



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Ansa Näsi

SOSIAALINEN VASTUU & LÄPINÄKYVYYS VAATETEOLLISUUDESSA

Liiketalous

2024

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Ansa Näsi
Opinnäytetyön nimi	Sosiaalinen vastuu & läpinäkyvyys vaateteollisuudessa
Vuosi	2024
Kieli	suomi
Sivumäärä	69
Ohjaaja	Thomas Sabel

Yritysten yhteiskuntavastuu on noussut ajankohtaiseksi puheenaiheeksi vaateteollisuudessa. Vaateteollisuus työllistää satoja miljoonia ihmisiä, joten on erityisen tärkeää ottaa huomioon jokainen työntekijä koko toimitusketjussa. Kuluttajat ja erilaiset sidosryhmät odottavat yritysten olevan yhä enemmän avoimempia toiminnastaan ja työntekijöiden olosuhteista. Opinnäytetyön tavoitteeksi muodostui selvittää vaateteollisuuden yritysten sosiaalisen vastuun raportointia ja läpinäkyvyyttä.

Tämän opinnäytetyön rakenne muodostuu neljästä osasta, jotka ovat johdanto, teoreettinen tutkimus, empiirinen tutkimus ja johtopäätökset sekä pohdinta. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys sisältää keskeisiä tutkimuksen kannalta tärkeitä teorioita, joita ovat sosiaalinen vastuu ja yritysten läpinäkyvyys sekä raportointi. Työn empiirinen osa toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena ja aineistonkeruumenetelmäksi valikoitui dokumentit, joita analysoitiin kuluttajan näkökulmasta. Tutkimukseen valittiin neljä vaateteollisuuden yritystä, suomalaiset Luhta ja Halti sekä ruotsalaiset Haglöfs ja Peak Performance. Tutkimuksessa analysoitiin yritysten vastuullisuusraportteja ja nettisivuja. Näiden lisäksi tutkittiin ulkopuolisten tahojen tekemiä arviointeja yritysten sosiaalisen vastuun toiminnasta.

Tutkimuksen avulla saatiin kerättyä mielenkiintoista tietoa vaateteollisuuden yritysten sosiaalisesta vastuusta ja läpinäkyvyydestä. Tutkimuksessa saatiin selville, mitä erilaisia sosiaalisen vastuun edistämisen keinoja yritykset sisällyttivät toimintaansa. Tutkimustulosten perusteella voitiin todeta yritysten osoittavan vahvaa sitoutumista ihmisoikeuksien kunnioittamiseen. Yritykset näyttävät hyvää esimerkkiä sosiaalisen vastuun edistämisestä, vaikka läpinäkyvyyden suhteen onkin vielä parannettavaa.

Avainsanat	Sosiaalinen vastuu, läpinäkyvyys, toimitusketju, vaateteollisuus
------------	--

ABSTRACT

Author	Ansa Näsi
Title	Social responsibility & transparency in the garment industry
Year	2024
Language	Finnish
Pages	69
Name of Supervisor	Thomas Sabel

Corporate social responsibility has become a major topic in the garment industry. The garment industry employs hundreds of millions of people, so it is particularly important to consider every worker throughout the supply chain. Consumers and various stakeholders expect companies to be increasingly transparent about their operations and the conditions of their workers. The objective of this thesis was to explore the reporting and transparency of corporate social responsibility in the garment industry.

The structure of this thesis consists of four parts: introduction, theoretical study, empirical study, conclusions, and reflection. The theoretical framework of the study includes key theories relevant to the study, such as social responsibility, corporate transparency, and reporting. The empirical part of the thesis was carried out as a qualitative study and the data collection method was selected as documents, which were analyzed from the perspective of the consumer. Four companies in the garment industry were selected for the study, Luhta and Halti from Finland and Haglöfs and Peak Performance from Sweden. The study analyzed sustainability reports and websites of the companies. In addition, external evaluations of the companies' CSR performance were examined.

The study gathered interesting information on the social responsibility and transparency of companies in the garment industry. The study provided information on the different ways in which companies were implementing CSR in their operations. The results of the study showed that companies demonstrate a strong commitment to respecting human rights. Companies show a good example of commitment to CSR, although there is still a need for further improvement in terms of transparency.

Keywords	Social responsibility, transparency, supply chain, garment industry
----------	---

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Tutkimuksen tausta ja tavoitteet.....	7
1.2	Tutkimuksen rakenne	8
1.3	Tutkimusongelma	9
2	SOSIAALINEN VASTUU	10
2.1	ESG ja sosiaalisen vastuun rooli.....	10
2.2	Sosiaalinen yhteiskuntavastuu.....	11
2.3	Käytännösäännöt	12
2.3.1	Lapsityövoima	14
2.3.2	Tehdasonnettomuudet	17
3	YRITYSTEN LÄPINÄKYVYYS JA RAPORTOINTI	20
3.1	Läpinäkyvyys tuotantoketjussa.....	20
3.2	Vaateteollisuuden keskeiset standardit, periaatteet ja järjestöt	24
3.2.1	Global Reporting Initiative (GRI)	24
3.2.2	YK:n Global Compact periaatteet.....	25
3.2.3	Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI).....	27
3.2.4	Fair Wear Foundation	28
3.2.5	YK:n kestävän kehityksen tavoitteet.....	29
3.3	Raportointi ja sen vaikutus yritysten toimintaan	30
3.3.1	Vastuullisuuden luokittelujärjestelmät.....	32
4	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	35
5	TUTKIMUSMENETELMÄT JA TOTEUTUS.....	36
5.1	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä	36
5.2	Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä.....	37
5.3	Aineiston hankinta	38

6	TUTKIMUSTULOKSET	39
6.1	Luhta	39
6.2	Halti	43
6.3	Haglöfs	47
6.4	Peak Performance	50
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	55
7.1	Tutkimuksen johtopäätökset	55
7.2	Laadullisen tutkimuksen luotettavuus	59
7.3	Jatkotutkimusehdotukset	60
	LÄHTEET	61

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuvio 1. Opinnäytetyön rakenne.....	8
Kuvio 2. Koulua käymättömien lapsityötä tekevien lasten prosenttiosuus. (Euroopan komissio 2021.)	16
Kuvio 3. Tehdasonnettomuudet maailmanlaajuisessa vaateteollisuudessa (Clean Clothes Campaign.)	18
Kuvio 4. Toimitusketjun läpinäkyvyyden mittari. (Harvard Business Review 2019.)	22
Kuvio 5. YK:n Kestävän kehityksen tavoitteet. (Unicef.)	29
Kuvio 6. Rated Good On You -leima. (Good On You.)	33
Kuvio 7. Teoreettinen viitekehys.	35

1 JOHDANTO

Yritysten yhteiskuntavastuu ja sitoutuminen ihmis- ja työelämäoikeuksiin ovat tulleet entistä tärkeimmiksi elementeiksi vaateteollisuudessa. Etenkin kuluttajat ja erilaiset sidosryhmät, kuten kansalaisjärjestöt pitävät merkittävänä ja odottavat yrityksiltä läpinäkyvyyttä ja avointa raportoimista toimitusketjun työntekijöiden työolosuhteista. Yhteiskuntavastuu on kehittynyt merkittävästi vuosien saatossa vapaaehtoisesta toiminnasta kohti toimeenpanokelpoista ja oikeudellista vastuuta, mikä on väistämättä pakottanut yrityksiä ottamaan sen merkityksen vakavammin (Manfred & Tolhurst 2010, 64). Tämä on havaittu myös yrityksissä ja heidän toiminnassaan.

Vaateteollisuus kehittyy jatkuvasti ja työllistää satoja miljoonia ihmisiä, joten on erityisen tärkeää ottaa huomioon jokainen työntekijä koko toimitusketjussa. Koivulan (2021) mukaan monet yritykset ovat ottaneet kantaa enemmän ympäristöön ja hallintotapaan liittyvissä kysymyksissä, jolloin sosiaalisen vastuun käsitteleminen on jäänyt selvästi alhaisemmaksi. Sosiaalisen vastuun roolia tulisi siis painottaa enemmän ESG:ssä (Koivula 2021).

Tämän tutkimus keskittyy sosiaaliseen vastuuseen ja yritysten läpinäkyvään toimintaan. Opinnäytetyössä perehdytään muun muassa käytännössäntöihin, kansainvälisiin standardeihin ja järjestöihin. Näiden lisäksi käydään läpi tuotantoketjun läpinäkyvyyttä ja raportoinnin vaikutusta yritysten toiminnassa.

1.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

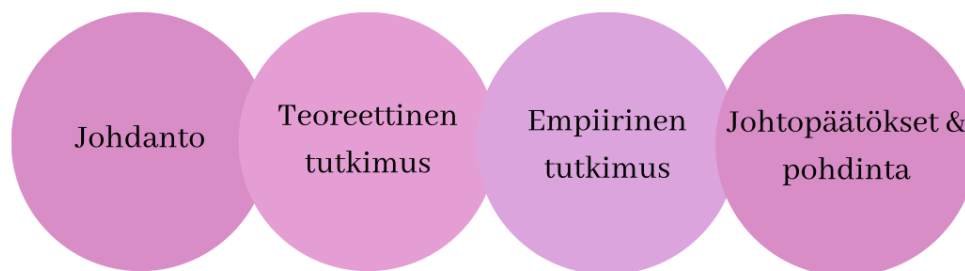
Tutkimuksen aihe valittiin sen ajankohtaisuuden ja yhteiskunnallisen vaikutuksen vuoksi. Tutkimuksen tekijän mielenkiinto vaateteollisuutta ja eettisiä periaatteita kohtaan vaikutti myös aiheen valintaan. Aihe haluttiin rajata nimenomaan vaateteollisuuden yrityksiin, sen alan pinnalla olleiden ihmisoikeusrikkomusten vuoksi.

Sosiaalinen vastuullisuus kuuluu jokaiselle ja näin ollen etenkin suurten vaateyritysten on näytettävä mallia ja otettava huomioon tämä vastuualue toiminnassaan.

Tutkimuksen tavoitteeksi muodostui selvittää vaateteollisuuden yritysten sosiaalisen vastuun raportointia ja läpinäkyvyyttä. Tutkimuksessa halutaan selvittää, sisällyttävätkö yritykset kansainvälisiä standardeja toimintaansa ja miten he ottavat ihmis- ja työelämäoikeudet huomioon toimitusketjussaan. Tutkimuksen tarkoituksena on myös tarkastella ulkopuolisten tahojen arviointeja ja kritiikkejä vaateyritysten sosiaalisen vastuun toiminnasta.

1.2 Tutkimuksen rakenne

Opinnäytetyön rakenne selkeyttää lukijalle työn sisällön. Tämä opinnäytetyö sisältää neljä osaa, joissa on yhteensä seitsemän päälukua. Kuviossa 1. esitetään opinnäytetyön rakenne.



Kuvio 1. Opinnäytetyön rakenne.

Johdannosta saa käsityksen tämän opinnäytetyön aiheesta, jossa esitellään muun muassa tutkimuksen tausta ja tutkimusongelma. Teoreettisessa tutkimuksessa pureudutaan tutkimuksen keskeisiin teorioihin, joiden pohjalta tutkimuksen aineisto myös kerätään. Teoreettinen tutkimus sisältää lisäksi teoreettisen viitekehyksen, johon on koottu jokainen pääteorialuku sekä niiden alaluvut. Empiirisen tutkimuksen osiossa käydään ensiksi opinnäytetyön tutkimusmenetelmä läpi sekä aineiston hankinta ja tutkimuskysymykset kertaalleen. Tutkimustuloksissa käydään läpi jokaisesta yrityksestä poimitut tulokset. Viimeisenä ovat johtopäätökset ja pohdinta, jossa tarkastellaan myös tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä sekä jatkotutkimusehdotuksia.

1.3 Tutkimusongelma

Tutkimusongelmana on selvittää vaateteollisuuden sosiaalista vastuuta ja läpinäkyvyyttä sekä miten yritykset raportoivat siitä. Tutkimusmenetelmänä käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta ja aineistonkeruumenetelmäksi valikoitui dokumentit, joita analysoidaan kuluttajan näkökulmasta. Tutkimuksessa tarkastellaan siis yritysten vastuullisuusraportteja ja nettisivuja sosiaalisesta vastuusta. Tämän lisäksi tutkitaan ulkopuolisten tahojen tekemiä arviointeja yritysten sosiaalisen vastuun toiminnasta. Tämän opinnäytetyön päätutkimuskysymyksenä on, miten vaateteollisuuden yritykset raportoivat sosiaalisesta vastuustaan. Tämän lisäksi apuna on alatutkimuskysymykset, joiden kautta pyritään saamaan vastaukset ongelmaan.

1. Millaisia sosiaalisen vastuun tai läpinäkyvyyden tavoitteita yritykset ovat ottaneet?
2. Osallistuuko yritykset joihinkin standardien käyttöön tai järjestöihin?

2 SOSIAALINEN VASTUU

Kyseisessä luvussa tarkastellaan sosiaalista vastuuta ja siihen liittyviä eri aiheita, kuten yhteiskuntavastuuta, käytännesääntöjä ja vaateteollisuuden sosiaalisia haasteita. Luvussa käydään myös hieman läpi ESG-termiä ja sosiaalisen vastuun roolia ESG:ssä.

2.1 ESG ja sosiaalisen vastuun rooli

ESG:llä tarkoitetaan ympäristöön, yhteiskuntaan ja hallintotapaan liittyviä näkökulmia ja kysymyksiä esimerkiksi yritysten toiminnassa tai sijoituksissa. Kyseinen termi koostuu siis englannin kielen sanoista environmental, social ja governance. (Cristina & Barrero Zalles 2021, 31.) Sosiaalisen vastuun roolia ja merkitystä ESG:ssä tulisi painottaa enemmän. Vastuullisuus on yhä tärkeämpi tekijä esimerkiksi työnhakijoiden, liikekumppaneiden ja kuluttajien kuten myös sijoittajien keskuudessa. ESG on tunnettu etenkin sijoittajien joukossa, mutta nykyisin termiä käytetään merkitykseltään samana kuin yritysten yhteiskuntavastuu. (Koivula 2021.)

Yritysten yhteiskuntavastuu eli CSR (C = Corporate, S = Social, R = Responsibility) viittaa toimiin, joita organisaatiot omaehtoisesti toteuttavat lainmukaisten vähimmäisvaatimusten mukaan. Yhteiskuntavastuu on muuttunut vuosien saatossa vapaaehtoisesta toimintatavasta lähemmäs toimeenpanokelpoista ja oikeudellista vastuuta. Tämän vuoksi yritysten on otettava yhteiskuntavastuun merkitys vakavammin. (Manfred & Tolhurst 2010, 64.)

Koivulan (2021) mukaan monet yritykset ovat ottaneet enemmän vastuuta ympäristöön kuten myös hyvään hallintotapaan liittyvissä kysymyksissä, mutta sosiaalisen vastuun huomioon ottaminen on jäänyt selvästi alhaisemmaksi. Syynä voi olla se, että sosiaalisen vastuun mittaamista ja raportoimista pidetään hankalana yrityksissä. Sosiaalinen vastuu on kuitenkin merkki siitä, kuinka yritykset sitoutuvat ottamaan vastuuta arvoketjustaan. (Koivula 2021.)

