

Derleme

Plastik Poşet Zararlarını Önleme ve Tüketici Bilinci Oluşturma Üzerine Bir Çalışma¹

Umut Bilen* 

Tekstil Mühendisliği Bölümü, Çorlu Mühendislik Fakültesi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ, Türkiye

Geliş: 25.06.2019

Kabul: 01.07.2019

Özet: Günümüzde plastik poşetlerin özellikle başta çevreye olmak üzere insan ve hayvanlara verdiği zararlar bilinmektedir. En büyük tehdit, plastiğin kullanımı değil, kullanımının miktarıdır. Genel olarak, atılmış plastiklerin % 50'den fazlası ambalajdan gelir ve bunların çoğu alışveriş çantalarıdır. Tüketici farkındalığındaki eksikliğinin fark edilmesi, çöpler hakkında tartışmalara yol açmış ve çevrede oluşan zarar plastik poşetler hakkında önlem almayı gerektirmiştir. Plastik alışveriş torbalarının oluşturduğu çöplere ve uluslararası atıklara değinmek için kurulmuş bir takım yaklaşımlar ve bu konuda birçok ülkede yapılan çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmada, plastik poşetlerin zararlarını önlemek adına birçok ülkede yapılmış çalışmalar ve mevzuatlar incelenmiştir. Plastik torbaların üretim enerji maliyetleri, uzun ömrü, çevrede yayılmasının artması ve biyo-bozunur olmaması çevre üzerinde ve sürdürülebilir kalkınmada olumsuz etkiler olarak görünmektedir. Bunun yanında, hızlı tüketim sonucu ortaya çıkan “kullan-at” yaklaşımı sürdürülebilir tüketimi zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, tüketici davranışını plastik poşet kullanımından ayırmak, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında öncü olan sürdürülebilir tüketim arayışında önemli bir sorundur. Sürdürülebilir tüketim ise bilinçli tüketici ile sağlanır. Bu çalışmada; plastik poşet kullanımını azaltıcı önlemler ve tüketiciyi bilinçlendirmek adına yapılabilecekler anlatılmıştır.

Anahtar kelimeler: Çevre kirliliği, Plastik poşet, Poşet atık önleme, Tüketici bilinci.

A Study on Plastic Bag Damage Prevention and Consumer Awareness

Abstract: Today, it is known that plastic bags cause harm to humans and animals, especially to the environment. The biggest threat is not the use of plastic, but the size of its use. In general, more than 50% of disposable plastics come from packaging, and most of them are shopping bags. Recognition of the lack of consumer awareness has led to controversy about garbage, and damage to the environment has required attention to plastic bags. There are a number of approaches established to address plastic shopping bags and international waste, and studies are being conducted in many countries. In this study, studies and legislations carried out in many countries in order to prevent damages of plastic bags have been examined. Production costs of plastic bags, long life, increase in diffusion and non-biodegradability seem to have negative effects on the environment and sustainable development. In addition, the “throwaway” approach resulting from rapid consumption makes sustainable consumption difficult. Therefore, separating consumer behaviour from the use of plastic bags is an important problem in the search for sustainable consumption, which is a pioneer in achieving sustainable development. It is known that sustainable consumption is provided by conscious consumers. In this study, measures that reduce the use of plastic bags and increase consumer awareness were compiled.

Keywords: Environmental pollution, Plastic bag, Plastic bag waste prevention, Consumer awareness.

* Sorumlu yazar.

E-posta adresi: ubilen@nku.edu.tr (U. Bilen)

¹ Bu makale “2. Uluslararası Tasarım ve Mimarlık Kongresi’nde sunulmuştur.”

