

ARAŞTIRMA
MAKALESİ
(Research
Article)

Tekstil ve Hazır Giyim Markalarına Ait Seçilen Bazı Ürünlerin
Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi

Evaluation of Some Selected Products of Textile and Apparel Brands in Terms of Sustainability

DOI: 10.54976/tjfdm.1265096

Alınış (Received): 14.03.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 18.05.2023

Öz

Temelde gelecek nesillere ekonomik, ekolojik ve sosyal koşulları devam ettirilebilir ve yaşanabilir bir dünya bırakmak anlamına gelen sürdürülebilirlik, dünya ve insanlık için son derece önemli bir kavramdır. Sürdürülebilirlik, bir ürünün mevcut durumunu koruyarak devam edebilen ve kendini yenileyebilen anlamına gelmektedir. Günümüzde bir gereklilik olan sürdürülebilirlik birçok disiplini kapsayan bir biçimlendirme hareketidir. Birçok sektörde olduğu gibi tekstil sektöründe de firmaların uyguladıkları sürdürülebilirlik politikaları çevrenin, ekonominin ve sosyal gelişimin desteklenmesi için oldukça önemlidir. Bu araştırma makalesinde, Türkiye ve Dünya çapında sürdürülebilirlik ilkesini uygulayan tekstil ve hazır giyim markaları incelenerek uyguladıkları sürdürülebilirlik yaklaşımları ele alınmıştır. Bu markalar Japonya Ekonomi, Ticaret ve Endüstri Bakanlığı'nca önerilen Hiroshi (Marka Değerinin Belirlenmesi) Yönetimi kistaslarına göre seçilmiştir. Bu doğrultuda yerli ve yabancı markalar olmak üzere 28 adet firma belirlenmiştir. Bu firmalardan; en yüksek, en düşük ve ortalama fiyata sahip olan 140 adet ürün incelenmiştir. Seçilen tekstil firmalarının sürdürülebilirlik faaliyetleri kapsamında ürettikleri bu ürünler, üretim yöntemleri, hammadde içerikleri ve ürün maliyetleri olarak uygulama amaçlarına uygun sınıflandırma yapılmıştır. Ürünler için bu bilgiler, SPSS 24 istatistiksel analiz yöntemi ile karşılaştırmalı olarak histogram dağılımı ve bar grafiği kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz edilen veriler doğrultusunda, yerli markalar yöntem olarak; ortalama %67 oranında en fazla doğal hammaddeyi kullanırken yabancı markalar ortalama %29 oranında en fazla organik hammadde kullanmıştır. Yabancı markalarda doğal hammadde kullanımı ortalama %27 iken yerli markaların kullandığı organik hammadde oranının ortalama %6 olduğu saptanmıştır. Yabancı markaların organik hammadde kullanım tutumu yerli markalara göre oldukça yüksek iken, bu durum doğal hammadde kullanımında tam tersi bir eğilimdedir. Yabancı markalar organik hammaddeleri tercih etmeleri tüketici talepleri, devlet politikaları, uluslararası rekabet gücü gibi faktörler ile ilişkilidir. Ürün içeriği olarak yabancı markalar, %27 oranında %100 Organik Pamuk kullandığı görülürken, yerli markalarda ise bu oran %7 ile en çok kullanılan ikinci içeriktir. Yerli markaların en fazla kullanılan içeriği %59 oranı ile %100 Pamuk elyafıdır. Bu durum yerli markalarda %100 pamuk kullanımının organik pamuk kullanımının önünde olduğunu ve geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Çalışma sonucunda, tekstil firmalarının ürünlerinin sürdürülebilirlik kapsamında nasıl geliştirilebileceği, hammadde, üretim yöntemi ve geri dönüşüm açısından yapabilecek faaliyetler ve üretici ve tüketici açısından alınabilecek önlemler aktarılmıştır.

ABSTRACT

Sustainability, which basically means leaving a sustainable and livable world to future generations with economic, ecological and social conditions, is an extremely important concept for the world and humanity. Sustainability means that a product can continue and renew itself while maintaining its current state. Sustainability, which is a necessity today, is a shaping movement that covers many disciplines. As in many sectors, the sustainability policies implemented by companies in the textile sector are very important for supporting the environment, economy and social development. In this research article, textile and ready-made clothing brands that apply the principle of sustainability in Turkey and around the world are examined and their sustainability approaches are discussed. These brands were selected according to the Hiroshi (Brand Value Determination) Management criteria recommended by the Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan. In this direction, 28 companies, including domestic and foreign brands, were determined. From these companies; 140 products with the highest, lowest and average prices were examined. These products, produced by the selected textile companies within the scope of sustainability activities, were classified according to the application purposes in terms of production methods, raw material contents and product costs. This information about the products was analyzed using SPSS 24 statistical analysis method and comparatively by using histogram distribution and bar graph. In line with the analyzed data, domestic brands as a method; While using natural raw materials with an average of 67%, foreign brands used the most organic raw materials with an average of 29%. While the average use of natural raw materials in foreign brands is 27%, the average rate of organic raw materials used by domestic brands is 6%. While the organic raw material usage attitude of foreign brands is quite high compared to domestic brands, this situation has the opposite tendency in the use of natural raw materials. Foreign brands' preference for organic raw materials is related to factors such as consumer demands, government policies, and international competitiveness. While it is seen that foreign brands and 100% Organic Cotton are used at a rate of 27%, this rate is the second most used ingredient with 7% in domestic brands. The most used content of domestic brands is 100% cotton fiber with a rate of 59%. This shows that the use of 100% cotton in domestic brands is ahead of the use of organic cotton and should be improved. As a result of the study, how the products of textile companies can be developed within the scope of sustainability, activities that can be done in terms of raw materials, production method and recycling, and measures that can be taken in terms of producers and consumers are explained.

Anahtar Kelimeler:

Sürdürülebilirlik, Tekstil, Hızlı Moda, Yavaş Moda, Organik Pamuk

Keywords:

Sustainability, Textile, Fast Fashion, Slow Fashion, Organic Cotton

Kaynak gösterimi: Çakır, H., Sünter Eroğlu, N., (2023). "Tekstil ve Hazır Giyim Markalarına ait Seçilen Bazı Ürünlerin Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi", *Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM)*, 2023, 5(2): 47-66

How to cite: Çakır, H., Sünter Eroğlu, N., (2023). "Evaluation of Some Selected Products of Textile and Apparel Brands in Terms of Sustainability", *Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM)*, 2023, 5(2): 47-66

1. Giriş

Temelde gelecek nesillere ekonomik, ekolojik ve sosyal koşulları devam ettirilebilir, yaşanabilir bir dünya bırakmak anlamına gelen sürdürülebilirlik, dünya ve insanlık için son derece önemli bir kavramdır (Burkut, 2018). Sürdürülebilirlik, bir niteliktir. Herhangi bir şeyin sürdürülebilir nitelik taşıması, onun mevcut durumunu koruyarak devam ediyor ve kendini yenileyebiliyor olması anlamına gelir.

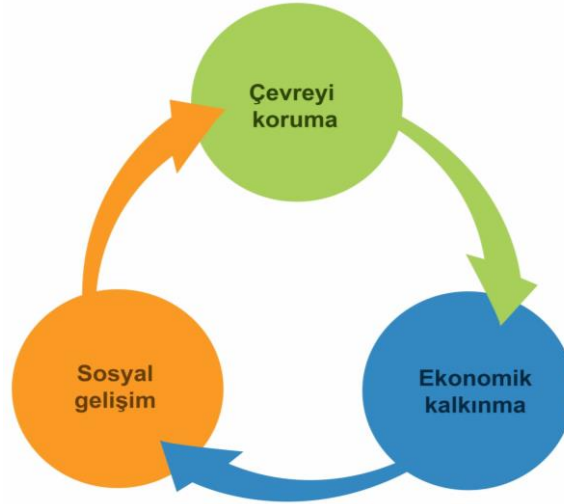
Yeryüzü, insanların ve yaşayan tüm canlıların ihtiyaçlarını karşılayabilecek doğal kaynak kapasitesine sahiptir. Ancak yeryüzündeki doğal kaynaklar sonsuz değildir. Sürdürülebilirliğe dair çözüm arayışının, insan egemen sistemler içinde artan ihtiyaca, tüketime ve kısıtlı kaynaklara bağlı olarak her dönemde bahsedildiği bilinmektedir (Tohum, 2011).

Günümüzde; gelişen teknoloji, değişen dünya ve artan nüfus ile birlikte, daha çok üretim, daha çok tüketim, daha çok kaynak kullanımı ve daha çok israf yapılmaktadır. Bu çalışmada seçilen yerli ve yabancı markaların sürdürülebilir ürünleri; hammadde, içerik ve yöntem bakımından incelenecek ve elde edilen veriler karşılaştırılacaktır.

2. Sürdürülebilirlik

Günümüzde bir gereklilik olan sürdürülebilirlik birçok disiplini kapsayan bir biçimlendirme hareketidir (Öztekin, 2021). Türkçe'ye, İngilizce 'sustainability' sözcüğünün karşılığı olarak girmiş ve daimi olma, süreklilik arz etme anlamına gelmektedir. Ancak terimsel anlam olarak daha geniş bir kapsama sahiptir. Uluslararası düzeyde; çevre kirliliği, hava kirliliği, ekonomi, kalkınma, doğal kaynak kullanımı, doğaya bırakılan atıklar gibi doğrudan insan iradesine bağlı kavramlar ile ilişkilendirilebilmektedir (Akgül, 2010).

