllüğe bağlıdır ve sadece belirli ürün kategorilerini kapsamaktadır (EC, 2021b). 2005/29/AT sayılı Haksız Ticari Uygulamalara İlişkin Direktif ve 2011/83/AB sayılı Tüketici Hakları Direktifi tüketicilere bilinçli karar verebilmeleri için sağlanması gereken temel bilgileri düzenlemekte ancak ürünlerin çevresel özellikleri, kullanım ömrü veya onarılabilirliği hakkında açık bilgilerin sağlanmasını gerektirmemektedir. Bunun yanı sıra tüketiciler, yanlış bilgilendirmelerine veya kafa karışıklığına neden olan, güvensizlik yaratan ve sonucunda da yeşil ürün satın alma isteklerini azaltan birtakım uygulamalarla karşılaşmaktadır:

- Eskitme uygulamaları (özellikle dayanıklı tüketim malları için); ürünlerin bilerek ortalama bir tüketicinin beklediği kadar uzun süre dayanmayacak şekilde tasarlanmış olması veya kötü üretim, malzeme seçimi vb. gibi nedenlerle bozulması;

- Yeşil yıkama olarak da adlandırılan ürünlerin çevresel özellikleri hakkında belirsiz, yanıltıcı veya asılsız bilgiler sunulması;
- Ekonomik, sosyal ve çevresel özelliklere ilişkin bilgi sunan sürdürülebilirlik logolarını, etiketlerini, kalite işaretlerini, iddiaları ve çevrimiçi bilgileri (seçilen ürünlerin karbon ayak izlerini karşılaştıran mobil uygulamalar gibi) yorumlamanın veya bunların doğrulanmasının zor olması (EC, 2021b).

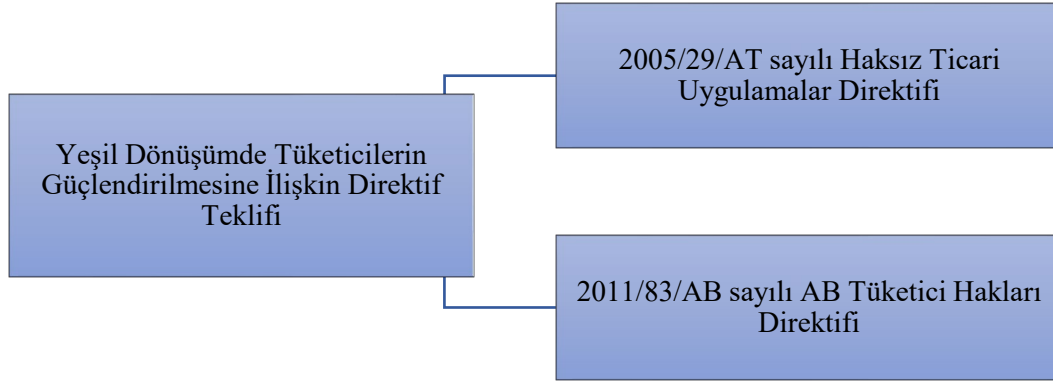
AB tüketici mevzuatının geniş kapsamı, ulusal makamların tüketicilerin ekonomik çıkarlarına zarar veren haksız ticari uygulamalara karşı harekete geçmesine olanak tanımakta, ancak girişimin kapsadığı alanlarda belirli kuralların olmaması nedeniyle bireysel vakalar, vaka bazında değerlendirilmekte, bu da sorunları etkili bir şekilde ele almayı zorlaştırmaktadır. Girişim kapsamında, mevcut sorunları en iyi şekilde kapsayacak ve hedefler doğrultusunda en etkili aracın tespiti için sorunların tüketici mevzuatı ve tüketicinin korunması perspektifiyle, diğer girişimlerin sonuçları da değerlendirilerek, AB eko-etiketi gibi mevcut araçlarla sinerji halinde farklı seçenekler üzerinde durulması öngörülmüştür. Bu kapsamda seçenekler:

- Bireysel işletmelerin, pazarlama stratejileri veya rekabetçi konumları doğrultusunda tüketicilere hangi bilgileri sağlayacakları konusunda karar vermekte özgür kaldığı ve herhangi bir politika değişikliğine gidilmeyen mevcut durumun korunması;
- Tüketicilere ürünlerin sürdürülebilirlik özellikleriyle ilgili bazı bilgilerin zorunlu olarak sunulmasının sağlanmasını ve yeşil yıkama ve eskitme gibi uygulamaların yaptırımına ilişkin ek kurallar getirecek şekilde tüketici koruma mevzuatının revizyonu;
- Son olarak da mevcut AB tüketici koruma araçlarının kapsamının üzerinde tek tip bir düzenleyici çerçeve oluşturulması olarak belirlenmiştir (EC, 2021b).

