



A Review on Green Investment Practices in the Cosmetics Industry within the Framework of Green Economy

Aylin Konu

akoc@gantep.edu.tr

Gaziantep University

orcid.org/ 0000-0002-6260-6812

Corresponding Author

İpek Tezel

tezelipek@hotmail.com

Gaziantep University

orcid.org/ 0000-0001-6817-6414

JEL Code: I15, Q54, Q57

Received: 16.04.2024

Revised: 13.05.2024

Accepted: 16.05.2024

Available Online: 27.09.2024

To cite this document

Konu, A. & Tezel İ. (2024). A Review on Green Investment Practices in the Cosmetics Industry within the Framework of Green Economy. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 11 (2), 1-18. doi: 10.48064/equinox.1469226

Abstract

A within the framework of the sustainable development strategies of the countries, the green investments made by the companies are accepted as an integral part of the green economy. Green investments have been increasing rapidly in recent years, especially in areas such as renewable energy, clean technology and energy efficiency. The concept of green investment is not only limited to areas such as the environment and energy, but is a very broad concept that is closely related to other investment approaches such as social responsibility and governance investments. Increasing public awareness of the dangers of chemical substances is among the most important reasons that increase the share of green investments in the cosmetics sector. In this context, the aim of this study is to investigate companies that produce color cosmetic products within the framework of green investment practices, which have gained significant momentum in the cosmetics industry due to the increasing preferences of consumers regarding the use of organic products.

Keywords: Green Economy, Green Cosmetics, Green Investment, Color Cosmetics

Yeşil Ekonomi Çerçevesinde Kozmetik Sektöründe Yeşil Yatırım Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme

Öz

Ülkelerin sürdürülebilir kalkınma stratejileri çerçevesinde, firmaların yaptıkları yeşil yatırımlar yeşil ekonominin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir. Yeşil yatırımlar, yenilenebilir enerji, temiz teknoloji ve enerji verimliliği gibi alanlar başta olmak üzere son yıllarda hızla artmaktadır. Yeşil yatırım kavramı sadece çevre ve enerji gibi alanlarla sınırlı kalmayıp sosyal sorumluluk ve yönetim yatırımları gibi diğer yatırım yaklaşımlarıyla yakından ilişkili çok geniş bir kavramdır. Kimyasal maddelerin tehlikeleri konusunda artan kamu bilinci, kozmetik sektöründe de yeşil yatırımların payını artıran en önemli nedenler arasında sayılmaktadır. Bu çerçevede bu çalışmanın amacı, tüketicilerin organik ürün kullanımlarına ilişkin artan tercihleri nedeniyle kozmetik sektöründe önemli bir ivme kazanan yeşil yatırım uygulamaları çerçevesinde renkli kozmetik ürünü üreten firmaları araştırmaktır

Anahtar Kelimeler: Yeşil Ekonomi, Yeşil Kozmetik, Yeşil Yatırım, Renkli Kozmetik

1. Giriş

Ekonominin temel yapı taşlarından birisi doğal kaynaklardır. Bu doğal kaynakların kıt olmasının sebebi hem miktar olarak doğada az bulunması, hem de çeşitli çevre sorunları sebebiyle bu kaynakların kullanıma elverişsiz hale getirilmesidir. İnsanoğlu tüketime dayalı bir varlıktır. İnsanoğlunun temel ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için tüketim yapması gerekmektedir. İcatlar, sanayi devrimi, modernleşme ile birlikte toplum hem tüketici hem de üretici haline gelmiştir. Bu üretimler sırasında özellikle teknolojinin ve kimyasalların kullanılması ile kaynakların kirlenme ve iklim değişikliği süreci hız kazanmaktadır. Kirliliğin oluşmasında yer alan başlıca faktörler; sera gazı emisyonu, gürültü, atıklar gibi unsurlardır. Kirliliğe sebep olan bu faktörlerin artışı, doğal kaynakların sürdürülebilirliğini sekteye uğratmaktadır.

Sürdürülebilirlik kavramının 1970'li yıllardan itibaren literatürde yer almaya başladığı görülmektedir. Sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkması ile beraber sürdürülebilir kalkınma, yeşil sürdürülebilirlik, yeşil ekonomi, yeşil yatırımlar gibi içinde yeşil yani çevreye duyarlı, ekonomik kaynakların devamını sağlamaya yönelik birçok kavram literatürde kullanılmaya başlanmıştır. Bu kavramların literatüre girmesi ile çevresel sürdürülebilirlik kavramı önem kazanmıştır.

1987 yılında Birleşmiş Milletler Dünya Çalışma komisyonu tarafından “Ortak Geleceğimiz” raporu ve akabinde Viyana Sözleşmesi, Montreal Protokolü, Kyoto Protokolü, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, Paris Anlaşması gibi birçok çevreci sözleşmenin yapılması ile birlikte önemli bir hareket başlatılmıştır (Tezel 2023:8; BM Genel Kurulu, 2002). Bu harekete kısaca yeşil hareket demek mümkündür. Yeşil hareketler ile birlikte 11 Aralık 2019 yılında Avrupa Birliği, Avrupa Yeşil Mutabakatı' nı duyurarak bunun yalnızca çevresel ve iklimsel bir hareket olmadığını aynı zamanda bir ekonomik dönüşüm olduğunu belirterek, yeşil ekonomiye dönüş olduğunu ifade etmiştir (T.C Ticaret Bakanlığı, 2021). Avrupa Yeşil Mutabakatı ile 2030 yılına kadar sıfır emisyon ön çalışmalarının yapılması ve 2050 yılına kadar sıfır emisyon hedefine ulaşılması öngörülmektedir. Sıfır emisyon hedefine ulaşılabilmesi için yeşil yatırımların yapılması ve artırılması gerekmektedir. Yeşil yatırımların sürdürülebilir yatırımlar yani doğaya katkı sağlayan yatırımlar olabilmesinde temiz teknoloji kullanımı, insan ve hayvan sağlığına zarar vermeyecek bir yapıya sahip olması göz önünde bulundurulması gereken unsurlardan biridir (Özsoy ve Özpolat, 2022). Yeşil ekonomi ve yeşil yatırımlar gerçekleştirilirken ekonomide dışsallığın pozitif yönlü olması büyük önem taşımaktadır.

Ekonomi kendi içerisinde kararların alınması gereken bir bilimdir. Bu sebeple bir ekonomik birim karar alırken, kararların kendisi ile hiçbir fiziki bağı olmayan başka bir ekonomik birimin kararlarından olumlu ya da olumsuz olarak etkilendiği görülmektedir. Ekonomide bu durum dışsallık olarak ifade

