

Piia Selinkoski

**KESTÄVYYSRAPORTTI
VAATETUSALAN YRITYS
STUDIO SIELUISALLE**

Opinnäytetyö

Muotoilija

Muoti ja puvustus

2024



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Muotoilija
Tekijä/Tekijät	Piia Selinkoski
Työn nimi	Kestävyysraportti vaatetusalan yritys Studio Sieluisalle
Toimeksiantaja	Studio Sieluisa
Vuosi	2024
Sivut	41 sivua, liitteitä 18 sivua
Työn ohjaaja	Frans Silvennoinen

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoite on yrityksen kestävyysraportin tarkastelu ja tarkastelun pohjalta toteutettu vuoden 2023 kestävyysraportti. Tutkimuksen kohteena on suomalainen vaatetusalan yritys Studio Sieluisa, jonka arvoissa näkyy vastuullisuus ja halu kehittää yritystä kestävämpään suuntaan. Studio Sieluisan vaatteet edustavat arjen mukavuutta ja ne suunnitellaan sekä valmistetaan Porvoossa. Yritys on kiinnostunut selvittämään oman kestävyysraportin tilansa ja halukas kehittämään sitä paremmaksi. Studio Sieluisan kestävyysraporttia selvitän ympäristövastuun sekä sosiaalisen ja taloudellisen vastuun valossa sekä tarkastelen miten toimintaa voisi kehittää vastuullisemmaksi tulevaisuudessa. Työn motiivina on tutkijan ja Studio Sieluisan halu kehittää vaatetuotantoa vastuullisemmaksi.

Työssä avaan ensiksi tutkimusasetelman, tutkimusprosessin ja sen kulun. Aineisto kerättiin teemahaastattelulla. Teemahaastattelun kysymykset pohjautuvat Flanders DC ja Vlaanderen Circulair organisaatioiden ylläpitämään alustaan Close the Loop. Yrityksen toteutuneet toimet kestävyysraportin saralla koodasin kolmeen vastuullisuusluokkaan, eli ympäristövastuuseen sekä sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuuseen. Analysoin tutkimustulokset analyysiluokkien mukaisesti. Studio Sieluisan vastuullisuutta tarkastelin teemahaastattelun tulosten ja kirjallisuuden avulla. Sen jälkeen esittelen vaatetusalan yritysten vastuullisuutta sekä kestävyysraportointia, jotka ovat tutkimuskysymyksen kannalta tärkeimpiä käsitteitä. Tarkastelun jälkeen pohdin suuntaviivoja, miten Studio Sieluisa voisi kehittää vastuullisuuttaan tulevaisuudessa. Opinnäytetyön lopuksi kerrataan lyhyesti tulokset ja reflektoidaan tutkimusprosessin onnistumista sekä esitetään jatkotutkimusaiheita.

Opinnäytetyön lopputuloksena on yrityskohtainen vaatetusalan yrityksen vastuullisuuden tarkastelu, eli kestävyysraportti, kestävä muodin näkökulmasta. Lisäksi tarkastelu avaa vaatetusalan pienyrityksen mahdollisuuksia vastuullisuutensa parantamiseen. Tutkimustulokset osoittavat, että ruohonjuuritason kestävä kehitys mukainen yrittäminen ei ole vain mahdollista, vaan myös välttämätöntä kestävä kehityksen edistämiseksi.

Asiasanat: kestävyysraportointi, ESG, vaatetusala, kestävä kehitys.

Degree title	Bachelor of Culture and Arts
Author (authors)	Piia Selinkoski
Thesis title	Sustainability report for clothing company Studio Sieluisa
Commissioned by	Studio Sieluisa
Time	2024
Pages	41 pages, 18 pages of appendices
Supervisor	Frans Silvennoinen

ABSTRACT

The objective of this thesis was to examine the sustainability of a small company and to produce a sustainability report based on the examination conducted in 2023. The main focus of the study was on Studio Sieluisa, a Finnish clothing company characterized by its values of responsibility and its desire to develop the company towards a more sustainable direction. The garments of Studio Sieluisa's represent everyday comfort and are designed and manufactured in Porvoo. The company is interested in assessing its own sustainability status and is eager to improve it. This thesis examines Studio Sieluisa's sustainability in the context of environmental responsibility, social responsibility and economic responsibility, and explore how companys operations could be developed to become more responsible in the future. The motivation behind this thesis stems from the author's and Studio Sieluisa's aspiration to make clothing production more responsible.

First the research framework, process and progression are introduced. Data was collected through semi-structured interview, with questions based on the platform maintained by Flanders DC and Vlaanderen Circulair organizations called Close the loop. The companys actions in sustainability were categorized into three responsibility classes: environmental responsibility, social responsibility and economic responsibility. The research results were analyzed according to these analysis categories. the research examined Studio Sieluisa's sustainability with the help of semi-structured interview results and literature. Following that the concepts of sustainability and sustainability reporting in the clothing industry is presented, which are essential concepts for the research question. After examinations there is contemplate guidelines on how Studio Sieluisa could enhance its sustainability in the future. As a final point, the thesis briefly summarizes the results, reflects on the success of the research process and suggests further research topics.

The outcome of this thesis is a company-specific examination of a small clothing company's sustainability, reported in the perspective of sustainable fashion. Additionally, the study sheds light on opportunities for improvement in sustainability practices for small businesses in the clothing industry. The research findings indicate that grassroots-level sustainable entrepreneurship is not only possible but also essential for fostering sustainable development.

Keywords: sustainability reporting, ESG, clothing industry, sustainable development.

SISÄLLYS

KÄSITELUETTELO

1	JOHDANTO	9
1.1	Studio Sieluisa	11
1.2	Työn tavoite ja tarkoitus	15
2	TUTKIMUSASETELMA JA -MENETELMÄT	15
2.1	Tutkimuksen lähtökohdat ja rajaus	16
2.2	Teemahaastattelu	20
2.3	Analysointi	Error! Bookmark not defined.
3	VASTUULLISUUDEN ESIINTUOMINEN VAATETUSALALLA.....	25
3.1	Kestävyysraportointi	28
3.1.1	Taloudellinen vastuu	32
3.1.2	Ympäristövastuu	31
3.1.3	Sosiaalinen vastuu.....	32
3.2	Kritiikki vastuullisuusraporttien hyödyllisyydestä.....	33
3.3	Viherpesu	34
4	TUTKIMUSTULOKSET	35
4.1	Studio Sieluisan taloudellinen vastuu	36
4.2	Studio Sieluisan sosiaalinen vastuu.....	38
4.3	Studio Sieluisan ympäristövastuu	40
4.4	Studio Sieluisan vastuullisuuden kehittäminen	42
5	POHDINTA/VASTUULLISUUSRAPORTIN ARVIOINTI	44
5.1	Studio Sieluisan vastuuraportin validiteetti ja reliabiliteetti	46
5.2	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	47
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	LÄHTEET	51

KÄSITELUETTELO

BSCI (Business Social Compliance Initiative) johtava liiketoimintavetoisen yhteiskuntavastuun (Corporate Social Responsibility, CSR) ohjelma, jonka tavoitteena on parantaa työolosuhteita maailmanlaajuisesti toimitusketjuissa (Amfori s.a.a.).

CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) on Euroopan unionin direktiivi, joka laajentaa, parantaa, yhdenmukaistaa ja vahvistaa aikaisempia yritysten kestävyysraportoinnin vaatimuksia (Liljeström 2023a).

ESG (Environmental, Social ja Governance) Yrityksen toimintaa tarkastellaan taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristöön liittyvään vastuun pohjalta, eikä tarkastelussa arvioida taloudellista menestystä (Rohweder 2004,96).

Euroopan unioni (EU) / European union (EU) on 27 Euroopan maan taloudellinen ja poliittinen liitto, jonka tavoitteena luoda Eurooppaan vapaa ja turvallinen alue. Euroopan unionin tavoitteisiin kuuluu edistää rauhaa ja kehittää kestävästi Eurooppaa sekä parantaa kansalaisten hyvinvointia. (Euroopan parlamentti. s.a.).

ESRS (European Sustainability Reporting Standard) eli eurooppalaiset kestävä kehityksen raportointistandardit, jotka yhtenäistävät CSRD raportointiin velvoitettuja yrityksiä, sillä niiden pitää 2024 alkaen raportoida eurooppalaisten kestävä kehityksen raportointistandardien (ESRS) mukaisesti (Pesola 2023).

GOTS (Global Organic Textile Standard) on johtava maailmanlaajuinen standardi luomutekstiilien tuotannolle, joka kattaa sekä ekologiset että sosiaaliset kriteerit. GOTS sertifiointin tavoitteena on varmistaa, että koko tuotantoketjun ajan on käytetty luomupuuvillaa. (GOATS 2024.)

GRI (Global Reporting Initiative) on kansainvälinen organisaatio, joka on erikoistunut kestävä kehityksen raportointiin ja standardien kehittämiseen. Sen tavoitteena on edistää kestävä kehitystä ja läpinäkyvyyttä yritysten ja muiden organisaatioiden toiminnassa ja vaikutuksissa. GRI on tunnettu erityisesti GRI

Standards -nimisistä standardeistaan, jotka ovat maailmanlaajuisesti hyväksytyjä puitteita yritysten ja organisaatioiden kestäväen kehityksen raportoinnille. (GRI 2024.)

IFOAM:in (International Federation of Organic Agricultural Movement) on kansainvälinen järjestö, jonka päämääränä on edistää luonnonmukaista maataloutta ympäri maailmaa (IFOAM - Organics International 2021).

ILO eli Kansainvälinen työjärjestö (International Labour Organization), on Yhdistyneiden kansakuntien erityisjärjestö, jonka päätehtävänä on edistää oikeuksia työssä, kannustaa työllisyyden luomiseen, parantaa sosiaalista suojelua ja vahvistaa dialogia työmarkkinaosapuolten välillä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014).

ISO (International Organization for Standardization) on kansainvälinen standardointiorganisaatio, joka kehittää ja julkaisee kansainvälisiä standardeja eri aloilla. ISO:n tavoitteena on helpottaa kaupankäyntiä, edistää tuotteiden ja palveluiden laadun parantamista sekä edistää yhteiskunnallista ja taloudellista kehitystä maailmanlaajuisesti (SFS s.a..)

Kestävyysraportointi on CSRD-direktiivin linjauksen mukainen termi. Aiemmin on käytetty termiä vastuullisuusraportointi, joka juontaa juurensa direktiivin luonteesta ja tavoitteesta painottaen ympäristönäkökulmaa raportointivelvoitteissaan. (Euroopan komissio s.a. a.)

MAD (Mode and Design Center) on instituutio Brysselissä, Belgiassa, joka edistää muotia ja muotoilua sekä tukee paikallisia ja kansainvälisiä muotisuunnittelijoita (MAD Bryssel 2024).

OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) on kansainvälinen järjestö, jonka päämääränä on edistää taloudellista kehitystä, yhteistyötä ja kansainvälistä kauppaa sekä torjua köyhyyttä maailmanlaajuisesti (Euroopan komissio s.a.).

OVAM (Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij) on virallinen organisaatio, joka vastaa jätteen käsittelystä ja ympäristön puhdistamisesta sekä pyrkii

edistämään kestäväää kehitystä ja ympäristönsuojelua Flanderin alueella Belgiassa (Vlaanderen s.a.).

SAI (Social Accountability International) on merkittävä kansalaisjärjestö, jonka tarkoituksena on edistää työntekijöiden, maatalojen ja yhteisöjen oikeuksia ympäri maailman parantamalla työoloja ja yritysten sosiaalista vastuuta (Social Accountability International 2024).

Standardi /Standard eli laatutaso tai saavutus, erityisesti taso, jonka katsotaan olevan hyväksyttävä. (Collins Dictionary s.a.)

Taloudellinen vastuu / Financial responsibility on yrityksen talouteen keskitetty kokonaisuus, joka edellyttää yrityksen toimivan taloudellisesti kestäväällä pohjalla. Näitä elementtejä ovat toiminnan kannattavuus, kilpailukyky ja tehokkuus. (Lappis 2019, 8).

TBL (Triple Bottom Line) on John Elkingtonin kehittämä kolmen pilarin malli, jossa yritysvastuu jaetaan kolmeen, toisistaan riippuvaiseen vastuuseen eli ympäristövastuuseen sekä sosiaaliseen- ja taloudelliseen vastuuseen (Miller 2020).

Vastuuraportti / Sustainability report on yrityksen toiminnan vaikutuksia tarkasteleva, jossa huomioidaan taloudellisen vastuun lisäksi vaikutuksia ihmisiin ja ympäristöön. (Lappis 2019, 8).

Vastuullisuusraportti / Responsibility report

vastuullisuusraportti ja kestävyysraportti kuvaavat molemmat yrityksen toimia ympäristön, yhteiskunnan ja hallinnon näkökulmasta. Tässä opinnäytetyössä käytetään termiä kestävyysraportti EU:n ja muiden kansainvälisten standardien mukaisesti, vaikkakin vastuullisuusraportti on ymmärrettävä ja käytetty termi. (Blomberg & Kumpulainen 2024.)

Vastuullisuus / responsibility tarkoittaa tässä tutkielmassa yritysten pyrkimyksiä ottaa huomioon toiminnassaan sosiaaliset, ympäristölliset ja taloudelliset näkökulmat. Vastuullisuus kattaa omia eri osa-alueita ja on tärkeä osa nykyäikaista liiketoimintaa (Elinkeinoelämän keskusliitto s.a.).

Viherpesu / Greenwashing on yrityksen tapa luoda mielikuva kuluttajalle ympäristöystävällisyydestä joko liioiteltujen tai täysin paikkansapitämättömien ympäristöväitteiden esittämisellä. (Joutsenmerkki 2021).

YK (Yhdistyneet kansakunnat) on kansainvälinen järjestö, jonka päätavoitteena on edistää maailmanlaajuista rauhaa ja turvallisuutta, kehittää ystävällisiä valtioiden välisiä suhteita, parantaa elintasoja, taistella köyhyyttä vastaan, saavuttaa ihmisoikeuksien kunnioitus ja edistää sosiaalista edistystä (Ulkoministeriö s.a.a.).

Ympäristövastuu / Environmental responsibility on ympäristön pilaantumisen ehkäisy sekä luonnonvarojen kestävä käytön edistäminen. Yrityksen ympäristövastuuseen kuuluu esimerkiksi luonnon monimuotoisuuden turvaaminen, jätteiden vähentäminen, turhien päästöjen minimointi ja energia- ja materiaali-tehokkuuden. (Lappis 2019, 8).

1 JOHDANTO

”Vastuullisuuden pitäminen megatrendinä on jo liian laimea ilmaisu”, kertoo Keskuskauppakamarin johtaja, yritysten itsesääntelyn ja vastuullisuuden osaaja, Stina Wikberg vuonna 2021. Tekstiili- ja muotiala on jo murroksessa, jossa alalta vaaditaan nopeampia prosesseja, tehokasta riskien hallintaa ja toiminnan läpinäkyvyyttä (CGI 2019). Vastuullisuus on suurin elementti taloudessa, eivätkä vastuullisuuden vaatimukset tule vähenemään, sillä vaatimukset vastuulliseen toimintaan lisääntyvät koko ajan. Vastuullisuus on mahdollisuus, mutta myös välttämättömyys nykypäivän yritykselle. Myös muotialalla vastuullisuus on vallitseva megatrendi (Bonic 2022).

Muotialan ammattilaisten arvostettu ja kattava lähde ”The State of Fashion” kertoo vuoden 2024 raportissaan, että vaateteollisuus ei voi enää sivuuttaa ilmastokriisiä. 2030 mennessä vaatetusviennistä voidaan menettää 65 miljardin dollarin arvosta sään ääri-ilmiöiden vuoksi (Amed & Berg 2023).

Kiertotalous ja kestävä kehitys tavoittelevat materiaaleille ja tuotteille mahdollisimman pitkää elinkaarta. Tekstiilialalla suuri ongelma on tekstiilijäte, jota voitaisiin vähentää vastuullisella muodilla. Vastuullisen muodin verkkokauppa Ivalo määrittelee vastuullisen muodin tarkoittavan, että vaate valmistetaan huolellisesti, paikallisesti, lähituotantona, läpinäkyvyys ja laatu edellä. Usein vastuulliset brändit tukevat hidasta muotia (slow fashion), eli vastustavat massatuotantoa, vaalivat käsityöperinnettä, ympäristöä, ihmisiä ja eläimiä. (Ivalo 2022.)

Oma kiinnostukseni vastuullisen muodin saralla on halu ymmärtää yritysten vastuullisuutta ja tutustua tekstiiliteollisuuden vihreän siirtymän mahdollistaviin standardeihin. Anniina Ruokamo tiivistää 2020 vaateteollisuuden ongelmallisuutta mielestäni hyvin: ”Tekstiili- ja vaatetusteollisuus on äärimmäisen resursseja kuluttava sekä paljon ihmis- ja eläinoikeusrikkomuksia sisältävä laaja ja kompleksinen kokonaisuus. Vaatteilla on merkittävä ympäristökuorma koko niiden elinkaaren ajan aina valmistuksesta vaatteen hävittämiseen ja tulevaisuudessa myös kierrätykseen saakka.” (Cura & Ruokamo 2020.) Uskon aidosti, että muutos tekstiilialan vastuullisuuteen pitää lähteä ensisijaisesti sisältäpäin.

Uutuusarvoa opinnäytetyössä tuottaa sen tekstiilialaa koskeva ajankohtaisuus; Euroopan unioni pyrkii hillitsemään ilmastonmuutosta ja sen aiheuttamaa ympäristön pilaantumista Euroopan unionin vihreän kehityksen ohjelmalla (Euroopan unioni 2020). Vihreän kehityksen ohjelmaan lisättiin maaliskuussa 2022 tekstiilistrategia, jossa esitetään vaatimuksia tekstiilien ekologisemmasta suunnittelusta, selkeämmästä tiedon jakamisesta sekä digitaalisesta tuotepassista. Lisäksi yrityksiä vaaditaan toimimaan hiili- ja ympäristöjalanjälkensä minimoimiseksi. (Euroopan parlamentti 2023.) Vastuullisuus tulee siis näkyvään yrityksissä yhä enemmän, etenkin koska maaliskuussa 2024 Euroopan unionin neuvosto äänesti yritysvastuudirektiivin puolesta. Tämä yritysvastuu direktiivi, CSDD (Corporate Sustainability Due Diligence Directive) asettaa muun muassa yrityksille velvollisuuden kunnioittaa ympäristöä ja ihmisoikeuksia (Finnwatch 2024).

EU:n uudet vihreän kehityksen mukanaan tuomat standardit tulevat vaatimaan entistä vahvempaa tieteellistä näyttöä viherpesun kitkemiseksi. Vaikka kestävyysstandardit koskevat aluksi vain pörssiin listattuja yrityksiä, joutuu tilaaja pyytämään vastuullisuusraporttia myös sidosryhmiltä oman raportointinsa täydentämiseksi. Uskon että tilaajayritykset suosivat yrityksiä, joilla vastuullisuusraportointi on jo valmiina. Vaikkeivat direktiivit heti koske pk-yrityksiä, ovat vaatimukset sidosryhmille nopeammin ajankohtaisia kuin direktiivin laajenemisen aikataulu, ja näin ollen hyvin tärkeitä pk-yrityksen toiminnalle.

Opinnäytetyön tavoite on tarkastella Studio Sieluisan vastuullisuutta kestäväan muodin näkökulmasta, ja samalla tuoda vastuullisuutta näkyvämmäksi. Vastuullisuuden tarkastelu ja sen avoimesti esiintuominen vahvistaa kuluttajille sekä muille sidosryhmille yrityksen halua sitoutua vastuullisuuteen ja näyttää vastuullisuustyön kehittämistä tehokkaasti ja uskottavasti. Monella pienyrityksellä ei ole varaa hankkia tuotteille ympäristösertifikaattia, etenkin jos tuote on uniikki yksittäiskappale. Tämä ei tarkoita, etteivätkö tuotteet silti olisi vastuullisesti tuotettuja. (Cura & Ruokamo 2020.) Opinnäytetyössäni tutkin myös, miten pienyritys voi parantaa vastuullisuuttaan sekä mahdollisesti helpottaa siirtymää muuttuvien säädösten tullessa voimaan.

1.1 Studio Sieluisa

Studio Sieluisa on kotimainen ompelustudio, joka sijaitsee Porvoossa. Ompelimo on perustettu vuonna 2020 ja sen omistaa Isabella Suutari.

Suutari on kokenut jo nuoruudestaan asti haasteita pukeutumisen saralla ja ompelimon alkukipinä syttyi halusta valmistaa aidosti mukavia vaatteita.

Studio Sieluisan vaatteet ovat joustavia ja pehmeitä, jotka ovat vastuullisesti suunniteltuja sekä ekologisia. Kaavoituksen pohjana on käytetty N-2001-mittaatulukkoa, joka on luotu leveälanteiselle vartalolle. Vaatteet ovat mitoituseltaan väljiä, jotta ne sopisivat mahdollisimman monille vartaloille ja niiden kehomuutoksiin. Siksi nykyään hän haluaa valmistaa merkityksellisiä vaatteita, jotka heijastavat hyvää oloa. Hänen visionsa on, että hänen suunnittelemansa vaatteet vastustavat nykyistä vaateteollisuuden resursseja tuhlaavaa toimintamallia panostamalla pitkäikäiseen suunnitteluun, harkittuihin materiaaleihin, eettiseen valmistukseen, yrityksen avoimuuteen, sekä panostamalla läpinäkyvyyteen kustannusrakenteissa. Yrityksellä on myös halu sitoutua parantamaan toimintaansa tulevaisuudessa yhä kestävämpään suuntaan. (Suutari 2023.)

Yrityksellä ei ole kestävyysraportointivelvollisuutta, mutta pk-yritys, joka tuo vastuullisuutensa esiin kestävyysraportoinnin avulla, kykenee vastaamaan kuluttajien kasvaviin odotuksiin yrityksen vastuullisuudesta. Samalla se ennakoi siirtymää Euroopan unionin kasvaviin velvoitteisiin viherpesu-direktiivin eli Green Claims -regulaation myötä. Regulaatiossa veloitetaan yrityksiä avoimempaan viestintään, yritysten käyttämien vihreiden väittämien raportointi niiden faktoista sekä ympäristölaskelmien verifiointista ulkopuolisella taholla, jolloin EU-tasolla pystytään välttämään viherpesu. Raportti on merkittävä ja konkreettinen panostus yrityksen imagoon, sidosryhmien luottamukseen, sekä yrityskasvun myötä tulevaisuudessa myös yritysten saamaan rahoituksen hintaan, eli taksonomiaan. (Jyrkkänen 2023.)



Kuva 1. Studio Sieluisan vaatteet on kaikenkokoisille naisille.



Kuva 2. Studio sieluisan yrityksen markkinointikuva.



Kuva 3. Studio Sieluisan mekkoja. Kuvat Iagem creative studio.

1.2 Työn tavoite ja tarkoitus

Opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa vaatetusalan pienyrityksen nykyistä vastuullisuuden tilaa, eli millaisia ympäristövaikutuksia Studio Sieluisan tuotteilla ja palveluilla on sekä mitä osa-alueita yritystoiminnassa voitaisiin kehittää vastuullisempaan suuntaan. Työn lopputulos on yrityskohtainen kestävyysraportti. Raportin tarkoitus on tuoda avoimeksi erityisesti yrityksen ympäristövastuuta, mutta myös sosiaalista ja hallinnollista vastuuta. Raportti auttaa ensisijaisesti yritystä kartoittamaan omaa toimintaansa, mutta se myös avaa kuluttajille sekä muille sidosryhmille yrityksen toimintaa. Tietoon perustuva, sekä konkreettista näyttöä vaativa raportointi yrityksen vastuullisuudesta vähentää viherpesun epäilyä, sillä tiedostavat kuluttajat haluavat markkinoinnin lisäksi myös konkreettisempaa näyttöä (Ekokompassi s.a.). Ympäristö ja –ilmastoministeri Maria Ohisalo totesi 2023, että markkinoinnissa viherpesu on jo niin yleistä, ettei kuluttaja voi luottaa tuotteiden markkinoituihin ympäristövaikutuksiin. Viherpesun yleistymistä kuvaa myös sen rajoittamista vaativat toimet: EU:n komissio antoi vuonna 2023 vihreän siirtymän kuluttajasuojadirektiivin, joka kieltää harhaanjohtavat tuotetiedot ja sallii vain hyväksytyjen sertifiointijärjestelmien tai viranomaisten antamien kestävyysmerkintöjen käytön. (Kauppila & Nikula 2023.)

