

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketoiminnan logistiikka

2020

[Click here to enter text.](#)

Hawzhin Palani

**VASTUULLISUUS
VAATELIIKKEESSÄ**
– ZARA FINLAND OY, TURKU

OPINNÄYTETYÖ (AMK) TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketoiminnan logistiikka

2020 | 41 sivua

Hawzhin Palani

VASTUULLISUUS VAATELIIKKEESSÄ

- Zara Finland Oy, Turku

Tämä opinnäytetyö käsittelee vastuullisuuden tietoisuutta ja tärkeyttä Zara-vaateliikkeessä. Aluksi käydään läpi yrityksen pääpiirteitä ja kuvataan sitä, millainen yritys Zara on. Teoriaosuudessa kerrotaan vastuullisuudesta, vastuullisuuden toteuttamisesta ja sen eri osa-alueista yleisesti. Näin saadaan käsitys siitä, miten tärkeäksi työntekijät kokevat vastuullisuuden.

Tutkimusosuuden tavoitteena on selvittää, miten vastuullisuus otetaan huomioon Turun Zarassa ja miten vastuullisuus näkyy työpaikalla työntekijöiden näkökulmasta. Tutkimuksessa kartoitetaan, miten vastuullisuutta voitaisiin paremmin huomioida. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineistoa on kerätty 13 kyselylomakkeen kautta. Jokainen kysymys käydään erikseen läpi.

Vastuullisuus on joillekin vielä vieras asia. Kuluttajat tekevät usein ostopäätöksen tuotteen ulkonäön ja hinnan perusteella. Tämän takia heidän on vaikea tehdä eettisesti oikeita ostopäätöksiä, jos työntekijä ei osaa hyvin neuvoa heitä. Sen vuoksi työntekijöiden erilaiset vastuullisuuskoulutukset olisivat hyvänä apuna. Suurilla yrityksillä on kuitenkin suurin vastuu omasta kestävästä kehityksen tukemisesta ja vastuullisesta toiminnasta.

Työn tulokseksi saatiin, että jokainen työntekijä ei välttämättä tiedä tarkalleen, mitä vastuullisuus on ja mitä siihen kuuluu. Tämä johtuu siitä, ettei työpaikalla tarjota koulutusta yrityksen vastuullisuudesta, mikä johtunee muodin jatkuvasta muutoksesta. Tutkimustulokseksi saatiin se, että vastuullisuuskoulusta tarvitaan ainakin kerran vuodessa.

ASIASANAT:

kyselylomake, vastuullisuus, ympäristövastuullisuus, yritysvastuu

BACHELOR'S | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business logistics

2020 | number of pages 41

Hawzhin Palani

RESPONSIBILITY IN A CLOTHING STORE

- Zara Finland Oy, Turku

This thesis deals with the awareness and the importance of corporate responsibility at the Zara store of Turku. Firstly, the main features of the company will be reviewed and Zara as a company will be described. The theoretical part explains the concept of responsibility, deals with its implementation and show cases how important employees perceive the idea of responsibility. This theory provides an idea of how important employees perceive corporate responsibility.

The objective of the research section is to discover how responsibility is taken into account in Zara and how responsibility is reflected within the workplace from the perspective of employees. The study identifies how responsibility could be better considered. The qualitative research data has been collected through 13 questionnaires. Each question separately.

Responsibility is still a strange concept to some. Consumers often make a purchase decision based on the appearance and the price of a product. Because of this, it is difficult for consumers to make ethically sound purchasing decisions if the employee does not know how to advise them well. To that end, different kinds of responsibility training for employees would be of great benefit. Nevertheless, large companies bear the greatest responsibility in supporting their own sustainable development and acting responsibly.

The outcome of the study is that not every employee may exactly know what responsibility is and what it entails. This is because the lack of corporate responsibility training with the workplace which is due to the constant change in fashion. The result of the research shows that corporate responsibility training is needed at least once a year.

KEYWORDS:

corporate responsibility, environmental responsibility, responsibility, questionnaire

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 ZARA	7
2.1 Ihmisoikeuksien suojeleminen ja politiikka	7
2.2 Työntekijät ja koulutus	8
3 YRITYSVASTUU	10
3.1 Sosiaalinen vastuu	11
3.2 Ympäristövastuu	14
3.3 Taloudellinen vastuu	16
4 VASTUULLISUUS VAATETEOLLISUUDESSA	17
5 ZARAN SITOUKSET YMPÄRISTÖLLE	23
5.1 Kierrätys ja uudelleen käyttö	25
5.2 Kestävät materiaalit	25
5.2.1 Muut puupohjaiset kuidut	27
5.2.2 Eläinten hyvinvointi	28
6 KYSELY VASTUULLISUUDESTA	29
7 YHTEENVETO	40
LÄHTEET	42

KUVAT

Kuva 1. Kolme kestävän kehityksen ulottuvuutta, jotka ovat riippuvuussuhteessa toisiinsa (Verkkokirjahylly 2020.)	11
Kuva 2. Sosiaalinen vastuu kohdistuu henkilöstöön ja yhteistyökumppaneiden henkilöstöön. Kuluttajansuoja ja tuoteturvallisuus ovat sosiaalisen vastuun elementtejä (Verkkokirjahylly 2020.)	13
Kuva 3. Kuvassa Itellan ympäristöohjelman tavoitteena vähentää hiilidioksidipäästöjä (Verkkokirjahylly 2020.)	14

Kuva 4. Tuotteiden koko elinkaari (Inditex 2020).	24
Kuva 5. Ympäristömerkki Join Life -tuotteissa (Inditex 2020).	26

KUVIOT

Kuvio 1. Vastanneiden määrä ja sukupuolijakauma.	29
Kuvio 2. Työskentely Zarassa.	30
Kuvio 3. Tietoisuus tuotteen vastuullisuudesta.	30
Kuvio 4. Vastuullisuuden koulutus.	31
Kuvio 5. Tuotteen vastuullisuuden huomioiminen.	32
Kuvio 6. Tietoisuus tuotteen valmistuksesta.	33
Kuvio 7. Ympäristömerkkien huomiointi ja sen vaikutus työpaikan valintaan.	33
Kuvio 8. Vaatteiden kierrätys.	34
Kuvio 9. Tietoisuus vaatteiden ympäristömerkeistä.	35
Kuvio 10. Vastuullisuuden koulutuksen tarve työpaikassa.	36
Kuvio 11. Vaikutusmahdollisuus yrityksen maineeseen ja vastuullisuuteen.	37
Kuvio 12. Vastuullisuuden kysymykset asiakkailta.	37

1 JOHDANTO

Vastuullisuus on tänä päivänä hyvin tärkeä aihe kaikessa liiketoiminnassa. Asiakkaista ja työntekijöistä on tullut vaativampia vastuullisuuden suhteen, ja he ottavat vastuullisuusnäkökulmia entistä enemmän huomioon. Yritykset vaativat myös vastuullista työskentelyä, jotta pystytään varmistamaan koko yrityksen ja työntekijöiden toimintatapa.

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Yritys Zaralle. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää työntekijöiden tietoisuus yrityksen vastuullisuudesta ja analysoida kerätty aineisto sekä mahdollisesti tehdä kehitysehdotuksia vastuullisuuden koulutuksesta työntekijöille. Tämä työ antaa pohjan yrityksen työntekijöiden tämänhetkisistä ajatuksista ja mielipiteistä, joiden avulla yritys pystyy parantamaan työntekijöiden suhtautumista vastuullisuuteen.

Teoriaosassa käydään läpi toimeksiantoyritys, yritysvastuu, vastuullisuus vaateteollisuudessa sekä sosiaalisen, ympäristön ja taloudellisen vastuun aiheita. Nämä vaikuttavat yrityksen liiketoimintaan, työntekijöihin ja asiakkaisiin. Tämän jälkeen käydään läpi ympäristön sitoumukset ja tarkastellaan, mitkä kaikki asiat vaikuttavat ympäristövastuullisuuden toimintaan.

Työ toteutetaan kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä kasaamalla tiivis tietopaketti Zaran vastuullisuudesta ja tekemällä kyselylomakkeen työntekijöille. Opinnäytetyötä varten laadittiin kysely, jonka kohderyhmänä oli vaateyritys Zaran työntekijät. Kyselylomakkeella pyritään selvittämään ne asiat, jotka vaikuttavat mielikuviin yrityksen vastuullisuudesta. Tulosten jälkeen priorisoidaan, mikä on syynä siihen ja mahdollisesti laaditaan kehitysidea.

Opinnäytetyössä keskitytään pääosin Zaran vastuullisuuteen ja siihen, miten se toteutuu juuri Turun liikkeessä. Työssä esitetään myös vaatealan ulkopuolelta olevia vastuullisuuden vaikuttavia asioita, joita koettiin tärkeiksi.

2 ZARA

Zara on perustettu vuonna 1975 Espanjassa rannikkokaupungissa Coruñassa. Toimialana on vaatteiden yleisvähittäiskauppa, joka on erikoistunut nopeaan muotiin. Zara on Inditex-ryhmän suurin yritys. Yritys myy miesten, naisten ja lasten vaatteita. Zaran prioriteetteja on asiakaspalvelun laadun parantaminen sekä houkuttelevan ja vastuullisen muodin tuominen. Zaran perusarvot ilmaistaan neljällä avainsanalla: kauneus, selkeys, toimivuus ja kestävyys. Nämä määrittelevät kaikkia Zaran myymälöitä. Yritys vaatii erittäin läheistä suhdetta asiakkaisiinsa. (Inditex 2020.)

Jotta asiakaspalvelun laatu pysyy hyvänä, Zara-myymälöissä on radiotaajuustunnustekniikka (RFID). Huipputeknisten järjestelmien avulla pystytään seuraamaan vaatteiden sijaintia ja asettamaan nopeasti ne vaatteet saataville, joilla on kysyntää. Tämän tekniikan ansiosta Zara on saanut päätökseensä integroidun varastohallintajärjestelmänsä toteuttamisen 49 eri markkinoilla, joilla se käyttää integroitua myymäläänsä ja verkkoalustansa. (Inditex 2020.)

Zara Finland Oy:n liikevaihto oli 32,5 miljoonaa euroa vuonna 2019 ja se työllisti 141 henkilöä. Yhtiön omavaraisuusaste oli 12,1 prosenttia ja tilikauden tulos 68 000 euroa, sekä liikevoittoprosentti oli 0,3. (Taloussanommat 2020.)

Zaran Join Life-kokoelma ja ekokaupat ovat kaksi esimerkkiä, jotka korostavat merkin horjumatonta keskittymistä kestävyteen ja asiakaskokemuksen parantamiseen. Kehitys on rikastuttanut uusia ja innovatiivisia hankkeita, kuten vaatteiden keräyskonttien asettaminen myymälään ja järjestelmä, joka tarjoaa ilmaisen käytettyjen vaatteiden keräyksen kotoa täydentämään online-tilausten toimitusta. (Inditex 2020.)

2.1 Ihmisoikeuksien suojeleminen ja politiikka

Organisaatio on sitoutunut lujasti ihmisoikeuksien suojelemiseen liiketoiminnan kaikissa osa-alueissa. Yritys ottaa vastuuta siitä, että ihmisoikeuksia kunnioitetaan heidän koko arvoketjussaan, johon kuuluvat kaikki sidosryhmät, erityisesti toimittajat, yritysyhteiskumppanit ja asiakkaat. Kaikki nämä sitoumukset on kirjattu konsernin ihmisoikeuspolitiikkaan, jonka hallitus hyväksyi vuonna 2016. (Inditex 2020.)

Ihmisoikeuksien kunnioittaminen on luovuttamaton osa Inditexin yrityskulttuuria. Se on arvojen kokoamista ja päivittämistä, jotka sisältyvät jo muihin asiakirjoihin, kuten käytäntösäännöt ja vastuulliset käytännöt. Näissä määritetään arvot ja periaatteet, joiden avulla työntekijät ohjaavat toimintaansa, sekä valmistajien ja toimittajien käytäntösäännöt, joiden avulla vahvistetaan sitoutumisjärjestys toimitusketjulle. (Inditex 2020.)

Politiikka on ihmisoikeusstrategian kulmakivi. Tämä strategia läpäisee ihmisoikeuksien edistämisen ja kunnioittamisen päätöksenteossa ja arvon luomisessa yrityksessä. Siksi se täyttää seuraavat kriteerit:

1. Se on upotettu liiketoimintamalliin.
2. Se edistää ja järjestelmällistää avointa vuoropuhelua.
3. Se edellyttää koulutusta ja sisäistää sitoutumista organisaation kaikilla tasoilla.
4. Sen toteutusta arvioidaan kvantitatiivisesti ilmaistavien indikaattorien perustella.

(Inditex 2020.)

Strategian toinen selkeä ominaisuus on due diligence eli asianmukainen huolellisuus, jonka avulla voidaan tunnistaa arvonluonnin merkittävimmät vaikutukset ihmisoikeuksiin ja luoda tarvittavat suojatoimenpiteet. Vuonna 2016 organisaatio aloitti due diligence prosessien tarkastamista ja päivittämistä hyödyntämällä yrityksessä ja sen ulkopuolella tunnistettuja parhaita käytäntöjä mallin laatimiseksi, jota sovelletaan kaikkialla organisaatiossa. (Inditex 2020.)

Strategian viimeinen nivelkärki koostuu valitusmekanismeista, jotka vahvistavat due diligence -prosessia auttamalla tunnistamaan ja korjaamaan ihmisoikeuksien kielteisiä vaikutuksia vahvistamalla samalla sidosryhmäsuhteitaan. Tärkein käytössä oleva mekanismi valituksen esittämiselle on eettisen komitean hallinnoima väärinkäyttäjien kanava, jota voi käyttää kuka tahansa työntekijä tai kolmas osapuoli, jolla on laillinen etu. Organisaatio käy samanaikaisesti jatkuvaa vuoropuhelua kaikkien sidosryhmien kanssa. (Inditex 2020.)

