

Hilla Antikainen

# VASTUULLINEN TUONTI VAA- TEALALLA

Opinnäytetyö  
Liiketoiminnan logistiikka

2019



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Hilla Antikainen	Tradenomi (AMK)	Marraskuu 2019
<b>Opinnäytetyön nimi</b>		
Vastuullinen tuonti vaatealalla		44 sivua 11 liitesivua
<b>Ohjaaja</b>		
Suvi Johansson		
<b>Tiivistelmä</b>		
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selventää, millaista on vastuullinen tuonti vaatealalla sekä selvittää sen tulevaisuuden näkymiä Suomessa. Tämä opinnäytetyö on laadullinen tutkimus, jossa aineistoa saadaan teorian avulla sekä yritysten teemahaastatteluista. Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan yleisesti yrityksen vastuullisuutta sekä tuontia.</p>		
<p>Tällä opinnäytetyöllä ei ole toimeksiantajaa. Työn empiirisessä osassa on eri yritysten teemahaastatteluita. Haastatteluista ovat antaneet Eetti ry:n vastuullisuusasiantuntija, Suomen Muoti ja Tekstiili ry:n vastuullisuuden ja kiertotalouden asiantuntija, S-ryhmän vastuullisuuspäällikkö, M.A.S.I Company:n tuotekehitysjohtaja sekä kaksi muuta vaatealan yritystä, jotka ovat halunneet pysyä anonyymeina. Haastatteluissa järjestöiltä Eetti ry ja Suomen Muoti ja Tekstiili ry on kysytty näkökulmia yleisesti Suomen vaatealan yritysten kannalta, kun taas muilta yrityksiltä haastattelussa kysymykset on esitetty heidän omasta näkökulmasta. Tulosten arviointi pohjautuu teemahaastattelujen tuloksiin sekä pohdintaan.</p>		
<p>Opinnäytetyön teoriaosuus tukee teemahaastattelujen tuloksia. Työn tutkimuskysymyksiin saatiin vastauksia ja tavoitteet saavutettiin. Tulokset tuovat ilmi erilaisia haasteista, joita vastuullisuudessa kohdataan muun muassa etäisyys Suomeen, yritysten läpinäkyvyys ja toimittajien valvominen.</p>		
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selventää vaatealan yritysten vastuullisuutta tuonnissa. Opinnäytetyö toimii hyvänä tietopankkina aiheesta kiinnostuneille sekä yrityksille, joilla on aikeena lisätä omaa vastuullisuuttaan vaatteidensa maahantuonnissa. Opinnäytetyö sisältää asioita, joita yritysten tulee pitää mielessä omassa vastuullisuudessaan maahantuonnin osalta.</p>		
<b>Asiasanat</b>		
vastuullisuus, tuonti, eettisyys, vaatteet		

Author (authors)	Degree	Time
Hilla Antikainen	Bachelor of Business Administration	November 2019
<b>Thesis title</b>		
Responsible import in the clothing field		44 pages 11 pages of appendices
<b>Supervisor</b>		
Suvi Johansson		
<b>Abstract</b>		
<p>The purpose of this thesis is to clarify what responsible import in the clothing field is and also to chart the future prospects in Finland. This thesis is a qualitative study, where the theoretical material is collected based on written knowledge and interviews with company representatives. The theory part of the thesis deals with corporate responsibility and imports in general.</p>		
<p>There has no commissioner for this thesis. The empirical part of this thesis includes semi-structured interview with different companies' representatives. Interviews were given by responsibility expert at Eetti ry, responsibility and circular economy expert at Finnish Fashion and Textile Association, corporate responsibility manager at S-group, Head of Product Development at M.A.S.I company and two other clothing companies that wished to stay anonymous. The theme interviews with Eetti ry (NGO for Ethical Trade) and the Finnish Fashion and Textile Association general perspectives of Finnish clothing companies while other companies' interview questions focused on their own point of view. The evaluation of the results is based on thematic interviews and reflection.</p>		
<p>The theoretical part of this thesis supports the results of the theme interviews. The answers were found to the research questions and the objectives were achieved. The results are show the different challenges that companies can face in sustainability. These challenges are for example the distance to Finland, transparency of companies and monitoring of suppliers.</p>		
<p>The thesis serves as a good data bank for those who are interested responsible import of clothing companies, as well as for companies who would like to increase their own responsibility in importing. The thesis includes factors that companies should keep in mind when they would like to increase their responsibility.</p>		
<b>Keywords</b>		
Responsibility, import, ethicalness, clothes		

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET .....	8
2.1	Lähtökohdat, tutkimusmenetelmät ja niiden käyttö .....	8
2.2	Aiheen rajaus.....	10
2.3	Teoreettinen viitekehys.....	10
3	VASTUULLISUUS JA KESTÄVÄ KEHITYS .....	11
3.1	Ympäristövastuu.....	14
3.2	Taloudellinen vastuu.....	16
3.3	Sosiaalinen vastuu.....	18
3.4	Vastuullisuuden tulevaisuus .....	20
3.5	Syyt toimia vastuullisesti.....	21
3.6	Sidosryhmät tuonnissa .....	23
4	SUOMEEN SAAPUVIEN VAATTEIDEN MAAHANTUONTI.....	23
4.1	Vaatteiden tuonti.....	25
4.2	Vaatteiden hankinta.....	26
5	VASTUULLISUUTTA KOSKEVAN TIEDON KERÄÄMINEN VAATEALALLA .....	28
5.1	Rank a brand .....	29
5.2	Teemahaastattelut ja haastateltavat asiantuntijat.....	30
6	TULOSTEN ANALYYSI.....	34
7	JOHTOPÄÄTÖS .....	37
8	YHTEENVETO JA POHDINTA.....	39
	LÄHTEET.....	41

## LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset

Liite 2. Haastattelun vastaukset

## KUVALUETTELO

Kuva 1. Teoreettinen viitekehys .....	11
Kuva 2. Teollisuuden keskittymät ja maapallon teollisuusvyöhyke .....	15
Kuva 3. Yrityksen sosiaalinen vastuu .....	19
Kuva 4. Tuonnin kasvu .....	25
Kuva 5. S-ryhmän merkkien ja maahantuontitehtaiden sijainti.....	26
Kuva 6. Globaali hankintaketju .....	27

## TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1. Vastuullisuuden edelläkävijät ja perässä tulevat
Taulukko 2. Haastattelujen pääasiat

## 1 JOHDANTO

Ban Ki Moon sanoin (2016) meillä on ainoastaan yksi maapallo. Ei ole olemassa varasuunnitelmaa. Ilmastonmuutos uhan kasvaessa voimme asettaa maailman kestäväälle pohjalle turvaten tulevat sukupolvet ja luoda heille perustan varaudelle ja turvallisuudelle. Turvattomat ja huonot työolosuhteet aiheuttavat merkittäviä sosiaalisia ja taloudellisia tappioita, jotka vaikuttavat ympäristövahinkoihin. (Belvedere & Grando 2017.)

Tämän opinnäytetyön aiheena on vastuullisuus tuonnissa vaatealalla. Aihe syntyi ajankohtaisuudesta sekä omien kiinnostuksien perusteella vaatealaa ja myös vastuullisuutta kohtaan. Työllä ei ole toimeksiantajaa. Materiaalien ja vaatteiden ostamisessa ulkomailta yksi olennainen aihe on niiden vastuullisuus. Suurten brändien ja halpavaateketjujen vastuullisuus on ollut monesti pinnalla mediassa. Uutiset ovat yleensä koskeneet niiden tuotantoa. Aihe on tärkeä ja ajankohtainen eettisyyden, ilmastonmuutoksen ja ympäristön kannalta. Suomalaisten hankkimat vaatteet tuotetaan pääosin riskimaissa. Riskimaita ovat muun muassa Kiina, Bangladesh, Venäjä, Romania, Intia ja Ukraina. Vaatealan isoimmat sosiaalisen vastuun hankaluudet ovat terveydelle vaaralliset työolosuhteet, lapsityövoima, pakkotyö, heikot palkat ja pitkät työpäivät. Iso osa vaatealan yrityksistä käyttää apunaan myös lapsityövoimaa, sekä työpaikoilla voidaan pidättää työntekijän palkkoja, jotta heillä ei olisi mahdollisuutta lähteä pois. (Eetti 2014.) Moni yritys myös sivuuttaa ympäristöhaitat toiminnassaan. Tavarantoiminnassa ja kuljetuksessa ei ajatella saasteiden haitallisuutta tai ilmaston ongelmia. Näin ollen myös lentopäästöjen kompensatiomaksuja vältetään ja kuljetusneuvoja ei päivitetä ympäristöystävällisempiin kuljetusneuvoihin. Nykypäivänä vastuullisuutta tulee ottaa yhä enemmän huomioon jokaisessa yrityksessä ja yrityksen päätöksissä, sillä ilmastonmuutos velvoittaa vihreämpiin valintoihin. Ympäristöasioiden merkitystä ei ole vaikea hahmottaa. Suurin osa yrityksistä ymmärtää, että kestävä kehitys on pysyvä vaikutus, johon sitoudutaan. Kulutusta halutaan minimoida, päästöjä vähentää, ehkäistä ilmaston muutosta ja poistaa ympäristön haittoja. Tämän lisäksi yrityksen ympäristöteot säästävät rahaa ja tehostavat yrityksen toimintaa. (Arter 2019.)

Opinnäytetyön tehtävänä on selvittää, kuinka vaatealan yritykset hahmottavat vastuullisen tuonnin ja kuinka sitä toteutetaan näissä yrityksissä. Opinnäytetyössä tarkastellaan vastuullista tuontia yrityksen näkökulmasta. Tämä toimii tutkimusongelmana. Opinnäytetyö on selvitystyö. Opinnäytetyö tulee vastamaan tutkimusongelmaan, joka ovat muotoiltu tutkimuskysymyksiksi. Millaista on vastuullinen tuonti sekä miten siihen suhtaudutaan nyt ja tulevaisuudessa vaatealan yrityksissä Suomessa? Opinnäytetyön tekeminen alkoi huhtikuussa 2019. Opinnäytetyöhön kuuluvaa teoriataustaa etsittiin laadullisen tutkimuksen tavoin kesäkuun alkuun asti. Opinnäytetyössä katsotaan vastuullisuutta yrityksen näkökulmasta. Teoria on valittu tukemaan työn empiriaosuutta. Työssäni kerron opinnäytetyön lähtökohdat, joita ovat aiheen valinta, opinnäytetyön tavoitteet, tutkimusongelmat sekä aiheen rajaus. Opinnäytetyöni on edennyt osissa eteenpäin, mutta silti korjauksia on pitänyt tehdä aina lisää työn edetessä. Opinnäytetyön tavoitteena oli vastuullisen tuonnin määrittäminen ja sen statuksen selvittäminen Suomen vaatealan yrityksissä. Yrityksien tuli kertoa avoimesti heidän näkökulmistaan ja miten vastuullisuuteen suhtaudutaan tuonnissa sekä miten se hahmotetaan. Vastauksia tavoitteisiin saatiin erinäkökulmista sekä eri asiantuntijoilta. Yhteiset tulokset määriteltiin yksityiskohtaisesti eritellen sekä tiivistäen omaan kappaleeseen.

Tutkimusmenetelmissä esittelen myös teoreettisen viitekehyksen, joka avaa opinnäytetyön teoriaosuuden kulkua. Teoriaosuudessa käsittelen aihetta vastuullisuus eri näkökulmista. Opinnäytetyössä tarkastelen myös osittain hankintaa, sillä se on osa tuontiprosessia. Tämän osion jälkeen vuorossa on tiedon keruun ja tutkimustulosten esittely sekä niiden analysointi ja johtopäätökset. Aineistonani hyödynnän valmiina olevaa kestävän kehityksen ja vastuullisuuden ja yritysvastuun aineistoa. Aineena aion hyödyntää myös valmiita raportteja aiheesta. Työn empiriaosuudessa hyödynnän Eetti ry:n julkaisua ”Rank a brand”. Raportin on kirjoittanut Eetin vastuullisuuden asiantuntija Maija Lumme huhtikuussa 2019. Suoritin teemahaastattelut elokuussa 2019 vaatealan yritysten kanssa. Vastauksien saaminen ajoittui elo- ja syyskuulle 2019, minkä jälkeen aloitin opinnäytetyön empiriaosuuden tekemisen. Teemahaastatteluissa haastattelin kahta alalla toimivaa järjestöä: Eetti ry:tä ja Suomen Muoti ja Tekstiili ry:tä. Haastattelin myös neljää eri vaatealan yritystä,

jotka toimivat Suomessa. Heiltä sain haastatteluja alan eri toimijoilta. Yrityksistä kaksi halusi pysyä anonyymeina. Haastatellut yritykset olivat S-ryhmä, M.A.S.I Company, Yritys X ja Yritys Y.

## 2 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET

Tässä luvussa kerrotaan tämän työn lähtökohdat ja tavoitteet. Tutkimusaihe on mittava konsepti, jolla ilmiö yhdistetään tieteenalaansa. Yhtä ilmiötä pystytään tutkia monesta eri näkökulmasta. Tutkimusongelmat muutetaan kysymyksiksi, sillä kysymyksiin on mutkaton vastata. Kysymyksiin tullaan saamaan vastaus opinnäytetyön aineiston avulla. (Kananen 2014, 27.) Opinnäytetyöni tutkimusongelmana on, että vastuullista toimintaa ei ole tarkoin määritelty yrityksen tuonnissa tai että ei tiedetä, mitä kaikkea vastuullinen tuonti voi sisältää. Tämän vuoksi tärkein tutkimuskysymykseni on, että miten yritys hahmottaa vastuullisen tuonnin. Tutkimuskysymyksiäni ovat:

- Miten yritys hahmottaa käsitteen vastuullinen tuonti?
- Miten vastuullisuus näkyy heidän yrityksessään?
- Pitäisikö vastuullisuutta lisätä yrityksen tuonnissa?
  - Jos ei, niin miksi ei?

Tämän työn aihe valikoitui omien mielenkiintojeni sekä tärkeiden asioiden perusteella. Aiheen valintaan liittyi myös opiskelemani liiketoiminnan logistiikan ala. Omaan kiinnostukseeni kuuluu vaatetus ja muoti. Koen aiheen tärkeäksi alalla työskenteleville ammattilaisille sekä kuluttajille, jotka haluavat tietää tarkemmin vaatteidensa vastuullisuudesta. Ennen työn aloitusta koin, että isoimpina haasteina työssä tulisi olemaan tarpeeksi luotettavan tiedon saaminen. Saatujen tulosten avulla kuitenkin pystyttiin vastaamaan tutkimusongelmiin ja laadittuihin tutkimuskysymyksiin.

### 2.1 Lähtökohdat, tutkimusmenetelmät ja niiden käyttö

Opinnäytetyöni on kvalitatiivinen tutkimus eli laadullinen tutkimus. Prosessuaalinen lähestymistapa on toiminnallinen opinnäytetyö, joka peilaa myös osin systeemisuunnitteluun. Opinnäytetyön aikeena on kehittää parempaa tuotosta aiheesta, mutta myös täsmentämään ongelmaa sekä verrata systeemimalleja todellisuuteen. Opinnäytetyön tavoitteena on selventää vastuullisuuden



osuutta tuonnissa vaatealalla. Työn ajatuksena on myös kartoittaa yritysten suhtautumista nykytilanteeseen sekä mallintaa selkeää näkökulmaa vastuullisemmasta tulevaisuudesta. Oma roolini opinnäytetyössä on aiheen uudelleen pinnalle nostaminen ja vihreistä arvoista muistuttaminen. Laadullisia menetelmiä pidetään kiitettävänä esitutkimuksen apuvälineinä. Laadullisen tutkimuksen näkökulma on, että vaikein vaihe on ohi, kun tutkimukselliset kysymykset ja vastausvaihtoehdot tiedetään. Tutkimus nojaa aina jonkin verran aikaisempiin tutkimuksiin tai tutkimuksen tekijän aiempiin kokemuksiin. (Alasuutari 2011, 253.) Laadullisessa tutkimuksessa on selvitettävä ensin se, mistä ilmiö koostuu, mitkä asiat vaikuttavat ilmiöön ja mitkä ovat vaikuttavien asioiden väliset suhteet. Kanasen (2014) mukaan laadullinen tutkimus sopii hyvin tilanteisiin, joissa ilmiöistä ei ole tietoa, joissa halutaan ilmiöstä syvälinen näkemys, joissa luodaan uusia teorioita ja joissa käytetään sekoitusta tutkimusstrategioista tai halutaan ilmiöstä hyvä kuvaus. Laadullinen tutkimus antaa ilmiöstä syvemmän näkemyksen.