edilmektedir. Dışsallık aslında iki yönlü olarak ele alınmaktadır; negatif dışsallık ve pozitif dışsallık (Bergh ve C.J.M., 2010:2048). Sanayinin gelişmesi özellikle o bölgede istihdam ve kalkınma açısından önemli bir unsur olması yanında, negatif dışsallık için de önemli bir unsurdur. Çünkü o bölgede sanayileşmenin artışı hava kirliliği, gürültü kirliliği, sera gazlarının artışı gibi birçok sorunu beraberinde getirmektedir (Ertürk, 1987:150). Hocaoğlu ve Bakırcı (2021) yeşil ekonomiyi “küçük, güzeldir” olarak ifade etmektedirler. Bu yaklaşımın temeli, Ricardo’ nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin karşısında durmamaktadır. Fakat ülkenin üstünlük sağladığı ürünü üretmesi şeklinde yaklaşmamalı, üstünlüğe sahip olmadığı ürün küçük miktarda olsa üretimine devam etmelidir. Bunu yaparken planlı eskitme yani ürün yaşam sürecinin kısa olarak planlanması yaklaşımından vazgeçerek, pozitif dışsallığı benimsemelidir. Yıldız ve Eren (2020) pozitif dışsallığı şu şekilde ifade etmektedir, “Pozitif dışsallıklar, ekonomik birimlerin davranışları sonucunda diğer birimlerin fayda sağlamaları ve bu davranıştan kaynaklı olarak fayda elde edenlerin davranışı gerçekleştirene ödemedede bulunmamaları durumunda ortaya çıkmaktadır.” Bu kapsamda, yapılan bir üretimde doğa dostu ürünlerin yapılması, yani yeşil yatırımların gerçekleştirilmesi pozitif bir dışsallık olarak nitelendirilebilir. Kuşat (2013) ekonomi kavramının, kıt kaynakların kullanımı olarak ifade edildiğini ve ekonomide sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için pozitif dışsallık mutlaka ayrılmaz birleşeni olduğunu belirtmektedir. Yani üretim için kullanılan kaynakların, negatif dışsallığa maruz kalması neticesinde ortaya çıkan ekolojik zararın pozitif dışsallık sağlanarak asgari düzeyde nötrleştirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada, yeşil yatırımları yakından inceleyebilmek için özellikle bünyesinde birçok kimyasal bulunduran ve aynı zamanda çok katlı olarak ifade edebileceğimiz yani iç ambalaj ve dış ambalaj kullanılan yeşil kozmetik grubu içerisinde yer alan renkli kozmetik ürünü üreten işletmelerden söz edilecektir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1 Yeşil Ekonomi

İktisadın temel kavramlarından olan sınırlı doğal kaynakların, İkinci Dünya Savaşından sonra daha fazla kullanıldığı aşikâr hale gelmiştir. Sanayi devrimi sonrasında yaşanan savaş ile birlikte endüstriyel üretim ve tüketimin arttığı görülmektedir. Yaşanan bu üretim ve tüketim artışlarının sınırlı olan doğal kaynaklara önemli ölçüde zarar verdiği görülmektedir. Yeşil ekonomi, kıt olan doğal kaynakları kullanırken, doğaya ve çevreye zarar vermenin önüne geçmeyi hedeflemektedir (Hocaoğlu ve Bakırcı 2021). Yeşil ekonomi kavramının kabul görerek, politikalar şeklinde uygulanmaya başlamasından çok daha önce literatüre giriş yaptığı gözlenmektedir. Pearce ve Moran (1994) tarafından yapılan araştırmada, bir mal veya hizmetin üretiminde sosyal ve çevresel maliyetlerin göz ardı edildiğini ifade etmişlerdir. Le Blanc, (2011) yeşil

ekonominin literatüre girişi ile birlikte üzerinde birçok çalışmanın yapıldığını ve kapsamının genişletildiğini belirtmektedir. UNEP (2011) yeşil ekonomiyi, sosyal refahı sağlarken, çevreye canlılara ve doğaya da aynı şekilde eşit davranan ekonomi olduğundan söz etmektedir. OECD (2011)'e göre yeşil ekonomi doğal unsurların sürdürülebilir bir şekilde kullanımını sağlamanın yanı sıra, ekonomik büyüme ve kalkınmaya destek olan kaynakları ve çevresel hizmetleri devam ettirmeyi amaçlamaktadır.

Yeşil ekonomi; düşük karbonlu, çevreye duyarlı, temiz üretim yapılırken aynı zamanda kıt kaynakların maksimum verimlilikle kullanımı veya alternatif yenilebilir kaynaklar ile üretim yapılabilmesidir. Yeşil ekonominin var olabilmesi için toplumlar, devletler, üreticiler, tüketiciler, araçlar ve tüm taraflar arasında işbirliği olması gerekmektedir. Yeşil ekonomi; refah, büyüme ve kaynakların verimli kullanımı, riskin minimize edilmesi gibi kavramları kapsayıcı bir kavram olarak ifade etmektedir. İktisadi büyüme ile çevresel sürdürülebilirlik arasında oldukça önemli bir bağ kuran yeşil ekonomiye dönüşümün en önemli amaçlarından biri; yatırımlardaki artışlar ve ekonomik büyümenin yanı sıra çevre kalitesinde ve sosyal sorumluluk konusunda da iyileşmelerin sağlanabilmesidir (Özçağ ve Hotunluoğlu, 2015: 315). Yeşil ekonomi, sürdürülebilirliğin sağlanması için gerekli olan ekonomik düzendir. Politika yapıcılarının yeni düzen olarak da ifade ettikleri yeşil ekonomi; Avrupa Yeşil Mutabakatının hedeflerine ulaşılmasında yani karbondioksit emisyonun (CO₂) sınırlanması, sera gazı salınımının azaltılması, iklim değişikliğinin önüne geçerek küresel ısınmanın düşürülmesi sağlanırken, ekonomik büyüme ve istihdamın da gerçekleşmesini sağlayan temel ekonomik modeldir (Loiseau vd., 2016:168). Yeşil ekonominin, özellikle çevresel sorunların üstesinden gelirken, sürdürülebilir kalkınmanın da on beşinci amacı olan karasal yaşam için sürdürülebilir tarım arazilerinin artırılması ile biyoçeşitliliğin artırılması ve insana, topluma yakışır uzun vadeli kalkınmanın hedeflenmesi gerekmektedir (Blaj, 2013:2050).

Yeşil ekonomi sadece çevreye zarar vermeden üretilen enerji ve tarımsal faaliyetler gibi sektörleri değil, aynı zamanda ekosistemin zarar görmesini önleyen ve onu koruyan, sanayi üretimini çevresel koşullara uygun bir biçime dönüştürerek çevreci yaklaşımı benimseyen faaliyetleri de kapsamaktadır (Azazi ve Uzma, 2022:95). Yeni düzen olarak da adlandırılan yeşil ekonomiyi; Burkart, (2012), belirli sektörler altında toplamıştır. Bu sektörler; rüzgâr, güneş gibi enerji çeşitlerini kapsayan yenilenebilir enerji, çevre tasarımları, akıllı yeşil yapılar, hibrid, elektrik enerjisi vb. yakıtları kapsayan alternatif yakıtlar, su arıtma sistemleri, yağmur toplama sistemleri ile su yönetimi, geri dönüşüm, tersine üretim ile atık yönetimi ve arazi yönetimidir. Yeşil ekonominin ana sektörlerine bakıldığında, hepsinin temelinde yeşil yatırımların olması dikkat çekmektedir. Bu sebeple 11 Mart 2020 tarihinde Avrupa Birliği tarafından “Döngüsel Ekonomi Eylem Planı” yayınlanarak, ürünlerin yaşam zincirleri boyunca döngüsel ekonomiye uygun yani, geri dönüştürülebilir, karbon ayak

izi içermeyen, doğaya ve insanlara zarar vermeyen yapıda olması gerektiği ifade edilmiştir. Doğaya en çok zarar veren ürünlerin bataryalar ve plastikler olduğu ifade edilmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023b).