Girişime yönelik olarak 30-31 Ocak 2020 tarihlerinde Tüketici Zirvesi de dahil olmak üzere çeşitli paydaş toplantıları gerçekleştirilmiş, detaylı bir kamuoyu istişare süreci yürütülmüştür. Bu kapsamda başlangıç etki değerlendirmesine ilişkin bir geri bildirim mekanizması; çevrimiçi olarak halka danışma; ulusal makamlar, AB ve ulusal tüketici dernekleri olmak üzere temel gruplarla yaklaşık 150 derinlemesine görüşmeden oluşan kilit paydaşlarla hedeflenen istişareler; yüzden fazla şirketle bilgisayar destekli telefon görüşmeleri; tüm AB ülkelerinde yaklaşık 12.000 tüketicinin katıldığı çevrimiçi bir tüketici anketi ve dört uzman çalıştay gerçekleştirilmiştir (EC, 2022a). Komisyon, ilk olarak 2020 yılı Çalışma Programı'nda bir düzenleme teklifi sunacağını açıklamış, bunu mevcut tüketici koruma mevzuatında değişikliklerle ya da yeni bir düzenleme teklifi sunarak gerçekleştirmeyi planladığını belirtmiştir. 2020 yılının son çeyreği için sunulması planlanan düzenleme teklifi ilk olarak 2021 yılının ikinci çeyreğine ertelenmiş, sonrasında ise Komisyonun 2022 programına alınarak, 30 Mart 2022 tarihinde açıklanan birinci 'Döngüsel Ekonomi Paketi' altında sunulmuştur (EP, 2022a).

#### 4. Yeşil Dönüşümde Tüketicilerin Güçlendirilmesine İlişkin Direktif Teklifi

Döngüsel Ekonomi Eylem Planının uygulanmasına yönelik Komisyon tarafından açıklanan 30 Mart 2022 tarihli Döngüsel Ekonomi Paketi, sürdürülebilir ürünlerin AB'de norm haline getirilmesine ve ürünlerin çevresel sürdürülebilirliğine ilişkin düzenleyici çerçevenin oluşturulmasına odaklanmıştır. Pakette 'Sürdürülebilir Ürünler için Eko-tasarım Tüzük Teklifi', '2022-2024 Eko Tasarım ve Enerji Etiketleme Çalışma Planı' ve 'Yeşil Dönüşüm için Tüketicilerin Güçlendirilmesine İlişkin Direktif Teklifi' ile paketi sektörel olarak da destekleyecek stratejiler sunulmuştur (Sapmaz Veral, 2022a).



**Şekil 1.** Yeşil Dönüşümde Tüketicilerin Güçlendirilmesine İlişkin Direktif Teklifinin Değişiklik Önerdiği Mevzuat

Detaylı analiz ve istişareler doğrultusunda hazırlanarak komisyon tarafından sunulan ‘Haksız Uygulamalara Karşı Daha İyi Koruma ve Daha İyi Bilgi Yoluyla Yeşil Dönüşüm için Tüketicilerin Güçlendirilmesine ilişkin 2005/29/AT ve 2011/83/AB Direktiflerini Değiştiren Direktif Teklifi’, AB tüketici mevzuatında önemli değişiklikler öngörmekte, tüketicilerin yeşil dönüşümde daha aktif bir rol almalarını sağlamak, daha çevre dostu ve bilinçli seçimler yapmalarına imkân vermek için yeni haklar getirirken, aldatıcı ticari uygulamalara karşı tüketicilere daha iyi bir koruma sağlamayı hedeflemektedir. Teklif, daha spesifik olarak, tüketicilerin bilinçli satın alma kararları almalarını ve dolayısıyla daha sürdürülebilir tüketim katkısında bulunmalarını sağlayarak dögüsel, temiz ve yeşil bir AB ekonomisine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. AB tüketici kurallarının Birlik düzeyinde daha iyi ve daha tutarlı bir şekilde uygulanması sağlanacaktır.

Bu kapsamda, altı maddeden oluşan direktif teklifi kapsamında 1. Madde 2005/29/AT sayılı Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi’nde önerilen değişiklikleri, 2. Madde’de 2011/83/AB sayılı AB Tüketici Hakları Direktifi’nde değişiklikleri düzenlemektedir. 3. Madde kapsamında düzenlemenin kabulünden beş yıl sonrasında direktifin uygulanmasına ilişkin Avrupa Komisyonu tarafından Avrupa Parlamentosu ve Konseye rapor sunulması öngörülmektedir. 4. Madde kapsamında üye devletlerin iç hukuka aktarımı düzenlenmekte, 5. Madde kapsamında direktifin Avrupa Birliği Resmi Gazetesi’nde yayımlanma tarihini takip eden yirminci günde yürürlüğe gireceği belirtilmektedir. 6. Madde direktifin muhataplarını üye devletler olarak belirlemiştir.

#### **4.1. 2005/29/AT sayılı Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi’nde Önerilen Değişiklikler**

AB Tüketici mevzuatı kapsamında, 2005/29/AT sayılı Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi’nde ortalama bir tüketicinin ürün ile ilgili ekonomik davranışını önemli ölçüde bozan veya önemli ölçüde bozma olasılığı bulunan, tüketicinin bilinçli karar almasını engelleyen uygulamalar yasaklanmıştır (Uzun Şenol, 2022; Aksoy, 2015). Direktif, reklamcılık ve iletişimi de içerecek şekilde tüketiciye yönelik ticari uygulamaları geniş bir şekilde kapsamına almakta, haksız ticari uygulamalara başvuran veya iş şartlarına uymayan tacirlerin kontrolü ile tüketiciye koruma sağlamaktadır. Direktifin EK-1 listesi, yasak olan ticari uygulamaları düzenlemektedir (EC, 2005).