Opinnäytetyössäni käytän jo olemassa olevaa aiheeseen liittyvää aineistoa ja analysoin sitä opinnäytetyöhöni. Aineistoni saan Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun kirjastosta sekä yritysten ja ammattilaisten julkaisemista raporteista sekä vaatealan ammattilaisten teemahaastatteluista. Teemahaastattelut ovat kvalitatiivisen tutkimuksen yksi tiedonkeruun hyödynnetyin menetelmä (Kananen 2014). Teemahaastattelu on kvalitatiivisen tutkimuksen tavallinen aineistonkeräämistapa. Haastattelutapa sopii tilanteisiin, joissa tietoa halutaan saada sellaiselta henkilöltä tai henkilöiltä, jotka ovat ainoastaan tehneet päätelmiä tutkimusaiheesta. Teemahaastattelulla halutaan ymmärtää tutkimuksen kohteen ilmiötä. Haastattelun tavoitteena on saada käsitys tutkimuskohteen toiminnasta. Haastattelukysymykset ja niihin saatavat vastaukset koostavat kokonaisuuden. Tutkittavan aiheen kysymykset osoitetaan tutkittavan ryhmän toimintaan. Kysymykset pohjautuvat tutkimusongelmaan. (Kananen 2014.) Haastateltavina on vaatealan yrityksiä ja vastuullisuuden asiantuntijoita, jotka mainostavat itseään ja vastuullisuuttaan omilla sivuillaan.

Haastattelut suoritettiin sähköpostihaastattelulla, sillä sähköpostiin vastaaminen luo vastaajalle matalimman kynnyksen osallistua haastatteluun. Sähköpostihaastattelulla vastaajilla on helpointa antaa haastattelu silloin, kun heillä on itse aikaa. Haastattelujen ajoitus osui alkusyksylle. Haastattelujen jälkeen

vastaukset kirjoitettiin tiivistelmänä ja analysoitiin. Empiriaosuudessa haastattelun vastauksia analysoidaan kvalitatiivisten menetelmien mukaan. Analysointi tapahtui kvalitatiivisen sisällön analyysin tuella.

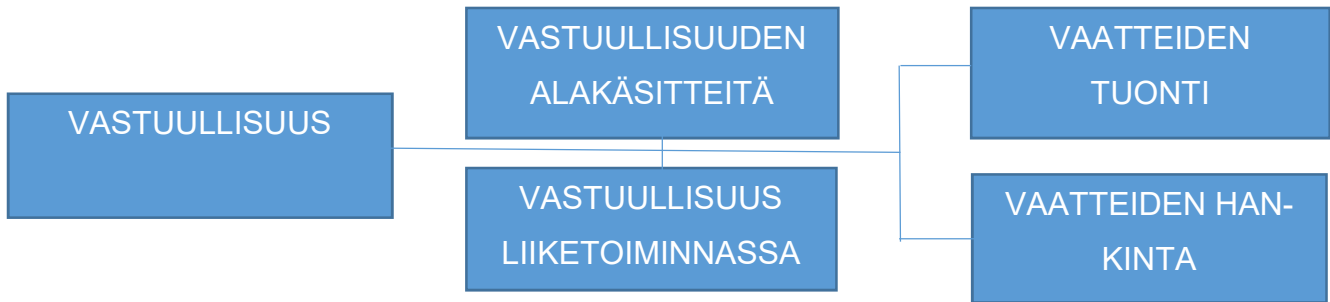
Tutkimukseni tehtävänä on luoda tietoa ja vähentää virheellisiä oletuksia vastuullisesta tuonnista. Työni tavoitteena on myös luoda tulevaisuuden näkymiä ja kartoittaa yritysten vastuukäyttäytymistä. Opinnätetyöni ajatuksena on myös selvittää vaatealan ammattilaisten käsitystä vastuullisuudesta tuonnissa. Työ tulee olemaan oleellinen aiheesta kiinnostuville sekä itse yrityksille, joilla on aikeena parantaa omaa vastuullisuuskäyttäytymistään. Aineisto on painettua kirjallisuutta ja elektronisesta kirjastosta saatavia artikkeleja. Aineistoni tulee olemaan kotimaista sekä kansainvälistä. Iso osa aineistosta tulee olemaan verkkolähteitä. Vastuullisuudesta on jo ennen tehty opinnäytetöitä. Edelliset opinnäytetyöt ovat painottuneet muihin rajauksiin. Aiemmissä tutkimuksissa vastuullisuus on myös painottunut enemmän hankintaan kuin tuontiin.

## **2.2 Aiheen rajaus**

Aiheeni käsittelee vastuullista tuontia vaatealalla, joten haastattelut ja niiden taustoitukset liittyvät vain vaatealan yritysten ja ammattilaisten toimintaan. Valitsin rajaukseksi vaatealan, sillä alalla vastuullisuus on tärkeää ja ala koskee jokaista kuluttajaa. Vaatealan yritysten vastuullisuus on ollut myös pinnalla mediassa ja yhä useampi kuluttaja on kiinnostunut valitsemiensa tuotteiden alkuperästä sekä yrityksen toiminnasta. Haastattelukysymykseni rajautuvat myös vain Suomessa toimiville vaatealan yrityksille, joilla on globaalia toimintaa. Teemahaastatteluihin on myös haastateltu vain kuutta alalla toimivaa yritystä.

## **2.3 Teoreettinen viitekehys**

Tutkimuksissa empiirisiä huomioita on joskus vaikea hahmottaa johtolangoista. Tämän takia on tärkeää luoda selvä analyttinen ero huomioiden ja johtolankojen välille. Teoreettisessa viitekehyksessä tarkastellaan johtolankoja yksiselitteisestä näkökulmasta. Teoreettisen viitekehysten on tarkoitus selkeyttää tutkimuksen kulkua. (Alasuutari 2011, 81.)



Kuva 1. Teoreettinen viitekehys (Alasuutari 2011)

Teoriaosuudessa käsitellään ensimmäiseksi vastuullisuutta ja kestävää kehitystä. Käsitteiden avaamisen jälkeen siirryn kertomaan tarkemmin vastuullisuuden eri piirteistä sekä miten vastuullisuus näkyy liiketoiminnassa. Kappaleissa kerron myös vaatealan niistä näkökulmista, jotka koskevat vastuullisuutta sekä tulevaisuuden näkymiä.

Vastuullisuuskappaleen jälkeen kerron tuonnista ja siihen liittyvistä vaiheista, sekä hankinnasta. Tämän osion jälkeen esittelen myös haastateltavat vaatealan ammattilaiset ja aineistonkeruun sekä avaan haastattelun tulokset eritellen ja tiivistelmänä.

### 3 VASTUULLISUUS JA KESTÄVÄ KEHITYS

Vastuullisuus on tärkeä osa yrityksen liiketoimintaosaamista. Se osaltaan takaa yrityksen kilpailukykyisen aseman sekä turvaa yrityksen kannattavuuden. Yrityksen johto määrittää itse, mitä vastuullisuus heidän yrityksessään on ja mitä vastuullisuudelta halutaan. Toimittajien ja sidosryhmien valinta pohjautuu hankintastrategiaan, minkä on luonut yrityksen johtoryhmä. Yrityksen mission ja vision pitää ilmentää yrityksen sitoutumista. Vastuullisuus ei ole ohi menevä trendi tai muoti-ilmiö, joten yrityksen suunnitelma vastuusta pitää olla pitkäjänteinen. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 17.) Monen yrityksen vastuullisuus perustuu hankinnan kautta toimittajavalintaan ja yrityksen sidosryhmiin, mikä luo pohjaa yrityksen tuonnille. Valtaosa tuotteista ja palveluista tuotetaan toimittajan yhteistyönä. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 124.) Vastuullisuus kuuluu menestyvän

yrittäjien liiketoimintaan, jotta yritys menestyy pitkällä aikataulilla. Vastuullinen yritys toimii kestäväällä tavalla ja täyttää myös sidosryhmien tavoitteet ja odotukset. Yrityksen on tärkeää toimia ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019.) Yrityksen lähtökohtana tulisi olla se, että lakeja ja säädöksiä noudatetaan. Tämä on jokaisen yritystoiminnan minimivaatimus. Nykypäivänä usein yritykset laativat itselleen tiukemmat eettiset standardit, kuin, mitä laki vaatisi. Tämä johtuu siitä, että yritys haluaa luoda mainetta itselleen. Yritykselle on tärkeämpää huomioida, miltä heidän toimintansa näyttää ulospäin. (Ratsula 2016, 68.)

Lakien ja säädösten noudattamiseen kuuluu ihmisoikeuksien kunnioittaminen, ympäristövaikutusten arviointi, yrityksen toiminnan avoimuus, valvonta sekä toiminnasta raportointi. Yrityksen toiminnan lisäksi nämä lait koskevat myös alihankintaketjuja ja muita yhteistyökumppaneita. (Kuluttajaliitto 2018.) Monissa kansallisissa ja ylikansallisissa yhteyksissä laaditaan johdonmukaista käyttäytymistä määrääviä lakeja ja määräyksiä, jotka määräävät seuraamuksen tai laittoman käyttäytymisen. Esimerkiksi ympäristövaikutusten osalta on olemassa määräyksiä, joissa asetetaan saastuttavien päästöjen vähentämiseen käytettävien järjestelmien kuten suodattimien, katalysaattoreiden ja muiden laitteiden käyttö, jotka kieltävät myrkyllisten ja terveydelle ja ympäristölle vaarallisten aineiden käytön. Lainsäädännöllä pyritään vastustamaan sosiaalisen polkumyynnin ja lapsityövoiman muotoja, jotka määräävät suojajärjestelmien asentamisen onnettomuuksien ehkäisemiseen työpaikalla tai hälytys- ja eristysjärjestelmissä. Nämä säännöt ovat pääasiassa ajankohtaisia, jotta vältetään sellaisten tapahtumien riski, jotka voivat aiheuttaa vahinkoa ihmisille tai ympäristölle tai jotka voivat aiheuttaa sosiaalisen epäoikeudenmukaisuuden tuotanto- ja logistiikkajärjestelmän suunnittelussa sekä prosesseissa ja käytännöissä, joita niihin voidaan soveltaa. (Belvedere & Grando 2017, 24.)

Yritysten vastuullisuus antaa yrityksille mahdollisuuden sisällyttää sosiaalisen ja ympäristöllisen sekä taloudellisen arvon luominen ydinstrategiaan ja toimintaan. Tämä parantaa liiketoimintariskien ja -mahdollisuuksien hallintaa samalla, kun parannetaan pitkän aikavälin sosiaalista ja ympäristöllistä kestävyttä. (Granfield School of Management 2019.) Kestävyys on sitä, että kykenee kestävästi taloudellisen kehityksen, varmistamaan energialähteet ja py-

symään tasaisella tuotantotasolla säilyttämällä luonnonvaroja ja olla aiheuttamatta vakavaa ekologista vahinkoa. Kestävyys liittyy yritysten sosiaaliseen vastuuseen, sillä sosiaalisesti vastuullinen yritys varmistaa, että sen vaikutus luonnolliseen ympäristöön on minimoitu. (Grant ym. 2013, 31.)

Kestävyys on yrityksen vastuu ympäristövaikutuksista liiketoiminnassa, ympäristössä ja yhteiskunnassa. Vaikutusten oikeanlainen hallinta johtaa kustannusten pienenemiseen, ulkosuhteiden parantumiseen ja parempaan riskienhallintaan. Kestävyys on myös yrityksen sosiaalisten, taloudellisten ja ympäristön mahdollisuuksien ja uhkien huomioon ottamista. Yrityksen tulee huomioida, että he toimivat laajassa kehyksessä monien eri sidosryhmien kanssa, mikä hyödyntää kestävyteen liittyviä mahdollisuuksia. Hyvien suhteiden rakentaminen ja kehittäminen sidosryhmiin on tärkeää. Se ei ainoastaan vaikuta riskienhallintamahdollisuuksiin, vaan tukee myös kehitystä ja antaa organisaatiolle kilpailuetua. (Deliotte 2019.)

Vastuullisesta liiketoiminnasta on monia kansainvälisiä toimintaohjeita ja sääntöjä, joiden mukaan yrityksiä ohjataan toimimaan. Toimintaohjeet sisältävät seuraavia teemoja: työ ja työelämän suhteet, ihmisoikeudet, yritystoimintaa koskevien tietojen ilmoittaminen, ympäristö, lahjonnan ja kiristyksen torjunta, kuluttajasuoja, kilpailu, verotus, tiede ja teknologia. Noudattamalla näitä toimintaohjeita yritys viestii sidosryhmilleen omista arvoistaan ja vastuullisista toiminta tavoistaan. (Ratsula 2016, 41—42.)

Lähes 60 prosenttia kuluttajista tekee ostopäätöksen brändin imagon pohjalta. Kuluttajat boikotoivat brändejä, joilla on huono kanta yhteiskunnallisesti tärkeisiin aiheisiin. He taas suosivat brändejä, joilla vastuullisuus näkyy toiminnassaan. (Edelman 2017.) Vastuullinen yritys huolehtii dialogin käymisestä omien sidosryhmiensä kanssa. Vuorovaikutteisessa keskustelussa selvitetään sidosryhmien odotukset yritystä kohtaan. Yrityksiltä odotetaan rohkeaa kantaa. Positiivisten asioiden lisäksi myös negatiivisista asioista täytyisi olla valmis puhumaan julkisesti. (Näkökulma 2018.)

### 3.1 Ympäristövastuu

Ympäristövastuu takaa ympäristön kestävyuden ympäristönsuojelulle ja sille, miten liiketoiminnan kokonaisvaikutukset vaikuttavat ympäristöön (Belvedere & Grando 2017). Vastuullisella yrityksellä tulee olla selvillä omat ympäristövaikutuksensa. Ympäristövastuullinen yritys noudattaa lainsäädäntöä, tunnistaa omat muutostarpeensa ja kehittää omaa toimintaansa jatkuvasti parempaan. Ympäristövastuu sisältää muun muassa jätteen kierrätyksen ja niiden vähentämisen, ilmastonmuutoksen torjunnan, vesistöjen, ilman ja maaperän suojelun, päästöjen vähentämisen ja vihreämpien ratkaisujen tarjoamisen. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019.) Ympäristöä turvaavat kestävät liiketoimintatavat eivät ainoastaan auta maapalloa, vaan ovat myös yleensä positiivinen taloudellinen ja julkinen vaikuttaja. Tämä on yksi vastuualue, joka yritysten tulee ottaa kokonaisuudessaan vastaan. (Argenti 2016, 76.)

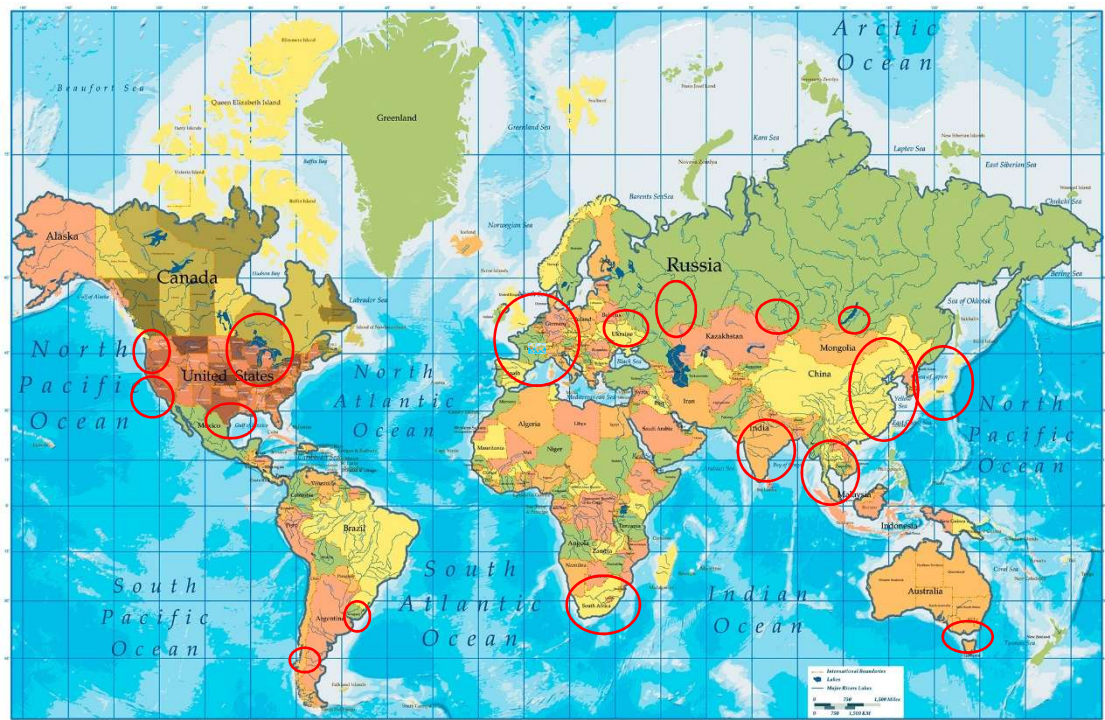
Monet yritykset käyttävät nykyään markkinointiapunaan Greenwashing termiä. Greenwashing viittaa yritysten käytäntöihin. Käytäntöjen mukaan yrityksen tuotteet tai toimintaperiaatteet toimivat ympäristöystävällisinä, joten asiakas saa heistä vastuullisen kuvan. Greenwashing sisältää vihreänmarkkinoinnin harhaanjohtavan käytön. Yrityksiä kannustetaan harjoittamaan Greenwashingia, mikä antaa niille mahdollisuuden hyötyä ympäristöystävällisyyteen liittyvistä myönteisistä suhteista ilman, että yritysten on investoitava resursseja ympäristöystävällisten tuotteiden ja prosessien kehittämiseen. (Argenti 2016, 83.)