2.2. Yeşil Yatırımlar

Yeşil yatırımlar, yeşil finansal sistemin ayrılmaz bir parçasıdır. Ancak yeşil yatırımlar için genel olarak kabul edilmiş bir tanım bulunmamaktadır. OECD'ye göre yeşil yatırım, sosyal sorumluluk yatırımları ve çevresel, sosyal ve yönetim yatırımları gibi diğer yatırım yaklaşımlarıyla yakından ilişkili çok geniş bir kavramdır (Inderst, vd. 2012:6). IMF (2011), raporuna göre yeşil yatırım "enerji dışı ürünlerin üretimini, tüketimini önemli ölçüde azaltmadan sera gazı ve hava kirlenici emisyonları azaltmak için gerekli yatırım" olarak tanımlanmaktadır. Yeşil yatırımın, düşük emisyonlu enerji arzı (yenilenebilir enerji, biyoyakıtlar ve nükleer enerji dahil); enerji verimliliği ve karbon yakalama olmak üzere üç temel bileşeni bulunmaktadır (Eyraud vd., 2013:853). Yeşil yatırım, bir firmanın fonlarının, yeşil ürünler üreterek çevresel avantajların elde edilmesini teşvik eden, karbon emisyonlarını en aza indiren çevreye uyumlu faaliyetleri finanse etmesiyle gerçekleşir (Eyraud vd., 2013; Kahlenhorn, 1999). Bu nedenle yeşil yatırım uygulamaları, yeşil enerji teknolojileri, yeşil finansal ürünler, yeşil tedarik zincirleri, yeşil lojistik modeller, hibrit araçlar, atık yönetimi, akıllı şebeke sistemleri gibi düşük karbon salınımına sahip olmanın yanı sıra iklime uyumlu uygulamalardır (Ganda & Ambe, 2015:34).

Yeşil yatırım üzerine yapılan son araştırmalar, "yeşil yatırım" tanımını üç açıdan ele almaktadır: İlk olarak yeşil yatırımın toplum üzerindeki etkisi, ikincisi maliyetler üzerindeki etkisi ve son olarak yeşil yatırımları uygulamaya yönelik finansal araçlar şeklindedir (Tran vd., 2020:368).

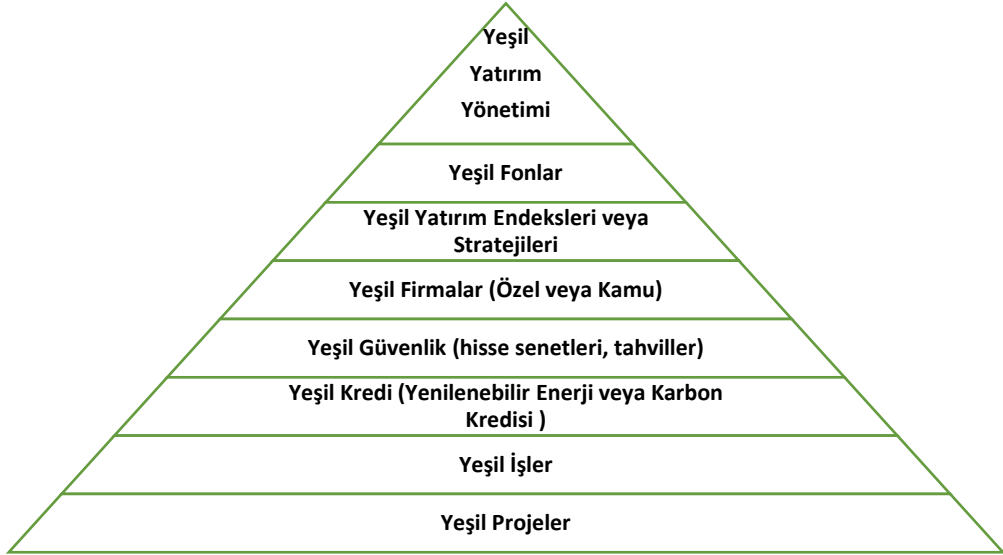
Inderst vd. (2012) göre yeşil yatırımların tanımlanmasında etkili olan temel özellikler aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Ekonomik ve siyasi görüşe bağlı olarak yeşil yatırımın birçok tanımı vardır.
- Bazı sektörler (örneğin yenilenebilir enerji), mallar (örneğin karbon veya yenilenebilir enerji kredileri), hizmetler (örneğin atık yönetimi) ve teknolojiler (örneğin enerji verimliliğini artırmak için) ile çeşitli tanımların birçok kesişimi mevcuttur.
- Bazı mallar veya hizmetler için, "yeşil" i tanımlamak, teknolojiler ve süreçler için olduğundan daha kolaydır.
- Mallar, teknolojiler ve süreçler için "yeşil" ölçüsünü hesaplamak zordur.

Şekil 1'de yeşil yatırım aşamaları yer almaktadır. Buna göre az sayıda fon yöneticisi, geniş bir yeşil proje tabanının tepesinde yer almaktadır. Yeşil

yatırımlar, hem devlet yatırımını hem de özel sektör yatırımlarını içermekte olup çoğunlukla yeşil özel sermaye ve altyapı fonları aracılığıyla yapılmaktadır.

Şekil 1: Yeşil Yatırım Piramidi



(Kaynak: Inderst vd. (2012))

Dünya Bankası tarafından yapılan bir araştırmada yeşil yatırımın önündeki başlıca engeller aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Baietti vd., 2012:13):

- Karbon fiyatları:** Karbon fiyatları daha istikrarlı, öngörülebilir ve güvenilir hale geldiğinde, yeşil yatırım yatırımcılar için daha cazip hale gelecektir.
- Fosil yakıt sübvansiyonları:** Fosil yakıtların maliyetinin düşük olması ve geleneksel teknolojilerin yanlış fiyat ve kaynak tahsisi, yeşil yatırımın önündeki engellerden biridir.
- Yüksek başlangıç maliyetleri ve uzun geri ödeme süreleri:** Yeşil yatırımlar giderek daha maliyetli olma eğilimindedir, bu nedenle, yeşil yatırımın karlılık düzeyi ülkeler tarafından fiyat mekanizmaları veya yeşil sertifikalar gibi imkânlarla desteklenmelidir.
- Teknolojik riskler:** Yeni teknolojilerin finansmanı ve geliştirilmesi, kamu finansmanı veya risk sermayesi ile desteklenmedikçe daha karmaşık hale gelme eğilimindedir. Genel olarak, finansal yatırımcılar, risk getiri ilişkisi daha istikrarlı hale gelene kadar projeleri finanse etmemektedirler.
- Gelir riskleri:** Yeni teknolojiler gelir konusunda belirsiz olduğundan, yatırımcılar veya bankalar yeni teknolojileri finanse etme konusunda daha dikkatli davranacaklardır.

Yukarıda belirtilen ana engellerin dışında daha düşük etkiye sahip başka engeller de söz konusudur. Bunlar; yüksek işlem maliyetleri, yetersiz uluslararası katılım, temiz enerji kaynaklarının sisteme entegre edilmesi için yüksek maliyetler, siyasi ve düzenleyici riskler, belirsiz fikri mülkiyet hakları, yetersiz yerel finansal araçlar şeklinde sıralanabilir (Voica vd., 2015:74). Ancak son yıllarda yatırımcıların genel olarak iklim değişikliği, kaynak verimliliği ve yeşil konulara olan ilgilerinin artmasıyla birlikte bu konudaki yatırımcı girişimlerine verilen desteklerde de artış olmuştur (Inderst vd., 2012:6).