2.2 Sosiaalinen yhteiskuntavastuu

Sosiaalinen vastuu yrityksessä ulottuu moniin eri sidosryhmiin ja ihmisiin yrityksen sisällä kuten myös ulkopuolella. Näitä voivat olla kaikki yrityksen yhteistyökumppanit tavarantoimittajista palveluntarjoajiin ja sitä kautta lähiseudun sekä koko maailman ihmisiin ja kansalaisiin. Sosiaalisen vastuun osatekijöihin kuuluu muun muassa kuluttajansuoja ja turvallisuus liittyen tuotteisiin, henkilöstön kouluttaminen ja huolehtiminen heidän hyvinvoinnistaan, sekä vuorovaikuttaminen paikallisyhteisöjen kanssa ja hyväntekeväisyystoimiin osallistuminen. Yritysten vastuulliseen henkilöstöjohtamiseen liittyy työolosuhteiden ja palkkojen oikeudenmukaisuus kuten myös yhdenvertainen johtamistapa ja päätösten tasa-arvoisuus. Sosiaalisen vastuun edistäminen vahvistaa henkilöstön luottamusta yritystä kohtaan. (Viitala & Jylhä 2019, luku 5.)

Sosiaalinen vastuu perustuu pohjimmiltaan ihmisoikeuksista (Ketola 2005, 4). Se on yksinkertaisuudessaan ihmisten kunnioittamista, huomioon ottamista ja oikeudenmukaista kohtelua. Yritysten on pyrittävä menettelemään toiminnassaan niin, ettei siitä aiheudu haitallisia vaikutuksia sidosryhmiin. Sosiaalisen vastuun toteuttaminen vaihtelee riippuen siitä, kenen sidosryhmän kanssa yritys vuorovaikuttaa. Esimerkiksi asiakkaiden ja paikallisasukkaiden kohtaaminen edellyttää erilaista lähestymistapaa verrattuna työntekijöihin. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 128–129.)

YK:n alaisuudessa toimiva Kansainvälinen työjärjestö (ILO) perustettiin vuonna 1919. 1900-luvun aikana ILO:n kansainväliset työelämän perusoikeudet hyväksyttiin lukuisia kertoja. Lisäksi hyväksyttiin muun muassa YK:n ihmisoikeuksien julistus vuonna 1948 sekä vuonna 1959 lapsen oikeuksien julistus ja siihen liittyvä sopimus vuonna 1989. (Ketola 2005, 40.)

Ihmisoikeusvastuu sisältää kysymyksiä pakko- ja lapsityöhön, vapauteen, sekä ihmisten terveyteen liittyen (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 137). Kansainvä-

lisen ihmisoikeusnormiston muodostavat YK:ssa vahvistetut asiakirjat, joista koostuu International Bill of Human Rights – normikokonaisuus. Nämä normit jaetaan yleisesti kahteen pääluokkaan: kansalais- ja poliittisiin oikeuksiin sekä taloudellisiin, sivistyksellisiin ja sosiaalisiin oikeuksiin. Nämä tunnetaan myös nimillä KP-oikeudet ja TSS-oikeudet. KP-oikeuksiin sisältyy esimerkiksi orjuuden ja pakkotyön kieltä sekä oikeus elämään. Esimerkkejä TSS-oikeuksista ovat muun muassa koulutukseen, oikeudenmukaisiin työoloihin, terveyteen ja tyydyttävään elintasoon liittyvät oikeudet. Kyseisiin taloudellisiin, sosiaalisiin ja sivistyksellisiin oikeuksiin liittyy tulkinnanvaraisuutta, sillä valtioiden välillä esiintyvissä eroissa koskien kehitystasoa ja elintasoa, oikeuksien toteutumiset vaihtelevat. (Liappis ym. 2019, 141–143).

Yritysten sosiaalinen vastuu korostuu erityisesti niiden sitoutumisestaan ihmisoikeuksiin. Tämän vuoksi yritykset pyrkivät sovittamaan toimintansa yhteen kansainvälisten ihmisoikeusstandardien kanssa. Sitoutuminen näkyy ulkoisessa viestinnässä ja tarjoaa etuja yrityksille, jotka toimivat globaalisti ja toteuttavat vastuullista liiketoimintaa perustuen kansainvälisiin ihmisoikeusnormeihin. Jotta yritys voi hallita vastuullisuusriskejä, heidän tulee käyttää omia toimintaperiaatteitaan, esimerkiksi eettisiä periaatteita tai toisin sanoen käytännösääntöjä, jotka tunnetaan englannin kielessä termillä Code of Conduct. (Liappis ym. 2019, 141–143).

2.3 Käytännösäännöt

Globaalisti tunnettu farkkuyritys Levi Strauss oli yksi ensimmäisistä yrityksistä, joka otti käyttöönsä vapaaehtoiset käytännösäännöt. Niiden kautta määritettiin yhteistyötavarantoimittajiin. Levi Straussin ansiosta muut vaatealan yritykset seurasivat heidän jalanjälkiään ja ottivat osaa aloitteisiin, joiden avulla yhteiset käytäytymisstandardit saataisiin voimassa olevaksi. (Griseri & Seppala 2010, 277.)

Käytännösääntöjä perustaessa on merkittävää millaista kieltä käyttää. Esimerkiksi pelkkä maininta pakkotyön kiellosta ei riitä, vaan on määriteltävä tarkasti pakkotyön tarkoitus vankilatyöstä orjatyöhön asti. Kun tarkastellaan yhdistymisvapautta

y yrityksissä, on tärkeää tuoda ilmi ehdot, jotka suojelevat ammattiliitossa osallisena olleita työntekijöitä syrjinnältä. Säännösten ymmärrettävyyteen vaikuttaa merkittävästi kielenkäyttö sekä korostukset. Tuotteen toimitusketjuun kytkeytyy monia eri vaiheita raaka-aineiden myyjistä vähittäiskauppiaisiin. Vaikka toimitusketjun seurantaan liittyy haasteita sen monimutkaisuuden vuoksi ja on hankalampaa sen alkuperästä myyntipisteeseen, se ei ole täysin mahdotonta. (Sukdeo 2019, 70.)

On tiettyjä säännöksiä, jotka tulisi sisällyttää kaikkiin käytännesääntöihin. Näitä on esimerkiksi pakkotyö- ja lapsityövoima, työehtosopimukset, työkorvaus, työskentelyaika, eriarvoisuus, sääntöjen noudattaminen, tilojen käytettävyys ja olosuhteet sekä terveydenhuolto. Työntekijöiden oikeuksiin kuuluu mahdollisuus kieltäytyä vaarallisesta työstä. (Sukdeo 2019, 74.)

Yhtiöt edellyttävät, että niiden toimitus- ja alihankkijayrityksensä kunnioittavat työntekijöitään ja pitävät huolen turvallisesta työympäristöstä. Lisäksi toimittajien tulee toimia kaikkien sovellettavien määräyksien ja säännöksiensä mukaisesti, jotka ovat yhteydessä työolosuhteisiin. Tehtaissa tulee olla esimerkiksi selkeät uloskäynnit sekä asianmukaiset hälytysjärjestelmät hätätilanteita varten. Näiden lisäksi on huolehdittava muun muassa työtilojen ilmanvaihdosta, valaistuksesta, hygieenisistä saniteettitiloista ja puhtaan juomaveden saatavuudesta. Yritykset käyttävät sosiaalisen vastuun toimintasuunnitelmaa, joihin myös tarvittaessa toimittajat saattavat osallistua. Tähän suunnitelmaan sisältyy esimerkiksi osallistuminen tarkastuksiin ja dokumenttien arvioinnit. Mikäli kuitenkin toimittajilla on oma toimintasuunnitelma, sen on joko noudatettava tai ylitettävä yritysten ehdot. Näiden vaatimusten täyttämiseksi tulee esittää todisteet. (Sukdeo 2019, 76–79.)

1990-luvun alussa monet kansainväliset isot yritykset, kuten H&M ja Nike, joutuivat hikipajojen vastaisten järjestöjen vuoksi julkisuuteen epäeettisistä työoloistaan. Useat raportit ovat tiedottaneet ja tuoneet esiin jatkuvia rikkomuksia Kansainvälisen työjärjestön (ILO) yleissopimuksissa. Monet brändiyritykset joutuivat vastuuseen, jolloin myös yhä enemmän alettiin hyväksymään käytännesääntöjä. Nykypäivänä erilaiset aktivistit ja tutkijat kritisoivat eettisiä periaatteita ja pitävät

niitä byrokraattisena välineenä, koska työntekijöiden osallistuminen prosesseihin jää olemattomaksi. Yritysten yhteiskuntavastuu saattaa näkyä erityisesti johdon yksipuolisina toimenpiteinä ja joissa ilmenee määräileviä ominaisuuksia. Lopputuloksena on se, ettei sääntöjen olemassaoloa edes tiedetä työntekijöiden keskuudessa. (Merk 2009.)

Merk mainitsee artikkelissaan (Merk 2009) lauseen: ”Ilman heidän aktiivista osallistumistaan käytännesääntöistä on vaarana tulla pikemminkin yritysten kuin työntekijöiden etujen ajamisen välineitä”, joka viittaa työntekijöiden heikkoon osallisuuteen eettisten periaatteiden toiminnassa. Monet asiantuntijat, esimerkiksi eettiset viranhaltijat, kirjanpitäjät ja juristit, ovat ottaneet osaa sosiaaliseen vastuuseen ja sen menettelyihin hankkiakseen vain mahdollisuuden kaupallisesta toiminnasta. (Merk 2009.)

Vaateteollisuuden kytkeytyy useita sosiaalisia haasteita, liittyen aikaisemmin mainittujen käytännesääntöjen sisältöön, jotka muun muassa ovat työolojen onnettomuudet ja lapsityövoiman käyttö, oikeudenmukaiset työkorvaukset ja monet muut ongelmakohdat. Näiden haasteiden kitkemiseen ja korjaamiseen vaaditaan tiukempaa lainsäädäntöä ja avointa vuoropuhelua kansalaisjärjestöjen ja hallitusten välillä. Seuraavissa alaluvuissa käsitellään tarkemmin lapsityövoimaa ja tehdasonnettomuuksia.

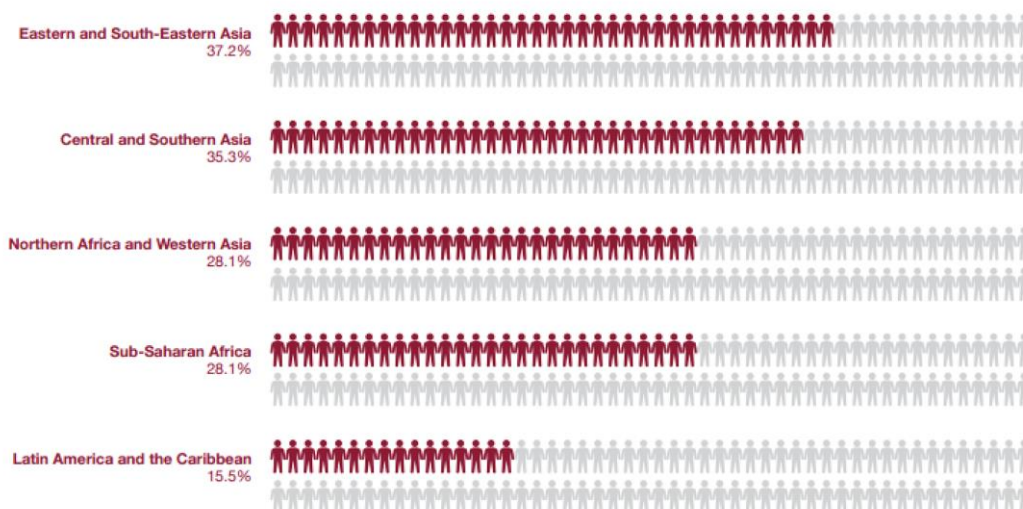
2.3.1 Lapsityövoima

Kansainvälisen työjärjestön (ILO) mukaan lasten osallistumista työhön pidetään positiivisena, mikäli he ovat vähimmäisikärajan yläpuolella ja työ ei vaikuta negatiivisesti koulunkäyntiin, fyysiseen kehitykseen tai terveyteen. Tällaisia töitä voi olla esimerkiksi viikkorahan ansaitseminen vapaa-ajalla. Tämä toiminta kasvattaa lapsia vastuullisiksi ja on kehityksen kannalta arvokasta. (International Labour Organization.)

Lapsityön käsite tarkoittaa työtä, joka aiheuttaa lapselle haittaa tai vaaraa henkisesti tai fyysisesti. Työ saattaa keskeyttää opinnot tai pakottaa lasta käymään töissä ja koulussa samanaikaisesti. Lapsityövoiman määritelmä riippuu täysin iästä, työn laadusta ja ajasta sekä olosuhteista. Arvioinnissa on vaihtelevuutta eri maiden ja alojen välillä. Lapsityövoimalla on erilaisia ilmenemismuotoja ja näin ollen on ensisijaisen tärkeää välttää ja poistaa nämä muodot teollisuudesta. Pahimpiin lapsityövoiman muotoihin luetaan kaikki orjuuteen liittyvät muodot, ihmiskauppa, pakkotyö tai riskialtis lapsityö. (International Labour Organization.)

Köyhyys ja tuloerot ajavat lapsityövoiman käyttöön, joka on suuri ongelma Intiassa. Yritykset ja niiden tytäryhtiöt hyödyntävät mittavia alihankkijaverkostoja kyseisessä maassa. Lapsilla teetettyä työtä on erittäin vaikea valvoa, sillä heidät piilotetaan usein tarkastajilta. Lapsia myydään ammattilaisten välityksellä ja hinnat vaihtelevat viidestätoista eurosta kahteensataan euroon. Hintaan vaikuttaa lapsen ikä, fyysinen terveys ja asuinpaikka sekä tuleva työ. (Heikkilä 2015.) Vaateteollisuuden tuotantoprosessi ei edellytä erityistä ammattituntemusta, joten kouluttamattomien nuorten käyttäminen työvoimana on yleistä. Tällöin on myös uhkana, että työnjohtajat korvaavat helposti työntekijöitään. (Feng & Ngai 2020, luku 2.3.)

Lapsityövoima on yleistä erityisesti vaateteollisuudessa ja nahka-alalla, jossa lapset altistuvat erilaisille kemikaaleille. Lastensuojelujärjestön Bachpan Bachao Andolanin mukaan Intiassa kaupataan vuositasolla vähintään 200 000 lasta töihin. Intian lastensuojelulaista huolimatta viranomaiset kääntävät katseensa pois ongelmasta, jolloin tuomioita annetaan harvemmin. (Heikkilä 2015.)



Kuvio 2. Koulua käymättömien lapsityötä tekevien lasten prosenttiosuus. (Euroopan komissio 2021.)

