



Satu Savaspuro

Matkalla vastuullisuuteen

Case: Basic-Fashion Oy

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Vaatetusalan tutkinto-ohjelma (YAMK)

Vestonomi (ylempi YAMK)

Opinnäytetyö

25.03.2021

Tekijä	Satu Savaspuro
Otsikko	Matkalla vastuullisuuteen, Case: Basic-Fashion Oy
Sivumäärä	43 sivua + 2 liitettä
Aika	25.03.2021
Tutkinto	Vestonomi (ylempi AMK)
Tutkinto-ohjelma	Vaatetusalan tutkinto-ohjelma (YAMK)
Ohjaajat	Yliopettaja Raija Hölttä, Metropolia Tuotejohtaja Johanna Vaissi, Basic-Fashion Oy
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli hankkia tutkimustietoa tekstiiliteollisuuden vastuullisuudesta, jotta sitä voitaisiin hyödyntää Basic-Fashionin vastuullisuussuunnitelmassa. Basic-Fashion on suomalainen vaatetusalan tukkuliike, joka suunnittelee lasten, naisten ja miesten vaatteita sekä kodintekstiilejä. Vastuullisuutta käsitellään sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun näkökulmista.</p> <p>Sosiaalisen vastuun- osiossa tarkastellaan kriittisesti eri sosiaalisen vastuun ohjelmia ja standardeja. Ympäristöteemaan pureudutaan tekemällä yhteistyöyritykselle hiilijalanjäljen laskenta.</p> <p>Edellä mainittujen asioiden selvittämiseksi teoriaosuus koostui erilaisten sosiaalisen vastuun ohjelmien, ympäristöystävällisten materiaalien, vastuullisen hankinnan sekä hiilijalanjäljen laskentavaiheiden selvittelystä. Kysely tehtiin kolmelle Suomessa toimivalle vähittäiskaupalle, joille Basic-Fashion toimittaa vaatteita ja tekstiileitä. Kyselyn avulla haluttiin selvittää, minkälaisia toimenpiteitä kyseiset yritykset odottavat Basic-Fashionilta nyt ja lähitulevaisuudessa ja myös sitä, minkälaisia odotuksia kuluttajilla on tuotteiden vastuullisuudesta. Benchmarkingiin valikoitui sellaisia yrityksiä, joilla on pidemmälle viety vastuullisuusohjelma ja joiden tuotevalikoima vastaa Basic-Fashionin omaa valikoimaa.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimuskysymys on: miten Basic-Fashionin tulee kehittää vastuullisuuttaan seuraavan kolmen-, viiden- ja kahdeksan vuoden aikana? Mikä on yrityksen hiilijalanjälki? Tutkimus on luonteeltaan case-tutkimus ja tutkimusotteeltaan kvalitatiivinen.</p> <p>Aineiston ja kyselyiden perusteella tehtiin yritykselle suunnitelma kolmen, viiden ja kahdeksan vuoden päähän. Suunnitelman mukaan yrityksen kaksi eniten käyttämää materiaalia, puuvilla ja polyesteri, korvataan asteittain ympäristöystävällisemmällä vaihtoehdolla. Puuvilla korvataan sertifioidulla luomupuuvillalla ja samalla sille etsitään kokonaan korvaavaa luontoystävällisempää materiaalia uusista bio- ja selluloosapohjaisista materiaaleista. Polyesteri korvataan sertifioidulla kierrätetyllä polyesterillä. Lisäksi vastuullisuusviestintää parannetaan niin sisäisesti kuin ulkoisesti, vaihdetaan yrityksen käyttämät pahvit FCS-sertifioituihin pahveihin sekä pienennetään yrityksen hiilijalanjälkeä asteittain. Yrityksen hiilijalanjäljeksi saatiin 191,1 t CO₂ekv. Laskelmissa otettiin huomioon yrityksen sähkönkulutus, jätteet, liikematkustaminen sekä tuotteiden osittainen kuljetus.</p>	
Avainsanat	sosiaalinen vastuu, ympäristöystävällisyys, hiilijalanjälki, kierrätys, eettisyys

Author	Satu Savaspuro
Title	On the Road to Responsibility, Case: Basic-Fashion Oy
Number of Pages	43 pages + 2 appendices
Date	25.03.2021
Degree	Master of Culture and Arts
Degree Programme	Degree Programme in Fashion and Clothing
Instructors	Raija Hölttä, Principal Lecturer, Metropolia Johanna Vaissi, Product Manager, Basic-Fashion Oy
<p>The purpose of this study was to obtain research data on the responsibility of the textile industry, which makes up important sections to Basic-Fashion's responsibility plan. Basic-Fashion is a Finnish clothing wholesaler that designs children's, women's and men's clothing as well as home textiles. Responsibility is addressed from the perspective of social and environmental responsibility.</p> <p>The social responsibility section critically examines different social responsibility programs and standards. The thesis also calculates the carbon footprint of a partner company.</p> <p>In order to clarify the above-mentioned issues, the theoretical part consisted of the study of various social responsibility programs, environmentally friendly materials, responsible sourcing and carbon footprint calculation steps. The survey was conducted at three retail stores operating in Finland, to which Basic-Fashion supplies clothing and textiles. The purpose of the survey was to find out what kind of measures these companies expect from Basic-Fashion now and in the near future, and also what kind of expectations consumers have about product responsibility. Companies with an extended responsibility program and whose product range corresponds to Basic-Fashion's own range were selected for the benchmarking.</p> <p>The research question of the thesis is: How should Basic-Fashion develop its responsibility over the next three, five and eight years? And what is company's carbon footprint? The research methods of this thesis consisted of a case-study and qualitative research.</p> <p>Based on the data and surveys, a plan was made for the company for three, five and eight years. According to the plan, the two most used materials by the company, cotton and polyester, would be gradually replaced by a more environmentally friendly option. Cotton will be replaced by certified organic cotton and at the same time a completely more environmentally friendly materials, like new bio- and cellulose-based materials. The polyester is replaced by certified recycled polyester. In addition, corporate responsibility communications will be improved both internally and externally, the cardboard used by the company will be replaced by FCS-certified cardboard, and the company's carbon footprint will be gradually reduced. The company's carbon footprint was calculated to be 191.1 t CO₂eq. The calculations considered the company's electricity consumption, waste, business travel and partial transport of products.</p>	
Keywords	social responsibility, environmentally friendly, carbon footprint, recycling, ethical

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tutkimusasetelma	2
2.1	Tutkimusmenetelmät	2
2.2	Aineiston hankinta	2
2.3	Teoreettinen viitekehys	5
2.4	Aiheesta tehdyt aiemmat tutkimukset	5
3	Yrityksen esittely	6
3.1	Basic-Fashion Oy	6
3.2	Yrityksen nykytila vastuullisuudessa	7
3.2.1	Amfori Business Social Compliance Initiative	8
3.2.2	Amfori Business Environmental Performance Initiative	9
3.2.3	Social Accountability 8000	11
3.2.4	Tuoteturvallisuus	11
4	Vastuullinen hankinta	12
4.1	Puuvilla	13
4.1.1	Global Organic Textile Standard	14
4.1.2	Organic Content Standard	15
4.1.3	Better Cotton Initiative	15
4.2	Kierrätysmateriaalit	16
4.2.1	Global Recycled Standard	18
5	Ympäristövastuu	18
5.1	Tekstiiliteollisuuden ilmastopimuksia	19
5.1.1	The Fashion Industry Carter for Climate Action	19
5.1.2	Fashion Pact	20
5.1.3	The Swedish Textile Initiative for Climate Action	20
5.1.4	Hiilineutraali tekstiiliala -tiekarttatyo Suomessa	20
5.2	Hiilijalanjälki - mitä se tarkoittaa?	21
5.2.1	Tekstiilien hiilijalanjälki	21
5.2.2	Eri kuitujen hiilijalanjälki	23
5.3	Hiilijalanjäljen laskentavaiheet	23
5.4	Päästölaskennan standardit	24

6	Hiilineutraalius	25
7	Päästöjen kompensointi	25
8	Tutkimusaineiston hankinta	26
8.1	Benchmarking	26
8.2	Kysely	28
9	Kyselytutkimuksen tulokset	29
10	Hiilijalanjälkilaskelman tulokset	30
11	Johtopäätökset	36
11.1	Toimenpide-ehdotukset	36
11.2	Jatkotutkimusehdotukset	39
12	Pohdintaa	40
	Lähteet	44
	Liitteet	

Liite 1. Alkuperäinen taulukko, jota mukailtu kuviossa 4

Liite 2. Kyselylomakepohja

1 Johdanto

Kun aloitin vuoden 2020 alussa tekemään opinnäytetyötäni, vaatteiden vastuullisuus oli puheenaiheena jo silloin kuin kuuma peruna, ja oli ollut jo hyvän aikaa. Pelkäsin, että aihe on loppuun kulunut, kuin käytetty vaate, joka lojuu nurkassa eikä kiinnosta hetken päästä enää ketään. Onneksi olin väärässä. Olen kuluvan vuoden aikana oppinut, että vaatteiden vastuullisuus on vasta alkutekijöissään - niin Basic-Fashionissa, jonne opinnäytetyön teen, kuin myös globaalisti. Olemme saaneet otsikoista lukea, miten tekstiiliteollisuus saastuttaa yhtä paljon kuin laiva- ja lentoliikenne yhteensä ja kuinka valtameret täyttyvät muoviroskista. Tämä kaikki herättelee tavallista kuluttajaa, joka on tottunut lentämään maailman toiselle puolelle, ajamaan autolla joka paikkaan ja täyttämään vaatekaapin uusilla muotivaatteilla joka sesonki.

Kuluttajan lisäksi myös yritykset ovat alkaneet miettimään omia työtapojaan. Ilmastonmuutoksesta on puhuttu jo useampi vuosi, mutta tätä kirjoittaessa maailmaa ravisuttaa toinen kriisi, COVID-19 virus. Se on pakottanut yritykset muuttamaan toimintatapojaan, ja osa muutoksista on satanut hyvällä tavalla ilmastonmuutoksen vastaisen työn laariin. Lentoliikenne on vähentynyt, kun kokoukset ovat siirtyneet verkkoon ja messut ja muut tapahtumat on peruttu. Yritykset muuttavat pienempiin toimitiloihin ja työmatkailu on vähentynyt etätöiden vuoksi. On vaikea nähdä, että tilanne palautuisi täysin entiselleen, vaikka tilanne jonain päivänä normalisoituu. Olemmekin jonkinlaisessa muutospiisteessä, jossa opettelemme elämään uutta normaalia niin ilmastonmuutoksen kuin COVID-19 viruksen kanssa. Aiheesta opitaan koko ajan uutta ja vanhat opit menevät romukoppaan sitä mukaan kun uusia syntyy. Koskaan ei ole valmista.

Kehittämistyön tavoitteena on saattaa yhteistyöyritys Basic-Fashion vastuullisemmalle polulle. Basic-Fashion on kotimainen perheyritys, joka teettää lasten, naisten ja miesten vaatteita sekä kodintekstiilejä. Asiaa käsitellään sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun näkökulmista. Sosiaalisen vastuun- osiossa tarkastellaan kriittisesti eri sosiaalisen vastuun ohjelmia ja standardeja. Ympäristöteemaan pureudutaan tekemällä yhteistyöyritykselle hiilijalanjäljen laskenta. Tässä vaiheessa laskenta tehdään pelkästään omalle toiminnalle, eikä siihen sisällytetä tavarantoimittajia. Tutkimuksen tuloksista syntyi materiaalia, jota Basic-Fashion voi käyttää tulevaisuudessa kehittäessään omaa vastuullisuustyötään. Ensiaskeleet on jo otettu, mutta paljon vielä vaaditaan.

2 Tutkimusasetelma

2.1 Tutkimusmenetelmät

Kehittämistyön tavoitteena on tehdä vastuullisuussuunnitelma Basic-Fashion Oy:lle. Kehittämistyössä etsitään vastausta tutkimuskysymykseen: Miten Basic-Fashionin tulee kehittää vastuullisuuttaan seuraavan kolmen-, viiden- ja kahdeksan vuoden aikana? Työssä lasketaan yrityksen oman toiminnan hiilijalanjälki.

Lähestymistavaksi olen valinnut case- eli tapaustutkimuksen. Case-tutkimus tarjoaa kokonaisvaltaisen ja syvällisen tutkimuksen, jossa hyödynnetään monia tietolähteitä. Tutkimuksen kohteena on yleensä yksi ilmiö, johon pyritään perehtymään monipuolisesti ja laaja-alaisesti. (Kananen 2013, 158.) Case-tutkimuksen vaatimuksena on, että kohteena on tämänhetkinen ilmiö. Case-tutkimukselle on tyypillistä tutkimusongelman moninaisuus ja -säikeisyys. Tutkimusongelmaa ei pystytä ratkaisemaan yhdellä tutkimusmenetelmällä, vaan tiedon hakemisessa käytetään useita menetelmiä. (Kananen 2013, 56–57.)

Case-tutkimuksen tavoitteena on tyypillisimmin ilmiöiden kuvailu eikä sen saatuja tuloksia juuri voi yleistää, koska tutkimus on tehty yhdelle tietylle tapaukselle. Yhden tapauksen tutkimuksesta ei siten saada kovin tieteellistä hyötyä, mutta se voi synnyttää hypoteeseja jatkotutkimukselle ja johtaa sitä kautta yleistykseen. (Kananen 2013, 56.)

Koska vastuullisuussuunnitelma on monisyinen ja laaja alue, joka käsittää monta huomioonotettavaa aluetta, case-tutkimus sopii mielestäni hyvin kehittämistyölleni. Vastuullisuussuunnitelma toimii myös kehittämisehdotuksena yritykselle, mikä sopii hyvin tapaustutkimuksen raameihin.

2.2 Aineiston hankinta

Case-tutkimuksessa vastaus tutkimusongelmaan kerätään eri lähteistä. Kyseessä on kuin palapeli, jossa eri tietolähteistä kerätään aineistoa kokonaiskuvan saamiseksi. Palapelin osia ovat eri tiedonkeruumenetelmät. (Kananen 2013, 77.) Käytän omassa

tutkimustyössäni tiedonkeruumenetelminä ainakin kirjallisuutta, kyselyä sekä benchmarkkausta.

Kirjallisuus auttaa ymmärtämään aihetta ja sitä kautta pystyy näkemään tutkimusaihetta eri näkökulmista. Vastuullisuus on tällä hetkellä niin suosittu aihe, että tutkimustietoa siitä löytyy runsaasti. Tieto voi olla kirjallisessa muodossa, kuten kirjat, lehtileikkeet, tutkimukset, opinnäytetyöt ja internet. Lisäksi televisiosta löytyy aiheeseen liittyen paljon ohjelmia, joita voi hyödyntää.

Kysely on yksi tapa kerätä aineistoa. Standardoitu survey-tutkimus tarkoittaa sitä, että kaikilta vastaajilta kysytään asiat täsmälleen samalla tavalla. Siihen, miten vapaasti vastaajat voivat toimia, voidaan vaikuttaa valitsemalla joko strukturoitu kysely tai avoin strukturoimaton kysely. Kysymyksiä voidaan muotoilla monella tapaa, mutta yleensä käytetään joko avoimia kysymyksiä, monivalintakysymyksiä tai asteikkoihin eli skaaloihin perustuvia kysymystyyppejä. Avoimissa kysymyksissä esitetään kysymys, johon vastaaja voi vastata vapaasti kertoen. Tämän-tyyppiset kysymykset antavat vastaajalle mahdollisuuden sanoa, mitä hän on oikeasti asiasta mieltä. Monivalintakysymyksissä on valmiit, numeroidut vastaukset, joista vastaaja rakensaa joko yhden tai useamman vaihtoehdon. Tämä tuottaa vähemmän kirjavia vastauksia kuin avoimet kysymykset ja tulosten analysoiminen tietokoneen avulla on helpompaa. Asteikkoihin eli skaaloihin perustuvat kysymykset antavat vastaajalle mahdollisuuden vastata sen mukaan, miten voimakkaasti hän on samaa tai eri mieltä annetusta väittämästä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 1997, 182–187.)

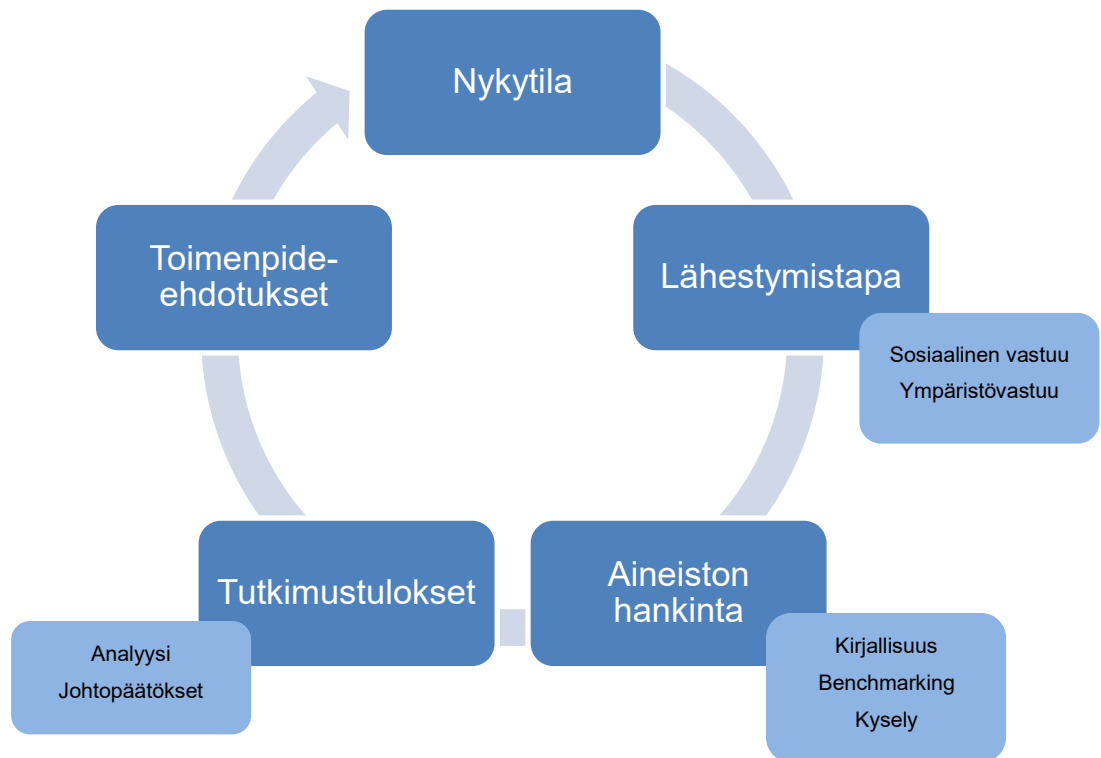
Tässä tutkimuksessa aineistunkeruumenetelmänä on käytetty avointa kyselyä. Kyselyn etuna verrattuna esimerkiksi haastatteluun on esimerkiksi se, että tutkimukseen osallistuva voi vastata missä ja milloin hänelle sopii (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 1997, 184). Korona pandemian jyllätessä kasvokkain tapaaminen olisi ollut mahdotonta ja toisaalta vieraan ihmisen haastattelu etäyhteydellä ei tuntunut mielekkäältä. Vastuullisuus on aiheena moniulotteinen ja kukin yritys näkee sen omalla tavalla, joten siksi päädyin avoimiin kysymyksiin. Koen, että sillä tavoin vastaaja pystyy vastaamaan juuri hänen edustamansa yrityksen arvoilla. Kyselytutkimuksessa on myös heikkouksia. Koska haastattelija ja haastateltava eivät kohta kasvokkain, ei voida olla varmoja, miten huolellisesti ja paneutuneesti vastaaja vastaa kysymyksiin. Ei myöskään tiedetä, miten paljon haastateltava tietää haastattelun aiheesta jo etukäteen. Tätä työtä varten olen lähettänyt kyselyn kolmelle henkilölle, joiden edustamat yritykset ovat tärkeitä asiakkaita

Basic-Fashionille. Kaikki kolme henkilöä työskentelevät kyseisissä yrityksissä vastuullisuustehtävissä, joten mielestäni voidaan poissulkea se mahdollisuus, että vastaaja ei ole perehtynyt aiheeseen.