Koska vastuullisuus on monen tekijän summa, eikä suoraa oikeaa vastausta tai koko vastuullisuuden läpileikkaavaa ja yksittäistä mittaria vielä ole, opinnäytetyön menetelmänä käytän kvalitatiivista tutkimustapaa. Laadullinen tutkimus tarjoaa mahdollisuuden hyvälle kuvaukselle ilmiöstä (Kananen 2014, 17). Se mahdollistaa yrityksen vastuullisuuden tarkastelun ja siitä raportoimisen ymmärrettävästi, kokonaisvaltaisesti ja sopivan tarkasti.

2 TUTKIMUSASETELMA JA -MENETELMÄT

Tutkimuksen tavoitteena on luonnehtia, ymmärtää ja tulkita yrityksen vastuullisuutta laadullisesti ja produktiivisesti. Laadullinen tutkimustapa mahdollistaa yrityksen vastuullisuuden tarkastelun syvällisesti ja monipuolisesti. Etenkin koska tässä tutkimuksessa tutkimus kohdistuu yksittäiseen nuoreen pienyritykseen, mahdollistaa laadullinen lähestymistapa yrityksen toimintatapoihin, kulttuuriin ja päätöksentekoihin syvällisesti. Tutkimus toteutetaan laadullisesti koska sitä ei voitu tutkia määrällisesti, kuten tilastoinnilla, sillä pienyrityksille

suunnattuja tarkempia indikaattoreita ei ole vielä kehitetty. Tutkimus on laadullinen myös siksi, että tutkimuksessa käyttämäni yritys on yksittäinen nuori pienyritys, eikä sen toiminnasta ole saatavissa niin paljon dataa, että sitä voitaisiin analysoida ja tutkia laadullisesti. Laadullisella tutkimustavalla saadaan tietoa, jota ei olisi saatavilla yrityksen vastuullisuudesta kvantitatiivista lähteitä. Näiden pienyrittäjille suunnattujen puuttuvien indikaattorien vuoksi, laadullinen tutkimus tarjoaa mahdollisuuden ymmärtää mitä vastuullisuus merkitsee pienyritykselle, sekä tunnistaa ja luoda ne indikaattorit, jotka määrittelevät vastuullisuuden pienyrittäjälle.

2.1 Tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tutkimuskysymyksenä on

Millainen on Studio Sieluisan vastuullisuus kestäväen muodin näkökulmasta?

Alakysymyksenä

Miten Studio Sieluisan vastuullisuutta voisi kehittää tulevaisuudessa?

Kysymyksiä tarkastellaan koko yritystoimintaa läpi leikaten, mutta pääpaino on kestäväen muodin näkökulmassa.

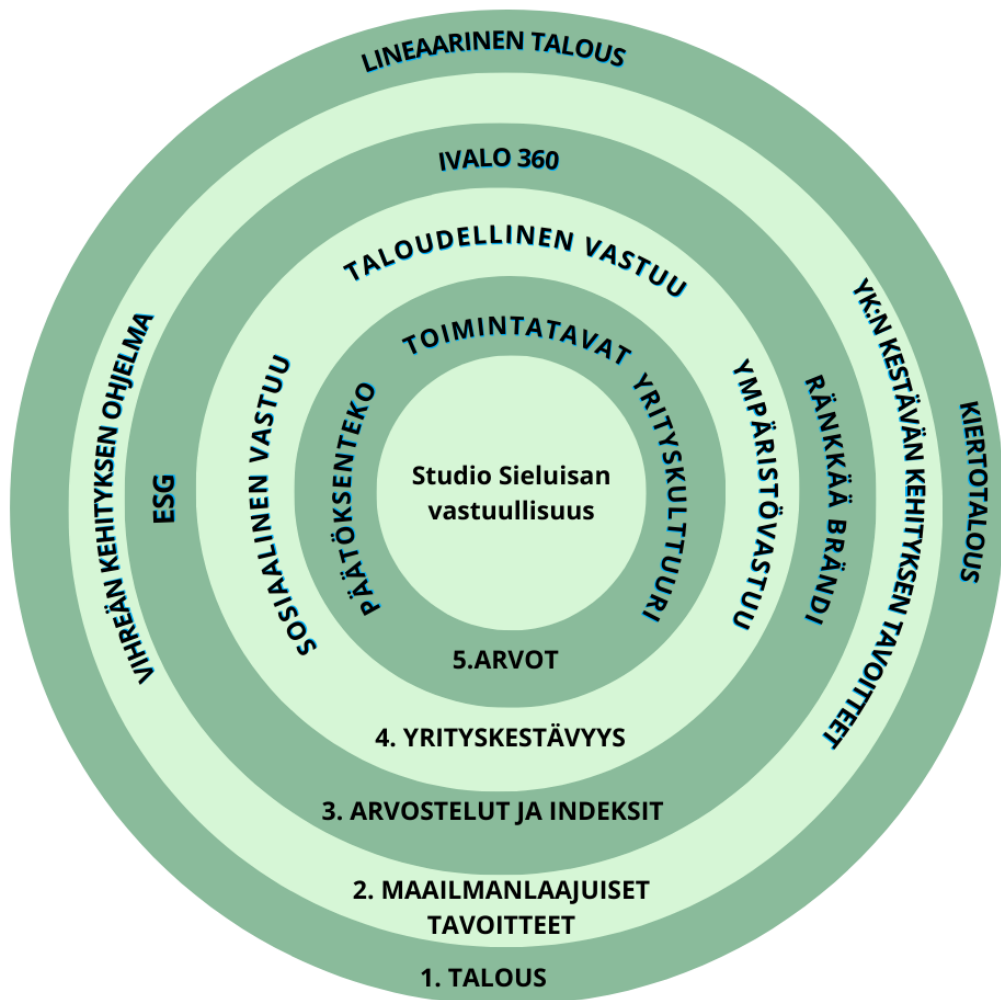
Viitekehyksessä käytetyt kestäväen muodin indikaattorit ovat laajuudeltaan samanlaisia laajoja kokonaisuuksia kuin kiertotaloustoiminnan indikaattorit, jotka ovat design, materiaalien otto, tuotanto, logistiikka, kauppa ja palvelut, kulutus ja jakamistalous, jätteet sekä uudelleenkäyttö ja kierrätys (Tilastokeskus 2023.) Tutkimuksen aineiston koottiin teemahaastattelun avulla. Analysoin aineiston kestäväen muodin sekä vastuullisuusraportin mukaisesti.

2.2 Tutkimuksen lähtökohdat ja rajaus

Yritysvastuu on laaja ja monisäikeinen kokonaisuus, jonka painopisteet ovat vaihdelleet ja osa-alueet täsmentyneet eri ajanjaksoina (Liappis 2019, 7). Yritysvastuun voisi tiivistää veloitteeksi toimia eettisesti, sosiaalisesti ja ympäristön kannalta kestäväällä tavalla huomioiden taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristön vaikutukset toiminnassa. Viitekehysten avulla pystytään näyttämään

opinnäytetyötä koskevia laajempia ja suppeampia valintoja yritysvastuun kentällä koskien Studio Sieluisan yritystä.

Käytössä on lukuisia kestävyiden arviointiin tarkoitettuja raportointiviitekehysiä, toimintajärjestelmiä sekä standardeja. Pienyrityksen kestävyiden käyttämäni tarkastelu tässä tutkimuksessa selkenee, kun sitä hahmottaa kasvavien kehien avulla. Kehien läpileikkaavana punaisena lankana on yrityksen toiminnan vastuullisuuden tarkastelu. Tutkimuksessa keskitytty Studio Sieluisan raportointikausi on vuosi 2023. Raportointikausi on sama kuin tilikausi (Business Tampere 2024).



Kuva 4. Viitekehys yritysvastuun ulottuvuuksista ja niiden valintatasoista.

Vastuullinen vaatetusalan yritys huolehtii tuotteidensa eri vaiheista tuotteen elinkaaren aikana ympäristön kannalta kestäväällä tavalla. Tapoja ovat esimerkiksi resurssien kestävä käyttö ja jätteiden syntymisen minimointi. (Close the loop -planner 2024.)

Keskellä viitekehystä on Studio Sieluisan vastuullisuus, jota tarkastellaan sen ympärillä kietoutuvilla kehillä. Viitekehyksessä liikutaan ulkokehältä kohti ydintä, eli yleisestä spesifiin. Etäisyys keskustasta kertoo siitä valintatasosta ja painopisteestä, jota opinnäytetyössä on esitelty. (Jyväskylän yliopisto 2021.)

1. Talous

Tekstiiliteollisuuden kestävyysongelmakohdat alkavat nykyisestä tuotanto ja kulutusmallista, eli lineaarisesta talousmallista, joka perustuu kulutukseen ja liiketalousvoittoon. Tässä mallissa tuotteet valmistetaan, kulutetaan ja heitetään pois. Kiertotalous on tämän lineaarisen talousmallin vastakohta, ja siinä materiaalit kiertävät. (Helenius 2023.)

2. Maailmanlaajuiset tavoitteet

Globaalit kestävän kehityksen tavoitteet ohjaavat kestävämmän tulevaisuuden saavuttamiseen yhteneväisesti, ja siten tehokkaammin. Vihreän kehityksen ohjelma mahdollistaa, että muutos tapahtuu mahdollisimman ympäristöystävällisesti. Nämä tavoitteet ohjaavat myös pienyrittäjän arkea, sillä tavoitteiden integroiminen yritystoimintaan edistää kestävä kehitystä, parantaa yrityksen mainetta, houkuttelee asiakkaita, yhteistyökumppaneita ja helpottaa rahoituksen saantia.

3. Arvostelut ja indeksit

Neljännellä kehällä on erilaiset ohjeistukset, joiden avulla voidaan vertailla vastuullisuusarviointeja yhteneväisesti, ja näin tuoda helpommin näkyväksi ai-dosti vastuulliset yritykset. Raportointivelvoitteen toteuttamiselle on yrityksillä, etenkin pienyrityksillä melko vapaat kädet, joten ilman tiettyyn ohjeistukseen rajaamista, yhtenäisempää kriteeristöä ei voida saavuttaa. Kirjallisuuskatsauksessa tutkin yleisimpiä viitekehys- ja indeksejä pienyritysten kestävyys-tarkastelulle.

4. Yrityksen kestävyys

Yrityksen kestävyysraportointia varten on vähintään täytettävä Suomen lainsäädännön vaatimukset, eli taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristöllisen kestävyiden näkökulmat. Usein yritykset raportoivat kestävyydestä globaalilla tasolla, kuten YK:n kestävä kehityksen tavoitteiden (SDG) pohjalta tai kansainvälisten standardien mukaan, kuten Global Reporting Initiative (GRI) tai ISO 26000. Laajempi raportointi antaa paremmin mahdollisuuden näyttää yrityksen sitoutumisen kestävä kehityksen edistämiseen.

Jotta tutkimuksessa voidaan tehokkaasti raportoida yrityksen kestävyydestä, on tutkijan ymmärrettävä kotimaiset ja kansainväliset standardit ja vaatimukset.

5. Arvot

Yrityksenvastuullisuus lähtee arvoista, sillä vastuullisuuden pitää tulla aidosti yrityksen arjen toiminnasta ja sen tarkastelusta. Aidosti vastuullinen yritys ottaa vastuuta toimistaan, sillä jos yritys kertoo vain sidosryhmille sopivia viestejä, se on viherpesua. (Suomen asiakastieto Oy. s.a.) Tutkimuksessa on tärkeää ottaa huomioon kaikki yrityksen vaikutukset, niin negatiiviset, kuin positiivisetkin. Luonnollinen halu keskittyä vain yrityksen positiivisiin kestävyiden osa-alueisiin antaisi yrityksestä vääristyneen kuvan, joten on tärkeää että yrityksestä pyritään antamaan mahdollisimman realistinen kuva. Se vaatii tutkijalta avointa lähestymistapaa, kyvykkyyttä tunnistaa yrityksen toimien laajuus ja kehityskohteet.

6. Studio Sieluisan vastuullisuus

Vaatetusalalla on luotu kestävä muodin viisi strategiaa: materiaali, design, tuotanto, jälleenmyynti, kulutus ja loppujäte (Close the Loop 2024). Näitä strategioita tarkastelemalla voidaan tarkastella vaatetusalan yrityksen vastuullisuutta.

Viitekehykselle valikoidut ohjeistukset ja arvostelut auttavat vertailemaan yrityksen vastuullisuutta, sekä yhtenäistää laajaa, yleensä suurille organisaatioille kohdennettua kriteeristöä. Viitekehys huomioi sekä kansallisia että globaaleja kestävyiden raportointivaatimuksia, mutta myös huomioi, että vastuullisuus yrityksissä todellisuudessa perustuu arvoihin ja jokapäiväiseen toimintaan.

2.3 Teemahaastattelu

Teemahaastattelu on yleinen tutkimustapa laadullisissa tutkimuksissa. Teemahaastattelussa tutkittava ilmiö puretaan kysymyksiin, joihin ei voi vastata vain lyhyesti, kuten ”kyllä tai ”ei”. Kysymykset ovat tarkempia ja enemmänkin keskustelun aiheita, joka kohdistuvat tutkittavan ilmiön yksityiskohtiin. Nämä yksityiskohtaiset osa-alueet mahdollistavat ilmiön monipuolisen tarkastelun. (Kananen 2015). Teemahaastattelussa on tärkeää luoda luottamuksellinen ilmapiiri, jotta tutkittava tuntee olonsa mukavaksi, ja siten voi jakaa yrityksen arvot ja jokapäiväiseen toimintaan pohjautuvat päätökset. Luottamuksellisuutta vahvistettiin antamalla yrittäjälle mahdollisuus poistaa yritys-salaisuutta tai muuta arkaluontoista sisältöä koskevat asiat ennen tutkimuksen julkaisua.

Teemahaastattelurunkona toimi viitekehyksen neljäs kehä, eli lain vaatimukset. Neljännen kehän vastuista sain luotua selkeän kestävyysraportointia tukevan teemahaastattelun, joiden avulla pystyin tieteellisesti tarkastelemaan teemoja kestävä liiketoiminnan muodostumisesta. Teemahaastattelun sujuvoittamiseksi lähetin haastateltavalle ennakoon teemahaastattelusuunnitelman (liite 1) sekä teemahaastattelurungon (liite 2). Teemoja tarkennettiin ja laajennettiin eritasoisilla keskusteluilla apukysymysten avulla haastattelun aikana (Kananen 2014, 79). Apukysymyksiä sain Eettisen kaupan puolesta Ry:n (Eetti Ry) ”Ränskkää brändi” kriteeristöstä, jolla myös arvioidaan suomalaisten vaatemerkkien omaa vastuullisuutta. Etukäteen valmistellut kysymykset ohjaavat keskustelun tutkimuksen kannalta haluttuun suuntaan, mutta joustavasti antaa tilaa haastateltavalle ilmaista omia ajatuksia vapaasti.

Tässä tutkielmassa käyttämäni teemahaastattelun kysymykset pohjautuvat Flanders DC ja Vlaanderen Circulair-organisaatioiden ylläpitämään alustaan Close the Loop. Alusta auttaa vaatetusalan yrityksiä siirtymään nopeammin kiertotalouden pariin, ja kannustaa erilaisiin toimiin ja strategioihin. Vaatetus-alalla on luotu elinkaaren mukaisesti kestävä muodin viisi strategiaa: materiaali, design, tuotanto, jälleenmyynti, kulutus ja loppujäte. (Close the Loop 2024)



Kuva 5. Close the loop -kestävän muodin elinkaaren viisi eri tarkastelun osa-alueetta (Close the Loop 2024).

Teemahaastattelun pääteemat pohjautuvat Close The Loop -kestävän muodin alustan määrittelemiini vastuullisuuden osa-alueisiin, jotta niiden avulla voin tarkastella yrityksen vastuullisuutta kestävän muodin näkökulmasta huomioiden tuotteen koko elinkaaren. Osa-alueet ovat:

Materiaali, eli muu muassa, millaisia kankaita studio Sieluisa käyttää. Kankaiden valinnalla on suuri vaikutus laatuun, käyttöikään ja ympäristövaikutuksiin. Materiaalien käytöstä teemahaastattelussa kysyin, mitä asioita yrityksessä huomioidaan, kun he ostavat kankaita ja ompeluun käytettäviä tarvikkeita. Vaikuttaako kangas suunnittelu- ja resurssipäätöksiin tai vaikuttavatko ne kankaan valintaan.

Desing eli suunnitteluvaihe. Suunnitteluvaiheella on suuri vaikutus taloudelliseen vastuuseen ja ympäristövastuuseen, joten teemahaastattelussa kysyin materiaalitehokkuuden huomioimisesta, elinkaarisuunnittelusta ja muokattavuudesta.

Tuotantovaiheessa tuotetaan yleensä fyysistä jätettä ja hiilidioksidipäästöjä, joten kysyin teemahaastattelussa yrityksen ympäristövaikutuksista, toimitusketjuista ja jätteiden lajittelusta.

Myyntiaika, tarkemmin mallistojen sykli, erottaa pikamuodin ja kestävän muodin toisistaan kulutuksen. Siksi teemahaastattelussa kysyin yrityksen kiinnostuksesta jakamistalouteen, varastointikapasiteetista sekä palvelukeskeisyydestä yrityksen liiketoimintamallissa.

Käyttö vaikuttaa suuresti tuotteen elinkaareen. Yritys voi halutessaan yrittää vaikuttaa kuluttajan ostotottumuksiin ohjaamalla niitä kestävämmälle pohjalle, tai auttaa pidentämään tuotteen elinkaarta ohjaamalla asiakasta oikeaan vaatehuoltoon. Kysyin teemahaastattelussa, miten yritys informoi kuluttajaa oikeaan vaatehuoltoon, yrityksen tuotetakuusta sekä korjauspalveluista.

Loppujätettä pyritään minimoimaan kierotaloudessa sekä kestävässä muodissa läpi tuotteen elinkaaren. Kun myyty materiaali saadaan kiertoon, pidennetään samalla arvokkaiden resurssien käyttöikä. Siksi teemahaastattelussa kysyin, ohjaako yritys asiakasta kierrättämään, hyödyntääkö yritys kiertoon menevää tai kierrätettyä tekstiiliä ja käyttääkö yritys biohajoavia tekstiilejä. (Close the loop 2024.)

Täydensin Close the Loopin alustalta hyödynnettyjä kysymyksiä lisäkysymyksillä Eettisen kaupan puolesta Ry:n (myöhemmin Eetti Ry) ”Ränkkää brändi” kriteeristöstä. Eetti Ry arvioi suomalaisten vaatemerkkien oman vastuullisuuden esille tuomista (Eettisen kaupan puolesta ry 2021). Lisäkysymykset toimivat välineinä keskustelun sujuvoittamiseen ja vastaamisen helpottamiseen. Kysymykset eivät olleet dikotomisia laadukkaan ja syvällisen haastatteluaineiston varmistamiseksi (Kananen 2014, 73–74). Tutkimuksessa haastattelin yrittäjää vastuullisuuden nykytilan määrittämiseksi ja kartoitin mahdollisia toimenpiteitä vastuullisuuden kehittämiseksi. Haastattelu teemoittain kestävyysraporttia varten on riittävä, sillä lainsäädännössä ei yksilöidä, mitä eri aihealueisiin tietoja tai lukuja tulee esittää. Teemahaastattelu tarjosi syvällisen ja monipuolisen näkökulman tutkittavaan ilmiöön ja auttoi ymmärtämään monimutkaista ja laajaa aihetta.

Haastattelu toteutettiin Teamsissä, sillä se tarjosi useita hyviä puolia sekä haastattelijalle, että haastateltavalle, joiden välimatka on pidempi kuin viereinen kaupunki. Haastattelun järjestäminen Teamsissa oli sujuvaa, sillä se on laajasti käytetty viestintäalusta monissa yrityksissä. Alusta oli helppokäyttöinen ja luonteva haastattelijalle, sekä haastateltavalle, mikä minimoi tekniset haasteet ja loi luonnollisemman ilmapiirin haastattelulle. Tallennusmahdollisuutensa vuoksi, Teams toimi kätevästi myös tallennusalustana luotettavasti ja ilman suurempia teknisiä vaatimuksia. Tallennus mahdollisti aineiston tarkan analysoinnin ja arkistoin aineiston uudelleentarkastelua varten, jotta tulokset perustuvat mahdollisimman tarkkoihin tietoihin. Lisäksi chat-toiminto mahdollisti haastattelun aikana jälleenmyyjän tietojen ja kotisivujen jakamisen sujuvasti keskustelun aikana, joka teki lisäkysymysten tekemisestä joustavaa ja mutkatonta.

2.4 Sisältöanalyysi

Teemahaastattelulla saatua aineistoa lähestyin laadullisesti etsimällä tutkimuskysymykseen vastaus ilmiöstä, eli laadullisen sisältöanalyysin avulla. Aineiston jäsentelin teoria- ja aineistolähtöisesti, rakenteellisesti etukäteen määritellyn, eli vastuullisuusnäkökulman kautta, joka mahdollistaa analyysin fokuksen. Kestävän kehityksen näkökulma analyysiin mahdollisti minulle rakenteellisen kehityksen analyysille, sillä se auttoi ymmärtämään aineiston merkityksiä. Tämä kehys oli ESG, eli kestävyuden näkökulmat. Tarkastelu ESG:n mukaan auttoi minua ymmärtämään paremmin tarkastelussa esiin nousseiden teemojen välisen yhteyden ymmärtämisen, joka mahdollisti syvällisemmän tarkastelun.

Vaikka olin määritellyt sisältöanalyysin teemat etukäteen, nousi aineistosta silti yllättävä havainto, sillä aineistosta näkyi selkeästi kaksi luokkaa: mitä vastuullisuustoimia yrityksessä on jo käytössä vuonna 2023, sekä mitä vastuullisuuden osa-alueita haluttaisiin parantaa vielä. Kutsun näitä toimia eettisiksi, sillä kuten aineistokin osoittaa, yritys haluaa tehdä nämä toimet vastuullisuus edellä, eikä myyntivoiton tai viherpesun takia. Vaikka sisältöanalyysin pääpaino oli ennalta määrätty teemat, toi yllättävä näkökulma, eli vastuullisuuden kohdentamisen vaikeuden tiettyyn vuoteen, tutkimuksen ymmärtämisen kannalta tärkeän havainnon:

Jaoin analysoitavan aineiston ensin yrityksen 2023 toteutuneisiin vastuullisuustoimiin ja niihin toimiin, joita yrityksessä halutaan toteuttaa tulevaisuudessa. Jaoin nämä molemmat luokat (käytössä olevat ja tulevat toimet) ESG:n mukaisiin vastuisiin (viitekehyksen neljäs kehä, s.13). Aineiston reliabiliteetin vahvistamiseksi erotin aineiston kahteen kestävän kehityksen mukaiseen toimeen: Eettinen toteuttaminen sekä eettinen intentionaalisuus (liite 1). Kun olin saanut eroteltua aineistosta menneen ja tulevan, jaoin yrityksen tehdyt toimet kolmeen ESG:n mukaiseen jaotteluun eli ympäristövastuuseen sekä sosiaaliseen vastuuseen ja taloudelliseen vastuuseen.

Analyysiä helpottaakseni jaoin haastattelussa ilmenneet toimet eettiseen toteutukseen, eli millaisia kestävyuden kannalta hyviä toimia yrityksessä konkreettisesti toteutettiin vuonna 2023, sekä eettiseen intentionaalisuuteen, eli mitä toimia on jo mahdollisesti aloitettu, mutta ei ole syystä tai toisesta vuonna 2023 ole saatu täysin käytäntöön kestävän kehityksen saralla. Jaottelu eettiseen toteutukseen ja eettiseen intentionaalisuuteen auttoi minua raportointikauden toimien hahmottamisessa ja mahdollisti syvällisemmän tarkastelun kestävyysraportointia varten. Se myös mahdollisti analyysin vastuullisuuden kehityskohteista nykyisistä toimista.