Yrityksen vaikeimmat vastuullisuuskysymykset liittyvät globalisaatioon ja tuotannon siirtämisen kehitysmaihin, sillä näissä maissa työntekijät saavat alipalkkaa, veroa kierretään, työsuojelu ja ympäristösuojelu on puutteellista tai puuttuu kokonaan. (Kuluttajaliitto 2016.)

Suomalaisten ostamat vaatteet tuotetaan suurimmaksi osaksi ulkomailla. Globaalitalous on teollisuuden verkostoitumista maailmanlaajuiseksi. Yritysten toiminta siirretään yleensä halvempien tuotantokustannuksien maahan, jotta yrityksen kilpailukykyä saadaan nostettua. Vaateteollisuudessa tämä on yleistä, sillä vaatteita tuotetaan monessa organisaatiossa suurilla tuotanto-

määrillä. Yleensä vain pienet organisaatiot toimivat paikallisesti, jotta organisaatiolla olisi kilpailuetua. Silloin heidän tuotantoerät eivät ole suuria tai halpoja. (Cantell ym. 2017, 79.)

Tärkeimmät teollisuuden tiheimät sijoittuvat maapallon pohjoiselle puoliskolle. Tällaisia alueita ovat muun muassa Länsi- ja Keski- Eurooppa, Kalifornia, Ural, Kuznetsk, Peking, Taiwan, Japani, Suurten järvien alue ja Yhdysvaltain-tärrannikko.



Kuva 2. Teollisuuden keskittymät ja maapallon teollisuusvyöhyke (Cantell ym. 2017, 78)

Kuva 2 havainnollistaa vaateteollisuuden keskittymiä. Näiden keskittymien edellytyksiä Euroopassa ovat koulutettu työvoima, korkea tekninen kehitys, hyvät kuljetusyhteydet, suotuisa ilmasto, yhteismarkkinat. Yhdysvalloissa raaka-aineet, energia, hyvät liikenneyhteydet, koulutettu työvoima, korkea tekninen kehitys, pääoma, innovatiivinen ympäristö. Uralissa ja Kuznetskissa raaka-aineet, kuljetusyhteydet ja energia. Pekingissä suuret kotimarkkinat ja työvoima. Taiwanissa tekninen kehitys ja markkinat. Japanissa koulutettu työvoima sekä korkea tekninen kehitys. (Cantell ym. 2017, 78.)

Kehitysmaissa maailmankaupan rooli on yksipuolinen. Kehitysmaat lähinnä myyvät raaka-aineet, joita teollisuusmaissa jalostetaan. Raaka-aineiden myynnistä tuleva tulo on alhainen verrattuna valmiista tuotteista saataviin voittoihin.

Alhaiset tulot ovat osasy s kehitysmaiden velkaantumiseen. (Cantell ym. 2017, 81.) Näin ollen suuret organisaatiot pystyvät palkkaamaan väkeä tuotantoonsa alipalkoilla. Monikansallisten tekstiiliyrityksien tuotteiden halpa hinta perustuu siihen, että työntekijöiden palkat ovat pienet ja työskentelyolosuhteet huonot. Monikansalaisia yrityksiä ovat yritykset, jotka toimivat monessa eri maassa ja niiden omistus on eri maiden osakkeissa. (Cantell ym. 2017, 82.)

### **3.2 Taloudellinen vastuu**

Yritys pitää huolta omasta kilpailukyvyistä ja yrityksen kannattavuudesta. Näin yritys säilyttää hyvän asemansa pitkällä aikatahtimella. Yrityksen taloudellinen pohja on kaikista tärkein. Jos taloudellinen vastuu ei ole kunnossa niin yritys ei pysty huolehtimaan myöskään sosiaalisesta tai ympäristövastuusta. Yrityksen taloudelliset vaikeudet vaikuttavat myös yrityksen sidosryhmiin. Yrityksen täytyy pitää huoli siitä, että henkilöstölle maksetaan palkkaa, yhteiskunnalle veroja ja toimittajille tuloa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019.)

Taloudellisella vastuullisuudella osoitetaan liiketoiminnan taloudellisia toimintoja, jotka vaikuttavat yrityksen sidosryhmiin tai yrityksen omistajiin. Taloudelliseen vastuuseen sisältyy myös taloudellinen raportointi. Raportoinnin avulla yritys viestii asiakkailleen ja medialle maksamistaan veroista, työllistämisvaikeuksista ja muista tärkeistä taloudellisista asioista. Käytännössä taloudelliseen vastuuseen kuuluu taloudellisen lisäarvonjakautuminen, verotus ja ostajien osuus. Nämä asiat vaikuttavat pitkälti yrityksen työpaikkojen säilymiseen ja yhteiskunnalliseen hyvinvoinnin luomiseen. (Vastuullisuusraportti.fi 2016.)

### **Korruptio**

Lahjonta on yksi korruption muoto, mitä yhdenkään yrityksen ei tulisi ottaa vastaan. Rikoslain 30 luvun 7§ määrittelee lahjonnan ”oikeuttomaksi eduksi”. Lahjuksen ideana on, että se tarjotaan sellaisella periaatteella, että lahjuksen vastaanottaja suosisi lahjuksen antajaa. Lahjuksen voi antaa myös perheenjäsenelle tai sidosryhmälle, mutta sen tarkoituksena on vaikuttaminen sen oikean kohteeseen, eli päättäjään. (Ratsula 2016, 91.) Vastuullinen yritys ei pääätä sidosryhmiään tai yhteistyökumppaneitaan lahjuksien perusteella. Lahjonta täytyy osata sulkea pois vaihtoehdoista.



Maailmassa on paljon laitonta kauppaa. Esimerkiksi huumeiden ja aseiden laiton myyminen. Näiden kauppaaminen ei näy virallisissa tilastoissa. Epävirallinen rahansiirto välttää verotuksen, sekä tullimaksut. Tätä sanotaan harmaaksi taloudeksi. Rahanpesuksi kutsutaan tapaa, kun epävirallisia rahoja siirretään virallisille tileille. Maailmassa moni alue toimii suureksi osaksi rahanpesun avulla. Piratismi on merkkituotteiden väärentämistä ja tuotteiden kauppamista. Piraattituotteita voivat olla muun muassa kopioidut merkkituotteina myydyt vaatteet. Harmaata taloutta ja piratismia on kuitenkin vaikea valvoa, sillä siihen liittyy usein monenlaista rikosta. (Cantell ym. 2017, 83.)

### **Vastuullinen raportointi**

Vastuullisuusraportointi on vielä jossain maissa vapaaehtoista, mutta vuonna 2017 Suomessa tuli voimaan EU-direktiivi, jonka mukaan yli 500 henkeä työllistävät pörssiyritykset, pankit ja vakuutusyhtiöt ovat velvollisia raportoimaan yrityksen taloudellisen tiedon lisäksi myös sosiaalisesta ja ympäristövastuustaan (Kuluttajaliitto 2016).

On tärkeää tietää yrityksen taloudelliset prosessit kokonaan ja ymmärtää, miten jokainen vaihe päättyy yrityksen tilinpäätökseen. Taloudelliseen raportointiin kuuluu kirjanpitolain materiaalin ja sitä koskevan aineiston ilmoittaminen, todellisen tilinpäätöksen sisällön ja esittämisen julkistaminen, tilinpäätösstandardien ja laskentaperiaatteiden oikein käyttäminen ja taloudellisen suorittamisen julkistaminen. Yrityksen sisäinen valvonta on taloudellisen raportoinnin luotettavuuden lähde. Sellaisissa prosesseissa, missä taloudellista tietoa syntyy, täytyy olla sisäänrakennettu kontrolli. Tällaisia ovat muun muassa ostot, myynti, tuotanto, henkilöstö ja tietohallinto. (Ratsula 2016, 70.)

Myös veroraportointi kuuluu taloudelliseen raportointiin, vaikka siihen ei ole vielä laadittu kansainvälistä yhtenäistä ohjeistusta. Veroraportointiin on kuitenkin vireillä standardi ja EU-direktiivi, joka velvoittaisi suuryrityksiä julkaisemaan maakohtaisen veroraporttinsa. Raportti sisältäisi verostrategian, suunnittelun ja tunnusluvut. Olennaista on maakohtainen raportointi ja kuinka veroja maksetaan. Kiinnostavaa raportissa tulisi myös olemaan se, millaisista verolajeista jalanjälki syntyy ja kuinka suuri summa verokarhulle maksetaan. (Kurittu 2018, 117.)

Vastuullista toimintatapaa ohjaa yrityksen arvot, linjaukset ja periaatteet. Tämän vuoksi yrityksen eettiset toimintaperiaatteet ovat osa raportointia. GRI-standardi (Global Reporting Initiative) eli laajasti hyväksytyssä kansainvälisessä yritys vastuun raportointiohjeistossa on merkittynä kaksi kohtaa. Ensimmäisessä kohdassa kerrotaan, millaisia ohjeita tai määräyksiä yrityksessä on ja toisessa kohdassa kuvataan näiden periaatteiden noudattamisen rikkomuksen käytäntöjä. Esimerkiksi korruptiosta raportointi. Raportoituja eettisiä linjauksia tulisi noudattaa. Tästä syystä yrityksillä on käytännössä erilaisia tapoja niiden seurantaan ja väärinkäytöksen ilmoittamiseen. Usein yrityksillä on omilla nettisivuillaan lomake tai linkki, minkä kautta väärinkäyttöilmoituksen voi tehdä kuka tahansa. (Kurittu 2018, 90—92.)

Yrityksen hallinto on vastuussa vastuullisuuden linjauksista ja raportoinnista. Yritysvastuuraportin hyväksyy hallitus. Olennaisuusarvioinnissa tunnistetaan mikä on tärkeää. Raportissa kerrotaan vain tärkeät ja olennaiset asiat. Olennaisille asioille määritetään tunnusluvut, joilla asian kehittymistä pystytään seurata sekä raportissa kuvataan lisäksi, miten asiaa johdetaan ja mitkä ovat sen tavoitteet. (Kurittu 2018, 108.)

### **3.3 Sosiaalinen vastuu**

Sosiaalinen vastuu eli yritysten yhteiskuntavastuu on teoria, joka vakuuttaa, että yrityksillä on omistajuus arvon maksimoinnin lisäksi velvollisuus toimia yhteiskunnan eduksi. Kansainvälinen standardointijärjestö International Organization for Standardization (ISO) korostaa, että yrityksen kyky ylläpitää tasapainoa taloudellisen suorituskyvyn ja yhteiskunnallisten ja ympäristökysymysten noudattamisen välillä on kriittinen tekijä tehokkaassa ja vaikuttavassa toiminnassa. Tämä tarkoittaa, että yksityishenkilöillä ja yrityksillä on velvollisuus toimia ympäristön ja koko yhteiskunnan etujen mukaisesti. Tämän takia sosiaalista vastuuta, joka koskee liiketoimintaa, kutsutaan yhteiskuntavastuuksi. Yhteiskunnallisesti vastuullinen piirre on hyvä liiketoimintakäytäntö ja sen laiminlyönnillä voi olla haitallinen vaikutus yrityksen taseeseen. Sosiaalinen vastuu voi lisätä yrityksen moraalialia ja tämä koskee yritystä erityisesti silloin, kun yritys voi harjoittaa työntekijöitä yhteiskunnallisista syistä. (Investopedia 2019a.)



Kuva 3. Yrityksen sosiaalinen vastuu (What Are Corporate Social Responsibilities 2018)

Kuva 3 on apuna selventämään, mistä yritysten sosiaalinen vastuu muodostuu. Sosiaalinen vastuu on niitä vaikutuksia, joita yrityksen toiminnalla on eri yhteisöille. Yhteisöjä voivat olla esimerkiksi henkilöstö, asiakkaat ja toimittajat. Elinkeinoelämän keskusliitto (2019) mukaan sosiaalisen vastuun tavoitteena on:

- tarjota sidosryhmille asiantuntemusta
- antaa sidosryhmille oikeaa tietoa yrityksen toiminnasta
- selvittää eri sidosryhmien odotuksia yritystä kohtaan ja auttaa eri sidosryhmiä löytämään ratkaisuja eri näkökulmien yhteen sovittamiseen.

Ihmisoikeudet ovat tärkeä osa kansainvälistä oikeutta. Oikeuksista säädetään ihmisoikeussopimuksissa. Oikeuksiin kuuluu, että kaikki ihmiset syntyvät tasa-vertaisina ja vapaina. Sopimukset ovat kansainvälisiä valtioiden keskeisiä sopimuksia. Hyväksytyt sopimukset sitouttavat turvaamaan määritellyt oikeudet ja sopimuksien velvoitteet. Sopimuksen tehneen valtion tulee kunnioittaa, suojella ja edesauttaa ihmisoikeuksia. Valtion tulee myös huomioida omien kansalaisten perusvapauksia toiminnassaan. (Suomen YK-liitto 2019.)

Ihmisoikeuksien kunnioittaminen on mittava aihealue. Yrityksessä aihealueeseen kuuluu yrityksen työntekijöiden lisäksi yrityksen koko arvoketju eli asiakkaat, toimittajat ja muut mahdolliset yhteistyökumppanit. (Ratsula 2016, 146.) Suomessa on yleistä, että ihmisoikeusvaikutuksia syntyy tilanteissa, jotka ovat osallisena tuoteturvallisuutta, henkilöstön tai asiakkaan tasa-arvoista ja oikeudenmukaista kohtelua. Myös työpaikkahäirintä ja kiusaaminen on yleistä. Suomalaisilla yrityksillä, joilla on toimintaa ulkomailla, on myös riskinä ihmisoikeusvaikutuksia hankintaketjuissa tai tuotannossa kuten lapsityövoima. Riskien välttämiseksi on tärkeää suunnitella ja luoda toimintamallit, joita apuna käyttäen varmistetaan arvoketjun asianmukaisuus. (Ratsula 2016, 146—147.)

### **3.4 Vastuullisuuden tulevaisuus**

Vastuullisuuden tulevaisuus on koko ajan kasvussa. Yhä suurempi määrä yrityksistä on alkanut panostamaan yrityksensä vastuullisuuteen ja sen esille tuomiseen, sillä kuluttajille on tärkeää saada tietää tuotteen alkuperä. Moni yritys kehittää myös kestävämpiä vaatteita ja sitä, miten niitä voitaisiin tuottaa kestävämmiin sekä miettiä, miten nykyistä kulutusta pystyttäisiin vähentämään. Usein yritykset julistavat monia lupauksia, mutta todellisuudessa suuri osa niistä jää julistuksen tasolle. Isojen globaalien yritysten tulisi olla vastuullisuudessa edelläkävijöitä, jotta suurempia muutoksia saataisiin aikaseksi. Yritykset, jotka eivät välitä vastuullisuudestaan saavat julkisuudessa usein ikävän maineen, mikä johtaa asiakkaiden silmissä huonoon kuvaan ja leimaan.

Yrityksillä on uniikki rooli vastuullisuuden evoluutiossa. Yritykset luovat vastuullisuuden tulevaisuuden roolin, sillä heillä on suora yhteys johtajien ja tulosten päivittäisten päätöksiensä välillä. Yritysten luonne ja oikeudellinen rakenne mahdollistavat sellaisen infrastruktuurin tason, jota tarvitaan yhteydenpitoon sijoitusyhteisöjen ja eettisen liiketoimintaa koskevan käytännön suhteen. Yritykset alkavat kehittyä vastuullisuudelle, kun he sitoutuvat luomaan vastuullisia käytäntöjä teollisuuden ja kansallisen hallituksen tasolla. (The Responsible Business 2011, 261—262.)

Jotta yritys voi toimia tulevaisuudessa systemaattisesti vastuullisesti yrityksen täytyy rakentaa pohja yrityksen johdosta. Yrityksen tulee ottaa huomioon vastuullisen tulevaisuutta rakentaessa muun muassa nämä asiat:

vastuullisuus tulee ottaa esille yrityksen hallituksen kokouksissa, yrityksen johdon ja hallituksen tulee keskustella vastuullisuudesta ja muista heijastavista prosesseista, joissa määritellään globaalit vaatimukset, yritys raportoi edistymisestään vuosikertomuksissa, eikä erillisissä vastuuraporteissa, jotta voidaan edistää julkista vuoropuhelua, yrityksen tulee käydä noin neljä kertaa vuodessa kokouksia, jossa koulutetaan sijoittajia ja koko sijoitusyhteisö maanlaajuisista vaatimuksista ja yrityksen tulee myös työskennellä globaalilla tasolla, jotta voidaan kehittää liiketoimintakäytäntöjä omalla toimialalla. (The Responsible Business 2011, 262—263.)