3. Kozmetik Sektöründe Yeşil Yatırım Uygulamaları

Yeşil ekonominin özellikle hükümetler arasında stratejik bir öneme sahip olması ile beraber ortaya çıkan anlaşmalar ve toplu hareketler neticesinde yeşil yatırımlar da ülke ekonomilerinde önemli bir yere sahip olmuştur. En önemli yeşil hareketlerin başında Avrupa Birliği'nin "Döngüsel Ekonomi Eylem Planı" gelmektedir. Bu eylem planı kapsamında birçok tüzükte yayınlanmış ve eylem planına tabi olan ülkeler tarafından bu tüzüklerde belirlenen koşulların belirlenen hedef zamanda yerine getirilmesi amaçlanmaktadır. Yeşil yatırımlar ile yakından ilgili olan tüzük tasarımları hazırlanmıştır. Bu tüzük tasarımlarının bazıları şu şekildedir; "yeni-eko tasarım tüzüğü taslağı (the new Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR) - 2009L0125)", "atık sevkiyatı tüzüğü taslağı (on shipments of waste and amending Regulations (EU) No 1257/2013 and (EU) No 2020/1056)" vb. (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023a). Tasarımların hepsinin en önemli amacı çevre dostu bir ekonomi yaratılmasıdır. Çevre dostu bir ekonomi olma doğrultusunda Birleşmiş Milletler' in önderliğinde sürdürülebilir kalkınma kapsamında on yedi amaç belirlenmiştir (UNDP, 2023). Belirlenen amaçlardan on ikincisi "sorumlu üretim ve tüketim" dir. On ikinci maddenin amacı sürdürülebilir üretim ve tüketimi sağlamaktır. On ikinci amacın dördüncü maddesinde geçen hedef şu şekilde belirtilmektedir: "2020 yılına kadar kabul edilmiş uluslararası çerçevelere göre kimyasalların ve tüm atıkların yaşam döngüsü boyunca çevreye duyarlı yönetimini sağlamak ve insan sağlığına ve çevreye olan zararlı etkilerini en aza indirebilmek için bu atıkların havaya, suya ve toprağa salınımını önemli miktarda azaltmak" (SBB, 2023). Bu amacın yerine getirilmesi için belirlenen hedefler çerçevesinde ürünün yaşam döngüsünün tamamında yer alan ham maddeden tüketim noktasına kadar oluşturulan ekonomik döngüde eskiden olduğu gibi al-kullan-at yapısından ayrılarak, al - kullan - dönüştür yapısının kullanılması gerektiği kabul edilmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023b).

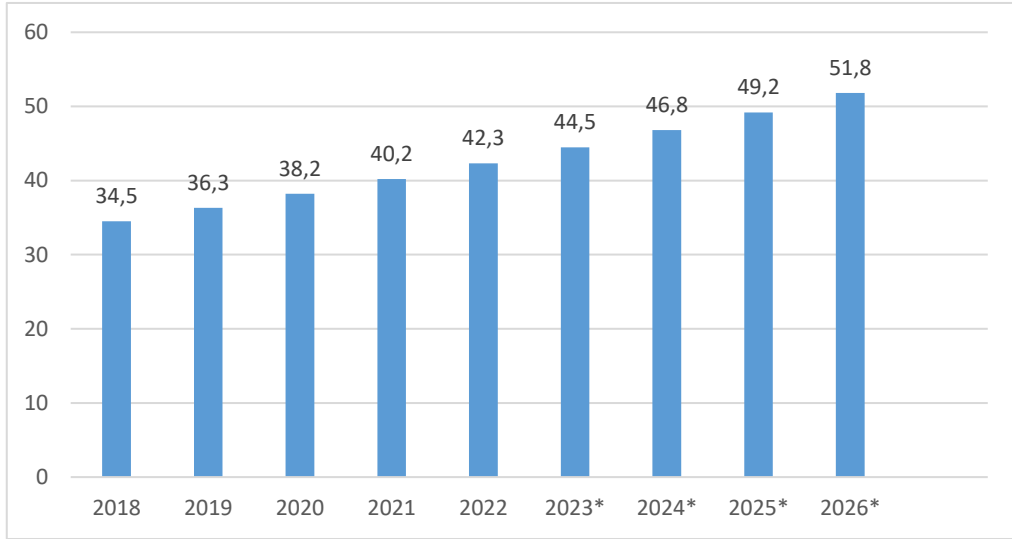
Yeşil Mutabakat' a taraf olan ülkelerde yer alan, özellikle çok uluslu işletmeler uyum sağlayabilmek için çeşitli yeşil hareketlerde bulunmaktadırlar. Çeşitli sektörlerde ki işletmeler sosyal sorumluluk ve yeşil ekonomi çerçevesinde kazan-kazan mantığı ile ilerleyerek, çevreye duyarlı ambalajlar, içerikler ve ürün yaşam döngüsü içerisinde ki aşamaların yeşil içerikli olması gerektiğini

savunmaktadırlar. İşletmeler üretim ve ürün yaşam döngüsünün yeşil olması için araştırma – geliştirme (AR-GE) faaliyetleri yapmaktadırlar (Lili vd., 2022).

Yeşil yatırım yapan bir işletme olabilmek hem maliyet hem de müşterinin bu bilince sahip olmaması açısından oldukça zordur. Belirlenen sürdürülebilir kalkınma amaçları kapsamında tüketicinin yeşil bilincinin artırılmasına yönelik bilgilendirmeler sayesinde, tüketicilerin son yıllarda çevre dostu ürünleri tercihinde artış olduğu görülmektedir. Yeşil kozmetik ürünleri, yeşil olmayan kozmetik ürünleri ile karşılaştırıldığında hızlı büyüyen bir pazara sahiptir (Chin vd., 2018).

Yeşil kozmetik sektöründeki büyüme trendi Grafik 1’de görülmektedir. 2018 yılında pazar büyüklüğü yaklaşık 34,5 milyar dolar olurken bu rakamın 2026 yılında 51,8 milyar dolara yükselmesi öngörülmektedir. Bu önemli artışın temel sebepleri, özellikle AB ve birçok Dünya ülkesinin küresel ısınma ve iklim değişikliğinin zararlarının farkına vararak çevreci hareketlere başlamasıdır. Şekil 2’de belirtildiği üzere bu süreçte hem yatırımcılarda, hem de tüketicilerde yeşil bilinci artmaya devam ettiği görülmektedir.

Şekil 2. 2018-2026 Arası Yeşil Kozmetik Pazar Büyüklükleri (Milyar Dolar)



Kaynak: <https://www.statista.com/statistics> (Statista, 2023).

Firmalar incelenirken göz önünde bulundurulacak esas konu sosyal sorumluluk kapsamında doğayı korumak ve doğanın sürdürülebilirliği için ne gibi faaliyetlerde bulunduğu. Çünkü insanlar yaşam rutinlerinde kozmetik ürünler tüketmektedir. Kozmetik ürünlerin içerisinde kullanılan kimyasallar, ambalajlarında kullanılan kimyasal ve petrol doğa tarafından yok edilmesi çok uzun yıllar alırken, CO₂ seviyesini de artırarak iklim değişikliğini tetiklemektedir (İnal, 2023).

