**FİNLANDİYA TEKSTİL VE MODA BİRLİĞİ**

**‘KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÇALIŞMASI’**

Finlandiya Tekstil ve Moda Birliği, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik kavramları çerçevesinde faaliyet gösteren üyelerinin deneyimlerinden yola çıkarak **“Showcasing Sustainability”** adlı bir kitap yayınlamıştır. Söz konusu kitapta farklı alt sektörlerden 12 farklı Finlandiya firmasının kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik çerçevesinde sürdürdükleri faaliyetler, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yönetimi”, “Ürün Tasarımında Sosyal Sorumluluk”, “Tedarik Zinciri ile Paylaşılan Sosyal Sorumluluk” ve “Yeniden Kullanılabilen Tekstiller” adları altında 4 başlıkta incelenmektedir.

Kitabın amacı bu 12 Finlandiyalı firmanın kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik konusunu nasıl yönettikleri, uyguladıkları ve kendilerini bu alanda nasıl geliştirdiklerini paylaşmak olarak açıklanmaktadır. Bu firmaların çoğu ortalama 35 – 45 yıllık geçmişi olan şirketler olmakla birlikte, 3 firmanın 100, 115 ve 195 yıllık olmak üzere Finlandiya’nın en eski firmaları arasında yer aldığını, 2 firmanın da 1 ve 2 yıllık olmak üzere çok genç şirketler olduğunu dikkate almakta yarar bulunmaktadır. Bu firmalar hazırgiyim ve moda ile tekstil şemsiyesi altında erkek ve kadın giyim, çocuk giyimi ve ayakkabıları, çorap ve tayt, halı ve yer döşemeleri, ev tekstilleri ile bu kapsamda mutfak ve banyo tekstilleri, yatak örtüleri ve çarşaflar, çanta, şapka ile yeniden kullanılabilir tekstiller alt başlıklarında faaliyet göstermektedir. Bu firmaların hemen hepsi kendi üretimlerine ek olarak yerli ve yabancı tedarikçilerle de çalışırken, iç pazara ek olarak başta Finlandiya’nın komşuları ve Orta-Kuzey Avrupa’da bulunan İsveç, Norveç, Danimarka, Almanya, Rusya, Hollanda gibi ülkeler olmak üzere birçok dış pazara ihracat yapmaktadır.

Kitapta bahsedilen 12 Finlandiyalı firmanın kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik alanındaki deneyimleri incelendiğinde, aşağıda belirtilen tecrübe ve sonuçlara ulaşılmaktadır:

* “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yönetimi” alt başlığı altında incelenen 2 firmada kurumsal sosyal sorumluluk kavramı bir yükümlülükten çok bir rekabet avantajı olarak görülmekte ve bu yolla hem şirketin kendini geliştirdiği, hem de müşterilerine yakınlaştığı belirtilmektedir. Yine bu başlıkta incelenen bir firmada yakın zamanda kurumsal sosyal sorumluluk alanında raporlama yapılmaya başlandığı ve zaman endeksli hedefler ve bu hedeflere ulaşma oranının irdelendiği bu raporlamanın firma çalışanlarının söz konusu konulara ilgisini üst düzeye taşıdığı dile getirilmektedir.
* “Ürün Tasarımında Kurumsal Sosyal Sorumluluk” alt başlığı altında incelenen 6 firmada kurumsal sosyal sorumluluk konusu genel yönetimin ayrılmaz bir parçası olarak görülmekte, bu kapsamda çalışanlara yapılan harcamalar maliyet olarak değil şirketin geleceğine yatırım olarak değerlendirilmektedir. Yine bu firmalarda ürünler azami ölçüde çevreye saygılı ve doğal kaynakları da en verimli şekilde kullanacak şekilde üretilmektedir. Bu kapsamda yer alan bir tasarım firması, moda, ev tekstili, çantalar ve aksesuarlar alanında ‘zamansız’ yani güncel trend ve modayla sınırlı olmayan dayanıklı ve uzun süre kullanılabilecek kaliteli ürünler üretmekte ve bunu da ‘sürdürülebilirlik’ çerçevesi altında yapmaktadır. Bu firma aynı zamanda ‘Better Cotton Initiative’ yani uluslararası ‘İyi Pamuk Uygulamaları’ inisiyatifi üyesidir ve ürünlerinde sadece organik pamuk kullanmaktadır. Bu alt başlıkta yer alan eldiven ve benzeri ürünler bir firma da kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik çerçevesinde atılması gereken adımlar ve uyulması gereken kurallara fason tedarikçilerin de ortak edildiği belirtilmektedir. Yine bu alt başlıkta yer alan başka bir firmanın da iyi bilmediği tedarikçilerle çalışmadığı ve imalatçılarının çalışma koşullarını sıkı biçimde kontrol ettiği kitapta yer almaktadır. Çocuk giyimi alanında faaliyet gösteren diğer bir firma da ürünlerindeki flor-karbon oranını 2016 yılı itibariyle sıfırlamış olup, yine dijital baskı kullanarak su kullanımını dolayısıyla boya atıklarını da sonlandırmış bulunmaktadır.
* Kitapta “Tedarik Zinciri ile Paylaşılan Sosyal Sorumluluk” alt başlığı altında 2 firma incelenmektedir. Bu başlık altında değerlendirilen bir firma tedarikçi ve çözüm ortaklarıyla uzun süreli işbirliği ve iş ilişkileriyle övünmekte, kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili kurallarına tedarikçilerinin de sıkı sıkıya uymasını istemekte ve iş ortaklarını bu konularda eğitmektedir. Bu başlıkta yer alan diğer firma da tedarik zincirinin şeffaf olmasına ve müşterilerin bu konuda doğru bilgilendirilmesine özen göstermektedir.
* “Yeniden Kullanılabilen Tekstiller” kapsamında 2 firma yer almakta ve bu firmaların deneyimleri aktarılmaktadır. Bu başlıkta yer alan firmalar tekstil ve moda alanlarında üretim fazlası fire ve atık ürünleri yeniden kullanarak tişört, kazak gibi hazırgiyim ürünleri ile ev tekstili ürünleri üretmektedir. Bu firmalar ürünlerinin ‘Higg Index’ değerlendirmesini hesaplamakta ve çevreye olumsuz etkilerini minimize etmeye çalışmaktadır. Bu firmalar zaten daha önceden imal edilmiş ürünlerin fire ve artıklarını kullanarak yeni ürünler ürettiklerinden, doğal kaynakların tükenmesi noktasında da yapıcı ve çevre dostu bir rol oynamaktadır.

Konuyla ilgili olarak “Showcasing Sustainability” adlı kitabın metnine

 <http://www.stjm.fi/media/julkaisut/tiedostot/vastuunkantajat_12_en_low.pdf>

linkinden ulaşılabilmektedir.