Ekosistemde var olan; insanlar, hayvanlar, doğal kaynaklar, mikroorganizmalar, canlı ya da cansız tüm parçalar birbiri ile etkileşim içinde ve birbirine bağlıdırlar. Bu zincirin bir halkasının bozulması tüm sistemi etkilemektedir. Sürdürülebilirliğin Şekil 1.'de verildiği gibi; çevre koruma, ekonomik kalkınma ve sosyal gelişim olmak üzere üç temel bileşeni bulunmaktadır. Bu bileşenlerin dengeli bir şekilde oluşması eko sistemin korunmasını ve devamlılığını garanti etmektedir (Tıraş, 2012).



Şekil 1. Sürdürülebilirliğin üç temel bileşeni.
Figure 1. The three key components of sustainability.

2.1. Çevreyi koruma

Çevre; insanların ve tüm canlıların hayatlarını devam ettirdikleri, fiziksel, biyolojik, ekonomik ve küresel olarak etkileşim içinde oldukları ortam olarak tanımlanabilir. Canlı (insanlar, bitki örtüsü, hayvanlar ve mikroorganizmalar) ve cansız (iklim, hava, su ve yerküre) öğelerin bütünü çevreyi oluşturmakta ve birbiriyle devamlı bir etkileşim içinde olmaktadır (Gedik, 2020). Çevresel bütünlük, insan eylemlerinin hava, su ve kara kaynaklarını tasarruflu bir şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Nüfus artışı ile birlikte fazla tüketimin beraberinde getirdiği aşırı üretim ve aşırı üretimin sonucu olarak artan kirlilik, doğal kaynakların tükenmesine sebep olarak çevresel bütünlüğü tehdit etmektedir (Yücel, 2003).

Tekstil fabrikalarının üretim sonrası ortaya çıkan atıkları çevreye zarar vermektedir. Fabrikalarda kullanılan baca filtreleri oluşan hava kirliliğini azaltmaya yöneliktir. Ancak hızlı tekstil ve hazır giyim markalarının üretim kapasitesi arttıkça bu kirlilik önlenemez hale gelmektedir. Ayrıca bu fabrikaların oluşturduğu karbon ayak izi ve su ayak izi de doğal kaynakları kirletmektedir.

2.2. Sosyal gelişim

Sürdürülebilir kalkınmanın sosyal boyutu, toplumda yaşamakta olan bireylerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasına odaklanmaktadır. Sürdürülebilir bir toplum, öz kaynaklarını koruyor, geliştiriyor ve gelecekteki problemlerin önüne geçiyor ya da problemleri çözüyor olmalıdır (Korkmaz, Yaygın ve Sağ, 2019). Sürdürülebilirlik, tüm toplumlar için sağlık, refah, eğitim ve yaşam kalitesinin tatmin edici bir seviyeye ulaşmasını desteklemektedir. İnsanların bireysel ve gruplar halinde hedeflerine ulaşmalarını sağlar, insan ilişkilerinin güçlendirilmesini hedefler. Sosyal sürdürülebilirlik;

sosyal kimliklerin, toplumsal değerlerin ve ilişkilerin geleceğe ne ölçüde devam edebildiğine odaklanmaktadır (Doğan ve Tokman, 2019).

Tekstil fabrikalarında çalışan işçilerin özellikle 3. Dünya ülkelerinde olumsuz şartlarda çalıştıkları bilinmektedir. Ancak tekstilde sürdürülebilirlik çalışma şartlarını iyileştirmeye yöneliktir. Bugün çeşitli markalar çalışma şartlarını iyileştirmekte hatta sosyal sorumluluk projeleri kapsamında kadın istihdamını arttırmak adına Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde kadınlarla iş birliği ile üretim yaptırmaktadır. Ayrıca ceza evlerindeki kadınların üretime katkıda bulunmasını sağlayan projeler yapılmaktadır.

2.3. Ekonomik kalkınma

Sürdürülebilirlik konusunun esas unsurlarından bir diğeri ise ekonomik kalkınmadır. Nüfusun korunması adına istihdam oluşturma ve gelir sağlama kapasitesi olarak tanımlanabilmektedir (Kaya ve Kaya, 2013). Tarım üretimi ve endüstriyel üretime fayda sağlayan sistem ekonomik olarak sürdürülebilir niteliktedir (Kuşat, 2013). Ekolojik ve sosyal sürdürülebilirliği destekleyen ekonomik bir kalkınmadır. Sürdürülebilir ve ideal bir ekonomi en az çevresel zarar ve kaynak kullanımı ile en fazla genel refah sağlayan ekonomidir. Ekonomik olarak sürdürülebilirliğin sağlanması adına doğal kaynak ihtiyacının yenilenebilir kaynaklardan daha az olması gerekmektedir (Harris, 2000).

Tekstil sektörü getirisi yüksek olan, ülkeye ekonomik katkı sağlayan bir sektördür. Birçok tekstil firması ihracat yaparak ülkeye katkı sağlamaktadır. Tekstil üretim kapasitesi geniş bir sektör olmakla beraber Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Raporuna göre 2021 yılında 16,2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir (Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, 2022)

3. Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi

Tarihsel olarak bakıldığında endüstri devrimi sonrası gelişen teknoloji ile üretimin kolaylaşması, hem üretimi hem tüketimi arttırmıştır. Fazla üretim beraberinde daha fazla atık oluşumu getirmiş, ayrıca tüketim sonrası ürünler de atığa dönüşmüştür. Bu atıkların ve üretim şartlarının çevreye verdiği zarar yadsınamayacak hale gelmiştir. Yenilenemeyen kaynakların hızla tükenmeye başlaması ve artan çevre kirliliği insanoğlunu çözüm arayışlarına yönlendirmiştir.

Dünyanın, özellikle sanayileşmiş bölgelerinde karşılaşılan çevre kirliliğinin geleceğimizi tehdit etmeye başladığı anlaşılmış ve bununla ilgili farkındalık artmıştır. Sürdürülebilirlik gündemi son kırk yılda gelişmiş ve sürdürülebilirlik ile ilgili konulara odaklanan stratejiler devletler ve toplum içindeki kuruluşlar tarafından desteklenmiştir (Thorisdottir & Johannsdottir, 2019). Tarihsel çerçeveden bakıldığında ilk kez 1972 yılında, İsveç'in başkenti Stockholm'de sürdürülebilirliğin konuşulduğu "Birleşmiş Milletler İnsan ve Çevre Konferansı" gerçekleştirilmiştir (Kayhan, 2016). Konferansta çevrenin taşıma kapasitesine, kaynak kullanımına, ekonomik ve sosyal gelişmelerin yarattığı temel

sorunlara dikkat çekilmiş ve sürdürülebilirlik düşüncesinin temelleri ortaya konulmuştur. Çevre sorunlarının nedenleri arasında teknolojik gelişmeler ve endüstrileşme de yer almaktadır (Özmehmet, 2008). Konferansta gündeme gelen çevre sorunlarına bir çözüm bulmak amacıyla Birleşmiş Milletler tarafından 1983 yılında “Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu” (UNEP) kurulmuştur. Stockholm konferansının en önemli sonuçlarından biri de UNEP’ in kurulmasıdır. Ayrıca UNEP uluslararası bağlamda sadece çevre ile ilgili olan ilk kuruluştur (Kayhan, 2016; Bilgili, 2017).

Birleşmiş Milletler tarafından 1987 yılında Oxford Üniversitesi, Press aracılığıyla yayınlanan; Brundtland Raporu olarak da bilinen Ortak Geleceğimiz raporu, sürdürülebilir kalkınma konusunda ulusların dayanışmasını amaçlamaktaydı. Rapor, Stockholm Konferansı’nın ruhunu yeniden yansıtarak çevre konusundaki kaygıları yeniden gündeme getirmekteydi (Seydiogulları, 2013). Brundtland Raporu’ na göre sürdürülebilir kalkınma; bugünkü kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamalarına herhangi bir engel teşkil etmemesidir (Özçağ ve Hotunluoğlu, 2015). Bu ihtiyaçların sadece ekonomik anlamda değil, daha geniş bir çerçevede karşılanması beklenmektedir. Çeşitli ekolojik stokların (orman, temiz hava, balık, kara hayvanları, bitki) gelecek nesillere aktarılması ve kuşaklar arası eşitliğin sağlanması yönündedir (Kaypak, 2011).

Brundtland Raporu ile önem kazanan “sürdürülebilir kalkınma” kavramı 1992 yılında Rio’ da gerçekleşen “Dünya Çevre ve Kalkınma Konferansı” ile dünya genelinde politika haline geldiği bilinmektedir. Rio de Janeiro’da 1992 yılında düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı (Dünya Zirvesi) katılım ve amaçları açısından Birleşmiş Milletler Konferansları arasında önemli bir konumdadır (Durmaz, 2021). Rio Konferansında devletin yanı sıra bilim dünyasından, sivil toplum kuruluşlarından ve basın mensuplarından binlerce katılımcı yer almıştır. Katılım fazlalığı alınan kararların uygulanmasının önemini arttırmakta ve bu konferans insanlık için tarihi bir an olarak tanımlanmaktadır (Emrealp, 1998). Gündem 21 eylem planında, temel gereksinimlerin karşılanmasını, yaşam standartlarının iyileştirilmesini daha güvenli bir geleceğe giden yolun zemininin oluşturulmasını sağlayacak küresel ortaklık kavramı gündeme getirilmektedir (Kemal Karataş, 2021)

Bu eylem planı 1990’lı yıllardan 2000’li yıllara, hatta sonrasındaki yılları da kapsayan kalkınma ve çevre konularının uluslararası boyutta bütünleşmesini amaçlamaktadır (Alada ve ark., 1993). Gündem 21’in hem günümüzdeki sorunlara odaklandığı hem de dünyayı 21. yüzyılın tehditlerine karşı korumayı hedeflediği vurgulanmaktadır.