3.1. Yeşil Makyaj Ürünleri Uygulama Örnekleri

Kozmetik sektörü kendi içerisinde birçok başlık yer almaktadır. Kozmetik sektörü genel başlıkları şu şekildedir; parfüm, makyaj, saç bakım, ağız-dış bakım, cilt bakım, tıraş köpükleri gibi ürün grupları yer almaktadır (Özçelik ve Bebekli, 2015). Bu çalışma kapsamında; kozmetik sektörü içerisinde yer alan yeşil makyaj ürünlerine yönelik uygulamalar incelenmektedir.

1972'de kurulmuş olan Euromonitor International firmasının dünyanın birçok noktasında ofisleri ve analistleri bulunmaktadır. Seksenden fazla ülkede analistler bulunduran firma tüketici pazarlarına yönelik strateji araştırması yapmaktadır. Euromonitor'ün yapmış olduğu analiz sonuçları ve araştırmalar sektörlere, işletmelere ve akademisyenlere yol gösterici kabul edilmektedir (Euromonitor International, 2015). Her yıl Euromonitor tarafından yapılmış oldukları analizlere göre "customer trends" tüketici trendleri yayınlanmaktadır. 2023 yılı sonunda yayınlanan "customer trends 2024" raporuna göre tüketicilerin sürdürülebilirlik bilincinin yaygınlaşmaya başladığı ve yeşil ürünleri tercih ettiği ifade edilmektedir. İşletmelerin özellikle kozmetik ürünlerinde "Greenwashed Out" yeşil yıkanmış olarak ifade edilen ürünlerin gerçekten ne ölçüde yeşil ürün olduğunu ispatlamaları gerekmektedir. Bu kapsamda Jessi Baker tarafından kozmetik sektöründe ki tüketicinin doğru bilgiye ve bunları ispatlayıcı belgelerini bulabilecekleri Provenance firması kurulmuştur. Merkezi Birleşik Krallık'ta bulunan Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik devletlerinde de tescilli bir markadır. Firma blockchain alt yapısını da kullandığı bir platform kurarak sağlık, güzellik markalarının sürdürülebilirlik ve çevreci yeşil hareketlerini ispatlamak isteyen markalara platformunda yer vererek tüketiciyi bilinçlendirmeyi hedeflemiştir (Euromonitor International, 2024).

Provenance platformunda yer alan 239 yeşil kozmetik firması içerisinde, 23 makyaj markası yer almaktadır. Platformda; doğayı korumak, toplulukları desteklemek, işçileri desteklemek, doğal ve organik malzemeler, uzman tarafından test edilmiş, iklim bilinci, malzeme israfının azaltılması, ambalaj atığının azaltılması, zulümsüz (cruelty-free), vejeteryan, vegan, çeşitlilik odaklı olmak üzere 12 içerik açısından markayı platformunda değerlendirerek, bu içeriklere gerçekten sahip ise blokzincir (blockchain) ile kanıtlayıcı belgelere ulaşmayı sağlamaktadır (Provenance, 2024c). Platformda yer alan 23 yeşil makyaj firması içerisinde sitede kullanılan filtrelemeler kullanılarak iklim bilinci, malzeme israfının azaltılması, doğal ve organik ürünler, işçilerin desteklenmesi ve toplulukları destekleme ana kriterleri arasında puanlamada en yüksek puan alan beş marka incelenmiştir.

3.1.1 dome BEAUTY

Marka, çevre dostu uygulamalara ağırlık veren Mar Cavallone' tarafından oluşturulmuştur. Cavallone' tarafından formüle edilen, içeriğinde özel bir kömür kullanılarak üretilen makyaj fırçaları ile firma çevreci uygulamaları kapsayan ticari hayatına başlamıştır. Ürünlerinde, ambalajlarında ve etik kurallarında temiz, şeffaf bir yapı benimsemektedirler. Marka ağırlıklı olarak siyahi tenli kadınlara olmakla birlikte açık tenli kadınlara da yönelik makyaj malzemesi ürettiğini belirtmektedir (dome BEAUTY, 2024a).

Dome BEAUTY markası; yeşil yatırımlar kapsamında yaptığı faaliyetler bakımından Provenance platformu tarafından puanlanmıştır. Bu puanlar şu şekildedir; iklim 2, atık 3, doğallık 3, toplulukları desteleme 2 puan olarak belirtilmiştir (dome BEAUTY, 2024a).

Provenance platformunda blockchain uygulaması ile puanlama yapılan alanların kanıtlayıcı belgeleri tüketicinin bilgisine sunulmuştur. İklim değişimi için marka Terracycle firması ile anlaşma yaparak, karbon ayak izi ölçümleri yaptırmıştır. 1 Temmuz 2022'de 9,33 ton CO₂e olan karbon miktarı, 30 Haziran 2023'e kadar 7 ton CO₂'ye düşürmeyi başardı (TerraCycle, 2023). dome BEAUTY, Dünya Yaban Hayatı Fonu'na aylık 12,00\$ bağışlayarak, filler ve kutup ayıları gibi dünya çapında nesli tükenmekte olan hayvanların kurtarılmasına katkıda bulunmaktadır (World Wildlife Fund 2023). Ayrıca marka, "Leaping Bunny, Cruelty-Free" sertifikasına sahip olup, ürün içeriğinde ve ambalajında kullanmadığı yasaklı kimyasalları da açıkça beyan etmiştir (Provenance, 2024f)(dome BEAUTY, 2024b).

3.1.2. Jillian Dempsey

Dünyaca bilinen Hollywood film sektöründe makyaj sanatçısı olarak yer alan Jillian Dempsey tarafından kurulmuş olan marka, yeşil makyaj ürünleri, cilt ve saç bakım ürünleri üretmektedir (Jillian Dempsey, 2024).

Firma; Provenance platformu tarafından atık 1, doğal içerik 3 ve topluluk destekleme 3 puan olarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmelere göre; "Cruelty-Free" ve "Vegan" ürün belgelerine sahiptir. Cruelty-Free ve Vegan sertifikaları 1980 yılında Ingrid Newkirk ve Alex Pacheco tarafından kurulan ve merkezi ABD'nin Virginia eyaletinde bulunan bir hayvan hakları örgütü olan PETA tarafından verilmektedir. Provenance platformu kanıtlayıcı belgelerine web sitesinde yer vermiştir (Provenance, 2024e). Jillian Dempsey firması tarafından Girls Who Code vakfına kız çocuklarının desteklenmesi için 22.500 Amerikan Doları bağışlamasının yanı sıra işletme sahibinin de bir kadın olduğu firmanın pozitif ayrımcılık yaparak, kadın çalışanlara ağırlık vermektedir (Provenance, 2022)(State of California Secretary of State, 2015).

Ürün ambalajlarının sürdürülebilir olması firma tarafından benimsendiği belirtilmektedir. Firma ürün ambalajlarında kısmen geri dönüştürülmüş ürün

kullanmaktadır. Geri dönüştürülmüş parçalar, kompakt yani %100 geri dönüştürülmüş reçineden elde edilmektedir (TÜVRheinland, 2018).