Kyselyn laadinnassa selkeys on tärkeintä. Kysymykset, jotka tarkoittavat samaa kaikille, tuottavat täsmällisimmät vastaukset. Tähän päästään sillä, että vältetään epämääräisiä sanoja, kuten ”usein”, ”tavallisesti” tai ”yleensä”. Vastausten tulkinnanvaraisuutta pienentää myös se, että tekee kysymyksistä spesifiset mieluummin kuin yleiset kysymykset. Kysymykset on hyvä pitää lyhyinä. Niihin on helpompi vastata ja vastausprosentti on korkeampi kuin pitkissä kysymyksissä. Kysymysten järjestyksellä on myös vaikutusta. Helpot ja yleisimmät kysymykset kannattaa Hirsjärven ym. (1997) mukaan sijoittaa alkupuolella ja spesifit loppuun (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 1997, 191–192).

Benchmarkingissa eli vertailuanalyysissa vertaillaan toisen yrityksen toimintaa tai sen prosesseja oman yrityksen kanssa. Yleensä vertailtava yritys valitaan siten, että se on tutkittavassa asiassa edellä tai parempi. Benchmarking on siis menetelmä, jossa opitaan toiselta yritykseltä ja pyritään kehittämään omaa toimintaa paremmaksi. (Laaksonen, 2019.) Olen ottanut vertailuun päivittäistavaraketju SOK:n, sillä heillä on suhteellisen pitkälle viety vastuullisuusohjelma. Lisäksi olen vertaillut Lindexin ja Tokmannin vastuullisuusohjelmia.

2.3 Teoreettinen viitekehys



Kuvio 1. Teoreettinen viitekehys (Satu Savaspuro 2021).

Kuvio 1 kuvaa tämän tutkimuksen viitekehystä. Tutkimus lähtee liikkeelle yhteistyöyrityksen nykytilan kartoittamisella. Tutkija itse on työskennellyt yrityksessä yli 10 vuoden ajan ja ollut mukana viemässä yritystä Amfori BSCI:n ja BEPI:n jäseneksi, joten hänellä on kohtuullinen tietämys yrityksen vastuullisuuden nykytilasta. Työssä käsitellään erityisesti sekä tekstiiliteollisuuden sosiaalista että ympäristövastuuta. Taloudellinen vastuu, joka kuuluu myös yritysvastuun piiriin, on jätetty tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Tutkijalla itsellä ei ole mahdollisuuksia vaikuttaa tähän osa-alueeseen, joten sen poisjättäminen on luonnollista. Aineiston hankinnan jälkeen tehdään analyysi ja vedetään johtopäätökset. Niiden perusteella tehdään yhteistyöyritykselle toimenpide-ehdotukset, jotta vastuullisella tiellä voidaan jatkaa ja sitä voidaan kehittää.

2.4 Aiheesta tehdyt aiemmat tutkimukset

Aihe on tällä hetkellä hyvin ajankohtainen ja tutkimuksia on tehty jo aika paljon. Vaikka aihe on sinänsä globaali, tulee jokaisen yrityksen tehdä omat johtopäätökset ja suunnitelmat siitä, miten vastuullisuutta lähdetään edistämään. Tästä syystä tutkimuksia ei ole

koskaan liikaa ja ne pitää räätälöidä jokaisen yrityksen omaan työkuultuuriin. Esittelen alla kaksi aihetta käsitellyttä opinnäytetyötä.

Antti Sihvonen on tehnyt Metropolian Ammattikorkeakoululle opinnäytetyön kierrätyskangas materiaalien hyödyntämisestä Tokmannin miesten mallistossa. Tutkimuksen keskiössä oli viedä Tokmannin miesten vaatemallistoa enemmän kiertotalouden suuntaan keräämällä tietoa kierrätyskangasmateriaaleista sekä niiden hinnoista verrattuna tavalliseen materiaaliin riskimaissa sijaitsevilta valmistajilta. Tuloksista selvisi, että malliston toteuttaminen kierrätysmateriaaleista olisi mahdollista, joskin tarjolla oleva kierrätysmateriaalien valikoima ei ole niin laaja. Tuotantoprosessi kierrätyspolyesterin osalta on pääosin Kiinassa, mikä tuottaa omalta osalta haasteita. Kierrätyspuuvillaa on paremmin saatavilla. (Sihvonen, 2019.)

Jenni Luostarinen on tehnyt Metropolian Ammattikorkeakoululle opinnäytetyön Lasessor Oy:lle sen hankinnan ja tuotannon vastuullisuudesta. Yritys on vasta aloittamassa vastuullisuuttaan ja tutkimuksessa selvitettiin, kuinka vastuullista yrityksen käyttämä hankintapolitiikka on sekä millä tasolla tuotteiden vastuullisuus tuotannossa on. Tuloksista selvisi, että yrityksen kannattaa keskittyä kolmannen osapuolen tekemiin auditointeihin ja sertifikaatteihin, sillä keskustelu suoraan tehtaan kanssa ei tarjoa riittävän puolueetonta tietoa. Työssä myös pohditaan, mitkä ovat ne keinot, millä Lasessorin kokoinen yritys voi muuttaa auditoinneissa havaittuja puutteita, kuten ylityötä. (Luostarinen, 2020.)

3 Yrityksen esittely

3.1 Basic-Fashion Oy

Basic-Fashion on vaatetusalan tukkuliike, jonka historia alkaa vuodesta 1986, kun yrityksen perustaja Risto Vähätalo alkoi tuoda neuleita Italiasta. Varsinainen myyntinestys olivat miesten verkkarihousut, joiden sivussa oli kaksi valkoista raitaa. Näitä Adidaksen kuuluisia kolmiraita-verkkareita muistuttavia housuja myydään yhä edelleen, mutta rinnalle on tullut kattava valikoima lasten, naisten ja miesten sisäpukeutumista sekä kodintekstiilejä. Tuotteet suunnitellaan, ohjeistetaan ja mitoitetaan Suomessa. Ne tuotetaan alihankintana Kaukoidässä, eikä yrityksellä ole omia tehtaita. Vuonna 2017 Basic-Fashion Oy yhdistyi New Top Oy:n kanssa. Basic-Fashion Oy ja New Top Oy omistavat yhdessä Tuli Trading Ltd:n, jolla on ostokonttori Bangladeshissa ja

Pakistanissa. Tällä hetkellä Basic-Fashion Oy työllistää 17 henkilöä ja sen konttori on Vantaalla. Risto Vähätalo toimii vielä tänä päivänäkin yrityksen toimitusjohtajana. Opin- näytetyön tekijä on työskennellyt yrityksessä vuodesta 2006 lähtien. (Basic-Fashion Oy)



Kuva 1. Basic-Fashion logo (Basic-Fashion Oy).

Yrityksen asiakkaita kotimaassa ja Venäjällä ovat marketit sekä halpahallit. Yritys tekee vaatteita sekä kodintekstiilejä pääsääntöisesti asiakkaan omilla private-labelleilla. Omia merkkejä vaatepuolella ovat muun muassa Kuutti, Jooko, Replic, Passion ja Iso-Jussi sekä kodintekstiilin Kaunis Koti.



Kuva 2. Basic-Fashion Oy: n omia merkkejä (Basic-Fashion Oy).

3.2 Yrityksen nykytila vastuullisuudessa

Basic-Fashion teettää vaatteita sekä kodintekstiilejä Bangladeshissa, Pakistanissa, Intiassa sekä Kiinassa. Aktiivisia tehtaita on tällä hetkellä 31. Näistä 14 kuuluu Amfori BSCI- järjestelmään ja kolmella on SA8000. Lisäksi syksyllä 2019 yritys liittyi Amfori BEPI: in. Alla on kerrottu näistä jokaisesta hieman lisää.

3.2.1 Amfori Business Social Compliance Initiative

Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) on yritysveltoinen aloite, jonka tavoitteena on edistää vastuullisia toimintatapoja niin sanotuissa riskimaissa. Se toimii työkaluna toimitusketjujen hallintaan ja on suomalaisten yritysten yleisimmin käyttämä vastuullisuustyökalu. (Amfori, A, 2014.)

Amfori BSCI:n tärkein työkalu on Code of Conduct, joka perustuu kansainvälisiin tunnettuihin ihmisoikeuksia koskeviin sopimuksiin. Tässä toimintaperiaatteessa on 11 kohtaa, joita jäsenyritykset ja niiden liikekumppanit sitoutuvat noudattamaan:



Näiden toimintaperiaatteiden noudattamista seurataan ulkopuolisten auditointiyritysten tarkastusten avulla joko vuoden tai kahden vuoden välein riippuen auditoinnin tuloksesta. Auditointi kestää keskimäärin kaksi päivää riippuen tehtaan koosta ja se sisältää tarkkailua, havainnointia, haastatteluja ja asiakirjojen tarkastusta. Amfori BSCI järjestää runsaasti myös koulutuksia sekä BSCI:n jäsenille että tuotteita valmistaville yrityksille. Auditoinnista tehty raportti on luettavissa Amfori BSCI:n alustalla BSCI:n jäsenille. Raporteista ei paljastu, mitä brändejä tai kenelle ostajalle yritys tuotteita valmistaa. (Amfori A, 2014.)

Amfori BSCI ei ole sertifikaatti. Se on jatkuva prosessi ja työkalu, joka edellyttää sitoutumista. Tärkein työvaihe alkaa vasta auditoinnin jälkeen, kun parannuksia ruvetaan

työstämään. Tästä syystä Amfori BSCI:n logoa ei ole lupa käyttää yrityksen tuotteissa mainostarkoituksessa.

Amfori BSCI:tä on moitittu siitä, että se on pohjimmiltaan yrityskeskeinen työkalu, joka ajaa yritysten omia etuja eikä päästä kansalaisjärjestöjä ja ammattiliittoja päätöksentekoon tai kehittämistyöhön. Taustalla vaikuttava Amfori on yritysten etujärjestö, joka väistämättä ajaa yritysten etuja. Toisena heikkoutena voidaan pitää avoimuuden puutetta. Tämä liittyy siihen, että auditointitulokset eivät ole julkisia ja avoimesti luettavissa. Vain jäsenyritykset voivat lukea ja hyödyntää auditointiraportteja. Kolmas heikkous on kepin ja porkkanan puute. Auditointiprosessi on pitkä ja työläs vaihe ja siihen sisältyy paljon suunnittelua, aikataulutusta sekä toteutusta. Silti monet tavarantoimittajista eivät näytä edistymisen merkkejä, vaan suurin osa junnaa paikoillaan ja saa toistuvasti saman arvosanan. Hyvästä arvosanasta ei palkita eikä toisaalta huonosta arvosanasta saa rangaistusta. Neljäs epäkohta liittyy siihen, että auditointipäivämäärä kerrotaan tavarantoimittajalle etukäteen. Näin heillä on aikaa varautua ja mahdollisesti putsata epäkohdat piiloon. Amfori BSCI perustelee tätä sillä, että auditoinnin tarkoitus ei ole löytää mahdollisimman paljon epäkohtia ja rangaista toimittajaa, vaan lisätä tietoisuutta ja suunnata tavarantoimittaja vastuullisemmalle polulle. (Finnwatch, 2016.)

Amfori BSCI tai mikään muukaan sosiaalisen vastuun järjestelmä ei ole aukoton ja maailman muuttuessa myös niiden on kyettävä muuttumaan. BSCI:n jäsenyydestä on etua muun muassa siinä, että se on maailmalla tunnettu. Yli 2 300 yritystä eri puolilla maailmaa käyttää BSCI:n palveluja ja noin 30 000 tavarantoimittajaa eri aloilta kuuluu auditointien piiriin. (Amfori B.) Basic-Fashion pienenä toimijana suurten kansainvälisten ketjujen joukossa ei pysty yksin vaatimaan tavarantoimittajalta vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä, mutta kuulumalla Amfori BSCI:n, yritys pystyy yhdessä muiden toimijoiden kanssa parantamaan toimintatapoja.

3.2.2 Amfori Business Environmental Performance Initiative

Syksyllä 2019 Basic-Fashion liittyi myös Amfori BEPI:in, (Business Environmental Performance Initiative). Siinä missä BSCI on sosiaalisen vastuun ohjelma, keskittyy BEPI tuotannon ympäristökysymyksiin. BEPI:n tarkoituksena on parantaa toimitusketjujen ekologista kestävyyttä tehostamalla ja parantamalla erityisesti riskimaissa toimivien tuottajien ympäristötoimenpiteitä. Liittyessään BEPI:in tavarantoimittaja tekee itsearvioinnin 11:stä ympäristökysymyksiin liittyvästä teemasta. Nämä teemat ovat seuraavat:



Kuvio 2. Amfori BEPI:n 11 ympäristöteemaa.

Itsearvioinnin perusteella laaditaan riskienhallinta- ja toimenpidesuunnitelma yhdessä tavarantoimittajan kanssa. Näistä 11 ympäristöalueesta nostetaan 4+1 teemaa, joita ryhdytään parantamaan. Ylimääräinen viides teema on ympäristöjohtamisjärjestelmä, joka on pakollinen. (Amfori C.)

Kuten Amfori BSCI:ssä, niin myös Amfori BEPI:ssä jäsenille tarjotaan koulutuksia ja työpajoja ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Koulutusta on tarjolla mm. ympäristöasioiden johtamiseen, energian- ja vedenkulutuksen tehostamiseen sekä jätteiden ja jätevesien käsittelyyn. Ympäristövastuun hallintaa arvioidaan auditoinneilla ja arvioinnin tuloksena voi olla arvosana 1 (basic), 2 (good) tai 3 (leading). Auditointi on voimassa kaksi vuotta. Jos tavarantoimittaja kuuluu Amfori BSCI:n, on BEPI:in liittyminen ilmaista. Tämä saattaa edesauttaa siihen liittymistä (Mäki, Ruokamo, 2019, 62.)

Projekti on kuitenkin vasta alkutekijöissä ja tällä hetkellä 4 toimittajaa on liittynyt BEPI:in.

3.2.3 Social Accountability 8000

Tehtaalla, joka valmistaa suurimman osan Basic-Fashionin kotimaahan toimitetuista lasten vaatteista sekä muutamalla kodintekstiilitehtaalla, on käytössä Social Accountability SA8000. Se on sosiaalisen vastuullisuuden standardi, jota pidetään yhtenä kunnianhimoisimmista vastuullisuussertifioinneista. Myös BSCI:n perustana on SA8000, mutta siitä puuttuvat ISO 9001- ja 14001-standardien johtamisjärjestelmät. Tästä syystä SA8000-sertifiointi on valmistajayritykselle työläämpi ja kalliimpi kuin BSCI-auditointi, mutta se tuo yritykselle myös uskottavuutta. Sen yhtenä vaatimuksena on mm. elämiseen riittävä palkka, joka BSCI:stä puuttuu. (SA8000 Standard.)

Samoin kuin BSCI, myös SA8000 on saanut kritiikkiä siitä, että auditointi raportit eivät ole julkisia. Järjestelmä ei myöskään edellytä ostajayrityksiltä vastuullisia ostokäytäntöjä, kuten esimerkiksi pidempiä ostosopimuksia tai sertifioitujen/auditoidujen raaka-ainesten käytön lisäämistä. Esimerkiksi Reilun kaupan ohjelmassa ostajayritysten tulee maksaa tuottajille vähintään minimihinta ja Reilun kaupan -lisä, kommunikoida hankintasuunnitelmat etukäteen ja sitoutua olemaan käyttämättä haitallisia ostokäytäntöjä. SA8000-järjestelmä ei myöskään seuraa järjestelmän aikaansaamia laajempia vaikutuksia ympäristöön tai yhteiskuntaan. Tällaisia voisivat olla esimerkiksi paikallisten yhteisöjen parantuneet elinolot, työntekijöiden lasten koulunkäynnin seuraaminen ja parantaminen sekä luonnonvarojen suojeleminen. (Finnwatch 2016.) Tällä hetkellä kolmella Basic-Fashionin toimittajalla on SA8000. Kotimaan lastenvaateista suurin osa tehdään Intian tehtaalla, jolla on SA8000.