Teemahaastattelu Studio Sieluisan yritys vastuullisuudesta-Kokouksen tallenne	Materiaali	Suunnitelu	Tuotanto	Myynti	Käyttö	Loppu Jäte	eettinen intentiona	eettinen toteutus
I.S (Vieras) 35:01 Niin ja sitten tavallaan että, kiinnostaako se, jos se ei sitä tuoda niinku silmien eteen.							o	
Haastattelija 35:08 Just näin. Just näin.								
I.S (Vieras) 35:10 Joo.								
Haastattelija 35:52 Plussat ja miinukset.								
I.S (Vieras) 35:53 Tota no plussat on, että jätettä ei niinku synny ihan hirveästi. Semmoista niinku pientä silppua on hyvin vähän, mikä päätyy niinku sekajätteeseen. Että suurin osa sitten mitä jää yli niin niin niistä on tehty niinku võita mekkoihin. Ja Hiusdonitseja ja huiveja. Että ne tulee jollain tavalla käyttöön. Ja nyt mulla on myös. Toisen yrityksen kanssa niinku yhteistyö, että hän käy hakemaan joka siis myy ompelee ja myy hiusdonitsijani. Hän käy niinku hakemassa multa. Sitten sitä ylijäämää.		x	x	x	x			o
Haastattelija 36:44 Onpa hyvä.								

Kuva 6. Kuvakaappaus aineiston luokittelusta

Aineistosta etsin vastauksen tutkimuskysymykseen ja ilmiön ymmärtämiseen (kuva 3). Yrityksen toiminnot ovat täysin irrallisia toisistaan, mutta yhdessä ne

muodostavat yrityksen rutiinit, eli toimintatavat tarkasteluajalle (Kananen 2015, 177). Tässä tutkimuksessa se tarkoittaa sitä, kun yrityksen yksittäisiä ja eriaikaan toteutettuja toimia, jotka muodostavat yhdessä yrityksen toimintatavat tarkasteluajanjaksolle, eli vuodelle 2023.

Pelkästään jaottelu ESG:n mukaan eli ympäristövastuuseen sekä sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuuseen ei vielä riitä vastuiden analysoimiseksi. Aineiston elementtien tulkitsemista varten oli tärkeää, että jaottelin aineiston segmentteihin ja sisällölle annettiin koodit. Tämä helpotti raportoitavan aineiston sisältöanalysointia sekä vastuualueiden tarkastelua. Aineiston jaottelu ja sen luokat päätin etukäteen, enkä vasta aineistoa läpikäydessä, koska etukäteen pääteytyt koodit selkeyttävät näkökulmaa aineiston analysointiin (Ruusuvuori & Nikander 2010, 400).

3 VASTUULLISUUDEN ESIINTUOMINEN VAATETUSALALLA

Vähimmäisvaatimus yrityksen vastuullisuudelle on, että yritys toimii paikallisten lakien mukaan. Yritykselle löytyy monia niin motivoivia kuin pakottaviakin kannustimia kehittää toimiaan suhteessa ympäristöön, sekä sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuullisuuteen. Motivoivina kannustimina ovat muun muassa kustannussäästöt, sillä monilla ympäristön kannalta positiivisilla toimilla, kuten energiatehokkuuden parantamisella, materiaalihävikin minimoimisella ja työturvallisuuteen- ja osaamiseen panostamisella saavutetaan kustannussäästöjä sekä kysynnän kasvua tai molempia. Ympäristöystävälliset toimet pidemmällä aikavälillä parantavat kannattavuutta ja kilpailukykyä, mutta myös epäsuoria vaikutuksia voi olla rahoituksen saantiin, yhteistyön mahdollisuuksiin ja riskienhallintaan. (Harmaala 2012, 57–60.)

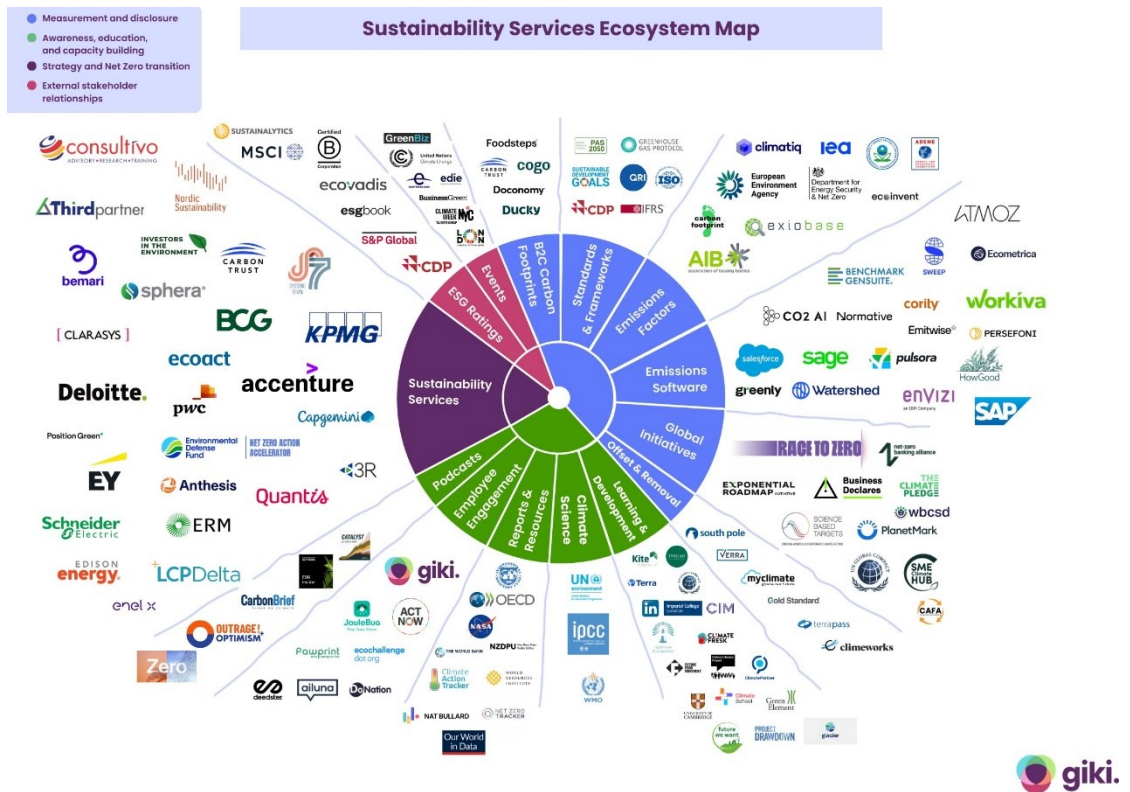
Yritysvastuun toimintaohjeita ja raameja on 1990-luvulta lähtien kehitetty useita. YK:n laajamittaisin prosessi, kestävän kehityksen ohjelma, Agenda 2030 toimii kestävyysraportointidirektiivien taustalla useassa yhteydessä. Ohjelma sisältää 17 tavoitetta ja 169 alatavoitetta. Nämä jäsenmaiden yhteiset kestävän kehityksen tavoitteet (Sustainable Development Goals, SDG) asetettiin vuonna 2016. (Kestävän kehityksen toimikunta. s.a..)



Kuva 7. Agenda2030, sisältää 17 tavoitetta, jotka maiden tulisi yhdessä saavuttaa vuoteen 2030 mennessä (Kestävän kehityksen toimikunta. s.a.).

Kaikki maat ovat sitoutuneet kehittämään Agenda 2030 tavoitteita ja tavoitteiden toteutumista seurataan yli 200 globaalin mittarin avulla. Tämän lisäksi valtioilla on omia indikaattoreitaan, sillä tavoitteita ei voida saavuttaa ilman, että kaikki paikallishallinnon tasosta kansalaistasolle asti osallistuvat. (Ulkoministeriö. s.a.b)

Viitekehityksessä kehällä kaksi, maailmanlaajuiset tavoitteet sisältävät kaksi tutkimuksen kannalta tärkeintä kestävän kehityksen tavoitetta eli vihreän kehityksen ohjelma ja YK:n kestävän kehityksen tavoitteet. Kirjallisuuskatsauksessa syvennyin kiertotalouteen siirtymiseen ja toimintakulttuurin muutokseen ajaviin tahoihin, jotka löytyvät kehältä kolme, arvostelut ja indeksit. Vaatetus- alalla on useita arvosteluja ja indeksejä, jotka arvioivat yritysten kestävyttä ja vastuullisuutta. James Hand on koonnut 2024 osan toimijoista yrityksiä helpot- tavaksi kartaksi:



Kuva 8. Kartta havainnoi miten tärkeää yhteiset tavoitteet ovat, sillä eri tasoista ja irrallisista toimijoista kestävän kehityksen puolesta on lukuisia (Hand 2024).

On tärkeää saada toisistaan irrallaan tehdyt päätökset toimimaan kestävän kehityksen puolesta, eli saman suuntaisesti (Ulkoministeriö s.a.). Meneillään ja alkamassa on nopealla sykillä toisistaan poliittisesti irrallaan olevia maailmanlaajuisia aloitteita, strategioita, luokituksia ja tiimejä (kuva 5), joten yhteiset tavoitteet edesauttavat yhtenäistä kestävän kehityksen siirtymää (Hand 2024). Tätä siirtymää saman suuntaisesti edistää kaikkien toimien pohjautuminen Agenda 2030:n tavoitteisiin.

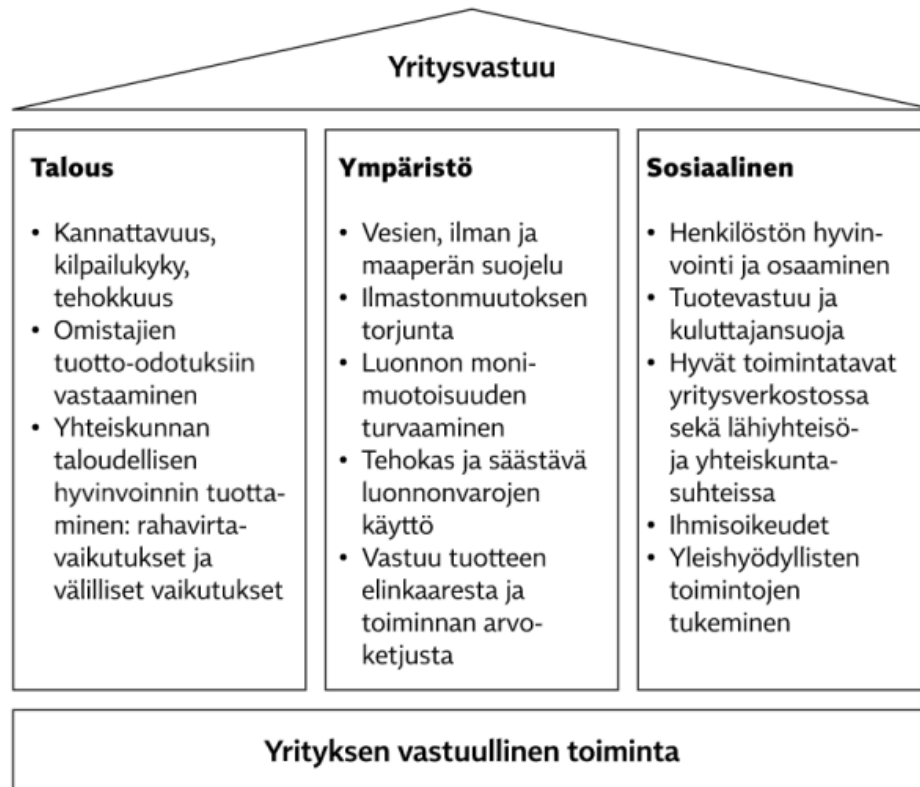
Muotialan toimijoiden syvällisiä analyyseja ja ennusteita vaatetusalan nykytilasta ja tulevista trendeistä tarjoaa ”tilastoraamattu”, ”The State of Fashion”. Raportti julkaistaan vuosittain ja se auttaa toimijoita ymmärtämään markkinoiden kehitystä ja toimii kattavana lähteenä alan liiketoimintastrategioille. Vuoden 2024 raportin mukaan vaatetusalaa määrittelevistä kymmenestä teemasta vahvistaa vastuullisuuden esiintuomisen tärkeyttä ja ajankohtaisuutta etenkin kohta yhdeksän: Raportin mukaan maailmanlaajuisesti kestävyys-sääntelyn itseohjautuvuuden aika vaatetusaloilla on ohi. Uudet määräykset vaikuttavat laajasti globaaleihin toimijoihin, sekä kuluttajiin. Brändien on uudistettava liike-

toimintaansa vastamaan uusia kestävyysraportointivelvoitteita sekä myös kuluttajien kysynnän muutoksia. Brändien ja vaatetusalan vähittäiskauppojen tulisi lisätä läpinäkyvyyttä ja solmia strategisia kumppanuuksia kulutustottumusten, eli bullwhip-efektin, vuoksi. (Amed & Berg 2023.)

Yksi tehokas työkalu muotialan itsesääntelyn muutoksessa EU:n säädösten alaisuuteen, voisi olla kestävyysraportti, jonka avulla brändit voivat avoimesti osoittaa ne toimet, joilla ne ottavat vastuullisuuden huomioon organisaatioissaan. Bullwhip-efekti kuvaa kysynnän heilahtelujen tasapainotusta toimitusketjussa, jota voidaan heikentää tutkimalla kuluttajien odotuksia ja tarpeita sekä pyrkimällä vastaamaan niihin enemmän kestäväen kehityksen, eli uuden sääntelyn mukaisesti.

3.1 Kestävyysraportointi

ESG (Environmental, Social ja Governance) on jo vakiintunut termi, kun puhutaan yritysvastuusta. Se tarkoittaa, että yritysvastuun tarkastelu jaetaan ei-taloudellisesti mitattuna kolmeen, toisistaan riippuvuussuhteessa olevaan ryhmään. Yksi yleisimmistä tätä kuvaavasta mallista on John Elkingtonin kehittämä kolmen pilarin malli (Triple Bottom Line, TBL) (Hall & Slaper 2011.) Nämä kolme pilaria ovat taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöön liittyvä vastuullisuus. (Harmaala 2012, 16). TBL toimii hyvin vertailtaessa täysin erilaisia yrityksiä, sillä se yhtenäistää ympäristön kestävyden mittaamisen yrityksessä hallintotaustasta riippumatta. Esimerkiksi paikallisviranomaisten, voittoa tavoittelemattoman joukkoliikenteen, sekä voittoa tavoittelevan yrityksen kestävyttä voidaan mitata yhteisesti.



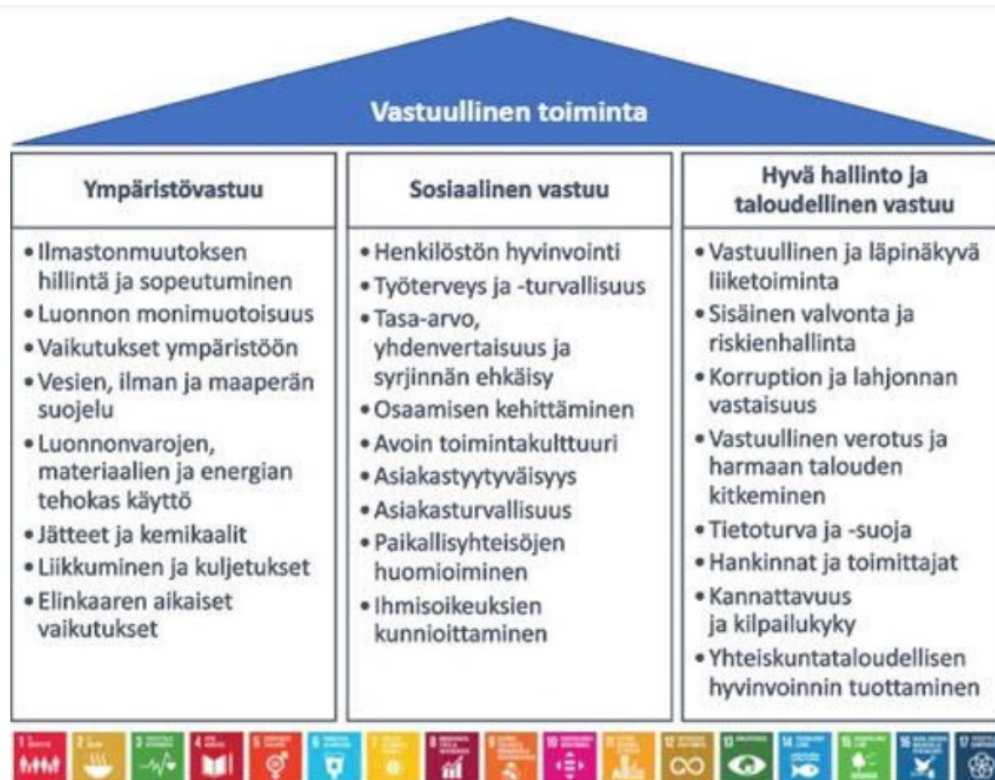
Kuva 9. Kestävän kehityksen määrittely kolmen pilarin mallilla, joka toimii tunnetusti yritysvastuun pohjana (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 23).

Kestävän kehityksen mallissa vastuut kuvataan toisistaan erillisinä pylväinä, mutta todellisuudessa yrityksen toimenpiteet voidaan luokitella useampaan pilariin samanaikaisesti. Vaatetusosalta esimerkiksi kestävän kehityksen mukainen brändi, joka tarjoaa hyviä työpaikkoja kehitysmaissa, sopii sekä sosiaaliseen että taloudelliseen vastuuseen, jossa vastuut voivat täydentää toisiaan. Yritykset hyödyntävät yritysvastuuntarkastelua, kun suunnitellaan, arvioidaan, kehitetään toimia ja etenkin, kun viestitään yrityksen vastuullisuustoimista (Harmaala 2012, 17).

Monet yritykset pyrkivät ennakoimaan kilpailuedun vuoksi lainsäädännön muutoksia. Vastuullisuus ei ole pelkkä trendi, vaan uusi normaali. Kun yrityksen liiketoimintaa laajennetaan, sen suunnitteluun ja toteutukseen kannattaisi lisätä ympäristövastuu sekä sosiaalinen ja taloudellinen vastuu (Pesola 2023.) Vastuullinen yritys tuntee toiminnassaan tapahtuvat ympäristövaikutukset, sekä mahdolliset muutostarpeet, ja on valmis kehittämään toimintaansa muutoksien aikaansaamiseksi. Ympäristövastuuta tulee toteuttaa läpi koko yrityksen prosessien mahdollistamalla esimerkiksi energian, materiaalien säästävä

ja tehokas käyttö, jätteiden määrän vähentäminen ja mahdollisen kierrätyksen, kasvihuonepäästöjen vähentämisen ja vesien, ilman ja maaperän suojelun. (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 28.)

Kestävän kehityksen tavoitteet muodostavat kivijalan vastuulliselle yritystoiminnalle jokaisessa maassa, alasta riippumatta, aina pk-yrityksestä isoon organisaatioon, kuten Tampereen tytäryhtiöiden konserniohjeessa vuodelta 2023. Tämä ohjeisto havainnollistaa vastuullisuuden merkitystä ja sisältää konkreettiset tavoitteet, jotka ohjaavat toimintaa. (Tampereen kaupunginvaltuusto 2023.)



Kuva 10. Tampereen kaupungin yritys vastuuvaatimusten perustana toimii Agenda 2030-ohjelma, ja se antaa kestävän kehityksen tavoitteille (Tampereen kaupunginvaltuusto 2023).

Kansainvälisten ohjeistusten myötä yritys vastuun raportointi on paremmin vertailtavissa ja rakenteiltaan yhtenäisempi. Käytännössä vertailua edelleen haittaa standardoitujen raportointikäytäntöjen puute, eikä niitä tarvitse ulkopuolisella varmentaa. On myös tutkittu, etteivät sidosryhmät aina edes lue raporttien sisältöä. (Harmaala 2012, 223–224). Siksi koen tärkeäksi tutkia myös pienempien yritysten vastuullisuutta, välttää monimutkaista raportointikieltä, yhtenäistää raporttien pituutta ja avata sidosryhmille, mitä raportit tarjoavat.

Vaikka kestävyysraportit eivät saavuttaisi kaikkia tehokkaasti, niiden tuottaminen edesauttaa kestävyttä yrityksen toiminnassa, ja ne voivat olla osa laajempaa strategiaa: ESG:n tarkastelu voidaan liittää muihin, laajempiin viitekehyksiin, kuten vuoden 2023 alussa voimaan astunut ESRS (European Sustainability Reporting Standard). Tämä tarkoittaa käytännössä, että toiminnan laajentuessa ESG-raporttia voidaan yrityksessä edelleen hyödyntää pohjatyönä ESRS-raportoinnille. Myös standardien mukaisessa auditoinissa, tuttavallisemmin ISO-auditoinnissa viitekehykset ovat samat, joten auditointi on helppompaa, kun yrityksessä on työstetty jo ESG-raporttia. (Liljeström 2023b.). Pienyritysten raportointivelvoitteeseen on tulossa muutos tulevan CSRD-direktiiviin (Corporate Sustainability Reporting Directive) myötä, kun se vuoden 2026 jälkeen koskee myös pörssilistattuja pk-yrityksiä (Green Carbon 2023).

3.1.1 Ympäristövastuu

Ympäristövastuun lähtökohtana on, että yrityksen toiminta on tarkoituksenmukaista ja päästöjen määrää pyritään minimoimaan. Ympäristövastuuta tarkastellaan kuten taloudellista vastuuta, eli suoraan ja välillisesti. (Rohweder 2004, 99.) Ympäristömme on tällä hetkellä jatkuvan ylikuormituksen alaisena, ja yrityksiin kohdistuu suuret odotukset ainakin hillitä ylikuormitusta (Liappis ym. 2019, 99–100). Vaatetusalla ympäristövastuuta voidaan parantaa mahdollisimman päästöttömällä toiminnalla, tehostamalla ajattomampaan tuotesuunnitteluun, kestäviin materiaaleihin ja sitoutumalla sertifikaatteihin, kuten esimerkiksi luomupuuvilla-sertifikaattiin (Heino, Markkula, Saario, Sihvonen & Ylimäki 2020). Haasteet vaativat kokonaisvaltaista lähestymistapaa ympäristövastuullisten ratkaisujen löytämiseksi. Tekstiili- ja muotialan arvoketjun päästöistä syntyy suuri osa Suomen rajojen ulkopuolella, globaalissa toimintaketjussa (Heino ym. 2020). Konkreettisimmin vaatetusalan yritykset voivat mitata ympäristövaikutuksiaan hiilijalanjälkeä mittaamalla. Myös kuluttajien tietoisuuden lisääminen ja vastuullisen kulutuskäyttäytymisen edistäminen on myös osa ympäristövastuuta, vaikkakin se usein tulkitaan sosiaalisesti vastuuksi.

Etenkin Ruotsi ja Norja tukevat tekstiilien kiertoon perustuvaa liiketoimintaa, sillä näissä maissa tekstiilien korjaus- ja huoltotyöt voi teettää alennetulla arvonlisäverolla tai arvonlisäverottomasti/verovapaasti. Poliittinen kannustin edistää kestävyttä ja kiertotaloutta, sekä arvonlisäveroa alentamalla voidaan

vaikuttaa tekstiilialalla jakamis- korjaamis- ja leasingperusteisempaan toimintatapojen muutokseen pidemmällä tähtäimellä (Heino ym. 2020).