1. Giriş

Plastik poşetler, genellikle alışveriş yapanların kullandıkları çoğu ülkede yaygın olan bir alışveriş çantasıdır. Plastik alışveriş çantaları genellikle polietilen veya polietilen filminden yapılır. Polietilen petrol türevinden ve atık plastik malzemelerin ikincil kullanımından elde edilen malzemedir [6]. Ancak, halk dilinde naylon olarak adlandırılan plastik poşetlerin sadece %1'i geri dönüştürülmekte, çevre kirliliği, hava kirliliği ve su kirliliğine neden olmaktadır. İstatistikî verilere göre, fiziksel olarak yok olmuş gibi görünseler de, plastik poşetler mikro parçacıklara bölünürler ve yüzyıllar boyunca çevreye zarar verirler [15]. Ülkemizde, atıklardan plastik %13,19, PET ve PVC % 6,15 ile yerini almaktadır [8]. Plastik alışveriş çantaları genellikle polietilen filminden yapılır. Polietilen genellikle stabil ve bozulmaya karşı dayanıklıdır. Polietilen bir film olmasına rağmen; doğal olarak parçalanır ve biyo-bozunurdur, ancak bunun gerçekleşmesi onlarca yıl alabilir [6]. Plastik ve çevre ile ilgili konular; hammadde ve üretim süreçleri ve plastik çöp ve atık ile ilgili olacak şekilde iki yönlüdür. Plastik kullanımı son on yılda önemli ölçüde artmış ve çevresel sorunlara yol açmıştır. Neredeyse tüm plastikler yenilenemeyen, ağır kirlenici petrol ürünlerinden (ham petrol, doğal gaz ve kömür) üretilmektedir. En büyük tehdit, plastiğin kullanımı değil, kullanımının büyüklüğüdür. Genel olarak, atılmış plastiklerin % 50'den fazlası ambalajdan gelir ve bunların çoğu alışveriş çantalarıdır. Plastik atık yığını, özellikle plastik torbaların görünümü, estetik açıdan oldukça rahatsızlık vermektedir. Karayolları ve çevresi, genellikle % 40 ila% 60 arasında plastik içeren plaj çöprü ile kaplanmaktadır. Plastik çöpler, birçok canlının yutulma ve dolanma sonucunda hayatını kaybetmesine neden olmaktadır. Her yıl 100.000 den fazla deniz memelisi ve 700.000 deniz kuşunun plastik deniz çöprü ile karşılaştıklarında öldüğü tahmin edilmektedir [9]. Ellen-MacArthur Vakfı tarafından yaptırılan bir araştırmaya göre her yıl en az 8 milyon ton plastik okyanuslara karışmaktadır [16]. Akdeniz'de deniz canlıları ve kuşların midesinde plastik bulunmuştur. Bugün ise bu durum artık yarınları, yaşamın sürdürülebilirliğini tehdit eder hale gelmiştir [17].

1.1. Çalışmanın Amacı

Günümüzde plastik poşetlerin, başta çevreye olmak üzere, insan ve hayvanlara verdiği zararlar bilinmektedir. Tüm dünyada plastik poşet kullanımını azaltmak ve bu konudaki sorunları çözmek üzere birçok çalışmalar ve uygulamalar yapılmakta, yasalar düzenlenmektedir. Bu çalışmada, plastik poşet kullanımının azaltılması, alınan önlemler ve tüketici bilinçlendirilmesi konuları hakkındaki çalışmalar ve öneriler derlenmiştir.

2. Poşet Kullanımını Azaltmak İçin Alınan Önlemler ve Tüketici Bilinci Oluşturma

Son yıllarda, tüketici bilincindeki eksikliğin fark edilmesi plastik çöplerin tartışılmasına neden olmuş ve çevrede oluşan zarar plastik poşetler hakkında önlem almayı gerektirmiştir. Plastik alışveriş torbaları çöplüğüne ve uluslararası atıklara değinmek için kurulmuş bir takım yaklaşımlar ve bu konuda birçok ülkede yapılan çalışmalar mevcuttur. Bu ülkelerin başında; Malezya, Güney Afrika, İrlanda, Çin, Kenya, Uganda, Ruanda, Somali, Tanzanya, Amerika, Fransa, Tayvan, Hindistan gelmektedir. Ambalaj atığı yönetimi politika araçları, öz