2.2 Työntekijät ja koulutus

Organisaation yhteiset perusarvot ovat tiimityö, nöyryys, monimuotoisuus, innovatiivisuus ja sitoutuminen. Työntekijöiden hyvin tehty työ työntää yritystä eteenpäin. Organisaatiossa uskotaan kuitenkin, että parantamisen varaa on aina. Jokainen henkilö on avain yrityksen menestykseen. Kollektiivisen energian myötä luodaan muotia, jota on

käytettävä oikein ja joka voittaa kaikki haasteet. Eettiset toimintaohjeet ja vastuulliset käytännöt määrittelevät arvot ja periaatteet, jotka ohjaavat toimintaa. (Inditex 2020.)

Uusien työllistymismahdollisuuksien luomisen lisäksi organisaatio on vahvasti sitoutunut varmistamaan hyvät työolot ja laadukkaat työpaikat kaikissa niissä maissa, joissa se toimii. Kaikille kollegoille tarjotaan kehitys- ja koulutusmahdollisuuksia. Yrityksen työntekijöistä 73 prosentilla on pysyvä sopimus. (Inditex 2020.)

Työntekijöiden terveys ja turvallisuus ovat tärkeitä kaikilla yrityksen tasoilla. Työntekijät on koulutettu terveys- ja turvallisuuskysymysten hallintaan, mikä on avain ennaltaehkäisyyn. Työntekijät ovat sitoutuneita noudattamaan koulutuksessa annettuja ohjeita. Organisaation yksi tavoite on parantaa työntekijöiden koulutusta jatkuvasti, kuten OHSAS-sertifiointissa todetaan. Organisaation toiminta täyttää sertifikaatin vaatimukset. (Inditex 2020.)

Työturvallisuuslaki veloittaa jokaista työnantajaa perehdyttämään hyvin kaikki työntekijänsä työhön, työolosuhteisiin sekä työvälineisiin turvallisilla työtavoilla. Paras työnopetus on perehdyttäminen turvallisuustoimintoihin hyvin. Erityisesti nuorilla työntekijöillä on eniten tarvetta perehdytykseen, koska kyseinen työ voi olla heidän ensimmäinen työpaikkansa. Perehdytyksellä varmistetaan työntekijän hallitsevuutta työtehtävään ja työvälineiden käyttöön sekä myös siihen, että työntekijä osaa toimia poikkeus- ja häiriötilanteissa itsenäisesti. Hyvin perehdytetty työntekijä tekee työtehtävänsä oikealla ja turvallisella tavalla. Työhön sitoutunut henkilö kantaa vastuuta hänen osaamisestaan kysymällä, kertaamalla ja ottamalla selvää asioista, joista on epävarma. (Työturvallisuuskeskus ry 2020.)

3 YRITYSVASTUU

Vastuullinen organisaatio toimii kestäväällä tavalla ja sovittaa yhteen yrityksen ja sen sidosryhmien odotukset ja tavoitteet. Vastuullisuus on menestyvän organisaation liiketoimintaosaamista. Yritysvastuu jakautuu taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuun osa-alueiksi. Kaikilla näillä osa-alueilla on vaikutusta toisiinsa mikä tarkoittaa liiketoiminnan lainsäädännön toimien suorittamista ja vastuullisuutta. Taloudellisen vastuun avulla saadaan kannattavuutta, jolla voidaan vaikuttaa sosiaalisen ja ympäristövastuun ylläpitoon. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2020.)

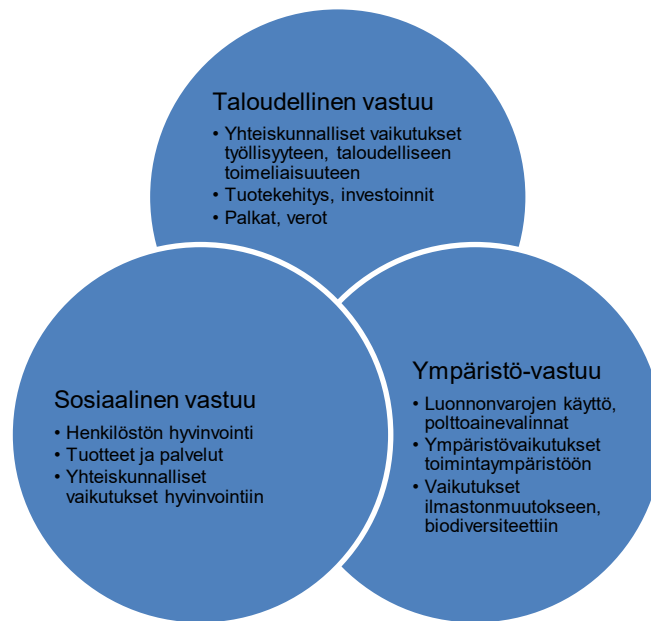
Vastuullinen yritys on vastuussa sitä ympäröivistä ihmisistä, yhteiskunnasta ja ympäristöstä. Tällöin yrityksen on automaattisesti valittava päätöstentekoon kestävämpiä ratkaisuja ja asiakasturvallisuutta parantavia päätöksiä menestyäkseen. Vastuullinen yritys huomioi päätöksenteossa ympärivät ihmiset, ympäristön ja yhteiskunnan. Yrityksen toiminnan raportoiminen auttaa visioimaan uusia tavoitteita ja suunnitelmia tulevaisuuden varalle. Tämän takia tavoitteiden onnistumisesta ja epäonnistumisesta on tärkeää viestiä. (EcoReal Oy 2020.)

Kansainvälisellä yrityksellä vastuullisuus joudutaan toteuttamaan monipuolisemmin kuin esimerkiksi Suomessa toimivan yrityksen vastuualueet, koska heidän toimintaansa liittyy kaksoisstandardisia ongelmia. Toimiiko yritys eettisten vähimmäisperiaatteiden mukaisesti kaikkialla maailmassa samalla tavalla, kun se omassa kotimaassa toimii. Yrityksen toimintaedellytyksiin vaikuttavat ihmisoikeustilanne, paikallinen poliittinen tilanne, infrastruktuurin olemassaolo sekä olemassa olevat konfliktit siitä, kuinka yritys todennäköisesti kohtaa omassa toiminnassaan konflikteja. Mitä suurempi yritys on, sitä enemmän vaikutuksia toimintaan liittyy, koska suurella yrityksellä on enemmän valtaa ja tästä syystä enemmän vastuuta. (Niskala, Pajunen & Tarna- Mani 2013, 28-29.)

Organisaatioiden tulee luonnollisesti huomioida lainsäädännön, standardien ja ohjeistuksien vaatimukset. On priorisoitava ja suunnattava omalle organisaatiolle rajalliset resurssit keskeisempiin yritysvastuukysymyksiin. (Niskala ym. 2013, 33.)

Corporate responsibility eli yritysvastuu, joka tarkoittaa yrityksen vapaaehtoisien toimien toteuttamista sidosryhmien odotusten perusteella. Suomessa tähän termiin on päädytty käyttämään käsitettä vastuullinen yritystoiminta. Yritysvastuuta tarkastellaan tutulla jaotellulla kuten ympäristöön, sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuuseen jaoteltuna. Välillä

käytännön toimenpiteitä on vaikea erottaa toisistaan koska ne ovat riippuvuussuhteessa keskenään. (Harmaala, Jallinoja 2012 & Verkkokirjahylly 2020.)



Kuva 1. Kolme kestävän kehityksen ulottuvuutta, jotka ovat riippuvuussuhteessa toisiinsa (Verkkokirjahylly 2020.)

Yrityksen vastuullisuus vaikuttaa taloudelliseen menestykseen ja yrityksen omaan kilpailukykyyn. Yritystaloudellisia seurauksia on vastuullisuudessa, kuten taloudellisten hyötyjen toteuttaminen tai sen pois jättäminen haittojen pelossa. Monet yritykset tietävät miten parantaa vastuullisuuttaan, mutta taloudelliset haitat, esim. kustannusten kasvu ja kilpailuvuon kärsiminen tuovat pelkoa sen toteuttamiseen monessa yrityksessä. Tästä seuraa monien yritysten vetoaminen siihen, että tiukemmat ympäristösäädökset haittaavat kilpailukykyään. (Joutsenvirta, Halme, Jalas & Mäkinen 2011, 31-32). Kuvassa yksi näkee yritys vastuun kolme kestävän kehityksen ulottuvuutta, jotka ovat toisiinsa riippuvaisia. Alaotsikoissa käydään tarkemmin läpi nämä kolme ulottuvuutta.

3.1 Sosiaalinen vastuu

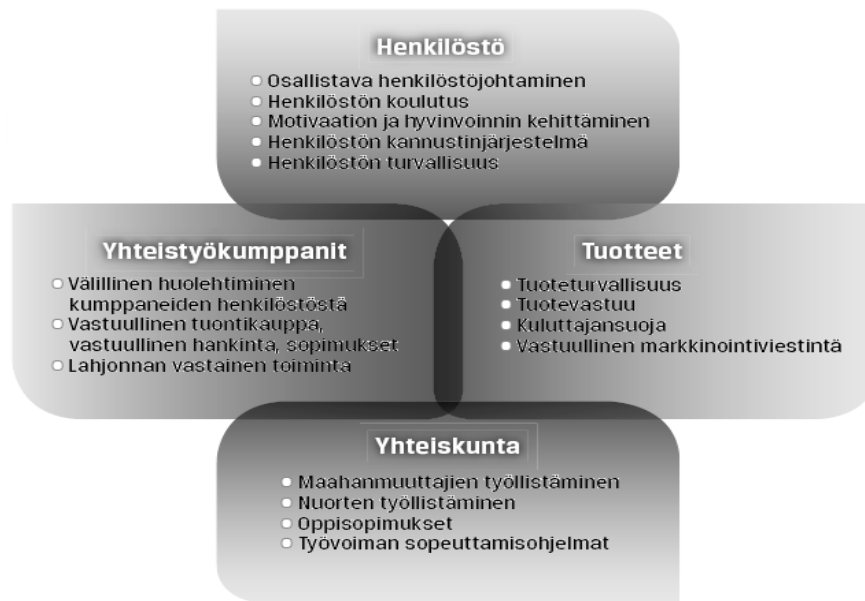
Sosiaalinen vastuullisuus kohdistuu ensisijaisesti yrityksen henkilöstöön. Sosiaaliseen vastuuseen kuuluu henkilöstön hyvinvoinnin edistäminen, heidän osaamisensa kehittäminen ja työehtosopimuksen noudattaminen. Sosiaaliseen vastuuseen kuuluu myös tuoteturvallisuus, asiakkaiden hyvinvointi, kuluttajasuojelu ja alihankkijaketjun työolojen

seuraaminen. Sosiaalinen vastuu on vähiten huomioitu osa-alue, joka jää monessa yrityksessä vähän sivuun. Sosiaalista vastuuta pohdittaessa tulee pitää mielessä se, että kaikilla yhteiskuntavastuun osa-alueilla on vaikutusta toisiinsa. Vaatteiden vähittäiskauppa on tärkeä alue, jolla yritysten sosiaalinen vastuun strategiat ovat tärkeä osa yrityksen liiketoimintamalleja.

Kansainvälisillä yrityksillä sosiaalinen vastuu voi sisältää erilaisia lainsäädännön velvoitteita eri maissa kuten Zarassa. Ihmis- ja työoikeudet, työhyvinvointi ja työturvallisuus on hyvinvointimaissa säädelty laissa. (Verkkokirjahylly 2020.)

Sosiaalinen vastuu tarkoittaa toimintaa, jossa yritykset ottavat vastuun vaikutuksistaan yhteiskuntaan ja tämä on iso prioriteetti asiakkaille. Noin 87% asiakkaista on halukas valitsemaan tuotemerkkejä, jotka puolustavat asioita, joista he välittävät ja ovat kiinnostuneempia siitä, miten yritykset ovat mukana sosiaalisen oikeudenmukaisuuden kysymyksissä paikallisesti ja ympäri maailmaa. (The Smile.IO 2020.)

Sosiaaliseen vastuuseen kuuluu ihmisoikeuksien noudattaminen ja panostaminen kaikkien sidosryhmien, kuten henkilöstön, yhteiskumppaneiden ja asiakkaiden, hyvinvointiin. Tällä tarkoitetaan kaikkia niitä vaikutuksia, joita yrityksen toiminnalla on eri yhteisöille ja ihmisryhmille. Nämä sidosryhmät ovat asiakkaat, paikalliset asukkaat, henkilöstö, kansainjärjestöt ja alihankkijat. Sosiaalinen vastuu näkyy hyvänä työhyvinvointina, johtamisena ja turvallisuutena yrityksessä. Panostaminen henkilökunnan viihtyvyyteen ja työolosuhteisiin näkyy laadukkaina palveluina ja tuotteina laajalle kansainväliselle asiakaskunnalle. (Optinova 2020 & Elinkeinoelämän Keskusliitto 2020.)



Kuva 2. Sosiaalinen vastuu kohdistuu henkilöstöön ja yhteistyökumppaneiden henkilöstöön. Kuluttajansuoja ja tuoteturvallisuus ovat sosiaalisen vastuun elementtejä (Verkkokirjahylly 2020.)

Sosiaalinen vastuu on yhteiskuntavastuun osa-alue, joka on vaikeimmin määriteltävä. Ylempässä kuvassa kaksi näkyy kaikki eri osa-alueet ja tähän osa-alueeseen kuuluvat erityisesti henkilöstöön, työelämään ja yhteiskuntaan liittyvät asiat, joita tässä aiheessa käsitellään. Näitä ovat tuoteturvallisuus, hyvät toimintatavat, henkilöstön hyvinvointi ja osaaminen. Euroopan komissio yhdistää sosiaalisen vastuun piiriin koulutukset, työterveyteen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät innovaatiot (Logistiikan Maailma 2020). Eri sidosryhmien vuorovaikutus kuuluu yritysvastuuseen, niiden toimintatapojen ja yhteistyön edistämiseen. Sosiaalinen vastuu näkyy koulutuspolitiikassa, henkilöstöpolitiikassa, laadunvalvonnassa, sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä, johtamis- ja ohjauskeinoissa yrityksessä, sekä sopimuspolitiikassa. (Verkkokirjahylly 2020.)

Keskeinen työkalu sosiaaliselle vastuulle on sidosryhmävuoropuhelu, jonka tavoitteena on hyödyntää sidosryhmien asiantuntemusta, selvittää eri yhteisöjen odotukset yrityksen toimintaa kohden, auttaa löytämään uusia ratkaisuja eri tahojen intressien ja näkökulmien parantamiseen, sekä tarjota oikeaa tietoa yritystoiminnan vaikutuksista ja vastuullisuustyöstä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2020.)