3.2.4 Tuoteturvallisuus

Yritys on vastuussa valmistamiensa ja myymiensä tuotteiden turvallisuudesta. Tekstiilien tuoteturvallisuutta säädellään yleisellä kuluttajaturvallisuuslailla 920/2011. Sen perusedellytyksenä on, että tuote ei saa aiheuttaa vaaraa kuluttajan terveydelle tai omaisuudelle. (Finlex 2011.) Kuluttajaturvallisuuslain lisäksi tekstiilien turvallisuutta säädellään kemikaalilainsäädännöllä, joka noudattaa REACH- ja CLP-asetuksia. Ne asettavat rajoituksia muun muassa nikkelin tai atsonvärien määrälle. Lainsäädännön lisäksi on olemassa tekstiilejä koskevia eurooppalaisia standardeja, joista tärkein on *SFS-EN 14682 Lastenvaatteiden turvallisuus. Lastenvaatteiden nauhat ja kiristysnyörit. Vaatimukset*. Tämä standardi määrittää mm. sallitun pituuden housujen nauhoille lasten vaatteissa. Suomessa Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes valvoo tuotteiden

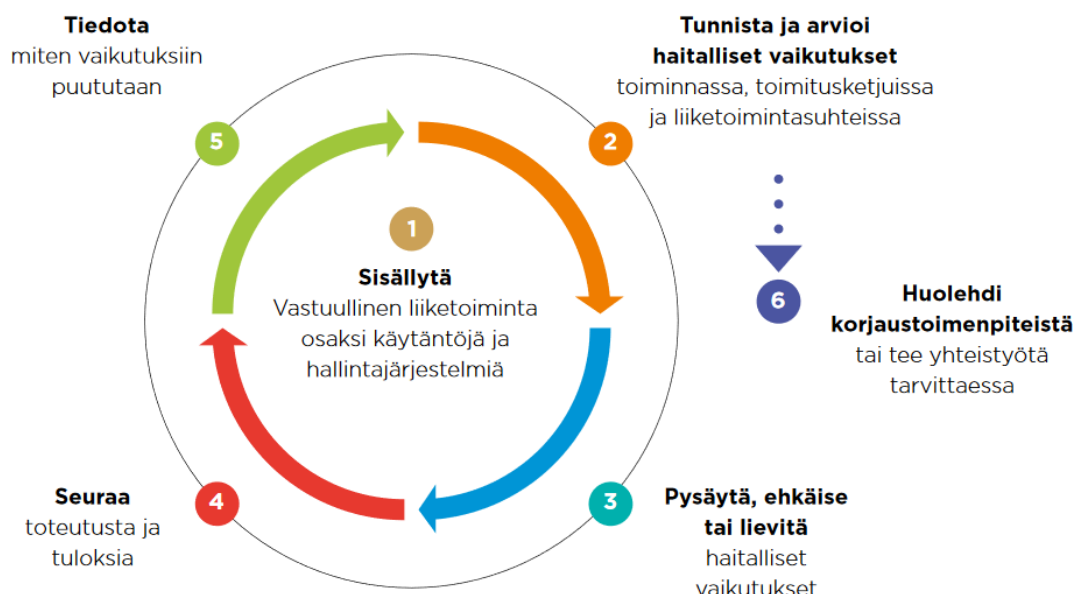
turvallisuutta. Valvonta tapahtuu pistokokein. Kaikkia tuotteita ei siis tarkasteta. Jos tuote ei täytä lain tai standardien määrittämiä vaatimuksia, se joudutaan poistamaan markkinoilta tai korjaamaan. (Tukes.)

Basic-Fashion kiinnittää erityistä huomiota tuoteturvallisuuteen ja etenkin lasten vaatteet suunnitellaan ja ohjeistetaan niin, että ne ovat standardien mukaisia.

Tekstiilien valmistuksessa käytetään paljon kemikaaleja ja niiden käyttöä valvoo Suomessa Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes. Tyypillisempien turvallisuusongelmien joukossa ovat vaarallisten tai kiellettyjen kemikaalien käyttö tai liian suuret pitoisuudet tekstiileissä. Tekstiilien kemikaaleja säädetään REACH- ja CLP-asetuksissa, joissa on annettu yksityiskohtaisia rajoituksia muun muassa joidenkin atsovärien, nikkelin ja flataattien pitoisuuksille. (Tukes.)

4 Vastuullinen hankinta

Vastuullisuudesta on tullut erottamaton osa yrityksen toimintaa ja se alkaa näkyä jokaisella toimialalla. Vastuullisella hankinnalla tarkoitetaan yleensä sitä, että yritys ottaa huomioon työntekijöihin ja ympäristöön liittyvät näkökohdat hankintoja tehdessään (Mäki, Ruokamo, 2019, 50). Yhdistyneet Kansakunnat (YK) on vuonna 2011 julkaissut yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevat periaatteet (Mares 2011), jotka koskevat kaikkia yrityksiä koosta tai toimialasta riippumatta. Periaatteet perustuvat kolmelle pilarille: valtion velvollisuudelle suojella ihmisoikeuksia, yritysten vastuulle kunnioittaa ihmisoikeuksia sekä valtion ja yrityksen velvollisuudelle korjata ihmisoikeusloukkaukset (Ihmisoikeuskeskus, 2014) Keskeinen osa periaatteita on myös niin sanottu huolellisuusvelvoite (kuviokuva 3), jonka mukaan yritysten on kartoitettava oman toimintansa ihmisoikeusriskit sekä tehtävä toimenpiteitä ongelmien minimoimiseksi. Periaatteiden ydin on varmistaa, että yritys ei toiminnassaan heikennä ihmisoikeuksia. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2017.)



Kuvio 3. Ihmisoikeuksiin liittyvä huolellisuusvelvoiteprosessi ja sitä tukevat toimenpiteet (Työ- ja elinkeinoministeriö 2017.)

Tekstiili- ja muotialan pitkät ja hajautetut toimitusketjut sekä toimiminen riskimaissa ovat puhuttaneet jo pitkään. Tyypillisiä riskejä riskimaissa toimivien yritysten huolena ovat syrjintä, pakkotyö, työturvallisuuteen liittyvät ongelmat, työntekijöiden järjestäytymisen rajoittaminen sekä minimipalkkojen noudattamatta jättäminen. Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö OECD on julkaissut vaate- ja kenkäsektorin toimijoille suunnatun oppaan YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteiden noudattamisesta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2017.)

4.1 Puuvilla

Tavallisen puuvillan viljelyyn käytetään 24 % hyönteisten torjunta-aineista ja 11 % muista torjunta-aineista siitä huolimatta, että maailman viljelypinta-alasta puuvillan osuus vain 3 % (UNECE 2018). Luomupuuvillan viljelyssä ei käytetä keinotekoisia lannoitteita tai torjunta-aineita ja sen kasvatuksessa ylläpidetään luonnon monimuotoisuutta ja maaperän hedelmällisyyttä. Siltä osin se on turvallisempi valinta niin kuluttajalle kuin puuvillapellolla tai kuidun prosessoinnissa työskenteleville ihmisille. Se on myös parempi valinta ympäristölle, vesistöille ja eläimille, sillä se ei sisällä haitallisia lannoitteita eikä torjunta-aineita, kuten tavallisesti kasvatettu puuvilla. (Nurmi 2021.)

Mutta kritiikkiäkin on. Luomupuuvilla itsessään ei takaa materiaalin eettisyyttä. Materiaalin tulee olla sertifioitua puuvillaa, jotta voidaan olla varmoja myös sen eettisestä kestävydestä. Lisäksi luomupuuvillan viljely vaatii yhtä lailla paljon vettä kuin perinteinen puuvilla. Tämä on ongelma etenkin maissa, joissa kasteluvedestä on muutenkin pulaa, ja useimmiten puuvillaa kasvatetaan juuri niillä seuduilla. Keinokastelu vie elintärkeitä vesivarantoja pois juomavedestä tai ruoankasvatuksessa käytettävästä vedestä. Pahimmillaan keinokastelu voi muuttaa luonnon vesitasapainoa ja kuivattaa laajojakin alueita, kuten surullisen kuuluisalle Araljärvelle kävi. (Nurmi 2021.)

4.1.1 Global Organic Textile Standard

Global Organic Textile Standard (GOTS) on kansainvälinen sertifikaatti, joka voidaan myöntää luonnonmukaisesti tuotetulle puuvillalle tai villalle. Tuotteen ei kuitenkaan tarvitse olla kokonaan valmistettu sertifioidusta puuvillasta tai villasta, vaan sen osuus pitää olla vähintään 70 %. Loppuosalle on määritetty tiukat kriteerit, mitä tuote saa sisältää ja esimerkiksi tavallisen polyesterin käyttö on kielletty. Myös tavanomaisesti viljellyn puuvillan sekoittaminen kuituun on kielletty. (Mäki, Ruokamo, 2019, 22–24.)

Sertifikaatti huomioi koko tuotantoketjun aina puuvillan viljelystä tuotteen myyntiin asti ja tuotteessa käytetty raaka-aine on jäljitettävissä aina alkulähteille asti. Paitsi että sertifikaatissa on tiukat kemikaalirajoitukset, on siinä myös tiukat kriteerit sosiaaliselle vastuulle ja ympäristövastuulle. GOTS-sertifikaatin hakijan tulee muun muassa täyttää ILO:n (International Labour Organization) vähimmäiskriteerit, johon sisältyvät muun muassa järjestäytymisoikeus, työsopimukset, työturvallisuus ja lapsityövoiman käytön kieltö. Lisäksi yrityksellä täytyy olla energian- ja vedenkulutustiedot saatavilla. (Mäki, Ruokamo, 2019, 22–24.)

GOTS edellyttää, että jokainen porras tuotteen valmistusvaiheesta sen myyntiin asti on sertifioitu. Tästä syystä myös Basic-Fashion on aloittanut GOTS-sertifioinnin ja prosessi on vielä maaliskuussa 2021 kesken. Tarkoitus on myydä GOTS-logolla varustettuja vaatteita edelleen asiakkaille. Jotkut Basic-Fashionin asiakkaat vaativat, että tuotteella tulee olla jokin sosiaalisen vastuun tai ympäristövastuun sertifikaatti.

4.1.2 Organic Content Standard

Organic Content Standardin (OCS) tarkoituksena on lisätä luonnonmukaisen maatalouden tuotantoa. Sitä voidaan käyttää prosessin jäljittämiseen aina raaka-aineen lähteestä valmiiseen tuotteeseen saakka. OCS ja GOTS eroavat toisistaan kolmessa kohdassa:

- OCS on vain tuotteiden tuotannon hallinnan standardi. Se ei sisällä ympäristönsuojelua eikä se täytä sosiaalisen vastuun kriteerejä kuten GOTS
- GOTS rajoittuu orgaanisista luonnonkuiduista valmistettuihin tekstiileihin, kun taas OCS-standardi rajoittaa pois vain elintarvikkeet
- GOTS sisältää tiukemmat materiaali kriteerit. OCS-standardin voi saada tuote, joka sisältää yli 5 % orgaanista materiaalia, kun taas GOTS vaatii 70 % orgaanisia luonnonkuituja. GOTS-tuotteissa ei saa käyttää tavanomaisesti viljeltyjä luonnonkuituja eikä tavallista polyesteria.

(Textile Exchange, b. Textile Exchange, a.)

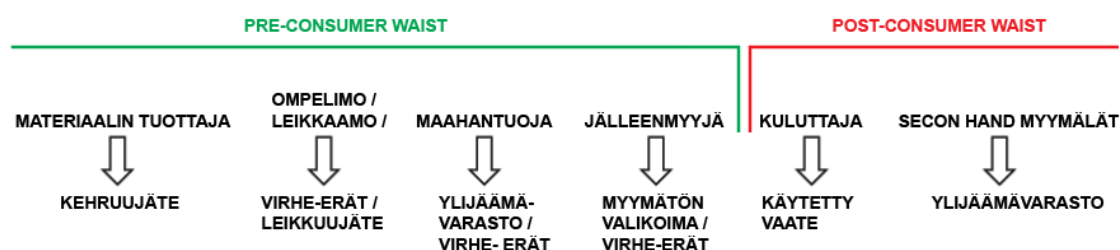
4.1.3 Better Cotton Initiative

Better Cotton Initiative (BCI) on voittoa tavoittelematon järjestö, jonka tarkoituksena on muuttaa perinteinen puuvillanviljely ympäristöystävällisemmäksi ja sosiaalisesti vastuullisemmaksi. Se kannustaa viljelijöitä käyttämään ympäristön ja terveyden kannalta kestävämpiä viljelymenetelmiä ja parantamaan viljelyn taloudellisuutta. BCI ei ole luomujärjestelmä eikä Better Cotton -puuvillaa voi jäljittää viljelyn alkulähteille. Better Cotton -puuvillaa ei pidetä erillään kuten luomupuuvillaa ja sitä voidaan myös sekoittaa tuotannossa tavanomaisesti viljeltyyn puuvillaan. BCI-järjestelmään kuuluvat brändit ja vähittäiskaupan edustajat voivat käyttää BCI-logoa tuotteissaan muutamilla reunaehdoilla: yrityksen pitää julkaista pitkän aikavälin tavoitteen perinteisen puuvillan korvaamisesta BCI-puuvillalla ja vähintään 5 % yrityksen käyttämästä puuvillasta on BCI-puuvillaa. BCI:n vaatimuksena on, että viiden vuoden kuluttua vähintään puolet yrityksen käyttämästä puuvillasta tulisi olla BCI-puuvillaa. (Mäki, Ruokamo, 2019, 22.) BCI ei siis tee tuotesertifiointia eikä anna kaupalle lupaa käyttää tuotekohtaisia väittämiä tuotteissaan, vaikka niissä saakin käyttää BCI:n vastuullisuusmerkkiä. BCI-järjestelmää on

kritisoitu samoista syistä kuin Business Social Compliance Initiative (BSCI) -järjestelmää eli BCI ei edellytä elämiseen riittävää palkkaa, auditointiraportit eivät ole julkisia eivätkä ammattiliitot ole järjestelmän päättävissä elimissä.

4.2 Kierrätysmateriaalit

Tekstiilijätteestä puhuttaessa tulee usein ensimmäisenä mieleen kuluttajan käytöstä poistuvat vaatteet ja tekstiilit, mutta tekstiilijätettä syntyy joka vaiheessa sen valmistuksen, myynnin ja käytön aikana, kuten alla oleva taulukko kuvastaa. Taulukko on mukailtu Outi Les Pyy Poistotekstiilivirta- taulukosta (2021) ja alkuperäinen taulukko on esitetty liitteessä 1.



Kuvio 4. Tekstiilijätteen syntyvaiheet (Les Pyy 2021.)

Muun muassa Pure Waste hyödyntää leikkuujätettä omassa kierrätysmateriaalissaan (Pure Waste). Suurin osa kierrätyskankaista onkin valmistettu teollisuuden ylijäämä kangas- ja lankajäämistä sekä muista raaka-aineista, kuten muovipulloista. Näitä tehtaalta tulevia tekstiilijätetyyppejä kutsutaan pre-consumer-materiaaliksi ja se tarkoittaa sitä materiaalia, joka ei ole ehtinyt vielä kuluttajalle asti. Ympäristön näkökulmasta olisi järkevää, että näiden pre-consumer-materiaalien valmistus sijaitsisi lähellä alkuperäisen materiaalin syntyperää, jotta välttyään logistiikan aiheuttamilta ympäristöpäästöiltä. (Les Pyy 2021.)

Kierrätysmateriaaleja voidaan valmistaa myös hyödyntämällä kuluttajilta poistuneita tekstiilejä ja vaatteita. Nämä ns. post-consumer-kierrätysmateriaalit ovat vaikeammin hyödynnettäviä erilaatuisen materiaalin vuoksi, mutta esimerkiksi kemiallista kierrätystä kehitellään kovaa vauhtia. Kemiallisessa valmistusmenetelmässä kuidut erotellaan toisistaan kemiallisin menetelmin. Tällä tavalla tehtyjen kuitujen käyttökohteena ovat tekstiilit, mutta myös muovi- tai komposiittituotteet. Toinen tapa käsitellä kuluttajilta saatavaa tekstiilijätettä on mekaaninen käsittely, jossa tekstiilien kangas- ja lankarakenteet

puretaan takaisin kuiduiksi repimällä, murskaamalla ja muilla mekaanisilla menetelmillä. Mekaaninen menetelmä lyhentää kuitujen pituutta ja siksi se asettaa haasteita syntyvän materiaalin jatkokäytölle. Pidemmät kierrätetyt kuidut soveltuvat langanvalmistukseen ja lyhyistä tehdään kuitukankaita.

Tuotantojätteen hyödyntäminen materiaalina on tällä hetkellä helpompaa kuin kuluttajilta syntyvän jätteen hyödyntäminen. Tuotantojätteen koostumus on helposti tunnistettavaa, sitä syntyy suuria määriä eikä se sisällä nappeja, vetoketjuja tai muita lisäosia. (Suomen Tekstiili ja Muoti 2016.)

Tällä hetkellä tekstiilijätettä ei valtakunnallisesti erilliskerätä, jolloin sen materiaalihyötykäyttö on vielä vähäistä. Tämä on selkeä puuttuva palanen, jota ilman kierrätys ei ole mahdollista. Tekstiilien erilliskeräys tulee kuitenkin EU:ssa pakolliseksi vuonna 2025 ja tämä on herättänyt monet toimijat jo nyt kehittämään menetelmiä tekstiilijätteen kierrättämiseen. Esimerkiksi Lounais-Suomen Jätehuolto (LSJH) suunnittelee jalostuslaitosta Turkuun, mikä mahdollistaisi kaikkien Suomen kotitalouksien poistotekstiilien käsittelyn. Pilottivaihe käynnistyi jo alkuvuonna 2021. Jalostuslaitoksessa poistotekstiilit lajitellaan eri kuitutyyppeihin optisen tunnistusteknologian avulla ja kuidut jalostetaan kierrätysmateriaaliksi mekaanisesti. (Lounais-Suomen Jätehuolto 2021.)