Düzenleme teklifinin 1. Maddesi’nde, 2005/29/AT sayılı Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi’ne önerilen değişiklikler yer almaktadır. Bu değişikliklere ilişkin detay Tablo 2’de verilmektedir.

**Tablo 2.** 2005/29/AT sayılı Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi Kapsamında Önerilen Değişiklikler

Değiştirilen Madde	Önerilen Değişiklik
<b>Madde 6 (1b)</b> Bir tacirin tüketiciyi aldatmaması gereken ürün özellikleri	2005/29/AT Direktifinin 6(1) Maddesinde yer alan bir tacirin tüketiciyi aldatmaması gereken ürün özellikleri listesi, ‘çevresel veya sosyal etki’, ‘dayanıklılık’ ve ‘onarılabilirlik’ öğelerini içerecek şekilde değiştirilmiştir.
<b>Madde 6 (2)</b> Ortalama tüketicilerin, aksi halde almayacakları bir işlem kararı almasına neden olan veya verme olasılığı bulunan ticari uygulamalar	Ortalama tüketicilerin, aksi halde almayacakları bir işlem kararı almasına neden olan veya verme olasılığı bulunan ticari uygulamalara ilişkin olarak, yanıltıcı eylemler olarak kabul edilecek olan 2005/29/AT sayılı Direktifin 6(2) Maddesine aşağıdaki iki ek uygulama eklenmiştir: <ul style="list-style-type: none"><li>• Açık, nesnel ve doğrulanabilir taahhüt ve hedefler ile bağımsız bir izleme sistemi olmadan ilerideki çevresel performansa ilişkin bir çevresel iddiada bulunulması.</li><li>• İlgili pazarda ‘yaygın bir uygulama’ olarak kabul edilen özelliklere ilişkin tüketicilere ‘fayda’ olarak reklam yapılması.</li></ul>
<b>Madde 7</b> Yanıltıcı İhmaller	2005/29/AT sayılı Direktifin 7. Maddesindeki belirli ticari uygulamalarda önemli olarak kabul edilecek bilgilerin listesi, ihmal edilmesi durumunda söz konusu ticari uygulamanın yanıltıcı olarak görülmesine neden olabilecek aşağıdaki bilgiyi kapsayacak şekilde genişletilmektedir: <ul style="list-style-type: none"><li>• Bir tacirin, sürdürülebilirlik bilgi aracı da dahil olmak üzere ürünleri karşılaştıran bir hizmet sunduğu durumlarda, karşılaştırma yöntemine, karşılaştırmanın konusu olan ürünlere, bu ürünlerin tedarikçilerine ve bilgileri güncel tutmak için önlemlere ilişkin sağladığı bilgi somut bilgi olarak kabul edilecektir.</li></ul>
<b>Ek-1 Liste</b> Tüm koşullarda aldatıcı olarak kabul edilecek ticari uygulamalar	2005/29/AT sayılı Direktifin Ek-1 listesinde aldatıcı olarak kabul edilen ve yasaklanmış olan ticari uygulamalar listesine on yeni ticari uygulama eklenmektedir: <ul style="list-style-type: none"><li>• Bir sertifikasyon şemasına dayanmayan veya kamu otoriteleri tarafından oluşturulmamış bir sürdürülebilirlik etiketi sunulması.</li><li>• Öne sürdüğü iddiayla ilgili olarak üstün çevresel performansı gösteremese dahi tacir tarafından jenerik bir çevresel iddiada bulunulması.</li><li>• Gerçekte ürünün yalnızca belirli bir yönü ile ilgiliyken, ürünün tamamı hakkında çevresel bir iddiada bulunulması.</li><li>• AB piyasasında ilgili ürün kategorisindeki tüm ürünlere mevzuat doğrultusunda getirilmiş gerekliliklerin, tüccar teklifinin ayırt edici bir özelliği olarak tüketiciye sunulması.</li><li>• Yazılım güncellemesinin, diğer özelliklerin işlevini iyileştirse bile, dijital öğeye sahip malların kullanımını veya bu malların belirli özelliklerinin kullanımını olumsuz etkileyeceği konusunda tüketicinin bilgilendirilmesinin ihmal edilmesi.</li><li>• Bir malın dayanıklılığını sınırlamak için getirilmiş bir özelliğinin mevcudiyetinden tüketicinin haberdar edilmemesi.</li><li>• Bir malın, öyle olmamasına rağmen, kullanım süresi veya kullanım sıklığı bakımından belirli bir dayanıklılığa sahip olduğunun iddia edilmesi.</li><li>• Ürünlerin öyle olmadığı halde tamire olanak tanıyormuş gibi sunulması veya yasal gerekliliklere uygun olarak tamire izin verilmediğinin tüketiciye bildirilmemesi.</li><li>• Tüketicinin, bir malın sarf malzemelerini gerekli olan teknik nedenlerden daha erken bir sürede değiştirmeye teşvik edilmesi.</li><li>• Orijinal üretici tarafından sağlanmayan sarf malzemesi, yedek parça veya aksesuar kullanılmış olduğunda, bir malın işlevselliğini sınırlayacak şekilde tasarlandığının bildirilmemesi (EC, 2022c).</li></ul>

Kaynak: EC, 2022c.