düzenlemeden ekonomik komuta ve kontrole kadar uzanmaktadır. Örneğin; İrlanda, 2001 yılında satın alma noktalarında, tüketiciler tarafından doğrudan ödenen plastik alışveriş çantası vergisine öncülük etmiştir. Mevzuatın uygulanmasından önce atık hukuku reformları başlatılmış ve depolama sahası vergisinin dahil edilmesi de kapsama alınmıştır. Dikkat edilmesi gereken ve kritik öneme sahip olan nokta, kamuoyunun farkındalığının artırılmasıdır. 4 Mart 2002'de Plastik Alışveriş Çantası Uygulamasının başlatılmasından önce, tüm İrlanda televizyonlarında bir bilinçlendirme kampanyası başlatılmıştır. Ayrıca dağıtılan afişlerle müşterilere vergi konusunda bilgi verilmiştir. Yönetmeliklere göre; uygunsuzlukların cezası; 1905 Euro'ya kadar para cezası veya 1 yıla kadar hapis olarak belirlenmiştir. Bunların sonucunda; ilk 4 ayda bir milyardan fazla plastik torba (% 90-95 daha az tüketim) dolaşımından çıkarılmıştır. Ülke çapında, yaklaşık 3.000 perakende satış noktasından toplam 3,5 milyon euro'luk kazanç bildirilmiş ve bir yıl sonra vergi indirimi, yaklaşık 9.6 milyon euro'ya varmış ve bununla çevre fonu oluşturulmuştur. Toplam tüketimde % 90'lık bir azalma ile uygulama istikrarlı bir şekilde devam etmektedir [9].

Avusturya plastik poşet geri dönüşümü konusunda öncülük ederek 2002 yılında harekete geçmiştir. Tek kullanımlık çantaların 2008 yılı sonuna kadar sonlandırılmasını sağlamak üzere Ulusal Çevre Koruma ve Miras Konseyi kurulmuştur. Avustralyalı Perakendeciler Derneği, büyük süpermarketlerin HDPE torbalarında yüzde 50'lik bir azaltma taahhüdü de dahil olmak üzere, Plastik Poşetlerin Yönetimi İçin Bir Uygulama Kural'ını 2003 yılında kabul etmiştir. Yeniden kullanılabilir çantaların tanıtımı, geri dönüşümü ve dağıtımı için sanayi ve devlet kampanyaları sayesinde, tek kullanımlık ürünleri kullanılması üzerinde önemli sonuçlar elde edilmiştir [6]. Ayrıca, Avustralya'daki bozunabilir plastik torbaların etkileri hakkında bir rapor da hazırlanmıştır. BioBag; Avustralya'nın "Tamamen Bozunabilir Plastik Katkı Maddeleri" teknolojisine dayanan ilk tamamen parçalanabilir plastik poşeti, Amcor Flexibles Australasia tarafından geliştirilmiştir. Ambalaj Sözleşmesini 5 yıl uyguladıktan sonra Avustralya deneyimi nitelikli bir başarı olmuştur [9].

Malezya hükümeti, plastik alışveriş çantaları kullanımını azaltmak için, 1 Ocak 2010'da, Cumartesi gününü "Plastik Poşet Kullanmama Günü" ilan etmiştir. Kamaruddin ve Yusuf, bu kampanyanın farkındalık düzeyi ve memnuniyet derecesini araştırmak üzere, Shah Alam'ın etrafındaki birkaç hipermarkette (Dev, Tesco, Carrefour ve Jaya Jusco) anket çalışması yapmıştır. Araştırmadan, genellikle başlatılan kampanyanın desteklendiğini ilk üç aya rağmen, "beyaz kirliliğin" azaldığını, özellikle Selangor'da çevre bilincinin arttığını göstermiştir. Bu kampanya, dolaylı olarak plastik poşetlerin kullanımının ileride yaratacağı sorunlar hakkında insanları eğitmektedir. Çalışmaya dayanarak, plastik poşetlerin fiyatının artırılması, torba kullanımının hafta sonu talebinin veya her müşteri için izin verilen sayının sınırlandırılması ve mümkünse kağıt torba kullanılması önerilmiştir. Bu işlem, kullanılan ve toplanan plastik torbaların sayısını azaltmaya yardımcı olmuştur. Bunun dışında, işletmelerin plastik poşetlerin neden olduğu çevresel hasarı betimleyen resimlerin veya sözlerin olduğu plastik torbalar üretmeye teşvik edilmesi önerilmiştir ki bu da tüketicileri bilinçlendirecektir. Son olarak, yetkililer tarafından, nihai tüketicilere veya kullanıcılara plastik poşetler vermeyen

işletmeleri de ödüllendirilmesi de bir çözüm yolu olarak düşünülmüştür [6]. Bu kampanyaya süpermarketlerin katılımı ile kurumsal sosyal sorumluluk için yeni bir boyut yaratmıştır. Hükümet tarafından başlatılan plastik poşetle ilgili masraflar, tüketicilerin alışveriş davranışını değiştirirken, plastik poşet tüketiminin çevreye olan olumsuz etkisini ortadan kaldırmaktır. Kurumsal sosyal sorumluluk sayesinde oluşan çevresel kaygıların olumlu bir yansımaya da; uzun vadeli kârlılığın bir sonucu olarak, ekolojik duyarlılığı nedeniyle firmaların rekabet gücünü arttırmıştır [1].