Sürdürülebilir kalkınmanın içeriğine ve çeşitliliğine dair tartışmaların derinleşmesi ile ilgili bir sonraki adım 2000 yılında New York’ta gerçekleşen “BM Milenyum Zirvesi” olmuştur. Bu zirvenin sonucu olarak 8 maddeden oluşan Binyıl Kalkınma Hedefleri – BKH (Millenium Development Goals), 2000 yılına kadar sürdürülebilirlik konusundaki tartışmaların yansıması niteliğini taşımaktadır (Çamur ve Vaizoğlu, 2007). Gelişmeler her

ne kadar toplumun yararına gibi görülsede hedeflerin uygulanabilirliğinin düşük olması tartışmaların artmasına sebep olmaktadır. Aynı zamanda hedeflerde kullanılan kavramlar ve yoksulluğun ana nedenlerinin dikkate alınmaması, toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kalkınma arasındaki ilişkinin detaylı bir şekilde işlenmemesi, tüm ülkeleri hedefleyerek ortaya konduğu ifade edilse de yalnızca gelişmekte olan ülkeleri kapsamaması gibi faktörler BKH'nin tekrar ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır (Uzun, 2001).

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, günümüzde küresel anlamda neredeyse tüm toplumsal grupların gündeminde yer almaktadır. Yaklaşık 50 yıldır hem küresel hem de bölgesel düzeyde birçok boyutuyla tartışılan kavram gittikçe daha da merkezileşmektedir. Bu kavramın kilit bir rol oynadığına işaret etmekte ve tartışılmasının önemini ortaya koymaktadır. Bu anlamda sürdürülebilirlik kavramının uzun bir süre daha yolculuğuna devam edeceği açıkça görülmektedir (Özmete, 2010).

4. Sürdürülebilirlik Kavramında Hızlı ve Yavaş Moda

Dünyanın sınırlı kaynaklarının hızlı bir şekilde tükendiği herkesçe bilinmektedir. İnsanlık tarihinin ilk dönemlerinde korunma ve örtünme için kullanılan yani bir ihtiyaç olan giysi, hızlı dünya düzeni ile birlikte kullanım amacının dışında, ekonomik, sosyal, siyasi, psikolojik birçok anlamı ifade etmekle birlikte birçok amaca da hizmet etmektedir. Değişen zaman içerisinde yeni anlamlar ve amaçlar yüklenen moda, büyük bir endüstri haline gelmiştir (Yıldız ve Ayvaz, 2018).

4.1. Hızlı moda

Günümüzde hızlı moda ve hızlı modanın ortaya çıkardığı çevresel sorunlar bilinmektedir. Hızlı moda üretim süreçleri ve üretim sonrası ortaya çıkan atıklar oldukça fazla olmakla beraber bu atıkların bertarafı çevreye zarar vermektedir (Cai ve Choi, 2020). Üretilen ürünlerin hızla satıldığı ve nakit paraya dönüştürüldüğü "Hızlı Moda", günümüz piyasa ihtiyaçlarını karşılayan, arz ve talep ilişkilerine cevap veren bir iş modelidir. Bu kavram, 1980 yılında ABD'de ortaya çıkmıştır. Hızlı moda anlayışıyla hareket eden popüler markalara Zara, GAP ve H&M örnek verilebilir (Halaçeli Metlioğlu ve Yakın, 2021). Geniş çerçeveden bakıldığında bu markalar arasındaki ortak noktanın kısa sürede, düşük fiyattan kitle üretimi ile ticaret yapmak olduğu görülmektedir.

Hızlı moda firmalarının artan kar talepleri ve moda evlerinin rekabet pratikliklerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik ilkesine taban tabana zıt olan "tek kullanımlık teşviği" de hızlı modanın çevreye olan olumsuz etkilerinin başında gelmektedir. Tüketicilere sunulan ürünlerdeki sürekli değişim ve sık sık yeni ürünlerin sunulması ürünün geçerli ömür süresini kısaltmaktadır (Odabaşı ve Sahin, 2019). Örneğin Hong Kong'da her dakikada bir 1400 adet tişört atılmakta, hızlı moda sektörü de son beş yılda %9,7 büyümektedir. Her yıl hazır giyim endüstrisi 2 milyon ton atık ve 2,1 milyon ton karbondioksit üretmekte ve 70 milyon ton su harcamaktadır. Bu veriler hızlı

modanın sürdürülebilirlik kapsamında sadece başarısız değil, aynı zamanda büyük bir ihmal içinde olduğunu da göstermektedir (Mangır, 2016).

Üretim ve tüketimi hızlı gerçekleşen sektörlerden biri olan moda ve tekstil sektörünün üretim süreçlerinde çevresel ve ekonomik zararlar oluşturduğu bilinmektedir. Kaynakların devamlılığını ve geleceğimizi riske atan bilinçsiz kullanımların önüne geçilmesi için harekete geçilmeli ve gereken tedbirler alınmalıdır. Hali hazırda var olan zararların azaltılması, çevre dostu çözümler üretmek ve yeni ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması tekstil firmalarının önceliği haline gelmelidir.

4.2. Yavaş moda

Sürdürülebilirlik endüstrinin birçok (gıda, teknoloji, tekstil...) alanında sıcak bir konu olmakla birlikte tekstil ve hazır giyim markalarının da gündeminde yer almaktadır. Tekstil üreticilerinin farkındalıklarının artmasıyla birlikte şirketlerde sürdürülebilir operasyon stratejileri uyguladığı bilinmektedir (Choi ve Li, 2015). Sıfır atık, tekstil atıklarının geri dönüşümü gibi uygulamaların yanı sıra yavaş tekstil ve hazır giyim markaları da sektörde yerini almaya başlamıştır. Yavaş moda hareketi, hızlı üretime ve hızlı değişen moda akımlarına karşı doğmuştur. Yavaş moda hareketinin ana felsefesi; yüksek kaliteli, dayanıklı, modası geçmeyecek ürünler üretip, uzun süreli kullanımı sağlamaktır. Bu ürünlerin üretim süreci, doğal malzemeler ve yerel kaynaklar ile sağlanmaktadır. Kullanılan malzemenin doğada çözülebilmesi, ekolojik olması gerekmektedir (Özmen, Birsen ve Birsen, 2016). Yavaş moda hareketi 'Yavaş Tasarım' hareketini başlatmaktadır. Endüstri devrimi öncesi; insan emeğine dayalı olarak, doğal malzeme ile yapılan, dayanıklılığı yüksek, kullanım süresi bakımından uzun giysiler yapılmaktaydı. Bu akım ile; başka bir deyişle, el sanatı olan tekstil üretimine geri dönülmektedir (Alpat, 2011).

Sürdürülebilir modanın uygulanabilmesi için öncelikli olarak insan ve doğaya verilen zararın onarılması gerekmektedir. Sürdürülebilirliği destekleyen hareketlerden en önemlisi 'yavaşlık'tır. Yavaşlık; sürdürülebilirlik için bir harita olmasının yanı sıra bir tavır, üretim ve tüketim şeklidir (Odabaşı, 2022). Bu bağlamda üretim ve tüketim sistemindeki çalışma şartlarının adil olmadığı, ucuz iş gücü ile üretim yapıldığı, giderilemez hala gelen atık probleminin günden güne arttığı bilinmektedir. Moda da yavaşlık ürününün üretim ve tüketim sürecinin şeffaf olarak takip edilmesini desteklemekte ve çevresel ve doğal kaynaklara saygı duymaktadır. 'yavaşlık' sıfır atığı savunurken, uzun ömürlü, dayanıklılığı yüksek, ekolojik üretim yapmaktadır (Kipöz, 2020).

5. Tekstil Firmalarındaki Sürdürülebilirlik Faaliyetlerinin İncelenmesi

Dünya çapında sürdürülebilirliği uygulayan tekstil ve hazır giyim markaları Çizelge 1.'de gösterilmiştir. Markaların hangi açıdan, ne şekilde bu faaliyetleri uyguladıklarına detaylı şekilde yer verilmiştir. Bu markalar halen sürdürülebilirlik faaliyetlerini uygulamaktadır.

Çizelge 1. Dünya Çapında Sürdürülebilirlik İlkesini Uygulayan Tekstil Firmaları
Table 1. Textile companies that apply the principle of Sustainability worldwide