3.2 Ympäristövastuu

Ympäristövastuu on yrityksen ympäristövaikutusten tuntemista ja kaikkien niiden osa-alueiden hallintaa. Yrityksen ympäristövastuullisuudella tarkoitetaan sitä, että yritys pyrkii toimimaan ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Jokaisella yrityksellä on vastuu omista ympäristövaikutuksista. (Verkkokirjahylly, 2020.) Yrityksellä on oltava järjestelmällistä suunnittelua, ohjausta ja seurantaa, jotta se hallitsee ympäristöasiat ja onnistuu niissä. Organisaation on oltava tietoinen heidän toiminnastaan ja siitä, kuinka se vaikuttaa ympäristöön. Yritysten täytyy noudattaa ympäristöasioita huolellisesti ja pyrkiä estämään haitat ja vaarat. (Suomi.fi 2020.)

Ilmastonmuutoksen torjunta, ilman, vesien ja maaperän suojeleminen, kasvihuonepäästöjen vähentäminen, jätteiden vähentäminen, terveys- ja ympäristöriskien hallinta, sekä luonnonvarojen säästeliäs käyttö on ympäristövastuullista toimintaa. (Verkkokirjahylly 2020). Esimerkiksi logistiikka on hoidettava suunnitelmallisesti ja taloudellisesti ympäristövastuun näkökulmasta. Tätä näkökulmaa voidaan huomioida niin, että hankinnoissa panostetaan ekologista kestävyyttä ja elinkaariajattelua. Hankinnoissa tulee tarkastella tuotteen ja palvelun raaka-aineen, kulutuksen, valistuksen ja uusikäytön tai hävittämisen ympäristövaikutuksia ja näin kulutuksia vähentämällä voidaan säästää kustannuksia ja ympäristöä. (Logistiikan Maailma 2020.)



Kuva 3. Kuvassa Itellan ympäristöohjelman tavoitteena vähentää hiilidioksidipäästöjä (Verkkokirjahylly 2020.)

Itellan vastuullisuus perustuu kiinteistö, päästöt, kuljetukset ja tuotteiden ympäristöohjelman tavoitteista, joiden avulla pyrkivät vähentämään hiilidioksidipäästöjä. Tämän avulla pyrkivät parantamaan energiatehokkuuden päästöjä, jonka näkee ylemmässä kuvassa.

Ympäristövaikutukset kohdistuvat elinolosuhteisiin, ihmisten terveyteen ja luontoon. Ympäristöä kuormittaa raaka-aineet, kemikaalit, materiaalit ja energian käyttö sekä jätteet ja jätevedet. Ympäristöriskejä voi syntyä kaikissa yrityksen toiminnoissa ja niiden eri vaiheissa. Jätteet, kemikaalit ja melu voivat aiheuttaa niitä. Laatomalla huolellinen riskienhallintasuunnitelma pystytään estämään ympäristöriskejä. Energiatohokkaassa organisaatiossa tuotetaan tavaraa ja palvelua mahdollisimman pienellä energiankäytöllä. Organisaatioissa on kiinnitettävä huomiota valaistuksen, ilmastoinnin, lämmityksen ja muiden sähkölaitteiden energiankulutukseen sekä tuotesuunnitteluun. Energiatohokkaassa yrityksessä kiinnitetään huomiota siihen, että käytetään energiatohokkaita raaka-aineita ja tuotantotapoja. (Suomi.fi 2020.)

Energiatohokkuutta voidaan mitata erilaisilla tunnusluvuilla. Näitä ovat esimerkiksi sähkö, energian kulutus, laitekohtaiset sähkötehot, käyntiajat, lämpötilat, kosteus, paine, kaasu-, höyry-, neste-, ja massavirrat. Mittaus on hyvä keskittää eniten energiaa kuluttaviin laitteisiin, kuten jäähdytyslaitteistoihin sekä paineilma- ja sähkökeskuksiin. (Suomi.fi 2020)

Yritykset voivat ympäristöjärjestelmien avulla ohjata, suunnitella ja seurata kokonaisvaltaisesti ympäristöasioita. Ympäristöjärjestelmä on johtamistyökalu, minkä avulla voi rakentaa oman järjestelmän tiettyjen yksittäisten ympäristöasioiden parantamiseen. ISO 14001- standardin noudattaessa voi hakea sertifikaattia, tai ottaa käyttöön EMAS- järjestelmän, joka on valmis ympäristöjärjestelmä. ISO 14001- standardi on määritelmä ympäristöjärjestelmien vaatimuksia tavoitteellisesti ja kokonaisvaltaisesti. Auttaa parantamaan yrityksen tasoa ja osoittaa ympäristöasioiden hyvin hoitamista. Tämä on yksi maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmämalli. EMAS on vapaaehtoinen ympäristöjärjestelmä, joka perustuu EU- asetukseen ja on käytössä Euroopan talousalueella. Tässä sitoudutaan noudattamaan ympäristölainsäädäntöä ja parantamaan ympäristösuojelun tasoa sekä raportoimaan julkisesti ympäristöasioista. (Suomi.fi 2020.)

Ympäristöjärjestelmien avulla voi parantaa kilpailukykyä. Järjestelmät tuo yritykselle kustannussäästöjä, josta on suuri apu. Se tehostaa energian ja raaka-aineiden käyttöä ja vähentää jätemääriä sekä edistää ympäristövaikutusten huomioon ottamista eri toiminnoissa. Se tukee ympäristöviestintää, markkinointia ja brändiä sekä osoittaa

ympäristövastuullisuuden asiakkaille ja vahvistaa työntekijöiden ympäristötietoisuutta. (Suomi.fi 2020.)

Vastuullinen yritys on tietoinen yrityksen ympäristövaikutuksista ja tuntee lainsäädännön sekä noudattaa sitä. Pyrkii samalla kehittämään toimintaansa ja ottaa huomioon muutostarpeet. Ekotehokkuuden lisääminen, jätteet, kierrätys, energian käyttö, ilmaston- ja vesiensuojelu, tuotemerkinnät ja niiden pakkaukset ovat ympäristölainsäädännön keskeisiä alueita. (Verkkokirjahylly 2020.)

3.3 Taloudellinen vastuu

Edellytykset yritysvastuulle perustuvat yrityksen taloudelliseen suorituskyykyyn ja kilpailukykyyn. Yritystoiminta edellyttää sitä, että se tuottaa taloudellista hyvinvointia yhteiskunnalle sekä toimii vastuullisilla keinoilla globaalisti ja paikallisesti. Yritysvastuu sisältää sen, että yrityksen pitää olla pitkällä aikavälillä toimintakykyinen. Monet yritykset joutuvat tekemään päätöksiä siitä investoidaanko ympäristöä ja työntekijöiden työhyvinvointia parantaviin hankkeisiin tai pyritäänkö maksimaaliseen tulokseen. (Verkkokirjahylly 2020.)

Liiketoiminnan kannattavuus, kilpailukyky ja tehokkuuden huolehtiminen on taloudelliseen vastuuseen sisältyvät osa-alueet. Organisaation pystyy huolehtimaan sosiaalisesta ja ympäristövastuustaan vain, silloin kun taloudellinen suorituskyyky on hyvä. Tärkeintä on huomata nykyisten toimintamallien taloudelliset riskit tulevaisuudessa. Hyvin hoidettu riskienhallinta lisää taloudellista vakautta ja vähentää ikäviä seurauksia, myös auttaa arvioimaan mahdollisuuksia kehittymistä varten. (Logistiikan maailma 2020.)

Taloudellisen vastuun kantava yritys luo näkökulman tasapuolisesti taloudelliseen hyvinvointiin niissä ympäristöissä, joissa tämä toimii. Lainsäädäntö taloudelliseen vastuuseen liittyen vaihtelee maittain. Yritys voi vapaaehtoisesti taloudellisen vastuun avulla ottaa roolin, minkä sidosryhmät odottavat yrityksen ottavan toimintaympäristössään. Paikallisesti ja alueellisesti yrityksillä on erilainen painoarvo. Työllistäjien ja yhteisöveromaksajien vaikutus paikallisesti näissä on suuri. Yritysten tulee toimia läpinäkyvästi ja avoimesti yritysvastuun kehittämistä ja arviointia varten. Kuitenkin eri yrityksissä määritellään eri periaatteilla taloudellisen vastuun toimintatapoja, näitä voi olla esimerkiksi riskienhallinta, hallintoperiaatteet, luotto-, hinnoittelu- ja ostopolitiikka sekä sijoitussuunnitelma. (Verkkokirjahylly 2020.)

4 VASTUULLISUUS VAATETEOLLISUUDESSA

Zara-myymäloistä on tehty ekologisesti tehokkaita. Organisaatio kehittää erityisesti ympäristötehokkaita johtamismalleja myymälöilleen. Hallintamallissa esitetään toimenpiteitä, joita voidaan soveltaa kaikkiin prosesseihin itse myymälän suunnittelusta, lämmitysten tai jäähdytysjärjestelmien valaistuslaitteista huonekalujen koristeiden mahdolliseen kierrätykseen. Zara vähentää jätteiden syntymistä ja kannustaa kierrätykseen. (Fashion Gear 2020.)

Tällä hetkellä kuitenkin suurin osa vaateteollisuudesta pyörii kehitysmaiden, kuten Etio-pian ja Bangladeshin alueilla. Suurimmassa tekstiilintuottajamaasta Kiinasta alkoi tulla liian kallis tuotantomaa, mikä johti siihen, että monet suuret ketjut vaihtoivat tuotantonsa halvempiin tuotantomaihin. Suurimmat ympäristövaikutukset vaateteollisuudessa aiheuttavat vaatteiden värjäys, kemikaalit, puuvillan viljely ja kuljetuspäästöt ilmakehään. Köyhissä maissa ongelma on värjäysaineiden ja kemikaalien päätyminen suoraan luontoon eikä varaa puhdistaa teollisuuden likavesiä. (Ekompi Elämä 2016)

Vaatteista on nykyään tullut kertakäyttöhyödykkeitä, koska vaateteollisuus puskee uusia vaatteita paljon enemmän, nopeammin ja halvemmalla. Vuonna 2016 voimaan tuli kaatopaikka-asetus, joka kieltää tekstiilijätteiden päätymistä kaatopaikalle. Vaateteollisuuden on keskityttävä ekologisempiin materiaaliratkaisuihin, työntekijöiden työoloihin, lakien säädöksiin ja pienempiin hiilidioksidipäästöihin. Katja Saarekiven mukaan kuluttaja ei kuitenkaan ole vastuussa vaateteollisuudesta, mutta hän voi vaikuttaa siihen ottamalla vastuutta omista valinnoistaan. (Ekompi Elämä 2016)

Suurin osa työntekijöistä vaateteollisuudessa ei tunne työssään turvallisuutta. Työntekijät altistuvat rutiininomaisesti epäinhimillisesti korkeille lämpötiloille, haitallisille kemikaaleille ja fyysiselle väkivallalle. Ainostaan työskentely siinä rakennuksessa ei ole vaarallista vaan myös kaikki muut sen ympärillä olevat asiat. Clean clothes campaign on mukana ohjelmassa, joka auttaa estämään vammoja ja kuolemia työpaikalla. Vetoomuksissa esitetään korvauksia työntekijöille, jotka osallistuvat tapahtumiin, jotka olisi voitu estää. (Clean Clothes Campaign 2019.)

Tehtaissa työskentely on vaarallista sellaisissa paikoissa, joissa työturvallisuutta ei ole huomioitu lainkaan. Laiminlyönnit työturvallisuudessa voivat johtaa tehdaspaloihin, kuolemaan, tapaturmiin ja moniin muihin hengenvaarallisiin olosuhteisiin. Tästä syystä

vaateteollisuudessa on korostettava turvallisuusvalvontaa köyhissä maissa ja varmistettava työntekijöiden oikeudenmukainen kohtelu. Esimerkiksi Intiassa Delhissä vuonna 2019 yli 40 ihmistä kuoli tehdaspalossa.

Vaateteollisuudessa on lukemattomia sisäänrakennettuja ongelmia ympäri maailmaa. Maailmanlaajuisesti vaateteollisuudessa työskentelee kymmenet miljoonat ihmiset ja suurin osa heistä työskentelee pitkiä aikoja erittäin pienellä palkalla. Työntekijät eivät saa toistaiseksi voimassa olevaa sopimusta, vaan sopimukset ovat lyhytaikaisia. Monesti yli-työt ovat pakollisia useissa tehtaissa. Vaateteollisuus ulottuu ympäri maailman, ja kauppoissa myytävät vaatteet, kengät ja asusteet kulkevat myös ympäri maailman. Vaatteiden etiketissä voi lukea ”valmistettu Kiinassa”, mutta missä maan tuhansissa tehtaissa vaate on tehty ja millä ehdoilla työntekijät työskentelevät? (Clean Clothes Campaign 2016.). Tämä tarkoittaa sitä, että koskaan ei voida olla varmoja siitä, kuinka vastuullista toiminta vaateteollisuudessa on ja missä olosuhteissa työntekijät tekevät työtä.

Kahdeksankymmentä prosenttia arvioiduista 40 – 60 miljoonasta vaatetyöntekijöistä on naisia, eikä tämä ole sattumaa. Teollisuudessa, joka on tunnettu epäedullisista työolosuhteista, alhaisista palkoista, pakkotyön ylityöstä ja vaarallisista olosuhteista. Naisilla ei ole usein äitiyslomaa, lastenhoitoa ja turvallista työmatkaa. Sukupuolen perustuva väkivalta pahentaa näitä rakenteellisia rikkomuksia. (Clean Clothes Campaign 2016.)