### 3.5 Syyt toimia vastuullisesti

Yrityksen kannattaa toimia vastuullisesti säilyttääkseen kannattavuutensa ja kilpailuetunsa pitkällä aikatahtimella. Kestävyyteen keskittyvän lähestymistavan tärkeimmät edut Belvederen ja Grandon (2017) mukaan ovat:

- Taloudelliset tulot, jotka liittyvät liiketoimintakustannusten, hallinnollisten kustannusten ja sijoitetun pääoman alentamiseen sekä tuottojen kasvuun ja markkinoiden arvostukseen.
- Kuluttajaan liittyvät palkkiot, jotka lisäävät asiakastyytyvyyttä, markkinaosuutta ja yrityksen mainetta sekä kehittävät tuotekehitystä ja uuden liiketoiminnan kehittämistä.
- Prosessi-innovaatioon liittyvät toiminnalliset palkkiot, joilla pyritään lisäämään tuottavuutta ja käytettyjen resurssien tuottavuutta, vähentämään prosessiaikoja ja minimoimaan jätteitä.
- Organisaatiomaksut, jotka johtuvat työntekijöiden tyytyväisyyden lisääntymisestä, paremmista suhteista sidosryhmiin, riskien vähentämiseen ja sääntelyelinten interventioihin sekä organisatorisen oppimisen lisääntymiseen.

Yritys päättää itse toimivatko he vastuullisuuden edelläkävijänä. Yritysten odotetaan jo ennestään sitoutuvan vapaaehtoisiin aloitteisiin. Euroopan komissio määrittelee, että yritysvastuu on sitä, kun yritys toimii vastuullisesti ja ylittää lainsäädännön vaatimat edellytykset. Vastuullisuuden rima on nousemassa koko ajan korkeammalle.

Yrityksellä tulee olla pitkänaikavälin tähtäin ja kunnianhimo vastuullisuuteen. Tavoitetaso asetetaan korkealle ja yritys vastuulla haetaan edelläkävijyyttä. Yrityksen tulee ottaa riski sekä hyvässä, että pahassa. Ottamalla edelläkävijän roolin yritys altistuu erityistarkkailuun median ja muiden sidosryhmiensä edessä. Muut yritykset tulevat kulkemaan perässä. Vahvalla vastuullisuusvisiolla ja –brändillä yritys voi erottua edukseen kilpailussa. Etuja ovat maine ja vastuullinen työnantajakuva. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 46–47.)

Edelläkävijät	Perässä tulevat
<p>Plussat (+)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vastuullisuusagendan suunnannäyttävä</li> <li>- Kilpailuetu</li> <li>- Vastuullisuusriskien tunnistaminen</li> <li>- Organisaation oppiminen etunenässä</li> <li>- Kiinnostava työnantajakuva</li> <li>- Korkea brändiarvo</li> </ul>	<p>Plussat (+)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Edelläkävijöiden virheiden välttäminen</li> <li>- Riskien ennakointi ja hallinta</li> <li>- Parhaiden käytäntöjen hyödyllistäminen</li> <li>- Alemmat vastuullisuustyön kustannukset</li> </ul>
<p>Miinukset (-)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sidoryhmien ja median silmätikki</li> <li>- Oppiminen kantapään kautta</li> <li>- Kalliimmat vastuullisuustyön kustannukset</li> </ul>	<p>Miinukset (-)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ei erottaudu kilpailijoistaan</li> <li>- Vähäinen imago</li> </ul>

Taulukko 1. Vastuullisuuden edelläkävijät ja perässä tulevat (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 47.)

Tämä taulukko 1 kertoo vastuullisuuden edelläkävijöitten ja perässä tulijöitten plussista ja miinuksista yrityksissä. Edellä menevä yritys on vastuugendan suunnannäyttävä, kilpailussa edellä, tunnistaa vastuullisuusriskit, oppii organisaationa, toimii kiinnostavana työnantajana sekä luo itselleen korkean brändiarvon. Negatiivisia puolia tässä on sidoryhmien ja median silmätikkuna oleminen, virheiden kautta oppiminen ja kalliit kustannukset. Perässä tulevilla positiivisina asioina on edelläkävijöitten tekemien virheiden välttäminen, riskien ennakointi ja hallinta on helpompaa, he pystyvät hyödyntämään parhaimmaksi koetut menetelmät sekä saamaan alemmat kustannukset. Negatiivisia puolia ovat, että he eivät erotu joukosta ja heidän imagonsa on vähäistä. (Koipijärvi & Kuvaja 2017.)

### 3.6 Sidosryhmät tuonnissa

Suuri vastuullisuuteen vaikuttava tekijä tuonnissa on yrityksen sidosryhmät. Tuonnissa vaikuttavia tekijöitä ovat yrityksen sidosryhmien valinnat. Yrityksen vastuullisuuteen vaikuttaa se minkälaisen yhteistyökumppanin yritys valitsee. Esimerkiksi toimittajavalinnassa ja kuljetusyrityksessä on tärkeää valita kumppanikseen sellainen yritys, millä on vastuulliset arvot. Toimittajavalinnassa yritykseksi tulee valita yritys, joka ei tue lapsityövoimaa, huolehtii ympäristöstään, maksaa oikeudenmukaista palkkaa, huolehtii sosiaalisesta sekä taloudellisesta vastuustaan. Kuljetus- ja huolinta yritykseksi tulee valita yritys, joka seuraa myös virheitäarvoja. Eli huolehtii vastuullisesta taloudestaan, ei toimi korruption avulla, huolehtii omista päästöistään, kestävydestään sekä laillisista asioista.

Jokainen yritys määrittelee itselleen tärkeät sidosryhmät. On kuitenkin tahoja, jotka ovat olennaisia lähes jokaiselle yritykselle. Niihin kuuluvat muun muassa henkilöstö, sijoittajat, omistajat, asiakkaat, media, kansalaisjärjestöt, viranomaiset, toimittajat ja paikallisyhteisöt. Moni yritys ei pidä henkilöstöä sidosryhmänään, sillä he ajattelevat työntekijöiden olevan osa yritystä eikä toiminnan kohde. Yrityksen vastuullistytön tekevät työntekijät. Työntekijöiden täytyy voida uskoa siihen, mitä yritys tekee ja miten se toimii. Heidän on oltava osana kokonaisuutta ja tunnistaa oma paikkansa vastuullisuustavoitteiden saavuttamisessa. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 125.)

Sidosryhmät ovat tärkeitä yrityksen liiketoiminnalle, sillä niiden avulla yritys pystyy olemaan edes toiminnassa. Yrityksellä on tärkeä rooli valitessaan sidosryhmiä, sillä silloin yritys pystyy päättämään oman vastuullisuutensa. Mikäli yritys valitsee sidosryhmäkseen vastuullisen kumppanin niin yritys viestii, sillä pitävänsä vastuullisuutta tärkeänä ja odottaa sidosryhmiltään samaa.

## 4 SUOMEEN SAAPUVIEN VAATTEIDEN MAAHANTUONTI

Tuonti on tavara tai palvelu, joka tuodaan yhteen maahan toisesta maasta. Sana "tuonti" perustuu sanaan "satama", koska tavarat toimitetaan usein lai-

van kautta ulkomaille. Viennin rinnalla tuonti muodostaa kansainvälisen kaupan selkärangan. Jos maan tuonnin arvo ylittää viennin arvon maassa on negatiivinen kauppataaseen saldo (BOT), joka tunnetaan myös kaupan alijäämänä. (Investopedia 2018b.) Suomessa tuontia on tavarat ja palvelut, jotka tulevat EU:n ulkopuolelta. Maahantuontia Suomessa valvoo Tulli. Tuotavat tavarat tullataan ennen kuin niitä otetaan käyttöön. Suomessa Tulli ottaa tavoista tullausveron ja maksut, mitkä määrää tullinimike tullattavan tavararvon ja alkuperän pohjalta. Tulli on mukana monessa tuonnin vaiheessa. Tavararvon tilaamisessa tehdään turvatietoilmoitukset Tullille. Tavararvan saapumisvaiheessa tavara esitetään Tullille ja se varastoidaan. Tulli tekee tuontitullauksen, minkä jälkeen tehdään luovutus ja tullipäätös. Tämän jälkeen Tulli arkistoi tavararvan. (Tulli 2019a.)

Maat tuovat todennäköisimmin sellaisia tavararvoja tai palveluja, joita niiden kotimaiset yritykset eivät pysty tuottamaan yhtä tehokkaasti tai edullisesti, kuin viejämää. Maat voivat myös tuoda raaka-aineita tai hyödykkeitä, joita ei ole saatavilla kotimaassa. (Investopedia 2018b.)

Nelson (2009) mukaan tuonnissa tulee ottaa huomioon seuraavat asiat:

- Mitkä ovat oikeat seuraukset
- Onko tuotteelle valmiina markkinat
- Mikä on markkinoiden hinta
- Mikä on markkinavolyymi tuotteelle
- Kenellä on markkinaosuus ja mitä osuudet ovat
- Mikä on markkinoiden sijainti: mikä on sijainnin populaation koko
- Ketkä ovat tukkukauppiaita
- Millä tavalla ja kuinka mainontaa käytetään. Onko paikallisia mainostajia. Onko messuja
- Mitä jakelukanavia käytetään. Millä tasolla investointi on. Onko laitteistolle riittävä varastotila
- Ketkä ovat asiakkaita. Kuinka he elävät. Miten he valitsevat tuotteensa.
- Minkälaista palvelua odotetaan
- Mikä on kilpailutilanne

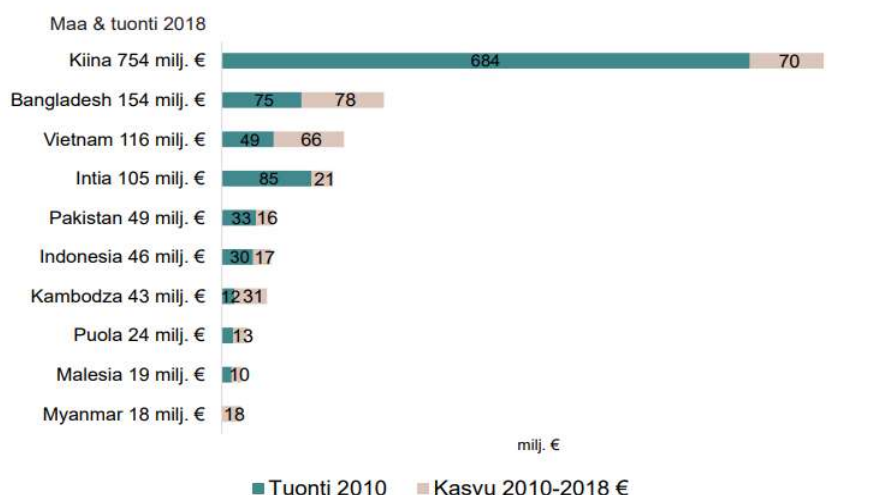
Tuontia työskentelevän henkilön on myös tunnettava yksityiskohtaisesti tuontiprosessi alusta loppuun. Henkilön tulee hallita tarvittavat asiakirjat, EU:n sisäisen ja ulkopuolisen tuonnin piirteet, käsittää miten globalisaatio ja digitalisaatio vaikuttavat kaupankäyntiin, hahmottaa asiakashallinta ja osata tilanteeseen sopivin kuljetusmuoto. (Logy 2014.)



#### 4.1 Vaatteiden tuonti

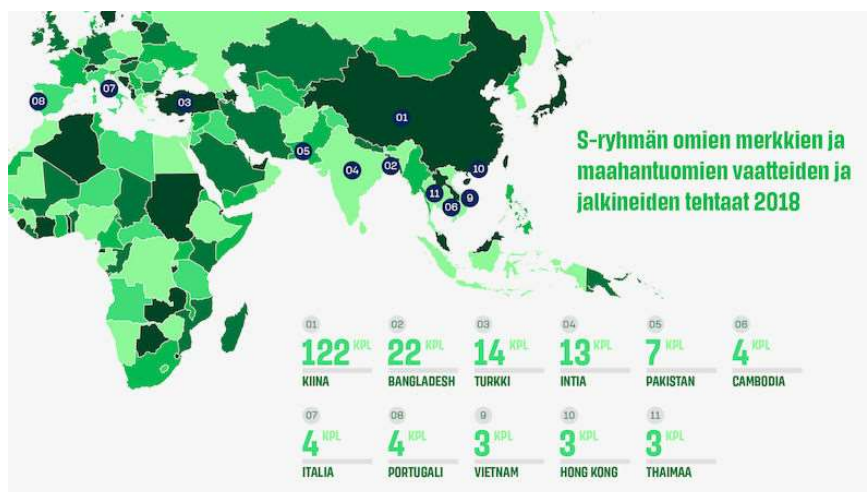
Kuten jo aiemmissa kappaleissa on tullut mainittua, suuri osa maailman tuonnista on tekstiilejä ja vaatteita. Tekstiili- ja vaateala on kehittynyt viimeisen 20 vuoden aikana huimasti. Tekstiiliä kulutetaan suuria määriä, joten niiden tuotanto ja tuonti on laajaa. Myös verkkokauppojen yleistymisen on lisännyt vaatteiden tuontia Suomessa. Suuri osa Suomeen tuotavista vaatteista tuodaan ulkomailta, sillä ne tuotetaan globaalisti. Kiina on tuontimaista suurin, sillä siellä tuottaminen on ollut kaikista halvinta. Kuva 4 kertoo vuonna 2018 Suomeen tuotujen tekstiilien määrää euroissa.

### Mistä maista tuonti kasvanut euromääräisesti eniten 2010-luvulla?



Kuva 4. Tuonnin kasvu (Vienti ja tuonti tekstiili ja muoti 2019)

Suurimpana tekstiilien tuontimaana on ollut Kiina tuonninarvolla 754 miljoonaa euroa. Seuraavana listalla on Bangladesh, jonka tuontiarvo on ollut 154 miljoonaa euroa ja Vietnam, jonka tuontiarvo on ollut 116 miljoonaa euroa. Näiden maiden rinnalle on myös nousseet muita Aasian maita, kuten Intia ja Indonesia. Suomessa Aasian maiden tuonti on kasvanut viimeisen 20 vuoden aikana ja eniten 2010-luvulla. Tilasto pohjautuu tuonnin Tullin ulkomaankauppatilastoihin. (Suomen Tekstiili ja Muoti 2019a,16.) Myös S-ryhmän julkaiseman tiedon mukaan heidän omia brändi ja maahantuontivaatteita tuodaan eniten Kiinasta, Bangladeshista ja muualta Aasiasta.



Kuva 5. S-ryhmän merkkien ja maahantuomitehtaiden sijainti (Vastuullinen hankinta 2018)

Kuva 5 havainnollistaa, että heillä on 122 vaatetehdasta Kiinassa, 22 tehdasta Bangladeshissa, 14 tehdasta Turkissa, 13 tehdasta Intiassa, 7 tehdasta Pakistanissa, 4 tehdasta Cambodiassa, 4 tehdasta Italiassa, 4 tehdasta Portugalissa, 3 tehdasta Vietnamissa, 3 tehdasta Hong Kongissa ja 3 tehdasta Thaimaassa. (S-ryhmä 2018.) Myös Tullin mukaan tuonti Kiinasta kasvoi neljä prosenttia ja kohosi arvoltaan 748 miljoonaan euroon. Vaatteiden tuonnin arvo nousi edeltävänä vuonna 1,4 miljardiin euroon, joka oli kolme prosenttia edellisvuotista suurempi. Tuonti Kiinasta kasvoi viisi prosenttia ja Kiinan osuus vaatetuonnin kokonaisuudesta oli yhteensä 39 prosenttia. Tullin mukaan tekstiilituotteiden tuonnin arvo nousi 585 miljoonaan euroon. (Tulli 2018b.)

## 4.2 Vaatteiden hankinta

Vaatteiden hankinnalle tavanomaista on pitkät ja monipuoliset hankintaketjut. Materiaali saattaa olla peräisin toisesta maasta, kuin missä itse tuote valmistetaan tai jatkojalostetaan. Vaatteen suunnittelu voidaan tehdä kotimaisesti, mutta sen kasaan ompelu ei. Hankinta vaikuttaa yrityksen johtoon, toimintaan, ylläpitoon ja kehittämiseen. Hankinta on strategista toimintaa, jonka päätehtävänä on pitää huolta siitä, että yrityksellä on käytettävissä tilanteeseen parhaimmat ulkopuoliset resurssit. Hankinta on myös yrityksen käyttäytymistä toimittajaa kohtaan. Hankintaan kuuluu yrityksen ulkopuolelta olevien resurssien ostaminen.