Koulutus kuuluu jokaiselle ja on olennainen ihmisoikeus. Koulutuksen avulla edistetään tasa-arvoa ja kestäväää kehitystä. Se on tärkeässä asemassa rakentamassa demokraattisia ja rauhanomaisia yhteisöjä, jotka muodostavat Euroopan unionin arvojen ytimen. Kuvio 1. kuvastaa prosenttiosuutta alueittain eri maanosissa olevista lapsista, jotka eivät voi käydä koulua töiden takia. Ikähaarukka tässä kuviossa on 5–14-vuotiaat lapset ja prosenttiosuudet ovat korkeimmillaan Itä- ja Kaakkois-Aasiassa sekä Keski- ja Etelä-Aasiassa. Euroopan komission artikkelin (2021) mukaan vuonna 2020 lapsityötä teki globaalisti 160 miljoonaa lasta, joista tyttöjä oli 63 miljoonaa ja poikia 97 miljoonaa. Koulua käymättömiä lapsia oli yhteensä 53 miljoonaa. Koronaviruspandemia pahensi tilannetta entisestään, sillä se lisäsi huonoissa taloudellisissa olosuhteissa elävien perheiden ja heidän lastensa lukumäärää 142 miljoonalla lapsella ja tämän takia lapsityövoimaa käytettiin ja käytetään edelleen vaikeuksista selviytymiseen. Yhä useampien lasten kehittyminen sekä mahdollisuudet hyvään elämään ovat uhattuina, sillä opintojen jatkaminen ei välttämättä ole mahdollista työhön siirtymisen jälkeen. (Euroopan komissio 2021.)

2.3.2 Tehdasonnettomuudet

Onnettomuuksiin liittyy monia eri tekijöitä. 1970-luvulta saakka vaate- ja tekstiiliteollisuus on kilpaillut merkittävästi hintojen kanssa. Tämä oli seuraus siitä, kun halvempien hintojen perässä olleet isot jälleenmyyjät alkoivat hankkimaan toimitajiaan Aasiasta. (Heuer & Becker-Leifhold 2017, luku 1.) Näissä halpatyömaissa ympäristön ja ihmisoikeuksien arvostaminen ei valitettavasti ole ensisijalla. Vaatteiden tuotannosta saatava elinkeino takaa kuitenkin edes jossain määrin toimeentulon vähävaraisille. (Ketola 2005, 41.) Vaatebrändien mallistojen jatkuva vaihtuvuus aiheuttaa aika- ja hintapaineita tavarantoimittajille. Pikamuodin takia onnettomuudet ovat vain lisääntyneet, jonka vuoksi kulutusta pidetään keskeisempänä syynä vastaavanlaisissa tapauksissa kuin esimerkiksi Rana Plazan romahdus. (Heuer & Becker-Leifhold 2017, luku 1.)


Rana Plaza oli yksi historian katastrofaalisimmista tehdasonnettomuuksista, jossa kuoli yli 1100 työntekijää. Romahdus tapahtui huhtikuussa 2013 Dhakan kaupungissa, Bangladeshissa. (Heuer & Becker-Leifhold 2017, luku 1.) Tämän tapaturman jälkeen Bangladeshin palo- ja rakennusturvallisuus sopimukseen osallistuivat monet vaatebrändit ja jälleenmyyjät. Sopimuksen myötä on tehty kattavia kunnostuksia 1600 tehtaaseen. Nämä tehtaas työllistävät yli 2.5 miljoonaa ihmistä, joten korjausten avulla on vältetty lukuisia onnettomuuksia ja loukkaantumisia. (Clean Clothes Campaign.)

International Accord for Health and Safety in the Garment and Textile Industry-sopimus otettiin käyttöön vuoden 2021 syyskuussa. Sopimuksen allekirjoittamisen myötä yli 190 brändiä sitoutuivat viemään turvallisuus suunnitelman Bangladeshin ulkopuolelle. Ensimmäinen laajentuminen Pakistaniin raportoitiin joulukuussa 2022. (Clean Clothes Campaign.)

21 JUNE 2021

Fire breaks out in New Delhi shoe factory; 6 people go missing


INSIDENE



APEKSHA INTERNATIONAL SHOE FACTORY, DELHI, INDIA: 6 DEAD, 1 INJURED

A massive fire broke out at a building housing a shoe factory and a warehouse in Delhi's Udyog Nagar district. Twelve workers were trapped of whom only six could be saved. One firefighter was seriously injured during the operation. The building owner, who was arrested several weeks later, admitted to overloading the warehouse and blocking the stairwell to increase storage space. Police stated that the warehouse was indeed overloaded and that the building also violated several other safety regulations, including lacking firefighting equipment. Workers who managed to escape said there was only one entry point to the building and that there were no fire exits. timesofindia.indiatimes.com/ci... | www.insidene.com/fire-breaks-o... | timesofindia.indiatimes.com/ci...

INSIDENE



Clean Clothes Campaign

GLOBAL LABOR JUSTICE

ILRF INTERNATIONAL LABOR RIGHTS FORUM

Red de Solidaridad de la Maquila Solidarity Network

W R C WORKER RIGHTS CONSORTIUM

Kuvio 3. Tehdasonnettomuudet maailmanlaajuisessa vaateteollisuudessa (Clean Clothes Campaign.)

Kuten Kuviosta 2. näkee, Clean Clothes Kampanjan sivustolla on aikajana, jossa esitetään tehdasonnettomuudet vaateteollisuudessa niissä maissa, joissa aikaisemmin mainittu Accord-sopimus ei ole käytössä. Artikkelissa mainittiin monien vaateteollisuuden brändien salaavan toimittajansa. Muutama nimi tuli kuitenkin esille, kuten Levis's, Nike ja Helly Hansen. Kaiken kaikkiaan kuolemantapauksia ja onnettomuuksia oli raportoitu ja uutisoitu lähes 120 kappaletta vuosien 2021 ja 2024 aikana. Kuviossa 2. on uutinen Delhissä tapahtuneesta tapaturmasta kenkätehtaalla, jossa 12 ihmistä jäi rakennuksen sisään tulipalon takia, kuusi heistä kuoli. Poliisin mukaan varastotila oli ylikuormittunut, jonka rakennuksen omistaja oli lopulta myöntänyt pidätyksen yhteydessä. Rakennuksessa ei myöskään ollut tarvittavia välineitä tai uloskäyntejä hätätilanteita varten. Aikajanalla olevat lukuisat onnettomuudet olisi voitu ehkäistä. Sopimuksen jatkuvuus ja kasvaminen Bangladeshin ja Pakistanin maiden ulkopuolelle on välttämätöntä, jotta voidaan varmistaa tehtaiden turvallisuus. (Clean Clothes Campaign.)

Ylen artikkelissa (Tolsa 2015) haastateltiin bangladeshilaista aktivistia Kalpona Akteria, joka toimii johtajana Bangladesh Center for Worker Solidarity- järjestössä. Akterin mielestä vaatetehtaisiin tehtyjä tarkastuksia toteutetaan vain, jotta kuluttajat saadaan uskomaan vastuullisempaan toimintaan. Tehdastarkastukset ovat muodollisuus, jossa merkataan vain rasti luetteloon. Esimerkiksi katossa olevat lamput tarkoittaisivat toimivaa valaistusta, vaikka todellisuudessa ne olisivat rikki. Usein tarkastukset saadaan ennalta selville, mikä voi asettaa työntekijät vaikeuksiin, elleivät he tee tai sano, mitä johto haluaa. Tästä esimerkkinä aikaisemmin mainittu Rana Plazan tapaus, jossa työntekijöitä oli painostettu valehtelemaan työajoista, -korvauksista ja turvallisuudesta. Työntekijät tekivät todellisuudessa 15–16 tuntisia päiviä tehtailla. Tehtaassa oli tehty myös tarkastuksia ennen romahdusta. Akterin mielestä tarkastukset tulisi toteuttaa ammattiyhdistysten tai järjestöjen toimesta, sen sijaan, että brändiyritykset tekisivät ne. Se lisäisi luotettavuutta. (Tolsa 2015.)

3 YRITYSTEN LÄPINÄKYVYYS JA RAPORTOINTI

Kyseisessä luvussa tarkastellaan läpinäkyvyyttä tuotantoketjussa, vaateteollisuuden keskeisiä standardeja, raportoinnin vaikutusta yritysten toimintaan, ja vastuullisuuden luokittelujärjestelmiä. Kasvavasta akateemisesta yritysten läpinäkyvyyttä tutkivasta kirjallisuudesta huolimatta, vaateteollisuutta koskevassa kirjallisuudessa on yhä puutteita (Fraser & van der Ven 2022, luku 2.1).

3.1 Läpinäkyvyys tuotantoketjussa

Avointa raportoinnista pidetään vaikuttavana välineenä, joka velvoittaa yritystä kantamaan vastuun esimerkiksi käytännesäännöistään ja tuotantoketjuistaan (Fraser & van der Ven 2022, luku 2.1). Yrityksistä halutaan nykypäivänä yhä enemmän läpinäkyvimpiä. Läpinäkyvyys tarkoittaa siis tuotantoketjun alkuvaiheen tapahtumien raportoinnista sisäisesti ja ulkoisesti. Monet kansalaisjärjestöt, kuluttajat ja viranomaiset vaativat tietoa esimerkiksi tuotanto-olosuhteista ja materiaalien alkuperästä. MIT Sloan School of Managementin tutkimuksen mukaan erityisesti kuluttajat odottavat yrityksiltä avoimuutta, jolloin he saattavat olla halukkaita maksamaan tuotteista 2–10 prosenttia enemmän. Kuluttajat pitivät merkittävänä yritysten raportoinnista tuotantoketjussa olleiden toimittajien tavoitteista edistää työolosuhteita sekä työntekijöiden kohtelua. (Harvard Business Review 2019.)

Jos yritykset julkaisisivat tehtaidensa toimittajista listan, työntekijäliitot saisivat siitä apua oikeuksiensa puolustamiseen. Tämä on sosiaalisen vastuun näkökulman kannalta pieni, mutta merkittävä teko. Läpinäkyvyys auttaisi ehkäisemään lainvas-
taista alihankintaa, jonka kautta yritykset pyrkivät kiertämään käytännesääntöjä. Tästä syystä läpinäkyvyys on kohonnut keskeiseksi määritteeksi kansainvälisissä organisaatioiden hallinnoissa. (Fraser & van der Ven 2022, luku 2.1.)

Eetti Ry mainitsee ”Ränkkää Brändi” vaateraportissaan (2021) riskimaista tuotujen tekstiilien prosenttimäärän maata kohden, joka oli Kiinan kohdalla jopa 38 % ja

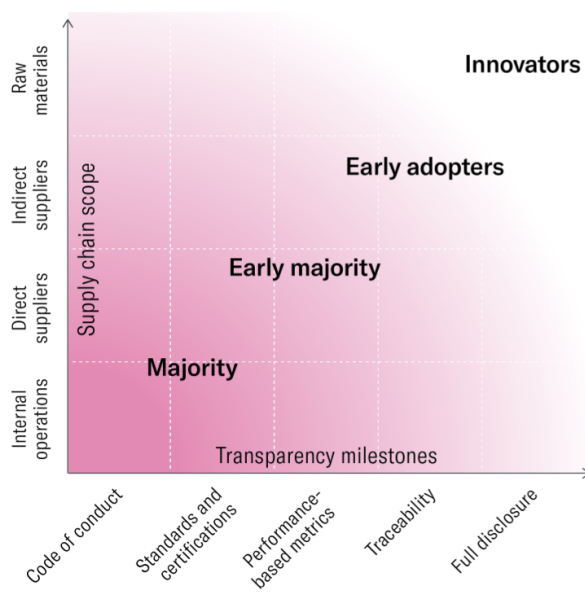
Bangladeshin kohdalla 6,7 %. Jos tuotteiden materiaalien alkuperää ei tiedetä, sidosryhmien on hankalaa arvioida, onko esimerkiksi pakkotyön riski olemassa näissä maissa. Yli 85 prosenttia Kiinassa valmistetusta puuvillasta on lähtöisin Xinjiangin autonomisesta maakunnasta, missä hallitus systemaattisesti sortaa laajinta etnistä vähemmistöä eli uiguureja. Raportissa mainitaan myös yritysten toimittajalistojen julkaisemisesta eri portaissa. Suurin osa raportissa arvioiduista yrityksistä julkaisee ensimmäisen portaan toimittajalistat ja 15 brändiä toisen portaan, joka tarkoittaa tietoa materiaaleista. Vain kolme kahdestatoista Kiinassa toimivista brändeistä antaa tietoja alihankkijoistaan. (Eetti Ränkkää Brändi vaateraportti 2021, 10.)

Tuotantoketjun läpinäkyvyyden puutteellisuuden seurauksena voi tulla merkittäviäkin kustannuksia yrityksille. Jos rahdin mukana ei tule alkuperäisasiakirjoja, lähetysä ei oteta vastaan tai niitä saatetaan viivyttää. Esimerkiksi Pohjois-Koreasta lähtöisin olevat toimitukset käännytetään pois USA:n tulli- ja rajavartiolaitoksen toimesta, sillä kaikki työvoima Pohjois-Koreassa määritellään nykyisin pakkotyöksi Yhdysvaltain lain mukaan. (Harvard Business Review 2019.)

Useat yritykset kärsivät kuitenkin puutteellisesta tiedonjakamisen kulttuurista ja toimittajaketjujen sidosryhmien kannustimet eivät ole asianmukaisesti yhtenäisiä. Yhteneväisyyden puuttuminen voi vaikuttaa merkittävästikin toimitusketjun läpinäkyvyyteen. Etenkin vaateteollisuuden pitkissä toimitus- ja tuotantoketjuissa, joissa kommunikointi ei välttämättä toimi, epäjohtonmukaisuutta voi esiintyä enemmän. Vaikka jälleenmyyjät ja brändit tuotantoketjun loppupäässä kokevat lisätä avoimuutta järjestöjen ja kuluttajien kysynnän vuoksi, alkupään toimittajilla ei mahdollisesti ole samankaltaista painostuksen tuntua tästä asiasta. (Kraft & Zheng 2021.)

How Transparent Is Your Supply Chain?

Transparency can be measured along two dimensions: supply chain scope (the depth of your interaction in the supply chain) and milestones on the path to complete transparency. Most companies are at the majority or early majority stages.



Kuvio 4. Toimitusketjun läpinäkyvyyden mittari. (Harvard Business Review 2019.)