Marka	Hammadde	Ürün Grubu	Yöntem
United Colors of Benetton (United Colors of Benetton, 2021)	Yün, organik pamuk, geri dönüştürülmüş pamuk, saf keten, sertifikalı kuş tüyü	Kadın, erkek giyim ve aksesuar	Organik hammadde kullanımı
Tommy Hilfiger (Tommy Hilfiger, 2021)	%100 geri dönüştürülmüş pamuklu denim	Kadın, erkek, çocuk giyim ve aksesuarları	Geri dönüştürülmüş kumaş kullanımı, su tüketimini ve karbon ayak izini sınırlayan üretim
Knitss (Knitss, 2021)	Geri dönüştürülebilir hammaddelerden elde edilen kumaşlar	Kadın giyim ve aksesuarları	Tüm sürecin kontrolünün ve sürdürülebilir olmasının sağlanması
Maggie Marilyn (Maggie Marilyn, 2021)	Geri dönüştürülebilir materyaller	Kadın giyim ve aksesuarları	Birleşmiş Milletler sürdürülebilir kalkınma hedefleri esas alan üretim
A.BCH (A.BCH, 2021)	Geri dönüştürülebilir malzemeler ve kullanılmış kıyafetler	Kadın, erkek giyim ve aksesuarları	Kullanılmış giysi geri dönüşümü, organik ve doğada çözünebilir ham madde kullanımı
Taylor Stitch (Taylor Stitch, 2021)	Organik pamuk, çevre dostu malzemeler, kenevir, yün	Kadın, erkek, çocuk giyim	Geri dönüştürülmüş ya da organik malzeme kullanımı
Pangaia (Pangaia, 2021)	Organik pamuk, nane yağı	Kadın, erkek, çocuk giyim ve aksesuarları	Organik pamuk kullanımı ve giysilerin daha uzun süre temiz kalabilmeleri için nane yağı işlenmesi
Leticia Credidio (Leticia Credidio, 2021)	Organik ve sürdürülebilir pamuk	Kadın ev giysisi	Doğal içerik ve yavaş moda ile üretim
For Days (For Days, 2021)	Organik pamuk	Kadın,erkek,çocuk giyim ve aksesuar	Sıfır atık destekli organik pamuk kullanımı
Gabriela Hearst (Gabriela Hearst, 2021)	Merinos yünü, organik pamuk	Kadın, erkek giyim ve aksesuarları	Kadın kooperatiflerini destekleyerek organik üretim
COS (COS, 2021)	Geri dönüştürülmüş organik yün, pamuk, polyester, kaşmir	Kadın, erkek giyim ve aksesuar	Geri dönüştürülebilir kumaşlarla şeffaf bir üretim
House of Sunny (House of Sunny, 2021)	Organik pamuk, yün, geri dönüştürülebilir malzeme	Kadın giyim ve aksesuar	Yavaş moda çerçevesinde üretim
Reformation (Reformation, 2021)	Organik pamuk, pamuklu denim, geri dönüştürülmüş kumaş	Kadın giyim ve aksesuar	Kullanılmış giysilerden çevreye duyarlı bir üretim
Stella McCartney (Stella McCartney,2021)	Örümcek ipeği, mantardan üretilen deri,okyanus plastiği	Kadın giyim ve aksesuar	Geri dönüşüm ve vegan kumaş ile üretim
Bethany Williams (Bethany Williams,2021)	Gıda atıkları, geri dönüştürülmüş kartonlar	Erkek giyim	Market ve ev gıda atıklarını geri dönüştürerek giysi üretimi
Chloe Bains (Chloe Bains, 2021)	Çadır	Kumaş	Festivallerde kullanılıp atık olan çadırlardan tekrar kullanılabilir kumaş üretimi
Freitag (Freitag, 2021)	Eski kamyon brandası, emniyet kemeri	Aksesuar, çanta	İleri dönüşüm ile üretim
Mud Jeans (Mud Jeans, 2021)	Pamuklu denim kumaş	Kadın, erkek giyim	Geri dönüştürülebilir malzemelerden denim üretimi

Dünya çapında sürdürülebilirliği uygulayan markalar incelendiğinde kadın giyim markalarının; erkek giyim, çocuk giyim, ev tekstili ve aksesuara markalarına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

İncelenen yabancı giyim markalarının uyguladığı sürdürülebilirlik yaklaşımları çoğunlukla doğal hammadde odaklı olurken, ikinci sırada geri dönüştürülmüş malzemedan elde edilen kumaşlar olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca yabancı markaların organik ve geri dönüştürülmüş hammadde dışında örümcek ipeği, mantardan üretilen deri, okyanus atıklarının geri dönüştürülmesi, kullanım süresi dolmuş brandaların tekrar ürüne dönüştürülmesi gibi farklı projeler kapsamında sürdürülebilirlik yaklaşımları olduğu görülmektedir.

Çizelge 2.'de Türkiye'deki sürdürülebilir tekstil ve hazır giyim markalarına yer verilmiştir. Çeşitli markaların ve ürün gruplarının sürdürülebilirlik faaliyetleri ve sürdürülebilirlik yaklaşımları incelenmiştir. Bu markalar halen sürdürülebilirlik faaliyetlerini uygulamaktadır.

Çizelge 2. Türkiye'de Sürdürülebilirlik İlkesini Uygulayan Firmalar
Table 2. Companies that apply Sustainability principle in Türkiye

Marka	Hammadde	Ürün Grubu	Yöntem
One Square Meter (One Square Meter,2021)	Geri dönüştürülebilir denim, keten, organik pamuk	Kadın giyim	Yavaş modayı destekleyen atıksız üretim
Giyi (Giyi, 2021)	Tencel Iyocell	Kadın giyim	Geri dönüştürülebilir kumaş kullanımı
A Hidden Bee (A Hidden Bee, 2021)	Tencel, modal, cupro, geri dönüştürülmüş elyaflar	Kadın giyim ve aksesuarları	Karbon ayak izini en aza indirmeyi hedeflemek
Iamnotbasic (Iamnotbasic, 2021)	İyi pamuk, keten, modal	Kadın,erkek,çocuk giyim ve aksesuar	Üretim fazlası kumaşları değerlendirerek üretim
%100 İstanbul (%100 İstanbul,2021)	Çuval, branda, reklam brandaları	Çanta, aksesuar	İleri dönüşüm ile reklam brandaları kullanıp çanta, cüzdan gibi aksesuar üretimi
Reflect Studio (Reflect Studio, 2021)	Organik pamuk	Giyim, aksesuar	Dezavantajlı grupları destekleyen tasarım ve üretim anlayışı
Kapbula (Kapbula, 2021)	Organik pamuk	Çocuk, bebek giyim	Yavaş modayı destekleyen üretim
Heliotropic (Heliotropic, 2021)	Organik pamuk	Kimono	Organik pamuklu kumaşlara çeşitli ekolojik baskılar ile üretim
Satsuma (Satsuma, 2021)	Organik pamuk, keten, yün, ipek	Kadın giyim	Çevre dostu doğal boyama ve el dikişi ile üretim
Elif Sözkese (Elif Sözkese, 2021)	Atık malzemeler	Aksesuar	Üretim fazlası ürünlerden takı tasarımı yapmaktadır
Restore Jeans (Restore Jeans, 2021)	Organik pamuklu denim	Denim pantolon	Denim üretimde su tüketimini azaltarak ekolojik bir boyama ile üretim

Çizelge 2. Türkiye'de Sürdürülebilirlik İlkesini Uygulayan Firmalar (devamı)
Table 2. Companies that apply Sustainability principle in Türkiye (more)

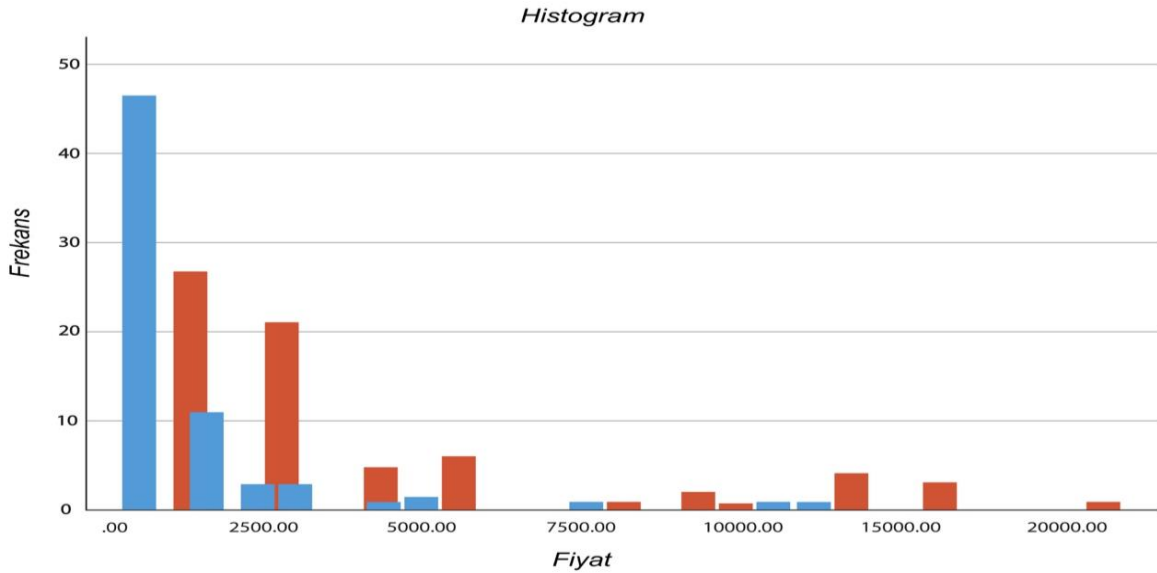
Marka	Hammadde	Ürün Grubu	Yöntem
Away Denim (Away Denim, 2021)	Organik pamuklu denim	Denim giysi	Daha az su tüketimi ile ekolojik bir üretim
Atölye Ren (Atölye Ren, 2021)	Pamuklu kumaş	Kadın giyim	Rahat ve her bedene uygun kalıpları ile sosyal farklılıkları azaltan, farklı vücut tiplerine uyum sağlayan ekolojik üretim
Boa Studio (Boa Studio, 2021)	Bambu ipliği, organik pamuk	Erkek giyim	Organik boya ve kumaş ile üretim
Incomplit (Incomplit, 2021)	Pamuklu kumaş, kahve çekirdeğinden kumaş üretimi	Giyim	Kahve çekirdeğinden üretilen sürdürülebilir kumaşlarla üretim
Ece Gözen (I Love Fashion,2021)	Biyomateryaller	Kumaş, giyim	Laboratuvar ortamında yetiştirdiği bakteriler ile vegan kumaş üretimi
Penti (Vouge, 2022)	Organik pamuklu kumaş	Kadın giyim	Su, enerji ve kimyasal ürün kullanımını azaltarak organik pamuk ve geri dönüştürülmüş polyester kullanımı
LC Waikiki (LC Waikiki, 2022)	Organik pamuk, geri dönüştürülmüş polyester, geri dönüştürülmüş pamuk	Kadın,erkek,çocuk ve bebek giyim	Pet şişeleri geri dönüştürerek kumaş üretimi
Assez (Assez, 2022)	Organik hammadde	Kadın giyim	Oeko-Tex® sertifikalı hammadde kullanımı
Souq Samurai (Souqsamurai, 2022)	Organik hammadde	Kadın giyim	Organik hammadde kullanımı ile doğaya saygılı üretim
Sculpture (Sculpture, 2022)	Organik yerli hammadde	Kadın giyim	Yavaş moda anlayışını uygulayarak organik hammadde kullanımı
Oh Seven Days (Oh Seven Days, 2022)	Organik hammadde	Kadın giyim	Depolarda kalmış kumaşları değerlendirerek, Oeko-Tex® sertifikalı hammadde kullanımı
Sensential (Sensentials, 2022)	Bambu lifi	Kadın giyim	Bambu lifinden elde edilen lifler ile doğaya saygılı üretim