Safitri ve arkadaşları tarafından, 2013 yılında Malezya'nın Selangor Eyaletindeki tüketicilerin plastik poşet kullanmama kampanyası ve katılan süpermarketler üzerindeki algılarını değerlendirmek için 253 süpermarkette anket çalışması yapılmıştır. İçerik analizi, Malezya'nın çeşitli eyaletlerinde ve Asya'daki bazı ülkelerde yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk uygulayan farklı süpermarketlere uygulanmıştır. Çalışmada, tüketicileri eğitmek ve Malezya'da plastik poşet kullanmama kampanyasına uyumu kolaylaştırmak için süpermarketler tarafından bağımsız olarak uygulanan çeşitli girişimler tespit edilmiştir. Bangsar Güney alışveriş merkezinde yer alan bir mağaza, 2009 yılında açıldığı ve müşterileri için sadece karton kutular sağladığı için plastik torbasız bir süpermarket olmuştur. Bir outletde ise pazartesi günleri, 15 adet çıkış şeridinden sekizi, kendi alışveriş çantalarıyla gelen müşterilere öncelik vermiştir. Çok uluslu şirketlerde başlatılan kurumsal sosyal sorumluluk, tüketicilerin yeni alışveriş yaşam tarzını geliştirmeye yardımcı olmakta, aynı zamanda, tüketicinin yeşil endişesi için temel pazar oluşturmaktadır. Böyle süpermarketlere İngiltere'den Tesco Hipermarket, Japonya'dan Jusco-AEON ve İsveç'ten IKEA örnek verilebilir. Zararlı ürün satmamak, çevreyi koruyarak süpermarketi ekonomik faaliyetlerinde daha etik olmaya zorlar. Girişimciler için etik kuralları sağlamak adına, plastik poşet tüketimini azaltmak ancak alternatif alışveriş çantasını satmak, biyo-bozunur çöp kutusu astarı, jüt çanta veya başka türde bir alışveriş çantası satmak gibi süpermarket operasyonlarına uyum sağlamak, eğitici medya kampanyası bilinci geliştirmek alternatifler arasında sıralanabilir. Kampanyaya yönelik olumsuz algıyı azaltmak için süpermarketler ücretsiz karikatür kutusu ve diğer ikna edici programlar sağlamıştır [3, 11].

ABD'nin New York kentinde de Şehir Konseyi, 5 bin ve daha fazla metrekareden büyük ya da beşten fazla şubesi olan mağazalar için plastik torba geri dönüşüm kutusu yerleştirme zorunluluğu getirmiştir. Ayrıca tüm şehirde geri dönüşümü olmayan plastik poşet kullanımını yasaklanmıştır. Poşetlerin yanına, 'Lütfen geri dönüşüm sistemine katılmak için bu torbayı geri getirin' yazmak zorunlu kılınmıştır [7]. Paris, Hindistan, Kenya ve Ruanda'da plastik torba kullanımı, Tayvan'da torbanın yanı sıra plastik çatal-bıçak kullanımı da yasaklanmıştır. İrlanda'da Naylon torba kullanmak isteyenlere 20 cent vergi ödeme koşulu gelmiş, ince torba yasaklanmış, geri dönüşümlü olanların kullanımı serbest bırakılmıştır [18]. Washington hükümeti için 2009 yılında, Columbia bölgesinde plastik poşetlerin kullanımını azaltmak veya kısıtlamak için, alan akıntıları ve nehirlerin ekolojisine plastik poşetlerin etkileri hakkındaki endişeler üzerine çalışmalar yapılmış ve bir rapor hazırlanmıştır. Raporda göze çarpanlar şu şekilde sıralanmaktadır. Tüm büyük mağazalar, yeniden kullanılabilir poşetleri 0,50 dolara satmakta veya birçok mağaza her yeniden kullanılabilir poşet için müşterilere bir