3.1.3. Hourglass

2004 yılında kurulan Hourglass firması, sürdürülebilir çevre ve sosyal etkileri göz önünde bulundurarak ürettikleri renkli kozmetik ürünlerinde hayvansal deney yapmamaktadırlar. Bu kapsamda ayrıca yıllık net karlarının %1'ini, hayvanların temel haklarını güvence altına almak için çalışan “İnsanlık Dışı Haklar” projesine bağışladıklarını beyan etmektedir. “Cruelty-Free” ve “Vegan” sertifikalarına sahip olmasının yanı sıra, ürün ambarlarında kilit sistemi kullanmayarak sosyal mesajlar iletmektedir.

Kilitsiz koleksiyon olarak belirttikleri ürünler ile vahşi hayvanların kilit altına alınmaması misyonunu desteklemektedirler. Provenance Platformu tarafından atık 2, doğal içerik 2 ve topluluk desteklemesi kriterlerinden 2 puan verilen firma, kilitsiz koleksiyondan elde ettikleri yıllık karın %5'ini hayvan hakları derneklerine bağışladıklarını ifade etmektedir (Provenance, 2024d).

Kozmetik sektöründe kırmızı rengin elde edilebilmesi için karmin olarak isimlendirilen böceğin ezilerek elde edilmesi gerekmektedir. Kullanılmak istenen yarım kilo kırmızı boya için 70.000 dişi karmin böceğine ihtiyaç duyulmaktadır. Hourglass, hem doldurulabilir rujlarında hem de kilitsiz ambalajlı ürünlerinde vegan ürün kullanma misyonu ile vegan bir içerik üreterek kırmızı rengi elde ettiğini beyan etmektedir. Hourglass kırmızı rengi elde ettiği vegan içerik ile ilgili patent çalışmalarına devam etmektedir (Hourglass Cosmetics, 2024).

Hourglass kozmetik firması doğaya karşı sorumluluğunu yerine getirebilmek için dönüştürülmüş maddelerden elde edilmiş ambalajlar kullanmaktadır (Provenance 2024d). Bu kapsamda Hourglass firması doğruluğu ispatlamak için bir beyan yayınlamıştır (Provenance 2021b). Ürün ambalaj atıklarını en aza indirmek için tekrar doldurulabilir ambalajda firma tarafından tüketicilere sunulmaktadır (Hourglass Cosmetics, 2024).

3.1.4. Danessa Myricks Beauty

Danessa Myrick Beauty kozmetik firması birçok yeşil kozmetik firmasında olduğu gibi ürün kullanıcısı da olan makyaj sanatçısı Danessa Myricks tarafından kurulmuştur. Sektörde edinmiş olduğu deneyimler ve ihtiyaçları fark ederek markayı yaratmıştır (Danessa Myricks Beauty, 2024).

Sektör ihtiyaçlarını belirlemiş olan Danessa Myricks Beauty firması, bu ihtiyaçlar ışığında ürünlerinde sınırlı olan doğal kaynakları ve hayvanları koruyacak uygulamalara ağırlık vermektedir. Firma söylemiş olduğu idealleri doğrulamak için Provenance Platformuna dürüstlük beyanı vermiş ve tüm ürünlerinde sadece vegan hammadde kullandığını belirtmektedir (Provenance, 2021a).

Firma, bir yatırımın yeşil yatırım olabilmesi için önemli durumlardan biri olan sosyal-kültürel durumlara da dikkat çekmektedir. Danessa Myricks Beauty firması, cinsiyet eşitliğine vurgu yaparak, özellikle bazı dünya ülkelerinde ten rengi ayırımı yapılmasına karşılık çalışanlarının çoğunun siyahi tene sahip kadınlardan oluştuğunu ifade etmektedirler. Provenance Platformu belirtilen tüm kriterler kapsamında doğal ürün kullanımı ve toplumsal cinsiyet eşitliği için firmayı 2 puanla değerlendirmektedir (Provenance, 2024b).

3.1.5. bareMinerals

BareMinerals 1995 yılında Leslie Blodgett tarafından kurulmuştur. Firma geleneksel renkli kozmetiğin sadece insanları estetik göstermek amacıyla olmadığını belirtmektedir. Estetik görünümün yanı sıra kişilerin cilt sorunlarını azaltıcı özelliğe sahip olması gerektiğini vurgulamaktadır. Cilt sorunlarını azaltıcı amaç doğrultusunda renkli kozmetik ürünlerinin, cilde zarar verici kimyasallardan arındırılarak doğal içerikler, doğal mineraller ile üretim yaptıklarını belirtmektedirler (Bareminerals, 2024a). Özellikle eczane ağırlıklı satış noktalarında satılmakta olan bu ürünler doğal içerikleri sebebiyle yeşil bilincine sahip tüketiciler tarafından da rağbet görmektedir. Provenance Platformu tarafında da bu duruma vurgu yapılması ve yeterli kanıtların bulunması sebebiyle doğal içerik kriterinde 3 puanla ile derecelendirilmiştir.

Bareminerals, sürdürülebilirlik ve çevresel duyarlılık hedefleri doğrultusunda işlenmiş plastik ürünlerini azalttıklarını ifade etmektedirler. Aynı zamanda ambalaj atıklarını en aza indirebilmek için Orman Gözetim Konseyi tarafından onaylanmış kâğıtları kullanmaktadırlar.

1993 yılında kurulan, Orman Yönetim Konseyi (Forest Stewardship Council) (FSC) dünyada ki ormanların sürdürülebilirliğinin sağlanmasını kendisine amaç edinmiş bir sivil toplum kuruluşudur. FSC sertifikası sahip olan işletmeler; kullanmış oldukları orman ürünü ham maddelerin de iyi yönetilen ormanlardan elde edildiği, geri dönüştürülebilir ürünler olduklarını gösteren bir sertifikadır. BareMinerals firması bu sertifikaya sahiptir.

Firma orman ürünü ambalajın yanı sıra, plastik kullanımını en aza indirerek cam şişelerde ürünlerini ambalajlamaktadırlar. Aynı şekilde makyaj malzemeleri çantalarında geri dönüştürülmüş plastik malzemeler ile yapılmaktadır. Böylelikle ambalajlar da küçülmeye giderek parça başına düşen nakliye maliyetini düşürürken, aynı zamanda sera gazı emisyonlarını da düşürmektedirler. Firma 2026 yılına kadar e-ticaret gönderilerinde sera gazını önemli ölçüde azaltmayı hedeflemektedir (Bareminerals, 2024b).

Renkli kozmetik ürünlerinin tamamında vegan ham madde kullanan firma PETA tarafından verilen “Cruelty-Free” ve “Vegan” yani zülümsüz sertifikalarına da sahiptir. Herhangi bir şekilde hayvanlar üzerinde deneyler yapmadıklarını beyan etmektedirler (Provenance, 2024a).

4. Sonuç

Yeryüzünde insanların ve hayvanların temiz bir dünyada yaşamayı hak ettiği reddedilemez bir gerçektir. İnsanın var oluşu ile beraber yeryüzünün kirlenmesi, kaynakların tüketilmeye başlanması kaçınılmaz olmuştur. Özellikle sanayi devriminin yaşanması ile beraber endüstrinin kirli yüzü ortaya çıkmıştır. İnsanlık için büyük bir devrim olarak görülürken, aslında Dünya'nın yok oluşunun başlangıcı olmuştur.