## 4.2. 2011/83/AB sayılı Tüketici Hakları Direktifi'nde Önerilen Değişiklikler

Mevcut durumda, tüketicilerin bilgilendirilmesine yönelik olarak 2011/83/AB sayılı AB Tüketici Hakları Direktifi kapsamında satın alma öncesinde tüketicilere ürünle ilgili 'somut bilgi' (sözleşme öncesi bilgi) sunulması gerekmekte (EC, 2011), 2005/29/AT sayılı Direktif kapsamında da tüketicilere sunulan tüm bilgilerin doğru olması gerekmektedir (EC, 2005). Ürün garantilerine ilişkin olarak AB kuralları incelendiğinde ise tüketici ile satıcı arasındaki sözleşmeye dayalı ilişkinin belirli yönlerini düzenleyen 1999/44/AT sayılı Tüketici Ürünlerinin Satışı ve Garantilere İlişkin Direktif, AB'deki tüm malların satışı için geçerli olan iki yıllık bir yasal garanti süresi belirlemektedir. İkinci el mallarda yasal garanti ise bir yıldır. Ürün garanti kapsamındayken arızalı çıkarsa, satıcı ya tamir etmeli ya da değiştirmelidir, bu da başarılı olmazsa indirim ya da ödenen paranın iadesini teklif etmesi gerekmektedir (EC, 1999). 1 Ocak 2022 itibarıyla, 2019/771/AB sayılı yeni direktif hükümleri 1999/44/AT sayılı Satış ve Garantiler Direktifi'nin yerini almış, tüketiciler para iadesi veya indirimli bir fiyat talep etmeden önce, ilk olarak ayıplı ürünlerin onarımı ve değiştirilmesi denenmeye başlanmıştır. Yenisi ile değiştirme ve onarım arasındaki seçim, seçilen seçenek imkânsız olmadığı veya satıcıya orantısız bir maliyet getirmediği sürece tüketicilere bırakılmaktadır (EP, 2022b).

Direktif teklifinin, 2011/83/AB sayılı Tüketici Hakları Direktifi'nde getirdiği değişikliklere ilişkin bilgiler Tablo 3'te verilmektedir.

**Tablo 3.** 2011/83/AB sayılı Tüketici Hakları Direktifi'nde Önerilen Değişiklikler

Değiştirilen Madde	Önerilen Değişiklik
<b>Madde 2</b> Tanımlar	2011/83/AB sayılı Direktifin 2. Maddesi kapsamında yer alan tanımlar yer almaktadır. Teklif kapsamında yapılan bu tanımlara, 'enerji kullanan mal', 'ticari dayanıklılık garantisi', 'dayanıklılık', 'üretici', 'tamir edilebilirlik puanı' ve 'yazılım güncellemesi' tanımları da eklenmiştir.
<b>Madde 5(1)</b> Mesafeli sözleşmeler veya işyeri dışında kurulan sözleşmeler haricindeki sözleşmeler için tüketicilere sağlanması gereken sözleşme öncesi bilgiler	Mesafeli veya işyeri dışında kurulan sözleşmeler haricindeki sözleşmeler akdedilirken tüketicilere sağlanacak sözleşme öncesi bilgilere ilişkin olarak, 2011/83/AB sayılı Direktifin 5(1) Maddesi kapsamındaki tüketiciye açık ve anlaşılır bir şekilde sunulması gereken bilgilere ilişkin listeye aşağıdaki altı ek madde eklenmiştir: <ul style="list-style-type: none"><li>• Her tür mala ilişkin olarak bahse konu bilgi üretici tarafından sağlandığında, üreticinin sağlayacağı ticari dayanıklılık garantisinin mevcudiyeti ve süresi hakkında bilgi.</li><li>• Enerji kullanan mallar için, üretici tarafından bir üretici dayanıklılık garantisinin mevcudiyeti hakkında hiçbir bilgi sağlanmıyorsa bunun sağlanmadığına ilişkin bilgi.</li><li>• Üreticinin, dijital unsurlara sahip mallar için yazılım güncellemeleri sağlamayı taahhüt ettiği sürenin varlığı ve uzunluğu.</li><li>• Dijital içerik ve dijital hizmetler için, sağlayıcının yazılım güncellemeleri sağlamayı taahhüt ettiği sürenin varlığı ve uzunluğu.</li><li>• Birlik mevzuatı kapsamında geçerli olduğu şekliyle malın onarılabilirlik puanı.</li><li>• Birlik düzeyinde herhangi bir tamir edilebilirlik puanı bulunmaması durumunda yedek parçaların mevcudiyeti ve onarım kılavuzuna ilişkin bilgiler gibi diğer onarım bilgileri.</li></ul>
<b>Madde 6 (1)</b> Mesafeli sözleşmeler veya işyeri dışında kurulan sözleşmeler için tüketicilere sağlanması gereken sözleşme öncesi bilgiler	Mesafeli veya işyeri dışında kurulan sözleşmeler yapılırken tüketicilere sağlanacak sözleşme öncesi bilgilere ilişkin olarak, 2011/83/AB sayılı Direktifin 6(1) Maddesi kapsamındaki tüketiciye açık ve anlaşılır bir şekilde sunulması gereken bilgiler listesine yukarıdaki aynı altı madde eklenmiştir.
<b>Madde 8(2)</b> Mesafeli Sözleşmeler İçin Şartlar	Direktifin 8(2) Maddesi kapsamında elektronik ortamda yapılacak mesafeli sözleşmelerde tüketicilerin siparişlerini vermeden önce doğrudan bilgilendirilmesi için sağlanacak bilgilere ilişkin listeye, üreticinin ticari dayanıklılık garantisinin varlığı ve sağlanan bu garantinin süresi hakkında bilgi (veya enerji kullanan mallar için böyle bir bilgi sağlanmıyorsa bunun sağlanmıyor olduğuna ilişkin bilgi) eklenmiştir.