Suomessa vaateyritykset tekevät tarpeeksi vastuullisuuden eteen ja pyrkivät lisäämään tietoisuutta vastuullisuuteen nähden. Läpinäkyvyyden ja vaatimustason tarve kasvaa, jolloin globaalialan tahdissa pysyminen tarvitsee kunnianhimoisempaa vastuullisuustyötä. Kuitenkin Suomessa ongelmana on se, että monet työskentelevät aktiivisesti vaateteollisuudessa vastuullisuusasioiden parissa, mutta raporteissa ei osata kertoa sitoumuksista ja tuloksista mitä on tehty vastuullisuuden eteen. Suuntana Suomen vaateteollisuudessa on se, miten se voisi parantaa vastuullisuuttaan ja läpinäkyvyyttään, koska vastuullisuustyö on prosessi, jossa ei voi olla valmis koskaan. (Anniina Nurmi, Vihreät Vaatteet 2008.)

Suomessa suurin osa tarjolla olevista vaatteista ja asusteista tulee Aasiasta. Tuotteiden valmistus raaka- aineesta valmiiksi tuotteiksi kestää kauan, koska Suomeen tulevat vaatteet ovat pitkien matkojen päästä tuotuja ja tämän takia sitä on todella vaikea seurata. Tuotteen valmistus tapahtuu usein niin, että raaka- aine tuotetaan yhdessä maassa, sitten kangas on toisessa maassa kudottua ja leikkaus sekä ompelu tapahtuu eri maissa. Suurin vaatteiden tuojamaa Suomeen ja muihin maihin on Kiina. Bangladesh,

Kambodzha ja Intia tuottavat myös suuren osan länteen menevistä vaatteista. (Puhtaatvaatteet.fi 2020.)

Vastuullisuudessa ei ole yhtä oikeaa lähestymistapaa, koska kyse on kuitenkin laajasta ja monimutkaisesta aiheesta. Kuluttajalla on valtaa vaateteollisuudessa ja tämä kantaa mukanaan vastuun. Kuluttajien vaateliikkeessä tekemillä valinnoilla on merkitystä. Vastuu siirtyy nykyään suuryrityksiltä jokaiselle kuluttajalle. Heidän vastuuseensa kuuluu kyseleminen tuotteesta ja niiden alkuperästä yrityksen henkilökunnalta.

Vaateteollisuus on kuitenkin yksi maailman suurimmista hiilisaasteista ja jätteiden tuottajista. Vuonna 2018 kolme viidestä 100 miljardista valmistetusta vaatekappaleesta päätyy kaatopaikalle vuoden sisällä. Puuvillan tuotannossa kuluu valtavia määriä vettä ja myrkylliset kemikaalit laskeutuvat ympäristöön. Joskus muotimerkit yrittävät kieltäytyä heidän vastuistaan piilottamalla tosiasian, että he ulkoistavat tuotantonsa. (Clean Clothes Campaign 2019.)

Vaateteollisuuden valmistusketjuissa on monia eri toimittajia ja tämä vaatii paljon vastuullisen toiminnan toteuttamista koko toimitusketjussa. Monet raaka-aineet valmistetaan eri paikoissa, kuten langan ja kankaan valmistus, viljely ja tuotanto, sekä vaatteiden ompelu voi myöskin tapahtua eri paikassa. Suomessa vastuullisuus on hyvin tärkeä tekstiili- ja muotialan yrityksille. Yritykset vapaaehtoisesti työskentelevät vastuullisemmin, jotta edistävät toimintatapojaan ja läpinäkyvyyttään. Hankintaa edistäviä eri työkaluja on yrityksillä käytettävissä. Näitä työkaluja ovat esimerkiksi monitoroinnit ja auditoinnit, minkä avulla pystytään tarkastelemaan sopimuskumppanin toiminnan tapaa, sekä hankinta- ja yhteistyösopimukseen liittyvät kriteerit ja toimintaperiaatteet. Ympäri maailmaa toimiville yrityksille on vastuullisen hankintojen edistämiseksi perustettu yhteistyöorganisaatio, jolla pyritään edistämään sosiaalista vastuuta. (Suomen Tekstiili & Muoti 2020.)

Yritysten täytyy nyt enemmän kuin koskaan parantaa tuotannon näkyvyyttä ja pyrkiä parantamaan toimitusketjuaan. Amfori BSCI on vuodesta 2003 mahdollistanut yrityksen kaupankäynnin tarkoituksella parantaa sosiaalista suorituskykyä toimitusketjussaan. Vahvassa käytännesäännössä on 11 periaatetta, jotka tukevat heidän jäseniään. Nämä kuitenkin vaihtelevat kohtuullisesti palkasta lapsityön puuttumiseen sekä vaiheittaisen lähestymistavan, jonka avulla yritykset voivat seurata, sitoutua, saada voimaa ja tukea kestävästä kaupan asettamiseksi liiketoimintansa ytimeen. (Amfori 2019.)

Sosiaalinen vuoropuhelu voi kuulostaa monelle korkealta käsitteeltä, mutta todellisuudessa se on prosessi, jossa työntekijät ja heidän edustajansa sekä johto keskustelevat

ja neuvottelevat työehdoista. Tämä käsite tulee keskipisteeseen, kun tarkastellaan keskimääräistä vaatetyöntekijää. Esimerkiksi Indonesiassa naispuolisia vaatetyöntekijöitä pyydetään tekemään ylityötä varmistaakseen, että brändin tilaukset ehditään valmistamaan ja toimittamaan ajoissa ja heillä ei ole varaa sanoa ei, eikä heille makseta ylityötunneista näistä ylimääräisistä tunteista. Johto on ilmoittanut, että työntekijät irtisanotaan, jos he eivät noudata sääntöjä. Monet haluavat puhua ja vaatia sen, että heille maksettaisiin lisätunneista palkkaa, mutta tietävät että jos näin tekee johto erottaa heidät työpaikasta. Tämä on suuri riski ottaa, koska perhettä täytyy elättää. (Fair Wear 2020.)

Jokaisella työntekijällä on oikeus saada kaksinkertainen palkka ylityötunneista ja kaikilla täytyy olla sosiaaliset perusoikeudet työpaikassa, jotta näitä tilanteita ei olisi. Ympäri maailmaa ammattiliitot ovat pystyneet parantamaan työoloja neuvottelemalla enimmäistyöajasta viikossa, suojelemalla naispuolisia työntekijöitä äitiysloman ja palkkatakuiden avulla, nostamalla vähittäispalkkaa, osa-aika työntekijöiden oikeuksien varmistaminen ja osallistuminen työterveyttä ja – turvallisuutta koskeviin säännöksiin. (Fair Wear 2020.)

Yksi suurista globaaleista päästöjen tuottajista on tekstiili- ja muotialan yritykset. Kaikki tuotteiden valmistus, materiaalin tuotanto, kuljetukset ja vaatehuolto eli pesu, kuivaus ja silitys on päästöä aiheuttavaa. Vaatteiden tuotanto on arvioitu kaksinkertaistuneen viimeisen 15 vuoden aikana, mutta kuitenkin yksittäisten tuotteiden käyttöikä on lyhentynyt 36%. Nykyään tuotteet kuluttavat runsaasti energiaa, vettä, kemikaaleja ja uusiutumattomia luonnonvaroja, jotka lisäävät päästöjen määrää. Vaateteollisuusala on kuitenkin murroksessa ja koko ajan uusia ekologisia materiaaleja kehitetään, sekä kierrätysmateriaalien käyttöä on entistä enemmän. Kuluttajien asenteissa on tapahtunut enemmän muutoksia tämän suhteen. (Suomen Tekstiili & Muoti 2020.)

Kuitujen tuotanto ja kulutus on kasvanut huomattavasti viime vuosikymmeninä. Polyesteri, joka kuuluu tekokuituihin, on eniten käytetty tekstiilikuitu globaalisti. Sen osuus on yli puolet globaalista kuitutuotannosta. Toiseksi eniten tuotettu kuitu on puuvilla. Puuvilla on luonnonkuituihin kuuluva, jonka osuus on noin neljännes kuitujen tuotannosta. Vaateteollisuuden yritykset Suomessa sekä globaalisti etsivät ympäristön kannalta kestävämpiä materiaalivaihtoehtoja jatkuvasti. Monet yritykset hyödyntävät merten muovirokasta kierrätettyä polyesteriä. (Suomen Tekstiili & Muoti 2020.)

Alkuvuoden aikana 2017 vaateteollisuus on kasvanut, mutta taloudellinen tilanne vaihtelee. Alan työehtosopimuksista on neuvottelut alkamassa ja taloudellisen tilanteen iso muutos yrityksissä korostaa tarvetta päätöksenteolle. Tekstiili- ja vaateala ei ole

samassa kasvun tahdissa kuin muu suomalainen teollisuus. Suomessa vienti vaatealalla on hiljentynyt ja huono kotimaan myynti pitää yrityksen kokonaistilannetta miinuksella. Tilanne tekstiilialalla näyttää hieman paremmalta. Yrityksen voimakas kansainvälinen kilpailu sekä pienyrityksien suuri määrä on tähän syynä. (Suomen tekstiili- ja muoti 2017.). Nykyhetkiselällä koronavirustilanteella on ollut suuri vaikutus taloudellisesti koko maailman vaateteollisuuteen.

Finatex ry on tekstiili- ja vaateteollisuus ala, joka tekee vastuullisuustyötä sekä kouluttaa yrityksiä vastuulliseen liiketoimintaan. Finatex on kehittänyt erilaisia työkaluja jäsenien käyttöön vastuullisuuden toteuttamiseksi. (Suomen tekstiili- ja muoti 2016.)

Kiinan vaateteollisuus on yksi maailman suurin vaatteiden tuontimaa ja toiseksi suurin tekstiili tuontimaa. Kiinassa tekstiilien ja vaatteiden tuonnin arvo oli 740 miljoonaa euroa vuonna 2017. Kiina on noussut maailman toiseksi suurimmaksi kansataloudeksi, sen massiivisen tekstiili- ja vaateteollisuus tuotannon takia. Siellä pystytään tuottamaan tuotteen kaikki vaiheet kuitujen tuotannosta tuotteiden valmistukseen. Kiinassa vaateteollisuus alalla on yli 37 000 yritystä, jotka työllistävät 23 miljoonaa henkilöä. Tekstiili- ja vaatealan haasteena Kiinalle on työvoiman, raaka-aineiden ja energian kustannusten kasvu, sekä työvoimakustannukset ovat kasvaneet nopeasti. Tämän takia länsimaiset yritykset ovat pohtineet tuotannon siirtämistä muuhun Aasian maahan. (Suomen Tekstiili& Muoti 2018.)

Korkea tuottavuus ja modernin tuotanto pitää kuitenkin Kiinan mielenkiintoisena vaateteollisuuden hankintamaana. Vastuullisuuskehitykset ovat Kiinassa alkuvaiheessa, mutta siihen liittyvät kysymykset ovat nousseet viime vuosina. Syynä tähän on suuret erot alueellisesti, joka vaikuttaa vastuullisuuden kehitykseen. (Suomen Tekstiili& Muoti 2018.). Kiinan jälkeen maailman toiseksi suurin vaateteollisuuden valmistusmaa on Bangladesh. Maan vaatetusala ei ainoastaan edistä kansallista tuloa, vaan on vaikuttanut merkittävästi ihmisten auttamiseen köyhyydestä. Työllistämällä lähes neljä miljoonaa työntekijää, joista 65% on naisia, on auttanut muuttamaan maan taloudellista ja sosiaalista maisemaa. (Ethical Trading Initiative 2013.)

Kuitenkin monissa Aasian maissa ja erityisesti kehitysmaissa vaateteollisuusaloilla on yleistä matala palkka, liiallinen ylityö, työntekijöitä kohdellaan huonosti ja työjoustavuutta ei ole. Tämän takia monissa teollisuusmaissa on vaikea olla vastuullinen, koska ei voida taata työntekijöiden perusoikeuksia. Tämän taustalla on kuitenkin työvoiman kyvyttömyys edustaa itseään, ilmaista tarpeitaan ja puolustaa oikeuksiaan.

Bangladeshin tavoitteena on jatkossa varmistaa, että vaatetyöntekijöillä on vahvempi ääni, mikä johtaa parempiin työoloihin. Työnantajien yrityksiä vahvistetaan parantamalla viestintää, motivoituneempaa ja vakaampaa työvoimaa sekä ammattitaitoisempia johtajia ja esimiehiä. (Ethical Trading Initiative 2013.)

Euroopassa vuonna 2012 vaateteollisuuden terveys- ja turvallisuustietoisuus lisääntyi merkittävästi, erityisesti työntekijöiden oikeudet. Yhdistymisvapauden ja työehtosopimusneuvottelujen kysymykset tarvitsevat kiireellistä huomiota. Tanskassa ja Norjassa toteutetaan ETI- ohjelmaa, jolla parannetaan työntekijöiden ja johdon välistä vuoropuhelua ja lisätään työntekijöiden kykyä vastata heidän tarpeisiinsa. Tämä kyseinen ohjelma perustuu sosiaalisen vuoropuhelun käsitteeseen, jossa työntekijät ja johtajat tuodaan yhteen keskustelemaan asioista ja pääsemään yhdessä sovittuihin ratkaisuihin. Vaatetyöryhmän jäseniä tässä ohjelmassa on seuraavat organisaatiot:

- Bestseller
- C&A
- Dimensions
- IC Group (DIEH)
- Inditex
- M&S
- Mayoral Moda Infantil
- New Look
- Next
- Primark
- Tesco
- Varner (IEH) (Ethical Trading Initiative 2013.)

5 ZARAN SITOUMUKSET YMPÄRISTÖLLE

Paineena planeetan rajallisille luonnonvaroille ja ilmastomuutoksen haaste vaativat kaikilta pikaista ja yhdenmukaista toimintaa. On tehtävä laaja-alaisia toimenpiteitä suojelemaan biologista monimuotoisuutta, vähentämään veden, energian ja muiden resurssien kulutuksia, välttämään jätteitä ja torjumaan ilmastonmuutosta. (Inditex 2020.)