Mitä materiaaleja sitten yleisimmin kierrätetään? Yleisimmät kierrätetyt materiaalit teollisuudessa ovat puuvilla ja polyesteri. Kierrätetyn polyesterin käyttö tekstiiliteollisuudessa kasvaa koko ajan, mutta raaka-aineena ovat pääasiassa PET-pullot, eivät vielä vanhat vaatteet. Tämä johtuu pääasiassa siitä, että PET-pullojen kierrätys kuiduksi on vielä tällä hetkellä helpompaa ja laajamittaisempaa. Synteettiset kuidut ovat kierrätettävissä sulatuksen avulla tai kemiallisilla prosesseilla uudeksi kuidun raaka-aineeksi. (Heikkilä 2020.) Synteettisten kuitujen kierrätys uudeksi kuiduksi ei heikennä kuidun laatua toisin kuin puuvillan kierrätyksessä usein tapahtuu. Mutta aivan kuten uuden polyesterivaatteen käytössä, myös kierrätetystä polyesteristä valmistettu tuote päästää mikromuovia pesuvesien mukana vesistöihin. Kierrätyspolyesteri ei myöskään maadu ympäristöön, joten sen loppuhävittämiseen tulisi kiinnittää huomiota. (Nurmi 2021.)

Teollisuuden ylijäämästä saatu raaka-aine on tällä hetkellä pääsääntöinen materiaali kierrätetyn puuvillan valmistuksessa. Puuvilla kierrätetään perinteisesti mekaanisesti ja kuten jo yllä todettiin, kuidun pituus lyhenee jokaisessa mekaanisessa käsittelyssä. Koska post-consumerina saatavan tekstiilijätteen puuvillakuidun lujuus on heikkoa

käytön ja pesujen johdosta, kuluttajilta saatua tekstiilijätettä hyödynnetään vielä niukasti puuvillan kierrätyksessä (Kamppuri et al. 2019.). Usein kierrätetyn puuvillakuidun joukkoon sekoitetaan muita materiaaleja vahvistamaan kuitua, kuten esimerkiksi polyesteria tai tavallista puuvillaa. Rinnalle on kuitenkin kehitteillä muita liuotusmenetelmiä, joissa puuvillakuidusta saadaan viskoosimaista materiaalia. Tällä tavoin valmistettu puuvilla on laatuominaisuuksiltaan kestävämpää kuin mekaanisesti kierrätetty puuvilla. Kierrätetyn puuvillan hyötyinä voidaan pitää merkittävää luonnonvarojen ja veden kulutuksen vähenemistä verrattuna perinteiseen puuvillaan. Myös kemikaaleja voidaan käyttää normaalia vähemmän, sillä kierrätetty puuvilla on usein jo valmiiksi värjättyä. Haittapuolena taas voidaan pitää sitä, että kierrätetyssä puuvillassa on ne samat kemikaalijämät mitä alkuperäisessä materiaalissa on ollut. Lisäksi kierrätyspuuvillan joukkoon sekoitetaan usein muita kuituja, jotta syntyvä materiaali olisi kestävämpää ja usein myös halvempaa. (Nurmi 2021.)

4.2.1 Global Recycled Standard

Vaikka raaka-aine on ekologinen, tulisi varmistua myös siitä, että se on valmistettu sosiaalisesti kestäväällä tavalla. Global Recycled Standard (GRS) on kansainvälinen kierrätetystä materiaalista kertova tuotesertifikaatti, joka kattaa koko valmistusketjun. GRS-sertifioidulla yrityksellä on oltava kirjattu ympäristöjohtamisjärjestelmä ja kemikaalienhallintajärjestelmä. Lisäksi yrityksellä on oltava voimassa jokin sosiaalisen vastuun ohjelma, kuten BSCI, SA8000, GOTS tai Worldwide Responsible Accredited Program. Tuotteessa on oltava vähintään 50 % kierrätysmateriaalia ja tavallisesti tuotettujen kuitujen käyttö on mahdollista, kunhan se ilmoitetaan logon yhteydessä. (Textile Exchange, b.)

5 Ympäristövastuu

Sosiaalisen vastuun teemat, kuten työturvallisuuden parantaminen, vähimmäispalkkojen määrittäminen, lapsi- ja pakkotyön kieltäminen jne. ovat puhuttaneet tekstiiliteollisuutta viimeiset vuosikymmenet. Viime vuosien aikana huomio on kiinnittynyt myös tekstiilien ympäristövaikutuksiin.

Pariisin ilmastopöytäkirja julkaistiin vuonna 2016 ja sen mukaan globaali lämpötilanousu pitäisi rajoittaa 2 °C:n esiteolliseen aikaan verrattuna (WWF 2021). Kahta vuotta myöhemmin hallitustenvälinen ilmastopaneeli IPCC julkaisi uuden raportin, jonka

mukaan 2 asteen keskilämpötilan nousu saisi ekosysteemissä aikaan peruuttamattomia muutoksia ja siitä syystä lämpeneminen tulisi rajoittaa 1,5 asteeseen. Lämpenemisen riskit ovat sitä suuremmat, mitä enemmän ilmasto lämpenee. Muun muassa veden puutteesta kärsisi tuplasti enemmän ihmisiä, jos lämpötila nousee 2 astetta 1,5 asteen sijaan samoin kuin jäätömiesten kesien määrä Pohjoisnavalla kymmenkertaistuu. (IPCC 2018.)

IPCC:n raportti herätti myös yritysmaailman toimimaan ja monia aloitteita perustettiin ympäristön hyväksi. Vuonna 2018 maailman hiilidioksidi päästöt olivat Global Carbon Budget 2019 -raportin mukaan 42,5GtCO₂ (Friedlingstein et al. 2019). Toimien ansiosta Euroopan ja Yhdysvaltojen päästöt ovat olleet hienoisessa laskussa, mutta esimerkiksi Kiinan ja Intian nousussa. Jos globaalit päästöt pysyvät nykytasolla, jäljellä oleva hiilibudjetti riittää vain 10–19 vuodeksi. Hiilibudjetilla tarkoitetaan sitä, kuinka paljon päästöjä voi vielä päästää ilmakehään, jotta pysytään 1,5 asteen tavoitteessa. (Friedlingstein et al. 2019.)

Myös Suomessa on ryhdytty toimiin, jotta Pariisin ilmastopimus Suomen osalta toteutuu. Sanna Marinin hallitusohjelman mukaan Suomi tavoittelee hiilineutraaliutta vuoteen 2035 mennessä ja hiilinegatiivisuutta sen jälkeen (Hallitusohjelma 2019). Suomessa on ilmastolaki vuodelta 2015 (609/2015), jonka mukaan päästöjä on vähennettävä vähintään 80 % vuoteen 2050 mennessä verrattuna vuoden 1990 tasoon (Ilmastolaki, 2015). Ilmastolakia on tarkoitus päivittää niin, että tavoite hiilineutraaliudesta toteutuu.

5.1 Tekstiiliteollisuuden ilmastopimuksia

Tekstiiliteollisuudenala on yksi pahimmista kasvihuonekaasujen päästäjistä, sillä se vastaa kymmenestä prosentista maailman CO₂-päästöistä (UNECE 2018). Eri maat ja järjestöt ovatkin perustaneet yhdistyksiä ja aloitteita tekstiiliteollisuuden päästöjen vähentämiseksi. Seuraavaksi on esitelty muutama niistä.

5.1.1 The Fashion Industry Carter for Climate Action

The Fashion Industry Carter for Climate Action on YK:n alainen sopimus vaate- ja muotialan päästöjen vähentämiseksi ja se on perustettu vuonna 2018. Sopimus pohjautuu Pariisin ilmastopimukseen ja hyödyntää tieteeseen perustuvan tavoitteen mukaista

lähestymistapaa. Sen visiona on saavuttaa nettonollapäästöt vuoteen 2050 mennessä. Sopimuksessa on tällä hetkellä mukana yli 100 tekstiilialan yritystä, muun muassa H&M, Adidas ja Peak Performance. (Fashion Industry Charter for Climate Action 2018.)

5.1.2 Fashion Pact

Fashion Pact on globaali muoti- ja tekstiilialan yrityscoalitio, jonka tavoitteena ilmastonmuutoksen ohella on huolehtia luonnon monimuotoisuudesta ja suojella valtameriä. Se julkaistiin G7-huippukokouksessa vuonna 2019 Ranskan presidentin Emmanuel Macronin esittelemänä. Mukana on 62 yritystä, muun muassa Bestseller ja Nike, ja yhteensä näillä yrityksillä on noin 250 brändiä. (The Fashion Pact 2019.)

5.1.3 The Swedish Textile Initiative for Climate Action

Tämän ruotsalaisten yritysten perustaman aloitteen mukaan Ruotsin tekstiiliala saavuttaisi ilmastoposiitivisuuden ensimmäisenä maailmassa jo hyvissä ajoin ennen vuotta 2050. Ilmastoposiitivisuus tarkoittaa, että päästöt ovat pienemmät kuin vaatteisiin ja viljelyyn sitoutuneet päästöt. Aloitteen perustivat KappAhl, H&M sekä Peak Performance yhteistyössä Sustainable Fashion Academyn kanssa vuonna 2018, mutta se on nykyään globaali toimija. Aloitteen kantavana ajatuksena on, että samalla kun vähennetään päästöjä, voidaan vahvistaa myös yritysten kilpailukykyä. (The Swedish Textile Initiative for Climate Action 2018.)

5.1.4 Hiilineutraali tekstiiliala -tiekarttatyö Suomessa

Suomen tekstiili- ja muoti ry on tehnyt yhdessä hallituksen kanssa suunnitelman Suomen tekstiiliteollisuuden hiilineutraaliuden saavuttamiseksi. Tiekartta on julkaistu 3.6.2020 ja siihen viitataan tässäkin työssä moneen kertaan. Tiekartassa Suomen tekstiiliala on jaettu seitsemään osa-alueeseen, jotka ovat valmistuttavat brändit, teollinen tuotanto, palvelut, työ- ja suojavaatteet, vaatteiden & asusteiden & sisutustekstiilien valmistajat, langat & kankaat & värjäys & viimeistys sekä kuidut & kierrätys. Yhteensä näiden hiilitiekartan tarkasteluun mukaan valittujen alatoimialojen liikevaihto on 1,5 miljardia euroa. Tiekartta selvitys keskittyy Suomessa tapahtuvaan toimintaan ja vuonna 2021 toteutetaan Tekstiilitiekartta 2.0, jossa otetaan huomioon globaalit toimitusketjut. (Kamaja, Mikkonen & Mäki 2020.)

5.2 Hiilijalanjälki - mitä se tarkoittaa?

Hiilijalanjäljellä tarkoitetaan jonkin rajatun kokonaisuuden aiheuttamia hiilidioksidipäästöjä. Rajattu kokonaisuus voi olla jokin yksittäinen tuote, palvelu, kunta, investointi, tilaisuus tai kuten tässä työssä, organisaation toiminta. Ilmastokuorma aiheutuu kasvihuonekaasujen päästöistä ilmakehään. Kasvihuonekaasuja ovat muun muassa hiilidioksidi (CO₂), metaani (CH₄), ja ilokaasu eli dityppioksidi (N₂O). Hiilijalanjälki ilmoitetaan tyypillisesti hiilidioksidiekvivalentteina (CO₂e), jossa eri kasvihuonekaasujen erilaiset ilmastoa lämmittävät vaikutukset on otettu huomioon GWP-kertoimella. (Sjöstedt 2018.)

Hiilijalanjälkeä määritettäessä tulisi ottaa huomioon kaikki tiettyyn kokonaisuuteen liittyvät välittömät ja välilliset vaikutukset koko elinkaaren aikana, kehdestä hautaan. Se ilmoitetaan joko tonneina tai kilogrammoina. Vertailun vuoksi Suomen kasvihuonekaasupäästöt olivat vuonna 2019 Tilastokeskuksen mukaan 52,8 miljoonaa tonnia ja yksittäisen ihmisen keskimääräiset päästöt 10,3 t CO₂e vuodessa. Keskiwertosuomalaisen hiilijalanjälki jakautuu Sitran mukaa siten, että asuminen kuluttaa 20 % kokonaiskulutuksesta, liikenne ja matkailu 29 %, ruokailu 18 % ja muu kulutus 33 %. Jätteistä aiheutuvat päästöt ovat vain noin 1 %:n luokkaa. Eli kun puhutaan kierrättämisestä ja kiertotaloudesta, niin ne ovat tietenkin hyviä asioita, jotta uutta neitseellistä raaka-ainetta ei tarvitse tuottaa, mutta päästöjen kannalta jätteiden merkitys ei ole kovin suuri. (Sitra 2018. Tilastokeskus 2020.)

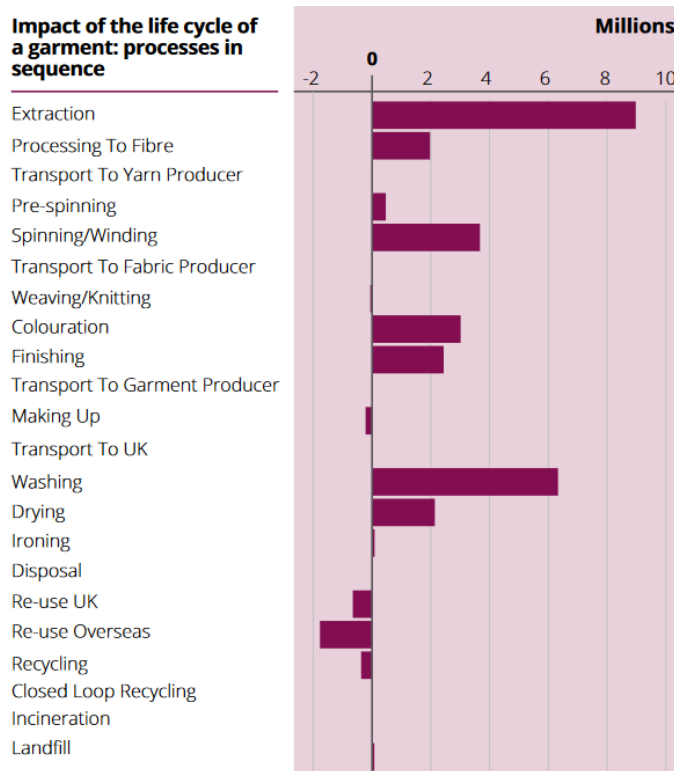
5.2.1 Tekstiilien hiilijalanjälki

Vaateen aiheuttamat päästöt muodostuvat monen tekijän yhteisvaikutuksesta. Niitä ovat muun muassa:

- kuitujen viljely tai valmistus
- kankaan tuotanto ja värjäys
- vaateen valmistus
- kuljetukset eri vaiheiden välillä
- vaateen käyttöikä ja hoito

- vaatteen kierrättäminen ja hävittäminen.

WRAP on tehnyt vuonna 2017 tutkimuksen Englannista ostetun vaatteen hiilijalanjäljen vaikutuksesta koko elinkaaren aikana.



Taulukko 1. Vaatteen hiilijalanjälki koko sen elinkaaren aikana (WRAP 2017).

Tutkimuksen mukaan suurin hiilidioksidipäästöjen aiheuttaja on luonnonkuitujen viljely sekä tekokuitujen valmistus, noin 9 miljoonaa tonnia (CO₂e). Muut valmistukseen liittyvät prosessit kuten kehruu, värjäys ja viimeistys ovat myös merkittäviä päästöjen aiheuttajia. Kun vaate on käytössä, suurimmat vaikutukset ilmastoon syntyvät yliivoimaisesti pesusta (hieman yli 6 milj.t CO₂e), vaikka pesulämpötilat ovat yleisesti ottaen laskeneet. Sen sijaan kuljetukset eri vaiheiden välillä on hyvin pieni päästöjen aiheuttaja, mikä on hieman yllättävää. Tekstiiliteollisuutta arvostellaan siitä, että se on hyvin pirstaleinen. Puuvillapellot saattavat sijaita kaukana lankojen valmistajasta, kangas kudotaan toisessa maassa, itse ompelutyö tehdään kolmannessa maassa ja vetoketjut, napit ja muut tarvikkeet tulevat mikä mistäkin maasta. (WRAP 2017.)

5.2.2 Eri kuitujen hiilijalanjälki

Hiilijalanjälkeen vaikuttavat kankaan paksuus, vaateen koko, tuotannossa käytetyn energian lähde, vaateen kuljetusmatka sekä vaateen kauppapaikan palautusehdot. Nahalla ja villalla on korkeat päästöt, mutta toisaalta villavaatteen hoitona riittävät harvat pesut ja tuulettaminen, mikä tasapainottaa päästöjä. Samoin nahkatuotteita ei juuri-kaan pestä. Silkin, pellavan ja hampun hiilijalanjälki on pieni.

5.3 Hiilijalanjäljen laskentavaiheet

Hiilijalanjäljen laskentavaiheet voidaan jakaa karkeasti neljään osaan.



Kuvio 5. Hiilijalanjäljen laskentavaiheet (Suomen Tekstiili & Muoti ry 2020.)

Ensin mietitään, mitkä ovat yrityksen arvot ja strategia ja mitä hiilijalanjäljen laskennalla halutaan saada aikaiseksi. Voidaan miettiä, onko joitakin globaaleja megatrendejä, jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan ja markkinakenttään. Esimerkiksi Sitran julkaiseman Megatrendit 2020 -julkaisun mukaan keskeisin tulevaisuuteen vaikuttava tekijä on ekologisen jälleenrakennuksen kiireellisyys. Raportin mukaan kasvavan kulutuksen takia monia teollisuuden aloja uhkaa resurssipula, mikä nostaa raaka-aineiden hintoja. (Dufva 2020.)

Mittausvaiheessa lasketaan yrityksen hiilijalanjälki jollakin laskurilla. Laskureita on muutamia erilaisia, maksullisia ja maksuttomia. Kun oman toiminnan merkittävimmät päästölähteet on tunnistettu, auttaa se hahmottamaan yrityksen lähtötilanteen ja tekemään niiden pohjalta tulevaisuuden tavoitteita. Jos jatkossa halutaan laskea tuotteiden tai palveluiden hiilijalanjälki, on se helpompaa, kun ensin on määritetty yrityksen hiilijalanjälki. (Suomen Tekstiili & Muoti ry 2020.)

Kolmannessa vaiheessa ryhdytään toteutukseen eli vähennetään päästöjä. Sitä voidaan tehdä mm. seuraavilla toimenpiteillä:

- energiatehokkuuden parantaminen

- fossiilisten polttoaineiden korvaaminen uusiutuvilla energialla
- liikennevirtojen optimointi, esimerkiksi kuljetuksessa käytetään vain täysiä kontteja
- vihreään sähkөөn tai kaukolämpöön siirtyminen
- vähäpäästöisten raaka-aineiden, tuotteiden ja palveluiden suosiminen
- jätteiden minimointi ja kierrätys
- niiden päästöjen kompensointi, joita ei voi omin toimin vähentää.