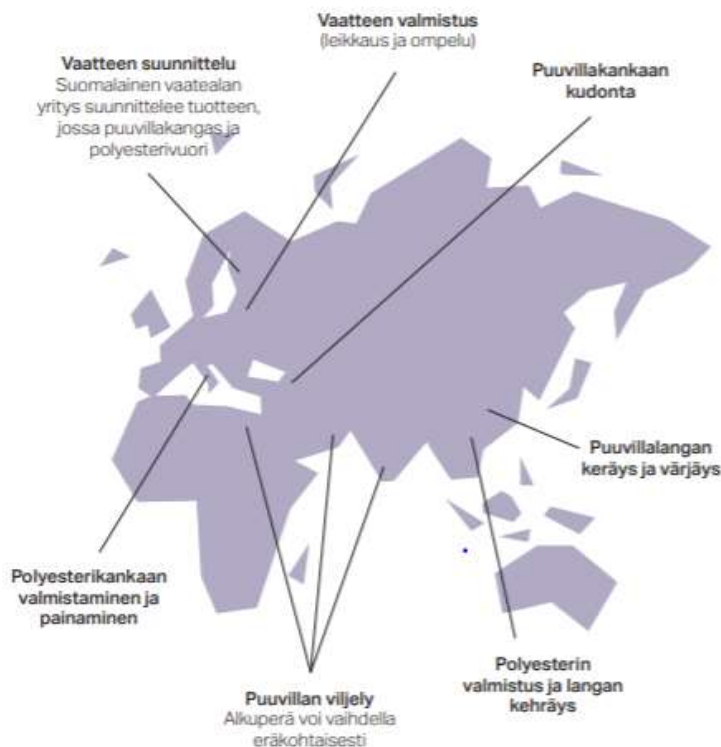
Hankinta tavoittelee hyödyntämään toimittajamarkkinoiden potentiaalin, jotta asiakkaan tarpeet saadaan täytettyä kokonaisetua katsovalla tavalla. Hankinta

tähtää yrityksen kokonaisuuteen. Tämän vuoksi hankintaan kuuluvia asioita tarkastellaan yrityksen johdon näkökulmasta.

Hankinnan perus ajattelumallin mukaan ostaminen määräytyy näiden kolmen peruskysymyksen pohjalle:

- Mitä tarvitaan
- Mistä sen saa
- Mitä se maksaa

Näiden kysymysten pohjalta ostaja valitsee yritykselleen sopivimman toimittajan. Kun tarve on tunnistettu kustannukset ovat aina ensimmäinen asia yrityksille, johon kiinnitetään huomio. Kustannukset eivät saa nousta liian suuriksi, jotta pysytään budjetissa. Toinen asia mitä mietitään, että mistä tuotetta saa. Yritys haluaa aina parasta mahdollista tuotetta, joten sen saatavuus on tarkistettava. Hyvät toimittajaehdokkaat täytyy osata erottaa huonoista. Kaikilla aloilla on yleensä tarpeeksi kilpailua, että tuotteen tai palvelun hinta on kohtuullaan. Järkevä toimittaja ei ylihinnotele tuotettaan liikaa, joten huonon kaupan tekeminen ei voi kuitenkaan saada yritystä konkurssiin. (Iloranta & Pajunen-Muhonen 2008, 66—68.)



Kuva 6. Globaali hankintaketju (Suomen Muoti ja Tekstiili 2018)

Kuva 6 kertoo Globaalisti hajautuneesta hankintaketjusta. Suomalaisten vaatealan yritysten liiketoiminta on moninaistunut ja sen takia suomalaiset yritykset ovat entistään kansainvälisesti aktiivisempia. Muun muassa vaateen kokoon ompelua vaatii useita eri työvaiheita, kuten kuitujen valmistus, langan valmistus, kankaan tuottaminen sen värjääminen. Informaation saaminen valmistusketjun kaikista vaiheista on vaikeaa ja vaatii hyvää pitkäjänteistä yhteistyötä kaikilta ketjun toimijoilta. Vaatteiden hankinnan kannalta suomalaiset yritykset ulkoistavat runsaasti tuotteita Virossa, joka vaikuttaa merkittävästi Viron tuontilukuihin. Esimerkiksi yritys hankkii tarvitseman kankaan Portugalista ja painattaa sen kuosin kankaaseen tähän erikoistuneella toimijalla Suomessa. Sen jälkeen yritys teettää vaatteet sidosryhmällään Virossa. Kuvasta 6 näkee, kuinka Suomessa toimiva yritys suunnittelee tuotteen. Tuotteen puuvilla viljellään esimerkiksi Intiassa, puuvilla kerätään Kiinassa, lanka valmistetaan Vietnaminassa, kangas kudotaan Italiassa ja vaatteet ommellaan Virossa. (Suomen Tekstiili ja Muoti 2018b.)

## **5 VASTUULLISUUTTA KOSKEVAN TIEDON KERÄÄMINEN VAA- TEALALLA**

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää vaatealan tuonnin vastuullisuuden haasteita ja sen paikkaa teorian ja empiirisen tutkimuksen pohjalta. Empiiriosiossa tutkimusosiossa käydään lävitse teemahaastattelujen avulla saatua tutkimusaineistoa, jotka syntyivät yritysten vastaamalla tutkimuskysymyksiin. Tutkimuskysymyksiä oli kolme pääkysymystä ja yhdessä kysymyksessä oli alakysymys. Kaikki haastateltavat yritykset vastasivat kysymyksiin laajasti ja kattavasti. Haastateltavia ammattilaisia oli vaatealan yrityksistä sekä vastuullisuuden asiantuntijoita. Haastateltuja ovat antaneet Eetti ry:n vastuullisuuden asiantuntija Maija Lumme syksyllä 2019, Suomen Tekstiili ja Muoti ry:n vastuullisuus ja kiertotalous asiantuntija Satumaija Mäki syksyllä 2019, S-ryhmän vastuullisuuspäällikkö Sanni Martikainen syksyllä 2019, M.A.S.I Company:n tuotekehitysjohtaja Petri Pelkonen syksyllä 2019, sekä yritys X ja yritys Y syksyllä 2019, ketkä halusivat tehdä haastattelun anonyymina. Tarkastelen myös kotimaista olemassa olevaa Eetti ry:n tuottamaa raporttia vaatealan brändien vastuullisuuden listaamisesta.

Teemahaastattelun valitsin suoritettavaksi sähköpostilla, jotta haastatteluun vastaamisen kynnys olisi mahdollisimman matala. Tutkimuskysymykset ovat tämän työn kannalta luontaisia. Teemat oli valittu teorian eri osiin pysyen kuitenkin haastateltavien oman asiantuntevuuden rajoissa. Tarkoituksena oli saada mahdollisimman laajoja vastauksia, joissa alan asiantuntija pystyy avaamaan mahdollisimman kattavasti omat mielipiteensä ja kokemuksensa.

## 5.1 Rank a brand

Eetti ry:n julkaisu ”Rank a brand” on hyvä tarkastelun kohde opinnäytetyölleni, sillä siinä käydään lävitse vaatealan brändien oleellisia vastuullisuuden asioita. Raportti on julkaistu vuoden 2019 huhtikuussa, joten julkaisu on ajan tasalla olevaa tietoa. Raportin on kirjoittanut Eetti ry:n vastuullisuuden asiantuntija Maija Lumme. Raportin päätarkoituksena on ollut listata Suomessa toimivien brändien vastuullisuutta ja verrata niitä kansainvälisiin vaatimuksiin. (Eetti 2019).

Yhä suurempi osa kuluttajista on kiinnostunut vaatteidensa alkuperästä. Tämän vuoksi moni yritys mainostaa toimivansa vastuullisesti, vaikka todellisuudessa näin ei ole. Kuluttajien vastuulle jää vastuullisuuden tarkastelu, joka on lähes mahdotonta. Eetin tuottamassa raportissa on kritisoitu vaatealan yrityksiä heidän vastuullisuudestaan. Vastuullisuuteen on liittynyt miten suomalaiset vaateyritykset ottavat huomioon yrityksen toiminnassaan ilmaston, ympäristön sekä ihmisoikeudet työntekijöillä.

Raportissa Eetti vertailee Suomalaisten vaateyritysten vastuullisuutta 1500:aan kansainväliseen vaatebrändiin. Tässä vertailussa on mukana 23 Suomessa toimivaa brändiä. Raportin mukaan Suomalaisista brändeistä yksikään ei pystynyt nousemaan parhaaseen A-kategoriaan ja yli puolet päätyivät alimpaan E-kategoriaan. Vaikka yritys olisi tehnyt vastuullisuustyötä niin sitoumuksista ja tuloksista ei olla osattu kertoa. Tässä raportissa arvioinnissa mukana olleilla yrityksillä on parantamisen varaa vastuullisuutensa kannalta. Rank a Brand -kriteeristö tarvitsee konkreettisia toimia sekä mittareita liittyen työolojen parantamiseen tai riittävien palkkojen edistämiseksi. Yrityksen tulisi myös olla avoin vastuullisuudestaan. Eetin raportin mukaan kaikilla 23 yrityksellä on vielä parantamisen tarvetta vastuullisuudessaan. (Eetti, 2019).

## 5.2 Teemahaastattelut ja haastateltavat asiantuntijat

Teemahaastattelut suoritettiin sähköpostihaastattelulla. Haastatteluiden tarkoituksena oli saada tietoa Suomessa toimivien vaatealan yritysten vastuullisuudesta yrityksen tuonissa sekä vastata tutkimusongelmaan. Ennen haastattelua yrityksille taustoitettiin opinnäytetyön aihe ja tavoitteet. Esittelyn yhteydessä lähetettiin liitteenä tutkimuskysymykset, jotka löytyvät myös liitteenä tämän työn lopusta (Liite 1). Jokainen haastatteluun suostunut yritys vastasi kysymyksiin kattavasti omasta näkökulmastaan. Tässä osiossa on esitelty jokaisen haastattelun tulokset alalukuina ja tiivistelmänä. Opinnäytetyössä haastattelut on kirjoitettu vain tiivistetysti. Haastatteluiden täydet vastaukset löytyvät liitteenä tämän työn lopusta (Liite 2).

### Haastateltavat asiantuntijat

Haastateltavina asiantuntijoina on vaatealan yritysten ammattilaisia sekä vastuullisuuden asiantuntijoita. Haastatteluun oli tarkoitus löytää sellaisia yrityksiä, jotka mainostavat vastuullisuuttaan omassa toiminnassaan. Haastateltavia lähestyttiin ensin puhelimitse tai sähköpostitse, minkä jälkeen sovimme sähköpostihaastattelun. Useampia yrityksiä lähestyttiin haastattelun merkeissä, mutta osa joutui kieltäytymään kiireiden tai liikesalaisuuksien takia. Haastatteluun suostuneet yritykset halusivat vastata kysymyksiin positiivisissa merkeissä. Haastatteluun vastasi yhteensä kuusi ammattilaista, jotka työskentelevät yrityksessään vastuullisuuden kanssa. Haastatteluun vastanneet yritykset omaavat verkkokaupan tai toimivat muuten globaalisti markkinoilla. Haastatteluista kaksi yritystä halusivat esittää vastauksensa anonyymina.

### Eetti ry

Eetti ry:n vastuullisuuden asiantuntija Maija Lumme kertoi haastattelussa Eettin puhuvan enemmän vastuullisen tuotannon puolesta, kuin vastuullisesta tuonnista. Lumme (2019) kertoi oman haastattelu näkökulmansa vastuullisen tuotannon puolesta. Lumme listasi vaatealan pääongelmiksi ihmisoikeudet sekä ympäristö- ja ilmastoasiat. Kenkä- ja vaatetuotantoon liittyy usein eniten ihmisoikeusriskejä. Esimerkiksi tarpeeksi suuria palkkoja ei makseta. Toinen ongelma on kohtuuttomat työajat, ammattiyhdistysoikeudet ja yritysten läpinäkyvyys. Eetti suosittelee kolmannen osapuolen valvontaa yritysten oman

valvonnan lisäksi. Lumme (2019) kertoo myös, että monella yrityksellä on edelleen paljon parantamisen varaa Suomessa vastuullisuuden suhteen. Suomalaisia yrityksiä ei voi pitää suomalaisuuden takia vastuullisena. Valtaosa Suomessa myytävistä vaatteista ja kengistä on tehty Aasiassa, missä yliopitkät työpäivät, vaaralliset työolot ja pienet palkat ovat vaate- ja kenkätehtaiden arkipäivää. Tämän vuoksi Lumme (2019) kertoo, että vastuullisuutta täytyy ehdottomasti lisätä yrityksiensä toiminnassa.

### **Suomen Tekstiili ja Muoti ry**

Suomen Tekstiili ja Muoti ry:n vastuullisuus ja kiertotalous asiantuntija Satu-maija Mäki kertoi haastattelussaan kattavasti näkökulmaansa vastuullisesta tuonnista. Mäki (2019) kertoi, että tekstiili- ja muotialan valmistusketjut ovat moniulotteisia ja globaalisti pirstaloituneita. Eli Raaka-aineen viljely, tuotanto sekä valmistus tapahtuvat kaikki eri paikoissa. Pitkissä toimitusketjuissa on monta toimijaa, joten vastuullisuuden toteuttaminen tarvitsee hyvän yhteistyön. Mäen (2019) mukaan tämä on myös huomioitava yrityksen tuonnissa, sillä tuotteen valmistuspaikka ei kerro tuotteen vastuullisuudesta. Tuonnissa pitkäaikaiset kumppanuudet sidosryhmien kanssa edesauttavat toimitusketjun toimijoiden keskinäistä tiedonvaihtoa ja ketjun läpinäkyvyyttä. Mäen mukaan tällaisia ovat muun muassa hankinta- ja yhteistyösopimuksiin liitettävät toimintaperiaatteet ja kriteerit sekä monitoroinnit ja auditoinnit, joilla tarkastellaan sopimuskumppanin tapaa toimia.

Mäki (2019) kertoo myös, että suomalaisille yrityksille vastuullisuus on tärkeää ja moni yritys työskentelee vapaaehtoisesti toimintatapojen edistämiseksi. Vastuullisuuden hallinta on helppoa, sillä suomalaisilla on hyvin rajallinen kumppaniverkosto. Vastuullisuusosaamisen ja -ajattelun tuominen osaksi hankinnan parissa työskentelevien henkilöiden päivittäistä toimintaa on erittäin tärkeää ja vaatii jatkuvaa alalla työskentelevien henkilöiden kouluttamista.

### **S-ryhmä**

S-ryhmän vastuullisuuspäällikkö Sanni Martikainen ilmaisi hankinnan vastuullisuudessa olennaista olevan, että toimittajavalinnassa ja yhteistyössä tavarantarjoajien ja palvelutoimittajien kanssa sovitaan etukäteen odotukset ja niiden noudattamista seurataan. Martikainen (2019) kertoo, että hankintasopimuksissa edellytetään kaikilta toimittajilta keskeisten työ- ja ihmisoikeuksien kunnioittamista

sekä tuotteiden jäljitettävyyttä raaka-aineiden alkuperään saakka. Vastuullisuus on heillä mukana hankintaprosessissa alusta saakka. Martikainen (2019) kertoo, että he tekevät paljon työtä hankkiessaan tuotteiden vastuullisen tuotannon varmistamisen. Martikainen kertoo myös, että he ovat määritelleet hankintasopimuksiin vastuullisuusodotukset ja ne koskevat kaikkia tavarantoimittajia. Sopimusvaatimusten lisäksi he seuraavat ja valvovat vastuullisuutta kolmannen osapuolen suorittamalla auditoineilla, jossa tarkistetaan muun muassa työolot, työajat, palkkaus, työehdot, olosuhteet ja johtamiskäytännöt. Mikäli auditoinnissa löytyy aukkoja, niiden korjaamiseksi tehdään suunnitelma ja uusinta-auditointi, jolla tarkastetaan, että puutteet on korjattu. S-ryhmä aikoo tehdä jatkossa töitä myös vastuullisuuden eteen.

### **Yritys X**

Yritys X:n Brand Manager Kaitemo (2019) kertoi haastattelussa, että heille vastuullinen tuonti käsittää kaikkia kohtia tuotantoketjussa aina raaka-aineiden hankinnasta, tuotteen elinkaaren päättymiseen. Heillä tuotteen suunnittelussa huomioidaan kuluttajien tarpeet, muotoilu ja design sekä pidetään mielessä tuotteen kestävyys. Heille on tärkeää, että maahantuovat vain tehtaista ja maista, jotka ovat sitoutuneet ja noudattavat heidän asettamia standardeja. Tämä sisältää eettisesti ja mahdollisimman paljon luontoa säästävästi hankittuja raaka-aineita, työntekijöiden olosuhteita sekä tuotannossa mahdollisimman paljon luontoa säästäviä menetelmiä. Yritys X tekee jatkuvasti töitä sen eteen, että vastuullisuutta lisättäisiin tulevaisuudessa. He hakevat jatkuvasti uusia vastuullisia mahdollisuuksia ja ovat sitoutuneet edistämään vaateteollisuutta kestävämmäksi.

### **Yritys Y**

Yritys Y:n Head of Operations Roman (2019) kertoi haastattelussa, että heillä ihmisen ja luonnon kunnioitus luovat pohjan kaikelle toiminnalle, joten heille on erittäin tärkeää, että kantavat vastuun ympäristöllisestä ja taloudellisesta jalanjäljestä. Roman (2019) mukaan kuljetusmuoto ja pakkaustapa vaikuttavat paljon sekä avainasemassa on myös varastoinnin minimointiaika. Jo ennen kuljetusta heillä on lukuisia asioita, joissa heidän täytyy ottaa huomioon vastuullisuus. Näitä ovat esimerkiksi tuotantoaikataulut eli inhimilliset työajat, ti-



lauksien jakaminen tasaisesti koko vuodelle tukeakseen tehdasta hiljaisina aikoina, jotta voidaan välttyä lomautuksista, tuotanto-olot sekä vastuulliset materiaalit.