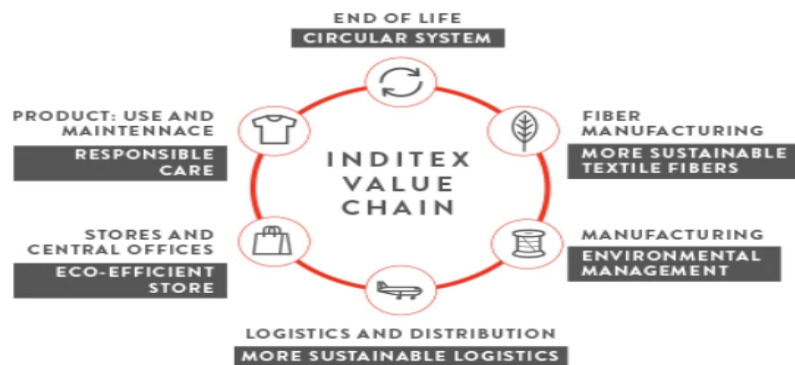
Jatkuva innovaatiohaku antaa mahdollisuuden taata vesivarojen kestävä käyttö. Vesi on planeetan arvokkain voimavara, mutta pitääkseen maailmaa terveenä myös veden on oltava puhdasta ja runsasta. Raikasta vettä on kuitenkin hyvin vähän. Yhdistyneiden kansakuntien elintarvike- ja maatalousjärjestön mukaan vain 0,003 % koko maailman vedestä on juomista, hygieniää, maataloutta ja teollisuutta varten. Paine syntyy monesta suunnasta, kuten huono vesihuolto maataloudessa ja teollisuudessa, mikä myötävaikuttaa järvien ja jokien vaurioitumista ja pilaantumista sekä ekosysteemien ja yhteisöjen vaurioittaminen. Noin kymmenesosalla maailman väestöstä puuttuu puhtaan veden saatavuus, mutta WWF ennustaa, että vuoteen 2025 mennessä kaksi kolmasosaa voi kohdata pulaa. (Inditex 2020.)

Inditex tunnustaa, että tekstiiliteollisuus asettaa valtavia vaatimuksia vesivaroille. Toimitusketjussa vettä käytetään puuvillan ja muiden kuitujen tuottamiseen sekä märkäprosesseihin vaatteiden valmistuksessa, kuten painatus, pesu ja parkitus. Organisaatio on sitoutunut vähentämään vaikutuksiaan kaikilla näillä alueilla ja työskentelemään tiiviissä yhteistyössä useiden kumppanien kanssa voittoa tavoittelemattomista organisaatioista ja yliopistoista hallitukseen tämän tavoitteen saavuttamiseksi. (Inditex 2020.)

Jatkuva innovaatiohaku mahdollistaa heidän olla parempi ja tehokkaampi ja samalla vähentää myös ympäristövaikutuksia. Siihen sisältyy veden kestävä ja vastuullinen käyttö sekä meri- ja makean veden elinympäristöjen suojele. Tavoitteena oli vuoteen 2020 mennessä tuotteiden valmistuksessa nolla vaarallisten kemikaalien päästöjä. Tämä sitoumus menee huomattavasti nykyisen kansainvälisen lainsäädännön ulkopuolelle ja vaatii tiivistä yhteistyötä toimittajien, muiden kansainvälisten vähittäiskaupan tuotemerkkien (ZDHC- aloitteiden kautta), kemianteollisuuden, tutkijoiden, tiedemiesten, akateemikkojen, julkishallinnon ja voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden kanssa. Muutokset tapahtuvat vain parantamalla toimitusketjua jatkuvasti. (Inditex 2020.)

Toimittajien ja heidän tehtaiden on noudettava kemikaalien hallintaa koskevia vähittäisvaatimuksia, jotta voivat aloittaa liikesuhteen heidän kanssaan. Organisaatio varmistaa jatkuvan vaatimustenmukaisuuden tarkastuksen, korjaavat toimintasuunnitelmat ja valmiuksien kehittämisen. Pyrkivät tukemaan toimittajien kestävien käytäntöjen käyttöönottoa määrittämissä prosesseissa, jotka kuluttavat suuria määriä vettä, auttamalla heitä soveltamaan parhaita käytettävissä olevia tekniikoita. Tämä liittyy raaka-aineiden ja kemiallisten tuotteiden valintaan, tekniikan parannukseen, jäte- ja energiahallinnan parannukseen sekä näiden jätevesien puhdistusjärjestelmien parantamiseen. (Inditex 2020.)

Kansainvälisestä työryhmästä, joka koostuu yliopistotutkijoista, johtavista laboratorioista, teollisuuden asiantuntijoista ja tutkijoista muodostuu kansalaisjärjestö, joka auttaa heitä kehittämään näitä tekniikoita ja analysoimaan toimittajien jätevedet. Vuonna 2016 Greenpeace myönsi heille korkeimman Avant- Garde arvostelun, mikä vahvisti, että he ovat saavuttaneet kaikki heidän testauskriteerinsä. (Inditex 2020.)



Kuva 4. Tuotteiden koko elinkaari (Inditex 2020).

Kuva 4 mukaan näkee miten organisaatio varmistaa, että kaikki heidän tuotteensa ovat kestäviä kaikissa elinkaarensa vaiheissa. Pyrkivät parhaansa mukaan luomaan turvallisia tuotteita, jotka asiakkaiden käyttöön tarjoaa jatkuvaan ammatilliseen kasvuun sitoutunut tiimi, joka ei koskaan menetä yritystoimintaansa. (Inditex 2020.)

ECO-myymälät käyttävät vähintään 20% vähemmän sähköä ja 40% vähemmän vettä kuin perinteiset kaupat. Eco-tehokkuus on ensisijainen näkökohta suunnitellessaan uusia myymälöitä. He päivittävät ja kunnostavat nopeasti nykyisiä myymälöitä näiden tehokkuustavoitteiden ja 2020 tavoitteiden saavuttamiseksi. Organisaatio pitää tärkeänä kierrätetyt tai uudelleenkäytetyt materiaalit, paikallisesti tuotettujen materiaalien ja vähä

energiaa kuluttavien materiaalien käyttöä. Jopa myymälän sijainti on tärkeä, ja sitä kuinka myymälä toimii vuorovaikutuksessa ympäristöön. (Inditex 2020.)

5.1 Kierrätys ja uudelleen käyttö

Asiakkaat ja työntekijät voivat pudottaa heidän käytettyjä vaatteitaan, jalkineitaan ja asusteitaan monissa Zara myymälöissä olevaan keräyslaatikkoon. Paras tapa vähentää jätteiden määrää on käyttää esineitä uudelleen ja kierrättää sen sijaan, että heittää niitä pois. He pyrkivät hyödyntämään mitä tahansa vaatteen osaa, jotta voivat kierrättää sen. Haluavat tehdä asiakkailleen mahdollisimman helpon uudelleenkäytön ja kierrätyksen. (Inditex 2020.)

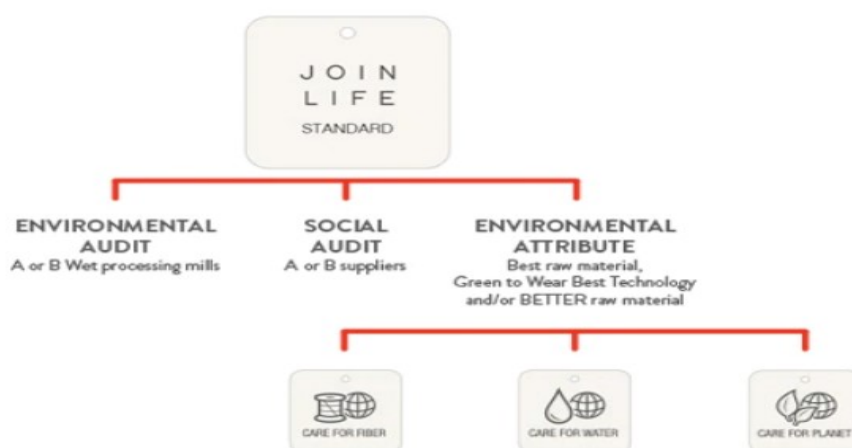
Kerätyt esineet lahjoitetaan voittoa tavoittelemattomille kumppaneille, mukaan lukien Caritas, Punainen Risti, Oxfam ja CEPF, ja lajitellaan korjaamista, jälleenmyyntiä tai kierrätystä varten. Caritasin tapauksessa tämä tarjoaa työpaikkoja sosiaalisen syrjäytymisen vaarassa oleville ihmisille. Zaralla on ilmainen kotivaatteiden keräyspalvelu useassa eri myymälöissään. (Inditex 2020.)

Zara on sisällyttänyt kaappoihin uusia 100% kierrätetystä ja uudelleen käytettävästä paperista valmistettuja laukkuja, joilla on FSC-kestävyyssertifikaatti. Uudet pussit vähentävät musteen käyttöä yli 70% ja säästävät yli 30% vedenkulutuksesta tuotannon aikana. Vuonna 2020 kaikki muovipussit on poistuneet kaikista myymälöistä. (Inditex 2020.)

5.2 Kestävät materiaalit

Kestävät materiaalit ovat osa merkittäviä kansainvälisiä aloitteita kestävien raaka-aineiden ja kuitujen edistämiseksi, auttamalla lisäämään niiden laaja-alaista käyttöä teollisuudessa. Muodin tekemiseen organisaatio tarvitsee raaka-aineita, kuten puuvillaa, viskooisia ja polyesteriä. Materiaalien hankinta, niiden lähtökohta ja niiden käsittely, vaikuttaa yhteisöihin ja ympäristöön. Siksi he tukevat keskeisiä kansainvälisiä aloitteita kestävien raaka-aineiden ja kuitujen edistämiseksi. (Inditex 2020.)

Organisaatio tarjoaa erityistä materiaalikoulutusta monille ostajaryhmille ja avaintoimittajille, lisäämään heidän tietoisuutta valintojensa ympäristöllisistä, sosiaalisista ja taloudellisista vaikutuksista ja kannustavat kestävämpien materiaalien käyttöön. (Inditex 2020.)



Kuva 5. Ympäristömerkki Join Life -tuotteissa (Inditex 2020).

Join Life on Zaran turvallisim ja kestävin tuotekokoelma. Se on ympäristömerkin standardi, jolle on ominaista erinomaisten ympäristöominaisuuksien etsiminen. Kaikki Join Life tuotteet valmistetaan kestävästä raaka-aineista ja parhaalla tekniikalla valmistusprosessissa. Ympäristöominaisuuksia näissä ovat raaka-aineet tai valmistustekniikka, jotka tarjoavat tuotteille ympäristöystävällisyyden ominaisuuksia. Kuvassa viisi näkyy eri Join Life ympäristömerkit, joka on hintalappuun kiinnitetty kaikkiin niihin tuotteisiin, jotka ovat Eco ystävällisiä. Join Life-kokoelma luokittelee kolme eri luokan ympäristöominaisuutta, jotka ovat:

- Care for Fiber eli kuidunhoitotuotteet, jotka sisältävät kestäväää raaka-ainetta
- Care for Water eli vedenhoito, valmistettu tekniikalla, joka vähentää veden kulu- tusta valmistusprosessissa.
- Care for Planet eli planeetan hoito, tuotteet valmistettu uusiutuvasta energialäh- teestä valmistusprosessissa tai nahka, joka on parkittu parkituslaitoksissa. (Indi- tex 2020.)

Join Life ympäristöominaisuuksien minimivaatimukset ovat kuidunhoito, vedenhoito ja planeetan hoito. Puuvilla on heidän tärkein raaka-aineensa. Inditex on sitoutunut siirty- mään kestävämpään puuvillatuotantoon, kuten orgaaninen, kierrätetty ja ”parempi” puu- villa. Puuvillasta tulee olemaan 100% kestäväää (luonnonmukaisia, BCI:tä ja kierrätettyä) vuonna 2025. (Inditex 2020.)

Luomupuuvilla viljellään ilman lannoitteita tai kemiallisia torjunta-aineita, ja sen siemeniä ei muuteta geneettisesti. Luomupuuvillan viljely kuluttaa 90% vähemmän vettä ja 60%

vähemmän energiaa kuin normaali puuvilla, myös vähentää perinteisen puuvillantuotannon ympäristö-, sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia. Zara on jo maailman neljänneksi suurin luomupuuvillan kuluttaja. Kierrätetty puuvillaa käyttää noin 80% vähemmän vettä kuin perinteinen sato ja sillä on huomattavasti pienempi hiilijalanjälki. Sitä voi myös yhdistää onnistuneesti muihin kuituihin. (Inditex 2020.)

Organisaatio on yhteistyössä Better Cotton Initiative- järjestön kanssa, joka on voittoa tavoittelematon järjestö, joka kokoaa yhteen kaikki sidosryhmät varmistaakseen, että puuvillan tuotanto parantaa viljelijöiden elinolosuhteita ja ympäristöä. Parempi puuvilla kasvatetaan aloitteen vaatimusten mukaisesti. Organic Cotton Accelerator- aloitteen perustajajäsenenä Zara kannustaa vauraan orgaanisen puuvilla-alan kehittämiseen, josta hyötyvät kaikki viljelijöistä kuluttajille. (Inditex 2020.)

Rauhoittamalla useita Kiinan ja Intian maataloushankkeita Zara edistää ekologisia tekniikoita. Luonnonmukaiseen viljelyyn sopivat siemenkannan kehittäminen, luonnonvarojen kestävä hoito ja torjunta-aineiden sekä lannoitteiden vastuullinen käyttö. Yhteistyökumppani Lenzing, joka on TENCEL Lyocell- valmistaja muuttaa puuvillajätettä korkealaatuisiksi kestäväksi kuduksi. Refibra Lyocell on kierrätetystä puuvillasta ja kestävästi hoidetuista metsistä peräisin olevasta puusta valmistettu kuitu, jota Zara myy Join Life-kokoelmassaan. (Inditex 2020.)

5.2.1 Muut puupohjaiset kuidut

Lyocell, viskoosi ja modaalinen kuitu kuuluvat kuitujen ryhmään, joka on valmistettu puusta peräisin olevasta selluloosamassasta. Vuodesta 2017 lähtien mikään näistä heidän tuotteistaan käytetyistä kuduista ei ole peräisin ensisijaisesta tai korkeasta suojelun arvoisesta metsästä. Tämän saavuttamiseksi heillä on tiukka metsätalouspolitiikka, ja he ovat auttaneet aloitteen löytämiseen voittoa tavoittelemattoman organisaation Canopy ja muiden jälleenmyyjien kanssa metsien suojelemiseksi sekä kestävämpien vaihtoehtojen löytämiseksi tekstiiliteollisuudelle. Yrityksen tavoitteena on, että vuonna 2023 viskoosi on 100% kestävästä muuttuvien markkinoiden kanssa yhteisen tavoitteen mukaisesti, sekä 100% vaatteissa käytettävästä pellavasta tulee olla kestävästä vuonna 2025. (Inditex 2020.)