Türkiye'deki sürdürülebilir markalara bakıldığında çoğunluklar organik pamuk ve pamuk kullanıldığı görülmektedir. Yabancı markalarda olduğu gibi yerli markalarda da kadın giyim markaları diğer gruplara göre daha fazladır. Ancak incelenen yerli markalarda geri dönüştürülmüş hammadde kullanımının yabancı markalara göre daha az olduğu görülmektedir.

Yerli markalarda kullanılan yöntemler arasında bambu lifinden elde edilen kumaşlar yer almaktadır. Ayrıca yerli markalar arasında yavaş moda anlayışını benimseyen markalar bulunmaktadır.

6. Tekstil Firmalarının Sürdürülebilirlik Faaliyetleri Açısından İncelenmesi

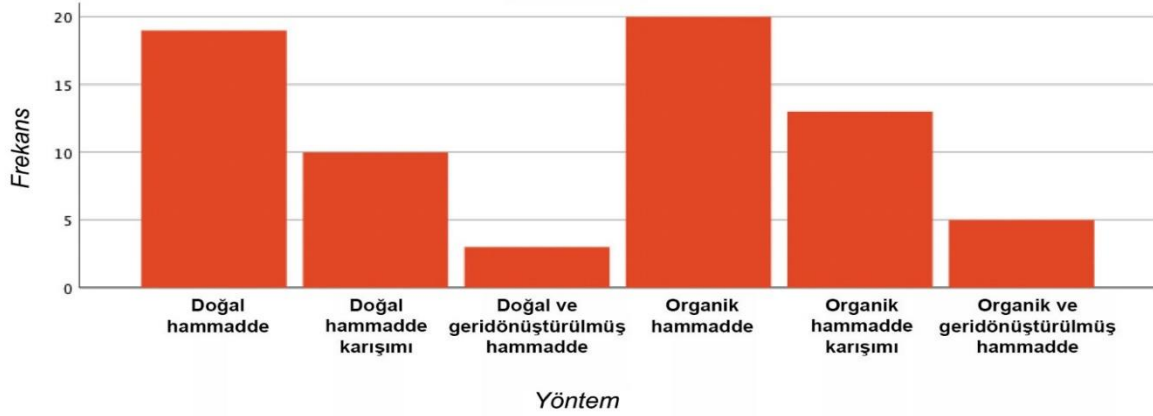
Yerli markalar arasında One Square Meter, Giyi, A Hidden Bee, lamnotbasic, Reflect Studio x WWF, Restore Jeans, Atölye Ren, Penti, LC Waikiki, Assez, Souq Samurai, Sculpture, Oh Seven Days, Sensesential ve yabancı markalar arasında United Colors of Benetton, Tommy Hilfiger, Knitss, Maggie Marilyn, A.BCH, Pangaia, Leticia Credidio, For Days, Gabriela Hearst, COS, Reformation, Stella McCartney, House of Sunny, Mud Jeans olmak üzere toplam 28 markanın ürünlerinden rastgele (14 yerli, 14 yabancı) seçilmiştir. Her tekstil markasının sürdürülebilirlik çerçevesinde satışa sunduğu 5 adet ürün seçilerek incelenmiştir. Toplanan veriler SPSS 24 istatistiksel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Sürdürülebilir markaların ürünleri; fiyat, içerik ve yöntem bakımından analiz edilmiş ve Ürün-Fiyat (Şekil 2. ve 3.), Ürün-Yöntem (Şekil 4. ve 5.), Ürün-İçerik (Şekil 6. ve 7.) şeklinde histogram ve bar grafiği olarak verilmiştir.



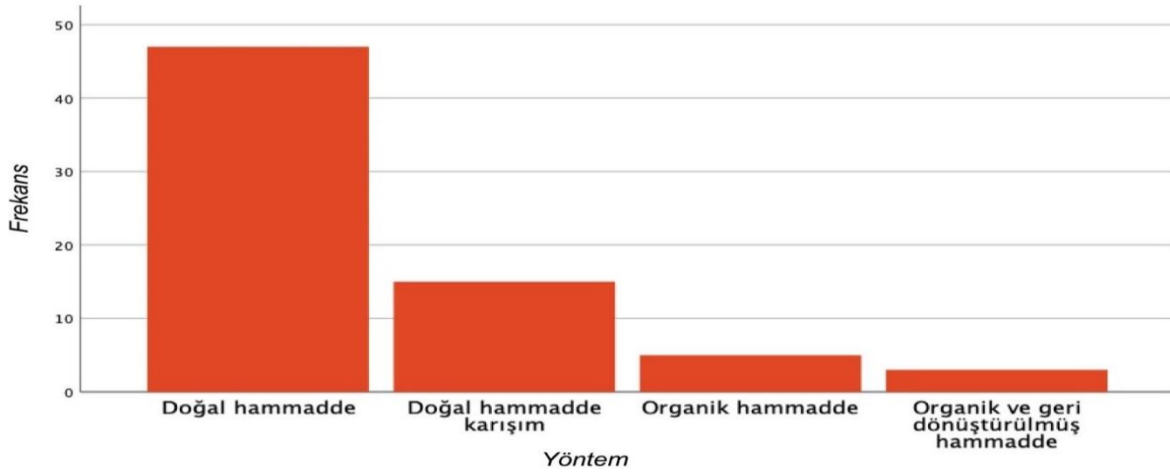
Şekil 2. Yerli ve yabancı markaların fiyat histogram dağılımı grafiği ile gösterimi

Figure 2. Display of domestic and foreign brands with price histogram distribution graph

Yerli ve yabancı markaların fiyat–marka karşılaştırması histogram grafiği ile incelenmiştir. Şekil 2.'de görüldüğü gibi yerli markaların fiyat histogram dağılımına bakıldığında ortalama 1.430 TL iken, yabancı markaların fiyat ortalaması 3.997 TL olarak görülmüştür. Yerli markaların en düşük fiyatı olan ürün LC Waikiki ile 90 TL'dir. Bu ürün fiyatı yabancı markalarda ise United Colors of Benetton markası ile 300 TL olarak saptanmıştır. Yerli markaların en yüksek ürün fiyatı Restore Jeans markası ile 12.740 TL, yabancı markaların en yüksek ürün fiyatı ise Stella McCartney markası ile 18.404 TL'dir. Histogram grafiklerinde yabancı markaların sürdürülebilir ürün fiyatlarının dağılımının daha yüksek tutarlarda olduğu açıkça görülmektedir. Bunun sebebinin uluslararası pazar payı, döviz kurları, marka değeri gibi unsurlar olduğu düşünülmektedir. Bunun yanı sıra yabancı markaların sürdürülebilirliğe odaklanmaları ve bu alana sermaye ayırma imkanının yerli markalara göre daha fazla olduğu öngörülmektedir.



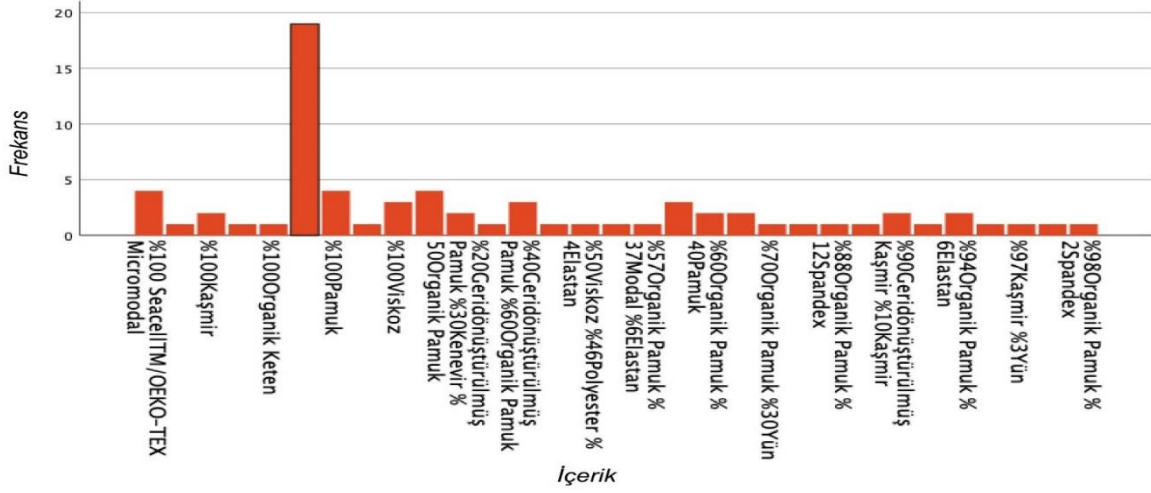
Şekil 3. Yabancı markaların üretim yöntemlerinin bar grafiği ile gösterimi
Figure 3. Representation of production methods of foreign brands with bar graph