Sanayi devriminin gerçekleşmesi beraberinde doğal kaynakların tüketiminin artmasını sağlamıştır. Bu durum önceleri çok fark edilmese de, sonraki yıllarda fark edilmeye başlanmıştır. Özellikle iklim değişikliği, ozon tabakasının delinmesi gibi durumlar doğal afetlerin artışına sebep olmaktadır. Doğal kaynakların azalması, tükenmesi aslında ekonomik olarak da büyük bir kaybın habercisidir.

Üretimde kullanılan kaynakların bilinçli bir şekilde kullanılması, geri dönüşümlerin hız kazanması ve yeni kaynakların oluşturulabilmesi için Birleşmiş Milletler öncülüğünde ve Dünya' da çeşitli organizasyonların da desteği ile yeşil hareketler başlatılarak, yeşil yatırımların öneminin arttığı görülmektedir. Birçok sektörde uluslararası anlaşmalar ile özellikle karbon emisyonunun azaltılması için yeşil yatırımların neredeyse zorunlu hale getirildiği görülmektedir. Yeşil mutabakat çerçevesinde özellikle Karbon emisyonunun 2050 yılına kadar sıfır olması hedeflendiği için, üretici ve satıcılar yeşil yatırımlara ağırlık vermeye başlamıştır. Doğa dostu dediğimiz çevreye, doğaya ve hayvanlara zarar vermeyen ürünler konusunda tüketicilerde giderek bilinçlenmektedir.

Kozmetik sektöründe yapılan ithalat rakamlarına bakıldığında, 2019 yılında, Dünya' da 62.162.644.000 ABD dolarlık ithalat hacmi ile güzellik/makyaj ve cilt bakımı için müstahzarları ilk sırayı aldığı görülmektedir. Armonize sisteme göre 33. fasıl (kozmetik ürünler) altında yer alan güzellik/makyaj ve cilt bakımı için müstahzarları % 46,2 'lik pay ile sanayide hammadde olarak kullanılan koku veren maddelerin karışımları, parfümler, uçucu yağlar, tıraş müstahzarları, saç müstahzarları, tuvalet müstahzarları ve vücut deodorantları müstahzarları arasında ilk sırada yer almaktadır (T.C Ticaret Bakanlığı, 2020). Bu veri söz konusu cilt bakımı, makyaj ve güzellik malzemelerinin ne kadar büyük bir tüketim grubunu oluşturduğunu göstermektedir.

Güzellik, kozmetik ve makyaj ürünleri üzerine yapılan yeşil uygulamaları incelediğimizde, %100 yeşil uygulama yapan bir işletmeye ulaşmanın oldukça zor olduğu görülmüştür. Çünkü firmaların büyük bir çoğunluğunun tüketici algısını değiştirmek yani yeşil bir işletme imajı vermek için özellikle geri dönüştürülebilir ambalaj veya vegan ürünler üzerine yatırım yaptıkları

görülmektedir. Fakat bir işletmenin tamamen bir yeşil yatırım oluşturması için ürün tedarikinden, üretim aşamalarına, dağıtımına, nihai tüketiciye ulaşana kadar yeşil uygulamaları kapsamaları gerekmektedir. Örneğin; herhangi bir işletme ürünlerinde kullandığı bitkileri doğal yetiştiriyor olabilir, fakat üretimde kullanmış olduğu enerji türü, kullandığı ambalajın geri dönüştürülebilir olması, lojistik kullanmış olduğu araçlarda kullanılan yakıt türüne varıncaya kadar tüm aşamalarında yeşil uygulamaları benimsemelidir. Tabi ki bu yatırımların da büyük bir maliyeti vardır. Yatırım maliyetlerinin yüksek olması, üretimi yapılan ürünleri de maliyetini ve dolayısı ile satış fiyatlarını artırmaktadır. Aynı zamanda ürünler içerisinde kullanılan ham maddelerin doğal ürünlerden oluşması, ürünlerin raf ömrünü de kısaltarak, üreticiye ekstra bir maliyet oluşturmaktadır. Bu maliyetlerin düşüşünün sağlanabilmesi için daha fazla yaygınlaşması ve tüketici bilincinin daha fazla artırılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Azazi, H., ve Uzma, O. (2022). "Türkiye'de Yeşil Ekonomi, Yeşil İşler ve Yeşil İstihdam", *Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.3 (2):93-100
- Bareminerals. 2024a. "About Bareminerals". Bareminerals. Tarihinde 06 Şubat 2024 (<https://www.bareminerals.co.uk/pages/about-us>).
- Bareminerals. 2024b. "Sustainability bareMinerals UK". Bareminerals. Tarihinde 06 Şubat 2024 (<https://www.bareminerals.co.uk/pages/sustainability>).
- Bergh, van den, ve Jeroen C.J.M. 2010. "Externality or sustainability economics?" *Ecological Economics* 69(11):2047-52. doi: 10.1016/j.ecolecon.2010.02.009.
- Blaj, Robert. 2013. "Green Economy - The Economy of the Future". *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development* 13(4):63-68.
- Le Blanc, David. 2011. "Special issue on green economy and sustainable development". *Nat. Resour. Forum* 35(3):151-54.
- BM Genel Kurulu. 2002. "İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi".
- Burkart, Karl. 2012. "How to define the green economy"; Tarihinde 29 Nisan 2023 (mnn.com/green-tech).
- Chin, Jacky, Bernard C. Jiang, Ilma Mufidah, Satria Fadil Persada, ve Bustanul Arifin Noer. 2018. "The investigation of consumers' behavior intention in using green skincare products: A pro- environmental behavior model approach". *Sustainability (Switzerland)* 10(11):1-15. doi: 10.3390/su10113922.
- Danessa Myricks Beauty. 2024. "About Us". Danessa Myricks Beauty. Tarihinde 05 Şubat 2024 (<https://danessamyricksbeauty.gorgias.help/en-US/about-us-313707>).
- dome BEAUTY. 2024a. "about dome". dome BEAUTY. Tarihinde 05 Şubat 2024 (<https://www.domebeauty.com/pages/about-dome-beauty>).
- dome BEAUTY. 2024b. "Leaping Bunny Cruelty-Free | Provenance Framework | Provenance". Tarihinde 05 Şubat 2024 (<https://www.provenance.org/framework/leaping-bunny>).
- Ertürk, Hasan. 1987. "Olumsuz Bir Dışsallık Örneği: Kent İçi Trafik Hava Kirliliğine Etkileri". *Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 8(1-2):147-57.
- Euromonitor International. 2015. "Euromonitor International - Analysis".