Suurin osa heidän tuotteista valmistetaan Aasian maissa, joista etäisyys Suomeen on pitkä. Yritys on vähentänyt erityisesti lentokuljetuksia ja päässeet niissä alle yhden prosentin. Yritys Y kokeilee parhaillaan korkeapäästöisten lento- ja laivaliikenneyhteyksien sijaan junakuljetuksia. Roman (2019) kertoi, että heidän tuotteet pakataan kierrätettävään muovipussiin ja pussit pakataan kierrätettävään pahvilaatikkoon. Verkkokauppatilaukset pakataan mahdollisimman tiiviisti, jotta logistiikkapäästöt olisivat mahdollisimman vähäiset. Bluesign® auttaa heitä valvomaan alihankkijoiden käyttämiä materiaaleja ja lisäämään terveellisempien ja turvallisempien ainesosien käyttöä tuotteissaan. Heillä on pitkät jopa yli 40 vuotta kestäneet suhteet tehtaisiin, jossa tuotteita valmistetaan. Yrityksen tehtaiden työntekijät ovat osa heidän tiimiään ja he haluavat pitää heistä huolta. Yritys kuuluu kansainväliseen BSCI-järjestöön.

Yritys haluaa lisätä myös vastuullisuutta tuonnissaan. Heidän vaatteista vain pieni osa tulee tällä hetkellä junalla ja he pyrkivät kasvattamaan tätä määrää vähentääkseen laivaliikenteen aiheuttamia päästöjä. Samaan aikaan he etsivät parhaillaan Euroopasta valmistuspaikkoja vähentääkseen logistiikkapäästöjä merkittävästi.

### **M.A.S.I Company**

Yrityksen M.A.S.I Company:n tuotekehitysjohtaja Petri Pelkonen (2019) vastasi, että heillä puhutaan vastuullisesta hankinnasta, joka sisältää sisäisen ja ulkoisen hankinnan kaikki tekijät ja sen vaiheet. Heillä tehdään materiaali- ja tarvikehankinnat lähialueilta. Hankintaketju alkaa tuotekehityksestä, tuotesuunnittelusta, materiaalien ja toimittajien valinnoista, niiden arvioinneista, tuoteturvallisuudesta, ihmisten ja eläinten oikeuksista, eettisyydestä, ympäristövaikutuksista sekä lähialuetuotannosta. Pelkosen (2019) mukaan heillä jokainen tavarantoimittaja ja maahantuojat kirjoittaa sopimuksen, jossa toimija sitoutuu noudattamaan lainsäädäntöä, ihmisoikeuksia, huolehtimaan työntekijöidensä työoloista ja turvallisuudesta, maksamaan vähintään alan paikallista minimipalkkaa, käyttämättä lapsityövoimaa, sitoutua minimoimaan ympäristön

haittoja sekä kehittämään ympäristövastuullista toimintaa vaatimusten mukaisesti. M.A.S.I Company vaatii myös toimittajiaan allekirjoittamaan EU:n laatimaan REACH -sopimukseen kemikaalilainsäädännöstä, jonka tavoitteena on ihmisten turvallisuus. He pyrkivät myös itse vaikuttamaan vastuullisuuteen välittämällä lähialueelta tai Euroopasta toimivia toimijoita. Läheinen sijainti mahdollistaa omat auditoinnit ja seurannat toiminnan valvomiseksi. Läheinen sijainti on myös ekologisempaa kuljetusten kannalta. Tällä hetkellä heillä hankinnoista jo yli 90% tulee Euroopan sisältä, mutta tavoitteena on 100%. M.A.S.I Company kaihtaa myös pienten erien toimitusta, jotta ylimääräisiltä päästöiltä vältyttäisiin.

Pelkonen (2019) kertoo myös haastattelussa, että heillä pakkausmateriaaleissa on siirrytty ekologisempiin vaihtoehtoihin ja he pyrkivät minimoimaan pakkausmateriaalien ja -muovien käyttöä sekä omissa hankinnoissa, että tuotteiden toimituksissa sekä myös etsimään koko ajan uusia ekologisempia materiaaleja. Pelkonen (2019) kertoo myös, että he yrityksenä kiinnittävät paljon huomiota vastuullisuuteen ja vastuulliseen hankintaan, mutta haluavat silti parantaa toimintaa. He tekevät parhaillaan töitä läpinäkyvyyden ja jäljitettävyyden parissa, jotta tulevaisuudessa pystyvät varmistamaan toimintansa vastuullisuuden varmuuden.

## 6 TULOSTEN ANALYYSI

Tämä taulukko 2 kertoo yrityskohtaisesti, mitkä haastateltavat yritysten vastauksien pääasiat olivat, jotka nousivat pintaan haastatteluista.

Yritys	Yrityksen toimiala	Haastattelun huutoja	Haastattelun hyviä pääasioita vastuullisen tuonnin kannalta
Eetti ry	Kansalaisjärjestö eettisen kaupan puolesta	- Vastaukset ovat vastuullisen tuotannon puolesta - Tuonnin näkökulma jäi saamatta.	- Ilmasto- ja ympäristöasiat - Yritysten oman valvonnan lisäksi yleisesti suositellaan kolmannen osapuolen valvontaa

			- Yrityksillä on vieläkin paljon parantamisen varaa vastuullisuudessa
Suomen Muoti ja Tekstiili ry	Tekstiili-, vaate- ja muotialan yritysten järjestö		- Toimitusketjuissa on monta toimijaa, joten vastuullisuuden toteuttaminen vaatii kaikilta hyvää yhteistyötä - Tuontiyritysten on saatavilla useita vastuullista hankintaa edistäviä työkaluja
S-ryhmä	Omien brändien vaatteiden maahantuojat	- Vastauksia painotetaan hankintaan	- Yritys on määritellyt hankintasopimuksiinsa vastuullisuusodotukset yhteistyökumppaneilta, jotka koskevat kaikkia sidosryhmiä.
Yritys X	Alusvaatteiden verkkokauppa		- Vastuullinen tuonti sisältää kaikki portaat tuotantoketjussa - Myös pakkauksien koot ja materiaali on luonnonvarainen merkitys vaatteiden ohessa.
Yritys Y	Ulkoiluvaatteiden ja varusteiden valmistaja		- Kuljetusmuoto ja tuotteen pakkaustapa vaikuttavat vastuullisuuteen tonnissa, sekä tärkeä asia on myös varastoinnin minimointi-aika - Enemmän junan käyttöä, kuin lento- tai merirahdin. Tuotannot lähemmäs Suomea
M.A.S.I Company Oy	Vaatetusalan yritys	- Haastattelun vastaukset painottuivat eniten vain hankintaan	-Suosivat Suomea lähellä olevaa sijaintia -Huolehtivat auditoinnista - Haluavat parantaa vastuullisuuttaan

			- Huolehtivat, että toimittajat vastaavat heidän vaatimuksiaan
--	--	--	--

Taulukko 2. Haastattelujen pääasiat

Tämän opinnäytetyön haastateltavat asiantuntijat oli valittu työhön niin, että mukana haastatteluissa olisi vastuullisuuden asiantuntijoita sekä vaatealalla toimivia ammattilaisia, jotka ovat osana yrityksen tuontiprosessia. Haastateltavana oli vaatteiden ja tekstiilien vastuullisuuden asiantuntijoita, jotka toimivat kolmansina osapuolina sekä kehityspäällikköjä ja ostajia yrityksistä. Haastatteluissa haastavina koettiin ihmisoikeudet, ilmasto- ja ympäristöasiat sekä pitkät ja pirstaloituneet toimitusketjut. Vastuullisten toimintatapojen toteutuminen edellyttää hyvää yhteistyötä koko toimitusketjulta.

Jokaisella haastateltavalla oli selvästi oma näkemys asiaan, mutta nämä pääasiat nousivat esiin kaikilta, sillä ne loivat pohjan toiminnalle. Asiat olivat siis tärkeitä haastateltaville, mutta niiden täydellinen toteutus ja valvonta on haastavaa. Osalla haastateltavista oli mukana myös kolmansia osapuolia auditoidussa tilannetta ja auditoinnin tulokset olivat julkisesti esillä.

Haastatteluista tuli esille myös monia hyviä asioita, mitkä yritykset tekevät vastuullisuuden toteuttamisen eteen. Esimerkiksi Yritys Y halusi vähentää huomattavasti heidän lentoliikennettään tuonnissa. Haasteena kuitenkin koettiin etäisyys Suomeen ja sen takia yritys etsii parhaillaan Euroopasta valmistuspaikkoja vähentääkseen logistiikkapäästöjään merkittävästi. Myös yrityksen verkkokauppatilaukset pakataan mahdollisimman tiiviisti, jotta logistiikkapäästöt olisivat mahdollisimman vähäiset. Vastuullisuuden järjestöjen asiantuntijat kertoivat haastavaksi myös yrityksiä läpinäkyvyyden. Toiset yritykset tekevät ja kertovat enemmän vastuullisuustyöstään, mutta toiset vähemmän tai eivät ollenkaan. Yritysten läpinäkyvyydessä on siis huomattu suuria eroja. Vastuullisuusosaamisen ja sen ajattelu tulisi tuoda osaksi hankinnan ammattilaisten päivittäistä toimintaa. Suomen Muoti ja Tekstiili ry on työstänyt erilaisia työkaluja tähän yrityksille.

## 7 JOHTOPÄÄTÖS

Opinnäytetyössä tehdyistä haastatteluista ilmeni, että vastuullinen tuonti on laaja käsite, sillä kaikkien haastattelujen vastaukset olivat hyvin erilaisia ja toisistaan poikkeavia. Vastuulliseen tuontiin osattiin kuitenkin sisällyttää koko toimitusketju toimittajavalinnasta asti. Suomen Tekstiili ja Muoti ry:n vastuullisuuden asiantuntija Mäen (2019) mukaan vastuullinen tuonti vaatii koko toimitusketjulta hyvää ja tiivistä yhteistyötä, sillä tuotteen valmistuspaikka ei kerro tuotteen vastuullisuudesta. Suomalaisilla toimijoilla on myös rajallinen määrä sidosryhmiä, joten pitkä yhteistyö auttaa toimittajien läpinäkyvyyttä. Vastuulliseen tuontiin sisällytettiin toimittajavalinta, pitkäaikaiset kumppanuudet, raaka-aineet, sidosryhmät ja logistiset asiat. Kaitemon (2019) mukaan tuonnin vastuullisuuden kannalta tulee ajatella monta eri asiaa jo etukäteen. Tuotteen suunnittelussa pitää ottaa jo huomioon kuluttajien tarpeet, muotoilu ja design. Myös M.A.S.I Company:n tuotekehitysjohtajan Pelkosen (2019) mukaan vastuullisuuden ketju alkaa tuotekehityksestä, -suunnittelusta, materiaalien ja toimittajien valinnoista sekä arvioinneista, tuotteiden turvallisuudesta sekä tärkeimpänä ihmisten ja eläinten oikeuksista, eettisyydestä, ympäristövaikutuksista. Kuten luvussa 3.6 on kerrottu suurin vaikuttaja vastuullisuuteen, on yrityksen sidosryhmät. Mäen (2019) mukaan pitkissä toimitusketjuissa on monta toimijaa, joten vastuullisuuden toteuttaminen tarvitsee hyvän yhteistyön kaikkien toimijoitten kanssa.

Haastatteluista ilmeni myös, että suurimmalla osalla tuotantopaikat sijaitsevat Aasiassa. Moni halusi kuitenkin tulevaisuudessa, että tuotannot sijaitsisivat Euroopassa lähempänä Suomea, jotta logistiset päästöt ja kuormitukset pienenisivät. Luvussa 3.1 on toettu, että yrityksen vaikeimmat vastuullisuuskysymykset liittyvät globalisaatioon ja tuotannon kehitysmaissa, sillä kehitysmaissa työntekijät saavat alipalkkaa, veroa kierretään, työsuojelu ja ympäristösuojelu on puutteellista tai se jopa puuttuu kokonaan. Moni kertoi haastattelussa tuotannon siirtymisen Eurooppaan enemmän tärkeänä ympäristön, kuin eettisten ongelmien takia. Tuotteiden tuonti on hankalaa junakuljetuksien suhteen, sillä tuotteet tuodaan kaukaa ja aika on rajallinen. Myös merikuljetuksissa sääolosuhteet ja muut yrityksestä riippumattomat vaikuttajat voivat viivästyttää rahdin toimitusta määränpäähensä huomattavasti. Tämän vuoksi suuri kuljetusmuoto on lentorahti, mikä tuo eniten kuormitusta ympäristölle. Tuotannon siirtämisen

Eurooppaan toisi rautatiekuljetuksista mahdollisemman ajallisesti. Eurooppaan olisi myös mahdollista päästä useammin auditoimaan ja seuraamaan tuotantoa. Yritys Y:n Head of Operations:n Roman (2019) mukaan heidän tuotteet valmistetaan sosiaalisesti ja eettisesti hyväksyttävissä olosuhteissa, joissa toimialueiden lakeja ja alan ohjesääntöjä noudatetaan. Yritys Y kuuluu myös kansainväliseen BSCI-järjestöön ja heillä on kolmas osapuoli auditoimassa tilannetta. Lumpeen (2019) mukaan auditointia pitäisi tapahtua myös omassa yrityksessä, jotta auditoreita olisi useampi. Näin ollen voidaan todeta, että yrityksen vastuullisuuden kuuluisi myös useamman auditorin käyttäminen luottavuuden saavuttamiseksi.

Kuten luvussa 3.4 todetaan, vastuullisuuden tulevaisuus on koko ajan kasvussa. Yhä suurempi määrä yrityksistä on alkanut panostamaan yrityksensä vastuullisuuteen ja sen esille tuomiseen toiminnassaan. Myös Mäki (2019) kertoo haastattelussaan, että suomalaisille yrityksille vastuullisuus on tärkeää ja moni yritys työskentelee vapaaehtoisesti toimintatapojen edistämiseksi. Myös haastatteluista ilmeni, että jokainen yritys oli innokkaana tekemään enemmän vastuullisuutensa eteen tulevaisuudessa. Moni koki tekevänsä jo paljon, mutta halusivat silti parantaa toimintaansa.

Nämä tutkimustulokset voidaan todeta luotettaviksi ja todenmukaisiksi. Tulokset pohjautuvat aineistoon ja työn empiriaan. Tuloksiin tulee kuitenkin suhtautua kriittisesti, sillä haastateltavia yrityksiä oli vain 6 kappaletta ja haastattelun aihe oli arka yrityksen imagolle. Haastateltavat olivat myös eri toimialan tekijöitä. Tulokset vastasivat tutkimuskysymyksiin tai osaan niistä. Kaikki haastatellut olivat oman alansa asiantuntijoita, joten vastaukset muokkautuivat myös sen pohjalta. Jatkoa ajatellen työstä voisi valita vain Aasiaa koskevien tuontiyrityksien vastuullisuutta tai aiheen rajaamista vain ilmasto- tai eettisyysasioihin. Näin voitaisiin saada tarkempia vastauksia aiheesta.

## 8 YHTEENVETO JA POHDINTA

Aloitin opinnäytetyöni huhtikuussa 2019. Tavoitteenani oli saada se valmiiksi lokakuussa 2019 mennessä, jolloin aikatauluni pysyisi todenmukaisena valmistumisesta. Aikatauluni on pysynyt hyvin määrittelemissäni rajoissa. Teoriaosuuden sain päätökseen kesäkuun alussa 2019, minkä jälkeen aloitin empiriaosuuden elokuun 2019 alussa. Opinnäytetyöni on edennyt osissa eteenpäin, mutta silti korjauksia on pitänyt tehdä aina lisää työn edetessä, sillä jotain teoriasta on pitänyt muokata uudelleen.

Opinnäytetyön tavoitteena oli vastuullisen tuonnin määrittäminen ja sen statuksen selvittäminen Suomessa toimivilla vaateyrityksillä. Tavoitteet saatiin saavutettua, sillä mielestäni yritykset kertoivat avoimesti heidän näkökulmistaan ja miten vastuullisuuden tuonnissa suhtaudutaan heidän yrityksissään. Vastauksia tavoitteisiin saatiin erinäkökulmista eri asiantuntijoilta. Yhteiset tulokset määriteltiin yksityiskohtaisesti. Vastuulliseen tuontiin sisällytettiin mm tehtaiden sijainti, auditoiminen ja valvominen, pakkausmateriaalit, tuotteen kestävyys, logistiikka, pienten kuljetuserien välttäminen, hyvät yhteistyöt sidosryhmien kanssa, kierrätys, jatkuva kehittäminen, ihmisoikeuksien ja luonnon kunnioitus. Koko opinnäytetyön aikana eteeni on tullut niin onnistumisia, kuin ohilaukauksia. Aiheen arkuuden vuoksi haastattelujen saaminen tuotti aluksi vaikeuksia, mutta oikeiden kontaktien ja ihmisten avulla haastattelut saatiin toteutettua. Teoriaosuudessa sain koottua aiheelle tärkeää ja ajankohdasta tekstiä sekä hyödynsin kansainvälisiä lähteitä.