Textile Exchange- yritys edistää kierrätettyä polyesteriä ja nailonia ensisijaisina kuituina. Näiden raaka-aineiden kierrätysprosessi vähentää luonnonvarojen, kuten energian, öljyn

ja veden kulutusta ja vähentää merkittävästi jätteiden sijoittamista kaatopaikalle. 100% vaatteissa käytetystä polyesteristä kierrätetään vuonna 2025. (Inditex 2020.)

5.2.2 Eläinten hyvinvointi

Organisaation sitoumukset ympäristövastuussa sisältävät eettisiä ja vastuullisia standardeja eläimiin liittyvien tuotteiden käytössä. Eläintuotteiden on oltava peräisin eläimistä, joita on kohdeltu eettisesti ja vastuullisesti eläinten hyvinvointia koskevan kansainvälisesti hyväksytyyn viiden vapauden perusteella. Teurastettujen eläinten eläintuotteiden on oltava peräisin tiloilla kasvatetuista lajeista lihan saamiseksi. (Inditex 2020.)

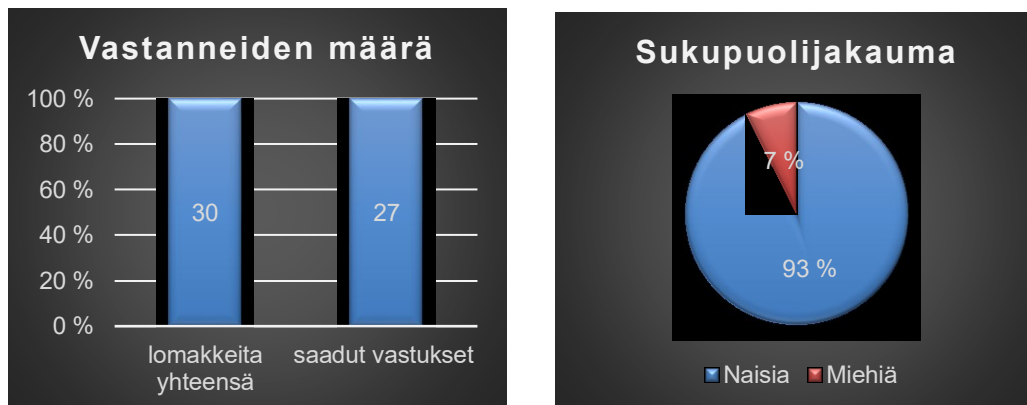
Organisaatiossa ei käytetä tuotteita, jotka ovat peräisin eläimistä ja jotka on teurastettu yksinomaan heidän ihonsa, kuoren, sarven, luun, höyhenen tai untuvan vuoksi. Eikä myöskään myydä kosmeettisia valmisteita, jotka on testattu eläimillä missään tuotantovaiheessa tai jotka sisältävät eläinperäisiä ainesosia. (Inditex 2020.)

6 KYSELY VASTUULLISUUDESTA

Tässä luvussa käydään työntekijöiden vastauksia läpi ja lopuksi esitellään kehitysidea vastuullisen koulutuksen liittyen. Tutkimuksen kohteena oli työntekijöiden näkökulma Zaran vastuullisuudesta. Kyselylomakkeen tavoitteena oli selvittää miten työntekijät kokevat työpaikan vastuullisuuden toteutumisen ja ovatko asiakkaat kiinnostuneita yrityksen vastuullisuudesta, sekä mahdollisesti saada parannusta tähän.

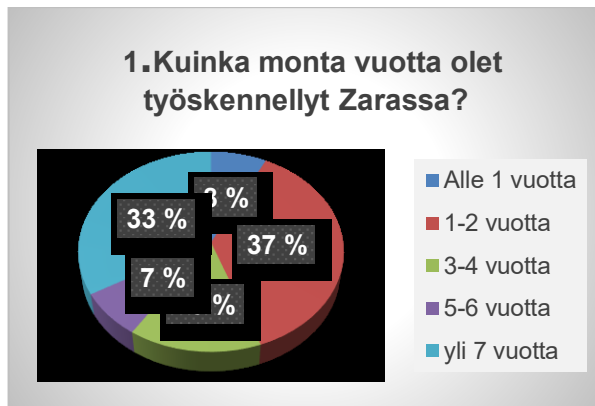
Tarkoituksena oli myös laajentaa työntekijöiden käsitystä vastuullisuuteen. Monivalintakysely suoritettiin keväällä 2020 ja siinä pyrittiin mahdollisimman suureen vastaajaprocenttiin, joten työntekijöiltä kyseltiin, onko kyselylomake täytetty ja palautettu. Kysely toteutettiin paperiversiona, koska koin tämän olevan helpointa ja nopeinta työntekijöiden kannalta. Jokaisesta kysymyksestä on tehty Excel-kaaviot, joissa näkyy eri vastauksien määrät prosentteina.

Kyselylomakkeita oli 30 kappaletta, ja ne sisälsivät 13 monivalintakysymystä. Kahteen viimeiseen kysymykseen vastattiin omin sanoin, mitä vastuullisuus merkitsee heille, sekä mitkä ovat heidän odotuksensa yritykseltä. Suurin osa työntekijöistä vastasi kyselylomakkeeseen ja vain kolmella jäi se vastaamatta. Myymälässä on enemmän naistyöntekijöitä, joten heidän vastauksien määrä oli suurempi.



Kuvio 1. Vastanneiden määrä ja sukupuolijakauma.

Ensimmäinen kysymys: Kuinka monta vuotta olet työskennellyt Zarassa?



Kuvio 2. Työskentely Zarassa.

Kuviosta näkee, että myymälässä on sekä uusia että vanhempia työntekijöitä, jotka ovat olleet töissä siitä asti, kun Turussa Zara ensimmäistä kertaa avattiin. Kuitenkin suurin osa vastanneista on pari vuotta ollut Zaralla töissä. Tämä vaikuttaa paljon siihen, miten paljon jokainen tietää ja mitä mieltä on yrityksen vastuullisuudesta, koska on paljon eri aikaa aloittaneita työntekijöitä, ja siinä välissä on paljon kehitystä tapahtunut yrityksessä.

Toinen kysymys: Kuinka tietoinen olet yrityksen vastuullisuudesta?



Kuvio 3. Tietoisuus tuotteen vastuullisuudesta.

Tässä kysymyksessä tuli ilmi, että jokainen työntekijä kokee yrityksen vastuullisuuden hieman eri tavalla. Suurin osa on kuitenkin aika paljon tietoinen yrityksen vastuullisuudesta, vaikka siihen ei paljon saa koulutusta. Työntekijät itse panostavat omaan

tietoisuuteen ja heillä on halu tietää aiheesta enemmän, joten he ovat aktiivisia ja seuraavat hyvin mitä yrityksessä tapahtuu. Kyselevät jatkuvasti asioista, joista he eivät ole tietoisia.

Kysymys 3. Saatko työpaikallasi tarpeeksi vastuullisuuteen liittyvää koulutusta?



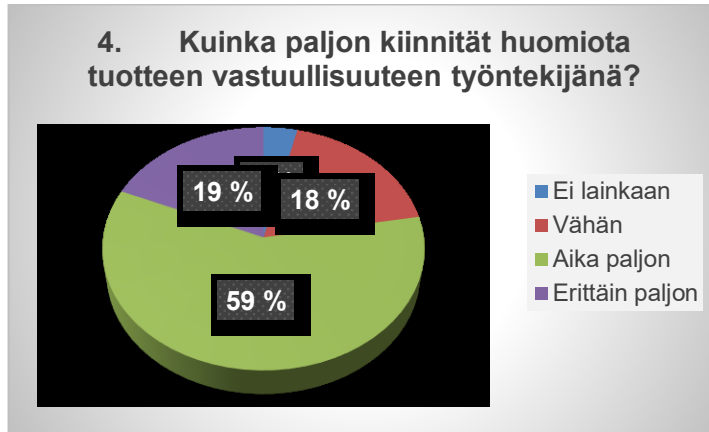
Kuvio 4. Vastuullisuuden koulutus.

Vastaukset ovat erilaiset mutta suurin osa kokee, että vastuullisuuden koulutusta on todella vähän. Työntekijät saavat perehdytystä työhön silloin kun he aloittavat työnsä Zarassa. Silloin suullisesti käydään läpi työkuva ja näytetään kaikki eri työtehtävät ja niiden merkitykset. Jälkikoulutusta ei ole tämän jälkeen, vaan jää omaksi tehtäväksi selvittää niitä jatkossa. Tämä ei ole järkevää, koska monet työntekijät eivät jaksakaan mennä näiden asioiden perässä ja selvittää niitä.

Töissä on monta pientuntista työntekijää, jotka ovat kerran viikossa neljä tuntia töissä, ja heille jää monet asiat monesti epäselväksi, koska tiedon välitys yrityksessä on todella huono. Tämän takia he eivät ole tietoisia siitä, mitä yrityksen toiminnassa tapahtuu ja mitä uusia toimintoja on tullut. Koulutus on hyödyllistä kaikille varsinkin silloin kun organisaatio on muutostilanteissa. Se parantaa työntekijöiden kehitystä ja taitoa mikä johtaa yrityksen toiminnan kehitykseen ja parantaa yrityksen imagoa. Työntekijöiden koulutus auttaa ymmärtämään mitä sosiaalinen vastuu ja ympäristövastuu tarkoittaa yrityksessä.

Joka vuosi työpaikalla on kehityskeskustelu managereiden kanssa jokaisella työntekijällä ja silloin he katsovat työosaamisen tason, mutta koulutuksia ei kuitenkaan ole tarpeeksi tullut. Joko ne unohtuvat tai siihen ei vaan ole aikaa töissä. Tästä syystä olisi hyvä, että kerran vuodessa järjestettäisiin koulutuspäivä kaikille työntekijöille ja siellä käytäisiin kaikki tärkeämmät asiat läpi ja tarkemmin käytäisiin vastuullisuus läpi.

Kysymys 4: Kuinka paljon kiinnität huomiota tuotteen vastuullisuuteen työntekijänä?

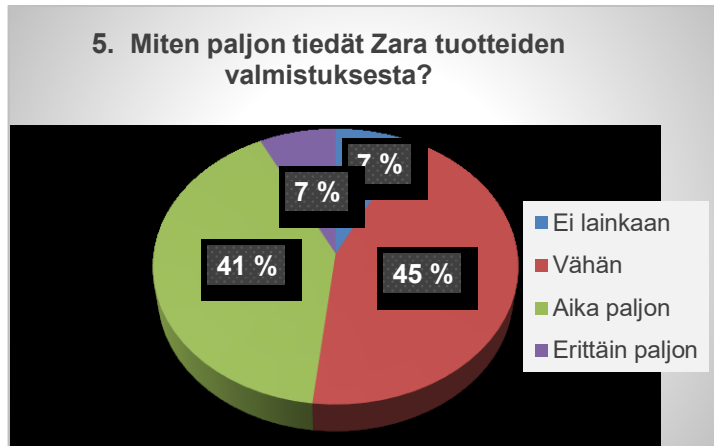


Kuvio 5. Tuotteen vastuullisuuden huomioiminen.

Työntekijöille on tärkeää tietää mistä tuote on tullut ja miten se tehdään. Monesti keskustellaan töissä siitä, kuinka paljon yrityksen tuotteissa pyritään parantamaan vaatteiden raaka-aineita niitä tehtäessä ja miten he ovat kääntyneet vastuullisen tuotteen puoleen. Organisaation tavoitteena on varmistaa, että kaikki tuotteet ovat kestäviä kaikissa elinkaarensa vaiheissa ja pyrkivät luomaan mahdollisimman turvallisia tuotteita.

18 prosenttia vastasi kysymykseen ”vähän” ja 4 prosenttia vastasi ”ei lainkaan” eli kuusi vastanneista ei välitä tuotteen vastuullisuudesta ja vastanneiden joukossa oli neljä manageria. Olisi mielenkiintoista tietää onko joku managerista vastannut johonkin näistä mutta se jää pohdittavaksi.

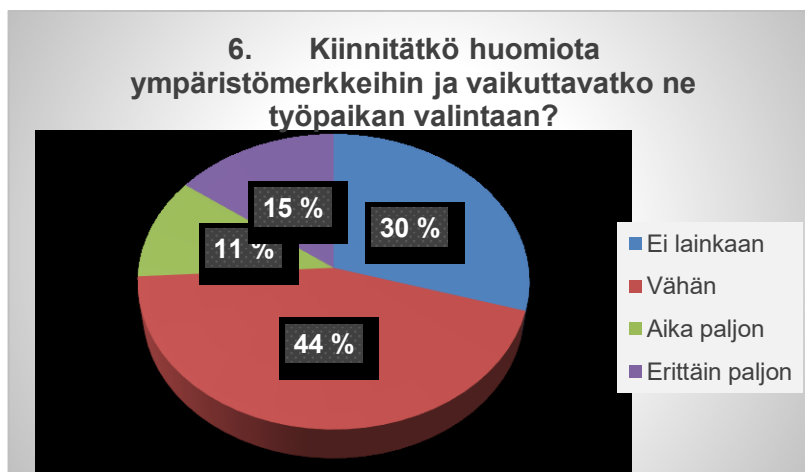
Kysymys 5: Miten paljon tiedät Zara tuotteiden valmistuksesta? (esim. valmistusmaa, työolosuhteet vaatteiden valmistusvaiheessa jne.)



Kuvio 6. Tietoisuus tuotteen valmistuksesta.

Tuotteen valmistuksesta ja sen tietoisuudesta tiedetään vähän eikä tähän liittyen työpaikalla paljon tietoa saa. Se vaatii sen, että jokainen työntekijä itse menee selvittämään nämä Inditex sivulta. Kuitenkin vapaa-ajalla kukaan työntekijä ei halua käyttää omaa vapaa-aikaa työasioihin, joten toiveena olisi, että työpaikka informoisi asiasta.

Kysymys 6. Kiinnitätkö huomiota ympäristömerkkeihin ja vaikuttavatko ne työpaikan valintaan?