Harvard Business Review artikkelin (2019) ja tämän kuvion 3. mukaan toimitusketjun läpinäkyvyyttä voidaan mitata kahdesta näkökulmasta. Kuvioista 3. voi nähdä mittasuhteen näkökulmat ja akselit, jotka ovat toimitusketjun laajuus (supply chain scope) ja välitavoitteet avoimuudessa (transparency milestones). Toimitusketjun laajuus akselilla edetään sisäisistä toimintamenetelmistä (internal operations) raaka-aineisiin (raw materials). Näiden välillä on suorat (direct suppliers) ja epäsuorat toimittajat (indirect suppliers). Avoimuuden välitavoitteiden akselilla esitetään käytännesäännöt (code of conduct), standardit ja sertifikaatit (standards and certifications), toimintakykyyn pohjautuvat mittarit (performance based metrics), seuranta (traceability) ja täydellinen tiedonanto (full disclosure). Monet yritykset sijoittuvat läpinäkyvyyden mittarissa enemmistövaiheeseen (majority),

jossa yritykset varmistavat ja seuraavat teollisuuslaitoksiensa oikeanlaisen toiminnan toteutumisen. Jotkut yritykset tarkkailevat myös suorien toimittajiensa standardienmukaisuutta, jolloin he sijoittuvat mittarissa varhaiseen enemmistövaiheeseen (early majority). On vain muutamia varhaistoteuttajayrityksiä (early adopters). Tässä vaiheessa yritykset tarkkailevat muun muassa epäsuoria toimittajiaan. Yksi varhaistoteuttajiin kuuluva yritys on Nike, joka artikkelin mukaan julkaisee yksittäisistä tehtaista tietoja ja tarkastelee teollisuuslaitoksiaan. Mittarin viimeiseen kategoriaan kuuluvat innovaattorit (innovators), jossa yritykset jakavat tiedon tuotteiden raaka-aineista ja niiden toimittajista. (Harvard Business Review 2019.) Vaateteollisuudessa Nike ja Patagonia ovat edistäneet odotuksia siitä, että suurten ja merkittävien yritysten olisi hyvä julkaista toimittajaluettelonsa sekä jakaa tietoja tuotteiden valmistuspaikoista ja tekijöistä (Kraft & Zheng 2021).

Vaikka tarkastukset ovat tärkeä osa sääntöjenmukaisuuden hallinnassa, yritysten on lisättävä toimitusketjujen läpinäkyvyyttä, joka velvoittaa heitä kehittämistä ja työkalujen edistämistä. Tämän avulla pystytään havainnoimaan toimittajien menetelmiä paremmin. Lisäksi, kun toimitusketjun kumppaneita koulutetaan läpinäkyvyyden merkityksestä, yritykset voivat hyötyä tehokkuuden lisääntymisestä sekä lähentyneistä yhteistyösuhteista. Tämä voi avata uusia mahdollisuuksia tulojen kasvattamiseen. (Kraft & Zheng 2021.)

Harvard Business Review artikkelissa (2019) listataan viisi askelta, jolla voidaan kehittää läpinäkyvyyttä. Ensiksi yritysten on arvioitava riskit ja määriteltävä tavoitteensa. Toisena askeleena hahmotellaan yrityksen tavoiteltu toimitusketju, jonka jälkeen kolmannessa vaiheessa hankitaan hyödyllistä tietoa käytännöistä ja varmistetaan niiden toteutuminen. Neljäntenä on sitoutuminen, joka vaatii yhteydenpitoa toimittajiin. Viimeisenä eli viidentenä askeleena on julkaiseminen, jolloin yritysten on arvioitava, missä määrin tietoja he haluavat tuoda ilmi. Tällöin on myös varmistettava julkaistavat tiedot. Toimitusketjun kehitys tulisi olla jatkuvaa, jotta voitaisiin varmistaa sen toimivuus ja läpinäkyvyys. Mitä yksityiskohtaisempia

yri­tysten kerää­mät tiedot ovat, sitä paremmin he pystyivät havaitsemaan kehityskohteita. (Harvard Business Review 2019.)

3.2 Vaateteollisuuden keskeiset standardit, periaatteet ja järjestöt

Ensimmäiset vastuullisuusraportit poikkesivat toisistaan, olivat laadultaan erilaisia, eivätkä olleet verrattavissa toisiin yrityksiin. Vaikka organisaatioiden sitoutuminen toiminnan jatkuvuuteen ja raporttien julkaisemiseen vastaanotettiin myönteisesti, kritiikkiä tuli silti väistämättä heti julkaisemisen jälkeen. Tämän takia esimerkiksi kriitikot edellyttivät vastuullisuusraportteihin standardeja. (Griseri & Sep­pala 2010, 283–284.)

Vaateteollisuuteen liittyy useita standardeja, periaatteita ja järjestöjä, joiden avulla voidaan pitää huoli ihmis- ja työoikeuksista sekä varmistaa sosiaalisen vastuun oikeanlainen raportointi kuluttajille ja muille sidosryhmille. Lisäksi näillä kansainvälisillä standardeilla on suuri merkitys tuotannossa ja yritystoiminnassa (Suomen Tekstiili & Muoti). Seuraavissa alaluvuissa esitellään lyhyesti kansainväliset standardit, joita monet vaateteollisuuden yritykset käyttävät.

3.2.1 Global Reporting Initiative (GRI)

Global Reporting Initiative (GRI) on maailmanlaajuinen yritys­vastuuraportoinnissa käytetty ohjeisto, jonka avulla yritykset pystyvät rakentamaan kestävän kehityksen raportteja. Ohjeistoa voi käyttää sekä pienet että suuret organisaatiot ja järjestöt, kuten myös julkiset toimijat (Kurittu 2018, 9). GRI standardi luotiin vuonna 1997 ja myöhemmin vuonna 2002 YK:n kestävän kehityksen ohjelma (UNEP) virallisesti GRI:n kansainvälisen uskottavuuden. Tämän jälkeen ohjeisto kirjattiin voittoa tavoittelemattomaksi järjestöksi. GRI ohjeistoon tehtiin vielä monia muutoksia ja vuonna 2006 siitä lanseerattiin kolmas versio G3. (Laszlo & Laszlo, 2013, 39.) Viimein julkaistiin myös G4-versio vuonna 2013, joka keskittyi yritysten arvoketjun ajatteluun. Ohjeiston tunnuslukuihin tehtiin lisäyksiä muun muassa liittyen toimitusketjun hallintaan. (Kurittu 2018, 10.) GRI standardia on seurattu pitkään

sen julkaisemisesta lähtien ja standardista onkin tullut yksi arvostetuimmista kestävän kehityksen raportointimenetelmistä (Griseri & Seppälä 2010, 284).

GRI standardin tunnusluvut jaetaan kolmeen kategoriaan; taloudellinen vastuu, ympäristövastuu ja sosiaalinen vastuu. Sosiaaliseen vastuuseen sisältyy vielä neljä kategoriaa, joissa on yhteensä 19 osa-aluetta. Nämä neljä osa-aluetta ovat henkilöstö ja työolosuhteet, ihmisoikeudet, yhteiskunta sekä tuotevastuu. Kurittu (2018, 129) mukaan pelkän sosiaalisen vastuun merkityksen ilmaiseminen raportissa luo epäselvyyttä. Yritysten olisi siis ehdottoman tärkeää määrittää tarkka osa-alue, esimerkiksi työturvallisuus, lapsityövoima tai työolosuhteet. Näiden tunnuslukujen listauksessa olisi myös oleellista tuoda ilmi, mitä toimintoja ja periaatteita yritykset aikovat käyttää sosiaalisen vastuun osa-alueen tarkkailemiseksi ja hallitsemiseksi. Yritykset, joiden toimintaa esiintyy maissa, joissa vaarana on ihmisoikeusloukkaukset, olisi erityisen tärkeää raportoida ihmisoikeuksista. (Kurittu 2018, 113, 129–130, 135.)

GRI:n raportointiprosessi muodostuu neljästä vaiheesta; valmistelu, rajaus, olennaisten tietojen keräys ja raportointi (Kurittu 2018, 14). Läpinäkyvän raportoinnin kautta organisaatiot voivat tarkastella uudelleen toimintasuunnitelmiaan tai analysoida toimintaansa muihin raportoiviin organisaatioihin. Raportoinnissa GRI standardia käyttävä yritys voi itse julkaista raporttinsa ilman ulkoista arviointia, käyttää yksityisen kolmannen osapuolen auditoijan vahvistamispalveluita tai pyytää sisäisen GRI-henkilökunnan hoitamaan raportin tarkastus. (Laszlo & Laszlo 2013, 40.)

3.2.2 YK:n Global Compact periaatteet

Global Compact on aloite, jonka kehitti YK:n entinen pääsihteeri Kofi Annan vuonna 2000. Aloitteen tavoitteena on edistää kestävästä kehityksestä. Global Compact keskittyy erityisesti ihmisoikeuksiin, tasa-arvoon ja työoikeuksiin, mutta myös ympäristön suojeluun ja korruption ehkäisemiseen. Global Compactissa on osallisena

erilaisia järjestöjä ja aloitteeseen voi liittyä myös alasta riippumatta kaikki yritykset, niin pienet kuin suuretkin. (Global Compact Meistä.)

Global Compactiin kuuluvia jäsenyrityksiä Pohjoismaissa on jo yli 1800 ja globaalisti yrityksiä on yhteensä yli 20 000. Osallistumalla aloitteeseen yritykset sitoutuvat toimimaan yritys vastuun kymmenen periaatteen mukaisesti ja edistämään YK:n tavoitteita. (Global Compact 2023.) Opinnäytetyön keskittyessä sosiaaliseen vastuuseen, avataan kymmenestä periaatteesta vain aiheeseen liittyviä keskeisiä kohtia.

Ihmisoikeudet:

Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.

Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.

Työelämä:

Periaate 4: Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.

Periaate 5: Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista. (Global Compact Kymmenen periaatetta.)

Global Compactilla ja Shiftillä on koulutuskokonaisuus liittyen sosiaaliseen vastuuseen. Ohjelma on nimeltään Business & Human Rights Accelerator, joka on auttaa yrityksiä heidän ihmisoikeustyössään. Ohjelman kautta yritykset pääsevät muun muassa perehtymään korvaaviin strategioihin ja tekemään käytännönläheisen toimintasuunnitelman. (Global Compact 2023.)

Vaikka YK:n Global Compact on onnistunut saamaan merkittäviä tuloksia, se on kuitenkin saanut myös kritiikkiä siltä osin, etteivät he pysty valvomaan allekirjoittajia näiden kymmenen periaatteen noudattamisen suhteen. Global Compactin allekirjoittaminen edellyttää vain toimitusjohtajan tukikirjettä ja vuosittaista raportointia edistymisestä. Tämän vuoksi käytännössä jokainen halukas yritys tai vastaava taho voi osallistua YK:n sopimukseen. (Williams & Project Muse 2014, 374.)

3.2.3 Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)

Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) on yritys vastuujärjestelmä, joka auttaa organisaatioita globaalien toimitusketjujen riskitekijöiden määrittämisessä ja niiden ehkäisemisessä. Vuonna 2003 BSCI aloitti palvelemaan yrityksiä. Amforin kautta jäsenenä olevat organisaatiot saavat myös käytännesäännöt, jotka auttavat edistämään yritysten toimintatapoja. Käytännesääntöjen periaatteet ovat globaalien asetusten mukaisia ja esimerkiksi ensimmäisessä teoriaosuudessa mainittu Kansainvälinen työjärjestö (ILO) kuuluu näihin asetuksiin. BSCI järjestelmä tarjoaa yrityksille laadukkaat sosiaaliset auditioinnit, jotka sisältävät yhteensä 13 osa-aluetta suorituskykyyn liittyen. Näihin mitattaviin suorituskyvyn osa-alueisiin kuuluu muun muassa eettinen liiketoiminta, työturvallisuus, oikeudenmukainen palkkaus, ihmisarvoiset työajat, pakkotyö- ja lapsityövoiman kieltäminen, työntekijöiden suojeleminen sekä erityisesti nuorten työntekijöiden suojeleminen. Myös eettinen yritystoimintakäytäntö sekä yhteiskunnallinen johtamisjärjestelmä mainittiin osa-alueissa. (Amfori.)

BSCI-auditointiprosessi koostuu sekä täydellisistä tarkastuksista että seurantatarkastuksista. Täydelliset tarkastukset toteutetaan joka toinen vuosi ja niissä mitataan kaikki 13 osa-aluetta. Seurantatarkastukset suoritetaan täydellisten tarkastusten välissä ja niissä syvennyttään niihin osa-alueisiin, joista edellytetään uutta näyttöä niiden edistymisestä. Jokaisessa tarkastuksessa kohde saa luokituksen A:sta E:hen, mikä kertoo, kuinka hyvin yritys on sisällyttänyt BSCI:n käytännesäännöt toimintaansa. (SGS.) Hyötyjä, joita BSCI järjestelmä tarjoaa, ovat esimerkiksi riskitekijöiden yksinkertaiset havaitsemiset ja tehokas raportointi sekä paras suorituskyky järjestelmissä niiden jatkuvan päivittämisen ansiosta. (Amfori.)

Eetti sivuston artikkelin (2019) mukaan auditointijärjestelmissä on havaittu puutteita. Esimerkiksi Ali Enterprises tehdas, joka syttyi tuleen vuonna 2012, sekä luvussa 2.3.2 mainitun Rana Plazan tehdas olivat läpäisseet hyväksytysti tarkastukset vain viikkoja ennen onnettomuuksia. Tarkastukset oli suoritettu amfori BSCI

ohjeistuksia noudattaen erilaisten auditointiyritysten toimesta. Yritykset tai amfori eivät joutuneet vastuuseen tästä. (Eetti 2019.)

3.2.4 Fair Wear Foundation

Vuonna 1999 perustetun Fair Wearin tavoitteena on parantaa vaateteollisuuden työoloja ja oikeuksia. Fair Wear on voittoa tavoittelematon järjestö. Järjestö toimii 15 eri maassa Euroopan, Afrikan ja Aasian alueilla. Järjestössä on mukana yhteensä 140 brändiä jäsenenä, jotka ovat edelläkävijöitä alalla. Fair Wear sivustolla mainitaan huomattavien haasteiden olevan vielä läsnä, mutta edistystäkin on tapahtunut. Jotta vaateteollisuudesta saataisiin oikeudenmukainen kaikille, tarvitaan päättäväistä yhteistyötä. Järjestön tavoitteena on edistyä ja jalkauttaa näkemyksiään laajemmalle alalle, jotta järjestö voi lisätä yhdenmukaisuutta ja hyödyntää sidosryhmien painoarvoa. Brändien on tunnistettava toimittajansa arvostettuina yhteistyökumppaneina ja kohdeltava heitä myös niin. (Fair Wear; EkoHelsinki.)

Fair Wear kirjoittaa sivuillaan, että hankintamenettelyjä tulisi myös kehittää, jotta järjestö voi saavuttaa yhteisen vastuun. Brändeillä on siis merkittävä osuus ihmis-oikeuksien huolellisuusveloitteen toteutumisessa ja lisäksi heidän tulisi ottaa osaa esimerkiksi korjaaviin toimiin. Koska brändien toimitusketjun kehittämistä arvostellaan julkisesti, se toimii kannustimena koko vaateteollisuuden alalle. (Fair Wear.)

Järjestö arvioi yritysten suorituskykyä vuosittaisissa tarkastuksissa, joissa käytetään monia suorituskykyindikaattoreita, joissa käsitellään brändin toimintatapoja ja tehtaiden työoloja. Jokainen yritys saa oman luokituksen, joka määrittää pistemäärien ja valvotun tuotannon prosenttiosuuden mukaan. Nämä kategoriat ovat Leader (Johtaja), Good (Hyvä), Needs Improvement (Tarvitsee parannusta) ja Suspended (Keskeytetty). (Fair Wear 2018, 8.)