Opinnäytetyön onnistumisesta huolimatta olen kriittinen haastattelujen tuloksista. Tarkkaa luotettavuutta tuloksiin on vaikea saada, sillä se pitäisi pystyä todistamaan yritysten toimintaa konkreettisesti seuraten. Aihe on arka ja sen välttäminen tuo yrityksille huonoa imagoa, mikä vaikuttaa yritysten kilpailukykyyn, joten vastauksia on helppo kiillottaa. Myös haastattelujen toteuttamisen ajankohta oli kiireinen, sillä moni oli juuri palannut takaisin kesälomalta. Haastatteluja olisi myös voinut saada enemmän, jotta tulokset voisivat olla vielä luotettavampia. Näkökulmia on monta, mutta niiden laajempi saatavuus olisi ollut parempi, sillä työn tulokset pohjautuvat haastatteluihin.

Teemahaastatteluita tehdessä oli innostavaa huomata, miten yritykset reagoivat opinnäytetyön aiheeseen. Vaikka aikaa ei löytynyt kaikilta haastatteluun niin moni piti aihetta tärkeänä ja ajankohtaisena. Myös haastatteluihin osallistuneet asiantuntijat olivat kannustavia. Itselleni aihe oli myös tärkeä ja mielenkiintoinen, mutta sen vaativuus loi paineita. Opinnäytetyön aikana opin paljon lisää aiheesta sekä omasta opiskelutavastani. Aiheeseen liittyvät asiat jäävät mieleeni tulevaisuuden varalle sekä opinnäytetyöni tulee olemaan saatavilla aiheesta kiinnostuneille. Työn aikana sain kokea myös ammatillista kasvua sekä saada opintoni päätökseen.

Opinnäytetyön vuoksi vastuullista tuontia on hahmotettu ja määritelty paremmin. Aiheeseen liittyviä opinnäytetöitä on tehty aikaisemmin, mutta ei tuontiin liittyvää. Vastuullisuus on tulevaisuudessa aina tärkeämpää, sillä ilmastonmuutoksen uhka ja väestön ylikasvu kuormittavat maapalloamme. Opinnäytetyön jatkon kannalta olisi hyvä keskittyä vain yhteen osa-alueeseen vastuullisuudessa, kuten yrityksien ilmastonmuutoksen ehkäisyyn.



## LÄHTEET

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Argenti, P. 2016. Corporate Responsibility. Los Angeles: Sage.

Arter. 2019. Ympäristöjärjestelmän rakentaminen. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.arter.fi/qf-koulutukset/ymparistojohtamisjarjestelman-iso-140012015-rakentaminen/> [viitattu 5.5.2019].

Belvedere, V., Grando, A. 2017. Sustainable Operations and Supply Chain Management. West Sussex: Wiley.

Cantell, H., Jutila, H., Kolehmainen, J., Lappalainen, S., Sorvali, M. Geos 3. Yhteinen maailma. Helsinki: Sanoma Pro.

Deloitte. 2019. Sustainability and Corporate Social Responsibility. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www2.deloitte.com/ru/en/pages/risk/solutions/sustainability-and-csr.html> [viitattu 12.4.2019].

Edelman. 2017. Earned Brand Study. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2017-edelman-earned-brand> [viitattu 4.4.2019].

Eetti. 2019. Rank a brand. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://eetti.fi/wp-content/uploads/2019/04/Eetti\\_Rank\\_a\\_Brand\\_4\\_2019.pdf](https://eetti.fi/wp-content/uploads/2019/04/Eetti_Rank_a_Brand_4_2019.pdf) [viitattu 21.8.2019].

Eetti. 2014. Vastuullisia vaatteita. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://eetti.fi/vastuullisia-vaatteita/vaatealan-eettiset-ongelmat> [viitattu 11.5.2019].

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2019. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/> [viitattu 4.4.2019].

- Global Reporting Initiative. Introduction to the GRI Standards.PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/2018/GSIP%20Webinar%201%20Introduction%20to%20the%20GRI%20Standards.pdf> [viitattu 18.4.2019].
- Granfield School of Management. 2019. Corporate Social Responsibility and Sustainability WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.som.cranfield.ac.uk/som/p16919/Knowledge-Interchange/Management-Themes/Corporate-Responsibility-and-Sustainability> [viitattu 12.4.2019].
- Grant, D., Trautrim, A., Wong, C., 2013. Sustainable Logistics and Supply Chain Management. Great Britain: KoganPage.
- Iloranta, K., Pajunen-Muhonen, H. 2008. Hankintojen johtaminen. Helsinki: Tietosanoma.
- Investopedia. 2019a. Social Responsibility. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp> [viitattu 22.4.2019].
- Investopedia. 2018b. Import Definition. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.investopedia.com/terms/i/import.asp> [viitattu 26.4.2019].
- Justin Catanoso. 2016. UN's Ban Ki-moon: This is no Plan B because there is no planet B. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.justincatanoso.com/2015/12/07/uns-ban-ki-moon-this-is-no-plan-b-because-there-is-no-planet-b/> [viitattu 26.4.2019].
- Kaitemo, A. 2019. Brand Manager. Haastattelu 29.8.2019. Yritys X.
- Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Suomen Yliopistopaino Oy.
- Koipijärvi, T., Kuvaja, S. 2017. Yritysvastuu johtamisen uusi normaali. Helsinki: Kauppakamari.

Kuluttajaliitto, 2018. Yhteiskuntavastuu. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/turvallisuus-ja-riskit/yhteiskuntavastuu/> [viitattu 4.4.2019].

Kurittu, K. 2018. Yritysvastuuraportointi. Helsinki: Alma.

Logy. 2014. Tuonti- ja vientikaupan perusteet. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.logy.fi/tapahtumat/tapahtuma/tuonti-ja-vientikaupan-perusteet.html> [viitattu 5.5.2019].

Lumme, M. 2019. Vastuullisuusasiantuntija. Haastattelu 15.8.2019. Eetti ry.

Martikainen, S. 2019. Vastuullisuuspäällikkö. Haastattelu 26.8.2019. S-ryhmä.

Mäki, S. 2019. Vastuullisuus ja kiertotalous. Haastattelu 23.8.2019. Suomen Muoti ja Tekstiili ry.

Nelson, C. 2009. Import Export. New York: Mc Graw Hill.

Näkökulma. 2018. Vastuullisuus ei ole enää yrityksille valinta – se on välttämättömyys. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://viestijat.fi/vastuullisuus-ei-ole-ena-yrityksille-valinta-se-valttamattomyys/> [viitattu 4.4.2019].

Pelkonen, P. 2019. Tuotekehitysjohtaja. Haastattelu 13.9.2019. M.A.S.I Company.

Ratsula, N., 2016. Compliance eettinen vastuullinen liiketoiminta. Helsinki: Talentum pro.

Roman, L. Head of Operations. Haastattelu 30.8.2019. Yritys Y.

Sanford, C., 2011. The Responsible Business. San Francisco: A Wiley imprint.

S-ryhmä.2018. Vastuullinen hankinta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/vastuullinen-hankinta/> [viitattu 18.9.2019].

Suomen Tekstiili ja Muoti. 2019a. Tekstiilin ja muodin tavaravienti ja tuonti. PDF- dokumentti. Saatavissa: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/stjm/uploads/20190520172045/VIENTI-JA-TUONTI-tekstiili-ja-muoti-koonti-20.5.2019.pdf> [viitattu 12.8.2019].

Suomen Tekstiili ja Muoti. 2018b. Kohti tekstiili ja muotialan kestävää kasvua. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/stjm/uploads/20181018125258/Tilastojulkaisu-Kohti-kestavaa-kasvua-verkko.pdf> [viitattu 25.9.2019].

Suomen YK-liitto. 2019. Ihmisoikeudet. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.ykliitto.fi/yk-teemat/ihmisoikeudet> [viitattu 25.4.2019].

Tulli. 2019a. Tuonti. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://tulli.fi/yritysasiakkaat/tuonti> [viitattu 25.5.2019].

Tulli. 2018b. Suomen tevanake-kauppa. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://tulli.fi/documents/2912305/3436465/Suomen+tevanake-kauppa+vuonna+2017/fc22ad3a-7e09-48ba-bc42-b7f3b2fdcf16/Suomen+tevanake-kauppa+vuonna+2017.pdf?version=1.0> [viitattu 18.9.2019].

Vastuullisuusraportti.fi. 2016. Taloudellinen vastuu ja siitä raportointi. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://vastuullisuusraportti.fi/2016/02/18/taloudellinen-vastuu-ja-siita-raportointi/> [viitattu 25.5.2019].

## **Tutkimuskysymykset**

### **Vastuullinen tuonti vaatealalla**

1. Miten yritys hahmottaa käsitteen vastuullinen tuonti tai miten te hahmotatte käsitteen vastuullinen tuonti?
2. Miten vastuullisuus näkyy teidän yrityksessä tuonnin kohdalla tai miten hyvin vastuullisuus näkyy Suomen vaatealan yrityksissä?
3. Pitäisikö vastuullisuutta lisätä yrityksen tuonnissa tai pitäisikö vastuullisuutta lisätä vaatealan tuonnissa?
  - o Jos ei, niin miksi ei.

## Haastattelujen vastaukset

### Lumme Maija, Eetti Ry

#### 1. Miten te hahmotatte käsitteen vastuullinen tuonti?

Eettisen kaupan puolesta ry puhuu vastuullisesta tuotannosta, jonka pitäisi kattaa niin ihmisoikeudet, kuin ympäristö- ja ilmastokysymyksetkin. Kenkä- ja vaatetuotantoon liittyy useita ihmisoikeusriskejä. Yksi suurimmista ongelmista on, että monissa tuotantomaissa työntekijöiden palkat eivät riitä elämiseen, vaikka he saisivatkin laissa määritellyn minimipalkan. Näin saattaa olla ns. kehitysmaiden lisäksi myös joissain Euroopan maissa.

Elämiseen riittävällä palkalla tarkoitetaan palkkaa, jolla työntekijä pystyy hankkimaan itselleen ja perheelleen ihmisarvoisen elintason. Tällainen palkka riittää tyydyttämään perheen perustarpeet, kuten riittävän ravinnon, asumisen, terveydenhuollon, vaatetuksen, liikkumisen ja lasten koulutuksen. Lisäksi se mahdollistaa pienimuotoisen säästämisen. Elämiseen riittävästä palkasta on erilaisia laskelmia, kuten esimerkiksi Asia Floor Wagen laskelma.

Muita ongelmia ovat kohtuuttomat työajat, ammattiyhdistysoikeudet ja läpinäkyvyys. Eettisen kaupan puolesta ry:n verkkosivuille on koottu vaatetuotannon ongelmia melko kattavasti ihmisoikeuksien näkökulmasta. Vastuullinen tuotanto ottaa nämä huomioon, minimoi riskejä ja parantaa jatkuvasti. Yritysten oman valvonnan lisäksi yleisesti suositellaan kolmannen osapuolen valvontaa.

#### 2. Miten hyvin vastuullisuus näkyy Suomen vaatealan yrityksissä?

Eettisen kaupan puolesta ry julkaisi viime keväänä selvityksen 23 suomalaisbrändin vastuullisuudesta ja raportin johtopäätös on, että kaikilla arvioinnissa mukana olleilla yrityksillä on edelleen paljon parantamisen varaa vastuullisuuden osalta. Erityisesti riskimaissa vastuullinen tuotanto edellyttää tiukoja toimia ja mittareita työolojen parantamiseksi ja elämiseen riittävien palkkojen varmistamiseksi. Suomalaisia yrityksiä ei voi suomalaisuuden perusteella pitää vastuullisina tai vastuuttomina. Toiset yritykset tekevät ja kertovat

enemmän vastuullisuustyöstään, toiset vähemmän. Yritysten läpinäkyvyydessä on myös valtavia eroja.

### 3. Pitäisikö vastuullisuutta lisätä vaatealan tuonnissa?

Valtaosa Suomessa myytävistä vaatteista ja kengistä on tehty globaalissa etelässä, erityisesti Aasiassa, missä ylipitkät työpäivät, vaaralliset työolot ja nälkäpalkat ovat vaate- ja kenkätehtaiden arkipäivää. Näiden epäkohtien takia vastuullisuutta pitää ehdottomasti lisätä.

## **Mäki Satumaija, Suomen tekstiili ja muoti**

### 1. Miten te hahmotatte käsitteen vastuullinen tuonti?

Tekstiili- ja muotialan valmistusketjut ovat tyypillisesti moniulotteisia ja globaalisti pirstaloituneita. Raaka-aineen viljely ja tuotanto, langan ja kankaan valmistus ja vaateen ompelu saattavat kaikki tapahtua eri paikoissa. Pitkissä toimitusketjuissa on monta toimijaa, joten vastuullisten toimintatapojen toteutuminen vaatii hyvää yhteistyötä läpi koko toimitusketjun. Tämä on myös huomioitava tuonnissa, sillä tuotteen valmistuspaikka ei vielä kerro koko ketjusta tai tuotteen vastuullisuudesta. Tuonnissa pitkäaikaiset kumppanuudet edesauttavat toimitusketjun toimijoiden keskinäistä tiedonvaihtoa ja ketjun läpinäkyvyyttä. Tuontiyritysten käytettävissä on myös useita vastuullista hankintaa edistäviä työkaluja. Tällaisia ovat muun muassa hankinta- ja yhteistyösopimuksiin liitettävät toimintaperiaatteet ja kriteerit sekä monitoroinnit ja auditoinnit, joilla tarkastellaan sopimuskumppanin tapaa toimia.

### 2. Miten hyvin vastuullisuus näkyy Suomen vaatealan yrityksissä?

Suomalaisille tekstiili- ja muotialan yrityksille vastuullisuus on tärkeää ja yritykset työskentelevät vapaaehtoisesti vastuullisten toimintatapojen edistämiseksi. Suomalaiset vaatealan yritykset ovat myös tavallisesti melko pieniä ja heillä on hyvin rajallinen kumppaniverkosto, jolloin vastuullisuuden hallinta on helpompaa.

### 3. Pitäisikö vastuullisuutta lisätä vaatealan tuonnissa?

Vastuullisuusosaamisen ja -ajattelun tuominen osaksi hankinnan parissa työskentelevien henkilöiden päivittäistä toimintaa on ensiarvoisen tärkeää ja vaatii jatkuvaa alalla työskentelevien henkilöiden kouluttamista. Suomen Tekstiili & Muoti ry on kehittänyt alan yrityksille yksinkertaisia työkaluja yhteistyökumppaneiden sosiaalisen vastuun seurantaan. Lisäksi opastamme ja koulutamme alan yrityksiä pitkiin tuotantoketjuihin liittyvissä vastuullisuuskysymyksissä.

### **Martikainen Sanni, S-ryhmä**

#### 1. Miten yritys hahmottaa käsitteen vastuullinen tuonti?

Hankinnan vastuullisuudessa on olennaista, että toimittajavalinnassa ja yhteistyössä tavarantoimittajien kanssa sovitaan odotukset ja niiden noudattamista seurataan. Hankintasopimuksissamme edellytämme kaikilta toimittajiltamme keskeisten työ- ja ihmisoikeuksien kunnioittamista sekä tuotteiden jäljitettävyyttä raaka-aineiden alkuperään saakka.

#### 2. Miten vastuullisuus näkyy teidän yrityksessä tuonnin kohdalla?

Vastuullisuus on mukana hankintaprosessissa alusta saakka. Teemme paljon työtä taustalla hankkimiemme tuotteiden vastuullisen tuotannon varmistamiseksi.

Olemme määritelleet hankintasopimukseen vastuullisuusodotuksemme ja ne koskevat kaikkia tavarantoimittajiamme. Sopimusliitteemme, josta vastuullisuusvaatimukset on kuvattu, löytyvät täältä: <https://s-ryhma.fi/yrityksille/tavarantoimittajille/odotuksemme-ja-yhteystietomme> --> ks. "laatuvaatimukset".

Sopimusvaatimusten lisäksi seuraamme ja valvomme omien merkkiemme (esim. Rainbow, X-tra, House, Ciraf) tuotannon vastuullisuutta niin sanottujen korkean riskin tuotteiden, raaka-aineiden tai valmistuspaikkojen osalta. Eli jos tuote valmistetaan ns. riskimaassa <https://www.amfori.org/resource/countries-risk-classification>, niin sen valmistavalle tehtaalle tehdään riippumaton, kolmannen osapuolen valvojan suorittama auditointi, jossa tarkistetaan muun muassa työolot, työajat, palkkaus, työehdot, olosuhteet, johtamiskäytännöt jne. Mikäli auditoinnissa löytyy puutteita, niiden korjaamiseksi tehdään suunnit-



telma ja uusinta-auditointi, jolla tarkastetaan, että puutteet on korjattu. Auditoinneista ja tuloksista lisätietoa täällä: <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/vuosikatsaus/ihmisoikeudet#Auditoinnit> .