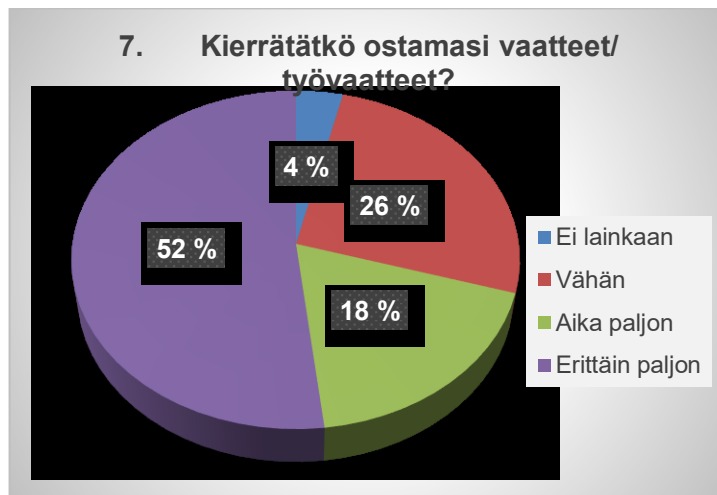
Kuvio 7. Ympäristömerkkien huomiointi ja sen vaikutus työpaikan valintaan.

Ympäristömerkit kertovat tuotteen ympäristövastuusta ja nämä auttavat työntekijöitä ja kuluttajia tekemään päätöksiä, jotka ovat ympäristötietoisempia. Melkein puolet kiinnittävät huomiota ympäristömerkkeihin vain vähän, eikä sillä ole vaikutusta työpaikan valitsemiseen. Nykyään vaikka kuinka vastuullinen haluaisi olla, niin kuitenkin suurin osa on työn eikä vastuullisuuden perässä. Työn tarve on kova, eikä moni siitä syystä halua

luopua työpaikastaan taloudellisen tilanteen kannalta. Tämä tilanne tekee monelle sen vaikeaksi, että joutuu pakosta välillä unohtamaan vastuullisuusalueet.

Ympäristömerkkejä on opetettu koulussa, mutta ne ovat yleensä olleet yleisimmät merkit mihin on kiinnitetty huomiota enemmän. Tämä riippuu siitä missä ja mitä on opiskellut. Suomessa kuitenkin niitä tulee hyvin esille ja jokainen tietää kuitenkin jonkun ympäristömerkin. Zaran työhön perehdytyksessä ei kerrottu ympäristömerkeistä mitään. Tämä voi johtua siitä, ettei sitä hirveästi tarvita, mutta kuitenkin on erittäin tärkeää tietää vaatteissa esiintyvät ympäristömerkit, jotta osaa kertoa asiakkaille mitä ne tarkoittavat ja mihin ne viittaavat.

Kysymys 7: Kierrätätkö ostamasi vaatteet/ työvaatteet?



Kuvio 8. Vaatteiden kierrätys.

Vaatteiden kierrättäminen on ekotekoa ja se luo hyvän mielen jokaiselle työntekijälle. Moni työntekijöistä kierrättää omia vaatteita ja työvaatteita, jotka he saavat työpaikasta. Monet ovat vaatelahjoittajia ja vievät ne hyväntekeväisyysjärjestöjen keräyspisteille esimerkiksi hyväntekeväisyysorganisaatio UFF:lle. UFF hyödyntää nämä vaatteet uudelleenmyyntiin, poltettavaksi energiantuotantoon sekä kierrättää teollisuusmateriaaliksi.

Vaatteiden kierrätys on työntekijöille nyt paljon helpompaa, koska työpaikalle on tuotu Zaran oma keräyslaatikko johon asiakkaatkin voivat viedä tavaroitaan.

Kysymys 8: Oletko työntekijänä tietoinen yrityksen vaatteissa olevien ympäristömerkkien tarkoituksesta ja pystytkö kertomaan merkkien merkityksestä asiakkaille?

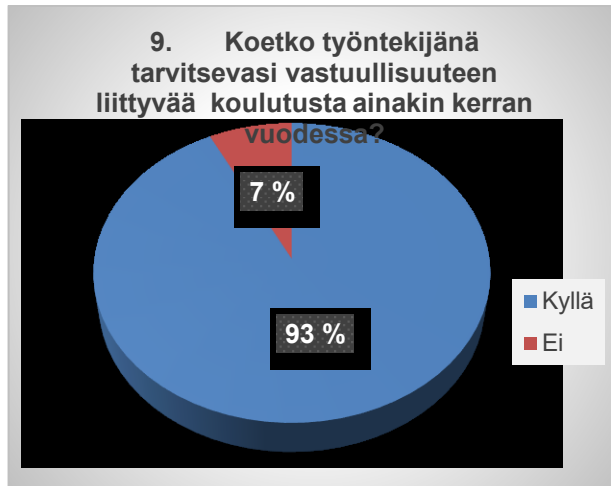


Kuvio 9. Tietoisuus vaatteiden ympäristömerkeistä.

Zaran työntekijöillä on suuri tietoisuus vaatteissa olevista ympäristömerkeistä. Monesti tulee uusia informaatioita uusista Join Life- malliston vaatteista ja joku managereista silloin tulostaa ne tiedot ja pistää sen hissivälikköön, mutta usein käy niin että niitä ei ehdi lukea, koska on paljon muuta tärkeämpää työtä mitä pitää saada tehtyä. Se vie työaikaakaan eikä omia taukoja halua käyttää työasioiden parissa.

Pesulapun avulla voi tarkastaa vaatteiden materiaalit ja sen hoito-ohjeen. Tällä tavalla myyjä pystyy kertomaan asiakkaalle helposti, onko vaate esimerkiksi puuvillaa ja kuinka monta prosenttia se sisältää muita luonnonkuituja. Suurimmalle osalle on kertynyt monen vuoden työkokemus ja tuntemus eri vaattemateriaalista, joten heidän on helppo kertoa ympäristömerkeistä asiakkailleen ja suositella yrityksen vastuullisimpia tuotteita, eli niitä vaatteita, jotka kestävät enemmän ja ovat ekologisempia.

Kysymys 9: Koetko työntekijänä tarvitsevasi vastuullisuuteen liittyvää koulutusta ainakin kerran vuodessa?



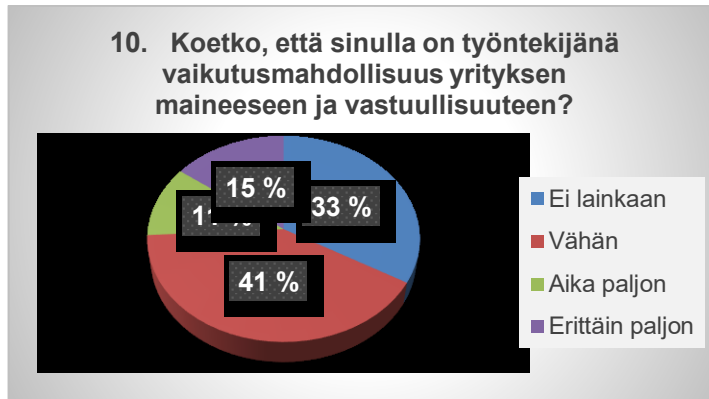
Kuvio 10. Vastuullisuuden koulutuksen tarve työpaikassa.

Tähän kysymykseen vastattiin kyllä tai ei kysymyksellä ja suurimmalta osalta tuli ”kyllä” vastaus. Vastuullisuuden koulutusta kaivataan työpaikalla erittäin paljon ja siitä on keskusteltu työntekijöiden kanssa, että edes kerran vuodessa olisi järkevää olla jonkinlainen koulutus, jotta varmasti kaikki ovat tietoisia vastuullisuudesta. Erityisesti uudet työntekijät tarvitsevat sitä, koska heiltä jää saamatta paljon tärkeää informaatiota.

Lähiaikoina työntekijöiden vaihtuvuus on ollut erittäin suurta. Tästä on seurannut vaikeuksia työnteon kannalta. Esimerkiksi jotkut uudet työntekijät eivät ole saaneet kunnon kassakoulutusta ja kiireisinä päivinä tämä tuottaa vaikeuksia myös muille. Tämä ei kuitenkaan ole heidän syytensä, mutta tähän olisi hyvä tehdä jonkinlainen muutos, että jatkossa ei toistuisi samoja tapauksia. Kuitenkin jokainen työhönsä sitoutunut henkilö kantaa vastuuta omasta osaamisestaan ja ottaa selvää asioista, jotka ovat hänelle epäselviä.

Suurin osa kokee tarvitsevansa koulutusta yrityksen kaikkiin vastuullisiin osa-alueisiin. Jokaiselle työntekijälle on annettava opetusta ja ohjeistusta jatkuvasti, jotta kaikkien osaaminen ja pätevyys työhön on samalla tasolla. Kyseessä voi kuitenkin olla lisäkustannuksiin liittyviä ongelmia ja yritys ei välttämättä halua tätä keinoa kulujen lisäämisen ja ajan vuoksi, mutta jokaiseen asiaan on jonkinlainen ratkaisu ja yrityksen olisi hyvä miettiä tätä kehitysmahdollisuutta työntekijöilleen.

Kysymys 10: Koetko, että sinulla on työntekijänä vaikutusmahdollisuus yrityksen maineeseen ja vastuullisuuteen?

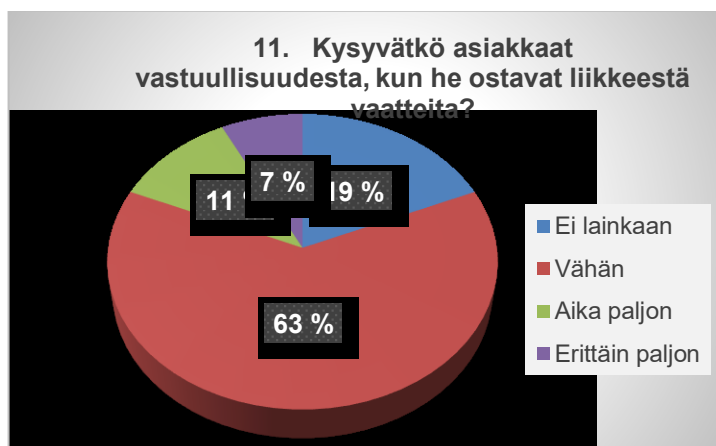


Kuvio 11. Vaikutusmahdollisuus yrityksen maineeseen ja vastuullisuuteen.

Yrityksen maineeseen ja vastuullisuuteen ei välttämättä pysty paljon vaikuttamaan, ja tätä mieltä oli myös suurin osa työntekijöistä. Kaikki se imago minkä organisaatio tuo esille ja tavoitteet mitä he edustavat sekä vastuualueet vaikuttavat tähän. Työntekijöiden tehtäväksi jää niiden noudattaminen työnteossa. Toki se riippuu, siitä millainen yritys on kyseessä.

Monelle asiakkaalle on tärkeää se, millaisen asiakaspalvelun he saavat ja kuinka tietoisia työntekijät ovat yrityksen tuotteista. Jos työntekijät eivät osaa kertoa tuotteista ja antavat huonoa asiakaspalvelua, niin kyllä se jonkun verran yrityksen maineeseen vaikuttaa. Huonon asiakaspalvelun saanut asiakas ei varmasti haluaisi uudestaan tulla liikkeeseen. Tämä kuitenkin pätee enemmän pienyrityksiin, mutta ihan hyvin voi vaikuttaa suuriinkin organisaatioihin.

Kysymys 11: Kysyvätkö asiakkaat vastuullisuudesta, kun he ostavat liikkeestä vaatteita?



Kuvio 12. Vastuullisuuden kysymykset asiakkailta.

Asiakkaiden tietoisuus vastuullisuudesta on lähiaikoina kasvanut. Kuitenkaan ei vielä olla siinä pisteessä, että kaikkia asiakkaita kiinnostaisi tämä aihe. Nuorten keskuudessa tämä jää kokonaan miettimättä ja he ostavat halpaa tavaraa mitä kaupasta löytyy. Pitää huomioida se, että monella ei ole varaa maksaa paljon vaatteista ja tämän takia he ostavat halvempaa tuotetta, vaikka se ei olisikaan vastuullisesti käsitelty vaate. Monet asiakkaat taas eivät uskalla kysyä tuotteen alkuperästä eikä sen valmistuksesta, koska ajattelevat etteivät myyjät tykkää vastata näihin kysymyksiin ja tulisi väärinkäsityksiä näistä aiheista.

Aikuisten keskuudessa varsinkin keski-ikäiset asiakkaat ottavat huomioon tämän. He ei kuitenkaan aina kysy siitä, koska yrityksen tuotteet ovat tuttuja heille ja he tietävät mitä hakea. Kuitenkin puhutaan Zarasta, joka on erikoistunut nopeaan muotiin ympäri maailmaa ja tuotteiden hinta on sopiva kaikille. Tämä houkuttaa monia ihmisiä sinne ostokselle, koska uusia trendikkäitä vaatteita tulee nopeasti sopivalla hintatasolla ja tätä suurin osa asiakkaista haluavat. Monet eivät halua jättää ostamatta tuotetta vain sen takia, että sitä ei ole vastuullisesti käsitelty. Eivätkä he halua maksaa yksistä farkuista esimerkiksi 70 euroa vaan ostavat mieluummin saman tapaiset farkut paljon halvemmalla hinnalla.

Zara on kehittynyt toimintansa vuosien mittaan paljon vastuullisemmaksi. Join Life-koelmaan se panostaa enemmän ja pyrkii lisäämään ekomyymälöitä enemmän tulevaisuudessa, sekä kierrättää kaikkia mahdollisia tuotteitaan.

Kysymys 12, Mitä vastuullisuus merkitsee sinulle ja miten se vaikuttaa valintoihisi? ja kysymys 13, Millaiset odotukset sinulla on työpaikan vastuullisuudesta ja miten vastuullisuus näkyy työpaikassasi? olivat avoimia kysymyksiä, joihin jokainen vastasi kirjoittamalla omia mielipiteitään.