3.2.5 YK:n kestävän kehityksen tavoitteet

YK:n jäsenvaltiot sopivat vuoden 2015 syksyllä kestävän kehityksen tavoitteista sekä Agenda 2030 -toimintasuunnitelmasta, jotka koskevat kaikkia maita. Tavoitteet otettiin käyttöön vuoden 2016 alussa. Kestävän kehityksen tavoitteita on yhteensä 17 ja jokaisessa niistä on omat alatavoitteensa. Näiden tavoitteiden avulla pyritään äärimmäisen köyhyyden poistamiseen sekä edistämään kestävästä kehityksestä niin taloudellisesti, ympäristöystävällisesti kuin myös sosiaalisesti. (Unicef; Suomen YK-liitto.)



Kuvio 5. YK:n Kestävän kehityksen tavoitteet. (Unicef.)

Kuviosta 4. voi nähdä kaikki kestävän kehityksen 17 tavoitetta. Tärkeimpiä sosiaalisen vastuun kannalta ovat muun muassa seuraavat; ei köyhyyttä, ei nälkää, terveyttä ja hyvinvointia, ihmisarvoista työtä ja talouskasvua, ja hyvä koulutus. Nämä samat tavoitteet ovat myös lapsien ja erityisesti haavoittuvimmassa asemassa olevien lasten kannalta merkittäviä. (Unicef.)

Vaateteollisuuden ja muotialan yrityksillä on merkittävä tehtävä olla saavuttamassa kestävän kehityksen tavoitteet, sillä kyseinen toimiala on arvoltaan 2,4 biljoonaa dollaria. Vaateteollisuus työllistää yhteensä noin 300 miljoonaa ihmistä, joista suurin osa ovat naisia. Tämän alan arvioidaan kasvavan vielä entisestään

seuraavina vuosina. Mikäli tuotantoprosesseja ei aleta kehittämään, sosiaaliset vaikutukset tulevat vain lisääntymään. YK:n kestävän muodin liitto on Yhdistyneiden Kansakuntien ja siihen sisältyvien organisaatioiden aloite. Tämä liitto sitoutuu edistämään vaateteollisuuden kehitystä sekä ehkäisemään siihen liittyviä haitallisia vaikutuksia sosiaalisen vastuun kannalta, kuten työoloja tai palkkaukseen liittyviä parannuksia. (UN Fashion Alliance.)

3.3 Raportointi ja sen vaikutus yritysten toimintaan

Yritysten on taattava yhteiskuntavastuutoimintansa olevan välttämätön osa heidän yrityskulttuuriaan, ennen kuin he viestivät siitä. Johtotason sekä henkilöstön on sisällytettävä CSR (Corporate Social Responsibility) -toimintansa osaksi omia käyttäytymistapojaan. Monet yritykset ovat käyttäneet väärin CSR-toimintaa ja sen viestintää tarkoituksena kasvattaa mainettaan ja herättää hyväntahtoisuutta kansalaisten keskuudessa. Tämän seurauksena yhteiskuntavastuutoiminnan organisaation näkökulmaa ei ole otettu huomioon, vaan on keskitytty liikaa ulkoiseen viestintään. Sen tuloksena kuluttajat ovat alkaneet epäilemään yritysten omistautumista vaikuttaa yhteiskunnalliseen kehitykseen ja pitämään yrityksiä omaa etuaan ajattelevina. (Diehl, Karmasin, Mueller, Terlutter & Weder 2017, 155.)

Ulkopuolisille ja sisäisille sidosryhmille viestitään yhteiskuntavastuutoiminnasta eri tavoin. Ulkoisille sidosryhmille CSR-viestintä sisältää muun muassa CSR-raportit, mainonnan sekä lahjoittamis- ja sponsoritoiminnan. Kuluttajien, sijoittajien ja muiden ulkopuolisten sidosryhmien on vaikeaa arvioida yritysten sosiaalisen vastuun todellista toteutumista. Esimerkiksi toimittajien ja henkilöstön oikeudenmukaista työkorvausta on käytännössä mahdotonta saada selville. (Diehl ym. 2017, 156.)

Syy miksi toimitusketjujen raportoinnissa ja avoimuudessa on puutteita, on se, ettei niitä ole suunniteltu jaettavaksi ulkopuolisille sidosryhmille. Yritykset ja toimittajat ovat luulleet liiallisen tiedon jakamisen olevan haitaksi kilpailuedulle tai mahdollisuus arvostelulle. Joskus syynä voi olla myös toimitusketjuista saatujen

tietojen virheellisyys tai se, ettei tietoja yksinkertaisesti kerätä. (Harvard Business Review 2019.) Suorien ja epäsuorien toimittajien valvontaan voidaan tarvita myös paljon resursseja (Kraft & Zheng 2021). Vaikka esimerkiksi valtaosa maailman suurimmista organisaatioista julkaisee vastuullisuusraporttejaan, pienemmillä organisaatioilla on ollut haastavuutta sosiaalisen vastuun raportoinnissa nimenomaan suurien resurssien takia. (Griseri & Seppala 2010, 283.)

Sosiaaliseen vastuuseen liittyvällä raportoinnilla on kuitenkin merkitystä yrityksen toiminnassa (Quaddus & Siddique 2010, 208). Aiempien tutkimusten perusteella yritysten yhteiskuntavastuusta viestiminen voi luoda uusia asiakassuhteita ja liiketoimintaa, joka vaikuttaa sen kilpailukykyyn (Feng & Ngai 2020, luku 2.4). CSR-viestinnästä voi olla myös haittaa yrityksille, jos he käyttävät sitä väärin (Diehl ym. 2017, 164). Onkin oleellista, miten tietoa jaetaan ja onko se todenmukaista.

Monet yritysten raportointia analysoivat tutkimukset ovat huomauttaneet siitä, kuinka organisaatiot ovat valikoineet ne näkökohdat ja toiminnot, joista he pystyvät raportoimaan myönteisesti ja jättämällä pois kritiikkiä aiheuttavat asiat. Lisäksi useat organisaatiot raportoivat yritysvastuun alueeseen liittyvistä ongelmista, mutta eivät tarkastele toiminnan kannalta merkityksellisiä kysymyksiä. (Blowfield & Murray 2008, 193.)

Muotiaktivismi liikkeet, kuten Fashion Revolution ja Clean Clothes Campaign, vaativat brändejä lisäämään läpinäkyvyyttään erottelemalla ja julkaisemalla yritysten avoimuuden asteikkoja. USA:ssa on laskettu kestävän kehityksen menetelmien rikkomusten vaikuttavan negatiivisesti pörssiyrityksiin, laskemalla niiden arvoja lähes puolella biljoonalla vuosien 2015–2019 aikana. Tämän takia etenkin sijoittajat suhtautuvat varauksella yritysten rikkomuksiin. (Kraft & Zheng 2021.)

3.3.1 Vastuullisuuden luokittelujärjestelmät

Aikaisemmin luvussa 3.1 jo mainittu Eetti Ry on tehnyt kolme vuotta ”Ränkkää Brändi” raportteja suomalaisista yrityksistä. Tämä on lähtöisin hollantilaisen järjestön luomasta luokittelujärjestelmästä nimeltään Rank a Brand, jossa arvioidaan yritysten vastuullisuutta ja niiden raportoimista. Arvioinnissa brändit luokitellaan viiteen kategoriaan A:sta E:hen luokittelujärjestelmästä saatujen pistemäärien perusteella. Vaikka yritykset ilmoittavat olevansa vastuullisia, kuluttajille jää haastava tehtävä arvioida kriittisesti brändien vastuullisuussitoumuksia. Eetti tekeekin raportteja, jotta kuluttajien olisi helpompi tarkastella yritysten vastuullisuutta. Eetti tekee arvioinnit puolueettomasti ja tarkasti. (Eetti Ränkkää Brändi.)

Luokittelussa arvioidaan ilmastoon ja ympäristöön sekä työelämä- ja ihmisoikeuksiin liittyviä asioita. Työelämä- ja ihmisoikeuksien arviointiin kuuluvat muun muassa ihmisoikeuksien valvominen, valitusprosessin saatavuus ja seuraaminen, valmistus- tai toimittajalistojen julkaiseminen, palkkaukseen liittyvät näkökohdat sekä alihankintakumppanuuksien jatkaminen. Arvoketjun tarkastelu ja riskien ehkäiseminen ovat osa yritysten huolellisuusvelvoitetta. Eetti ry listaa raportissaan riskimaat, joissa valtaosa vaatteista tuotetaan. Näihin maihin kuuluvat Kiina, Bangladesh ja Intia. Riskimaissa ihmis- ja työelämäsoikeuksiin liittyvät seikat eivät aina täyty. Toimittajalistojen julkaiseminen auttaisi ihmisoikeusriskien tarkastelussa. Suosituksia, joita Eetti ry antaa raportissaan yrityksille ovat esimerkiksi seuraavallaisia; yritysten tulisi toimia yhteistyössä kansalaisjärjestöjen ja muiden organisaatioiden kanssa, suorittaa huolellinen arviointi ihmisoikeusvaikutuksista Yhdistyneiden Kansakuntien ihmisoikeuksiin ja liiketoimintaan liittyvien ohjeistuksien mukaisesti sekä tiedottaa tunnistetuista riskeistä ja teoista niiden ehkäisemiseen liittyen. Myös toimittajalistat tulisi julkaista Transparency Pledgen mukaisesti. (Eetti Ränkkää Brändi vaateraportti 2021, 7–11.)

On myös toinen luokittelujärjestelmä, nimeltään Good On You, jonka kautta esimerkiksi kuluttajat, jälleenmyyjät ja monet muut ostajat vertailevat brändien menestystä ja vaikutuksia niin ihmisiin, eläimiin kuin maapalloon. Good On You:n

puolueettomat asiantuntijat arvioivat perusteellisesti brändien julkisia raportteja vastuullisuudesta sekä käyvät läpi kolmansien osapuolien mittarit ja standardit, kuten esimerkiksi Fair Wear Foundation, Global Organic Textile Standard, ja Fairtrade. Good On You menetelmä on kehitetty vaateteollisuuden asiantuntijoiden ja järjestöjen kanssa. Näitä ovat muun muassa Fashion Revolution ja Fairtrade. (Good On You.)

Good On You luokittelussa ihmisiin liittyvissä vaikutuksissa arvioidaan koko toimitusketjua. Siihen kuuluu esimerkiksi pakko- ja lapsityövoima, työturvallisuus, oikeudenmukainen palkkaus ja yhdenvertaisuus. Luokittelussa arvioidaan sitä, voivatko brändit käytännesääntöjen toteutumista. Luokittelun kategoriat parhaimmasta huonoimpaan ovat seuraavanlaiset; Great (Erinomainen), Good (Hyvä), It's a Start (Se on alku), Not Good Enough (Ei tarpeeksi hyvä) ja We Avoid (Vältämme). Brändin tulisi saada arvioinnista "Good" tai "Great", jotta se voisi saada "Rated Good On You" -leiman. Kyseinen leima on esitetty kuviossa 5. (Good On You.)



Kuvio 6. Rated Good On You -leima. (Good On You.)

Luokittelujärjestelmän tavoitteena on arvioinnin selkeys, jotta kuluttajat voivat tarkistaa brändien vaikutukset ilman arvailua. Brändit pystyvät luokittelun avulla kehittämään raportointiaan ja parantamaan vaikutuksiaan. Läpinäkyvyys on tärkeässä roolissa vastuullisuuden edistämässä ja brändien lupausten pitämisessä. Vaateteollisuudessa kaikkien tulisi panostaa kestävään kehitykseen, sillä paljon on parannettavaa, etenkin suurten brändien kohdalla. Luokittelun mukaan jopa 85

prosenttia sijoittuu huonoimpiin kategorioihin "We Avoid" ja "Not Good Enough".
(Good On You.)

4 TOORETTINEN VIITEKEHYS

Kanasen (2010, 44) mukaan teorettinen viitekehys on katselmus opinnäytetyön ilmiöön liittyvistä tutkimuksista ja teorioista. Teoreettisen viitekehyyksen avulla pystytään siis hahmottamaan teorian sidonnaisuus tutkimusongelmaan. Teorian pohjalta pyritään saamaan myös ratkaisu tutkimusongelmaan.



Kuvio 7. Teorettinen viitekehys.

Kuvio 4. havainnollistaa tämän opinnäytetyön teoreettisen viitekehyyksen. Päätutkimuskysymyksen ympärille rakentuvat kaksi pääteorialukua ja niiden alaluvut. Ensimmäinen pääteorialuku pitää sisällään sosiaalisen vastuun, jossa avataan ensiksi ESG:n termiä sekä minkälainen rooli sosiaalisella vastuulla on. Tämän jälkeen käydään läpi sosiaalista yhteiskuntavastuuta ja käytännösääntöjä, jonka alaluvussa pureudutaan hieman lapsityövoimaan ja tehdasonnettomuuksiin. Toinen pääteorialuku käsittelee yritysten läpinäkyvyyttä ja raportointia. Luvussa avataan tuotantoketjun läpinäkyvyyttä sekä keskeisiä vaateteollisuuden standardeja, periaatteita ja järjestöjä. Viimeisenä on raportointi ja sen vaikutus yritysten toimintaan. Näiden teoriaosuuksien pohjalta lukija saa käsityksen aiheesta ja pystyy lisäksi hahmottamaan enemmän tutkimuksen tuloksia.

5 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TOTEUTUS

Tutkimuksen avulla pyritään saamaan vastaus tutkimusongelmaan ja -kysymyksiin. Tutkimusmenetelmiä on yleensä kaksi, jotka ovat kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus sekä kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Näistä vaihtoehdoista tulee valita sopivin, jotta pystytään saamaan oikeanlaiset vastaukset tutkimukseen. Tässä luvussa käsitellään hieman kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimusmenetelmien käsitteitä sekä perustellaan, miksi juuri kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä valittiin.

5.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa on kyse numeerisesta tiedonkeruusta ja analyysistä. Tutkimusmenetelmää voidaan käyttää, jos tutkimuksen tavoitteena on vastata kysymyksiin missä, kuinka paljon ja kuinka usein asia esiintyy. Määrällisen tutkimuksen toteutuksessa on olennaista, että tutkimuksen tapaus voidaan muuntaa mitattavaan muotoon. (Vilka 2021, luku 1.)