indirim sunmaktadır. Ikea ve Whole Foods Market gibi birkaç mağaza, plastik poşetleri ortadan kaldırmıştır. Mağazalar poşet geri dönüşümü tercih etmektedirler. Yerel yönetimlerin tek kullanımlık taşıma çantalarının kullanımını engellemek için, tanıtım etkinliklerinde sınırlı sayıda yeniden kullanılabilir çanta hediye etmektedir. Ayrıca, tüm sektörlerdeki mağazaların plastik ve kağıt poşetlerden aldıkları beş centi Anacostia Nehri'nin temizlenmesine yardımcı olacak bir fona göndermesi zorunludur. Eyaletler de dahil olmak üzere birçok hükümet, plastik torbaların geri dönüşümünü arttırmak için yasalar çıkarmıştır ancak bu konuda plastik üreticileri tarafından dirençler de görülmektedir. Bu tür yasalar, mağazaların müşterileri için geri dönüşümü sağlaması gerektiğini veya mağazalarda gönüllü geri dönüşümü teşvik etmek için bir paydaş koalisyonu oluşturmasını zorunlu kılmaktadır. Bu önlemler, torba kirliliği düzelmediği takdirde, kullanımını yasaklamak ve ücretlendirmek için bir ara adım olarak görülmektedir. Raporda, çok yerde plastik poşetlerin yasaklandığı ancak uygulamada zayıflıklar olduğu, en başarılı uluslararası programın İrlanda'da 2002'den beri uygulanan plastik poşet ücretlendirilmesi olduğu, plastik poşet tüketiminde % 80-90 ve genel olarak çöplerde düşüşler gözlemlendiği de belirtilmiştir [7].

Günümüzde, tüketicilerin ürünler üzerindeki "kullan-at" yaklaşımı sürdürülebilir tüketimi olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle, tüketici davranışını plastik poşet kullanımından ayırmak, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında öncü olan sürdürülebilir tüketim arayışında önemli bir sorundur [10]. Günümüze kadar çevre politikaları; çevre kirliliği ve ekolojik uygunlukla açısından ürün ve üretime odaklanmıştır. Dolayısıyla tüketim yapısı, bu yapının alt unsurları sınırlı bir şekilde araştırılmış ve anlaşılabilmiştir. Ancak ailelerin bilinçli, ölçülü ve çevreci bir satın alma ve tüketim davranışı kazanmaları oldukça önemlidir [12]. Carrol (1991), tarafından dört basamaktan oluşan, kurumsal sosyal sorumluluk piramidinin en alt seviyesinde kar odaklılık amacı ile ekonomik sorumluluklar yer alır. Bunu; yasal sorumluluklar, toplumda doğru ya da yanlış olan etik sorumluluklar ve en sonunda, vatandaşın kaynaklara ve yaşam kalitesine katkıda bulunduğu hayırseverlik sorumlulukları takip etmektedir [3].

Malezya'da yapılan bir çalışmada, tüketicilerin çevresel kaygıları, yeşil (ekolojik) ürünlerin satın alma kararları üzerinde fiyat ve marka imajı bilincinin etkisi incelenmiştir. Sonuçlardan, tüketicilerin fiyat ve marka imajı bilincinin yeşil ürünlere ilişkin satın alma kararlarını önemli ölçüde etkilediği görülmüştür. Marka imajı bilinci, satın alma kararlarını olumlu yönde etkileyen en güçlü faktördür. Bu çalışma, çevreye ve marka imajına ilgi duyan bir kişinin ekolojik ürün satın almasında daha güçlü bir tercihi olacağını doğrulamıştır. Pazarlamacılar, tüketicilerin ürünlere aşına olmasını sağlamak ve yeşil ürünlere ilişkin bilgilerini geliştirmek için çevreye duyarlı yeşil ürünler ve eko-etiketler hakkında net bilgi sağlamaya önem vermelidir. Çekici yeşil ürün mesaj içerikleri yoğun bir şekilde geliştirilmeli ve 26 yaş altı nesil olan Y kuşağı üzerinde ilgi uyandırılmalıdır. Tüketiciler yeşil ürünleri, etiketlere dayanarak yeşil olmayandan kolayca ayırt edebilmelidir. Ayrıca yeşil ürünler, satın almayı teşvik etmek için uygun fiyatlı olmalıdır [13]. Tüketicilerin gelir düzeyi ile tüketim alışkanlıkları arasındaki ilişki incelendiğinde, gelir düzeyi yüksek olanların tüketim alışkanlıkları; kullandıkları ürünlerin ömürleri çok kısa olduğundan ötürü israf olarak tanımlanabilir. Ambalaj ve moda bu hedef gruba yönelik satış