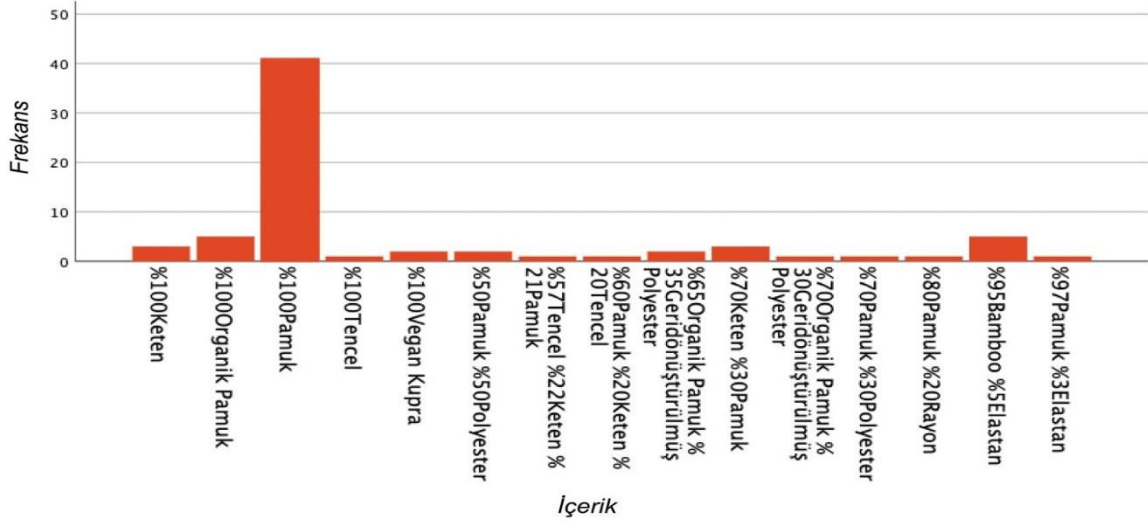
Şekil 4. Yerli markaların üretim yöntemlerinin bar grafiği ile gösterimi
Figure 4. Representation of the production methods of domestic brands with bar graphs

Yerli ve yabancı markaların sürdürülebilirlik yaklaşımlarında kullandıkları yöntemler Şekil 3. ve 4.'te görülen bar grafiği ile incelenmiştir. Grafikler incelendiğinde yerli markalar yöntem olarak; ortalama %67 oranında en fazla doğal hammaddeyi kullanırken yabancı markalar ortalama %29 oranında en fazla organik hammadde kullanmıştır.

Yabancı markalarda doğal hammadde kullanımı ortalama %27 iken yerli markaların kullandığı organik hammadde oranının ortalama %6 olduğu saptanmıştır. Yabancı markaların organik hammadde kullanım tutumu yerli markalara göre oldukça yüksek iken, bu durum doğal hammadde kullanımında tam tersi bir eğilimdedir. Yerli markalarda en düşük oranla kullanılan hammaddenin ortalama %4 ile organik ve geri dönüştürülmüş hammadde olduğu görülmektedir. Bu oran yabancı markalarda ortalama %7'dir. Bunun sebebinin yabancı markalarda geri dönüştürülmüş hammadde bilincinin daha yüksek olduğu ve geri dönüşüm politikalarının daha yaygın olduğu düşünülmektedir.



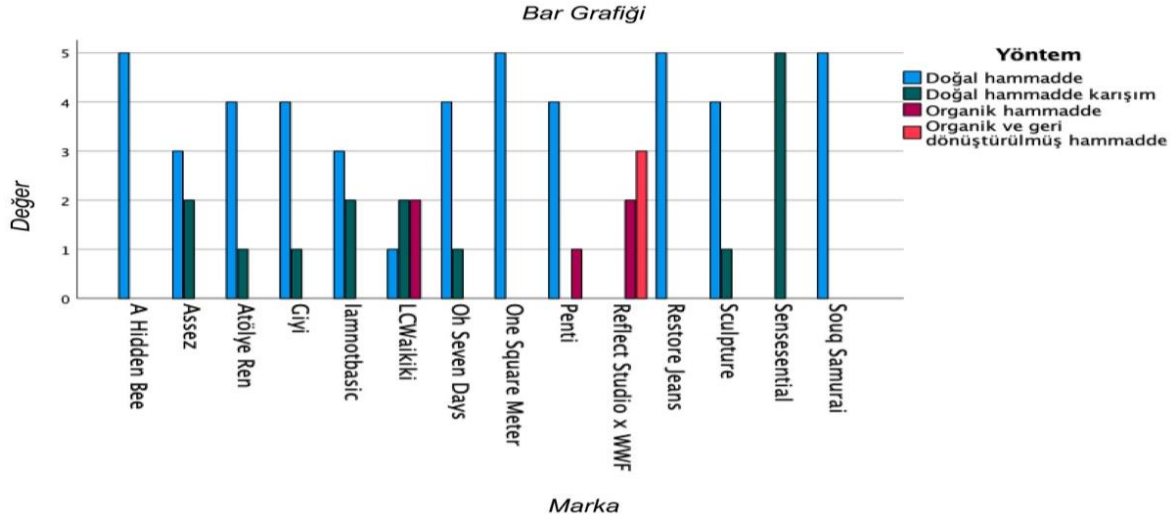
Şekil 5. Yabancı markaların kullandıkları ürünlere ait içeriklerin bar grafiği
Figure 5. Bar graph of the contents of the products used by foreign brands



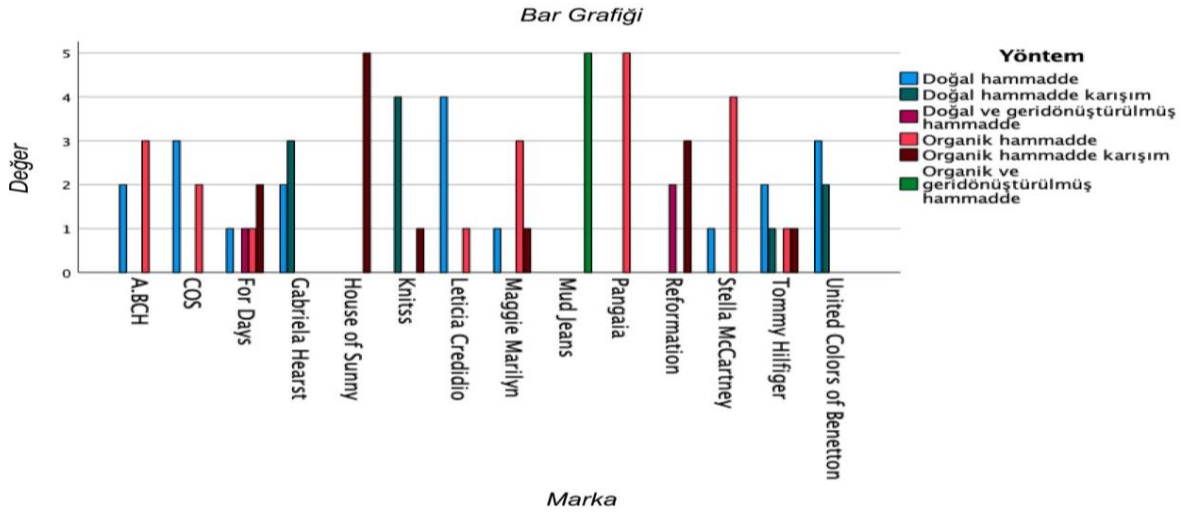
Şekil 6. Yerli markaların kullandıkları ürünlere ait içeriklerin bar grafiği
Figure 6. Bar graph of the contents of the products used by domestic brands

Yerli ve yabancı markaların sürdürülebilir ürünlerinin içerikleri Şekil 5. ve 6.'da bar grafiği ile incelenmiştir. Yabancı markaların ürünleri 31 içerik kategorisine dağılmış iken yerli markaların dağılımı 15 kategori halindedir. Grafik incelendiğinde ürün içeriği olarak %27 oranında %100 Organik pamuk kullanıldığı görülmektedir. Yerli markalarda ise bu oran %7 ile en çok kullanılan ikinci içeriktir. Yerli markaların en fazla kullanılan içeriği %59 oranı ile %100 Pamuk'tur.

Yabancı markaların %100 Pamuk kullanımı %6 oranında yabancı markaların en fazla kullandığı ikinci içeriktir. Yabancı markaların %100 Organik Pamuk kullanımı yerli markalara göre daha fazladır. Bunun sebebinin yabancı markaların sürdürülebilirlik yöntemlerini, yerli markalara göre daha önce başladığı ve gittikçe yaygınlaşarak kullanıldığı düşünülmektedir.



Şekil 7. Yerli markaların marka-üretim yöntem değerlendirme grafiği
Figure 7. Brand-production method evaluation chart of domestic brands



Şekil 8. Yabancı markaların marka-üretim yöntem değerlendirme grafiği
Figure 8. Brand-production method evaluation chart of foreign brands

Yerli ve yabancı markaların hammadde kullanımları Şekil 7. ve 8.'de SPSS analizi ile çapraz tablo yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Yabancı markalarda en çok kullanılan hammadde %28.6 ile organik hammadde olduğu saptanmıştır. Organik hammadde kullanımı yerli markalarda ise %7.1 oranı ile en az kullanılan iki hammaddeden biridir. Yabancı markaların organik hammadde kullanımı, yerli markaların organik hammadde kullanımının yaklaşık dört katıdır. Bunun sebebinin organik hammadde yetiştiriciliğinin maliyetlerinin yüksek olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

Yerli markalarda %4,3 oranıyla en az kullanılan diğer hammadde ise organik ve geri dönüştürülmüş hammaddedir. Yerli markaların en çok tercih ettiği hammadde %76,1 oranıyla doğal hammadde olduğu saptanmıştır. Bunun sebebinin doğal hammadde üretim süreçlerinin organik hammadde üretim süreçlerine göre daha uygun maliyetli olması olduğu düşünülmektedir.