Kyselytutkimuksen tiedonkeruumenetelmiä ovat muun muassa internet-kyselyt, henkilökohtaiset haastattelut, puhelinhaastattelut ja lomakekyselyt. Näistä yleisimpiä ovat lomake- ja internet-kyselyt. Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen välillä on eroja esimerkiksi joustavuudessa, sillä määrällisessä tutkimuksessa alkuvaiheisiin palaaminen tuottaa kaksinkertaisen työn tutkijalle, jos esimerkiksi lomakkeessa on virheitä. Jotta virheiltä vältyttäisiin, kyselylomakkeet tulee testata ennen aineiston keräämistä. Tutkimuksen tulokset osoitetaan kuvioilla ja taulukoilla, joista tutkija tekee lopulliset analysoinnit. (Kananen 2010, 75, 95, 103.) Määrällisen tutkimuksen erottaa laadullisesta myös tutkimusobjektien lukumäärästä, sillä määrällisessä tutkimuksessa tutkittavia on lukuisia, jopa satoja, jolloin tuloksia voidaan yleistää. Kun taas laadullisessa tutkitaan vain muutamia. (Kananen 2010, 38–39.) Määrällisessä tutkimuksessa objektiivisuus on tärkeässä osassa. Tämä tarkoittaa sitä, että pyritään vähentämään tutkijan vaikutusta ja riippuvuutta aineistoon sekä tutkimustuloksiin. (Vilka 2021, luku 1.)

5.2 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on ymmärtävää tutkimusta, kun taas määrällinen tutkimus on selittävää tutkimusta. Tavoitteena on ymmärtää tietynlaista toimintaa tai ilmiötä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 2.3 & 3.4.) Laadullista tutkimusta käytetään silloin, kun tutkimuksen ilmiöstä on vain vähän tietoa (Kananen 2017, 32–33). Laadullisessa tutkimuksessa käytetään induktiivista päättelyä, joka tarkoittaa tiedon ja havaintojen keräämistä, joista lopulta laaditaan tulokset ja johtopäätökset. Tutkimus on siis aineistolähtöistä. Vastavuoroisesti määrällinen tutkimus on teorialähtöistä eli etenemissuunta on yleisestä yksittäiseen. (Kananen 2010, 40.)

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston kokoaminen ja analysoiminen tehdään yhtä aikaa. Tällöin myös tutkijan käsitys aiheesta ja ilmiöstä syvenevät. (Kananen 2010, 51.) Tutkimusta tehdessä ei voida myöskään ennakkoon täsmentää aineiston määrää, vaan aineistoa hankitaan niin pitkään, että saadaan ratkaisu ongelmaan. (Kananen 2017, 35.)

Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmät jaetaan kahteen osaan; sekundäärisiin ja primäärisiin. Sekundäärisiä menetelmiä ovat dokumentit, joihin kuuluvat muun muassa tutkimukset, raportit, toimintakertomukset ja verkkosivut. Kirjallisen aineiston käytössä tulee muistaa erottaa empiriaosan ja teoriaosan aineistot. Primäärisiin menetelmiin kuuluvat havainnointi, strukturoidut haastattelut sekä teemahaastattelut ja kyselyt. (Kananen 2017, 82, 120.) Haastattelut voidaan toteuttaa esimerkiksi verkkohaastatteluina, sähköpostin kautta tai puhelimitse. Lisäksi haastattelut voidaan toteuttaa joko yksilö-, ryhmä-, tai fokusryhmähaastatteluina (Kananen 2010, 52).

Koska laadullinen tutkimus pohjautuu tulkintaan, sen kautta voidaan tarkastella erilaisia ihmisten kirjoittamia monitulkintaisia sisältöjä (Vilka 2021, luku 1). Sen

vuoksi laadullinen tutkimusmenetelmä valittiin tämän opinnäytetyön tutkimukseen. Tutkija uskoo, ettei määrällisen tutkimusmenetelmän tilastollisella kyselyllä olisi saatu haluttuja vastauksia tutkimuskysymyksiin ja -ongelmaan.

5.3 Aineiston hankinta

Aineistonkeruumenetelmäksi valikoitui dokumentit, sillä tutkimuksessa analysoidaan yritysten vastuullisuusraportteja ja nettisivuja sosiaalisesta vastuusta. Lisäksi tutkitaan ulkopuolisten tahojen arviointeja yritysten sosiaalisen vastuun toiminnasta. Analyysi tehdään kuluttajan näkökulmasta. Tutkimukseen valittiin vertailun vuoksi yhteensä neljä vaateteollisuuden yritystä Suomesta ja Ruotsista. Vaateteollisuuden yritykset päädyttiin rajaamaan samantapaisiin ulko- ja urheiluvaatteisiin erikoistuneisiin yrityksiin. Valitut yritykset ovat suomalaiset Luhta ja Halti sekä ruotsalaiset Haglöfs ja Peak Performance.

Tutkimalla sekä suomalaisia että ruotsalaisia yrityksiä, tutkimukseen saadaan vertailupohjaa, jolloin pystytään tarkastelemaan ja syventämään ymmärrystä eri maiden yritysten vastuullisuusviestinnästä. Kanasen (2017, 121) mukaan tulkinnan luotettavuutta voidaan parantaa, kun kerätään useista lähteistä tietoja ja verrataan niitä keskenään. Usein dokumenteista puuttuvat tiedot kertovat enemmän, kuin mitä tietoja dokumentti sisältää. Merkittäviä vihjeitä saattavat olla henkilöiden tai tietojen poissulkeminen teksteistä, joilla on oma tarkoituksensa. (Kananen, 2017, 121.)

Näiden tutkimuskysymysten avulla pyritään tarkastelemaan ja poimimaan olennaiset tiedot tutkimustuloksiin, jotka analysoidaan:

3. Miten vaateteollisuuden yritykset raportoivat sosiaalisesta vastuustaan?
4. Millaisia sosiaalisen vastuun tai läpinäkyvyyden tavoitteita yritykset ovat ottaneet?
5. Osallistuuko yritykset joihinkin standardien käyttöön tai järjestöihin?

6 TUTKIMUSTULOKSET

Tämän pääluvun jokainen alaluku alkaa tutkimukseen valittujen yritysten taustojen esittelyllä. Lisäksi esitellään myös kuluttajan näkökulmasta tehdyt analyysit ja tutkimustulokset, jotka on kerätty yritysten erilaisista vastuullisuuteen liittyvistä teksteistä, vastuullisuusraporteista sekä yritysten nettisivuilta ja yrityksiin liittyvistä artikkeleista.

6.1 Luhta

Kotimainen urheiluvaatebrändi Luhta perustettiin vuonna 1907 Lahdessa, joka on edelleen yrityksen kotikaupunki. Luhta on yksi Suomen merkittävimpiä vaatebrändejä, mutta myös yksi Euroopan suurimmista urheiluvaatebrändeistä. Yritys kirjoittaa nettisivuillaan vastuullisuudestaan ja kertoo sen olevan läsnä päivittäisessä toiminnassaan. Luhtan tavoitteena on ottaa huomioon koko arvoketjunsuorat sekä välilliset vaikutukset ympäristöön, talouteen kuin myös ihmisiin. Yrityksen vastuullisuusmissio on ”kestävästi sukupolvelta toiselle”. Nettisivuilta pääsee myös tarkastelemaan sekä uusinta vastuullisuusraporttia vuodelta 2023 että edellisten vuosien vastuullisuusraportteja. (Luhta Meidän tarinamme; Luhta Vastuullisuus.)

Luhta listaa nettisivuillaan vastuullisuusohjelman- ja tavoitteet, jotka löytyvät myös Luhtan vastuullisuusraportista. Organisaatio kertoo tekevänsä yhteistyötä merkittävien kumppaneiden kanssa, joista yritys saa tukea vastuullisuuden edistämiseen. Yrityksen yhtenä tavoitteena on luoda kestävä yrityskulttuuri, jotta he voidaan varmistaa hyvinvoinnin ja kasvun. Luhta kertoo vastuullisuusraportissaan enemmän tavoitteistaan sekä konkreettisista toimenpiteistään viitaten vastuullisuuteen. (Luhta Vastuullisuusohjelma.) Yritys kertoo myös käyttävänsä raportoinnissaan kansainvälistä GRI-standardia. Luhta kuitenkin mainitsee, ettei vastuullisuusraporttia ole todennettu ulkopuolisen puolueettoman kolmannen osapuolen suorittamana, mutta kertoo valmistautuvansa vuoden 2025 tietojen vahvistamiseen (Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 93).

Luhta mainitsee sitoutuneensa jo vuosia YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin, ja vuonna 2023 yrityksestä tuli jäsenyritys YK:n Global Compactiin syventääkseen kehittämistyötään (Luhta Vastuullisuusohjelma). Yritys on omistautunut kymmeneen periaatteeseen ja tunnistanut myös YK:n kestävän kehityksen 17 tavoitteista neljä tärkeintä, joista yksi on ihmisarvoinen työ ja talouskasvu. Tähän tavoitteeseen viitaten Luhta mainitsee tekevänsä kehitystyötä, sillä henkilökunnan merkitys ja ihmisoikeuksien täytyminen koko arvoketjussa on heille tärkeää. (Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 17–18.) Luhdalla on useita sitoumuksia, jotka opastavat heitä toiminnassaan, muun muassa Kansainvälisen työjärjestön (ILO) julistus työelämän periaatteista ja oikeuksista, amfori BSCI sekä YK:n yleissopimus liittyen lapsen oikeuksiin. Amfori BSCI jäsenenä Luhta on ollut vuodesta 2013 lähtien. (Luhta Vastuullisuusohjelma; Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 54.)

Yritys ymmärtää tuotanto- ja toimitusketjujen hallinnan ongelmallisuuden. He myös pyrkivät huomioimaan sosiaalisen vastuun toteutumisen toimitusketjussa. Luhdan toimintaa laajennettiin vuonna 2002 Kiinaan, jossa sijaitsee Luhdan tytäryhtiö Luhta Sportswear Suzhou Co. Ltd., joka työllistää yhteensä 500 työntekijää. Tytäryhtiö tarkkailee itse vastuullisuuden seurantaa ja kommunikoi toimittajien kanssa. Luhdalla on monia eettisiä ohjeita liittyen vastuulliseen hankintaan, jotka ovat muun muassa; Toimittajien ja yhteistyökumppaneiden käytännesäännöt, (Supplier and Partner Code of Conduct), Luhta lapsityövoima (Luhta Child Labor) sekä amfori BSCI käytännesäännöt (Code of Conduct). Amforin käytännesäännöissä listataan esimerkiksi lapsityövoiman kieltä, kohtuulliset työajat, nuorten työntekijöiden erityinen suojeleminen ja pakkotyövoiman kieltä. Esimerkiksi lapsityövoiman kieltoon liittyen yritys ei saa palkata lapsia, jotka eivät ole saavuttaneet opipalveluikänsä. Amforin käytännesäännöissä myös määritellään tarkasti jokaisen periaatteen sisältö. (Luhta Responsible Production; Amfori BSCI Code Of Conduct 2021, 6.)

Yritys valitsee tehtaansa huolella, jolloin he tekevät myös itse tarkastuksia niin sopimusten alussa kuin sopimuskausien aikana. Luhdalla on sekä sisäisiä että ulkoisia

tarkastajia ohjeiden ja määräysten noudattamisen seurantaan. Esimerkiksi amfori BSCI auditioinnin sekä Luhdan oman North Star ohjausprosessin kautta tehdään säännöllisesti tarkastuksia tehtaisiin, joskus odottamattomasti, jotta Luhta voi varmistaa työolojen olevan säännösten mukaisia. (Luhta Responsible Production.) Vuonna 2023 tehtaisiin tehtiin yhteensä 124 amfori BSCI auditointia. Tarkastuksen myötä saatiin selville, että esimerkiksi lapsi- ja pakkotyövoiman kieltö sekä työntekijöiden oikeudet olivat asianmukaisia. (Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 56.)

Luhta mainitsee käyvänsä ensin keskustelua uusien toimittajien kanssa määrittääkseen heidän käyttämät standardit ja sosiaalisen vastuuseen liittyvät kysymykset. Toimittajilta ja yhteistyökumppaneilta edellytetään tietoja ja raportteja käyttämistään alihankkijoistaan, ja mikäli näissä ilmenee riskejä ihmisoikeusloukkauksiin liittyen, Luhta voi evätä alihankkijan käyttämisen. Luhdalla on pitkäaikaisia yhteistöitä toimittajiensa kanssa. Yhteistyö sosiaalisen vastuun tarkastusten piireissä olevien yhteistyökumppaneiden kanssa on yksi Luhdan tavoitteista. Luhta haluaa lisätä läpinäkyvyyttään, joten nettisivuilta voikin tarkastella luetteloa heidän sopimusvalmistajistaan, joka on päivitetty 2024. (Luhta Responsible Production; Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 12, 55.)

Vastuullisuusraportissa mainitaan vuoden 2023 työtaturmista, joita Euroopassa ei ollut yhtäkään. Kiinassa kuitenkin ilmeni laitteiden käytön takia pieniä käsivammoja. Kiinassa tai muissa maissa ei tapahtunut yhtäkään kuolemaan johtavaa tapusta. Raportoidut työtaturmat liittyvät kuitenkin sisäisiin työntekijöiden. Vastuullisuusraportin GRI-sisältöindeksin mukaan ulkopuolisen työvoiman tapaturmista ei toistaiseksi vielä raportoida. (Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 30, 99.) Vuonna 2023 Kiinan Luhdan toimipisteessä henkilöstöä koulutettiin työturvallisuuden liittyvissä asioissa. Esimerkkejä näistä olivat paloturvallisuus, laitteiden asianmukainen ja turvallinen käyttö, vaarojen tunnistaminen sekä hätätilanteisiin valmistautuminen. (Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 31.)

Luhta kertoo vastuullisuusraportissaan riskimaista, joissa heillä on toimintaa ja tuotantoa. He mainitsevat, että Amforin riskimaaluokituksen keskiluokan riskimaihin kuuluvat muun muassa Bangladesh, Intia, Kiina, Turkki sekä Pakistan. Näissä maissa sosiaalisen vastuun riskeihin sisältyy pakkotyövoima, työturvallisuus, syrjintä ja työaikaan liittyvät kysymykset. Vaateyritys myöntääkin, että parantamisen varaa vielä löytyy arvoketjun riskien tunnistamisessa ja vaikutusten perusteellisessa määrittämisessä. Luhta mainitsee myös haasteet liittyen työaikaan sekä oikeudenmukaiseen palkkaukseen. (Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 53, 56.)

Luhta ilmoittaa pyrkivänsä antamaan mahdollisimman faktapohjaista informaatiota liiketoiminnastaan, mutta rohkenee olemaan avoin myös keskeneräisyydestään. (Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 78.) Yrityksessä on havaittu kasvava paine ja kysyntä toimitusketjun läpinäkyvyyteen liittyen sekä tarve aktiivisempaan tiedonhallintaan toimittajatasolla. Tästä olisi apua vastuullisuusriskien ehkäisemisessä. Tämän vuoksi Luhta on aloittanut havainnollistamaan työkalua, jonka kautta yritys tulisi keräämään toimitusketjun riskienhallinnan tietoja. Työkalu testataan ja tämän jälkeen tavoitteena on käyttöönotto seuraavien vuosien aikana. Lisäksi Luhta kertoo pyrkivänsä kehittää valituskanavaansa, jotta se vastaa toimitusketjussa työskentelevien tarpeisiin. (Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 59.)