**Kaynak:** EC, 2022c.

Komisyondan sunulan söz konusu düzenleme teklifi, Avrupa Parlamentosu ve Konseyin görüşleri doğrultusunda gerçekleşecek müzakereler sonrasında yasama süreci tamamlanıp yürürlüğe girecektir. Avrupa Konseyi tutumunu 3 Mayıs 2023 tarihinde, Avrupa Parlamentosu ise 11 Mayıs 2023 tarihinde oluşturmuştur (EP, 2022b).

## 5. Sonuç ve Değerlendirmeler

AB’de Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Döngüsel Ekonomi Eylem Planı altında başlatılan girişimlerle, sürdürülebilir üretim ve tüketimi hedefleyen bir politika çerçevesi oluşturmaya çalışılmaktadır. AB Tüketici Politikasını daha sürdürülebilir kılmayı hedefleyen ‘Yeşil Dönüşümde Tüketicilerin Güçlendirilmesi Girişimi’ nin çıkış noktası incelendiğinde, AB’de bilinçli tüketicilerin yeşil ürün satın alma niyetine rağmen bunun her zaman satın alma ile sonuçlanmamasından hareketle yeşil ürünlerin tercih edilmesinin sağlanmasına yönelik stratejiler oluşturulduğu görülmektedir. Bu tercihte en belirleyici etkenlerden olan fiyatın dışında, ürünlerin çevresel özelliklerine ilişkin yetersiz veya güvenilir olmayan bilgilerin, yeşil yıkamanın ve erken eskitmeyle çok çabuk bozulan ve yeniyken bile kullanım dışı kalan ürünlerin en önemli engeller olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda, farklı seçeneklerin değerlendirilmesi için detaylı analizlerin ve paydaşlarla geniş katılımlı istişarelerin gerçekleştirildiği görülmektedir.

Girişim kapsamında komisyondan hazırlanarak 30 Mart 2022 tarihinde sunulan ‘Yeşil Dönüşüm için Tüketicilerin Güçlendirilmesine İlişkin Direktif Teklifi’, 2011/83/AB sayılı AB Tüketici Hakları Direktifi’nde ve 2005/29/AT sayılı Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi’nde önemli değişiklikler öngörmekte, tüketicilerin yeşil dönüşümde daha aktif bir rol almalarını sağlamak için tüketicilere yeni haklar getirirken, aldatıcı ticari uygulamalara karşı tüketicileri daha iyi korumayı hedeflemektedir. Bu kapsamda önerilen değişikliklerle tüketicilere satış öncesinde sağlanması gereken bilgilere malların dayanıklılığı, onarılabirliği ve güncellenebilirliği hakkında bilgiler eklenerek, bunlara ilişkin bilgi verilmesi zorunlu kılınmaktadır. Tüketicilerin sürdürülebilir ürün satın alımlarını engelleyen yeşil yıkama ve erken eskime gibi aldatıcı ticari uygulamalar yasaklanmakta, ‘kara liste’ olarak isimlendirilen mevcut yasaklanmış haksız ticari uygulamalar listesi güncellenmekte, doğrulanmamış ‘yeşil’, ‘çevre-dostu’ gibi genel ve belirsiz çevresel iddialarda bulunması engellenmektedir.