3.1.2 Taloudellinen vastuu

Taloudellisen vastuun lähtökohtana on, että yrityksen taloudellinen kasvu tapahtuu eettisesti hyväksytyllä tavalla, eli taloudellinen suorituskyky on hyvä, ja se tapahtuu oikeudenmukaista kilpailua edistäen, eikä sisällä epäreilua palkkapolitiikkaa, petosta tai korruptointia. Kestävän kehityksen näkökulmasta tarkennettuna tämä tarkoittaa, että taloudellinen hyvinvointi ei vaaranna ympäristön hyvinvointia. Taloudelliseen vastuuseen kuuluu suoria ja välillisiä yrityksen toimintoja. Suoria vastuita ovat esimerkiksi palkkojen ja verojen maksu. Välillistä vastuuta ovat esimerkiksi yrityksen merkitys kansantaloudessa ja vaikutus sidosryhmiin. (Rohweder 2004, 99.)

Vaatetusalan yrityksessä tämä tarkoittaa konkreettisimmin sitä, että valmistus ja tuotanto, eli työllistäminen, tapahtuvat Suomessa. Tästä vastuusta, eli kotimaisesta valmistuksesta, kertoo esimerkiksi Avainlippu-tunnus. Taloudellisesta vastuusta kertoo myös, jos sidosryhmät ovat mahdollisimman lähellä, jotta toimintaa voidaan kehittää joustavammin. Taloudelliseen vastuuseen voi kuulua, etenkin vaatetusalalla, avoin ja selkeä kommunikointi hinnan muodostumisesta. Vaatetusalan yritys voi edistää taloudellista vastuutaan luomalla työpaikkoja, oikeudenmukaisella palkkauksella, reiluilta työoloilla, paikallisilla investoineilla, kestävämmällä tuotannolla ja toimitusketjun, tuotteiden laadun ja kestävyuden parantaminen sekä tehokkaan liiketoiminnan hallinta.

3.1.3 Sosiaalinen vastuu

Vaatetusalan sosiaaliseen vastuuseen kuuluu muun muassa vastuu työntekijöiden hyvinvoinnin ja osaamisesta. Suoria vastuita ovat perehdytys, työturvallisuus ja esimerkiksi henkilöstön koulutus. Myös välittömään vastuuseen kuuluu vastuu palveluista ja tuotteista, kuten tuotteiden terveys- ja turvallisuusvaikutusten tunteminen. Välillinen vastuu riippuu yrityksen koon ja toimintaympä-

ristön mukaan paikallisesta vastuusta aina globaaliin vastuuseen asti. (Rohweder 2004, 103.) Vaatetusalalla sosiaalisessa vastuussa varmistetaan säännöllisesti työympäristön turvallisuus ja työterveyshuollon kanssa toimintojen ajankohtaisuus. Suomessa tekstiilialan toimijoiden maksama kierrätys ja ilmastotoimet eivät varsinaisesti tuo uutta rahaa kansantalouteen, olisi tunnistaa asiakastarpeet ja muuttaa taloutta perinteisten yritystoimintamallin sijaan tarjota tuote asiakkaalle palveluna. Siten voidaan vastata asiakkaan tarpeeseen ilman että tekstiilejä joudutaan valmistamaan varastoon tai pikamuodin mukaisesti. (Heino ym. 2020, 59 - 60.)

3.2 Kritiikki vastuullisuusraporttien hyödyllisyydestä

Koska yritys vastuullisuusraportointi on suurimmalta osalta vapaaehtoista, on se kerännyt myös paljon kritiikkiä. Yritysvastuuraportointia kritisoidaan liiketoimintaa haittaavana, ja koska raportointikehykset ovat hyvin erilaiset, se nähdään liian epäselvänä (Harmaala 2012, 28). Vastuullisuusraportointia on kritisoitu myös liian tehottomaksi. Maailmanlaajuisesti esimerkkejä tästä on useita, mutta yksi suurimmista vaatetusalaa koskevista on ollut Rana Plaza, joka romahti 2013 ja romahduksessa kuoli 1134 työntekijää, vaikka tehdas oli läpäissyt useamman johtavan auditointiyrityksen (TÜV Rheinland, Bureau Veritas ja RINA) tarkastukset vain viikkoja ennen romahdusta. Lisäksi tehdas noudatti ohjeistuksia Amfori BSCI:n sekä SAI:n (Social Accountability International) standardeja.

Toisena esimerkkinä GOTS (Global Organic Textile Standard) havaitsi 2020 Intian luomuvalvonnassa ”systemaattista vilpillisyyttä” eli markkinoilla on väärennettyjä sertifikaatteja. Luomustandardien käyttäminen on myös hankalaa, sillä vaikka puuvilla olisi myrkytöntä, syyllistytään esimerkiksi Intiassa IFOAM:in (International Federation of Organic Agricultural Movement) mukaan sosiaaliseen epäoikeudenmukaisuuteen kieltämällä järjestäytymisvapaus, syyllistymällä syrjintään ja keltvottomiin työoloihin. (Finnwatch 2022, 79–80.)

Koska edellä olevien kaltaisista tapauksista ei ole tullut seuraamuksia yrityksille, kestävyysraportit nähdään toisinaan vain keinona edistää liiketoimintaa (Eetti Ry 2019.) Yleisin vastuullisuusraportointiin kohdistuva kritiikki on se, että

yrityset toteuttavat yritysvastuuta vain symbolisesti, eli vain pakollisten raportointien verran, siitä kuitenkin näkyvästi viestien kuluttajille, ja saavuttaakseen näin legitimeettiä (Watts ym. 2018.) Tätä kutsutaan Suomessa viherpesuksi. Esitän viherpesun omana alalukunaan johtuen sen yleisyydestä markkinoinnissa, sekä johtuen sen haitallisuudesta kestävään kehitykseen.

3.3 Viherpesu

Viherpesu tarkoittaa yksinkertaisuudessaan sitä, että yritys ylistää omia toimiaan ympäristöystävällisyyden saralla, mutta todellisuudessa täyttää vain lain ja määräysten minimitason (Isokangas ym. 2022, 94). Kuluttajan on vaikea erottaa merkityksellinen vastuullisuusviestintä viherpesuviestinnästä.

Kuluttajamarkkinoinnissa syyllistytään välillä virheellisiin väittämiin, koska niiden esittäminen on helppoa, ja väittämän todenperäisyyden selvittäminen vaatisi kohtuuttomasti aikaa. Vastuullisuutta käytetään myös yrityksissä enemmän sisäänheittotuotteena, ja vastuullisten tuotteiden luvataan tuovan sisältöä elämään. Esimerkiksi, kun tuotteesta menee pieni lahjoitus sademetsänsuojeluun, halutaan uskotella kuluttajille, että lahjoitus kompensoisi kuluttamisen ja suorastaan tekisi siitä järkevää (Isokangas ym. 2022, 14.) Tällaisesta toiminnasta käytetään myös termiä hyvesignointi, etenkin jos vaateyritykset käyttävät omia luomiaan ympäristömerkkejä tai -sertifikaatteja, joita ei varmenneta ulkopuolisella taholla tai kriteereillä (Joutsenmerkki 2023). Ylikuluttaminen ei muutu hyväksi kierrättämällä, ja valistunutkin kuluttaja on riippuvainen yrityksen antamasta tiedosta.

Parhaimmassa tapauksessa selkeä viestintä vastuullisuudesta lisää sidosryhmien sekä kuluttajien ymmärrystä vaatetusalanakin globaaleista toimitusketjuista ja sen toiminnan laajoista vaikutuksista.

Kuluttajien luottamuksen voi menettää hetkessä, jos teot ja puheet eivät vastuullisuudesta kerrottaessa kohtaa (Isokangas ym. 2022, 11). Rehellisyys ja luottamus ovat suomalaisille niin tärkeitä arvoja, että kansainvälisessä markkinoinnissa ne näyttäytyvät liiallisen suoraviivaisena. Toisaalta juuri siksi suomalaiset brändit ovat nousseet tilastoissa kärkisijoille. Suomalaisia vahvoja maabrändejä voidaan hyvällä leimata merkitykselliseksi, sillä merkityksellisyys toimii parhaiten silloin, kun se on käytännönläheinen, yksinkertaistettu ja *brutaalin* rehellinen, juuri kuten suomalainen kulttuuri. (Isokangas ym. 2022, 42–

44). Usein vastuullisuuteen tähtäävistä projekteista viestitään vasta kun ne ovat valmiita, vaikka kuluttajien osallistuttaminen, eli mahdollisuus vaikuttaa prosessiin kuuluisi osana sosiaalista vastuuta. Keskeneräisistä toiminnoista viestiminen on osa vastuullista liiketoimintaa, sillä se lisää luottamusta.

(Halme & Joutsenvirta 2011, 259–260, 263.)

Euroopan komissio ja kansalliset kuluttajaviranomaiset tekivät 2021 viherpesuun keskittyvän tehotarkastuksen ja tulokset osoittivat, että yritysten esittämistä viherväittämistä melkein puolet, eli 42% olivat liioiteltuja, virheellisiä, harhaanjohtavia ja EU:n sääntöjen vastaisia. (Euroopan komissio 2021.)

Muotialan markkinointiviestintä syyllistyy viherpesun lisäksi valveutuneisuuspesuun samalla, kun ne yllyttävät vastuuttomampaan kuluttamiseen (Isokangas 2022, 184). Valveutuneisuuspesua on sitä, kun yritykset perustelevat näyttäviä markkinointitempauksia sillä, että niillä pyritään herättämään julkista keskustelua. Tällaista huomion kiinnittämistä ongelmakohtiin pyrkimättä niiden ratkaisuihin, voidaan kutsua myös nimellä näennäisaktivismi (Isokangas ym. 2022, 137).

4 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimuksen tavoite oli yrityksen kestävyuden tarkastelu vuoden 2023 ajalta ja tarkastelun pohjalta toteutin vuoden 2023 kestävyysraportin. Aineistosta kävi nopeasti ilmi, että moni vastuullisuuteen liittyvä toimi oli yrityksessä aloitettu ennen vuotta 2023 tai sen aikana, mutta niitä ei voitu vielä raportoida vuoden 2023 varsinaisiksi toimiksi. Kestävän kehityksen parantaminen on siis usein organisaatioissa pidempi prosessi, jonka valmistelu voi ulottua useammalle tarkasteluvuodelle. Vähimmäistaso yritystoiminnan vastuullisuudelle on lakien ja säädösten noudattaminen (Harmaala & Jallinoja 2012, 72). Studio Sieluisassa nähtiin kiertotalouden adaptointi yritykseen tärkeänä ja jo osittain käytössä olevana arvopohjana, mutta yrittäjä epäili osaamisen ja resurssien riittämistä nykyisessä toiminnassa, sillä vastuullisuusraportointi nähtiin erillisenä, isona ja resursseja vievänä toimintona. Ehkä myös siksi tulevat vaatetusalan säännökset, jotka eivät vielä koske pk-yrityksiä, eivät vielä näy laajemmin kehityssuunnittelussa, vaikka niiden vaikutus yrityksiin tulee olemaan suuri.

4.1 Studio Sieluisan taloudellinen vastuu

Yrityksen taloudellisesta vastuusta kertoo sen sitoutuminen paikallisiin yhteisöihin ja yhteiskuntaan (Kuluttajaliitto s.a.), sillä Studio Sieluisa on suomalainen ja kuuluu yritysrekisteriin. Studio Sieluisan yrityksessä tämä tarkoittaa konkreettisimmin sitä, että valmistus ja tuotanto, eli työllistäminen, tapahtuvat Suomessa. Tästä vastuusta, eli kotimaisesta valmistuksesta, kertoo esimerkiksi yrityksessä Avainlippu-tunnus. Tunnuksen avulla kuluttajat tunnistavat helposti kotimaiset tuotteet ja palvelut. Yrittäjä kertoo, että tuotanto on alusta asti tapahtunut Porvoossa, ja tuotanto tapahtuu laatukriteeri edellä, yrittäjän omien käsien kautta. Myös yhteistyötempauksissa on pidetty kiinni tuotannon laadusta, ja niissäkin vaatteet on valmistettu Studio Sieluisan ompelimosassa. Taloudellisesta vastuusta kertoo myös, jos sidosryhmät ovat mahdollisimman lähellä, jotta toimintaa voidaan kehittää joustavammin.

Studio Sieluisan taloudellinen vastuu ulottuu myös sidosryhmiin, sillä yrityksen käyttämät kankaat valmistetaan maassa, jonka tavoitteet on kirjattu Amfori BSCI:n toimintaan. Amfori pohjautuu ILO:n, YK:n ja OECD:n ohjeisiin ja sopimuksiin. Järjestelmän menettelyohjeessa on määritelty yksitoista periaatetta, jotka ovat: oikeudenmukainen korvaus, järjestäytymis- ja neuvottelu-oikeus, ympäristönsuojelu, kohtuulliset työajat, nuorten työntekijöiden erityissuojelu, lapsityön kielto, epävakaiden työsuhteiden kielto, syrjintäkielto, pakkotyön kielto, eettinen liiketoiminta, työterveys ja -turvallisuus, sosiaalisen johtamisen järjestelmä, työntekijöiden osallistuminen ja suojelu. (Amfori 2017.) Studio Sieluisa ostaa kankaansa Euroopasta, eli vahvistaa samalla jäsenvaltion kilpailukykyä tekstiilintuotannon markkinoilla, jottei tuotanto siirry halvemman työvoiman maihin.

Ompelulangat ja -tarvikkeet yrittäjä Suutari kertoo ostavansa kotimaisilta jälleenmyyjiltä, kuten Eurokankaasta. Yrittäjä suosii yrityksen huoltotoimissa paikallisia toimijoita, sekä markkinointimateriaaleissa on haluttu hyödyntää Porvoon historiallista arvoa. Paikallisuus ei varsinaisesti korostu itse liiketilassa, sillä pääasiallinen myynti tapahtuu verkossa. Studio Sieluisa sanoo näkevänsä pienyrittäjien yhteistyössä voimaa, sillä yrittäjä Suutari yhdisti omat kaa-

vansa Utuliinin Suomessa valmistettuihin kuosillisiin kankaisiin. Tämä yhteistyö on mahdollistanut Utuliinin värikkäiden kuosien käyttöä ja näkyvyyttä väljässä Sieluisan mekossa, jotka on aikaisemmin tehty yksivärisinä.



Kuva 11. Utuliinin kuosi Studio Sieluisan mekkomallissa. Kuva Studio Sieluisan instagram tiililtä.

Studio Sieluisan arvoista huokuu yhteisöllisyys ja luovuus, ja se näkyy myös Suutarin valinnassa ottaa yhteistyökumppaniksi Utuliinin. Molemmat yritykset haluavat tarjota laadukkaita ja ainutlaatuisia tekstiilejä, jotka kertovat tarinaa ja edustavat molempien yrittäjien arvoja.

4.2 Studio Sieluisan sosiaalinen vastuu

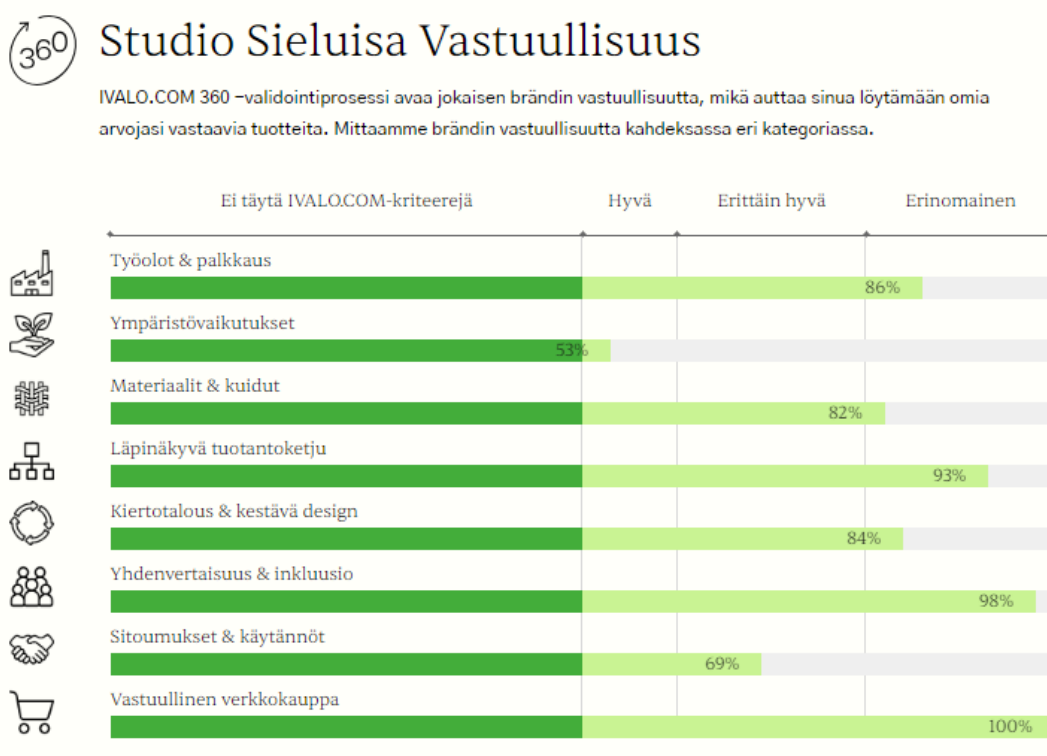
Yritystoimintaa ei synny ilman yrittäjää, joten Studio Sieluisan panostaminen sosiaaliseen vastuuseen on erittäin tärkeää. Koska yksinyrittäjänä Suutari on yhtä kuin Studio Sieluisa, yritys pyrkii maksimoimaan positiivisia vaikutuksia ihmisiin ja erityisesti yrityksen tärkeimpiin sidosryhmiin. Yritys viestii avoimesti tuotteen hinnanmuodostuksesta Instagramissa. Kun yritys avaa sitä, mistä vaateen hinta muodostuu, kertoo se kuluttajalle, kuinka monivaiheinen prosessi vaate tuotanto on. Aikaisemmat sosiaalisen median postaukset tuotteen hinnan muodostuksesta ovat olleet suosittuja, eli kuluttajat haluavat tietää siitä, mistä tuotteen hinta koostuu.

Vaikka yritys mainostaa vastuullisuuttaan sosiaalisessa mediassa, yritys näkee, että konkreettisilla teoilla on enemmän merkitystä. Yritys haluaa, että toiminta on lähtökohtaisesti hitaan muodin mukaista, ei vain sen markkinointi. Yrittäjä näkee, että teot puhuvat enemmän kuin kauniit sanat. Siksi vastuullisuutta on avattu kuluttajille blogitekstien muodossa. Tuotteen eliniän pidentämiseen sekä oikeaan huoltamiseen on ohjeistettu nettisivuilla. Asiakkaalle on ohjeistettu konkreettista vaatehuoltoa blogipostauksessa, joten vaatehuolto-ohjeet ovat kaikkien saatavilla.

Studio Sieluisa mainostaa lähinnä Instagramissa, joten mainoksen yhteydessä helposti löytää myös yrityksen arvot. Tämä madaltaa etäisyyttä valmistajan ja asiakkaan välillä. Yrittäjä kokee, että jos yritys on "kasvoton", myös impulsiivisempi ostokäyttäytyminen sekä palauttaminen lisääntyy. Kun tuote valmistetaan tilauksesta, lisää se kiintymystä tuotteeseen, joka taas lisää tuotteen elinkaarta, sillä tuotteesta pidetään parempaa huolta.

Mallistoissa on panostettu mukavuuteen ja etenkin siihen, että vaatteet ovat aidosti mukavia kaikenkokoisilla. Naiskuvan eheyttäminen on yksi Studio Sieluisan tavoitteista. Naiskuvan eheyttäminen näkyy mitoituksen lisäksi palvelussa. Yrittäjä Suutari kertoo myös, että vaatteissa on haluttu panostaa mitoituksessa väljyyteen, joka luo armollisuutta kehomuutoksille ja varmistaa käyttömukavuuden vuosien päähän.

Sosiaaliseen vastuuseen kuuluu isona osana avoin viestintä sidosryhmille. Yritys myy tuotteitaan Ivalo.com:issa, jossa avoin vastuullisuusviestintä on keskeistä. Ennen mahdollisuutta päästä myymään Ivalo.com:issa, tehdään brändille vastuullisuusvalidointi. Viralliselta nimeltään tämä prosessi on Ivalo.com 360 ja se on ammattilaisten kehittämä arviointiprosessi, jonka avulla ostaja saa avoimen ja luotettavan arvion sivustolla myytävien brändien ja tuotemerkkien vastuullisuustuloksista. (Ivalo 2022.)



Kuva 12. Kuvakaappaus Ivalo.com 360 arviosta Studio Sieluisan vastuullisuuteen.

Ivalo.com 360 arvioi kuvassakin näkyvien seulojen läpi päässeiden brändien vastuullisuuden kahdeksassa osassa: työolot & palkkaus, ympäristövaikutukset, materiaalit & kuidut, läpinäkyvä tuotantoketju, kiertotalous & kestävä design, yhdenvertaisuus & inklusio, sitoumukset & käytännöt ja vastuullinen verkkokauppa. Osa-alueissa arvioidaan brändin vastuullisuuden riskitasoa, sekä piste- ja impaktiarvoa (Ivalo.com 360 s.a.)

Positiivista arviossa nähtiin Studio Sieluisan työympäristön turvallisuus, työaikojen kohtuullisuus sekä palkkaus. Yritys huomioi koko tuotteen elinkaaren. Materiaalit ovat vastuullisia ja niillä on GOTS-sertifikaatti sekä niiden alkuperä on todennettavissa. Sekä toimittaja että valmistaja on auditoitu. Hyvää on

myös kiertotalouden palveluiden tarjoaminen, sillä Studio Sieluisa tarjoaa korjauspalvelua. Yritys ottaa asiakkaat suunnitteluun mukaan, eli tekee suunnitelmasta yhdenvertaista ja monimuotoista. Se varmistaa että tuotteet ovat aidosti kaikenlaisten yksilöiden saatavilla, joka edistää tasavertaisuutta ja oikeudenmukaisuutta.

Negatiivisena arvioinnissa nähtiin uusiutuvan energian käytön vähyyks ja hiilijalanjäljen seuranta. Merkittävä puute ympäristövaikutuksissa on kestävyysraportin puute, sekä tavoitteet kestävyuden parantamiseksi. Tutkimus Studio Sieluisan vastuullisuudesta todennäköisesti parantaa seuraavaa arviointikautta. Tulevia, jo kehitteillä olevia kestäväns kehityksen mukaisia toimia on kiertotalouden mukaisten palveluiden lisääminen, kuten vaatteiden uudelleenmyynti sekä vuokrauspalvelu.

4.3 Studio Sieluisan ympäristövastuu

Studio Sieluisan liiketoiminta ja sen arvot perustuvat paljon ympäristövastuuseen. Yrityksen toiminnassa toteutuvat useat hitaan muodin periaatteet. Kestävydestä kertoo, ettei yritys ole trendien asettaja, eikä niiden seuraaja. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että suunnittelu ja tuotanto eivät noudattele pikamuodin vaatimaa nopeaa mallistojen julkaisutahtia, eikä yritys tee jatkuvia muutoksia mallistoihinsa uusien trendien mukaisesti. Yritys edustaa hidasta muotia eli se myy vaatteita, jotka eivät ole trendimarkkinoiden tuotosta, vaan etukäteen arjessa kokeiltuja, aidosti mukavia sekä ajattomia vaatteita.

Kun yrittäjä ostaa Euroopasta, se vahvistaa samalla jäsenvaltion kilpailukykyä tekstiilintuotannon markkinoilla, jottei tuotanto valu halvemman työvoiman maihin, joissa tekstiilituotannon työturvallisuus on heikko (Mielonen 2011). Tekstiilituotteen saastuttavin osa on tekstiilituotannonvaihe, johon kuuluu tekstiilin valkaisu, viimeistely ja värjäys, joihin sisältyy runsaasti erilaisia kemikaaleja. Haitalliset kemikaalit aiheuttavat ympäristön kuormituksen lisäksi terveysriskejä niiden kanssa työskenteleville työntekijöille, joten on erittäin tärkeää, että tämä vaihe pysyy sellaisissa maissa, joissa sitä pystytään valvomaan ja sen vaikutuksia ympäristölle voidaan minimoida. (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto s.a..)