Luhta on yksi Eetti Ry:n ”Ränkkää Brändi” raportin arvioituista yrityksistä. Luhta sai arvioissa yhteensä 3 pistettä 29 pisteestä vuonna 2021 eli yritys oli kategoriassa E. Luhdan 3 pistettä tulivat ilmaston ja ympäristöön liittyvistä toimista. Ihmis- ja työelämäoikeuksien osiossa Luhta sai nolla pistettä 11 maksimipistemäärästä vuonna 2021. Luhdan kohdalla ei ollut siis yhtäkään kyllä -vastausta ihmisoikeus- tai työelämään liittyvissä kysymyksissä. Arvioinnissa kysyttiin esimerkiksi Luhdan toimittajalistojen julkaisusta, johon huomautettiin, ettei Luhta ollut julkaissut luetteloa näistä. Kysymyksiä oli myös liittyen toimittajalistan sisältöön sekä siihen, keskittääkö yritys tuotantonsa pienempään määrään tehtaita. Yksi kysymys liittyi myös elämiseen riittävään palkkaan, jossa kommentoitiin Luhdan sitoutuneen tä-

hän vain Suzhoun tehtaassa. Raportissa kysyttiin myös, onko yritys asettanut tavoitteen elämiseen riittävän palkan suhteen. (Eetti Ränkkää Brändi vaateraportti 2021, 7–11, 25.)

Myös suomalaisyritysten ihmisoikeussuoriutumisen tila -selvityksessä vuonna 2021 Luhta ei pärjännyt hyvin, sillä se ei saanut yhtään pistettä vertailussa. Vertailussa arvioitiin muun muassa läpinäkyvyyttä, ihmisoikeuskäytänteitä, valitusmekanismia, sekä huolellisuusveloitteen sisällyttämistä. Ihmisoikeuskäytänteet sisälsivät esimerkiksi toimittajalistojen julkaisemisen. (Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta 2020, 55–56.)

Yritys on parantanut toimintaansa vuoden 2021 jälkeen, sillä se on julkaissut sopimusvalmistajistaan listan, joka on päivitetty tämän vuoden huhtikuussa. Tämän lisäksi lista sisältää esimerkiksi sopimusvalmistajien nimet, näiden osoitteet sekä työntekijöiden määrän ja yhteistyön alkamisvuoden. (Luhta Responsible Production.) Näitä asioita kysyttiin myös Eetti ry:n Ränkkää Brändi arvioinnissa, josta Luhta ei ollut saanut pisteitä aikaisemmin. Luhta ei kuitenkaan ole maininnut nettisivuillaan tuotantonsa rajaamista pienempään määrään tehtaita, ja elämiseen riittävä palkkaus kattaa edelleen vain Suzhoun alueen tehtaat. Yritys on kuitenkin maininnut ottavan tavoitteeksi edistää elämiseen riittävää palkkausta (Luhta Vastuullisuusraportti 2023, 56).

6.2 Halti

Kotimaisen Haltin tuotemerkin perustaja Juhani Hyökyvaara työskenteli myyjänä nuorena miehenä helsinkiläisessä retkeilykaupassa. Sieltä lähti idea omaan yritykseen, kun Hyökyvaara havaitsi ihmisten kaipaavan toimivampia retkeilyvarusteita kuin mitä oli saatavilla markkinoilla, joten hän päätti perustaa yrityksen vastatakseen kysyntään. Hyökyvaara perusti ensin Jukaflex nimisen yrityksen vuonna 1972, jonka jälkeen myöhemmin vuonna 1976 lanseerattiin tunnettu Halti-tuotemerkki. (Halti Meidän Historia.) Haltin toiminta pohjautuu heidän arvoihinsa, jotka ovat ”rohkeasti, vastuullisesti, laadukkaasti ja yhdessä” (Halti Eettiset Ohjeet).

Haltin nettisivuilta pääsee tarkastelemaan heidän vastuullisuustyötään, eettisiä ohjeitaan, sekä vuoden 2022 vuosiraporttiaan. Vuoden 2023 raporttia ei ole vielä julkaistu. Lisäksi yrityksellä on ilmoituskanava väärinkäytöksiä varten, joka on nimeltään First Whistle. Tämä kanava on tarkoitettu Haltin henkilöstölle ja yhteistyökumppaneille. Halti kertoo omistautuneensa arvoihinsa, toimintaperiaatteisiin sekä käytäntöihin. Tämän lisäksi he sitoutuvat noudattamaan lakeja ja säädöksiä. (Halti Eettiset Ohjeet.)

Haltin toimittajien tulee allekirjoittaa yrityksen oma Service Level Agreement- sopimus, jossa luvataan huolehtimaan jokaisen suoran ja epäsuoran Haltin työntekijän ihmisoikeuksista sekä oikeudenmukaisesta kohtelusta. Lisäksi Halti on ollut vuodesta 2010 lähtien jäsenenä kansainvälisessä Amfori BSCI:ssä. Amfori pitää huolen Haltin toimittajien työoikeuksista, kuten palkkauksesta, sekä edistää oikeudenmukaisia työoloja. Halti edellyttääkin kaikkien toimittajien myös noudattavan tämän yritysvastuujärjestelmän käytännesääntöjä. Haltin muita yhteistyökumppaneita on muun muassa European Outdoor Group sekä Bluesign. Bluesignin kautta he pystyvät seuraamaan alihankkijoitaan. Lisäksi he ovat jäsenenä FIBS-yritysvas-
tuuverkostossa, jonka myötä Halti pystyy kehittämään sosiaalista vastuuta. (Halti Eettiset Ohjeet; Halti Yritysvastuu.)

Halti mainitsee, ettei hyväksy pakkotyö- tai lapsityövoiman käyttöä, laittomia työntekijöitä, väkivaltaa, eikä ahdistelua. Yritys noudattaa amfori BSCI:n käytän-
nesääntöjä, joissa on tarkasti määritelty jokaisen periaatteen sisältö. (Halti Eettiset Ohjeet.) Yrityksen vastuullisuustyö pohjautuu heidän Think Ahead kestävän kehi-
tyksen ohjelmaansa, jonka he kehittivät vuonna 2010. Tästä vuodesta alkaen vas-
tuullisuus on ollut merkittävässä osassa heidän strategiaansa. Halti kertoo ole-
vansa avoin ihmisoikeuksista ja ottavansa vastuun sosiaalisista vaikutuksista yh-
teiskuntaan. (Halti We Think Ahead.)

Yritys käyttää riskimaissa vain auditoituja tehtaita, ja he myös tekevät aktiivisesti vierailuja näihin tehtaisiin. Yritykselle on tärkeää pitää tehtaidensa työntekijöistä

huolta ja Amfori BSCI:n jäsenyys vaatiikin suorittamaan säännöllisiä puolueettomia ulkopuolisen auditoijan tarkastuksia tehtaille. Haltin tehtaiden auditoinnit tekee BSCI. Vuosiraportin mukaan kaikki tehtaot ovat saaneet vähintään C luokituksen eli hyväksyttävän. Lisäksi tehtaot saivat luokitukset A sekä B eri osa-alueilla suorituskykymittauksessa. Yritys mainitsi C luokituksen pääsyyksi työaikoihin liittyvät tulokset. Halti mainitsee myös tarkoituksensa käyttää tehtaita rauhallisempina aikoina ehkäistäkseen työntekijöiden ylityöpainetta. Amfori BSCI tarjoaa ohjeistuksia jäsenilleen ja heidän yhteistyökumppaneilleen, jotta he voivat tunnistaa, ehkäistä ja korjata ihmisoikeuksiin liittyviä epäkohtia toimitusketjussaan. Halti kertoo yhteistyön lähes kaikkien alihankkijoiden kanssa jatkuneen jo yli 40 vuotta ja mainitsee lisäksi pitkäaikaisten kumppanuuksien olevan tärkeitä heille. Halti julkaisee toimittajistaan luettelon, jota pääsee tarkastelemaan heidän nettisivuiltaan. Halti mainitsee tekevänsä tuotteensa useissa eri maissa, muun muassa Kiina on yksi suurimmista valmistajamaista, mutta tuotantoa löytyy lisäksi muualta Aasiasta sekä Euroopasta. Vietnam ja Bangladesh ovat esimerkiksi yksiä Haltin toimittajamaita. (Halti We Think Ahead; Halti Suppliers; Halti Vuosiraportti 2022; Halti Vaatteeni tekijät.)

Jännärin kirjoittamassa Kauppalehden artikkelissa (2023) Haltin toimitusjohtaja Aki Kuusilehto kertoo pyrkivänsä vähentämään tuotantoa Kiinassa, ja Haltin tavoitteena onkin pienentää kyseisen maan tuotanto 50 prosenttiin vuoteen 2026 mennessä, joka tällä hetkellä on 90 prosenttia. Kuusilehto toteaa saavansa paremman ymmärryksen tehtaista, kun rakentaa henkilökohtaiset suhteet heidän kanssaan. Vuonna 2022 toimitusjohtaja vieraili Vietnamin tehtailla, joista hän oli mielissään huomattessaan työolojen parantuneen ajan mittaan. Kuusilehto kuitenkin ymmärtää riskien olemassaolon, kun tuotanto ei omilla käsissä. (Jännäri 2023.)

Halti kertoo tekevänsä huolellisesti päätökset uusien toimittajien ja yhteistyökumppaneiden kohdalla vakiintuneen prosessin kautta. Yritys ensiksi määrittelee toimittajien asiakasryhmän ja profiilin sekä sertifioinnit. Valintaprosessissa toteutetaan kyvykkyyksianalyysi, jossa hyödynnetään toimittajien omia sekä ulkopuolisia

arvosteluja. Tämän kyvykkyysanalyysin avulla arvioidaan tehtaiden toimitilat sekä laitteet. Ennen yhteistyön alkamista suoritetaan muun muassa vielä laatutarkastukset ja seurataan tehtaiden sosiaalisen vastuun toteutumista. Yhteistyö käynnistyy testitilauksilla, joita paikallinen laaduntarkastustiimi johtaa. (Halti Vaatteeni Tekijät.)

Haltia arvioitiin myös Eetti ry:n ”Ränkkää Brändi” raportissa, josta se sai kokonaisuudessaan 17 pistettä eli yritys pääsi kategoriaan B. Halti sai 4 pistettä ihmis- ja työelämäoikeuksiin liittyen. Näihin liittyviin kysymyksiin Halti sai siis neljä kyllä - vastausta 11 kysymyksestä. Arvioinnissa kysyttiin esimerkiksi pitkäaikaisista yhteistöistä sekä tuotannon painottamisesta pienemmälle määrälle tehtaita, jossa oli kommentti Haltin pitkistä, yli viisi vuotta kestäneistä toimittajasuhteista. Yksi näistä oli myös suorien toimittajien luettelon julkaisemiseen koskeva kysymys, johon kommentoitiin Haltin julkaisseen jo vuodesta 2019 lähtien tavarantoimittajansa. Lisäksi toimittajaluettelon sisällöstä kysyttiin, jonka Halti täyttää, sillä heidän luettelostaan löytyy valmistajiensa nimet, osoitteet sekä työntekijöiden lukumäärä ja tuotteiden kategoria. (Eetti Ränkkää Brändi vaateraportti 2021, 54.) Nämä vaatimukset löytyvät myös viimeisimmästä toimittajaluettelosta, jota Halti päivittää tarvittaessa. (Halti Suppliers.)

Raportissa oli myös kysymyksiä, joista Halti ei saanut pisteitä. Raportissa kysyttiin muun muassa, hankkiiko yritys vähintään 25 % tuotteistaan sertifioiduilta tuottajilta, joilla on hyvät työolot. Tähän kommentoitiin, ettei Halti anna tuloksia auditoiduista tehtaista. Kysyttiin myös elämiseen riittävästä palkasta ja siitä, onko yritys asettanut tavoitteen tämän saamiseksi. Halti ilmoitti vuoden 2022 vuosiraportissa auditoitujen tehtaiden BSCI-suorituskykymittauksesta saadut luokat mutta ei avannut tarkemmin osa-alueita. Yritys myös noudattaa amforin Living Wage Journey- ohjeistoa, jonka avulla Halti mahdollistaa elämiseen riittävän palkan tehtaistensa työntekijöille, mutta ei anna konkreettista näyttöä siitä. (Eetti Ränkkää Brändi vaateraportti 2021, 54; Halti Vaatteeni Tekijät; Halti Vuosiraportti 2022.)

6.3 Haglöfs

Ruotsalaisen ulkoiluvaateyrityksen perusti Wiktor Haglöf vuonna 1914. Haglöfsin arvoja ovat muun muassa luotettavuus ja uteliaisuus, jotka tarkoittavat esimerkiksi tuotteiden kestävästä kehitystä. Tämän arvon edistäminen vaatii läpinäkyvyyttä ja rehellisyyttä Haglöfsin mukaan. (Scandinavian Outdoor 2020.) Haglöfs kertoo tähtäävänsä yhdenvertaiseen ja monimuotoisuutta arvostavaan työympäristöön, jossa kaikilla työntekijöillä on myös turvallista olla. Haglöfsille on tärkeää kaikkien, myös toimitusketjussa olevien työntekijöiden, oikeudenmukainen kohtelu. (Haglöfs Our People.) Yrityksen nettisivuilta pääsee tarkastelemaan muun muassa niiden vastuullisuusraporttiaan ja sosiaalista raporttiaan vuodelta 2022. Haglöfs kertoo käyttävänsä raportissaan GRI-standardia (Haglöfs Sosiaalinen raportti 2022, 14).

Sosiaalinen vastuu on merkittävä kestävään kehitykseen liittyvä osa-alue, joka tulee ottaa huomioon. Haglöfsin CSR-päällikön Jiwon Jangin vastuualueena on pitää huoli, että yrityksen toimitusketju toimii sosiaalisen vastuun sitoumuksien mukaisesti. CSR-päällikön mukaan sosiaalinen vastuu kuitenkin kulkee linjassa ympäristökysymysten kanssa ja niihin tulisi pureutua kokonaisuutena. (Haglöfs Navigating the Social Side of Sustainability.)

Yritys oli pohjoismaiden ensimmäinen ulkoiluvaatteisiin erikoistunut brändi, joka osallistui Fair Wear -järjestöön vuonna 2012. Fair Wear on tukena Haglöfsille sosiaalisen vastuuseen liittyvissä asioissa, kuten auditoinneissa, koulutuksissa sekä ihmisoikeuskysymyksissä. Järjestön kautta Haglöfs saa myös ulkoisen, todentavan arvioinnin brändin toiminnasta. Tässä arvioinnissa tarkastellaan yrityksen käytäntöjä sekä järjestelmiä. Lopulliset tulokset ovat tutkittavissa julkisesti Fair Wear nettisivuilta. (Haglöfs Our People.)