Geliştirilen önlemler ile tüketicilerin ürün ve hizmetlerin çevresel özelliklerine ilişkin aldatılmalarının önüne geçilerek, tüketicilerin rakiplerinden daha iyi çevresel performans ve daha uzun ömre sahip, daha dayanıklı, tamir edilebilir, güncellenebilir ürünleri seçebilme imkânı getirilmektedir. Bunun ise daha sürdürülebilir ürünlere yönelik rekabeti teşvik ederek piyasayı bu yönde şekillendirmesi ve yeşil dönüşüm açısından olumlu sonuçlar doğurması beklenmektedir (Sapmaz Veral, 2022a). Ancak ürünler yeşil de olsa, üretim ve tüketim hızlarıyla kaynaklar üzerinde yaratılan baskı ve atık sorunu değerlendirildiğinde, yeşil ürünler için ‘müşteri’ yaratmaktan ziyade tutum değişikliğini destekleyecek politikalara ağırlık verilmesi gerektiği ve esasen tüketim hızının düşürülmesi gerekmektedir. Yeşil ürün satın alarak tüketiciler nispeten daha düşük etkiye sahip ürünlere odaklanmaya çalışsa da tüketim açısından en büyük etkinin sahip olunan konutun büyüklüğü, elektronik cihaz sayısı, uçuş ve özel araçla seyahat sıklığı gibi genel yaşam tarzlarından kaynaklandığı (Moser ve Kelnhückelkotten, 2018: 626) unutulmamalıdır. Tüm bu açılardan değerlendirildiğinde, AB’de bu çabaların yeşil ürün satın alımlarını destekleyeceği, ancak özellikle ‘yeterliliği’ öne çıkaran ve tutum değişikliği yaratacak eylemlerle tüketim temposunu düşürerek iletilmesi halinde sürdürülebilir tüketim için etkili olacağı değerlendirilmektedir.

Fuchs ve Lorek (2005) tarafından yapılan zayıf ve güçlü sürdürülebilir tüketim ayrımı doğrultusunda, AB tarafından izlenen politikanın bu yönden zayıf bir sürdürülebilir tüketim politikası olduğunu söylemek mümkündür, zira güçlü sürdürülebilir tüketim için tutum ve yaşam tarzı değişikliğini destekleyen çevresel açıdan sorumlu tüketim davranışına geçilmesi ve tüketim düzeylerinin azaltılması gerekmektedir. Bu durum, politik alandaki tartışmalarda zayıf sürdürülebilir



tüketime rastlanmakla beraber, güçlü sürdürülebilir tüketim üzerinde neredeyse hiç durulmadığına ilişkin tespitleri doğrular niteliktedir.

Sürdürülebilir tüketimin sağlanması için toplumun çevresel sorunlara yaklaşımında paradigma değişiklikleri gerekmekte, bu nedenle tüketici davranışlarının anlaşılması ve değişim yaratacak strateji ve politikalar önem kazanmaktadır. Çalışmada, Türkiye'nin de bu yöndeki çabalarına yol gösterici olması açısından AB'nin Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında sürdürülebilir tüketime yönelik son dönemdeki politikaları aktarılmaya çalışılmıştır. Kapsamlı bir literatür taramasına rağmen araştırmanın nitel bir araştırma ile desteklenmemiş olması veri toplama yöntemi açısından çalışmaya sınırlılık getirmiştir. Çalışmanın diğer bir kısıtı ise AB'deki sürdürülebilir tüketime yönelik son dönemdeki gelişmeleri tüketici politikaları ile sınırlı tutması, kamu alımlarına yönelik tedbirlere yer verilmemesidir. Gelecek çalışmaların ilgili direktif teklifinin yasama süreci tamamlanıp uygulanmaya başlanması sonrasında odak grupları ve görüşmeleri gibi nitel araştırmalarla desteklenmesi, getirilen değişikliklerin tüketicilerin yeşil ürün satın alma istekleri ve alışkanlıklarına ilişkin etkisinin daha detaylı ve derin olarak anlaşılmasını mümkün kılacak hem alanyazına katkısı bakımından hem de uygulayıcı ve araştırmacılara yol gösterici olması açısından faydalı olacaktır.

## Kaynaklar

- AB Başkanlığı (2022). *Tüketicinin ve sağlığın korunması faslı*. [https://www.ab.gov.tr/28-tuketicinin-ve-sagligin-korunmasi\\_93.html](https://www.ab.gov.tr/28-tuketicinin-ve-sagligin-korunmasi_93.html).
- Aji, H. M. ve Sutikno, B. (2015). The extended consequence of greenwashing: perceived consumer skepticism. *International Journal of Business and Information*, 10(4), 433.
- Aksoy, M. A. (2015). 2005/29/AT Haksız ticari uygulamalar direktifinde düzenlenen haksız rekabet halleri ve uygulama örnekleri. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası* 73(1), 279-318.
- Aksu, C. K. ve Gelibolu, L. (2015). Üniversite çalışanlarının sürdürülebilir tüketim açısından tutumlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(9), 235-248.
- Aktaş, S. C. ve Çiçek, B. (2019). Farklı kuşaktaki kadın ve erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının incelenmesi. *Third Sector Social Economic Review*, 54(4), 1957-1978.
- Aydın, H. (2016). Çevreci tüketicilerin değer temelli bölümlendirilmesi: Çevreci kadın tüketiciler üzerine bir araştırma. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 105-124.
- Cayla, J. M., N. Maizi ve Marchand, C. (2011). The role of income in energy consumption behaviour: evidence from French households data. *Energy Policy*, 39(12), 7874-7883.
- Çoban, A. (2020). *Çevre politikası ekolojik sorunlar ve kuram*. İmge Kitabevi.
- Dawkins, E., André, K., Axelsson, K., Benoist L., Swartling, A. G. ve Persson, A. (2019). Advancing sustainable consumption at the local government level: A literature review. *Journal of Cleaner Production*, 231, 1450-1462.
- European Commission (EC) (1999). *Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on Certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A31999L0044>.
- EC (2005). *Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>.
- EC (2011). *Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32011L0083>.
- EC (2014). *Towards a circular economy: A zero waste programme for Europe /COM/2014/0398 final*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52014DC0398>.
- EC (2015). *Closing the loop- an EU action plan for the circular economy*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52015DC0614>.
- EC (2019). *The European Green Deal COM/2019/640 final* <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1588580774040&uri=CELEX:52019DC0640>.