geliştirme araçlarıdır. Dolayısıyla bu grubun tüketim davranışları, ekonomik ve çevresel sorunların nedenini oluşturmaktadır [14]. Günümüzde de dünyada enerji sarfiyatı ya da kirlilik sonuçları fazla olan üretim kalemlerinin pazarda talep görmediği ya da ucuz bir fiyatla cezalandırıldığı ve işletmelerin bu üretim yöntemlerini değiştirmeye zorlandığı bilinmektedir. Burada tüketicilerde fark edilen yaklaşım, kısa dönemli tercihler değil yaşanabilirliğin uzun vadede sürdürülebilmesidir. North, kitabında şirketlerin günümüzde uluslararası pazarda başarılı olması için çevresel ve ekolojik yaklaşımı benimsemeleri gerektiğini ifade etmekte ve “artık müşteriler, satın alacağı bir ürünün çevreye olan etkilerini fiyatı ile birlikte değerlendirmektedir” diye yazmaktadır [5].

Türkiye’de Çevre Koruma ve Ambalaj Atıkları Değerlendirme Vakfı –Çevko ‘nun “Alışveriş Poşetleri ile İlgili Olarak Dünyadaki Uygulamalar ve Türkiye’den Örnekler -ÇEVKO Çözümleri “ adı altında plastik poşet kullanımını azaltma konusundaki önerileri sunulmuştur. Buna göre; tüm satış noktalarının, aylık/yıllık bazda, toplam poşet tüketimleri konusunda envanter oluşturması gerekmektedir. Piyasaya sürülen poşetin cinsi, miktarı, kullanan müşteri sayısı, kişi başına düşen aylık kullanım belirlenmelidir. Tüm satış noktalarında tüketici alışkanlıklarını daha net analiz edebilmek için müşteri anket çalışması yapılmalıdır. Poşet standardı getirilmesine yönelik yönetmelik çıkarılmalıdır. Tüketicilerin bilinçlendirilmesi ve alışkanlık kazandırılması için reklam ve kampanyalar düzenlenmesi gerekmektedir. Tekrar kullanılabilen poşet, fileler alternatif olarak geliştirilmelidir. Orijinal tasarımlı tekrar kullanılabilen poşet tasarımları yapılması gerekmektedir [19].

Poşet kullanımının azaltılması hakkında Dünya’den verilen örneklerden bazıları şöyledir. Satış noktaları, tüketicinin ilgisini çekebilmek için orijinal tasarımlı tekrar kullanılabilir poşetler geliştirebilir, bu amaçla tasarım yarışmaları organize edebilir. Wal-Mart marketler zincirinde 1 \$’dan satılan yeniden kullanılabilir poşetler geri dönüştürülmüş PET’dir. Hem plastik geri dönüşümüne katkıda bulunulması, hem de alışveriş poşeti kullanımının azaltılması hedeflenmektedir. Ikea, 2007 yılından itibaren Amerika’daki mağazalarında ücretsiz plastik alışveriş poşetini kaldırmıştır. Bunun yerine müşterilerine iki seçenek sunmuştur. Bunlardan ilki, 5 cent ücret ile normal plastik alışveriş poşeti satışı, ikincisi ise tekrar kullanılabilen alışveriş poşetlerini 59 cent’ten satışa sunmasıdır. Müşteriler tekrar kullanılabilir poşetini getirmeye teşvik edilmelidir. Örneğin, Tesco poşet getiren müşterilere ek puan vermektedir. Ayrıca geri dönüşümlü malzemelerden üretilen poşetlerin kullanımı teşvik edilmiştir. Watson, Mark & Spencer ve Accessorize firmaları bunu uygulamakta ve poşetlerine çevreci sloganlar basmaktadırlar. Alışveriş poşetlerinin tamamen yasaklanması ekonomik açıdan uygun bir çözüm değildir [19].

Türkiye’de Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından, 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren ülkemizde hâli hazırda bazı satış noktalarında uygulanan plastik alışveriş poşetlerinin satış noktasında ücretli olarak temin edilmesi yönünde düzenleme yapılmıştır. Bu uygulamayla, alışveriş poşetlerinin tamamen yasaklanması söz konusu olmayıp, evsel atıklar içerisinde yaklaşık % 10 oranında bir miktar oluşturan poşetlerin gereksiz kullanımı engellenerek, atık oluşumunun önlenmesi amaçlanmıştır [17].