Kangasvalinnoissa on tehty erityisiä panostuksia. Studio Sieluisa kokeili vuonna 2023 kierrätyskuiduista valmistettua kangasta, koska yritys olisi halunnut lisätä kierrätetyn materiaalin käyttöä. Yrittäjä kuitenkin koki, että kierrätyskuidusta valmistettu kangas ei vastannut vaateen käyttöiän odotetta. Studio Sieluisa näkee, että panostaminen kankaan laatuun on ensisijaisen tärkeää ympäristön kannalta, jotta tuotteen elinkaari olisi kestävän kehityksen mukainen. Malliston kankaita ei pestä ennen ompelua luonnonvarojen säästämiseksi, vaan kaavoituksessa huomioidaan pesusta johtuva kutistumisvara. Turhan pesun välttäminen ja mahdollinen kankaan kutistuminen on kerrottu myös kuluttajalle avoimesti.

Yrityksen kolme painopistettä kankaanvalinnassa ovat olleet ympäristöystävällisyys, käyttömukavuus ja pehmeys. Kankaat valmistetaan Euroopassa ja tekstiilit koostuvat Tencel-lyocellistä, Ecovero -viskoosista ja luomupuuvillasta. Kun kankaat tuotetaan Euroopassa, vähentää se kuljetuksesta syntyviä päästöjä, sekä Euroopassa tapahtuva tuotanto varmentaa tuotannon laadun, sillä Euroopassa on usein tiukemmat laatu- ja turvallisuussäännökset. Kun valmistaja sekä jälleenmyyjä löytyvät Euroopasta, voidaan tuotannon määriä lisätä tai vähentää helpommin kysynnän mukaan. Tämä vähentää turhaa tuotantoa, sekä turhaa varastointia ja kuljetusta. Lähempänä tuotettu kangas ja lähellä oleva jälleenmyyjä mahdollistavat oston joustavuuden pienelle yrittäjälle myyntisykleissä. (European Environment Agency 2022.)

Vaateissa mitoitus on väljä, mikä pidentää vaatteiden käyttöikää myös kehomuutosten kohdalla, kuten painonvaihdokset, raskaus tai muut fyysiset muutokset. Väljempi ja monikäyttöisempi vaate mahdollistaa myös sen, että vaateen kierrättäminen ja jälleenmyynti helpottuu ja ne sopivat useammalle henkilölle. Suunnittelussa huomioidaan pitkäikäisyys myös karsimalla turhat napit ja vetoketjut pois, sillä ne lisäävät riskiä käyttöiän lyhenemiselle. Hidasta muotia toteutetaan pitkäjänteisesti yrityksessä, sillä mallit ovat pysyneet samoina aina yrityksen perustamisesta lähtien. Muutokset malleissa ovat olleet vähäisiä ja ne liittyvät lähinnä vaihtuneiden materiaalien soveltuvuuteen, eivät sesongin tai trendien vaihteluihin/vaihteluun.

Studio Sieluisassa ylijäämämateriaalien syntyä pyritään minimoimaan jokaisessa tuotannon vaiheessa. Materiaalia tilataan pienempiä määriä turhan varastoinnin vähentämiseksi. Tavarantoimittajan valinnassa on kiinnitetty erityistä huomiota siihen, että kankaan leveys sopii yrityksen käyttämiin kaavoihin, jotta materiaalihävikkiä voidaan minimoida jo ennakoidusti. Tuote leikataan leikkuujätettä minimoiden, niin paljon kuin se on mahdollista, ilman että vaatteiden malli muuttuu. Syntyvä leikkuujäte hyödynnetään tehokkaasti erilaisiin käyttötarkoituksiin, kuten valmistamalla siitä asusteita tai myymällä se edelleen toiselle yrittäjälle, joka hyödyntää sen omissa tuotteissaan. Tuotannon kestävä kehitys toteutetaan käytännössä varmistamalla, että vaatteita valmistetaan vain todellisen kysynnän mukaan. Yrittäjä Suutari kertoo, että koska hänellä on vahva luottamus vaatteidensa laatuun, voi yritys tarjota pidennetty käyttötakuu. Se tarjoaa kuluttajalle pidemmän ajan, jolloin ostaja voi ilmoittaa mahdollisesta valmistusvirheestä, joka lisää luottamusta tuotteen laatuun. Pidennetty käyttötakuu ei kuitenkaan sisällä kustannuksia asiakkaan toiveista mallinmuutokseen tai asiakkaan omasta toiminnasta tai päätösestä johtuvaan korjausompelun tarpeeseen.

4.4 Studio Sieluisan vastuullisuuden kehittäminen

Yrityksellä on vahva tahtotila parantaa toimintansa kestävyyttä. Yrittäjä kertoo kuitenkin, että yrityksen resurssit kestävyteen panostamiseen ovat rajalliset, erityisesti henkilöresurssit, sillä Suutari työskentelee yrityksessään yksin. Koska nykyisen tuotantotilan muokkaus ekologisempaan ei ole käytännössä mahdollista, on tilanteeseen tulossa muutos. Tuotanto tullaan siirtämään tilaan, jossa yrityksen oma energiankulutus on mahdollista seurata. Yrittäjä kokee, että kestävä kehityksen mukaisen liiketoiminnan aikaansaanti vaatii ulkopuolista apua. Hän näkee, että esimerkiksi yritysvalmentaja olisi hyödyllinen investointi yritykselle. Yritysvalmentaja edesauttaisi ilmastoneutraaliuden tai Agenda 2030 -tavoitteiden saavuttamiseen ohjatusti ja pienyrittäjälle realistisella tavalla.

Yritys on panostanut jo kaavoituksessa ja kangasvalinnassaan hävikin vähentämiseen. Kaavat asetellaan niin, että leikkuujätettä syntyy mahdollisimman vähän, mutta yritys aikoo panostaa tulevaisuudessa vielä enemmän kaavoitukseen ja erityisesti pyrkien siihen, että leikkuujätettä ei syntyisi lainkaan.

Yrittäjä Suutari kertoi, että jos nykyisillä kaavoilla haluisi vähentää mahdollisimman paljon leikkuujätettä, vaatisi se saumojen lisäämistä vaatteisiin. Tämä kuitenkin olisi ristiriidassa Studio Sieluisan arvojen kanssa, sillä saumat lisääisivät riskiä vaateen käyttöiän lyhenemiseen ja heikentäisi samalla käyttömukavuutta, mikä on myös yksi Sieluisan arvoista. Kokonaiskuvaa katsoen on tällä hetkellä järkevämpää panostaa tuotteen pitkäikäisyyteen kuin täydelliseen leikkuujätteen minimointiin.

Leikkuujätteen minimointi on tällä hetkellä huomioitu ennakoidusti jo kaavoitusvaiheessa, sekä kangasrullan leveyden valinnassa. Yritys hyödyntää tuotannossa syntyvän leikkuujätettä lisämyynnissä olevissa asusteissa. Leikkuujäte, joka ei sovi kokonsa puolesta enää asusteiksi tai muuhun yrityksen omaan tuotantoon, myydään toiselle kotimaiselle yrittäjälle hyödynnettäväksi omassa tuotannossaan.

Tulevaisuudessa kaavoituksessa huomioitaisiin myös vaateen muokattavuus ja pitkäikäisyys, eli muokattavuutta ei tehtäisi tulevaisuudessakaan vetoketjujen avulla, sillä ne saattaisivat rikkoutua helpommin, joka taas lyhentää vaatteiden käyttöikä. Jättämällä turhat vetoketjut pois myös kierrätettävyys on edelleen helpompaa. Tulevaisuudessa yritys haluaa panostaa kierrätyskuiduista valmistettuihin hintalappuihin ja tuotemerkkeihin, joiden käyttö vähentää luonnonvarojen kulutusta ja ympäristökuormitusta.

Yritys on tietoinen siitä ristiriidasta, joka syntyy uuden kulutustavaran tuottamisen ja taloudellisen hyödyn välillä. Siksi yrityksellä on suunnitelmia vähentää vaatteiden tuottamisen määrää esimerkiksi vuokraustoiminnan avulla. Vaatevuokraustoiminnalla ei ole Suomessa vielä kovin vakaata maaperää, joten yritys kartoittaa asiakaskunnan valmiuksia toiminnalle.

Koska yritys ei halua kuluttaa energiaa turhalla varastoinnilla, vaatteet valmistetaan tilausten mukaan. Tämä kuitenkin saattaa vähentää myyntiä, sillä tilauksesta valmistettavan tuotteen saamiseen voi mennä sesongin mukaan jopa viikkoja, ja kuluttajat ovat tottuneet saamaan tuotteensa pikamuotijättien sivustoilta parissa päivissä. Siksi vuokraustoiminto saattaisi edistää saatu vuutta nopeammaksi. Asiakkaalla olisi myös mahdollisuus koeajaa vaate arjen

eri tilanteissa ennen lopullisen ostopäätöksen tekemistä. Asiakkaalla olisi mahdollisuus kokeilla erilaisia sävyjä ja tyylejä ilman lopullista ostopäätöstä. Tällainen toiminto voisi vähentää impulsiivisia heräteostoksia ja siksi myös yli-kulutusta. Vuokraustoiminnan avulla yritys pystyisi myös vuokraamaan oman tuotannon uniikkeja kappaleita ja kokeilueriä. Kestävän kehityksen näkökulmasta vuokraustoiminta voisi vähentäisi huomattavasti tekstiilijätteen määrään, sillä se tarjoaisi vaihtoehdon ostamiselle, mikä vähentäisi tekstiilien tuotantoa. Vuokraustoiminta pidentäisi tuotteen elinkaarta, sekä edistää kiertotaloutta jos tuote käytetään uudelleen useiden eri käyttäjien välillä, sekä näin voitaisiin vähentää tekstiilien päätymistä liian nopeasti energijätteeseen.

Vuokraustoiminta mahdollistaisi myös takaisinottopalvelun, joka edistäisi asiakastyytyväisyyttä ja syventäisi asiakkaiden luottamusta yritykseen. Yrittäjä tietää kankaiden olevan niin laadukkaita, että vaatteita voisi hyvin hyödyntää vielä takaisinoton jälkeenkin joko suoraan tai pienillä muutoksilla vuokrauspalvelun kautta. Tämä pidentäisi tekstiilien elinkaarta ja vähentäisi yrityksen hiilijalanjälkeä merkittävästi. Myös asiakas hyötyisi takaisinottopalvelusta, sillä se tarjoaisi mahdollisuuden vaihtaa kokoa tai mallia, jos käyttökuukausien aikana koko vaihtuu tai keho muuttuu. Tämä lähestymistapa tekisi ostoprosessista käyttäjäkeskeisemmän ja inhimillisemmän.

5 TUTKIMUKSEN JA VASTUULLISUUSRAPORTIN ARVIOINTI

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia pienyrityksen vastuullisuutta, ja tarkastella sitä kolmen päävastuuteeman, eli taloudellisen-, sosiaalisen- ja ympäristövastuun mukaisesti. Studio Sieluisa valikoitui Avainlippu.fi-sivuston kautta, jonka yritys saa vain, jos tuotteet valmistetaan Suomessa. Studio Sieluisan arvot tekivät minuun vaikutuksen, ja olen onnellinen, että pääsin haastattelemaan vastuullisuuden saralla hyvin motivoitunutta yritystä. Yrityksen sisäinen motivaatio helpotti haastattelun ja yritystarkastelun tavoitteisiin pääsyä.

Tällä hetkellä ei ole yksilöityä raportointiohjetta, joita pienyrittäjän tulee käyttää. (Työ- ja elinkeinoministeriö. s.a.) Tämä tekee pienyrittäjälle toimintansa kestävyuden raportoinnista vaikeaa, sillä on epäselvää mitä tietoja heidän tulisi kerätä, missä muodossa, tai millä asteikolla ne tulisi esittää ja minkälaisia

kriteerejä siinä olisi syytä noudattaa. Se tekee myös raporteista vaikeasti vertailtavia eri yritysten välillä. Ohjeistuksen puutteellisuus voi helposti johtaa siihen, että tutkija tai yritys keskittyvät vain niihin osa-alueisiin, jotka ovat sidosryhmille tärkeitä tai helppoja raportoida. Puuttuva ohjeistus mahdollistaa yrityksen jättämään huomioimatta raportoinnissaan keskeisiä kestävyysosa-alueita, silläkin riskillä, että se heikentää raportoinnin kattavuutta tai oikeellisuutta.

Teams tarjosi helpon ja varman tavan toteuttaa teemahaastattelut molemmille osapuolille, ja Teamsin avulla haastattelun kulku oli luontevaa paikkakunnasta riippumatta. Odotin saavani arvokasta tietoa yrityksen arjen valinnoista ja yrittäjän syvällisen näkökulman kestävästä kehityksen toimenpiteisiin. Kysymysten avulla toivoin ymmärtäväni riittävän syvällisesti yrittäjän kokemuksia ja saada tarpeeksi laaja kuva ilmiöstä. Mielestäni vuorovaikutus oli luontevaa ja hetkiin syntyi riittävä luottamus ilmiön tutkimiselle. Haastattelu oli mielestäni hyvin suunniteltu, kysymykset ajankohtaisia ja rakenteeltaan selkeitä, joka helpotti haastattelutilanteita molemmille osapuolille.

Haastattelun analyysistä ei tullut suuria yllätyksiä, sillä Studio Sieluisa kertoo kuluttajille vastuullisuudestaan avoimesti jo ennen tätä vastuullisuustarkastelua. Haastattelu toi yrittäjälle uusia ideoita ja näkökulmia palvelukehitykseen, joka saattaa auttaa yrittäjää pysymään kilpailukykyisenä markkinoilla. Haastattelu nosti esiin huomioita palveluprosessissa, jotka auttavat parantamaan asiakaskokemusta ja palvelun laatua. Tästä yksi esimerkki olisi asiakkaan mahdollisuus valita oston yhteydessä saako hänen tuotteensa pakata jo käytössä olleeseen pahvilaatikkoon. Tämä pieni teko voi luoda kilpailuedun tiedostavien asiakkaiden palveluprosessin parantamiseksi ja vahvistaa yrityksen kuvaa kestävästä kehityksen saralla.

Vastuullisuuden kehittäminen vaatetusalalla on välttämättömyys. Positiivista valoa antaa vastuullisten vaatetusyritysten lisääntyminen, joissa halutaan ylittää vastuullisuudessa määräysten ja lakien asettamat rajat. Vastuullisuus Studio Sieluisassa otetaan vakavasti, mutta resursseja, tietoa tai uskallusta ei ole ollut vielä tarpeeksi lähteä toteuttamaan vastuullisuutta vastuullisuusstrategi-

aan asti. Yritys on jakanut tietoa itsestään ja yrittäjästäan avoimesti ja se kommunikoi sidosryhmien kanssa aktiivisesti, mikä vahvistaa yritystoiminnan vastuunkantoa.

Oma ymmärrykseni yritysten kestävyiden tarkastelusta muodostumisesta syveni prosessin aikana. Työni tavoitteena oli tutkia vaatetusalan yrityksen kestävyttä, ja tämä tavoite tarkastelusta toteutui. Analysoin laajasti niitä näkökulmia, jotka vaikuttavat yrityksen ja organisaatioiden kestäväan kehitykseen ja miltä se näyttää kestäväan muodin mukaisesti. Tämän tutkimusprosessin kautta minulle avautui uusia oivalluksia ja näkökulmia, sekä pääsin syventämään ymmärrystäni kestävyiden arvioinnissa. Kaikki se vahvisti ymmärrystäni aiheesta.

5.1 Studio Sieluisan vastuuraportin validiteetti ja reliabiliteetti

Onnistunutta tietojen keruuta tukevat yrityksen vahva vastuullisuuskulttuuri (EcoOnline 2023). Vahva vastuullisuuskulttuuri tarkoittaa tässä tutkimuksessa sitä, että kun yrityksellä on vahva vastuullisuuskulttuuri, sillä on myös suuri motivaatio toimia rehellisesti ja läpinäkyvästi toimissaan, joka lisää luottamusta tietojenkeruuprosessiin ja siten varmistaa paremmin, että kerätyt tiedot ovat uskottavia ja luotettavia. Nämä vahvistavat yritysvastuun selvityksen merkityksellisyyttä, sen todenmukaista esittämistä, vertailukelpoisuutta, todennettavuutta sekä ymmärrettävyyttä. Aineisto ei ole ristiriidassa tulkinnan kanssa, sillä analyysimenetelmä on valittu aineiston kannalta oikein, ja se sopii tutkittavaan ilmiöön. (Kananen 2015, 365.)

Vertailukelpoisuutta tukee yrityksen selkeät ja ymmärrettävät toimintaperiaatteet. Selkeät toimintaperiaatteet myös helpottivat tiedonkeruuprosessia, joka vahvisti tutkimuksen onnistumista. Tutkimusosio ja teoriaosio vastaavat toisiaan, ja vastuun osa-alueet ja keinot vaikuttaa niihin tulevat teemahaastattelussa selville. Tutkimus selvittää yritysvastuun merkitystä ja keinoja sen toteuttamiseen tehokkaasti. Toki haluan huomioida, että tämä oli ensimmäinen Studio Sieluisan kestävyteen kohdistuva kestävyiden tarkastelu, joten tehokkaita tiedonkeruujärjestelmiä, kuten tietokantoja, seurantatyökaluja, kyselylomakkeita tai muita teknisiä ratkaisuja ei voinut vielä tässä tutkimuksessa hyödyntää. Lopuksi haluaisin muistuttaa, että organisaation koosta riippumatta on

tärkeää aloittaa kestävyysraportointi, jotta saadaan kerättyä dataa, joka tukee tulevien tarkastelukausiin arviointia ja kehitystä.

5.2 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Vahvistaakseni Studio Sieluisan yritys vastuullisuuden validiteettia, tarkastelin yrityksen toiminnan vastuullisuuden todellista tilaa, eli arjen ratkaisuja, viitekehysten (kuva 1, sivulla 12) avulla. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi pyrin tarkastelemaan kattavasti yrityksen kaikkia toimintoja ja niiden vastuullisuutta.

Viitekehysten avulla pystytään varmistamaan, että tietoa on kerätty riittävästi ja että kerätty tieto on objektiivista (Kananen 2014, 352). Kuitenkin tutkijan liiallisen subjektiivisuuden välttämiseksi analyysirunko tarkastutettiin opinnäytetyön ohjaajalla sekä yrittäjällä. Vastuullisuus on monen tekijän summa, ja tarkastelun laajuus riippuu aina tutkijan osaamisesta ja mielenkiinnonkohteista.

Selkeän näkökulman mahdollistamiseksi päätin aineiston analysointiin käytettävät koodit etukäteen, enkä aineistosta esiin nousevien teemojen kautta. Aineistosta nousi kuitenkin esiin tehdyt ja tulevat toimet. Etukäteen päättämäni koodit mahdollistivat kestävyysraportoinnin näkökulmasta tarkan analysointiprosessin suunnittelun jo etukäteen mikä varmisti, että kestävyysraportointiin käytettävät koodit ovat selkeät, yleisesti hyväksytyt ja yrityksen kokoa ajatellen joustavia analyysin edetessä. Vaatevalmistuksen ketju on pitkä ja monisäikeinen, ja luotettavia tietoja voi olla toisinaan mahdoton saada, kuten sosiaalisen vastuun kappaleesta kävi ilmi. Tämän vuoksi haastattelu ja aineisto keskittyvät pääasiassa yritykseen, jotta pystyin tarkentamaan yrityksen tarjoamia tuotteita ja palveluita.

Reliabiliteetin takaamiseksi tutkimuksessa tarkastellaan yrityksen toimintaa vuonna 2023. Aikarajaus mahdollistaa sen, että tutkimus on toistettavissa, joka puolestaan vahvistaa tutkimustuloksia (Kananen 2014, 147).

Teemahaastattelussa käytetyn kestävä muodin taulukon on luonut iso joukko ammattilaisia. Yhteistyössä on ollut Flandersien kanssa Belgian kestävä kehitystä ajava järjestö nimeltään OVAM sekä MAD (Brysselin muodin) asiantuntijoiden kanssa (Close the Loop s.a.). Aineiston koodauksen pääluokat on jaettu normatiivisen määritelmän mukaan, Brundtlandin komission raportin

pohjalta vuodelta 1987. Vastuullisuuden määrittämiseen käytetyt pääluokat ovat kansainvälisesti hyväksytyt (Rohweder 2004, 15).

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Studio Sieluisan yrittäjä Suutari näki kiertotalouden adaptoinnin yritykseen todella tärkeänä, mutta suuria resursseja vaativana toimenpiteenä. Ehkä kiertotalouteen siirtymisessä vaivaa maassamme vahva suomalainen täsmällisyys ja tarkkuus, jotka ovat keskeisiä arvoja, mutta myös haaste näin ison talousmallin muutoksessa (Intofinland.fi 2023). Arvelen että siirtyminen kiertotalouteen nähdään enemmän koko yrityksen leikkaavana yksittäisenä toimenpiteenä, eikä niinkään hitaasti etenevänä matkana. Vastuullisuuden nähtiin olevan sisässä yritystoiminnassa, mutta vastuullisuusraportointi nähtiin erillisenä, isona ja resursseja vievänä toimintona. Kiertotalouteen ponnistelu ja kuvitteellinen kerralla siirtymisen tavoittelu ilmeni aineistosta useasti. Suutarista huokui kova halu nopeaan ja kokonaisvaltaiseen siirtymään kestävän kehityksen mukaiseen liiketoimintaan käytännössä, eikä vain strategian tasolla. EU:n taholta tulevat vaatetusalan säännökset, joilla tulee olemaan suuri vaikutus yritysten toimintaan, eivät vielä näy laajemmin yrityksen toimintaympäristössä tai kehityssuunnittelussa.

Yrittäjä Suutarilla oli osaamista ja halua tuottaa kiertotalousliiketoiminnan mukaista palvelua, eli vaatevuokraamista, joka voitaisiin sisällyttää yrityksen toiminnan ytimeen, jossa kankaat ovat globaaleja arvoketjuja myöten vastuullisia, ja tiedostava asiakaskunta valmiina. Kuitenkin aineistosta tulkitsin, että kiertotalousliiketoiminnan lisääminen yritykseen nähtiin vaativan erityisosaaamista (haastattelussa puhuttiin yrityssparraajasta) perinteiseen myymiseen verrattuna. Kuten kuva 5 havainnollistaa, kestävän kehityksen edistämiseksi toimivien eri tasoisten ja lukuisten toimijoiden joukko on hyvin laaja. Pelkkä standardien lyhenneviidakko, johon sisältyvät lukuisia englanninkielisiä lyhenteitä kuten (ESG eli Environmental, Social ja Governance, GRI eli Global Reporting Initiative ja ISO eli International Organization for Standardization), voi näyttäytyä toisiinsa sekoitettavana joukkona lyhenteinä, joiden tarkoitus voi jäädä helposti epäselväksi, vaikka niiden taustalla onkin hyviä arvoja ja pyrki-
myksiä. Tämä saattaa luoda helposti vaikutelman siitä, että vain suurilla yrityk-

sillä riittäisi resursseja lyhenneviidakosta selviämiseen. Yrittäjä kertoi aloittaneensa liiketoiminnan kiertotalouskurssin, joten asialla nähdään painoarvoa niin yrittäjän kuin koulutustarjonnan puolelta.