Tietyille korkean riskin raaka-aineille olemme asettaneet vaatimuksen, että omien merkkien tuotteissa raaka-aineen tulee olla vastuullisuussertifioitua. Tällaisia ovat mm kahvi, tee, kaakao ja palmuöljy. Vastikään linjasimme, että omien merkkiemme tekstiilituotteissa tulee vuoteen 2025 käyttää vain vastuullisesti tuotettua puuvillaa: <https://www.patarumpu.fi/2019/04/24/uusi-suunta-kaupan-alalle-s-ryhman-tavoitteena-kayttaa-100-prosenttisesti-vastuulliseksi-varmennettua-puuvillaa/>.

Meille on tärkeää, että tuotteiden alkuperästä kerrotaan mahdollisimman läpinäkyvästi ja helposti asiakkaalle. Siksi meidän omien Rainbow-, Kotimaista ja X-tra-sarjojen elintarvikkeiden tuotepakkauksista käy valmistusmaan lisäksi ilmi tuotteen pääraaka-aineen alkuperämaa. Myös omien merkkien käyttötavatuotteisiin, kuten kodintekstiileihin ja vaatteisiin, tieto tuotteen valmistusmaasta merkitään tuotteen pakkaukseen tai hoito-ohjeeseen.

### 3. Pitäisikö vastuullisuutta lisätä yrityksen tuonnissa?

S-ryhmässä hankinnan vastuullisuuteen on jo panostettu vuosia ja sitä kehitetään systemaattisesti. Myös asiakkaat ja muut sidosryhmät odottavat yrityksiltä vastuullisia ja läpinäkyviä toimintatapoja. Tämän edistämiseksi teemme systemaattista työtä jatkossakin.

## **Kaitemo A., Yritys X**

1. Miten yritys hahmottaa käsitteen vastuullinen tuonti?
2. Miten vastuullisuus näkyy teidän yrityksessä tuonnin kohdalla?

Meille vastuullinen tuonti käsittää kaikkia askeleita tuotantoketjussa, aina raaka-aineitten hankinnasta, tuotteen elinkaaren päättymiseen (pakkaus- ja tuotejätteen käsittely). (Työ kestävyys eteen alkaa jo ennen itse tuotantoa. Tuotteen suunnittelussa pitää huomioida kuluttajien tarpeet, muotoilu ja design, sekä koko ajan pitää mielessä tuotteen kestävyys. Tuotteiden, eli meidän tapauksessa vaatteiden, tulee olla aikaa kestäviä sekä laadun, designin että ympäristön kannalta. Ajattomien ja käyttöä kestävien vaatteiden elinkaari on

moninkertainen verrattuna trendikkäisiin huonolaatuisiin vaatteisiin. Myös pakkauksen koolla ja materiaalilla on luonnonvarainen merkitys. Siksi suunnittelu-työ on tärkeä askel ennen itse tuotantoa.)

Meille on tärkeää, että maahantuomme vain tehtaista ja maista, jotka ovat sitoutuneet ja noudattavat meidän asettamia standardeja. Tämä sisältää eettisesti ja mahdollisimman paljon luontoa säästävasti hankittuja raaka-aineita, työntekijöiden olosuhteita sekä tuotannossa mahdollisimman paljon luontoa säästäviä menetelmiä. Hyvänä esimerkkinä pidämme GOTS merkintää, jonka olemme saavuttaneet melkein kaikkiin puuvillaisiin tuotteisiimme (GOTS merkintä sisältää kaiken luomupuuvillan kasvatuksesta tuotantoon ja työolosuhteisiin).

### 3. Pitäisikö vastuullisuutta lisätä yrityksen tuonnissa?

Kyllä ja teemme jatkuvasti töitä sen eteen. Haemme koko ajan uusia vastuullisia mahdollisuuksia ja olemme sitoutuneet edistämään vaateteollisuutta kestävämmäksi. Asettamalla korkeampia standardeja tehtaillemme, kouluttamalla työntekijöitämme ja kuluttajia uskomme vakaasti entistä kestävämpään vaate-teollisuuteen.

## **Roman L., Yritys Y**

### 1. Miten yritys hahmottaa käsitteen vastuullinen tuonti?

Ihmisen ja luonnon kunnioitus luovat pohjan kaikelle meidän toiminnalle, joten meille on erittäin tärkeää, että kannamme vastuun ympäristöllisestä ja taloudellisesta jalanjäljestämme. Yrityksenä otamme vastuun myös ihmisten kunnioittamisesta. Tuotteemme valmistetaan sosiaalisesti ja eettisesti hyväksyttävissä olosuhteissa, toimialueidemme lakeja, asetuksia ja alan ohjesääntöjä noudattaen. Tuonnissa pitää ottaa huomioon monta asiaa. Toki kuljetusmuoto ja pakkaustapa vaikuttavat paljon sekä avainasemassa on myös varastoinnin minimointiaika. Jo ennen kuljetusta on lukuisia asioita, joissa pitää ottaa huomioon vastuullisuus. Esimerkiksi tuotantoaikataulut (inhimilliset työajat), tilauk-

sien jakaminen tasaisesti koko vuodelle (tukeaksemme tehdasta hiljaisina aikoina, jotta lomautuksista vältytään), tuotanto-olot, vastuulliset materiaalit yms.

## 2. Miten vastuullisuus näkyy teidän yrityksessä tuonnin kohdalla?

Suurin osa tuotteistamme valmistetaan Aasian maissa, joista etäisyys Suomeen on valitettavan pitkä. Erityisesti lentokuljetuksia olemme tavoitteellisesti vähentäneet ja päässeet jo alle 1%:iin. Kokeilemme parhaillaan korkeapäästöisten lento- ja laivaliikenneyhteyksien sijaan junakuljetuksia. Pakkauksista: Tehtaalta Suomeen → Tuotteet pakataan kierrätettävään muovipussiin ja pus-  
sit pakataan kierrätettävään pahvilaatikkoon. Tuotteet pakataan mahdollisimman tiiviisti, mutta niin että ne eivät painu kohtuuttomasti. Verkkokaupasta koti-  
in. -> meidän verkkokauppatilaukset pakataan mahdollisimman tiiviisti, jotta logistiikkapäästöt olisivat mahdollisimman vähäiset. Materiaaleista: Meille on ensiarvoisen tärkeää, että tuotteissa käyttämämme kankaat ja tarvikkeet ovat turvallisia sekä niitä käsitteleville työntekijöille, ympäröivälle luonnolle että tuotteen käyttäjille. Olemme [bluesign® system partner](#), mikä tarkoittaa sitä, että alallamme arvostettu, riippumaton organisaatio, Bluesign®, auttaa meitä valvomaan alihankkijoidemme käyttämiä materiaaleja erittäin tarkasti ja lisää-  
mään terveellisempien ja turvallisempien ainesosien käyttöä tuotteissamme. Bluesign® system -kumppanuuden avulla vähennämme ihmisiin ja luontoon kohdistuvia haittavaikutuksia ja takaamme parhaan mahdollisen suojan niin työntekijöille kuin kuluttajillekin. Käytämme tuotteissa vain tekoturkista. Mei-  
dän untuvatuohteissa käytetty untuva ja höyhenet ovat elintarviketeollisuuden sivutuotteita ja ne tulevat toimijoilta, jotka kunnioittavat eläinten elämää ja jotka eivät altista eläimiä vahingollisille prosesseille. Tätä valvoo itsenäinen ja vapaaehtoinen globaali standardi RDS ([The Responsible Down Standard](#)) ja kaikki untuvatuohteemme ovat olleet RDS-standardoituja jo vuodesta 2014. Jo-  
kaista untuvan hankintavaihetta seurataan ja tarkkaillaan sekä eläinten kas-  
vattajat auditoidaan vuosittain. Villaa sisältävissä tuotteissamme varmis-  
tamme, ettei villaa tuottavien lampaiden loisia torjuta kivuliaalla mulesing-me-  
netelmällä. Tehtaista: Meillä on pitkät, jopa yli 40 vuotta kestäneet suhteet teh-  
tasiin, jossa tuotteitamme valmistetaan. Tehtaiden työntekijät ovat osa mei-  
dän tiimiämme ja haluamme pitää heistä huolta. Kuulumme kansainväliseen  
amfori BSCI-järjestöön ([linkki](#)), jonka tukemana pidämme huolta siitä, että

työntekijöiden työoloista, -ajoista ja riittävästä palkkauksesta huolehditaan. Emme salli lapsityövoimaa, korruptiota emmekä syrjintää. Vaadimme työntekijöille oikeutta järjestäytyä ja saada lainmukaiset kirjalliset työsopimukset. Nämä asiat kuulostavat meille itsestään selvyyksiltä, mutta eivät sitä kaikissa maissa ole ja siksi niitä on valvottava tarkasti. Amfori-jäsenyys edellyttää säännöllisiä, ulkopuolisen tarkastajan tekemiä, objektiivisia, puolueettomia ja riippumattomia tarkastuksia. Tuotteen elinkaari: **Fixaa se** on meidän tuotteiden korjauspalvelu, joka pidentää vaatteesi käyttöikä. Voit viedä tuotteesi suoraan lähimpään myymäläämme, jossa saat arvion tuotteen korjattavuudesta. Mikäli tuote on mahdollista korjata, voit jättää tuotteesi myymäläämme. Vaihtoehtoisesti voit lähettää sähköpostiviestin osoitteeseemme, ja kertoa viestissä, miten ja mistä tuotteesi on rikki. Jos mahdollista, liitä viestiin kuva korjattavasta kohdasta. Vastaamme sinulle ja kerromme samalla korjaushinta-arvion. Saat myös toimintaohjeet rikkimenneen tuotteen osalta sekä toimitusosoitteen tuotteen lähetystä varten.

### 3. Pitäisikö vastuullisuutta lisätä yrityksen tuonnissa?

Kyllä, ehdottomasti! Tällä hetkellä esimerkiksi pakkaukset eivät ole kierrätettyä materiaalia, vaikka ne ovatkin kierrätettävissä. Tavoitteena toki on saada kierrätetystä, mutta se riippuu, miten nopeasti nykyiset pakkausmateriaalit on käytetty. Meidän vaatteista vain pieni osa tulee tällä hetkellä junalla ja tätä määrää pyrimme kasvattamaan vähentääksemme laivaliikenteen aiheuttamia päästöjä. Laivaliikenteen osalta päästöjä saataisiin vähennettyä käyttämällä uudempia laivoja, mutta logistisesti niiden priorisointi on meille vielä tässä vaiheessa liian haastavaa. Samaan aikaan etsimme parhaillaan Euroopasta valmistuspaikkoja vähentääksemme logistiikkapäästöjä merkittävästi. Vaatteiden kierrätettävyys on osa-alue, jota haluamme kehittää ja josta meidän uusi Next Generation -takki on hieno esimerkki ja inspiraation lähde myös meille. Suosittelemme lämpimästi tuotteen pitämistä niin pitkään kuin mahdollista, korjaamista ja kierrättämistä ihmiseltä toiselle.

## **Pelkonen Petri, M.A.S.I Company**

### 1. Miten yritys hahmottaa käsitteen vastuullinen tuonti?

Me M.A.S.I Companylla puhumme vastuullisesta hankinnasta, joka sisältää kokonaisvaltaisesti sekä sisäisen, että ulkoisen hankinnan tekijät aina tuotekehityksestä loppukäyttäjälle asti. Oman toimintamme lähtökohta on lähialuetuotanto sekä materiaali- ja tarvikehankinnat lähialueilta.

Vastuullinen hankintaketju alkaa tuotekehityksestä ja aikaa kestävästä tuotesuunnittelusta, materiaalien ja toimittajien valinnoista sekä arvioinneista, tuoteturvallisuudesta, ihmisten ja eläinten oikeuksista, eettisyydestä, ympäristövaikutuksista sekä lähialuetuotannosta ja kysyntäperusteisesta valmistuksesta, jolloin tuotettava määrä perustuu kysyntään ja liikatuotantoa ei pääse syntymään.

Vastuullinen hankinta on meille siis kokonaisvaltaista ja mukana kaikessa tekemisessä ja päätöksissä, joita yrityksenä teemme.

## 2. Miten vastuullisuus näkyy teidän yrityksessä tuonnin kohdalla?

Kaikkien materiaali- ja tarviketoimittajien kanssa, joiden kanssa toimimme, on ensimmäinen lähtökohta, että yritys sitoutuu ja allekirjoittaa M.A.S.I Companyn Code of Conduct -sopimuksen. Tässä sopimuksessa toimija sitoutuu noudattamaan mm. paikallista lainsäädäntöä ja lakeja, noudattamaan ihmisoikeuksia, huolehtimaan työntekijöidensä työoloista ja turvallisuudesta, maksamaan vähintään alan paikallista minimipalkkaa, ei käytä lapsityövoimaa, sitoutuu minimoimaan ympäristön haitallisia vaikutuksia ja kehittämään ympäristövastuullista toimintaa vaatimusten mukaisesti.

Code of Conduct sopimuksen lisäksi edellytämme, että toimittajat allekirjoittavat ja sitoutuvat EU:n laatimaan REACH -sopimukseen kemikaalilainsäädännöstä, jonka tavoitteena on ihmisten turvallisuus, ympäristön suojelu kemikaalien haitoilta sekä innovatiivisten uusien korvaavien keinojen löytäminen kemikaalien käyttämiselle.

Hankintojen osalta pyrimme itse vaikuttamaan vastuulliseen hankintaan valitsemalla lähialueelle tai Euroopassa toimivia toimijoita. Tämä mahdollistaa tehdaskäynnit, jolloin voimme itse varmistua tavarantoimittajien tehdas- ja työ-

oloista ja näin sopimusten sisältöjen toteutumisesta. Lisäksi lähialueelta kuljetaminen on ympäristön kuormituksen kannalta huomattavasti ekologisempaa kuin esimerkiksi Aasiasta tuominen, jolloin kuljetusmatkat ovat moninkertaiset kuten myös ympäristövaikutukset. Kuljetuksissa pyrimme aina huomioimaan mahdollisuuksien mukaan, että emme tuota pieniä eriä vaan tavoitteenamme on aina yhdistää useampi lähetys samalle toimitukselle ja näin vähentää kuljetuserien määrää ja ympäristön kuormitus.

Toimitusten pakkausmateriaaleissa olemme koko ajan enemmän siirtyneet ekologisempiin vaihtoehtoihin ja pyrkinneet minimoimaan pakkausmateriaalien ja -muovien käyttöä sekä omissa hankinnoissa että tuotteiden toimituksissa eteenpäin asiakkaille ja kuluttajille.

Materiaali- ja tarvikehankinnoissa etsimme jatkuvasti uusia ekologisia vaihtoehtoja korvaamaan perinteisiä materiaaleja kuten polyesteriä, jonka ympäristövaikutukset ovat varsin ikäviä. Näillä valinnoilla haluamme toimia vastuullisesti, vähentää ympäristön kuormitusta sekä olla vaikuttamassa vastuulliseen hankinnan kehittymiseen.

### 3. Pitäisikö vastuullisuutta lisätä yrityksen tuonnissa?

Vaikka olemmekin yrityksenä paljon kiinnittäneet huomiota vastuullisuuteen ja vastuulliseen hankintaan, on aina parannettavaa. Hankintaketjun läpinäkyvyyden ja jäljitettävyyden parissa teemme tällä hetkellä töitä, jotta tulevaisuudessa pystymme entistä paremmin varmistamaan toimintamme vastuullisuuden koko arvoketjun osalta. Tämä tarkoittaa, että haluamme varmistaa käyttämiemme raaka-aineiden ja tarvikkeiden alkuperämaat ja olosuhteet entistäkin paremmin, joista raaka-aineet tulevat ja että toiminta täyttää vastuulliset, eettiset ja ympäristövastuulliset tekijät.

Koska lähialuehankinnat ovat meille yrityksenä tärkeä asia, olemme vuosien aikana tehneet paljon töitä tämän asian eteen ja tällä hetkellä hankinnoista jo yli 90% tulee Euroopan sisältä. Tahtotilana kuitenkin on, että tulevaisuudessa kaikki hankinnat 100% pystytään tekemään lähialueilta ja Euroopan alueelta.

Kiertotalouden vaikutus vastuulliseen hankintaan on yrityksessämme ollut viime aikoina paljon pöydällä ja myös tämän parissa teemme koko ajan enemmän myös töitä. Etsimme uusia, innovatiivisia ja vaihtoehtoisia keinoja, kuinka pystyisimme viedä pidemmälle valmistamiemme tuotteiden elinkaarta ja jatkokäyttöä esimerkiksi uudelleen työstettäväksi ja prosessoitavaksi kierrätysmateriaaliksi.

Vastuullisen hankinnan rooli ja merkitys tulee siis entisestään kasvamaan ja me M.A.S.I:lla olemme vahvasti mukana ja kehitämme omaa toimintaamme ja hankintoja suunnitelmallisesti näissä eteenpäin.