Lopuksi voidaan kehittää uutta bisnestä. Kiristyvät ympäristövaatimukset voidaan kääntää lisäarvoksi asiakkaille ja vahvistaa positiivista hiilikädenjälkeä. Jo nyt Suomeen on syntynyt uutta cleantech-osaamista muun muassa uusien kuidunvalmistusteknologioiden myötä. Vaikka ilmastobisneksessä teot ratkaisevat, on myös tärkeää viestiä niistä asiakkaille ja muille sidosryhmille. Viestinnän tulisi olla mahdollisimman selkeää ja avointa eikä heikkoja kohtia tulisi piilotella. (Suomen Tekstiili & Muoti ry 2020.)

5.4 Päästölaskennan standardit

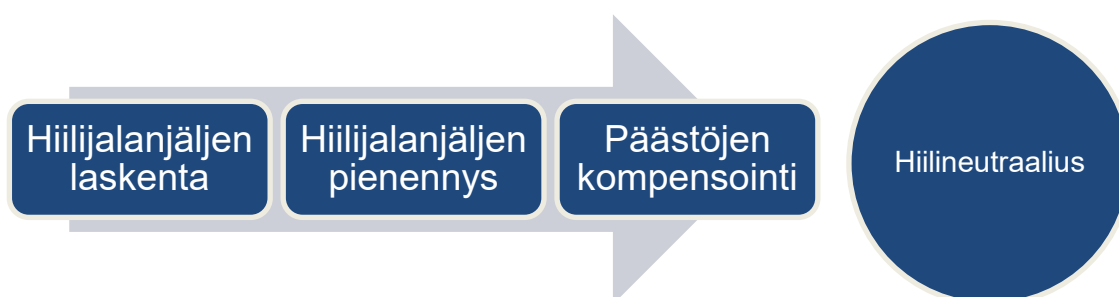
Hiilijalanjäljen laskenta perustuu elinkaarilaskentaan ja luotettavan laskennan tueksi on olemassa useita eri standardeja. Alla on listattu niistä tärkeimmät. Kaksi ensimmäistä ovat käytetyimmät standardit ja muut pohjautuvat enemmän tai vähemmän niihin.

- SFS-EN ISO 14040:2006 Ympäristöasioiden hallinta. Elinkaariarviointi. Periaatteet ja pääpiirteet
- SFS-EN ISO 14044:2006 + A1:2018 Ympäristöasioiden hallinta. Elinkaariarviointi. Vaatimukset ja suuntaviivoja
- GHG Protocol -Corporate Standard & Corporate Value Chain (scope 3) Accounting and Reporting Standard
- SFS-EN ISO 14067:2018 Carbon footprint of products. Requirements and guidelines for quantification

- ISO/TR 14069:2013 Greenhouse gases -Quantification and reporting of greenhouse gas emissions for organizations -Guidance for the application of ISO 14064-1
- PAS 2050:2008 Specification for the assessment of the life cycle greenhouse gas emissions of goods and services.

6 Hiilineutraalius

Hiilineutraalius tarkoittaa sitä, että päästöjä ei synny eikä näin ollen kuormiteta ilmastoa. Hiilineutraalius voidaan saavuttaa siten, että kasvihuonepäästöjä ei tuoteta lainkaan tai että syntyneet kasvihuonepäästöt kompensoidaan hankkimalla päästövähennysyksiköitä muualta tai yhdistämällä nämä kaksi. Käytännössä hiilineutraalius voidaan saavuttaa alla olevan kuvan mukaisesti.



Kuvio 6. Toimenpiteet hiilineutraaliuden saavuttamiseksi.

Ensin tietylle kokonaisuudelle, esimerkiksi organisaatiolle, lasketaan hiilijalanjälki. Tämän jälkeen hiilijalanjälkeä lähdetään pienentämään toteuttamiskelpoisilla päästövähennyskeinoilla, joita on lueteltu kappaleessa 5.3 Hiilijalanjäljen laskentavaiheet. Sellaiset päästöt, joita ei onnistuta omin toimin vähentämään, voidaan kompensoida osallistumalla esimerkiksi päästöjä vähentäviin projekteihin tai ostamalla päästövähennysyksiköitä markkinoilta. (Suomen Tekstiili & Muoti ry 2020.)

7 Päästöjen kompensointi

Päästöjen kompensoinnilla tarkoitetaan vapaaehtoiseen päästökauppaan perustuvaa päästöjen hyvittämistä. Yleensä puhutaan päästöyksikköjen ostamista tai mitätöimistä jonkun palveluntarjoajan kautta. Yritys voi esimerkiksi investoida projekteihin, joissa rakennetaan uusiutuvaa energiaa tai metsitetään uusia alueita. Projekteille tehdään

kolmannen osapuolen tarkastukset ja standardoinnit ja saavutetut päästövähennykset lasketaan standardin määrittämällä menetelmällä. Tämän jälkeen myönnetyt päästöyksiköt numeroidaan ja lisätään rekisteriin. Kun yksikkö myydään kompensointiin, se mitätöidään rekisterissä. Yleisimpiä standardeja kompensointiin ovat Verified Carbon Standard (VCS), Gold Standard ja Clean Development Mechanism (DCM).

Jotta kompensointi olisi luotettavaa, on tuotetun päästövähennyksen oltava todellinen, mitattavissa, pysyvä sekä lisäinen. Lisäisyys tarkoittaa sitä, että kyseinen päästöjä vähentävä hanke ei olisi toteutunut ilman kompensointiosta syntyvää rahoitusta. Esimerkiksi jotkin tuulivoima-hankkeet eivät välttämättä ole lisäistä, koska tuulivoiman rakentaminen on tänä päivänä jo itsessään kannattavaa toimintaa. Pysyvyys liittyy esimerkiksi siihen, jos tuli tuhoaa metsiin sijoitetut varat ja näin ollen saavutettu ilmastohyöty häviää kirjaimellisesti savuna ilmaan. Päästövähennyksen todellisuus tarkoittaa sitä, että projekti ei ole aiheuttanut päästöjen lisäystä muualla. (Landström 2020.)

Jotta Suomen hallituksen asettamaan hiilineutraalius-tavoitteeseen päästään vuonna 2035, on päästöjä vähennettävä kaikkialla. Siksi onkin tärkeämpää aina ensin vähentää päästöjä ja vasta sitten kompensoida niitä. Mutta koska sellaisiakin päästöjä syntyy, joita ei pysty vähentämään, on kompensointi aina parempi vaihtoehto kuin päästöt ilman kompensointiota.

8 Tutkimusaineiston hankinta

8.1 Benchmarking

Benchmarkingiin valikoitui sellaisia yrityksiä, joilla on pidemmälle viety vastuullisuusohjelma ja joiden tuotevalikoima vastaa Basic-Fashionin valikoimaa. Lähes kaikilla suurilla toimijoilla on nettisivuillaan erilliset osiot vastuullisuudesta, joten haku rajautui kotimaassa toimiviin yrityksiin.

Esimerkkyrityksiä

SOK on asiakkaiden omistama suomalainen vähittäiskauppa, jolla on Suomessa yli 1 800 toimipaikkaa. Markettien ja tavaratalojen tekstiilivalikoima on laaja kodinsisustuksesta pukeutumiseen sisältäen niin omia merkkejä kuin brändejä. Omien merkkien osalta SOK siirtyy käyttämään ainoastaan vastuullisesti tuotettua puuvillaa vuoteen

2025 mennessä. Puuvilla voi tuolloin olla joko GOTS- tai OCS- sertifioitua puuvillaa, GRS- tai RCS-sertifikaatilla varustettua kierrätyspuuvillaa, Reilun kaupan tai Better Cotton Initiative -aloitteen mukaista. Lisäksi turkmenialaisen tai uzbekistanilaisen puuvillan käyttö ei ole sallittua. SOK ei kuitenkaan edellytä tavarantoimittajilta puuvillan alkuperätodistusta. Farkkujen osalta S-ryhmä ei hyväksy hiekkapuhallusmenetelmällä tehtyjä housuja. Puutteellisilla suojarusteilla tehtynä menetelmää pidetään vaarallisenä sen tekijälle. SOK:n nettisivuilla kerrotaan, että tuotteiden alkuperästä kerrotaan mahdollisimman avoimesti ja valmistusmaa kerrotaan tuotteen hoito-ohjeessa tai pakauksessa. SOK on myös julkaissut tehdaslistan oma merkki - tuotteiden oman maahantuonnin osalta. Tehdaslista ei kuitenkaan kerro kuluttajalle, missä juuri hänen ostamansa paita on valmistettu. Toki GOTS- ja muissa sertifioituissa tuotteissa tuotteisiin tulee auditointi-numero, joka kertoo tehtaan nimen. (S-ryhmä a.)

Ilmastoasioissa SOK on kunnianhimoinen. Se aikoo vähentää oman toiminnan ilmastopäästöjä 90 % vuoden 2015 tasosta vuoden 2030 loppuun mennessä. Lisäksi kaikki käytetty sähkö tuotetaan uusiutuvilla energianlähteillä viimeistään vuodesta 2030 lopusta lähtien. SOK on kutsunut myös tavarantoimittajat ilmastotekoihin ja se pyrkii siihen, että sen suurimmat tavarantoimittajat asettavat omat tieteeseen perustuvat päästövähennystavoitteensa vuoden 2023 loppuun mennessä. (S-ryhmä b.)

Lindex on alun perin Ruotsissa perustettu muotialan yritys, jolla on 460 myymälää ympäri Eurooppaa ja sen pääkonttori on Göteborgissa. Vuodesta 2007 lähtien Lindex on ollut osa suomalaista Stockmann-konsernia. Lindex on jo pitkään panostanut vastuulliseen tuotantoon ja se on nostanut yhdeksi keskeisistä teemoistaan naisten voimaantumisen. Sen tavoitteena on edistää sukupuolten välistä tasa-arvoa ja edistää naisten kehopositiivisuutta. Lindexin vuoden 2019 vastuullisuusraportin (Lindex b 2019) mukaan yhtiö on mukana jopa 20 erilaisessa vastuullisuus-aloitteessa tai -hankkeessa. Näistä mainittakoon ainakin Transparency Pledge -hanke, jonka tavoitteena on edistää toimitusketjujen avoimuutta sekä Better Cotton Initiative. Koska hankkeita on niin monta, herää kysymys, kuinka paljon niistä on päällekkäisiä toimintoja ja kuinka paljon niihin jokaiseen on aikaa paneutua.

Lindexin ilmastotoimiin kuuluu olla vuoteen 2025 mennessä ilmastoneutraali oman toiminnan osalta ja vuoteen 2030 mennessä koko arvoketjun hiilidioksidipäästöt vähenevät 50 prosentilla vuoden 2017 lähtötasoon verrattuna. Vuoteen 2025 mennessä kaikki Lindexin käyttämä materiaali on kierrätettyä tai kestävästä lähteistä hankittua. Tässä

lupauksessa ei mainita sitä, tarvitseeko materiaalin olla sertifioitu vai riittääkö esimerkiksi sertifioimaton puuvilla. Lindex haluaa myös vähentää vedenkäyttöä ja se onkin asettanut tavoitteeksi, että vuoteen 2025 mennessä kaikki sen liikeympäristöt, joiden toiminnot vaativat paljon vettä, mittaavat vedenkäyttöään, asettavat vedenkäytölleen vähennystavoitteet ja ottaneet käyttöön jäteveden vähennyksen, uudelleenkäytön sekä kierrätyksen ympäristöjärjestelmissä. (Lindex a.)

Tokmanni mainostaa olevansa Suomen suurin halpakauppaketju lähes 200:lla eri puolella Suomea sijaitsevalla myymälällään (Tokmanni a). Aivan kuten Lindexin sivuilla, myös Tokmannin vastuullisuussivut sisältävät paljon informaatiota. Toisaalta he myös perustelevat valintansa hyvin ja tavalla, joka on helppo myös asiaan perehtymättömän ymmärtää. Myös Tokmanni panostaa toimitusketjun läpinäkyvyyteen ja on julkaissut tehdaslistansa. Listasta ei kuitenkaan käy ilmi, ovatko tehtaat 1-, 2- vai 3-toimitusketjusta, toisin kuin Lindexin listasta. Ympäristöasioissa Tokmanni on liittynyt Science Based Targets -aloitteeseen ja näin ollen sitoutuu rajoittamaan maapallon lämpötilan nousun korkeintaan 1,5 celsiusasteeseen omassa toiminnassaan. Se merkitsee muun muassa oman toiminnan päästöjen vähentämistä 70 %:lla vuoteen 2025 mennessä vuoden 2015 lähtötasoon verrattuna. Lisäksi 80 %:lla Tokmannin tuotteiden ja palveluiden tavarantoimittajista tulee olla tieteeseen perustuvat ilmastotavoitteet vuoteen 2025 mennessä.

8.2 Kysely

Haastattelukysymykset (liite 2) oli laadittu tutkimuksen tekijän toimesta ja ne lähetettiin haastateltaville sähköpostitse saatteen mukana. Haastateltavia oli kolme, mutta vain kaksi heistä vastasi. Kaikille haastateltaville lähetettiin samat kysymykset. Kumpikin vastaaja halusi pysyä anonyyminä, joten haastateltavat on nimetty tässä työssä koodin A ja B. Kaikki haastateltavat edustavat suomalaisia vähittäiskauppoja tai ketjuja, yksi kodintekstiili-puolella ja kaksi vaatepuolella. Kriteereinä oli myös se, että näiden tahojen kanssa Basic-Fashion on tehnyt jo useamman vuoden ajan yhteistyötä. Tein haastateltaville 3 kysymystä sosiaalisesta vastuusta ja 5 kysymystä ympäristö vastuusta. Koitin pitää kysymykset helppoina ja nopeasti vastattavina, jotta mahdollisimman moni haastateltava vastaisi kyselyyn. Kysymysten tarkoitus oli selvittää, mitä kyseiset yritykset odottavat heidän tavarantoimittajiltaan koskien vastuullisuusasioita. Koska Basic-Fashion ei myy suoraan kuluttajille, heidän toiveensa ja ostokäyttäytymisensä eivät tule kovinkaan usein Basic-Fashionin tietoon. Kyselyn avulla oli siis

tarkoitus saada tietoa siitä, miten paljon vastuullisesti tuotettu tavara vaikuttaa kuluttajan ostopäätökseen.

9 Kyselytutkimuksen tulokset

Vastaajat ovat halunneet pysyä nimettöminä, joten ne on tässä koodattu kirjaimin A ja B.

Sosiaalinen vastuu

A:n vastauksista käy ilmi, että heillä myytävien tuotteiden tulee täyttää jonkin sosiaalisen vastuun sertifiointin tai auditointijärjestelmän. Järjestelmiä ei ole haluttu asettaa erilaiseen asemaan ja suosia jotakin tiettyä, sillä vaatimukset ovat suurelta osin samantaisia. Lisäksi eri maissa tietyt järjestelmät tai sertifiointit ovat yleisempiä kuin toiset, jolloin tehtaalla on niin taloudellisesti kuin sosiaalisesti helpompi omaksua vallalla oleva järjestelmä.

Kauppa A kertoo pyrkivänsä kertomaan tuotteen vastuullisuudesta mahdollisimman läpinäkyvästi. Asiakkaita nämä aiheet kiinnostavat yhä enemmän. Osa tiedoista voi olla tuotteen yhteydessä ja lisäksi tekstiilien hoito-ohjeessa tai pakkauksessa on kerrottu valmistavan tehtaalla nimi sekä valmistusmaa.

Kauppa B:lle on tärkeää, että tuotteita valmistavat tehtaalla on auditoitu kolmannen osapuolen toimesta. He eivät kuitenkaan koe välttämättömäksi ilmoittaa kuluttajalle vastuullisuudesta, mutta toki siitä on plussaa. Suuri osa kuluttajista ei heidän mukaansa kiinnitä vastuullisuus-asioihin huomiota.

Kuluttajia kiinnostaa yhä enemmän tuotteiden alkuperä. Se, miten tietoa asiakkaalle kerrotaan, vaihtelee hieman. Kaikkien vastanneiden tuotteen hoito-ohjeessa tai pakkauksessa kerrotaan valmistusmaa. Tehdastieto löytyy yhden haastateltavan tuotteiden hoito-ohjeesta. Digitaalisuuden kehittyminen nostettiin yhdeksi aiheeksi, joka vaikuttaa nyt ja vahvemmin myös tulevaisuudessa siihen, missä tietoa esitetään.

Ympäristövastuu

Kukaan haastateltava ei suosi hankintakriteereissään tavarantoimittajaa, jonka hiilijalanjälki on laskettu. Kauppa A pitää tuotteen hiilijalanjäljen laskemista hyvänä ja tärkeänä asiana ja heidän mielestään on tärkeää pyrkiä vaikuttamaan kestävään kuluttamiseen ja kiertotalouteen asiakkaiden taholla. Miten tämä käytännössä käy ilmi, jää vastauksessa antamatta. Kysymykseen siitä, kuinka todennäköisenä he pitävät sitä, että kuluttaja ostaa tuotteen, jolla on jokin ympäristösertifikaatti, tuotiin vastauksissa esiin raha-asia. Kauppa A kertoo, että kuluttajien välillä on eroa ja osa on siitä valmis maksamaan. Kuitenkin kuluttajat ovat hyvin hintatietoisia ja heidän käytössängä olevat varat vaihtelevat.

Samoilla linjoilla on myös kauppa B. Heidän mukaansa sertifioituja tuotteita halutaan, mutta silti niistä ei olla valmiita maksamaan. Suurin osa kuluttajista ostaa tuotteen edelleen hinta edellä. Kauppa B ei koe vielä tärkeäksi myydä tuotteita, joiden hiilijalanjälki on laskettu. Hiilijalanjäljen kritiikki kohdistuu heidän mukaansa siihen, onko hiilijalanjäljen laskeminen oikein todella mahdollista ja kuinka tulokset ovat vertailtavissa eri toimijoiden välillä.