Näen että EU:n suunnaltakin tulevan, ja maapallon kannalta tärkeän, sääntelyn tullessa voimaan isommille yrityksille, on pienempien yritysten tärkeää olla siirtymässä mukana kilpailukykyensä säilyttämiseksi. Siksi tutkimuksen aihe sekä pienempien yritysten kestävyysraportoinnin yleistyminen ja selkeytyminen on tärkeää. Olisi tärkeää kehittää pienyrityksille selkeät ja vertailtavissa olevat ohjeet kestävyysraportointiin. Tällä hetkellä kestävyysraportoinnin kriteerit ovat yrityskohtaisia, eli saattavat keskittyä eri osa-alueisiin, eikä ole vertailtavissa keskenään. Se sekä heikentää raportoinnin oikeellisuutta, mutta myös luo epävarmuutta sidosryhmien keskuudessa, sillä asiakkaat, sijoittajat ja yhteistyökumppanit eivät voi tehdä tietoon perustuvia arviointeja yritysten kestävydestä yhtenäisesti. Yhteiset raportointiohjeet pienyrityksille toisivat yhteneväisyyttä, avoimuutta, läpinäkyvyyttä ja luottamusta pienyritysten vastuu

Yrittäjä pohti palveluiden laajentamisen tärkeyttä haastattelussa kuluttajien tottumuksia nopeasykliseen muodin tarjontaan ja saatavuuteen. Yrittäjä haluaisi tuoda kuluttajat matalalla kynnyksellä kestävämmän muodin pariin vaatelaianan avulla, jossa nopeasyklisyyteen tottuneet kuluttajat saisivat vaatteiden käyttöönsä jo odotellessa oman varsinaisen vaatteensa valmistumista. Mielestäni tämä on loistava esimerkki kulutustottumuksien lempeään siirtymään kohti kestävämpää muotia. Tämä toisi myös lineaarisesta mallista saavutetut uuden tuotteen myyntipiikit kestävämmälle pohjalle. Kestävämpää siitä tekee se, kun uutuuden viehätyksen saa vuokraamalla uutta, eikä vain ostamalla omaksi. Sama huomio, eli tuotteiden palveluttaminen, toistuu useassa kiertotalouden siirtymän kirjallisuudessa. Vaatteet nähdään yhteiskunnassa kertakulutushyödykkeinä, sillä niiden valmistus tapahtuu liian nopeasti ja liian halvalla, sekä poissa silmistä. Näiden seurauksena vaatteiden saatavuus palveluna ei ole vielä yleistynyt, etenkin pienempien yritysten toimesta.

Vaatetusalan ylikulutuskulttuurin poistamista ja sen muokkaamista ei voida asettaa pienten yritysten harteille, vaan se tulee tapahtua valtiolliselta taholta. Myös ruohonjuuritason kestävä kehityksen mukainen yrittäminen on mahdol-

lista, kun siirrymme pois vaatteiden sesonkimaisesta tai trendeihin perustuvasta tuotannosta ja sen sijaan suosimme vaatteiden vuokraamista yleisemmin. Tämän edistää kestävä kehitys tarjoamalla vuokrauksen kautta laadukkaita, monikokoisia, korjattavia, huollettavia ja kierrättämisen mahdollistavia vaatteita.

7 POHDINTA

Vaikka vaatetusalan vastuullisuus on ollut pinnalla jo pitkään, vaatetusalan yrityksen kestävyysmittareiden määrittely ei ole vielä yhtä selkeää kuin taloudellisten mittareiden osalta. Tämä laadullinen tutkimus tarjoaa arvokasta ja syvällistä tietoa yrityksen kestävästä toiminnasta ja sen vaikutuksista. Studio Sieluisan tapauksessa kvalitatiivinen lähestymistapa mahdollisti syvällisen ymmärryksen yrityksen arvoista ja päätöksenteossa yrityksessä. Vaikka aineisto rajattiin yksittäiseen pienyritykseen vuoden tarkisteluajaksolle, eli vuoteen 2023, antoi tutkimus mahdollisuuden perehtyä syvällisemmin yrityksen arvoihin ja eettiseen päätöksentekoon.

Kestävän muodin indikaattorit tarjosivat kattavan viitekehyksen kestävyysarvioinnille. Ne auttoivat tunnistamaan vaatetusalan yrityksen vahvuudet, mutta myös mahdollisuuden kehittyä kestävyysarvioinnin saralla. Erityisesti tuotteen koko elinkaariajattelun vahvistaminen on avain vaatetusalan yrityksen kestävä kehityksen vahvistamisessa.

Kestävän kehityksen tavoitteiden pelkkä edistäminen on pitkäjänteistä työtä, joiden valmistelut saattavat ulottua vuosienkin taakse. Viherpesun yleistymisen ja kuluttajien kasvava tiedonhalu korostavat läpinäkyvän raportoinnin merkitystä, organisaation koosta riippumatta. Uudet innovaatiot, teknologiset mahdollisuudet ja markkinatrendit jatkavat kehittymistään, mikä tekee yritysten kestävyysarvioinnin tutkimisesta ja seurannasta jatkuvasti tärkeää.

Opinnäytetyö syvensi ymmärrystäni vaatetusalan vastuullisuudesta ja vaatetusalan yrityksen kestävyysraportoinnista. Vaikka yritys on sitoutunut kestävyysarvioinnin, haasteena on resurssien ja tiedon puute, mikä vaikeuttaa yrityksen kes-

tävyyden näkyväksi tuomista sidosryhmille. Tulevaisuudessa korostuu pienyri-
tysten kestävyysraportoinnin standardisointi ja selkeyttäminen läpinäkyvyy-
den, vertailtavuuden ja luottamuksen lisäämiseksi.

LÄHTEET

Amed, I & Berg, A. 2023. The state of fashion 2024. Saatavissa; [The State of Fashion 2024: Riding Out the Storm | BoF \(businessoffashion.com\)](#) [viitattu 16.3.2024].

Amfori. s.a.a. Our partners. Saatavissa: <https://www.amfori.org/en/about/who-we-work-with/our-partners> [viitattu 28.12.2023].

Amfori. s.a.b. Amfori BSCI. Saatavissa: <https://www.amfori.org/en/solutions/social/about-bsci> [viitattu 31.3.2024]

Amfori. 2017. Amfori BSCI:n toimintaperiaatteet. Saatavissa: https://assets.ctfassets.net/8122zj5k3sy9/X9mSchJzi6HfO43TLx5u/3ec8ae5fbfe3feeb601150ef82309410/1514666397.amforiBSCICodeofConduct_FI.pdf [viitattu 13.3.2024].

Blomberg, M & Kumpulainen, S. 2024. Vastuullisuusraportti ja kestävyysraportti – mitä eroa? Saatavissa: <https://showyoursustainability.com/vastuullisuusraportti-ja-kestavyysraportti-mita-eroa/> [viitattu 16.4.2024].

Bonic. 2022. Tunnetko muodin vastuullisuussanaston? Kestävä muoti, viherpesu ja muut sanat tutuksi! Saatavissa: <https://bonic.fi/blogs/news/tunnetko-muodin-vastuullisuussanaston-kestava-muoti-viherpesu-ja-muut-sanat-tutuksi> [viitattu 8.12.2023].

Business Tampere. 2024. Vastuullisuus -sarjan webinaari: Kestävän kehityksen tavoitteet yritysvastuun ytimessä. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=hC6LS753Gsc> [Viitattu 1.3.2024].

CGI. 2019. Nämä neljä trendiä muokkaavat tekstiili- ja muotialaa. Saatavissa: <https://www.cgi.com/fi/fi/blogi/nama-nelja-trendia-muokkaavat-tekstiili-ja-muotialaa> [viitattu 19.3.2024].

Close the loop. 2024. Saatavissa: <https://www.close-the-loop.be/en/planner> [viitattu 1.3.2024].

Close the loop. s.a. An initiative of. Saatavissa: <https://www.close-the-loop.be/en/about/partners> [viitattu 1.3.2024].

Collins Dictionary s.a. Saatavissa: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/standardize> [Viitattu 8.12.2023]

Cura, K & Ruokamo, A. 2020. Vaateteollisuuden kasvihuonepäästöistä yli 40 prosenttia olisi ratkaistavissa kuluttajien valinnoilla. Saatavissa: [Vaateteollisuuden kasvihuonepäästöistä yli 40 prosenttia olisi ratkaistavissa kuluttajien valinnoilla | LAB.fi](#) [viitattu 9.3.2024].

EcoOnline. 2023. ESG käytännössä - Näin EcoOnlinen ratkaisut tukevat organisaatiotasi ESG ja SDG -tavoitteiden saavuttamisessa. Saatavissa: https://www.ecoonline.com/hubfs/Finland/FI%20-%20Guides%20to%20download/FI_Opas_ESG%20k%C3%A4yt%C3%A4nn%C3%B6ss%C3%A4_EcoOnline_2023.pdf [viitattu 8.12.2023].

Eetti ry. 2019. Vastuullisuusbisnes ei takaa vastuullisuutta. Saatavissa: <https://eetti.fi/vastuullisuusbisnes-ei-takaa-vastuullisuutta/> [viitattu 6.3.2024].

Eettisen kaupan puolesta ry. 2021. Ränkkää brändi -julkaisu. Saatavissa: https://eetti.fi/wp-content/uploads/2021/12/eetti_rankkaabrandi_vaatteet2021.pdf [viitattu 4.3.2024].

Ekokompassi. s.a. ESG yritysvastuun veturina - miksi myös pk-yrityksen kannattaa asettaa tavoitteet ja mittarit? Saatavissa: [ESG yritysvastuun veturina - miksi myös pk-yrityksen kannattaa asettaa tavoitteet ja mittarit? » Ekokompassi](#) [viitattu 8.12.2023].

Elinkeinoelämän keskusliitto. s.a. Vastuullisuus. Saatavissa: <https://ek.fi/tavoitteemme/vastuullisuus/> [viitattu 16.4.2024].

Euroopan komissio. s.a. Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö. Saatavissa: https://agriculture.ec.europa.eu/international/international-cooperation/international-organisations/oecd_fi#roleoftheoecd [viitattu 25.3.2024].

Euroopan komissio. 2021. Screening of websites for 'greenwashing': Half of green claims lack evidence. Saatavissa: [Screening of websites \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/press/2021/05/21-05-2021-screening-of-websites-for-greenwashing) [viitattu 6.3.2024].

Euroopan Unioni. 2020. Vihreä siirtymä. Saatavissa: https://reform-support.ec.europa.eu/what-we-do/green-transition_fi [viitattu 8.12.2023].

Euroopan parlamentti. 2023. Tekstiilituotannon ja -jätteen vaikutus ympäristöön. Saatavissa: <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/society/20201208STO93327/tekstiilituotannon-ja-jatteen-vaikutus-ymparistoon> [viitattu 8.12.2023].

European Environment Agency. 2022. Textiles and the environment: the role of design in Europe's circular economy. PDF. Saatavissa: <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-and-the-environment-the> [viitattu 16.4.24].

Finnwatch 2024. Jäsenmaat hyväksyivät yritysvastuudirektiivin. Saatavissa: <https://finnwatch.org/fi/uutiset/jaesenmaat-hyvaeksyivaet-yritysvastuudirektiivin> [viitattu 19.3.2024].

Finnwatch. 2022. Kaalimaan vartijat 2 - Sertifiointi- ja auditointijärjestelmien laatua tarkasteleva seurantaraportti. PDF. Saatavissa: https://finnwatch.org/images/reports_pdf/Kaalimaan_vartijat_2_.pdf [viitattu 13.3.2024].

GRI. 2024. About GRI. Saatavissa: <https://www.globalreporting.org/about-gri/> [viitattu 1.4.2024].

Green Carbon. 2023. EU:n vastuullisuusdirektiivi CSRD ei kosketa meitä, vai koskettaako sittenkin? Saatavissa: https://greencarbon.fi/csrd-ei-kosketa-meita-vai-koskettaako-sittenkin/?utm_term=csrd&utm_campaign=CSRD&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=4063989603&hsa_cam=20500147167&hsa_grp=155858268471&hsa_ad=672070863338&hsa_src=q&hsa_tgt=kwd-379422965463&hsa_kw=csrd&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=CjwKCAjw7-SvBhB6EiwAwY-dCAePcke4Pm1EAjXMIvzkxjM-6ele7sqP5-0yyux5OjSws9GctGVXe7RoCdBwQAvD_BwE [viitattu 19.3.2024].

GOTS. 2024. The standard. Saatavissa: <https://global-standard.org/the-standard> [viitattu 31.3.2024].

Hall T. & Slaper T. 2011. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work? Indiana business review. Volume 86, No. 1. Saatavissa: <https://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2011/spring/article2.html> [viitattu 13.3.2024].

Halme, M. & Joutsenvirta, M. 2011. Yritysten vastuuviestintä. Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Helsinki: Gaudeamus.

Hand J. 2024. Sustainability Services Ecosystem Map. Saatavissa: <https://giki.earth/sustainability-services-ecosystem/> [viitattu 13.3.2024].

Harmaala M-M & Jallinoja N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Sanoma Pro.

Heino, A, Markkula, A, Saario, M, Sihvonen, H & Ylimäki H. 2020. Hiilineutraali tekstiiliala -tiekartta. PDF. Saatavissa: https://www.stjm.fi/wp-content/uploads/2021/12/STJM-Hiilineutraali-tekstiiliala-tiekartta_FINAL.pdf [viitattu 2.4.2024].

Helenius, M. 2023. Ota vastuullisuusraportoinnin viitekehykset haltuun. Saatavissa: <https://www.taitotalo.fi/ajankohtaista/blogi/ota-vastuullisuusraportoinnin-viitekehykset-haltuun> [viitattu 10.3.2024].

IFOAM - Organics International. 2021. About us. Saatavissa: <https://www.ifoam.bio/about-us> [viitattu 1.4.2024].

Intofinland.fi. 2023. Suomalainen tapakulttuuri. Saatavissa: <https://www.infofinland.fi/fi/information-about-finland/cultures-and-religions-in-finland/finnish-customs> [viitattu 3.4.2024].

Isokangas A, Niipola, J, & Vassinen, R. 2022. Viherpesuopas — Miten merkitys muuttuu markkinoinniksi. Otava.

Ivalo. 2022. Mitä hidas muoti tarkoittaa? Saatavissa: <https://fi.ivalo.com/blogs/articles/what-is-slow-fashion> [viitattu: 29.2.2024].

Ivalo.com 360. s.a. Vastuullisuusvalidointi. Saatavissa: <https://fi.ivalo.com/pages/ivalo-360> [viitattu 19.1.2024].

Joutsenmerkki. 2021. Viherpesua vai ympäristövastuuta? Saatavissa: <https://joutsenmerkki.fi/viherpesua-vai-ymparistovastuuta/> [viitattu 10.2.2024].

Joutsenmerkki. 2023. Pikamuotia, viherpesua ja valtavia tuotantomääriä – ”Vaateyritysten pitäisi valmistautua alan todelliseen muutokseen”. Saatavissa: <https://joutsenmerkki.fi/pikamuotia-viherpesua-ja-valtavia-tuotantomaaria-vaateyritysten-pitaisi-valmistautua-alan-todelliseen-muutokseen/> [viitattu 13.3.2024].

Jyrkkänen, H. 2023. vastuullisuusraportoinnin tarkoitus ei ole tuottaa vastuullisuusraporttia. Jyväskylän yliopisto. Saatavissa: <https://www.jyu.fi/fi/tutkimus/wisdom/polkukartta/polku-2-0-hanke/ajankohtaista/vastuullisuusraportoinnin-tarkoitus-ei-ole-tuottaa-vastuullisuusraporttia> [viitattu 10.12.2023].

Jyväskylän yliopisto. 2021. Laadullinen tutkimus. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus> [viitattu: 16.12.2023].

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä : miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2015. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Suomen Yliopistopaino Oy – Juves Print.

Kauppila, J. & Nikula, T. 2023. EU:n komissio haluaa hillitä tuotteiden ja palveluiden viherpesua. Saatavissa: [EU:n komissio haluaa hillitä tuotteiden ja palveluiden viherpesua \(valtioneuvosto.fi\)](https://www.valtioneuvosto.fi) [viitattu 9.3.2024].

Kestävän kehityksen toimikunta. s.a. Kestävän kehityksen globaali toimintaohjelma Agenda2030. Saatavissa: <https://kestavakehitys.fi/agenda-2030> [viitattu 20.1.2024].

Kuluttajaliitto. s.a. Yhteiskuntavastuu. Saatavissa: <https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/yhteiskuntavastuu/> [viitattu 16.4.2024].

Koipijärvi, T & Kuvaja, S. 2020. Yritysvastuu 2.0 – Johtamisen uusi normaali. Kauppakamari.

Liappis, H. Pentikäinen, M. Vanhala, A. 2019. Menesty yritysvastuulla – Käsi-kirja kokonaisuuteen. Helsinki: Otava.

Liljeström M. 2023a. CSRD - EU:n uusi direktiivi kestävyysraportointiin. Saatavissa: https://www.econline.com/fi/blogi/csrd-direktiivi-ja-kestavyysraportointi?utm_term=&utm_campaign=DSA&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=7906758130&hsa_cam=20454951782&hsa_grp=151080058223&hsa_ad=539849264314&hsa_src=q&hsa_tgt=dsa-19959388920&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=ad-words&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwk6SwBhDPARISAJ59GwcjTqidjIB2F4Cq3nAi-YOmol9EB34lwfEV1ZMa9snbXz9PyKfHkk4oaAqkvEALw_wcB [viitattu 31.3.2024].

Liljeström M. 2023b. ESRS pähkinänkuoressa. Saatavissa: <https://www.econline.com/fi/blogi/esrs-pahkinankuoressa> [viitattu 13.3.2024].

MAD Bryssel. 2024. Our Vision Mission. Saatavissa: <https://mad.brussels/en/our-vision-mission> [viitattu 14.3.2024].

Mielonen, T. 2011. Miksi tuotanto siirtyy halvan työvoiman maihin? Saatavissa: <https://www.maailma.net/uutiset/miksi-tuotanto-siirtyy-halvan-tyovoiman-maihin> [viitattu 17.3.2024].

Miller, K. 2020. The triple bottom line: What it is & why it's important. Saatavissa: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-the-triple-bottom-line> [viitattu 18.3.2024].

Pesola, K. 2023. Tuo vastuullisuus näkyväksi – todenna teot tiedolla. Saatavissa: https://blogi.pengon.fi/tuo-vastuullisuus-n%C3%A4kyv%C3%A4ksi-todenna-teot-tiedolla?utm_source=adwords&utm_medium=ppc&utm_term=csrd%20eu&utm_campaign=Haku+%7C+Vastuullisuusraportointi+ja+ESG+%7C+2023&hsa_cam=20585341616&hsa_acc=1601585476&hsa_ad=675505289901&hsa_src=q&hsa_kw=csrd%20eu&hsa_mt=b&hsa_grp=155524679922&hsa_tgt=kwd-1615080846449&hsa_net=ad-words&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwk6SwBhDPARISAJ59GwfZ7UnkZ1uwN5dEx1x0zjWD6p4Z3Syn-BpGSuyVWVaYbcqy5_kHaCjsaAkaeEALw_wcB [viitattu 31.3.2024].

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu: Kestävää kehitystä organisaatiotasolla. Helsinki: WSOY.

Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (toim.) 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino.

SFS. s.a. Mitä standardi tarkoittaa? Saatavissa: https://sfs.fi/standardeista/mika-on-standardi/?gad_source=1&qclid=CjwKCAjwqtqmwBhBVEiwAL-WAYfCzRKgq8kr4AldJGJLVpBbpR616JDnPk6Rn3_fLpuU-ihf3V3K0t2RoCsfCQAvD_BwE [viitattu 24.3.2024].

Social Accountability International. 2024. About SAI. Saatavissa: <https://sai-intl.org/about/> [viitattu 25.3.2024].

Suomen asiakastieto Oy. s.a. Vastuullinen yritys. Saatavissa: https://www.asiakastieto.fi/web/fi/palvelut-yrityksille/esg-ja-vastuullisuus/vastuullinen-yritys.html?gad_source=1&qclid=CjwKCAjw_e2wBhAEEiwAyF-FFox4707pkOk9XCEzLWFdF2zDnNOgWktjHacmvRjIN-aG-VrsSdQnMgexoCpqqQAvD_BwE [viitattu 14.4.2024].

Suutari, I. 2023. Tarinamme. Saatavissa: <https://studiosieluisa.fi/pages/tarinamme> [viitattu 10.12.2023].

Tampereen kaupunkikonsernin tytäryhtiöiden konserniohje. 2023. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.tampere.fi/sites/default/files/2023-08/Tampereen%20kaupunkikonsernin%20tyt%C3%A4ryhti%C3%B6iden%20konserniohje.pdf> [viitattu 27.2.2024].

Tilastokeskus. 2023. Kiertotalousliiketoiminnan indikaattorit. Saatavissa: [Kiertotalousliiketoiminnan indikaattorit | Tilastokeskus \(stat.fi\)](https://tilastokeskus.fi/tilastokeskus/stat/fi/kiertotalousliiketoiminnan-indikaattorit) [viitattu 9.3.2024].

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto. s.a. Ympäristölle haitalliset kemikaalit. Saatavissa: <https://tukes.fi/koti-ja-vapaa-aika/kodin-kemikaalit/ymparistolle-haitalliset-kemikaalit> [viitattu 3.4.].

Työ- ja elinkeinoministeriö. s.a. Vastuullisuusraportointi. Saatavissa: <https://tem.fi/vastuullisuusraportointi> [viitattu 8.2.2023].

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014. TEM ILO esite. PDF. Saatavissa: https://tem.fi/documents/1410877/2106637/TEM_ILO_esite_30102014.pdf/582a75bd-9856-40b8-a410-b1632316147c/TEM_ILO_esite_30102014.pdf?t=1465998199000 [viitattu 22.3.2024].

Ulkoministeriö. s.a.a Yhdistyneet kansakunnat YK. Saatavissa: <https://um.fi/yhdistyneet-kansakunnat-yk> [viitattu 15.3.2024].

Ulkoministeriö. s.a.b. Agenda 2030 – kestävän kehityksen tavoitteet. Saatavissa: <https://um.fi/agenda-2030-kestavan-kehityksen-tavoitteet> [viitattu 12.3.2024].

Vlaanderen s.a. Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij. Saatavissa: <https://www.vlaanderen.be/organisaties/administratieve-diensten-van-de-vlaamse-overheid/beleidsdomein-omgeving/openbare-vlaamse-afvalstoffen-maatschappij> [viitattu 1.4.2024].

Watts, G., Dainty, A & Fernie, S. 2018. Paradox and legitimacy in construction: how CSR reports restrict CSR practice. Saatavissa: https://repository.lboro.ac.uk/articles/journal_contribution/Paradox_and_legitimacy_in_construction_how_CSR_reports_restrict_CSR_practice/9438734 [viitattu 6.3.2024].

Wikberg, S. 2021. Virtuaalinen aamukahvitilaisuus: Vastuullisuus osana yrityksen kilpailukykyä. Youtube. Videoleike. Julkaistu 10.12.2021. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=IOISQm4D7Vg> [viitattu 1.3.2024].

Liite 1. Teemahaastattelusuunnitelma

Haastattelusuunnitelma

KÄYNNISTÄ NAUHOITUS + transscribe

1. Kerro tilaajalle työn tavoitteet.
 - a. Tarkastellaan yrityksen vastuullisuutta ajalta 1.1.2023 - 31.12.2023.
 - b. Tarkastelu tapahtuu haastattelun muodossa.
 - c. Tavoitteena saada esille yrityksen jo toiminnassa olevat vastuutoimet, sekä avata yrityksen suunnitelmaa tulevaisuudessa toiminnan parantamiseksi vielä vastuullisemmaksi. (Close the loop - kestävä muoti)
 - d. Tietoja tarvitaan opinnäytetyön aineistoksi. Yritys voi käyttää raporttia halutessaan, sillä se toimii myös viestinnän työkaluna.
2. Varmistetaan haastattelun välineistö ja miljö (työrauha).
3. Haastatteluhetki.
 - a. Kertaa tutkimuksen tavoitteet. (Vastuuraportteja ei tarkastuteta ulkopuolisella tarkastajalla, kuten vuosikertomusraportit)
 - b. Kertaa haastattelun luottamuksellisuus. (Vastuuraportteja ei tarkastuteta ulkopuolisella tarkastajalla, kuten vuosikertomusraportit. Raportin luotettavuus näin ollen jää yrityksen itsensä määriteltäväksi)
 - c. Kerro arvio haastattelun kestosta. (n. 2 tuntia, mutta joustetaan toki)
 - d. Avaa eteneminen (haastattelukysymykset edetään joko järjestyksessä tai osioissa. Kysymyksissä voi olla tois-toa. Vastauksissa toivotaan paljon esimerkkejä yrityksestä)

- e. Varmista lopuksi, että kaikki teemat on käyty läpi.
 - f. Jäikö yrittäjällä jotain vielä mitä haluisi kertoa tai mikä on unohtunut kysyä. Tai tulevaisuuden suunnitelmia yms. Mutta tarkastelussa vain vuosi 2023.
 - g. Kerro yhteydenotosta jälkikäteen, jos ei siinä tilanteessa ollut muistanut jotain.
4. Kiitä osallistumisesta tutkimukseen.
5. ~~Toimita litteroitu haastattelu ja johtopäätökset tilaajalle.~~
6. Hyväksytä tulokset ohjaajalle ja vasta analysointi tilaajalle.