Çevre ve Şehircilik Bakanlığının konuyla ilgili yönetmeliği 7 Aralık 2017 tarihli ve 30283 sayılı Resmî Gazete’ de yayımlanmıştır. Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği ile ambalaj tüketiminin azaltılması ve ambalaj atıklarının kaynağında ayrı toplanması amaçlanmaktadır. Yönetmeliğe göre, 1 Ocak 2019’dan itibaren plastik poşetler satış noktalarında kullanıcıya veya tüketiciye ücretsiz verilmeyecektir (halen uygulamada). Uygulama, atık üretimi ve çevre kirliliğinin önüne geçilmesinde önemli rol oynayacaktır. Ayrıca, plastik poşetlerin ücretsiz temin edilmesine imkan verecek herhangi bir promosyon veya kampanya da düzenlenemeyecektir. Bu düzenlemeyle, kişi başı yıllık plastik torba kullanımının, 31 Aralık 2019’a kadar 90 adeti ve 31 Aralık 2025’e kadar 40 adeti aşmaması esas alınmaktadır [18].

Türkiye’de poşet kullanımı yasal mevzuatı incelendiğinde siyah poşet kullanımı yasaktır. Ancak hala pazarlarda bu poşetlerin kullanıldığı görülmektedir. Poşet kullanımı ile ilgili alınacak bazı önlemler; ilk etapta 50 mikronun altındaki siyah poşetler yasaklanması, naylon poşetler marketlerde parayla satılması (uygulanmaktadır), poşetlerin ücretli olabilmesi için plastikte vergi yükü ağırlaştırılması, bez torba, file, kese kâğıdı kullanımı teşvik edilmesi, kişiye ait alışveriş sepetleri yaygınlaştırılması olarak sıralanabilir. Ayrıca, 2014-2017 Ulusal Geri Dönüşüm Strateji Belgesi ve Eylem Planı’nda; Çevre Bakanlığı tarafından ilk etapta alışkanlık kazandırılması için 5 bin adet bez alışveriş torbası dağıtılması, belediyelerin ambalaj atığı ve yönetim planı hazırlaması, naylon, pil, elektronik çöplerin atılması için kumbaraların yaygınlaştırılması, ilköğretim müfredatına çevre eğitimi dersi konulması önerilmiştir [18,20].

3. Sonuç

Plastik kirliliğinin önüne geçmek için plastik ihtiyacını sürdürülebilir şekilde karşılamak gerekmektedir. Bunun için devletin yasa ve yönetmeliklerle desteği şarttır. Ancak bu konuda plastik üreticileri tarafından dirençler de görülmektedir. Bu tür yasalar, mağazaların müşterileri için geri dönüşümü sağlaması gerektiğini veya mağazalarda gönüllü geri dönüşümü teşvik etmek için bir paydaş koalisyonu oluşturmasını zorunlu kılmaktadır. Bu önlemler, torba kirliliği düzelmediği takdirde, kullanımını yasaklamak ve ücretlendirmek için bir ara adım olarak görülmektedir. Plastik poşetlerin tamamen yasaklanması ekonomik açıdan uygun değildir. Plastik kirliliği, süpermarketlerin ve tüketicilerin bu konudaki çözümsel uygulamalara tam katılımıyla önlenemez. Yapılan çalışmalar tüketicinin bu konuda bilinçlendirilmesi gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Bunun için anket çalışmaları, reklamlar, çevresel etkinlik, televizyonlarda eğitim programları, okullarda eğitim gibi noktalar en çok göze çarpanlardır. Özellikle geri dönüştürülemeyen, tek kullanımlık ürünlerin kullanımını azaltarak, plastik poşetler için getirilen ücretli kullanım uygulamalarını destekleyerek, günlük yaşamda cam ve metal gibi uzun ömürlü ve tekrar kullanılabilir ürünlere yönelerek, uygun durumdaki plastikleri tekrar kullanarak, kumaş ve geri dönüşümden elde edilmiş malzemeler kullanarak, atılması gereken plastikleri geri dönüşüm sistemine sokarak ve bio-bozunur malzemeler kullanarak plastik poşetlerin çevreye verdiği zarar minimuma indirilebilir. Günümüze kadar yapılmış yaşam döngüsü değerlendirmelerinde, poşetlerin tekrar kullanımının en iyi seçenek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ele alınması gereken asıl konu yetersiz atık yönetimi ve sorumsuz

tutumlarıdır. Yukarıda plastik kirliliğini önlemek amacıyla birçok ülkede yapılan çalışmalar özetlenmiştir. Bu çalışmalar, özellikle bu konuya yeni ağırlık veren ülkelerden biri olan Türkiye için iyi bir referans olacaktır.