- EC (2020a). *A new circular economy action plan for a cleaner and more competitive Europe* COM/2020/98 final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1583933814386&uri=COM:2020:98:FIN>.
- EC (2020b). *Proposal on a general union environment action programme to 2030*. <https://ec.europa.eu/environment/pdf/8EAP/2020/10/8EAP-draft.pdf>.
- EC (2020c). *New consumer agenda*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0696>.
- EC (2021a). *Consumer policy- strengthening the role of consumers in the green transition initiative*. [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12467-Consumer-policy-strengthening-the-role-of-consumers-in-the-green-transition\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12467-Consumer-policy-strengthening-the-role-of-consumers-in-the-green-transition_en).
- EC (2021b). *Inception impact assessment – empowering the consumers for the green transition- ares (2020) 3256804*. [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12467-Consumer-policy-strengthening-the-role-of-consumers-in-the-green-transition\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12467-Consumer-policy-strengthening-the-role-of-consumers-in-the-green-transition_en).
- EC (2021c). *Sustainable products initiative*. [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-products-initiative\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-products-initiative_en).
- EC (2021d). *Substantiating green claims initiative*. [https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/initiative\\_on\\_green\\_claims.htm](https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/initiative_on_green_claims.htm).
- EC (2021e). *Sustainable consumption of goods – promoting repair and reuse initiative*. [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13150-Sustainable-consumption-of-goods-promoting-repair-and-reuse\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13150-Sustainable-consumption-of-goods-promoting-repair-and-reuse_en).
- EC (2022a). *Explanatory memorandum for proposal for a directive*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0143&qid=1649327162410>.
- EC (2022b). *Press release: new proposals to make sustainable products the norm*. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_2013](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2013).
- EC (2022c). *Proposal for a directive of the european parliament and of the council amending directives 2005/29/EC and 2011/83/EU*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0143&qid=1649327162410>.
- European Environment Agency (EEA) (2020). *The European environment – state and outlook 2020*. <https://www.eea.europa.eu/soer/2020>
- Eurobarometer (2020). *Attitudes of European citizens towards the environment*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257>. (03.08.2022)
- European Parliament (EP) (2022a). *Legislative Train Schedule- empowering the consumers for the green transition*. <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-a-european-green-deal/file-consumers-in-the-green-transition>
- EP (2022b). *Briefing on empowering consumers for the green transition*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/733543/EPRS\\_BRI\(2022\)733543\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/733543/EPRS_BRI(2022)733543_EN.pdf).
- European Parliamentary Research Service (EPRS) (2020). *Sustainable consumption*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/659295/EPRS\\_BRI\(2020\)659295\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/659295/EPRS_BRI(2020)659295_EN.pdf).
- Eurostat (2022). *Household consumption by purpose*. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Household\\_consumption\\_by\\_purpose](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Household_consumption_by_purpose).
- Eroğlu, F. ve Köse, E. B. (2021). Sürdürülebilir tüketim ekseninde tüketicinin korunması, eğitimi ve bilinçlendirilmesi için bir öneri olarak tüketici geliştirme merkezi (Tügemer). *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 16(2), 31-47.
- Fuchs, D. A. ve Lorek, S. (2005). Sustainable consumption governance: A history of promises and failures. *Journal of Consumer Policy*, 28(3), 261-288.
- Furlow, N. E. (2010). Greenwashing in the new millennium. *The Journal of Applied Business and Economics*, 10(6), 22.