Monelta tuli kysymykseen 12 vastauksena, että kaivataan luomuvaatteiden kierrätyspaikkoja lisää, koska niiden käyttö on lisääntynyt. Työntekijät pyrkivät ostamaan vaatteita, joita todella tarvitsee ja käyttää pitkän ajan. Mahdollisuuksien mukaan he pyrkivät suosimaan paikallista tuotantoa, mutta monesti hinta ja tuotteen miellyttävyys usein ajaa ohi. Valintoihin ei osalle vastuullisuus vaikuta rahan takia, mutta vastuullisuuden asiat ovat tulleet tärkeämmäksi Zarassa, jonka takia he ovat alkaneet kiinnittää huomiota eettisyyteen ja vastuullisuuteen.

Kuitenkin osan mielestä vastuullisuuteen töissä ei voi vaikuttaa, mutta vapaa-ajalla omilla valinnoilla on paljon merkitystä. Vastuullisuus merkitsee energian ja luonnonvarojen säästämistä, kierrättämistä, ihmisoikeudet, työntekijät saavat tuotteiden

valmistuksesta kohtuullisen korvauksen, työolot ja työtavat ovat turvallisia, sekä valmistusmateriaalien on oltava ekologisia. Vastuullisuus on monelle työntekijälle tärkeää ja heidän mielestään vastuullisuutta pitäisi miettiä materiaalien hankinnassa ja työntekijöiden työoloissa.

Tiedon lisääntyessä vastuullisuus kasvaa, sekä vaikuttaa työntekijöiden että asiakkaiden valintoihin. Kyse on kuitenkin tulevaisuudesta ja pienetkin ympäristöteot vaikuttavat siihen, kuinka tulevaisuutemme tulee muokkautumaan.

Kysymyksessä¹³ useat olivat sitä mieltä, että vastuullisuus näkyy Zara liikkeessä. Myymälästä löytyy kierrätyslaatikko, Join Life- kokoelman tuotteita on entistä enemmän ja monet tuotteet on tehty kierrätysmateriaalista, esimerkiksi henkarit.

Kuitenkin osa taas odottaa näin suuren ketjun vastuullisuuden olevan enemmän esillä ja olevan suunnannäyttäjänä muille organisaatioille. InditeXiltä odotetaan läpinäkyvämpää toimintaa esimerkiksi vaatteiden valmistuksesta ja tehtaiden työoloista. Monet työntekijät toivovat vastuullisuuden olevan selkeämpää ja läpinäkyvämpää työpaikalla, mutta kuitenkin ollaan sitä mieltä, että Join Life – tuotteiden ja vaatteiden kierrätyspisteen ansiosta ollaan askel edellä. Vastuullisuuteen liittyviin asioihin on viime vuosina kiinnitetty huomiota ja asioiden eteen tehdään töitä. INET- apin kautta saa paljon tietoa yrityksen vastuullisuudesta, mutta työntekijät eivät jaksaa käyttää omaa aikaa siihen ja toivoisivat työpaikalla koulutusta niiden asioiden suhteen.

Monella taas ei ollut mitään odotusta tämän suhteen, koska kyseessä on pikamuotiketju, jolta ei voi odottaa paljon vastuullisuuteen liittyen. Vastuullisuus kärsii, koska uutta tavaraa on koko ajan tarjolla ja tuotteita tulee kahdesti viikossa.

7 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tarkastella Zaran vastuullista toimintaa ja selvittää mitä mieltä työntekijät ovat vastuullisen totutuksesta Turun myymälässä. Opinnäytetyössä tarkasteltiin myös ympäristövastuullisuutta ja vastuullisuuden koulutusta.

Työ antoi kattavan kuvan siitä, kuinka työntekijät kokevat vastuullisuuden koulutuksen olevan tärkeää ja miten se vaikuttaa heidän osaamiseensa. Vastuullisuuden osalta on kuitenkin vaikea kaikkien työntekijöiden tehdä vaikutusta yritykseen.

Kyselylomakkeen tuloksia tarkasteltaessa ei tullut suuria yllätyksiä. Esimerkiksi se, että suurin osa kokee tarvitsevansa lisää koulutusta yrityksen vastuullisuudesta. Vastuullisuustrendi on nousussa ja uskon asiakkaiden kiinnostuksen kasvavan tulevaisuudessa näistä asioista mitä opinnäytetyössäni käytiin läpi. Ihmisten tietoisuus ja mielenkiinto eettistä toimintaa kohtaan on kasvussa ja tämän takia yrityksiin tulee panostaa työntekijöiden tietoisuuteen vastuullisuuden nähdessä. Henkilökohtaisesti itse koen vastuullisuusasioiden olevan yrityksen ja Inditex organisaation vastuulla, siksi olisi tärkeää kehittää vastuullisuuskoulutusta työntekijöille. Jotta jokainen työntekijä osaa sujuvasti kertoa kaikista yrityksen vaatteista ja vastuullisuustoiminnasta hyvin.

Toimiessaan vastuullisesti yrityksen tulee ottaa huomioon sosiaalinen-, taloudellinen- ja ympäristövastuu. Erilaisilla työntekijän koulutuksilla yritys pystyy edistämään yritys vastuullista toimintaansa. Työntekijöiden osaaminen ja sen ylläpitäminen heidän työolojen parantamiseen ovat sosiaalista vastuuta. Kun työntekijät pystyvät kehittämään osaamistaan ja pysyvät terveisinä pystytään vaikuttamaan kustannustehokkaaseen toimintaan yrityksessä. Ympäristövastuullisuudella pyritään pitämään huolta ympäristöstä, jotta yritys pystyy ylläpitämään toimintaa tuhoamatta ympäristöä.

Monet ovat nykyään kiinnostuneita tuotteen alkuperästä sekä sen tuotteen vaikutuksista yhteiskuntaan, minkä itse ostaa. Vaatteissa oleva pesulappu, jossa on kerrottu yksityiskohtaisesti valmistusmateriaalista ja alkuperästä helpottaa työntekijän ja asiakkaan tietoisuutta. Organisaatio on kuitenkin tietoinen siitä miten vastuullinen maine auttaa kannattavaan toimintaan ja edistymään tulevaisuutta varten. Organisaatio tarjoaa materiaalikoulutusta monille ostajaryhmille ja avaintoimittajille, ja lisää heidän tietoisuutta valintojensa ympäristöllisistä, sosiaalisista ja taloudellisista vaikutuksista. Minkä takia tämän

koulutuksen pitäisi koskea myös kaikkia työntekijöitä ympäri maailmaa heidän tietoisuuden lisäämisen vuoksi.

Opinnäytetyön tuloksena oli selvittää vaateyritys Zaran työntekijöiden näkökulman vastuullisuuden tärkeyden ja sen toteuttamisen kannalta. Vastuksia tähän haettiin monivaihtokyselyllä. Kyselylomakkeen vastanneista kolme oli managereita ja yksi myymäläpäällikkö. Suurella osalla työntekijöitä oli muutaman vuoden työkokemus alalta, ja työkokemuksen ansiosta he ovat kehittyneet ja keränneet tietoa yrityksen vastuullisuudesta. Suurin osa työntekijöistä totesivat kuitenkin, että Zarassa voisi vastuullisuuden eteen tehdä enemmän töitä. Vastuullisuuden toteuttamista vaatetusalan yrityksessä voisi tutkia syvällisemmin ja perehdyttää tarkemmin työntekijöitä.

Työn toteuttamiseen oli suunniteltu aikataulu, mutta siinä pysyminen tuli hankalaksi, koska mitään varsinaista deadlinea ei ollut. Suunnitelmaan ja tiedon hankkimiseen kului hieman liikaa aikaa, suoraan työn aloittaminen olisi ollut parempi ratkaisu. Olen kuitenkin tyytyväinen siihen, millaisen työn sain tehtyä. Ajan löytäminen opinnäytön tekemiseen ei ollut helppoa, kun kävin samalla töissä. Opinnäytön kirjoittaminen oli minulle opintojen alusta asti stressiä aiheuttava asia ja työtä tehtäessä huomasin, että tekstien tuottaminen aiheutti hieman hankaluuksia minulle ja myös kaikkien haastavinta oli aiheiden rajaaminen. Tähän johtui varmasti se, että niin moni asia vaateyrityksen vastuullisuudessa oli kiinnostavaa.

Opinnäytetyöprosessin aikana koin kehittyneeni ammattilaiseksi, koska tämä on pitkä projekti, jonka olen ensimmäistä kertaa alusta loppuun lähes itsenäisesti toteuttanut. Opin paljon vastuullisuudesta ja sen osa-alueista vaateyrityksen ja vaateteollisuuden, sekä yritysvastuun osalta. Opin hyödyntämään erilaisia lähteitä ja löytämään luotettavaa tietoa internetistä, jotka on kehittänyt minun projektinhallintataitoani.

LÄHTEET

Amfori 2019. Viitattu 28.8.2020

<https://www.amfori.org/content/amfori-bsci>

Smile.io 2020. Viitattu 20.6.2020

<https://blog.smile.io/10-examples-social-responsibility-as-customer-retention-tool/>

Clean Clothes 2019. Unsafe Workplaces. Viitattu 13.4.2020

<https://cleanclothes.org/unsafe-workplaces>

Clean Clothes 2019. Fashion's Problems. Viitattu 13.4.2020

<https://cleanclothes.org/fashions-problems>

Ethical Trading Initiative 2013. The Bangladesh garment sector. Viitattu 28.8.2020

<https://www.ethicaltrade.org/programmes/garments-bangladesh>

Elinkeinoelämän Keskusliitto 2020. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. Viitattu 17.3.2020

<https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>

Eco Real 2017. Mitä vastuullinen liiketoiminta käytännössä tarkoittaa. Viitattu 15.3.2020

<https://www.ecoreal.fi/blog/blogi-mita-vastuullinen-liiketoiminta-kaytannossa-tarkoittaa/>

Ekompi Elämä 2017. Vaateteollisuus ja (epä)ekologiset vaatteet. Viitattu 8.3.2020

<http://ekompielama.fi/kierrattaminen/vaateteollisuus-epaekologiset-vaatteet>

Fair Wear 2020. Empowering workers start with social dialogue. Viitattu 28.8.2020

<https://www.fairwear.org/programmes/dialogue>

Fashion Gear 2020. Brand story. Viitattu 3.4.2020

<http://fashiongear.fibre2fashion.com/brand-story/zara/commitments.asp>

Inditex 2020. Our brand. Viitattu 13.3.2020

<https://www.inditex.com/en/about-us/our-brands/>

Inditex 2020. Join Life Labelling. Viitattu 23.4.2020

<https://www.wateractionplan.com/join-life>

Inditex 2020. Employees. Viitattu 13.3.2020

<https://www.inditex.com/en/our-commitment-to-people/our-employees>

Inditex 2020. Protection of human rights. Viitattu 14.3.2020

<https://www.inditex.com/en/how-we-do-business/right-to-wear/human-rights>

Inditex 2020. Sustainable Materials. Viitattu 14.3.2020

<https://www.inditex.com/en/our-commitment-to-the-environment/closing-the-loop/sustainable-materials>

Inditex 2020. Water. Viitattu 14.3.2020

<https://www.inditex.com/our-commitment-to-the-environment/water>

Inditex 2020. Commitment to the environment. Viitattu 19.3.2020

<https://www.inditex.com/en/our-commitment-to-the-environment>

Taloussanommat 2020. Zara finland oy. Viitattu 26.3.2020

<https://www.is.fi/yrittys/zara-finland-oy/helsinki/1544441-3/>

Logistiikan Maailma 2020. Vastuullinen Liiketoiminta. Viitattu 3.5.2020

<http://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikka/vastuullinen-logistiikka/taloudellinen-ymparisto-ja-so-siaalinen-vastuu/>

Optinova 2020. Yrityksen sosiaalinen vastuu. Viitattu 10.5.2020

<http://optinova.fi/optinova-ja-yrityksen-sosiaalinen-vastuu/>

Puhtaat Vaatteet 2020. Vaateteollisuudesta. Viitattu 29.8.2020

<https://www.puhtaatvaatteet.fi/vaateteollisuudesta/>

Suomen Tekstiili& Muoti 2018. Uusi raportti kertoo Kiinasta tekstiilialan hankintamaana. Viitattu 28.8.2020

<https://www.stjm.fi/uutiset/uusi-raportti-kertoo-kiinasta-tekstiilialan-hankintamaana/>

Suomen Tekstiili& Muoti 2020. Sosiaalinen vastuu. Viitattu 28.8.2020

<https://www.stjm.fi/toiminta-alueemme/vastuullisuus/sosiaalinen-vastuu-2/>

Suomen Tekstiili& Muoti 2020. Ympäristövastuu. Viitattu 28.8.2020

<https://www.stjm.fi/toiminta-alueemme/vastuullisuus/ymparistovastuu/>

Suomi.fi 2020. Ympäristövastuullinen yritys. Viitattu 17.5.2020

<https://www.suomi.fi/yritykselle/vastuut-ja-velvollisuudet/ymparistovastuu/opas/yrityksen-ymparistovastuu/ymparistovastuullinen-yritys>

Suomi.fi 2020. Energiatehokkuus. Viitattu 18.5.2020

<https://www.suomi.fi/yritykselle/vastuut-ja-velvollisuudet/ymparistovastuu/opas/yrityksen-ymparistovastuu/energiatehokkuus>

Työturvallisuuskeskus ry 2020. Työkäyttäytyminen Viitattu 4.6.2020

https://ttk.fi/tyoturvallisuus_ja_tyosuojelu/tyoturvallisuuden_perusteet/tyoyhteiso/tyoyhteisotaidot/tyokayttaytyminen

Vihreät Vaatteet 2018. Suomen vaateteollisuus tarvitsee kunnianhimoisempaa vastuullisuustyötä. Viitattu 16.5.2020

<http://vihreatvaatteet.com/suomen-vaateteollisuus-tarvitsee-kunnianhimoisempaa-vastuullisuustyota/>

Maria Joutsenvirta, Minna Halme, Mikko Jalas ja Jukka Mäkinen, 2011. Vastuullinen Liiketoiminta- kansainvälisessä maailmassa. Helsinki

Luettu: 1.6.2020

Mikael Niskala, Tomi Pajunen, Kaisa Tarna- Mani, 2013. Yritysvastuu. Helsinki

Luettu: 14.6.2020

Minna- Maari Harmaala, Niina Jallinoja. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. 2012. Helsinki

Luettu. 20.6.2020