Kaynaklar

- [1] Bansal, P., & Roth, K. (2000). Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal*, 43(4), 717-736.
- [2] Cameron Richards, & Irina Safitri Zen. (2016). From surface to deep corporate social responsibility: The Malaysian no plastic bags campaign as both social and organizational learning", *Journal of Global Responsibility*.7(2),275-287. <https://doi.org/10.1108/JGR-04-2016-0010>
- [3] Carrol, A., B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 9-48.
- [4] COG Staff (2012). Plastic Bag Report (Prepared for Metropolitan Washington Council of Governments Chesapeake Bay and Water Resources Policy Committee Prepared by COG Staff, Department of Environmental Programs).
- [5] Gürcüm, B., Yıldırım, H., & Yeşil, R. (2018). Pazarlama ve Dünyadan Bir Yeşil Tekstil İşletmesi: Ecoalf, *International Journal of Social Science*, 68:221-233.
- [6] Kamaruddin, R., & Mazila, Y. (2012). Selangor Government's "No plastic Bag Day" Campaign: Motivation and Acceptance Level, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 42:205 – 211. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.04.183.
- [7] Kara, H. (2011). Naylonların ve Plastiklerin İnsan Sağlığına Zararları. <http://m.degisimmedya.com/yazar>.
- [8] Neyim, C. (2002). Türkiye'de Evsel Nitelikli Katı Atıklar. Çevre ve Sürdürülebilirlik Paneli, https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/csk/EK-4.pdf
- [9] Nhamo, G. (2008). Regulating Plastics Waste, Stakeholder Engagement, and Sustainability Challenges in South Africa, *Urban Forum*. 19:83–101. DOI 10.1007/s12132-008-9022-0
- [10] Ritch, E., Brennan, C., & MacLeod, C. (2009). Plastic bag politics: modifying consumer behaviour for sustainable development. *International Journal Of Consumer Studies*, 33(2), 168-174.
- [11] Safitri Zen, I.S., Tjahja, A., & Tjahja, A. (2016). Redefining the Role of Supermarket Corporate Social Responsibility (CSR) in the Context of No Plastic Bag Campaign in Malaysia. In *International Conference on Sustainable Development and Livelihood (ICSIDL 2016)*.
- [12] Şener, A., & Hazer, O. (2007). Değerlerin Kadımların Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bir Araştırma. *Hacettepe Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*. <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/De.pdf>. (Erişim: 20.06.2007)
- [13] Suki, N., M. (2013). Green Awareness Effects on Consumers' Decision: Some Insights from Malaysia. *IJAPS*, 9(2). 49-63.
- [14] Yücel, F. (2003). Sürdürülebilir Kalkınmanın Sağlanmasında Çevre Korumanın ve Ekonomik Kalkınmanın Karşılıklı ve Birlikteliği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(11), 100-120.
- [15] www.copunesahipcik.org/plastik-poset-gercegi (Erişim: 01.07.2018)
- [16] <https://www.dw.com.tr/2050'de-Denizlerde-Balıktan-Çok-Çöp-Olacak> (Erişim: 10.09.2018)
- [17] http://www.bbc.com/turkce/ozeldosyalar/2015/04/150402_akdeniz_plastik (Erişim 09.09.2018)
- [18] <https://slideplayer.biz.tr/slide/9215487/> PLASTİKLER. P.V.C. (Erişim: 10.09.2018)
- [19] <https://yesilgazete.org/blog/2017/09/20/turkiyede-ucretli-plastik-poset-karmasasi-2018-mi-2019-mu> (Erişim: 10.09.2018)
- [20] <http://www.cevreciyiz.com/makale-detay/1302/plastik-posetle-vedalasmaya-hazir-misiniz> (Erişim .01.08.2018)
- [21] http://www.pagev.org.tr/admin/pics/dosyalar/alphan_erozturk_sunum.pdf (Erişim 01.06.2018)
- [22] Ulusal Geri Dönüşüm Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2014 -2017). T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/12/20141230M1-12-1.pdf (Erişim: 10.09.2018)