Yerli markaların doğal hammadde kullanımı, yabancı markaların doğal hammadde kullanımının yaklaşık iki buçuk katı daha fazladır. Yabancı markalarda %7.1 ile en az kullanılan hammaddenin organik ve geri dönüştürülmüş hammadde olduğu saptanmıştır. Doğal hammadde karışımı kullanımı yerli markalarda %21,4 iken yabancı markalarda bunun %14,3 olduğu görülmektedir. Başlıklar incelendiğinde yerli markaların yöntem dağılımı dört başlık altında toplanırken yabancı markaların algı başlık algısında toplandığı görülmektedir. Bunun sebebinin yabancı markaların sürdürülebilirlik yaklaşımlarını yerli markalardan daha önce ve daha çabuk benimseyerek yöntemler geliştirdiği yönünde olduğu düşünülmektedir.

Yabancı markaların fiyat ortalaması yerli markaların fiyat ortalamasına kıyasla daha fazladır, ancak yabancı markaların yöntem ve içerik bar grafiklerine bakıldığında organik hammaddenin ve %100 Organik Pamuk/Keten içerikli ürünlerinin, yerli markalardaki organik hammadde ve %100 Organik Pamuk içerikli ürünlere oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Yerli markalarda ise organik hammadde kullanımının yabancı markalara göre %25 daha az olduğu saptanmıştır. Bunun sebebi olarak, organik hammadde yetiştirme süreçlerinin, doğal hammadde yetiştirme süreçlerine kıyasla daha zor ve daha yüksek fiyatlı olduğu için tercih edilmediği düşünülmektedir.

Yerli markaların %100 Pamuk kullanımı ile fiyat ortalaması ise doğru orantılıdır. Bar grafikleri incelendiğinde geri dönüştürülmüş ya da karışım içeriklere kıyasla organik ve doğal içeriklerin daha fazla kullanıldığı görülmektedir.

7. Sonuç ve Öneriler

Sürdürülebilirlik kavramı tekstil ve hazır giyim markaları çerçevesinde incelenmiştir. Markaların üretim süreçlerinde ve ürünlerin müşteriye ulaştıktan sonraki kısımda sürdürülebilirliğin ne derece uygulandığı ya da uygulanmadığı araştırılmıştır. Zamanla markaların sürdürülebilirliğe evrildiği, farkındalıklarının arttığı görülmektedir. Dünyada hızlı modanın olumsuz etkilerini ve sürdürülebilirliğin çevre ve insan faktörlerine zıt bir sistem ile işlediği bilinmektedir. Buna karşı bir tepki olarak yavaş moda anlayışının benimsenmeye başladığı görülmüştür. İhtiyaç ve talepler doğrultusunda ortaya çıkan yavaş moda kavramının sürdürülebilirlik ilkelerine uygun olduğunu, zaman içinde tekstil ve hazır giyim markalarının da sürdürülebilir üretime yöneldiği görülmektedir.

Dünyada ve ülkemizde sürdürülebilirlik yaklaşımlarını benimseyen tekstil ve hazır giyim markaları arasından, Japonya Ekonomi, Ticaret ve Endüstri Bakanlığı'nca önerilen Hiroshi (Marka Değerinin Belirlenmesi) Yönetimi kriterlerine göre seçilen ürünlerin sürdürülebilirlik yönleri, yöntemleri ve fiyat araştırması SPSS 24 kullanılarak histogram dağılımı, bar grafiği ve çapraz tablo ile analiz edilmiştir. Saptanan analizler sorucunda yabancı markaların, sürdürülebilirlik içerik bakımından yerli markalara göre daha

gelişmiş olduğu görölmüştür. Ancak yerli markaların yabancı markalara göre daha az ücret karşılığı sürdürülebilir içerikli giysi ürettiği sonucuna varılmıştır.

Yabancı markaların fiyat ortalamalarının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bunun sebebinin döviz kuru ile beraber marka ve hammadde değeri ile ilgili olabileceği düşünölmektedir. Yerli ve yabancı markaların sürdürülebilirlik yaklaşımı olarak kullandıkları yöntemler incelendiğinde yabancı markalarda en çok kullanılan yöntem, organik hammadde iken yerli markalarda doğal hammaddedir. Bunun sebebi olarak organik hammadde üretim süreçlerinin doğal hammadde üretim süreçlerine göre daha maliyetli olduğu için yerli markalar tarafından tercih edilmiyor olduğu düşünölmektedir. Fiyat ortalamaları ile karşılaştırıldığında daha maliyetli olan organik pamuk kullanımına paralel yabancı markaların fiyat ortalamasının yerli markalara göre daha yüksek fiyatlı olduğu saptanmıştır.

Yerli ve yabancı markaların ürün içeriklerinin karşılaştırılmasına bakıldığında üretim yöntemlerine paralel olarak yabancı markaların %100 organik pamuk kullanımının daha fazla olduğu görölmektedir. Bunun sebebinin marka müşterilerinin tercihi doğrultusunda olabileceği düşünölmektedir. Yerli markalarda ise en çok kullanılan içerik %100 pamuktur. Bunun sebebinin müşteri tercihi veya alım gücüne göre üretim olabileceği düşünölmektedir. Fiyat ortalamalarına bakıldığında yabancı markalara göre daha düşük fiyat ortalamasına sahip olan yerli markaların, organik pamuğa göre daha az maliyetli pamuk üretimini daha fazla tercih etmesi, fiyat ortalamaları ile doğru orantılıdır.

Yabancı markaların üretim yöntemleri bakımından organik hammadde ile organik ve geri dönüştürölmüş hammadde kullanımının yerli markalara göre daha fazla olduğu saptanmıştır. Bunun sebebinin yabancı markaların geri dönüşüm ve organik içerik politikalarını daha fazla benimsediği yönünde olduğu düşünölmektedir. Ayrıca markaların kullandığı hammadde ve üretim süreçleri de düşünöldüğünde fiyat ortalamaları ile doğru orandadır. Yerli markalarda ise organik pamuğun daha az tercih edilmesinin sebebi olarak pamuğun ithal edilmesi ve belirsiz döviz kurları olabileceği düşünölmektedir.

Sürdürülebilirlik yaklaşımlarını uygularken markalar organik içerikli ürünleri üretim maliyetlerinin yüksek fiyatlı olması sebebi ile daha yüksek fiyata satmaktadır. Bu noktada müşteriler yüksek fiyatlı olan ürünü almayı tercih etmeyebilirler. İncelenen markalar arasında yavaş moda üretimini felsefe edinen markalar sipariş doğrultusunda üretim yapmaktadır. Bu üretim şekli belli bir zaman aldığı için müşteriler tarafından tercih edilmeme sebebi olabileceği düşünölmektedir.

Bu araştırma sürdürülebilir tekstil ve hazır giyim markalarının ürün ve üretim yöntemi incelenerek desteklenebilir. Bu markalardan alışveriş yapan kitleler ile anketler yapılabilir ve müşterilerin bilinçli alışveriş yapmalarına teşvik edilebilir. Sürdürülebilir markaların tüketici faktörü daha detaylı incelenip alışveriş alışkanlıkları ile ilgili çalışmalar yapılarak

desteklenebilir. Çeşitli sürdürülebilir markaların satış noktalarına atık giysi kutuları konularak geri dönüşüm desteklenebilir. Bu markalar atık giysi getiren müşterilerine indirim kuponu vererek müşterilerini geri dönüşüme teşvik edebilirler. Ayrıca sosyal sorumluluk projeleri kapsamında kadın istihdamı yapılabilir, böylece insanlar sürdürülebilirliğe teşvik edilebilir.

Kaynakça

- A.BCH, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://abch.world/pages/about-abch>, Erişim Tarihi: 22.11.2021.
- A Hidden Bee, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.ahiddenbee.com/about.asp>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Akgül, U., (2010). “Sürdürülebilir kalkınma: Uygulamalı antropolojinin eylem alanı”, *Antropoloji*, 24, ss. 133-164.
- Alada, A., Gürpınar, E., ve Budak, S., (1993). “Rio konferansı üzerine düşünceler”, *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 3-4-5, ss. 93-103.
- Alpat, F. E., (2011). “Yavaş Moda Nedir?”, *Akdeniz Sanat*, 4(8), 45-47.
- Assez, (2022). “Sürdürülebilirlik”, <https://assezistanbul.com/>, Erişim Tarihi: 12.11.2022.
- Atölye Ren, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://atolyeren.com/tr/yavas-moda-ren-nasil-uretir/>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Away Denim, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.awaydenim.com/sustainable-denim>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Bethany Williams, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.notjustalabel.com/bethany-williams>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Bilgili, M. Y., (2017). “Ekonomik, ekolojik ve sosyal boyutlarıyla sürdürülebilir kalkınma”, *Journal of International Social Research*, 10(49), 559-569.
- Boa Studio, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <http://boastudio.blogspot.com/>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Burkut, E. B., (2018). “Sürdürülebilir mimari tasarımların konya örneğinde incelenmesi”, *Uluslararası Yeşil Başkentler Kongresi*, ss. 208-218.
- Cai, Y. J., & Choi, T. M. (2020). “A United Nations’ sustainable development goals perspective for sustainable textile and apparel supply chain management”, *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 141, 102010.
- Chloe Bains, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.chloebaines.co.uk/about>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Choi, T. M., & Li, Y., (2015). “Sustainability in fashion business operations”, *Sustainability*, 7(11), 15400-15406.
- COS, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.cosstores.com/en/sustainability.html>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Çamur, D., & Vaizoğlu, S. A., (2007). “Çevreye ilişkin önemli toplantı ve belgeler”, *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6, 4, ss. 297-306.
- Doğan, G., & Tokman, L. Y., (2019). “Sürdürülebilir kalkınmada sosyal sürdürülebilirlik ve işlevsel kalitenin önemi”, *Sürdürülebilir Kalkınma Rolüyle Mimarlık*, 1, ss. 11-30.