- Euromonitor International. 2024. "Greenwashed Out - Global Consumer Trends 2024". Euromonitor International. Tarihinde 31 Ocak 2024 (<https://lp.euromonitor.com/white-paper/2024-global-consumer-trends/greenwashed-out>).
- Eyraud, Luc, Benedict Clements, ve Abdoul Wane. 2013. "Green investment: Trends and determinants". *Energy Policy* 60:852-65. doi: 10.1016/j.enpol.2013.04.039.
- Ganda, Fortune, ve Cosmas Ambe. 2015. "The role of corporate green investment practices on sustainable development". *Environmental Economics* 6(1):33-44.
- Hocaoğlu, Şölen, ve Çağrı Mert Bakırcı. 2021. "Yeşil Ekonomi Nedir? Giderek Büyüyen Ekonomik, Toplumsal ve Ekolojik Krize Karşı, İşlevsel Bir Çözüm Olabilir mi? - Evrim Ağacı". *Evrım Ağacı*. Tarihinde 27 Mart 2023 (<https://evrimagaci.org/yesil-ekonomi-nedir-giderek-buyuyen-ekonomik-toplumsal-ve-ekolojik-krize-karsi-islevsel-bir-cozum-olabilir-mi-10164>).
- Hourglass Cosmetics. 2024. "About Hourglass". Hourglass Cosmetics. Tarihinde 05 Şubat 2024 (<https://www.hourglasscosmetics.com/pages/about-hourglass>).
- İnal, Özge. 2023. "Yeşil Kozmetikler". *Ankara Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Dergisi* 47(2):1-20. doi: 10.33483/jfpau.1230565.
- Inderst, Georg, Fiona Stewart, ve Christopher Kaminker. 2012. Defining and Measuring Green Investments: Implications for Institutional Investors' Asset Allocations. doi: 10.1787/5k9312twnn44-en.
- Jillian Dempsey. 2024. "About Jillian Dempsey". Jillian Dempsey. Tarihinde 05 Şubat 2024 (<https://www.jilliandempsey.com/pages/about>).
- Kuşat, Nurdan. 2013. "Yeşil Sürdürülebilirli için Yeşil Ekonomi:Avantaj Ve Dezavantajları Türkiy İncelemesi". *Journal of Yasar University* 29(8):4896-4916.
- Lili, Zhai, Abdullah Al Mamun, Naeem Hayat, Anas A. Salamah, Qing Yang, ve Mohd Helmi Ali. 2022. "Celebrity Endorsement, Brand Equity, and Green Cosmetics Purchase Intention Among Chinese Youth". *Frontiers in Psychology* 13(March):1-15. doi: 10.3389/fpsyg.2022.860177.
- Loiseau, Eleonore, Laura Saikku, Riina Antikainen, Nils Droste, Bernd Hansjürgens, Kati Pitkänen, Pekka Leskinen, Peter Kuikman, ve Marianne Thomsen. 2016. "Green economy and related concepts: An overview". *Journal of Cleaner Production* 139:361-71. doi: 10.1016/j.jclepro.2016.08.024.

Nakıpoğlu Özsoy, Ferda, ve Aslı Özpolat. 2022. “Avrupa Yeşil Mutabakatının Türkiye Dış Ticaretine Olası Etkileri”. Ss. 1–32 içinde Küreselleşme Çağında Kalkınma ve Yeni Ekonomi, editör I. Arslan, T. Akçacı, ve Y. Bozgeyik. Ankara: Orion Kitabevi.

OECD (2011). *Towards Green Growth: A Summary for Policy Makers*, Secretary-General of The OECD Paris.

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

Özçelik, Hasan, ve Özlem Bebekli. 2015. *Kozmetik Sektörüne Genel Bakış*. Anamas Dergisi SDÜ Aksu Mehmet Süreyya Demiraslan MYO.

Pearce, David, ve Dominic Moran. 1994. *The Economic Value of Biodiversity*. Earthscan.

Provenance. 2021a. *Danessa Myricks Beauty Vegan Assurance Form*.

Provenance. 2021b. *Statement of assurance Recyclable Packaging Claim*.

Provenance. 2022. *Jillian Dempsey evidence of donation Girls WHO Code*.

Provenance. 2024a. “bareMinerals Directory”. Provenance. Tarihinde 06 Şubat 2024 (<https://www.provenance.org/brands/bareminerals>).

Provenance. 2024b. “Danessa Myricks Beauty Directory”. Provenance. Tarihinde 05 Şubat 2024 (<https://www.provenance.org/brands/danessa-myricks-beauty>).

Provenance. 2024c. “Directory”. Provenance. Tarihinde 02 Şubat 2024 (https://www.provenance.org/directory?utm_source=white-paper_GCT24&utm_medium=foleon&utm_campaign=CT_23_11_16_WP_GCT_2024).

Provenance. 2024d. “Hourglass Directory”. Provenance. Tarihinde 05 Şubat 2024 (<https://www.provenance.org/brands/hourglass>).

Provenance. 2024e. “Jillian Dempsey evidence of certificate”. Tarihinde 05 Şubat 2024 (<https://open.provenance.org/proof-points/inspector/?environment=production&network=sepolia&id=QmWPFta4miGyHF1S2kc2Zc8ykcJzkYhDr7f5tQXgR2wAb>).

Provenance. 2024f. “Proof Point Inspector | Open.Provenance”. Tarihinde 05 Şubat 2024 (<https://open.provenance.org/proof-points/inspector/?environment=production&network=sepolia&id=QmDftJ66He8Z7xS9nSqHtyUV3dSfE7GvXgDDBGP1yEUdC8>).

SBB. 2023. “Sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarını sağlamak – Sürdürülebilir Kalkınma Türkiye”. T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. Tarihinde 29 Nisan 2023

(<http://www.surdurulebilir kalkinma.gov.tr/amaclari/surdurulebilir-tuketim-ve-uretim-modellerini-temin-etmek/>).

State of California Secretary of State. 2015. Statement of Information.

Statista. 2023. “Cosmetics & Personal Care | Statista”. Tarihinde 25 Haziran 2023 (<https://www.statista.com/markets/415/topic/467/cosmetics-personal-care/#overview>).

T.C. Ticaret Bakanlığı. 2023a. “Avrupa Yeşil Mutabakatı”. Tarihinde 29 Nisan 2023 (<https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/yesil-mutabakat/avrupa-yesil-mutabakati>).

T.C. Ticaret Bakanlığı. 2023b. Yeşil Mutabakat Çalışma Grubu - 2022 Yıllık Faaliyet Raporu.

T.C Ticaret Bakanlığı. 2020. Kozmetik Sektörü Raporu.

T.C Ticaret Bakanlığı. 2021. Yeşil Mutabakat Eylem Planı 2021.

TerraCycle. 2023. Dome BEATY carbon evidence.

Tezel, İpek. 2023. Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamalarının Firma Performansı Üzerine Etkilerinin İncelenmesi. editör H. M. Mutlu. Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları.

Tran, Thi Thanh Tu, Hong Nhung Do, Thi Ha Vu, ve Nguyen Nguyet Minh Do. 2020. “The factors affecting green investment for sustainable development”. *Decision Science Letters* 9(3):365-86. doi: 10.5267/j.dsl.2020.4.002.

TÜVRheinland. 2018. Recycled Material Verified.

UNDP. 2023. “Destination 2030: Accelerating progress on the Sustainable Development Goals | United Nations Development Programme”. Tarihinde 30 Nisan 2023 (<https://www.undp.org/destination-2030-accelerating-progress-sustainable-development-goals>).

UNEP. 2011. “What is an ‘Inclusive Green Economy’? UNEP - UN Environment Programme”. Tarihinde 27 Mart 2023 (<https://www.unep.org/explore-topics/green-economy/why-does-green-economy-matter/what-inclusive-green-economy>).

Voica, Marian Catalin, Mirela Panait, ve Irina Radulescu. 2015. “Green Investments – Between Necessity, Fiscal Constraints and Profit”. *Procedia Economics and Finance* 22(15):72-79. doi: 10.1016/S2212-5671(15)00228-2.

World Wildlife Fund. 2023. World Wildlife Fund evidence of donation.

Yıldız, Şaduman, ve Murat Eren. 2020. Sağlık Ekonomisi. editör S. BAŞAR. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.