Tulevaisuus

Kaikki vastaajat uskoivat, että vastuullisuusasiat ovat yhä tärkeämpi kriteeri ostopäätöstä tehdessä ja ne ohjaavat kuluttajien ostokäyttäytymistä. Kiertotalous ja sen mukanaan tuomat ratkaisut korostuvat, samoin kuin vaatteiden kierrätys ja erilaiset kierrätysmateriaalit. Erilaiset palvelut lisääntyvät. Ilmastoasioiden rinnalle nousevat myös vesi-asiat, kuten veden riittävyys ja sen puhtaus. Luonnon monimuotoisuuden vaikutukset raaka-aineiden saatavuuteen ja hintaan nousevat tulevaisuudessa yhä isompaan rooliin.

10 Hiilijalanjälkilaskelman tulokset

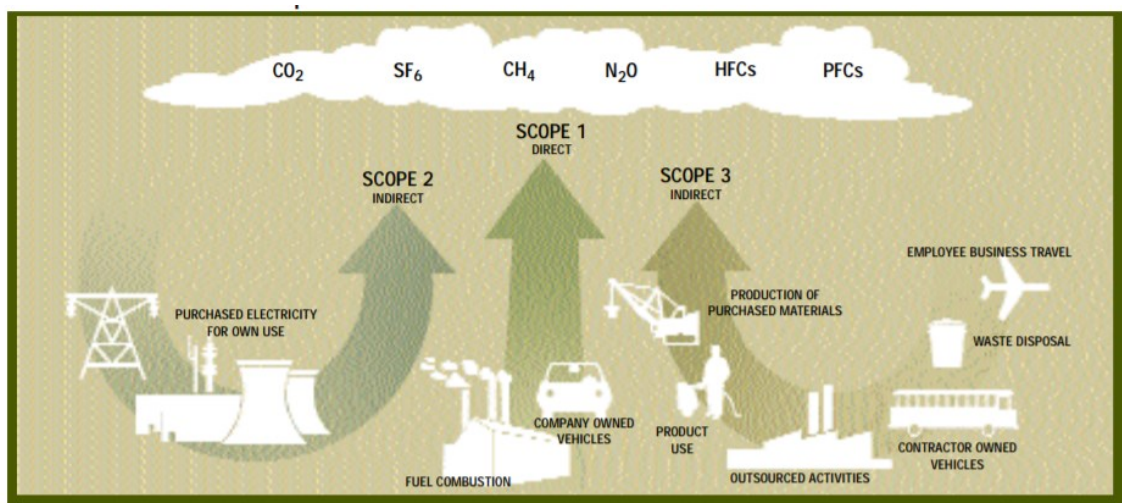
Hiilijalanjäljen laskentaan on olemassa erilaisia maksullisia ja maksuttomia laskureita, jotka painottavat hieman eri asioita. Tutustuin kolmeen erilaiseen laskuriin, Excel-pohjaiseen Ilmastobusiness.fi laskuriin, verkossa olevaan OpenCO2.net laskuriin sekä Suomen ympäristökeskuksen (SYKE) kehittämään Y-hiilari Hiilijalanjälki – laskuriin. Kaksi ensimmäistä perustuvat molemmat Clonet Oy:n kehittämään laskentatyökaluun. Ne

olivat ulkonäöltään selkeimmät, mutta valitsin tähän opinnäytetyöhön SYKE:n Y-hiilarin, sillä se sisältää mielestäni olennaisimmat asiat kohdeyrityksen hiilijalanjäljen laskentaan. Työkalun on luonut vuonna 2013 Anniina Kontiokorpi osana diplomityötään ”Energia ja ilmastotoimenpiteiden käynnistäminen pk-yrityksissä” ja se on päivitetty loppuvuodesta 2019. (SYKE 2020.)

Hiilijalanjäljen laskenta perustuu yleensä Greenhouse Gas (GHG) -protokollan mukaiseen päästölähteiden luokitteluun, joka on seuraava:

- Scope 1 = oman toiminnan suorat päästöt polttoaineiden käytöstä omaan lämmön- tai sähköntuotantoon
- Scope 2 = epäsuorat hankinnan kasvihuonepäästöt, kuten ostoenergian tuotannosta aiheutuvat päästöt
- Scope 3 = muut epäsuorat päästöt, kuten liikematkustus, jätteet, kuljetukset ja jakelu, töihin matkustaminen, ostetut tuotteet ja palvelut siltä osin, kun se tapahtuu Suomessa.

Scope 1 ja scope 2 ovat pakollisia, jotta voidaan puhua hiilijalanjäljen laskennasta. Scope 3:sta otetaan yrityksen kannalta merkittävimmät päästölaskelmat mukaan. Jos jotakin päästölähdettä ei ole tiedossa, sen voi jättää pois, mutta siitä on kerrottava laskelmissa. (Suomen Tekstiili & Muoti ry 2020.)



Kuvio 7. GHG-protokollan mukaisen päästölaskennan kategoriat (Ranganatha et al. 2015.)

Scope 1:en kuuluvia päästöjä Basic-Fashionilla ei ole, sillä yrityksellä ei ole omaa tuotantoa eikä omia ajoneuvoja. Scope 2:en kuuluu toimiston ja varaston ostosähkö. Koska yrityksen käyttämä sähköyhtiö ei kerro omaa päästökerrointa, ostosähkön päästökertoimeksi on valittu taulukon tarjoama keskiarvo Suomessa valmistetulle yleis-sähkölle. Sähkönkulutuksesta aiheutuvat suorat hiilidioksidipäästöt ovat 9297,54 kg CO₂ekv (sininen pylväs) ja sähköntuotannon epäsuorat päästöt ovat 986 kg CO₂ekv (tumman punainen pylväs).

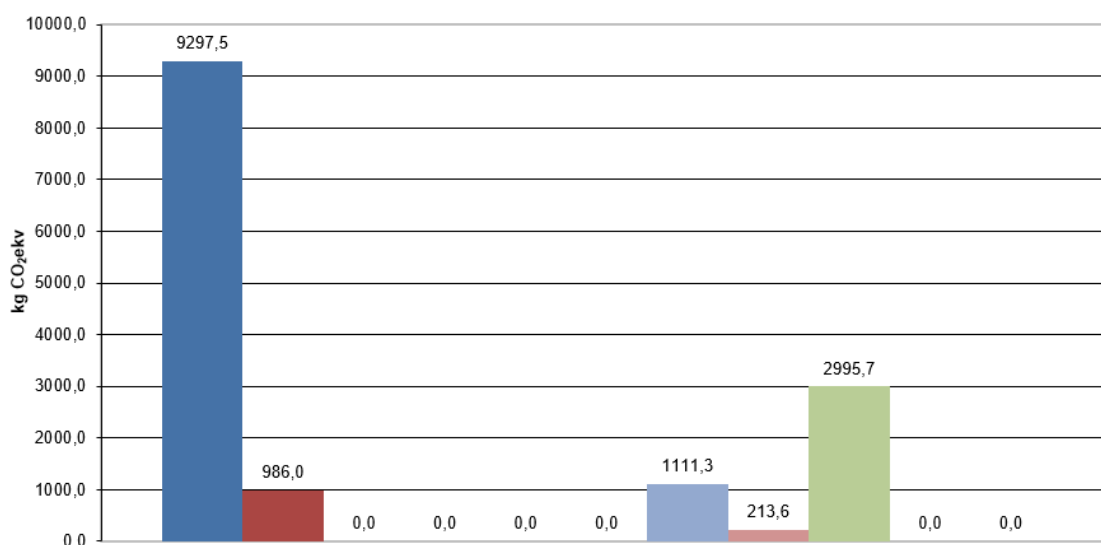
Scope 3:en valitsin kuljetuksista, jätteistä ja liikematkustamisesta aiheutuvat päästöt. Henkilökunnan työmatka-ajoja en laskentaan valinnut, sillä vuosi 2020 oli covid-19 pandemian aiheuttamien sulkutoimenpiteiden ja etätöihin siirtymisen vuoksi poikkeuksellinen. Pandemia vaikutti tietysti myös liikematkustamiseen, sillä matkustus loppui kuin seinään maaliskuusta lähtien. Alkuvuodesta tehtiin lentäen yksi messumatka Frankfurtiin kolmeksi yöksi, Bangladeshiin tuotantomatka kahdeksaksi yöksi, Kööpenhaminaan messumatka kolmeksi yöksi, Tukholmaan yksi päivämatka sekä loppuvuodesta tutustumismatka autolla asiakkaiden myymälöihin. Laskennassa käytetyt Euroopan lentojen kilometrimäärät on otettu Finnairin internetsivuilta löytyvästä päästölaskurista (Finnair) ja Bangladeshiin lennetyn matkan kilometrimäärä on laskettu Google Mapsin etäisyyslaskurilla ja siinä on otettu huomioon Dhakan välilasku. Y-hiilari käyttää samoja päästökertoimia kuin Finnair päästölaskurissaan. Liikematkustamisesta aiheutuvat hiilidioksidipäästöt ovat 2995,7 kg CO₂ekv (vaalean vihreä pylväs).

Kierrätettävät jätteet koostuvat Basic-Fashionin yrityksessä muovista, pahvista, paperista sekä polttoon menevästä sekajätteestä. Jätteiden tyhjennyskerrat on saatu jätteyrityksen laskuista ja painot HSY:n julkaisusta ”Jättemäärien laskenta yrityksessä ja yhteisössä”, jonka mukaan jätteet painavat seuraavasti:

- Sekajäte 600–660 litraa täyden jäteastian paino 50 kg
- Toimistopaperi 240 litraa painaa 80 kg
- Pahvirullakko painaa 50 kg
- Muovipakkaukset 240 litraa painaa 4 kg.

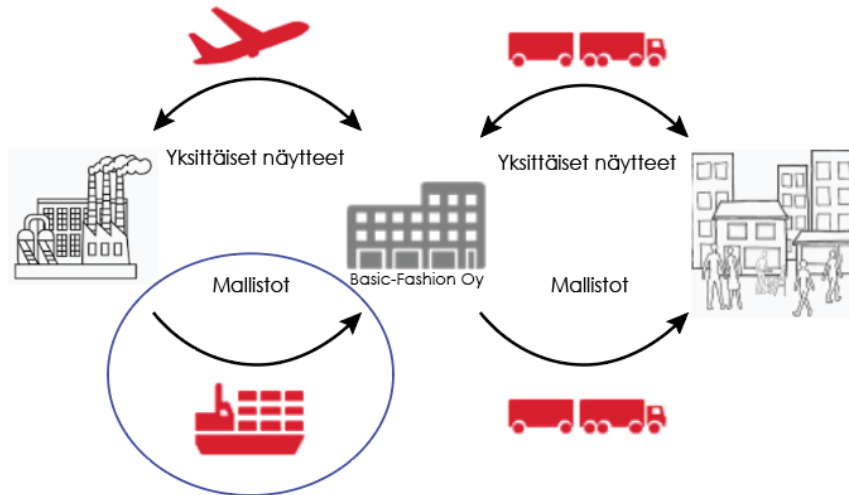
(HSY)

Näiden tietojen pohjalta saatiin tietää, että yrityksen jätehuollosta aiheutuvat hiilidioksidipäästöt ovat yhteensä 1324,90 kg CO₂ekv, josta 111,33 kg CO₂ekv muodostuu jätteiden käsittelystä (vaalean sininen pylväs) ja 213,57 kg CO₂ekv jätteiden kuljetusten päästöistä (vaalean punainen pylväs). Jätteiden kuljetusmatkat kierrätyspaikoille ovat tutkijan itsensä tekemiä keskimääräisiä arvioita. Oikeat kuljetusmatkat tulisi selvittää jäteyhtiöltä. Kun tavarakuljetuksista aiheutuvia päästöjä ei ole laskettu mukaan, hiilidioksidipäästöt näyttävät alla olevan taulukon mukaisilta. Kuten nähdään, sähköntuotannosta epäsuorat päästöt ovat suurimmat.



Kuvio 8. Basic-Fashionin päästölaskelma taulukko ilman kuljetuksista aiheutuvia päästöjä (Satu Savaspuro 2021.)

Kuljetuksista aiheutuvat päästöt olivat kaikkein hankalin laskea. Basic-Fashionin tavaraa jakautuu kahteen osaan, tehtailta tuleviin näytteisiin ja Basic-Fashionilta asiakkaalle lähteviin näytteisiin. Nämä jakaantuvat vielä yksittäisiin näytteisiin ja kokonaisiin tilauksiin. Näytevirtaa on kuvattu alla olevassa kuvassa.

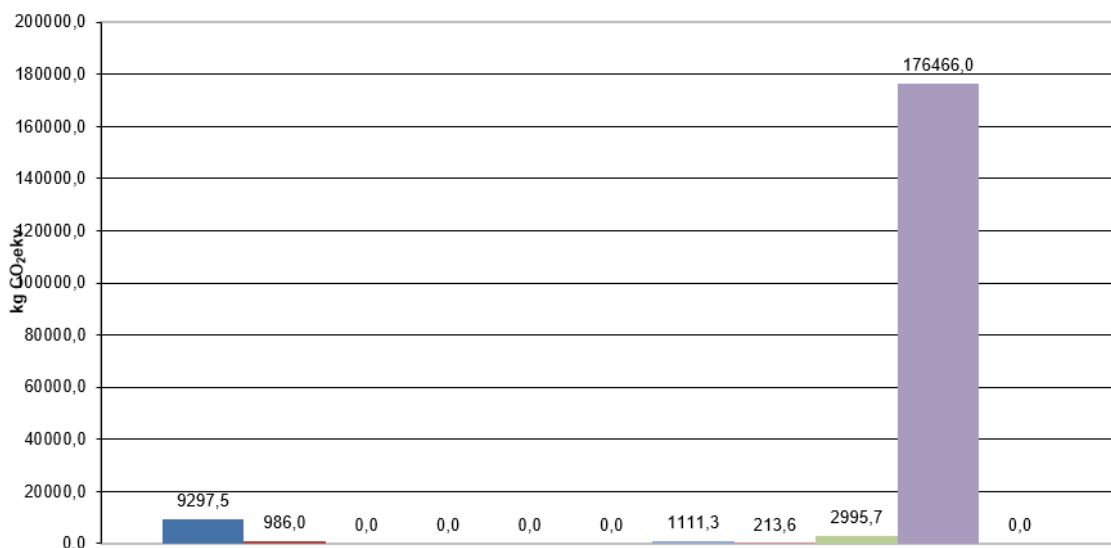


Kuvio 9. Basic-Fashionin tavaravirrat (Satu Savaspuro 2021.)

Yksittäiset näytteet tarkoittavat väritilkkuja, mallinäytteitä tai laatutilkkuja, joita lähetetään puolin ja toisin tehtaalle malliston tekoa varten ja sen aikana. Nämä näytteet kulkevat lentokoneella. Lisäksi asiakkaille lähetetään vastaanäytteitä hyväksyntää varten Postin pakettipalvelulla.

Isot erät eli kuvassa nimetty mallistot-sanalla kulkevat tehtaalta Basic-Fashionille pääsääntöisesti merikuljetuksilla. Lentorahtia käytetään vain silloin, jos tuotannossa on tapahtunut jotain odottamatonta eikä tuotteet muuten ehtisi ajoissa asiakkaalle. Kontit tulevat Basic-Fashionin varastolle missä ne puretaan, lajitellaan ja lähetetään edelleen asiakkaalle rekkakuljetuksella.

Ehdottomasti suurimmat volyymit liikkuvat merikuljetuksissa ja siksi valitsin tähän työhön niiden päästöjen laskemisen (ympyröity kuviossa 9. sinisellä). Basic-Fashion käyttää muutamaa eri kuljetusyriytystä, joista valitsin laskentaan kaksi suurinta yhteistyöyriytystä. Kuljetusyriytysten antamista raporteista merirahtien hiilidioksidipäästöiksi saatiin yhteensä 176 466 kg CO₂ekv. Kun kuljetusten aiheuttamat päästöt lisätään taulukkoon (lila pylväs), näyttää se tältä:



Kuvio 10. Basic-Fashionin päästölaskelma taulukko kuljetusten kanssa (Satu Savaspuro 2021.)

Kuten kuvasta huomataan, on kuljetuksista aiheutuvat päästöt ylivoimaisesti suurimmat. Kun tähän lisätään vielä yksittäisistä näytteistä aiheutuvat päästöt sekä rekkakuljetuksista aiheutuvat päästöt, on luku vieläkin isompi.

Sähkönkulutuksesta, jätteistä, liikematkustamisesta sekä tuotteiden kuljetuksista syntyvät kokonaispäästöt ovat siten 191,1 t CO₂ekv.