- Hayta, A. (2009). Sürdürülebilir tüketim davranışının kazanılmasında tüketici eğitiminin rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Hertwich, E. (2002). Life-cycle approaches to sustainable consumption. E. Hertwich (Ed.), *Workshop Proceedings Interim Report, International Institute for Applied Systems Analysis* içinde. Laxenburg, Austria: IASA.
- Hertwich, E.G. (2005). Consumption and the rebound effect: An industrial ecology perspective. *Journal of Industrial Ecology*, 9(1-2), 85-98.
- Hughner, R.S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz, C. J. ve Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? a compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review* 6(2-3), 94-110.
- İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV) (2022). *AB tüketici politikası*. [https://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust\\_id=31&id=249](https://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=31&id=249).
- Jackson, T. (2005). Live better by consuming less?: Is there a “double dividend” in sustainable consumption? *Journal of Industrial Ecology*, 9(1-2), 19–36.
- Joint Research Center (JRC) (2019). *Indicators and assessment of the environmental impact of EU consumption*. <http://www.jrc.es/iptsreport/vol27/english/STA1E276.htm>. (01.09.2022)
- Joshi, Y. ve Rahman, Z. (2019). Consumers' sustainable purchase behaviour: modeling the impact of psychological factors. *Ecological Economics*, (159), 235-243.
- Karalar, R. ve Kiracı, H. (2011). Çevresel sorunlara karşı bir çözüm önerisi olarak sürdürülebilir tüketim düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63-76.
- Mont, O. ve Plepys, A. (2008). Sustainable consumption progress: should we be proud or alarmed?. *Journal of Cleaner Production*, 16(4), 531-537.
- Moisander, J. (2007). Motivational complexity of green consumerism. *International Journal of Consumer Studies*, 31(4), 404-409.
- Morgan, L. R. ve Birtwistle, G. (2009). An investigation of young fashion consumers' disposal habits. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 190-198.
- Mortensen, L. F. (2006). Sustainable household consumption in Europe? *Consumer Policy Review*, 16, 141-147.
- Moser, S. ve Kleinhüchelkotten, S. (2018). Good intents, but low impacts: Diverging importance of motivational and socioeconomic determinants explaining pro-environmental behavior, energy use, and carbon footprint. *Environment and Behavior*, 50(6), 626-656.
- Neo, S.M., Choong, W.W. ve Ahamad, R.B. (2017). Differential environmental psychological factors in determining low carbon behaviour among urban and suburban residents through responsible environmental behaviour model. *Sustainable Cities and Society*, 31, 225-233.
- Özden, A. T. (2022). Evcil hayvan sahipliği ve sürdürülebilir tüketim davranışı. *Uluslararası Ekonomi İşletme ve Politika Dergisi*, 6(2), 425-449.
- Özgül, E. (2010). Tüketicilerin değer yapıları, gönüllü sade yaşam tarzı ve sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkileri. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2), 117-150.
- Özsoy, T. ve C. Madran (2015). Ürün ömrü algısının sürdürülebilir tüketim boyutundan bir analizi. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 4(7), 73-91.
- Paavola, J. (2001). Towards sustainable consumption: economics and ethical concerns for the environment in consumer choices. *Review of Social Economy*, 59(2), 227-248.
- Peattie, K. (2001). Towards sustainability: The third age of green marketing. *The Marketing Review*, 2(2), 129-146.
- Reilly, A. H. ve Hynan, K. A. (2014). Corporate communication, sustainability, and social media: it's not easy (really) being green. *Business Horizons*, 57(6), 747-758.
- Roy, M. (2020). *Sustainable Development Strategies: Engineering, Culture and Economics*. Butterworth-Heinemann.
- Saba, C (2019). *Sürdürülebilir tüketim bağlamında yeşil tüketim* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi.

- Sapmaz Veral, E. (2022a). Yeşil yıkama ile mücadele: Avrupa Birliği'nde yeşil iddiaların doğrulanması girişimi. *Sayıştay Dergisi*, 33(124), 101-109.
- Sapmaz Veral, E. (2022b). Planned obsolescence: a hidden threat to environmental security and the recent EU policies. *Sayıştay Dergisi*, 33(127), 637-664.
- Sarı, S. ve Topçuoğlu, F. (2019). Kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 159-169.
- Savaş, D. A. (2022). Sürdürülebilir tüketim ve çevre araştırmalarına yönelik bir analiz. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 7(2), 81-100.
- Seyfang, G. (2005). Shopping for sustainability: can sustainable consumption promote ecological citizenship. *Environmental Politics*, 14(2), 290-306.
- Stern, P. C. (2000). New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.
- Tanner, C. ve Kast, S. W. (2003). Promoting sustainable consumption: determinants of green purchases by Swiss consumers. *Psychology & Marketing*, 20(10), 883-902.
- Tsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, Y. ve Mattas, K. (2008). Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Ticaret Bakanlığı (2021). Yeşil mutabakat eylem planı. <https://ticaret.gov.tr/data/60f1200013b876eb28421b23/MUTABAKAT%20YE%C5%9E%C4%B0L>. Pdf.
- United Nations (UN). *Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>.
- Uzun Şenol, P. (2022). Haksız rekabet ile rekabetin korunması alanları arasındaki hukuki ilişki. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Valant J. (2016). Planned obsolescence: exploring the issue, EPRS, European Parliament .
- Vermeir, I ve Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: theory of planned behaviour and the role of confidence and values. *Ecological Economics*, 64(3), 542-553.
- White, K., D.J. Hardisty ve Habib, R. (2019). The elusive green consumer. *Harvard Business Review*, 11, 124-133.
- Williams, K. ve Dair, C. (2007). What is stopping sustainable building in England? Barriers experienced by stakeholders in delivering sustainable developments. *Sustainable Development*, 15(3): 135-147. <https://doi.org/10.1002/sd.308>
- Yılmaz, M. ve Arslan, F. M. (2021). Gelecek kaygısı ve sürdürülebilir tüketim bilincinin marka tutumu ve satın alma niyetine etkisi: Arçelik örneği. *Journal of Research in Business*, 6(2), 510-545.
- Young, W., Hwang, K., McDonald, S. ve Oates, C. J. (2010). Sustainable consumption: Green consumer behaviour when purchasing products. *Sustainable Development*, 18(1), 20-31.