- Durmaz, B., (2021). “Çevre sorunlarının uluslararası ilişkiler içerisindeki yeri: Rio konferansı”, YÖK tez merkezi, 677117, ss. 34-51, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Elif Sözkese, (2021). “Atıktan Sanata İleri Dönüşüm”, <https://yesilyama.com/markalar/elifsozkesen/>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Emrealp, S., (1998). “Yerel gündem 21”, *Öneri Dergisi*, 2(10), 27-28.
- For Days, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://fordays.com/pages/how-we-recycle>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Freitag, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.freitag.ch/en/production>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Gabriela Hearst, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.gabrielahearst.com/blogs/stories/sustainable-practices-timeline>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Gedik, Y., (2020). “Sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarla sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma”, *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(3), 196-215.
- Giyi, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.giyiworld.com/sayfa/surdurulebilirlik-yaklasimimiz>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Halaçeli Metlioğlu, H. & Yakın, V., (2021). “Tekstilde sürdürülebilirlik: Hızlı moda markalarının sürdürülebilirlik stratejileri”, *OPUS International Journal of Society Researches, Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı*, s. 1883-1908.
- Harris, J.M., (2000). “Basic principles of sustainable development”, *Global Development and Environment*, 4, pp. 21-36.
- Heliotropic, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.heliotropicstudio.com/blog>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- House of Sunny, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://directory.goodonyou.eco/brand/house-of-sunny>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Iamnotbasic, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.iamnotbasic.com/pages/hikayemiz>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- I Love Fashion, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.ilawfashion.com/ece-gozenle-surdurulebilirlik-uzerine/>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Incomplit, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://incomplit.com/blogs/news/tagged/sustainable-fashion>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Kapbula, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://kapbula.com.tr/pages/surdurulebilirlik>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Kaya, M., & Kaya, M. F., (2013). “Sürdürülebilir kalkınmaya yönelik tutum ölçeği geliştirme çalışması”, *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı: 28, ss. 175-193.
- Kayhan, A. (2016). “Birleşmiş Milletler Çevre Programı üzerine bir inceleme”, *Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni*, 33, 1, s.61-90.
- Kaypak, Ş., (2011). “Küreselleşme sürecinde sürdürülebilir bir kalkınma için sürdürülebilir bir çevre”, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1, s.19-33.
- Karataş, K., (2021). “Gündem 21 Nedir?”, <https://kemalkaratas.tr.gg/G-Ue-NDEM-21-.htm>, Erişim Tarihi: 05.11.2021
- Kipöz, Ş., (2020). “Modada Yavaşlık”, *Yeni İnsan Yayınevi, Ekoloji Serisi*, s.41-57, Türkiye

- Knitss, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.knitss.com/surdurulebilirlik>, Erişim Tarihi: 20.11.2021.
- Korkmaz, C., Yaygın, M. A., & Sağ, N. S., (2019). “Kentsel dönüşüm projelerinde sosyal sürdürülebilirlik performansının değerlendirilmesi: Yeni mamak kentsel dönüşüm ve gelişim projesi”, *Online Journal of Art and Design*, 7(3), 37-61.
- Kuşat, N., (2013). “Yeşil sürdürülebilirlik için yeşil ekonomi: Avantaj ve dezavantajları–Türkiye incelemesi”, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 8(29), 4896-4916.
- LC Waikiki, (2022). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.lcwaikiki.com/tr-TR/TR/lp/lcw-surdurulebilirlik-21>, Erişim Tarihi: 12.11.2022.
- Leticia Credidio, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://leticiacredidio.com/pages/about-us>, Erişim Tarihi: 22.11.2021.
- Maggie Marilyn, (2021), “Sürdürülebilirlik”, <https://maggiemarilyn.com/journal/sustainability-strategy-update-report>, Erişim Tarihi: 20.11.2021.
- Mangır, A. F., (2016). “Sürdürülebilir kalkınma için yavaş ve hızlı moda”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 41. Yıl özel sayı, 19, ss. 143-154.
- Mud Jeans, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://mudjeans.eu/pages/sustainability-our-impact>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Odabaşı, S. & Sahin, Y., (2019). “Moda tasarımı eğitiminde sürdürülebilirlik üzerine yaklaşımlar”, *Art-e Sanat Dergisi*, 12(23), 1-25.
- Odabaşı, S., (2022). “Sürdürülebilir Moda Tasarımı, Kavramlar ve Uygulamalar”, Nobel Yayınevi, s.38-39, Türkiye
- Oh Seven Days, (2022). “Sürdürülebilirlik”, <https://ohsevendays.com/collections/tops/tops>, Erişim Tarihi: 12.11.2022.
- One Square Meter, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://onesquaremeter.co/blogs/blog/from-our-perspective>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Özçağ, Y. D. D. M. & Hotunluoğlu, Y. D. D. H., (2015). “Kalkınma anlayışında yeni bir boyut: Yeşil ekonomi”, *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 303-324.
- Özmehmet, E., (2008). “Dünyada ve Türkiye sürdürülebilir kalkınma yaklaşımları”, *Journal of Yasar University*, 3(12), 1853-1876.
- Özmen, Ş. Y., Birsen, H. & Birsen, Ö., (2016). “Yavaş hareketi: Çevreden kültüre hayatın her alanında küreselleşmeye başkaldırı”, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2), 38-49.
- Özmete, D. D. E., (2010). “Sosyal hizmette sürdürülebilir kalkınma anlayışı: Kavramsal analiz”, *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 22(22), 79-90.
- Öztekin, C. A., (2021). “Sürdürülebilir yaşam rehberi”, *Journal of Management Theory and Practices Research*, 2(2), 178-181.
- Pangaia, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://thepangaia.com/blogs/globalworld/sustainability-in-fashion-relies-on-embracing-diversity>, Erişim Tarihi: 22.11.2021.
- Reflect Studio, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.reflectstudio.com/sustainability>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Reformation, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.thereformation.com/pages/sustainable-practices>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.

- Restore Jeans, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://restorejeans.com/>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Satsuma, (2021). “Renkli Sürdürülebilirlik”, <https://yesilyama.com/markalar/sat-su-ma/>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Sensessentials, (2022). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.sensessentials.com/pages/kumas>, Erişim Tarihi: 12.11.2022.
- Seydioğulları, H. S., (2013). “Sürdürülebilir kalkınma için yenilenebilir enerji”, *Planlama*, 23(1), 19-25.
- Sculpture, (2022). “Sürdürülebilirlik”, <https://sculpturebrand.com/tr-TR/manifesto>, Erişim Tarihi: 12.11.2022.
- Souqşamurai, (2022). “Sürdürülebilirlik”, <https://souqşamurai.com/pages/about-us>, Erişim Tarihi: 12.11.2022.
- Stella McCartney, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://www.stellamccartney.com/gb/en/sustainability/social-sustainability.html>, Erişim Tarihi: 24.11.2021.
- Taylor Stitch, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://directory.goodonyou.eco/brand/taylor-stitch>, Erişim Tarihi: 22.11.2021.
- Tıraş, H. H., (2012). “Sürdürülebilir kalkınma ve çevre: Teorik bir inceleme”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-73.
- Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, (2022). “*Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Raporu*”, <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Tekstil%20ve%20Hammaddeleri%20Raporu.pdf>, Erişim Tarihi: 27.11.2022.
- Thorisdottir, T. S., & Johannsdottir, L., (2019). “Sustainability within fashion business models: A systematic literature review”, *Sustainability*, 11(8), 2233.
- Tohum, N., (2011). “Sürdürülebilir peyzaj tasarım aracı olarak yeşil çatılar”, Yrd. Doç. Dr. Aliye Senem Deviren, Yök Tez Merkezi, 311937, ss. 7-12, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul
- Tommy Hilfiger, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://responsibility.pvh.com/tommy/>, Erişim Tarihi: 20.11.2021.
- United Colors of Benetton, (2021). “Sürdürülebilirlik”, <https://tr.benetton.com/l/surdurulebilirlik>, Erişim Tarihi: 20.11.2021.
- Uzun, A. M., (2001). “Yoksulluk olgusu ve dünya bankası”, *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 155-174.
- Vogue, 2022, “Sürdürülebilirliğin imzası”, <https://vogue.com.tr/haber-moda/surdurulebilirliğin-imzası>, Erişim Tarihi: 12.11.2022.
- Yıldız, Ş., Ayvaz, K. M., (2018). “Yavaş moda akımına üniversite öğrencilerinin yaklaşımları: Selçuk Üniversitesi Örneği”, *Akdeniz Sanat*, 11(21), 29-43.
- Yücel, A. G. F. (2003). “Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında çevre korumanın ve ekonomik kalkınmanın karşılığı ve birlikteliği”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(11), 100-105.
- %100 İstanbul, (2021). “İleri Dönüşüm”, <https://yesilyama.com/markalar/100de100-istanbul/>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.