Liite 2. Teemahaastattelu kysymykset ja alkuperäiset kysymykset.

Teemahaastattelurunko

Yleiset:

1. Miten yrityksesi on halukas sitoutumaan vastuullisuuteen? (Kestävä kehitys 2030)
 - a. (Onko brändi asettanut millaisia tavoitteita esim. Tehdä omat toimintonsa ilmasto-neutraaleiksi vuoteen 2030 mennessä tai muussa aikataulussa)
 - b. Millaisia hyviä tai huonoja puolia näet sitoutumisessa tiettyihin tavoitteisiin?
 - c. Kerro lisää mitä vastuullisuus sinulle merkitsee?
2. Miten kierrätätte yrityksessä?
 - a. Millaista jätettä syntyy?
 - b. Miten jätteen syntymistä ehkäistään?
 - c. Onko joku jätelajike, mitä kierrättämällä tai ostamatta jättämisellä voitaisiin tehostaa kierrätystä?
 - d. Meneekö jotkut jätteet vielä hyötykäyttöön? Esim. Tilkut päiväkodille.
3. Kerrotteko avoimesti vastuullisuudestanne kuluttajille?
 - a. Missä kanavissa kerrotte vastuullisuudesta?
 - b. Onko se saatavissa kaikille?
 - c. Kerro esimerkki yrityksesi vastuullisuusviestinnästä.
 - d. Mitä hyviä tai huonoja puolia näet vastuullisuusviestinnässä asiakkaille?
 - e. (Kuormittaako vai helpottaako se ostoprosessia)

Materiaali:

1. Mitä asioita huomioit valitessasi materiaaleja? (kangas, lanka, ompelutarvikkeet)
 - a. Tähän apukysymyksiä. Selvitä mitä yleensä voi muuta voi ostaja/ yritys tietää kuin sertifikaatit ja luomu ja luonnonvärjäys
 - b. Miten varmistat materiaalin laadun?
 - c. Panostatko tekstiileissä luonnonmukaisuuteen?
 - d. Mitä hyötyä tai haasteita näet luonnonmukaisten tekstiilien käytössä?
2. Käytätkö valmistuksessa kierrätyskuituja?
 - a. Mitä hyötyä tai haasteita näkisit kierrätyskuitujen käytössä?
3. Käytätkö valmistuksessa poistotekstiilejä?
 - a. Käytätkö esimerkiksi leikkuujätettä?
 - b. Mitä hyötyjä tai haasteita näet poistotekstiilien käytössä?
4. Miten varmistat, ettei kankaat sisällä myrkyllisiä kemikaaleja?
 - a. Laita valmiiksi apukysymyksiä esim. Kuljetuksessa käytettävät suojakaasut
 - b. Tarkasteletko kemikaaleja koko tuotantoketjun osalta vai panostatko yrityksen kemikaaliturvallisuuteen?
5. Miten huomioit resurssi- sekä suunnittelupäätöksissänne kierrätettävyyden?
 - a. Avaa apukysymyksiin esimerkkejä muista yrityksistä.
6. Miten huomioit tuotteen elinkaaren materiaalien osalta?
 - a. Mitä hyötyjä tai haasteita näen nykyisissä materiaaleissa?

Suunnittelu:

1. Miten huomioit tuotteen elinkaaren suunnittelussa?
 - a. Haluaisitko kertoa esimerkin tuotesuunnittelustasi, jossa huomioit tuotteen elinkaaren.
 - b. Mitä hyötyjä tai haasteita näet, kun suunnittelussa huomioidaan tuotteen elinkaari?
 - c. Eti Lisämateriaali tuotteen valmistuksesta valmiiksi, jotta tulee käytyä laajemmin.
2. Näetkö että suunnittelemasi tuotteet ovat helposti muokattavissa?
 - a. Kerro esimerkki tilanteesta, jossa muokkasit suunnitelmaasi esimerkiksi. Käytännöllisyyden vuoksi, materiaalihokkuuden tai vaikka materiaalivaihdon vuoksi.
 - b. Mitä hyötyä tai haittaa näet siinä, jos suunnitelma on helposti muokattavissa?
3. Panostatteko materiaalihokkuuteen kaavasunnittelussa leikkuujätteen minimoimiseksi?
 - a. Onko tavoitteena suunnittelussa Zero waste?
 - b. Kerro esimerkki tuotteestasi, jossa on minimoitu leikkuujäte.
 - c. Tuotatko leikkuujätteestä lisämyyntiä?

- d. Mitä hyötyjä tai haittoja näet leikkuujätteen hyödyntämisellä?
4. Noudatatteko hitaan muodin periaatteita, joka hidastaa trendien mukaista kulutusta?
- a. Mitä hyötyjä tai haittoja näet yrityksesi sitoutumisesta hitaan muodin periaatteisiin?
 - b. Kerro esimerkki miten hitaan muodin periaatteet näkyvät yrityksessäsi?
5. Miten huomioit tekstiilialan kehityksen suunnittelussasi?
- a. Seuraatko aktiivisesti tekstiilialan kehitystä?
 - b. Kerro esimerkki, miten olet viimeksi kehittänyt suunnitteluasi alan kehityksen myötä.

Tuotanto:

1. Pyrittekö minimoimaan ympäristövaikutuksia?
 - a. Seuraatko omia ympäristövaikutuksia?
 - b. Entä kolmansien osapuolien ympäristövaikutuksia?
 - c. Kerro esimerkki omien ja/tai kolmansien osapuolien ympäristövaikutusten seurannasta yrityksessäsi.
 - d. Keskeisiä tekijöitä ovat energiatehokkuus, rakennusten eristys, veden käsittelyjärjestelmät ja ympäristöystävälliset värjäysprosessit.
 - e. Mitä hyötyjä tai haittoja näet ympäristövaikutusten seuraamisella?
2. Onko yrityksesi sitoutunut kestävän kehityksen tavoitteisiin?
 - a. Mitkä kaikki Agenda 2030 17-kohdasta täyttyy yrityksessäsi?
 - b. Mitä hyötyä tai haittoja näet sitoutuessasi tavoitteisiin?
3. Käytättekö paikallisia toimijoita?
 - a. Miten paikallisuus näkyy yrityksen arjessa?
 - b. Mitä hyötyä tai haittaa näet paikallisten toimijoiden hyödyntämisessä?
 - c. Kerro esimerkki, miten yrityksesi hyödyntää paikallisia toimijoita?
4. Miten huomioit logistiikan yrityksessäsi?
 - a. Huomioitko tuotannossa mahdollisimman tehokkaan logistiikan?
 - b. Kerro esimerkki, miten yrityksesi huomioi logistiikan tuotannossa.
 - c. Mitä hyötyjä tai haittoja näet logistiikan tehostamisessa?
5. Sitoutuuko yritys lyhyisiin toimitusketjuihin, mikä vähentää kuljetuspäästöjä? Toisin sanoen: hankinta, tuotanto ja myynti hoidetaan paikallisesti, mahdollisimman lähellä toisiaan.
6. Huomioiko yritys jätteen minimoimisen koko tuotantoketjun osalta?
 - a. Miten minimoit ylijäämää?
 - b. Mitä hyötyä tai haittaa näet tuotannon ylijäämän minimoimisessa?
7. Varmennattekko että yrityksessänne, sekä alihankkijoilla noudatetaan kansainvälistä työläinsäädäntöä ja toimintaohjeita.

- a. Osoittaakseen noudattavansa kansainvälistä lakia, organisaatiomme käyttää varmennusjärjestelmiä, jotka koskevat sekä omia toimipaikkojamme että mahdollisia alihankkijoita.
 - b. Osoittaakseen noudattavansa kansainvälistä lakia, organisaatiomme käyttää varmennusjärjestelmiä, jotka koskevat sekä omia toimipaikkojamme että mahdollisia alihankkijoita.)
8. Miten tuotteiden käyttöikä on huomioitu tuotantoketjussa?
- a. Joutaako tuotantoketju menekin mukaan?
 - b. Mitä hyötyjä tai haittoja tuotteiden käyttöikä tuo tuotantoketjuun?

Myynti:

1. Onko liiketoiminta innoittunut jakamistaloudesta? (Haluatko, että ihmiset voivat käyttää tuotteita joko vuokraamalla tai leasing-järjestelmien kautta, tai vaihtamalla vaatteita tai osallistumalla vaatteiden vaihtoalustoille?)
 - a. Mitä hyötyjä tai haittoja näet yritystoiminnan laajentumisesta jakamistalouden saralle?
2. Myytkö käytettyjä vaatteita joko ydinliiketoimintana tai ei-ydinliiketoimintana?
 - a. Muista että tarkastellaan vuotta 2023, eikä tulevaisuutta. Onko tulossa voi laittaa.
3. Miten varastointikapasiteetti näkyy yrityksen myynnissä?
 - a. Mitä hyötyjä tai haittoja näet nykyisessä varastoinnissa?
4. Onko yrityksellä palvelukeskeinen liiketoimintamalli? (valinta, joka on motivoitunut halusta lisätä asiakkaiden osallistumista ja sitoutumista sekä herättää ihmisten kiinnostus ostamiinsa asioihin.
 - a. Panostatteko esimerkiksi voimakkaasti yhteiskehittämiseen, mikä tarkoittaa sitä, että asiakkaamme osallistuvat tiiviisti tuotteidensa luomiseen?
 - b. Entä muokkaukseen tai tulevien mallistojen suunnitteluun.
 - c. Onko yrityksessäsi tai nettisivuilla mahdollista antaa palautetta?
 - d. Kerro esimerkki, miten asiakasta on osallistutettu yrityksen toimintaan.
 - e. Mitä hyötyjä tai haittoja näet yritykselle ottaa mukaan asiakkaita suunnitteluun?
5. Onko yrityksellä verkkokauppaa?
 - a. Miten yritys hyödyntää verkkokauppaa myynnissä?
 - b. Mitä hyötyjä tai haittoja näet yrityksen verkkokauppassa?
 - c. Miten turvaat asiakastiedot verkkokauppa-alustalla?
6. Panostatko suuresti ympäristövaikutusten vähentämiseen markkinointiin ja vähittäismyyntiin liittyvissä materiaaleissa? (Esitteissä, vaatetangoissa, hintalapuissa, ostoskasseissa, lookbookseissa, esillepanossa, tuotelapuissa ja pesuohjeissa.
 - a. Valitsetteko kestäviä vaihtoehtoja aina kun se on mahdollista.

- b. Mitä hyötyjä tai haittoja näet ympäristövaikutusten markkinoinnilla myynnin yhteydessä?
- c. Kerro esimerkki tilanteesta, jossa yritys on hyödyntänyt ympäristövaikutusten tiedottamista yrityksen materiaaleissa.

7. Korostatteko suuresti energiatehokkuutta sekä omilla myymälöillä lämme/myyntipisteissämme että toimistoissamme.

- a. Kerro esimerkki, miten energiatehokkuus näkyy esimerkiksi messuilla?
- b. Mitä hyötyä tai haittaa näet energiatehokkuuden esiintuomisella myyntipisteillä?

Kulutus:

1. Tiedotatko asiakkaille vaatteiden kunnossapidosta?
 - a. Pyritkö ohjaamaan asiakasta oikeaan käyttäytymiseen tai innostaa asiakasta huolehtimaan paremmin tuotteistaan, jotta he voivat nauttia niistä pidempään.
 - b. Mitä hyötyä tai haittaa näet kunnossapito-ohjeilla?
2. Miten pitkän tuotetakuun tuotteisiin sisältyy?
 - a. Mitä hyötyjä tai haittoja tuotetakuun pituudella on?
 - b. Kerro esimerkki tuotetakuusta ja onko se vaikuttanut asiakkaaseen?
3. Onko tuotteilla vaihtotakuuta?
 - a. Mitä hyötyä tai haittaa näet vaihtotakuulla?
4. Onko yrityksessä takaisinottojärjestelmää?
 - a. Mitä hyötyjä tai haittoja näkisit takaisinottojärjestelmällä tuotantoon, liiketoiminnalle tai ympäristölle?
5. Tarjoatko korjauspalvelua tai annatko asiakkaille tarvittavat tiedot tai työkalut oman vaatetuksen korjaamiseen.
 - a. Kannustatko heitä käyttämään vaatteitaan mahdollisimman pitkään korjausompelun avulla?
 - b. Mitä hyötyä tai haittoja näkisit korjausompelulla tai ohjeistuksella?
 - c. Kerro esimerkki korjausompelutilanteesta.

Tuote-elinkaaren loppu

1. Suositteko biohajoavia materiaaleja?
 - a. Mitä hyötyjä tai haittoja näkisit biohajoavien materiaalin käytölle?
2. Keräättekö käytettyjä vaatteita tai onko yrityksen tiloissa palautusjärjestelmä?
 - a. Mitä hyötyä tai haittaa näkisit asiakkaalle vaatteiden palauttamisessa?
 - b. Mitä hyötyä tai haittaa näkisit yritykselle vaatteiden palauttamisessa?
3. Miten yritys tiedottaa asiakkaille, mitä tehdä kuluneille tai ei enää halutuille vaatteille?
 - a. Miten huomioit kestävän kehityksen periaatteet viestinnässä?
 - b. Kannustatteko vaateen elinkaaren pidentämiseen yrityksen ulkopuolisilla mahdollisuuksilla? (Esimerkiksi tuotteen muokkaus ajan saatossa, vaihtopalvelut, muistutukset keräyspisteistä?)

4. Varmistaako yritys, että kerätty tekstiili kierrätetään ja/tai pystyy biohajoamaan, joko organisaation sisällä tai yhteistyökumppanin avulla?

5. Hyödyntääkö yritys tai sidosryhmä yrityksen hylättyjä tekstiilejä antaakseen niille uuden elämän uudelleensuunnittelun ja -käytön kautta?

Original questions from Close the loop:

1. Our organization is engaged in sustainability. We have appointed someone or a team of people to be responsible for this matter.

2. Our organization is picking low-hanging fruit by mapping and implementing quick wins such as sorting waste, using recycled paper or collecting empty cartridges.

3. Our organization communicates openly and honestly about its sustainability efforts, for instance via the website, brochures and/or a sustainability report that is regularly updated. Our store staff and customer service team, too, are equipped to answer customer questions.

Resources:

1. When buying materials like textile, yarn and haberdasheries, our organization takes their environmental impact into account (looking into water and pesticide use as well as dyeing techniques, for instance)

2. When selecting fabrics, our organization makes sure they don't contain harmful or carcinogenic substances.

3. When it comes to resources and design, our organization takes the recyclability of every item into consideration.

Design:

1. When it comes to both resources and design, our organization's decisions are guided by the lifespan of the items used. Quality is our top priority, as is the answer to the question "how can we make sure this item remains in an impeccable condition for as long as possible?"

2. From the design phase onwards, our organization is all about material-efficiency and minimizing waste. Take our patterns, for instance, which reduce cutting waste to an absolute minimum.

3. Timeless designs lie at the heart of our policy and are the focal point of our strategy. With the help of slow fashion principles such as an aversion to seasons and trends, we try to put an end to over-consumption.

Production:

1. Our organization strives for minimal environmental impact and keeps a close eye on environmental management at production site(s), both those under our own management as those managed by third parties. Key factors include energy efficiency, the buildings' insulation, water treatment systems and environmentally friendly dyeing processes.

2. Our organization has its own social and ethical code of conduct, which is strictly adhered to by both our own production sites and by possible subcontractors. This code of conduct details the rules regarding living wage and international labor law, among other things.

3. To demonstrate compliance with international law, our organization uses verification systems which apply to our own sites as well as to possible subcontractors.

4. To demonstrate compliance with international law, our organization uses verification systems which apply to our own sites as well as to possible subcontractors.

5. Our organization is committed to short supply chains, thus reducing transportation emissions. In other words: sourcing, production and sales are handled locally, as close to each other as possible.

6. Our organization has implemented a zero-waste policy at production sites. We not only reduce our cuttingwaste to an absolute minimum, but also focus on efficient waste collection and sorting throughout.

Retail

1. Our business model is inspired by the sharing economy. We don't sell products, but we make sure people can use our products, either through renting or leasing systems, or via clothing exchange or swapping/swishing platforms.

2. Our organization sells secondhand clothing, either as a core or non-core business.

3. Our organization has a service-oriented business model – a choice motivated by our desire to increase customer involvement and retention, and to make people care more for the things they buy. For instance, we attach a lot of importance to co-creation, meaning that our customers are closely involved in the creation of their items.

4. Our organization puts a lot of stock in reducing the environmental impact of marketing and retail material like brochures, clothes hangers, price tags, shopping bags, look books, merchandising, labels and washing instructions. We opt for sustainable alternatives whenever we can.

5. Our organization places great emphasis on energy efficiency, both in our own stores/sales points and in our offices.

Consumption

1. Our organization informs customers about maintaining their clothes and tries to drive the right behavior. We want to inspire our customers to take better care of their items, so they can enjoy them longer.

2. Our organization offers a repair service and/or provides customers with the necessary information or tools to mend their own clothing. This is how we encourage them to wear their clothes as long as possible.

End of life

1. Our organization collects used clothes or has set up a take-back system. Customers don't have to throw their clothes or textile away but can simply bring their items back.

2. Our organization informs customers about what to do with clothes that are worn or no longer wanted, all while keeping sustainability principles in mind. The possibilities range from encouraging upcycling or offering clothes-swapping services, to reminding customers to take their clothes to collection points.

3. Our organization makes sure that the collected textile is recycled and/or is able to biodegrade, either in-company or via a partnership.
4. Our organization sets to work with discarded textile, giving it a second life through redesign and upcycling.

Liite 3 Yrityksen eettiset toimet tiivistetymin

Aineisto analysoitiin toimintoihin, jotka olivat jo yrityksen arjessa käytössä, ja toimintoihin, jotka oltiin aloitettu suunnittelemaan 2023, mutta eivät olleet vielä käytössä.

Eettinen toteutus tiivistetymin:

Yritys ei ole trendien asettaja, eikä sen seuraaja. Yritys edustaa hidasta muotia ja myy vaatteita, jotka eivät ole trendimarkkinoiden tuotosta, vaan etukäteen arjessa kokeiltuja, käytössä hyväksi koettuja sekä ajattomuuteen pyrkiviä vaatteita.

Yritys on perustettu vahvalle arvopohjalle, eettisyys edellä ja toiminta sykkii hitaan muodin periaatteita. Vaikka yrityksessä moni asia tehdään jo kestävä kehitys edellä, on pienellä yrityksellä, kuten muillakin, vielä silti kehitettävää. Yhden ison askeleen yritys ottaa tarkastelemalla kestävyyttään raportin muodossa, jolloin he pystyvät tuottamaan realistisemmat askelkuviot hiilineutraaliuden saavuttamiseksi.

Yritys viestii avoimesti tuotteen hinnanmuodostuksesta Instagramissa. Kun yritys avaa mistä vaatteen hinta muodostuu, avaa se paremmin kuluttajalle sen, kuinka monivaiheinen vaatetuotanto on. Aikaisemman postaukset tuotteen hinnan avauksesta ovat olleet suosittuja, mistä voidaan päätellä, että kuluttajat janoavat tietoa mistä hinta koostuu.

Vaikka yritys mainostaa vastuullisuuttaan sosiaalisessa mediassa, yritys näkee, että konkreettisilla teoilla on enemmän merkitystä. Yritys haluaa, että toiminta on lähtökohtaisesti hitaan muodin mukaista, ei vain sen markkinointipuheet. Yrittäjä näkee, että teot puhuvat enemmän kuin kauniit sanat.

Siksi vastuullisuutta on avattu kuluttajille blogitestien muodossa. Kuluttajille on ohjeistus tuotteiden eliniän pidentämiseen sekä oikeaan huoltamiseen. Postaukset ovat kaikkien saatavilla ilmaiseksi, joten ne hyödyttävät myös muitakin kuin yrityksen omaa asiakaskuntaa.

Yrityksen mallistot ovat ajattomia, joten ne eivät tue pikamuotia. Mallistoissa on panostettu kaavoituksessa ja kangasvalinnassa todella paljon mukavuuteen ja etenkin siihen, että ne ovat aidosti mukavia kaikenkokoisilla. Vaatteissa on haluttu myös panostaa mitoituksessa väljyyteen, koska se luo armollisuutta kehomuutoksille ja varmistaa käyttömukavuuden vuosienkin päähän. Suunnittelussa huomioidaan pitkäikäisyys myös karsimalla turhat napit ja vetoketjut pois, jotka lisäävät riskiä käyttöiän lyhenemiselle.

Hidasta muotia toteutetaan käytännössä, sillä mallit ovat olleet 4 vuotta samat ja malleihin on tehty vain pieniä muokkauksia materiaalien mukaan, eli ne eivät ole vaihtuneet sesongin tai trendien mukaan. Hitaan muodin suosiminen on riskaa peliä, sillä selkeät myyntipiikit sijoittuvat juuri uusien mallistojen ilmestymisen ajalle, ja myös uusia asiakkaita on helpompi houkutella uusilla mallistoilla. Toisaalta mukavaksi koettu malli lisää asiakasuskollisuutta, kun vaateen mallin tietää sopivaksi, vaikka kangas vaihtuisi. Tasapainoa uutuu-den saamisen ja hitaan muodin välille haetaan Limited edition -tempauksilla, joissa uusia mallistoja tuotetaan huomattavan pieni erä. Tällaiset Limited edition kappaleet on vastaanotettu positiivisesti tiedostavien asiakkaiden keskuudessa, sillä asiakkaat ovat kokeneet uniikit kappaleet ainutlaatuisiksi, mutta ne eivät vaadi sovittamista, tai pelkoa laadun heittelystä.

Ylijäämän syntyä pyritään minimoimaan jokaisessa tuotannon vaiheessa. Materiaalia tilataan pienempiä määriä turhan varastoinnin vähentämiseksi. Tuote leikataan leikkuujätettä minimoiden mahdollisimman paljon, kuin mitä malli antaa myöden. Syntynyt leikkuujäte hyödynnetään joko asusteina tai jälleenmyyntinä toiselle yrittäjälle, joka hyödyntää kangasta omissa tuotteissaan.

Yritys on panostanut hävikin vähentämiseen jo alusta asti, eli kaavoituksessa ja kangasvalinnassaan. Kaavat asetellaan niin, että leikkuujätettä syntyy mahdollisimman vähän. Toimittajan valinnassa on panostettu kaavoihin sopivan leveyden löytymiseen ja syntyvälle leikkuujätteelle on tehokkaasti keksitty sopivia käyttötarkoituksia.

Kangasvalintaan on panostettu erityisen paljon. Yritys on kokeillut kierrätyskuiduista tehtyä kangasta, koska haluaisi enemmän suosia kierrätettyä kangasta, mutta yritys ei kokenut kierrätyskuidun laadun vastaavan käyttöiänodotetta. Studio Sieluisa näkee, että panostaminen kankaan laatuun on ensisijaisen tärkeää.