Hiilijalanjälki muodostuu alla olevista kokonaisuuksista	kg CO ₂ ekv	
Vuotuiset sähkönkulutuksen aiheuttamat suorat kasvihuonekaasupäästöt Scope 2	9297,5	kg CO ₂ ekv
Sähkötuotannon epäsuorat päästöt Scope 3	986,0	kg CO ₂ ekv
Vuotuinen fossiilisen lämpöenergian kulutuksen aiheuttama kasvihuonekaasupäästö Scope 1	0,0	kg CO ₂ ekv
Vuotuinen fossiilisen lämpöenergian kulutuksen aiheuttama kasvihuonekaasupäästö Scope 2	0,0	kg CO ₂ ekv
Hiilineutraalien lämmityspolttoaineiden aiheuttama N ₂ O- ja CH ₄ -päästö Scope 1	0,0	kg CO ₂ ekv
Hiilineutraalien lämmityspolttoaineiden aiheuttama N ₂ O- ja CH ₄ -päästö Scope 2	0,0	kg CO ₂ ekv
Jätteiden käsittelystä (ei kuljetukset) aiheutuva kasvihuonekaasupäästö Scope 3	1111,3	kg CO ₂ ekv
Jätehuollon kuljetusten päästöt Scope 3	213,6	kg CO ₂ ekv
Liikematkustamisesta aiheutuva kasvihuonekaasupäästö Scope 3	2995,7	kg CO ₂ ekv
Tuotteiden ja raaka-aineiden kuljetuksista aiheutuva kasvihuonekaasupäästö Scope 3	176466,0	kg CO ₂ ekv
Tuotteiden ja raaka-aineiden kuljetusten polttoaineiden valmistuksen kasvihuonekaasupäästöt Scope 3	0,0	kg CO ₂ ekv
Hiilijalanjälki kokonaisuudessaan	191070,2	kg CO₂ekv
	191,1	t CO₂ekv

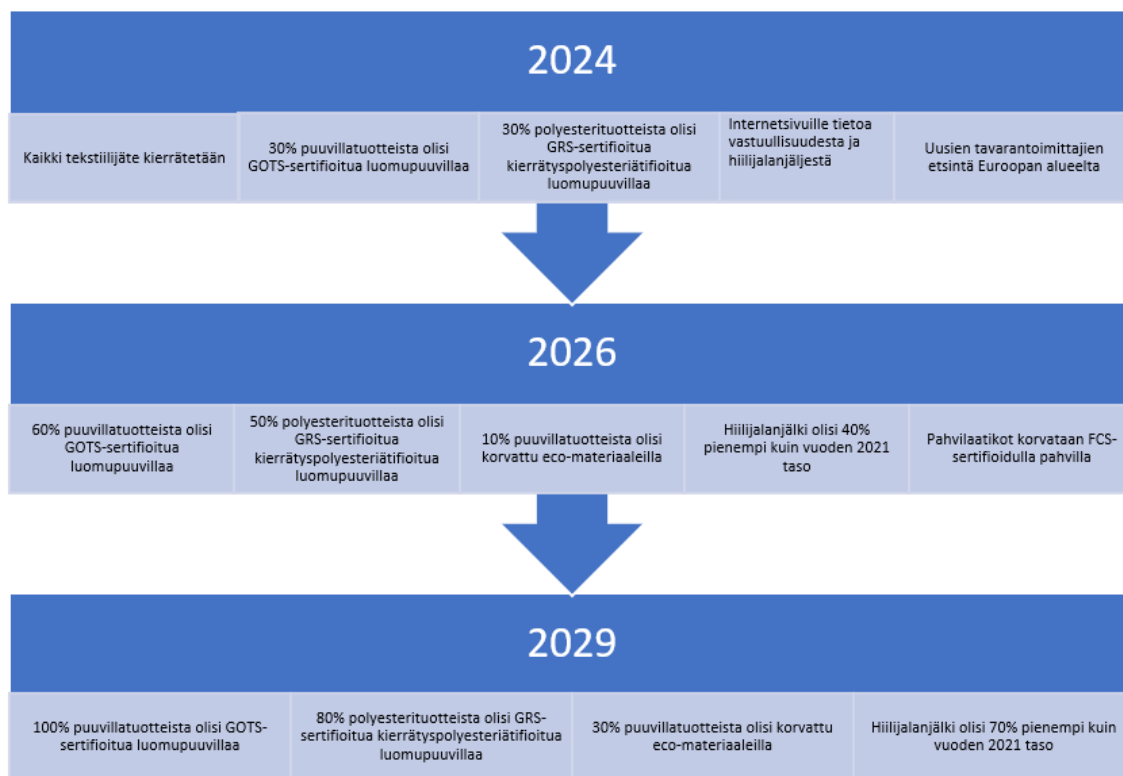
Kuvio 11. Basic-Fashionin hiilijalanjälki kokonaisuudessaan (Satu Savaspuro 2021.)

11 Johtopäätökset

Tässä luvussa esitetään ideoita ja kehitysehdotuksia Basic-Fashionille, jotta se pystyy kehittämään omaa vastuullista toimintaansa eteenpäin. Ehdotukset perustuvat edellä esitettyihin tuloksiin.

11.1 Toimenpide-ehdotukset

Yrityksen tämänhetkinen vastuullisuustaso ei ole aivan huono, mutta se ei missään nimessä tule tulevaisuudessa riittämään. Yrityksellä ei ole riittävää ja pitkäjänteistä suunnitelmaa siitä, miten vastuullisuutta jatkossa kehitetään. Lisäksi mitään ohjeistusta vastuulliseen ostamiseen, suunnitteluun tai viestintää varten ei ole. Toki yrityksessä käytetään tuttuja toimittajia, joiden työtavat ja työnjälki tunnetaan ja mikä on myös sosiaalisesti vastuullisempaa toimintaa kuin toimittajien vaihtaminen uuteen aina yhden ongelman esiintyessä. Alla olevaan taulukkoon on listattu kehitysehdotuksia 3-, 5-, ja 8 vuoden päähän vuodesta 2021.



Taulukko 2. Kehitys-ehdotukset Basic-Fashion Oy:lle (Satu Savaspuro 2021.)

Raaka-aineet

Kiertotaloutta tulisi ajatella jo tuotteiden suunnittelupöydältä ja ostosta lähtien. Tuote tulisi suunnitella kestävämpään aikaan, muuttuvista trendeistä huolimatta. Tekstiilin laatu, kierrätysmateriaalien käyttö ja tuotteen kierrätettävyyden pitäisi nostaa suunnittelun ja oston keskiöön, jotta arvokkaat ja yhä rajallisemmat raaka-aineet saadaan pidettyä kierrossa mahdollisimman pitkään.

Perinteisin menetelmin tuotetusta puuvillasta tulisi luopua asteittain ja ottaa sen tilalle sertifioitu luomupuuvilla. Muutos voisi tapahtua asteittain: esimerkiksi 3 vuoden päästä eli vuonna 2024 30 % tuotannosta olisi luomupuuvillaa, 5 vuoden päästä eli vuonna 2026 60 % ja vuonna 2029 päästä kaikki puuvilla olisi sertifioitua luomupuuvillaa. Tämän tulisi olla suhteellisen helppo toteuttaa, sillä Basic-Fashion on hakemassa itselleen GOTS-sertifiointia keväällä 2021. Ainoa haaste tulee olemaan se, ovatko yrityksen omat asiakkaat valmiita maksamaan sertifioidusta puuvillatuotteesta hieman enemmän. Luomupuuvillan rinnalle voisi tuoda myös kierrätyspuuvillan.

Kuten luvussa 4.1 todetaan, myös luomupuuvillan viljely kuluttaa väheneviä vesivaroja. Se ei ole myöskään pitkällä tähtäimellä ekologisesti paras vaihtoehto tehottoman satonsa vuoksi. Siksi puuvillan käyttöä tulisi ylipäätään vähentää ja etsiä sen tilalle korvaavia materiaaleja. Taulukossa tämä on ilmaistu sanalla eco-materiaali ja tarkoitan sillä juuri näitä puuvillan korvaavia materiaaleja. Tällainen voisi olla esimerkiksi Lyoncell tai uudet bio- ja selluloosapohjaiset materiaalit, kuten Infinna tai Ioncell.

Polyesterin käyttö tulisi korvata kierrätetyllä polyesterillä. Basic-Fashion on hakemassa GOTS:in lisäksi myös GRS-sertifiointia, joten siltä osin siirtyminen kierrätettyyn polyesteriin ei tule olemaan ongelma. Yrityksellä ei kuitenkaan ole vielä kokemusta kierrätetyn polyesterin käytöstä ja sen laadusta, joten siksi vähittäinen siirtyminen kierrätyspolyesteriin voisi tapahtua hieman hitaammin. Materiaalin laatu ei saisi heiketä siirryttäessä kierrätettyyn materiaaliin. Kuten jo aiemmin tutkimuksessa todettiin, synteettisten kuitujen kierrätys uudeksi kuiduksi ei kuitenkaan heikennä kuidun laatua toisin kuin puuvillan kierrätyksessä usein tapahtuu, joten tämän valossa kierrätettyyn polyesteriin siirtyminen olisi turvallista.

Ilmasto

Basic-Fashionin hiilijalanjälki kokonaisuudessaan vuonna 2020 oli 191,1 t CO₂ekv. Tämä vastaa 653,6 henkilön edestakaista lentomatkaa Müncheniin (OpenCO2.net). Vertailun vuoksi keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki on Sitran teettämän mittauksen mukaan 10,3 t CO₂ekv kuten jo aiemmin tässä kirjoituksessa mainittiin (Sitra 2018).

Hiilijalanjäljen vähentäminen on esitelty taulukossa asteittain. Tämän arvioiminen on kuitenkin kaikkein vaikeinta kokemuksen puutteen vuoksi mutta myös siksi, että laskelmat on tällä hetkellä tehty edelliseen toimisto- ja varastotilaan. Basic-Fashion muutti uusiin tiloihin alkuvuonna 2021, joten jos uudet laskelmat tehdään, ne tehdään eri toimitalaan. Uudet tilat ovat vuokratilat, joten mahdollisuudet esimerkiksi sähkösopimuksen vaihtamiseen ovat rajalliset. Toisaalta kuljetuksesta aiheutuvat päästöt eivät juuri-kaan muutu ja kuten tuloksista nähtiin, ne aiheuttavat suurimmat kasvihuonepäästöt. Lisäksi arviointiin vaikuttaa koronapandemia. Vuonna 2020 alkuvuodesta yritys teki vielä muutamia lentomatkoja, mutta vuonna 2021 niitä ei tulla todennäköisesti tekemään yhtään. Jää nähtäväksi, miten tilanne muuttuu, kun koronapandemia on vihdoin ohi. Todennäköisesti lentäminen vähenee, sillä kuluva vuosi osoitti, että ilmankin pärjää. Kuljetukset aiheuttavat suurimmat päästöt, joten niiden tarkasteleminen ja

mahdollisuuksien mukaan vaihtaminen vähäpäästöisempään kuljetusmuotoon tulisi tehdä. Ainakin lentorahdit tulisi lopettaa kokonaan jo niiden kalliin hinnankin vuoksi. Lentorahteja ei yleensä käytetä, ellei tuotannossa ole tapahtunut jotakin odottamatonta eivätkä tuotteet muuten ehtisi ajoissa perille.

Viestintä

Yrityksen harjoittaman vastuullisuuspolitiikan tulisi myös näkyä ulospäin enemmän. Tällä hetkellä internetsivuilla ei lue asiasta mitään, mikä ei tänä päivänä anna yrityksestä kovin hyvää kuvaa. Internet-sivuilla tulisi kertoa avoimesti yrityksen arvoista, tähän asti tekemistä valinnoista vastuullisuuden parissa sekä tulevaisuuden tavoitteista. Vuosittaista vastuullisuusraporttia en suosittele, sillä sen tekemiseen ja raportointiin menee suhteettoman kauan aikaa yrityksen resursseihin nähden. Yritys voi kertoa vastuullisuudesta myös tiivistetysti, kunhan tiedot ovat läpinäkyvästi ja huolellisesti tehty. Sivulla voisi myös kertoa keskeisimmistä tuotantopaikoista tai harkita tehdaslistan julkaisemista. Tällä hetkellä kaikissa Basic-Fashionin hoito-ohjeissa lukee valmistusmaa, mutta voisi harkita niihin laitettavan myös tehtaan nimen. Myös hiilijalanjälki tulisi julkaista ja kertoa, miten ja millä aikataululla sen eteneminen tapahtuisi.

Muuta

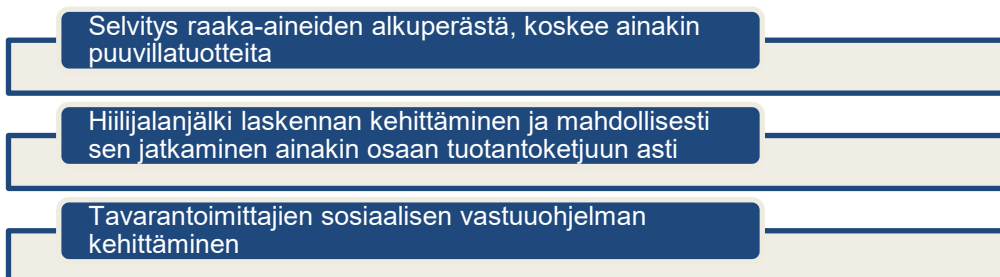
Yrityksen käyttämät pahvilaatikot tulisi vaihtaa FSC-sertifioituun pahviin. Forest Stewardship Council (FCS) on kansainvälinen metsäsertifiointijärjestelmä, joka takaa, että metsää hoidetaan vastuullisesti. (UPM Metsä.)

Tavarantoimittajia voisi mahdollisuuksien mukaan alkaa etsiä lähempää Suomea, kuten esimerkiksi Baltian maista tai EU-maista. Tällä hetkellä kaikki tuotanto tapahtuu muutamaa tehdasta lukuun ottamatta alueilla, jotka on luokiteltu riskimaiksi. Tavarantoimittajien edes pienimuotoinen siirto lähemmäs hajauttaisi maantieteellistä riskiä ja pienentäisi tuotteen hiilijalanjälkeä lyhyemmällä kuljetuspäästöillä.

11.2 Jatkotutkimusehdotukset

Jotta Basic-Fashion siirtyisi eteenpäin vastuullisuudessa, tulisi seuraavaksi kehittää seuraavia toimia. Nämä asiat eivät kuulu tämän tutkimuksen tutkimusalueeseen, mutta

ovat oleellisia onnistuneessa vastuullisuusasiassa.



12 Pohdintaa

Tässä tutkimustyön viimeisessä osiossa pohditaan sitä, miten tutkimus onnistui, mitkä asiat menivät hyvin ja missä asioissa olisi toivomisen varaan. Lisäksi arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta.

Tutkimuksen aihe on tällä hetkellä todella ajankohtainen. Moni yritys kamppailee vastuullisuusasioiden parissa, jotkut ihailtavan hyvin, riskejä ottaen ja edelläkävijän maინetta kantaen, toiset taas takellessa ja vastuuta välttämällä. Mielipiteitä ja näkökulmia on moneen lähtöön ja eilen varmana pidetty asia voi muuttua seuraavana päivänä hyödyttömäksi. Tiedon lisääntyessä ja kuluttajien valvettuneisuuden kasvaessa onkin erittäin tärkeää tehdä asiat huolellisesti ja mahdollisimman läpinäkyvästi. Maailma on muuttunut viimeisten vuosien aikana rajusti eivätkä vielä viisi vuotta sitten tehdyt toimet enää tänä päivänä riitä. Sekin aiheuttaa päänvaivaa, mihin asiaan yrityksen kannattaisi keskittyä: keskittykö ihmisoikeusasioihin, merten roskaantumiseen, luonnon monimuotoisuuden, hiilidioksidipäästöihin, kierrätykseen vai kaikkeen tähän. Tätä tutkimustyötä tehdessä oma näkemys ei välttämättä kovin paljon selkeytynyt. Ilmastotutkimuksen kasvaessa ei asiaa auta se tosiasia, että vaikka tekisi kaikkensa, ei tuloksia synny hetkessä. Ilmasto jatkaa lämpenemistään, vaikka Basic-Fashion lopettaisi kaikki lentomatkatukset tai kompensoisi kaikki päästönsä. Mutta jotakin on tehtävä ja oma korsi on kannettava kekkoon.

Lähdeaineiston puuttumiseen tämä työ ei ainakaan jäänyt. Aiheen ajankohtaisuuden takia uutisia, artikkeleita, julkaisuja, opinnäytetyitä, kirjallisuutta ja webinaareja löytyi niin paljon, että materiaalin rajaaminen aiheutti jo ongelman. Pyrin käyttämään pääasiassa vain uusia lähteitä, etenkin ilmastoasioissa, koska tietoa tulee koko ajan lisää. Lisäksi rajasin kaiken sellaisen aineiston pois, joissa ei ollut mainittu siinä käytettyjä lähteitä. Etenkin internetlähteissä ei usein löydy lähteitä, jolloin tiedon todennettavuutta on vaikea tarkastaa. Jokaisella tuntuu olevan paljon mielipiteitä ja ”varmaa tietoa”, mutta tiedon todennettavuus puuttuu.

Aihe on lisäksi niin monimutkainen ja monisyinen, että oikeaa totuutta oli vaikea muodostaa. Tämä johti siihen, että lopputulokseen oli vaikea päästä. Tarvittaisiin vielä toinen tai kolmas opinnäytetyö, jotta jonkinlaiseen varmuuteen olisi päässyt, jos silloinkin. Lisäksi takaraivossa oli koko ajan ajatus siitä, että nyt tehdyt kehitysehdotelmät saattavat olla vanhentuneita jo vuoden päästä. Tämä ajatus tekeekin nöyräksi koko aiheen suhteen ja tekee todeksi sen, että suunnitelmia ja omia ajatuksia on oltava valmis muuttamaan sitä mukaan, kun uutta tietoa ja parempia toimintasuunnitelmia aiheesta kertyy. Kaikkein paras kehitysehdotus lieneekin se, että asioista on oltava koko ajan perillä. On seurattava mitä alalla tapahtuu, reagoitava nopeasti mutta ei hätiköiden ja haisteltava, mitä tulevaisuudessa tulee tapahtumaan.

Opinnäytetyön parasta antia oli hiilijalanjäljen laskenta. Siinä tuli uutta tietoa niin tutkimustyön tekijälle itselleen kuin myös Basic-Fashionille. Vaikka tulos sinänsä ei tullut yläläytyksenä, antoi se valmiudet hiilijalanjäljen laskennan kehittämiseksi jatkossa parempaan ja luotettavampaan suuntaan. Jotta hiilijalanjäljestä tulee totuudenmukaisempi, tulee siihen ottaa mukaan kaikki eri kuljetusmuodot. En usko, että hiilijalanjäljen laskentaa olisi yrityksessä ryhdytty tekemään ilman tätä tutkimustyötä ainakaan tässä vaiheessa. Nyt kun se on aloitettu, on sitä helppo kehittää eteenpäin ja onkin mielenkiintoista nähdä, tuleeko hiilijalanjälki pienenemään. Todellinen haaste tulee olemaan, jos ja kun hiilijalanjälkeä joskus ruvetaan laskemaan koko tuotantoketjulle. Mutta tämän tutkimustyön jälkeen siihenkin on hieman helpompi ryhtyä.

Sosiaalisen vastuun osioon olisin kaivannut lisää kriittisyyttä ja uusien toimintamallien kehittämistä, mikä nyt jäi ajan puutteen vuoksi vähälle. Basic-Fashion on ollut BSCI:n jäsen jo vuodesta 2012 ja tärkeimmät tavarantoimittajat ovat pysyneet samoina jo useiden vuosien ajan, joten heidän toimintatapansa yritys tuntee jo aika hyvin. Mutta yritys on mielestäni jäänyt sosiaalisen vastuun saralla, jos ei nyt jälkeen, niin ainakaan

edistystä ole juuri tapahtunut. Kuten luvussa 3.2.1 todettiin, BSCI järjestelmässäkin on heikkoutensa. Suurimpana heikkoutena Basic-Fashionin osalta pidän sitä, että toimittajien arvosana ei juurikaan parane vuosien saatossa. Se pistääkin miettimään, ovatko BSCI-auditoinnit tavarantoimittajille vain pakollinen toimenpide, joka pitää hoitaa alta pois mahdollisimman pienillä teoilla ja resursseilla - eli onko auditoinneista suoriutuminen vain ulkoista painetta, jolloin asioiden sisäistäminen jää vajaaksi eikä niitä viedä eteenpäin yrityksen toimintakulttuuriin. Tähän olisin halunnut saada opinnäytetyön edessä lisää tietoa ja sitä kautta parempia toimintamalleja Basic-Fashionin käyttöön.

Luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä tulisi arvioida jollakin keinoin ja yksi keino on tarkastella sitä käsitteiden "validiteetti" ja "reliabiliteetti" avulla. Validiteetilla eli pätevyydellä arvioidaan sitä, tutkittiinko tutkimuksessa oikeita asioita. Reliabiliteetilla viitataan taas tutkimuksen tarkkuuteen, täsmällisyyteen ja johdonmukaisuuteen eli päästäisiinkö samoihin tuloksiin, jos tutkimus tehtäisiin uudestaan. Luotettavuus korostuu etenkin laadullisen tutkimuksen aikana siten, miten tutkimusaineistoa on hankittu, miten aineistoa on analysoitu ja tulkittu sekä raportoinnissa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997.)

Todellisuudessa tutkimusmenetelmät eivät aina vastaa sitä, mitä tutkija kuvittelee tutkivansa. Hirsjärvi ym. (1997) nostavat esimerkiksi kyselylomakkeiden kysymykset, jotka vastaajat ovat saattaneet käsittää eri tavalla kuin tutkija on ajatellut. Ja jos tutkija käsittelee saatuja tuloksia oman tulkintansa mukaan, kuten odotettavissa on, ei tuloksia voida pitää tosina ja pätevinä. Tässä työssä lähetettiin kolme kyselylomaketta. Yritin muotoilla kysymykset mahdollisimman selkeiksi ja ytimekkäiksi, jotta tulkinnanvaraa ei syntyisi. Mahdollisia haasteita voi syntyä siitä, että haastateltavat yritykset ovat eri tasolla vastuullisuustyössään. Vastuullisuustyötä aloittelevalle saattaa vastuullisuudeksi riittää esimerkiksi pelkkä BSCI-jäsenyys, mutta pitkälle edenneelle yritykselle se on minimitaso.

Tutkimuksessa käytettiin muutamaa eri menetelmää, jolloin aineistoa saatiin useammasta näkökulmasta. Haastatteluja olisi voinut tehdä vielä lisää ja ulottaa niitä esimerkiksi vastuullisuus- ja ilmastoasiantuntijoihin tai tavarantoimittajiin, mikä olisi ollut mielenkiintoista. Toisaalta mitä enemmän näkökulmia, sen suurempi työstä olisi tullut. Tutkimustulokset perustuvat teoriapohjaan ja hankittuun tietoon. Kuten jo aiemmin todettiin, vastuullisuudesta löytyy niin paljon tietoa ja tutkimuksia, että teoriapohjan olisi

voinut muodostaa hyvin erilaisista lähteistä. Tällöin tutkija olisi saattanut päätyä toisenlaisiin tuloksiin. Toisaalta yritin valita mahdollisimman uusia lähteitä monipuolisesti, että uskon samantyyppisiin tuloksiin päätyvän, jos kuka tahansa tekisi saman tutkimuksen samoja lähteitä käyttäen.

Lähteet

- Amfori, A. 2014, *UN Guiding Principles and BSCI's Code of Conduct* [Homepage of Foreign Trade Association], [Online]. Available: <<https://search.datacite.org/works/10.5167/UZH-106854>>. (luettu 8.5.2020)
- Amfori, B, *Our Members*. Available: <<https://www.amfori.org/content/our-members>>. (luettu 8.5.2020)
- Amfori, C, *Environmental Performance Areas*. Available: <<https://www.amfori.org/content/11-environmental-performance-areas>>. (luettu 8.5.2020)
- Basic-Fashion Oy. Available; <<http://basicfashion.fi/>>. (luettu 8.5.2020)
- Dufva, M. 2020, "Megatrendit 2020", *Sitra*.
- Fashion Industry Charter for Climate Action 2018, *United Nations*. Available: <<https://unfccc.int/climate-action/sectoral-engagement/global-climate-action-in-fashion/about-the-fashion-industry-charter-for-climate-action>>. (luettu 5.6.2020)
- Finlex, *Kuluttajaturvallisuuslaki 920/2011*. Available: <<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110920>>. (luettu 8.5.2020)
- Finnair, *Finnairin päästölaskuri*. Available: <<https://www.finnair.com/fi/fi/emissions-calculator>>. (luettu 24.3.2021)
- Finnwatch 2016, Apr 26,-last update, *Kaalimaan vartijat, Näkökulmia työelämän oikeuksia tarkastelevien sertifiointi- ja auditointijärjestelmien laatuun*. Available: <https://finnwatch.org/images/pdf/KaalimaanVartijat_web.pdf>. (luettu 7.8.2020)
- Friedlingstein, P., Jones, M.W., O'Sullivan, M. & etc. 2019, Dec 04,-last update, *Global Carbon Budget 2019*. Available: <<https://essd.copernicus.org/articles/11/1783/2019/>>. (luettu 5.2.2021)
- Hallitusohjelma 2019, 3.1 *Hiilineutraali ja luonnon monimuotoisuuden turvaava Suomi*. Available: <<https://valtioneuvosto.fi/marinin-hallitus/hallitusohjelma/hiilineutraali-ja-luonnon-monimuotoisuuden-turvaava-suomi>>. (luettu 5.2.2021)
- Heikkilä, P. 2020, Apr 27,-last update, *Tekstiilien kierrätysmenetelmät, Telaketju*. Available: <<https://telaketju.turkuamk.fi/tietoiskut/tekstiilien-kierratysmenetelmat/>>. (luettu 13.3.2021)
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997, *Tutki ja kirjoita*, 2004th edn, Tammi, Helsinki.
- HSY "Jättemäärien laskenta yrityksessä ja yhteisössä - jättemäärien raportointia varten", *Helsingin seudun ympäristöpalvelut -kuntayhtymä*.

- Ihmisoikeuskeskus 2014, *Ihmisoikeudet yritystoiminnassa, Helsinki*. Available: <https://www.ihmisoikeuskeskus.fi/@Bin/1341478/ihmisoikeudet_yritystoim_FL-NAL.pdf>. (luettu 13.6.2020)
- Ilmastolaki, 6. 2015, May 22,-last update, *Ilmastolaki 609/2015*. Available: <<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/20150609>>. (luettu 26.2.2021)
- IPCC 2018, Oct 8,-last update, *Global Warming of 1.5 °C*. Available: <<https://www.ipcc.ch/sr15/>>. (luettu 26.2.2021)
- Kamaja, M., Mikkonen, H. & Mäki, S. 2020, "Hiilineutraali tekstiiliala -tiekartta".
- Kamppuri, T., Heikkilä, P., Pitkänen, M., Saarimäki, E., Cura, K., Zitting, J., Knuutila, H. & Mäkiö, I. 2019, "Tekstiilimateriaalien soveltuvuus kierrätykseen", *VTT Technical Research Centre of Finland*.
- Laaksonen, N. 2019, May 4,-last update, *Benchmarking oppimisprosessina*. Available: <<https://essee pankki.proakatemia.fi/benchmarking-oppimisprosessina/>>. (luettu 30.11.2020)
- Landström, M. 2020, *Onko päästöjen kompensointi rahastusta?*
- Les Pyy, O. 2021, March 11, EDIT-last update, *Mitä on tekstiilijäte?* Available: <<https://ouilespyy.com/mita-on-tekstiilijate/>>. (luettu 13.3.2021)
- Lindex a, *Kestävä kehitys -Lupauksemme tuleville sukupolville -Maapallon kunnioittaminen*. Available: <<https://about.lindex.com/fi/kestava-kehitys/lupauksemme-tuleville-sukupolville/maapallon-kunnioittaminen/>>. (luettu 26.2.2021)
- Lindex b 2019, "Lindex sustainability report 2019". (luettu 26.2.2021)
- Lounais-Suomen Jätehuolto 2021, *Kohti poistotekstiilin jalostuslaitosta*. Available: <<https://indd.adobe.com/view/96f0f95b-3a49-4ad6-a8c1-bdc641d253ff>>. (luettu 19.3.2021)
- Luostarinen, J. 2020, *Tekstiiliyrityksen hankinnan ja tuotannon vastuullisuustutkimus - Case: Lasessor Oy*, Metropolia Ammattikorkeakoulu.
- Mäki, S. & Ruokamo, A. "Tekstiili- ja muotialan kansainvälisen liiketoiminnan opas".
- Mares, R. 2011, *The UN Guiding Principles on Business and Human Rights* [Homepage of Brill | Nijhoff], [Online]. Available: <https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_en.pdf>. (luettu 13.6.2020)
- Nurmi, A. 2021, Feb 22,-last update, *Materiaaliopas*. Available: <<https://www.annii-nanurmi.fi/materiaaliopas/>>. (luettu 19.3.2021)
- OpenCO2.net, *CO2-muunnin*. Available: <<https://www.openco2.net/fi/co2-muunnin>>. (luettu 24.3.2021)
- Pure Waste, *Pure Waste maailma - prosessi*. Available: <<https://www.purewaste.com/fi/purewaste-maailma/tuotanto/prosessi>>. (luettu 13.3.2021)

Ranganatha, J., Corbier, L., Bhatia, P., Schmitz, S., Gage, P. & Oren, K. 2015, "The Greenhouse Gas Protocol - A Corporate Accounting and Reporting Standard".

SA8000 Standard, *SA8000 Standard*. Available: <<https://sa-intl.org/programs/sa8000/>>. (luettu 7.11.2020)

Sihvonen, A. 2019, *Kierrätyskangasmateriaalien hyödyntäminen miesten mallistossa*, Metropolia Ammattikorkeakoulu.

Sitra 2018, Feb 15,-last update, *Keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki*. Available: <<https://www.sitra.fi/artikkelit/keskivertosuomalaisen-hiilijalanjalki/>>. (luettu 19.2.2021)

Sjöstedt, T. 2018, Jun, -last update, *Mitä nämä käsitteet tarkoittavat?* Available: <<https://www.sitra.fi/artikkelit/mita-nama-kasitteet-tarchoittavat/>>. (luettu 19.2.2021)

S-ryhmä a, *Vastuullisuusohjelma*. Available: <<https://s-ryhma.fi/vastuullisuus/vastuullisuusohjelma>> [2021, Feb 28,]. (luettu 26.2.2021)

S-ryhmä b, *Vastuullisuusohjelma*. Available: <<https://s-ryhma.fi/vastuullisuus/ilmasto>> [2021, Feb 28,]. (luettu 26.2.2021)

Suomen Tekstiili & Muoti ry 2020, *Hiilijalanjäljen laskenta -koulutus*.

Suomen tekstiili ja muoti 2016, "Vastuullisuuskäsikirja".

SYKE 2020, *Suomen Ympäristökeskus - Y-hiilari*. Available: <https://www.syke.fi/fi-FI/Tutkimus_kehittaminen/Kulutus_ja_tuotanto/Laskurit/YHiilari>. (luettu 26.2.2021)

Textile Exchange a, *Organic Content Standard (OCS)*. Available: <<https://textileexchange.org/standards/organic-content-standard/>>. (luettu 19.3.2021)

Textile Exchange b, *Recycled Claim Standard (RCS) + Global Recycled Standard (GRS)*. Available: <<https://textileexchange.org/standards/recycled-claim-standard-global-recycled-standard/>>. (luettu 19.3.2021)

The Fashion Pact 2019. Available: <<https://thefashionpact.org/?lang=en>>. (luettu 26.2.2021)

The Swedish Textile Initiative for Climate Action 2018. Available: <<https://www.sustainablefashionacademy.org/STICA>>. (luettu 26.2.2021)

Tilastokeskus 2020, May 28,-last update, *Kasvihuonekaasut*. Available: <http://tilastokeskus.fi/til/khki/2019/khki_2019_2020-05-28_tie_001_fi.html>. (luettu 19.2.2021)

Tokmanni a, *Tokmanni - Vastuullisuus*. Available: <<https://ir.tokmanni.fi/fi/vastuullisuus>>. (luettu 26.2.2021)

Tukes, *Vaatimukset tekstiileille*. Available: <<https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/yleiset-kulutustavarat/tekstiilit>> [2020, Jun 5,]. (luettu 13.6.2021)

Työ- ja elinkeinoministeriö 2017, *Opas OECD:n toiminta-ohjeisiin monikansallisille yrityksille*. Available: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80005/TEM_opaat_1_2017_Opas_OECDn_toimintaohjeisiin_monikansallisille_yrityksille.pdf?sequence=1>. (luettu 13.6.2020)

UNECE 2018, Mar 01, -last update, *Fashion is an environmental and social emergency, but can also drive progress towards the Sustainable Development Goals*. Available: <<https://unece.org/forestry/news/fashion-environmental-and-social-emergency-can-also-drive-progress-towards>>. (luettu 13.6.2020)

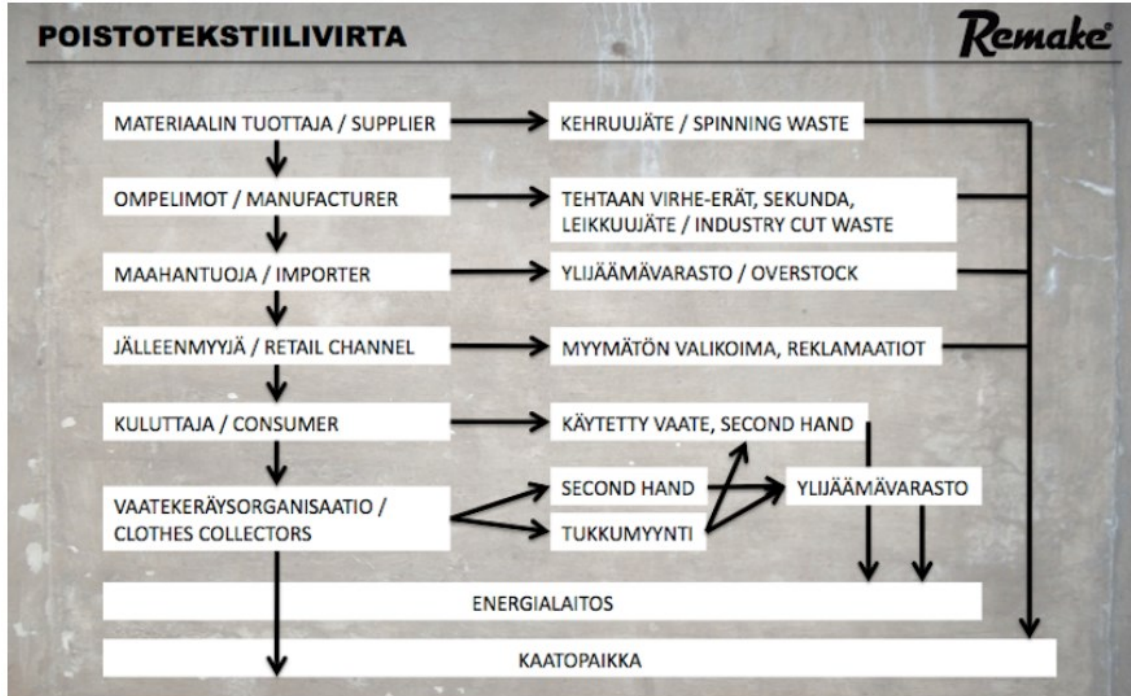
UPM Metsä, *UPM Metsä - Miten FCS-sertifiointi näkyy hakkuukohteella*. Available: <<https://www.upmmetsa.fi/tietoa-ja-tapahtumia/artikkelit/fsc-sertifiointi/>>. (luettu 21.3.2021)

WRAP 2017, Jul-last update, *Valuing Our Clothes: the cost of UK fashion*. Available: <https://www.wrap.org.uk/sites/files/wrap/valuing-our-clothes-the-cost-of-uk-fashion_WRAP.pdf?_ga=2.161678204.1147825942.1613221922-133735816.1613221922#page=10>. (luettu 12.2.2021)

WWF, *Pariisin ilmastopimus*. Available: <<https://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos/pariisin-ilmastopimus/>>. (luettu 19.2.2021)

Liitteet

Alkuperäinen taulukko, jota mukailtu kuviossa 4. (Les Pyy, 2021)



Haastattelupohja

Haastattelupohja – vastuullisuus

Haastateltava	
Nimi:	
Rooli organisaatiossa:	
Päivämäärä:	
Kysymys	Vastaus
Sosiaalinen vastuu Oma merkki -tuotteissa	
1. Suositteko hankintakriteereissänne tavaran toimittajaa, jonka toimittamat tuotteet täyttävät jonkin sosiaalisen vastuun sertifiointi/auditointijärjestelmän vaatimukset?	
2. Onko jotakin sellaista sosiaalisen vastuun auditointi/sertifiointi merkkiä, jota ette hyväksy?	
3. Koetteko tärkeäksi, että tuotteesta käy ilmi kuluttajalle, että se on tuotettu sosiaalisesti kestäväällä tavalla? Esim. tuotteeseen kiinnitetyllä erillisellä roikkolapulla.	
Ympäristö vastuu Oma merkki -tuotteissa	
4. Suositteko hankintakriteereissänne tavaran toimittajaa, jonka oma hiilijalanjälki on laskettu?	
5. Koetteko tärkeäksi myydä tuotteita, jonka hiilijalanjälki on laskettu ja se pystytään näyttämään kuluttajalle?	

<p>6. Kuinka todennäköisenä pidät sitä, että kuluttaja ostaa tuotteen, jolla on jokin ympäristösertifikaatti, vaikka se maksaisi enemmän kuin vastaava tuote ilman sertifikaattia?</p>	
<p>7. Kuinka todennäköisenä pidät sitä, että kuluttaja ostaa tuotteen, jolla on jokin tunnettu luomupuuvillan sertifiointimerkki (esim. GOTS), vaikka tarjolla olisi vastaava tuote sertifioidulla luomupuuvillalla ja halvemmalla hinnalla?</p>	