Yrityksen kolme pääfokusta on ollut ympäristöystävällisyys, käyttömukavuus ja pehmeys. Kankaat valmistetaan Euroopassa ja tekstiilit koostuvat Tencel lyocellistä, Ecovero viskoosista ja luomupuuvillasta. Kun kankaat tuotetaan Euroopassa, vähentää se kuljetuksesta syntyviä päästöjä, sekä varmentaa tuotannon laadun. Kun yrittäjä ostaa Euroopasta, vahvistaa se samalla jäsenvaltion kilpailukykyä tekstiilintuotannon markkinoilla, jottei tuotanto valu halvempien tuotantokustannusten maihin. Tekstiilituotteen saastuttavin osa, eli tekstiilituotannonvaihe, johon kuuluu tekstiilin valkaisu, viimeistely ja värjäys, joihin sisältyy runsaasti erilaisia kemikaaleja. Haitalliset kemikaalit aiheuttavat ympäristön kuormituksen lisäksi terveysriskejä niiden kanssa työskenteleville työntekijöille, joten on erittäin tärkeää, että tämä vaihe pysyy sellaisissa maissa, joissa sitä pystytään valvomaan ja sen vaikutuksia ympäristölle voidaan minimoida.

Studio Sieluisan kankaat valmistetaan maassa, joka on sitoutunut ympäristön suojeluun ja yrityksen kestäväyyteen, ja jonka tavoitteet on kirjattu Amfori BSCI:n toimintaan. Amfori pohjautuu ILO:n, YK:n ja OECD:n ohjeisiin ja sopimuksiin. Järjestelmän menettelyohjeessa on määritelty yksitoista periaatetta, jotka ovat: oikeudenmukainen korvaus, järjestäytymis- ja neuvottelu-oikeus, ympäristönsuojelu, kohtuulliset työajat, nuorten työntekijöiden erityissuojelu,

lapsityön kieltö, epävakaiden työsuhteiden kieltö, syrjintäkieltö, pakkotyön kieltö, eettinen liiketoiminta, työterveys ja -turvallisuus, sosiaalisen johtamisen järjestelmä, työntekijöiden osallistuminen ja suojele. (Amfori 2017.)

Studio Sieluisa varmistaa, että kankaan valmistajalta löytyy sertifikaatit. Kun valmistuttaja sekä jälleenmyyjä löytyy Euroopasta, voidaan tuotannon määriä lisätä tai vähentää helpommin kysynnän mukaan. Lähempänä tuotettu kangas ja lähempi jälleenmyyjä mahdollistavat oston joustavuuden pienelle yrittäjälle. Jälleenmyyjä on sitoutunut standardeihin ISO100 ja ISO14001.

Yritys on harkinnut suomalaista kankaiden jälleenmyyjää, mutta väriskaalan pienuuden vuoksi päätyi eurooppalaiseen jälleenmyyjään. Ompelulangat ja -tarvikkeet yritys ostaa kotimaisilta jälleenmyyjiltä. Yrittäjä suosii yrityksen huoltotoimissa paikallisia toimijoita, sekä markkinointimateriaalien kuvauskoh-teissa on haluttu hyödyntää Porvoon historiallista arvoa. Paikallisuus ei tuotannossa näy pääfokuksena, sillä pääasiallinen myynti tapahtuu verkossa ympäri suomea.

Ennen uuden malliston julkaisua tuotteet valmistetaan ja koekäytetään arjessa laadun sekä mukavuuden varmistamiseksi. Malliston kankaita ei pestä luonnonvarojen säästämiseksi, vaan kaavoituksessa huomioidaan pesusta johtuva kutistumisvara. Turhan pesun välttäminen ja mahdollinen kankaan kutistuminen on informoitu myös kuluttajalle avoimesti. Ostaja voi luottaa vaateen käyttömukavuuteen myös pesujen jälkeen, sillä mallit on etukäteen testattu aidossa arjessa.

Yritys näkee, että vaikka he itsekin tuottavat uutta tavaraa, on hitaan muodin tuottaminen eettisempää kuin pikamuodin.

Tuotannon kestävästä kehitystä toteutetaan hyvin konkreettisesti, sillä vaatteita tuotetaan kysynnän mukaan. Välillä tämä aiheuttaa yritykselle pulmatilanteita, sillä nopeaan toimitukseen tottuneet uudet asiakkaat saattavat yllättyä, ettei tuotteita ole valmiina varastossa.

Tuotteilla on pidennetty käyttötakuu, mutta varsinainen korjausompelun tai mallinmuokkauksen toteuttaa asiakas omakustanteisesti.

Yritys mainostaa lähinnä Instagramissa, joten mainoksen yhteydessä helposti törmää myös yrityksen arvoihin. Tämä madaltaa etäisyyttä valmistajan ja asiakkaan välillä. Yrittäjä kokee, että jos yritys on "kasvoton", myös impulsiivisempi ostokäyttäytyminen sekä palautus lisääntyy. Kun tuote valmistetaan tilauksesta, lisää se kiintymystä tuotteeseen, joka taas lisää tuotteen elinkaarta, sillä tuotteesta pidetään parempaa huolta.

Yritys myy tuotteitaan Ivalo.com 360, joka on ammattilaisten kehittämä vastuullisten brändien arviointiprosessialusta, joka avaa vaatteita ostaville asiakkaille luotettavan näkymän tuotemerkin vastuullisuuteen. Vaateostoksille saapuva voi luottaa siihen, että jokainen markkinapaikalle validoitu brändi on läpäissyt alustan vastuullisuustarkastelun.

Studio Sieluisa näkee pienyrittäjien yhteistyössä voimaa, sillä he yhdistivät omat kaavansa Utuliinin ihaniin kuoseihin. Tämä yhteistyö mahdollisti Utuliinin herkullisten kuosien käyttöä mukavassa Sieluisan mekossa. Näin ollen myös ne asiakkaat, jotka rakastavat Sieluisan mekon mallia, mutta kaipaavat välillä enemmän värejä tai kuoseja, varmasti nauttivat yhteistyöstä joutumatta tinkimään vastuullisuudesta. Utuliini nimittäin on myös suomalainen yritys.

Eettinen intentionaalisuus tiivistetymmin:

Yrityksen tahtotila kestävämpään kehitykseen on suuri. Resurssit ovat kuitenkin rajalliset. Etenkin henkilöresurssit, sillä yrittäjä Suutari työskentelee yrityksessä yksin.

Koska nykyisen tuotantotilan muokkaus ekologisempaan ei ole käytännössä mahdollista, on tilanteeseen onneksi tulossa muutos. Tuotanto siirtyy tilaan, jossa esim. yrityksen oma energiankulutus on mahdollista seurata, koska resurssitkin kestäväen kehityksen edistämiseen paranee.

Yrittäjä kokee, että kestäväen kehityksen mukaisen liiketoiminnan aikaansaanti vaatii ulkopuolista apua. Erityisesti yritysvalmentaja, joka edesauttaisi ilmasto-neutraaliuteen. Yritys on tietoinen ristiriidasta uuden kulutustavaran synnyttämisen ja taloudellisen hyödyn välillä, ja yrityksellä on suunnitelmia kulutustavaran vähentämiseksi esimerkiksi vuokraustoiminnan avulla. Vaatevuokraustoiminnalla ei ole Suomessa vielä kovin vakaata maaperää, joten yritys kartoittaa asiakaskunnan valmiuksia toiminnalle.

Yritys on panostanut kaavoituksessa ja kangasvalinnassaan jo hävikin vähentämiseen. Kaavat asetellaan niin, että leikkuujätettä syntyy mahdollisimman vähän, mutta yritys aikoo panostaa tulevaisuudessa kaavoitukseen ja erityisesti siihen, että leikkuujätettä ei syntyisi. Jos tällä hetkellä haluttaisiin nykyisillä kaavoilla vähentää leikkuujätettä, vaatisi se saumojen lisäämistä vaatteisiin, joka taas lisää riskiä käyttöiän vähenemiseen, sekä vähentäisi samalla myös Sieluisan yhtä perusaatetta, eli käyttömukavuutta. Kokonaiskuvaa katsoen on tällä hetkellä järkevämpää panostaa tuotteen pitkäikäisyyteen, kuin täydelliseen leikkuujätteen minimointiin.

Tulevaisuudessa kaavoituksessa huomioidaan myös muokattavuus. Muokattavuudessa huomioidaan edelleen pitkäikäisyys, eli sitä ei tehdä vetoketjujen avulla, jolloin myös kierrätettävyys on edelleen helpompaa.

Tulevaisuudessa myös kankaan vakiintuessa yritys aikoo panostaa kierrätyskuiduista valmistettuihin hintalappuihin ja tuotemerkkeihin.

Koska yritys ei halua kuluttaa energiaa turhalla varastoinnilla, vaatteet valmistetaan tilausten mukaan. Tämä kuitenkin saattaa vähentää myyntiä, sillä tilauksesta valmistettavan tuotteen saamiseksi voi mennä, sesongista riippuen, jopa viikkoja, ja kuluttajat ovat tottuneet saamaan tuotteensa parissa päivissä. Siksi vuokraustoiminto saattaisi edistää nopeaa saatavuutta. Asiakas pääsisi niin sanotusti koeajamaan vaateen ja tehdä lopullisen ostopäätöksen arjen toiminnan sekä tarpeen mukaan. Vuokraustoiminnan avulla yritys pystyisi myös vuokraamaan oman tuotannon uniikkeja kappaleita ja kokeilueriä. Laajemmassa mittakaavassa vuokraustoiminta vähentäisi huomattavasti tekstiilijätettä, sillä tuotteen kierto saaminen olisi helppoa, eikä tekstiili päätyisi kaatopaikoille.

Vuokraustoiminta mahdollistaisi myös takaisinotto palvelun, jolloin yritys pystyy vielä paremmin varmistamaan asiakastytyvyyden, sekä syvemmän luottamuksen rakentamisen asiakkaisiin. Yrittäjä tietää kankaiden olevan niin laadukkaita, että niitä voisi hyvin hyödyntää vielä takaisinoton jälkeenkin joko suoraan tai muokkaamalla vuokrauspalvelun kautta. Tällöin myös kankaan elinkaari pitenee ja yrityksen hiilijalanjälki pienenee huomattavasti. Myös asiakas hyötyisi takaisinotto -palvelusta jos oston jälkeen esim. koko vaihtuu/keho muuttuu, joka myös inhimillistää ostoprosessia käyttäjälähtöisemmäksi.

Tällä hetkellä yritys on ollut toiminnassa liian vähän aikaa voidakseen hyödyntää täysin takaisinotto palvelua. Instagram stooreissa on jaettu kierrättämisen kannustamiseksi toimintaohjeita tekstiilikuitujen oikeaoppiseen kierrätykseen. Tulevaisuudessa yritys haluaa minimoida kuljetuksesta johtuvia hiilidioksidipäästöjä listaamalla isompien kaupunkien luotettavia ompelimoja, ekologisempaan korjausompeluun kannustamiseksi ja tuotteen elinkaaren pidentämiseksi.

Yrittäjä investoi konkreettisesti yrityksen kestävyuden kehittämiseen kouluttautumalla Kiertotalouden liiketoimintamallit -kurssilla 2024. Yritys haluaa varmistaa, että kehityssuunnat ovat mutkattomia asiakkaille ja että tuleva vuokraustoiminta olisi kuluttajalle jouhevaa. Koska vaatevuokraustoimintaa ei ole Suomessa vielä montaa, voidaan se nähdä myös mahdollisuutena. Etenkin koska asiakkaiden tietoisuus kulutusjäljestään kasvaa koko ajan.

Yritys tietää, että laadun ja mallien puolesta tuotteet sopivat vuokraustoimintaan, sillä kankaan laatuun ja kaavoitukseen on panostettu paljon aikaa. Kankaat ovat kalliimpia kuin peruskankaat, mutta käyttöään lisäämisen kannalta ne ovat huomattavasti pidempi-ikäisiä ja vastaavat tiedostavan asiakkaan vaatimuksia koko elinkaarensa ajan.

Yrityksellä on vielä kehitettävää vaate- ja kokomerkkien kehityksessä kestävämpään suuntaan. Tulevaisuudessa, kun kangasvalikoima tasaantuu, voidaan tuotetietolapuissa panostaa ekologisempiin materiaaleihin. Tällä hetkellä mallistot ovat määrittäneen niin pieniä, ettei ole ollut mahdollista panostaa vaatteissa olevien tágien ekologisuuteen.

Kierrätyskuitujen lisääminen valikoimaan voisi toimia kankaiden uudelleenkäytöllä samplemyynnillä tai vaatevuokraamon puolella.

Studio Sieluisa on yhtä kuin Isabella, joten yritys kykenee hyvin henkilökohtaiseen asiakaspalveluun. Yrittäjän itsensä näkyminen vahvasti yritystoiminnassa koetaan hyvänä, sillä se luo uskollisuutta hyvän asiakaspalvelun myötä. Yritys arvostaa asiakkaiden näkemyksiä ja kysyy heidän mielipidettään säännöllisesti instagramissa. Kommenttien perusteella vuokraustoiminnalle riittäisi Studio Sieluisan asiakaskunnassa kiinnostusta.

Yritys kertoo vastuullisuudesta avoimesti blogissaan, mutta aikoo tehostaa tietoisuuden lisäämistä markkinoinnissaan. Yritys pohtii pitäisikö jokaisen tuotteen kohdalla olla avattuna hinnanmuodostus, vai kokeeko valtaosa kuluttajista sen häiritsevänä tekijänä, sillä valtaosa Studio Sieluisan asiakaskunnasta on jo tietoisia hitaan muodin merkistä ja sen vastuullisuudesta. Toisaalta tuotteen hinnanmuodostus voisi edesauttaa sivulle eksyneitä kuluttajia tiedostamaan ostopäätöksen merkityksen, kun se tuodaan ostoprosessiin mukaan.

Yritys kokee, että hitaan muodin merkityksen esille tuominen enemmän olisi todella tärkeää, ja yritys aikookin lisätä hitaan muodin postauksia tulevaisuudessa, jotta tietoisuus kasvaa. Yritys pohtii olisiko vastuullisuuspainotteinen somestrategia tulevaisuudessa hyvä tapa lisätä tietoisuutta tasaisesti.

Yritys on erittäin halukas tarkastelemaan vastuullisuuttaan tulevinakin vuosina ja refleктоimaan vuotta 2023 tuleviin raportteihin.

Liite 4. Kestävyysraportti Studio Sieluisalle.

Kestävyysraportti pienyritykselle visuaalisesti kauniissa, kuluttajaystävällisessä muodossa, joka kuitenkin mahdollistaa vertailun eri yritysten välillä.

KESTÄVYYSRAPORTTI

Studio Sieluisa

www.studiosieluisa.fi



2023

Kirjoittanut Piia Selinkoski

KESTÄVYYSRAPORTTI

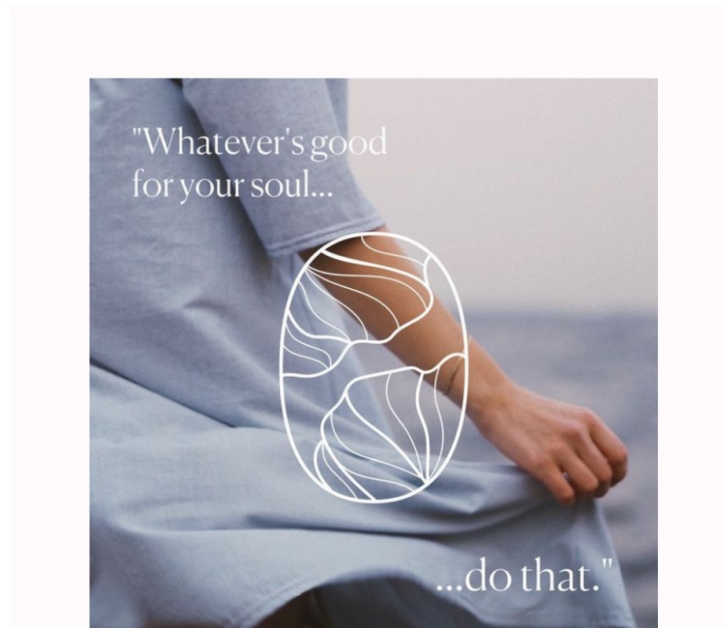
Studio Sieluisa

Tämän kestävyysraportti on osa opinnäytetyötäni ja sen tavoitteena on tarkastella Studio Sieluisan vastuullisuutta kestävässä muodin kontekstissa ja samalla nostaa vastuullisuuden merkitystä yrityksen toiminnassa. Vastuullisuuden systemaattinen arviointi ja sen avoin esittely vahvistavat yrityksen omistautumista vastuullisuuteen sekä osoittavat sen vastuullisuustyön kehittämisen tehokkaaksi ja vakuuttavaksi sidosryhmille.

Piia Selinkoski

Muotoilija

Muoti ja puvustus





KESTÄVYYSRAPORTTI

Studio Sieluisa

Studio Sieluisa on kotimainen ompelustudio, joka perustettiin vuonna 2020 ja jonka omistaa Isabella Suutari. Studio Sieluisan vaatteet ovat joustavia, pehmeitä, ekologisia ja suunniteltu vastuullisesti.

Suutari haluaa luoda merkityksellisiä vaatteita, jotka tuovat hyvää oloa.

Hänen visionaan on, että vaatteet vastustavat nykyistä vaateteollisuuden resursseja tuhlaavaa toimintamallia, panostamalla pitkäikäiseen suunnitteluun, harkittuihin materiaaleihin, eettiseen valmistukseen ja läpinäkyvyyteen kustannusrakenteissa.

Yrityksellä on vahva halu kehittyä kohti entistä kestävämpää liiketoimintaa .



KESTÄVÄT MATERIAALIVALINNAT JA VASTUULLINEN TEKSTIILINTUOTANTO

Studio Sieluisa panostaa kestävien materiaalien käyttöön. Yritys korostaa sitoutumistaan paikallisiin yhteisöihin valitsemalla kotimaisen valmistuksen. Tämä tukee paikallista taloutta ja vahvistaa yhteyttä ympäröivään yhteiskuntaan.

LAADUKAS TUOTANTO PORVOOSSA: YRITTÄJÄN OMAT KÄDET TYÖN SYDÄMESSÄ

Porvoossa tapahtuva laadukas tuotanto Studio Sieluisassa on yrittäjän sydämenasia. Yrittäjän omat kädet ohjaavat valmistusprosessia, mikä takaa tuotteiden korkean laadun ja huolenpidon yksityiskohdista.

AVAINLIPPU-TUNNUS: KOTIMAISUUDEN MERKKI

Studio Sieluisa sitoutuu vahvasti paikallisiin yhteisöihin valmistamalla tuotteensa Suomessa, mikä ilmenee Avainlippu-tunnuksesta ja tuotannon keskittymisestä Porvooseen.

Toiminta tukee kotimaisuutta ja vahvistaa paikallistaloutta.

PIENYRITTÄJIEN YHTEISTYÖN VOIMA

Studio Sieluisa näkee verkossa toimimisen mahdollisuutena tukea paikallisia pienyrittäjiä ja vahvistaa yhteistyön voimaa. Vaikka päämyyntikanava onkin verkossa, Studio Sieluisa pyrkii hyödyntämään paikallisia toimijoita ja ylläpitämään yhteyksiä paikallisyhteisöön.



YRITTÄJÄN ROOLI JA SOSIAALISEN VASTUUN PAINOARVO
 Studio Sieluisa tunnistaa yksinyrittäjän merkityksen yrityksen sosiaalisen vastuun vahvistamisessa. Avoin viestintä tuotteen hinta- ja tuotantoprosessista Instagramissa kertoo kuluttajille vaatetuotannon monivaiheisuudesta ja kustannusrakenteesta.

KONKREETTISET TEOT VASTUULLISUUDEN EDISTÄMISEKSI
 Studio Sieluisa korostaa toiminnassaan konkreettisten tekojen merkitystä sosiaalisen vastuun edistämiseksi. Yritys tarjoaa ohjeita vaatteiden huoltoon ja eliniän pidentämiseen blogitekstien muodossa, mikä madaltaa ostokäyttäytymisen impulsiivisuutta ja lisää asiakkaiden kiintymystä tuotteisiin.

ASIAKSLÄHTÖINEN VIESTINTÄ JA TUOTTEEN MUKAVUUS:
 Studio Sieluisa painottaa asiakaslähtöistä viestintää Instagramissa, joka madaltaa etäisyyttä asiakkaan ja valmistajan välillä. Lisäksi yritys panostaa mukavuuteen ja kehonmyönteisyyteen vaatteiden suunnittelussa, mikä edistää positiivista naiskuvaa ja varmistaa käyttömukavuuden.

AVOIN VIESTINTÄ JA VASTUULLISUUS IVALO.COM:SSA
 Studio Sieluisa myy tuotteitaan lvalo.com:ssa, missä avoin vastuullisuusviestintä on keskiössä. Brändille suoritetaan vastuullisuusvalidointi ennen myyntiä, mikä edistää avoimuutta ja luotettavuutta vastuullisuuskysymyksissä.

YMPÄRISTÖVASTUU



YMPÄRISTÖVASTUUN PAINOTTAMINEN

HITAAN MUODIN PERIAATTEIDEN MUKAISESTI

Studio Sieluisa keskittyy ympäristövastuuseen, välttämällä trendien nopeaa seuraamista ja tarjoten ajattomia ja kestäviä vaatteita.

EUROOPPALAISEN TEKSTIILITUOTANNON TUKEMINEN

Studio Sieluisa vahvistaa Euroopan kilpailukykyä hankkimalla materiaalit Euroopasta, samalla varmistaen tekstiilituotannon turvallisuuden ja vähentäen ympäristövaikutuksia.

LAADUKKAAT MATERIAALIT JA

KESTÄVÄN KEHITYKSEN HUOMIOIMINEN

Studio Sieluisan kangasvalinnassa painotetaan ympäristöystävällisyyttä, käyttömukavuutta ja kestävyyttä, minimoiden ylijäämämateriaalien syntymistä koko tuotteen elinkaaren ajan.

KESTÄVÄ SUUNNITTELU JA PITKÄIKÄISET VAATTEET

Studio Sieluisa suosii väljempää mitoitusta ja huomioi kestävyuden suunnittelussa, jotta vaatteet sopivat useammalle käyttäjälle ja niiden käyttöikä pitenee.

YRITYKSEN ARVOT

Vastuullisuus
Ystävällisyys
Aitous
Yhteisöllisyys

Studio Sieluisa

*"Whatever's good for your
soul, do that."*

-ISABELLA SUUTARI / STUDIO SIELUISA

OPINNÄYTE

ALOITUS

28/11/2023

TEKIJÄ

Piia Selinkoski

LOPETUS

17/4/2024

Kestävän Kehityksen Tutkimus:

Studio Sieluisan Vaatetusalan Vastuullisuusraportti

Tutkimuksen tavoitteena oli analysoida Studio Sieluisan kestävyyttä ja laatia sen pohjalta vuoden 2023 kestävyysraportti. Työn motiivina toimii sekä tutkijan että yrityksen halu kehittää vaatevalmistusta vastuullisemmaksi. Opinnäytetyössä käsitellään tutkimusasetelmaa, – prosessia ja –kulkua, joissa tarkastelen vaatetusalan yritysten vastuullisuutta ja kestävyysraportointia.

Tuloksien ja teemahaastattelun pohjalta tarkastelen Studio Sieluisan vastuullisuutta. Lopputuloksena syntyy yrityskohtainen kestävyysraportti, joka avaa vaatetusalan pienyrityksen mahdollisuuksia vastuullisuuden parantamiseen.

Tutkimustulokset korostavat ruohonjuuritason kestävä kehityksen tärkeyttä ja mahdollisuutta vaateollisuudessa.



KESTÄVYYSRAPORTIN LUOMINEN
STUDIO SIELUISALLE



TEEMAHAASTATTELUIDEN JA
VASTUULLISUUSLUOKKIEN
ANALYYSI



SUUNTAVIIVAT JA MAHDOLLISUUDET
TULEVAISUUDEN PARANTAMISEKSI



KESTÄVÄN KEHITYKSEN MERKITYS
JA JATKOTUTKIMUSAIHEET



Hello, I am
ISABELLA
SUUTARI

"Haluan suunnitella ja valmistaa kotimaisia vaatteita kaltaisilleni herkille
sieluille, jotka haluavat nauttia elämästä sellaisena kuin ovat
- tässä ja nyt."

KYSYMYKSIÄ?

studio@studiosieluisa.com

www.studiosieluisa.fi

[@studiosieluisa](https://www.instagram.com/studiosieluisa)

Rajamäentie 8, 06650 Porvoo