Fair Wearin standardit ylittävät teollisuuden normit ja näin ollen yritys on myös vastuussa sen oman sosiaalisen vastuun toimenpiteiden tasokkuudesta sekä stan-

dardien edistämisestä koko alalla. Haglöfsin hankintakäytäntöjä arvioidaan vuosittain Fair Wearin toimesta ”Brand Performance Check” -tapahtumassa, jolloin Haglöfs pystyy havainnoimaan voimavaransa sekä heikkoutensa sosiaalisen vastuun osalta. Haglöfs menetti Fair Wear järjestöltä saadun Leader -statuksensa vuonna 2023 kiristyneen ihmisoikeuslainsäädännön myötä. (Haglöfs Navigating the Social Side of Sustainability.) Haglöfs on Fair Wearin mukaan nyt Good -statuksessa. Brand Performance Checkin muita luokkia ovat Leader, Good, Needs Improvement ja Suspended. (Fair Wear Haglöfs.) Nämä luokat mainittiinkin jo myös toisen pääteorian luvussa 3.2.4.

Brand Performance Check -tapahtuman tulokset todistivat, että Haglöfsin riskien ja strategian yhteyttä tulisi selkeyttää. Jiwon ilmaisee, ettei Leader-statuksen menetys kuitenkaan tuntunut epäonnistumiselta, vaan on mahdollisuus kehitykselle. (Haglöfs Navigating the Social Side of Sustainability.) Fair Wear järjestö on vakuutunut, että ne jäsenyritykset, jotka panostavat toteuttamaan eettisiä periaatteita toiminnassaan, saavat myös siitä ansaitun tunnustuksen. Tähän ”Good” kategoriaan kuuluvat yritykset ylittivät keskitason vaatetusalan standardit ja ovat sitoutuneet puolueettomien kansalaisjärjestöjen tarkastukseen, jossa ne käyvät läpi yrityksen sisäiset menettelytavat, joista voidaan raportoida julkisesti. Iso osa jäsenyrityksistä kuuluukin luokkaan ”Good”. (Fair Wear Haglöfs; Fair Wear 2023, 5.)

Fair Wear pyrkii lisäämään läpinäkyvyyttä vaateteollisuudessa. Palkkojen osalta tämä on merkittävää, sillä vaateteollisuudessa työntekijöiden palkkatasoon liittyy järjestelmällisiä haasteita. Useimmat Haglöfsin tehtaat maksavat vähimmäispalkkaa korkeampaa palkkaa, mutta vain harvoissa tilanteissa ne täyttävät elinkustannuksiin riittävän palkan kriteerit. Haglöfs mainitseekin ongelman olevan siinä, että yritys ei pysty suoraan vaikuttamaan palkkoihin. Yritys kuitenkin mittaa ja etsii keinoja palkkojen nostamiseksi. (Haglöfs Fair Treatment.)

Haglöfsin päivitetyn hankintastrategian myötä yritys avasi toimiston Aasiaan vuonna 2023, minkä ansiosta on mahdollista ylläpitää läheisempää yhteyttä tehtaisiinsa sekä materiaalintoimittajiin. Paikallisen toimiston myötä Haglöfs voi myös

edellyttää oikeudenmukaisempia työoloja sekä parempaa ansiotasoa. (Haglöfs Progress.) Jiwon toteaa, että toimisto helpottaa ongelmien ratkomisessa ja parannusten tekemisessä. (Haglöfs Navigating the Social Side of Sustainability.)

Yrityksellä on vaativa prosessi, jonka avulla arvioidaan ja valitaan uudet tehtaat sekä valvotaan nykyisiä tehtaita niiden parantamiseksi. Uusien tehtaiden kohdalla Haglöfs tekee maariskiarvioinnin, jossa tarkastellaan sosiaalisia valmiuksia, kuten työoloja, palkkoja ja muita toimialariskejä. Tehtaiden hyväksymisen jälkeen ne sijoitetaan kolmen vuoden auditointijaksoon, jonka Fair Wear tai Better Work suorittaa. Poikkeuksena ovat korkean riskin tehtaat. Vuoden 2022 auditoinneissa ongelmia ilmeni eniten työn turvallisuuteen ja terveyteen (50 %), oikeudenmukaiseen palkkaukseen (20 %), sekä työtunteihin (11 %) liittyen. Näitä sosiaalisen vastuun ongelmia löytyi pääosin Haglöfsin käyttämistä tehtaista riskimaissa, kuten Kambodžassa, Kiinassa, Vietnamissa. Vastuullisuusraportissa myös mainittiin tehdaskatselmus, jossa Haglöfs kiinnitti huomiota maariskiarvioinnissa havaittuihin riskeihin. Haglöfsin edustaja teki vierailun tehtaaseen vahvistaakseen asiat ennen tuotannon hyväksymistä. Haglöfs pitää merkittävänä pitkäaikaisten suhteiden pitämistä tehtaisiin ja tuotannon painottamista pienelle määrälle tehtaita, sillä tämä auttaa muutosten tekemisessä, jos tehtaissa havaitaan virheitä. Vuonna 2021 Haglöfs oli ollut yhteistyössä lähes 50 prosentin toimittajien kanssa yli viiden vuoden ajan. (Haglöfs Fair Treatment; Haglöfs Vastuullisuusraportti 2022, 82; Haglöfs Sosiaalinen raportti 2022, 4–9.)

Yritys on sitoutunut varmistamaan asianmukaiset työolot ja ne aikovatkin päättäväisesti työskennellä jatkuvan parantamisen ja kehityksen eteen. Tämä on heidän päämääränsä ja missionsa ihmisoikeuksien suhteen. Haglöfs pyrkii jatkuvasti ehkäisemään ihmisoikeusriskejä toiminnassaan ja toimitusketjussaan. (Haglöfs Navigating the Social Side of Sustainability.) Haglöfsin käytännösääntöihin sisältyy esimerkiksi lapsityövoiman kieltä, syrjinnän kieltä, turvalliset työolot ja oikeudenmukaiset palkat sekä työajat. Yritys järjestää työntekijöilleen koulutuksia heidän oikeuksiinsa liittyen ja kehottaa tehtaita luomaan valitusmekanismin työntekijöille,

jotta he voivat tarvittaessa ilmoittaa ongelmista, esimerkiksi koskien työoloja. Fair Wear pitää myös neuvontapuhelinta, mikäli työntekijällä on huolenaiheita, joita ei ole voitu selvittää suoraan tehtaalla. Neuvontapuhelimen kautta tulleita soittoja oli vain kaksi vuonna 2022. (Haglöfs Vastuullisuusraportti 2022, 88.)

Haglöfsin vastuullisuusraportin (2022) mukaan ne ovat myös osallisena YK:n kestävän kehityksen tavoitteissa. Yritys mainitsee, että niillä ja Haglöfsin tapaisilla yrityksillä on tärkeä asema kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttamisessa, jotta esimerkiksi sosiaalisia näkökohtia voidaan edistää. Nämä ovat esimerkiksi ihmisarvoiset työolot ja tuotantomenetelmät. Haglöfs on tunnistanut kestävän kehityksen tavoitteista toiminnan kannalta olennaiset kohdat, kuten terveyden ja hyvinvoinnin edistämisen sekä ihmisarvoisen työn ja talouskasvun. (Haglöfs Vastuullisuusraportti 2022, 23.)

Haglöfs sai Good On You brändiuokituksen kautta arvion ”It’s a Start”. Tämän luokituksen perusteella Haglöfs on läpinäkyvä osan hallintakäytäntöjensä ja -periaatteidensa suhteen, ja tämän lisäksi he ovat kehittyneet merkittävästi useammassa näistä osa-alueista. Pisteitä Haglöfs sai ihmisiin koskevassa arvioissa 3, kun täydet olivat 5. Good On You listaa muutamia tekijöitä, jonka mukaan pistemäärä laskettiin; Haglöfsin tehtaita tarkkailee Fair Wear järjestö ja yritys jäljittää valtaosan toimitusketjuistaan, Haglöfs takaa vain rajallisessa osassa toimitusketjuaan työntekijöille palkan, jolla he pystyvät turvaamaan toimeentulonsa. (Good On You Haglöfs.)

6.4 Peak Performance

Ruotsalainen Peak Performance on vuonna 1986 hiihtäjien perustama ulkoilu- ja urheiluvaatebrändi. Yrityksen kotikaupunki on Åre:ssa, Pohjois-Ruotsissa, mutta pääkonttori sijaitsee Tukholmassa. Brändi on ollut vuodesta 2018 Amer Sports Oy:n omistuksessa. Peak Performance listaa tekoja, joita he ovat tehneet viimeisen parin vuosikymmenen aikana toimintaansa liittyen. Vuodesta 2007 asti brändi

on ollut jäsenenä kansainvälisessä amfori BSCI auditointijärjestössä. Peak Performance liittyi vuonna 2013 Bangladesh Accord -sopimukseen, jonka päämääränä oli parantaa kaikkien Bangladeshin vaatetehtaiden työoloja. Jälkeenpäin tästä tuli International Accord -sopimus, jonka Peak Performance allekirjoitti vuonna 2021. Fair Labor järjestöön Peak Performance osallistui vuonna 2020. (Peak Performance; Peak Performance Vastuullisuusraportti 2022, 9, 14.)

Brändi linjasi myös merkittävän tavoitteen vuodelle 2030, joka on täydellisen läpinäkyvyyden varmistaminen koko heidän toimitusketjussaan yhteistyökumppanien osalta, jotka valmistavat Peakin tuotteita. Tuotemerkki sitoutuu sisäisten ja ulkoisten liikesuhteiden oikeudenmukaisuuteen ja kunnioitukseen. Peak Performancen nettisivuilta pääsee tarkastelemaan heidän viimeisintä, vuoden 2022 vastuullisuusraporttiaan. (Peak Performance Vastuullisuus; Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 13–14.)

Peak Performancen vastuullisuusraportin (2022, 10) sosiaalisen vastuun osioon kuuluu muun muassa vastuulliset toimitusketjut ja hankinnat, turvallisuus, terveys ja oikeudenmukaisuus sekä työntekijöiden hyvinvointi. Koska vuoden 2023 vastuullisuusraporttia ei ole vielä julkaistu, brändi on linjannut viimeisimmässä raportissaan vuodelle 2023 seuraavanlaisen hankkeen sosiaaliseen vastuuseen liittyen; ”Ihmisoikeusvaikutusten arviointi”, joka tulee englannin kielen sanasta ”Human Rights Impact Assessment (HRIA)”. Tässä arvioinnissa tuotemerkki saa perusteellisemmän ymmärryksen toiminnastaan ja pystyy havaitsemaan toimintansa kehityskohteet sekä myönteiset vaikutukset. (Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 10–11.)

Peak Performance kertoo arvostavansa yhteistyökumppaneitaan. Sosiaalisen vastuun standardeja, joissa Peak Performance on osallisena, ovat muun muassa Fair Labor järjestö, The International Accord, Työtapaturmajärjestelmä (Employment Injury Scheme, EIS), sekä Kestävän Vaatetuksen liitto (Sustainable Apparel Coalition, SAC). (Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 20, 52.) Brändi sitoutuu myös YK:n Kestävän kehityksen tavoitteisiin, joista se on tunnistanut toiminnan

kannalta oleellisemmat näkökohdat, kuten vastuullisen tuotannon ja hyvinvoinnin (Peak Performance vastuullisuusraportti 2020, 11).

Peak Performance on myös osa Ready-Made Garment (RMG) -järjestöä. RMG toimii Bangladeshin kestävä kehityksen toimikunnan hallituksessa ja muissa globaaleissa organisaatioissa edustaen brändejä, jotka pyrkivät edistämään tehtaiden työoloja. Tämä toiminta jatkaa Bangladesh Accord -sopimuksen työtä, jonka Peak Performance allekirjoitti vuonna 2021. (Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 42.)

Yritys on ollut vuodesta 2012 SAC liittouman jäsenenä. SAC on kehittänyt HIGG-työkalun, jonka avulla pystytään arvioimaan sosiaalisia ja ympäristö vaikutuksia koko arvoketjussa. Peak Performance käyttää kyseistä HIGG-työkalua kehittääkseen toimintatapojaan. Tähän liittyy eräänlainen Brand and Retailer moduuli (BRM), jonka kautta yritykset voivat tehdä itsearviointin toiminnastaan liittyen sosiaalisiin asioihin sekä ympäristöasioihin liittyen. Arvioinnissa saadaan pistemäärän, jonka maksimi on 100. Peak Performance sai sosiaalisen näkökohdan osalta 67, 8 %. (Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 28.)

Työtaturmajärjestelmä EIS turvaa jokaisen valmisvaatteen (RMG) työntekijät. Järjestelmä tarjoaa korvauksia vahingoittuneille työntekijöille sekä heidän perheilleen työtaturmien sattuessa, mikäli nämä johtavat pysyvään työkyvyttömyyteen tai kuolemaan. Järjestelmä seuraa vuoden 1964 ILO:n yleissopimuksen ehtoja koskien työtaturmien suojelua. EIS on merkittävässä osassa edistäen inhimillistä työtä. (Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 52.)

Brändi kirjoittaa raportissaan tehneensä yli 15 vuotta yhteistyötä osan toimittajiensa kanssa. Peak Performance pyrkii ylläpitämään pitkäaikaisia toimittajasuhteita. He kehittivät myös kolmivuotisen toimintasuunnitelman jokaiselle yhteistyökumppanille vuoteen 2023 mennessä. Tutkija arveleekin tämän toteutumisen tulevan selviämään tulevasta vastuullisuusraportista, jota ei vielä ole julkaistu. Uu-

sia toimittajia tarkastellaan jatkuvasti ja mahdollisia yhteistyökumppaneita arvioidaan esimerkiksi arvojen ja standardien kautta, jotta voidaan varmistua toimittajan sopivuudesta. Peak Performancen toimittajista valtaosa ovat Aasiasta, kuten Vietnamista, Bangladeshista ja Kiinasta. Näissä maissa yritys myös valmistaa eniten tuotteitaan. (Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 42, 45, 47.)

Peak Performance toteuttaa kolmannen osapuolen toimesta tarkastuksia varmistukseksi, että heidän toimittajansa seuraavat vaateteollisuuden standardeja ja muita ohjeistuksia sosiaalisen vastuun näkökulmasta. Tämän auditointiohjelman Amer Sports otti käyttöönsä jo yli vuosikymmen sitten. Auditointeja suoritettiin 97 prosenttia kaikista hankinnoista vuonna 2022. Tarkastukset tehdään Fair Labor järjestön standardien mukaisesti. Brändi käyttää sosiaali- ja työohjelmaa, jonka mukaan jokainen toimittaja luokitellaan A:sta E:hen, heidän pistemääränsä perusteella. Tarkastuksissa huomattiin muun muassa ylitöihin (19 %) sekä turvallisuuden liittyviä asioita, kuten paloturvallisuus (21 %) ja koneturvallisuus (30 %), jotka kuitenkin korjattiin. Brändi tekee jatkuvasti kehitystyötä edistääkseen tehtaidensa työoloja ja heidän tarkoituksenaan on tehdä yhteistyötä niiden toimittajien kanssa, jotka toimivat käytännesääntöjen mukaisesti. Käytännesäännöt ovat linjassa Fair Labor järjestön standardien kanssa. (Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 49–50, 53.)

Peak Performance toimii Amer Sports Oy:n yhteisten käytännesääntöjen mukaisesti. He toteuttavat ja noudattavat tiukasti YK:n ihmisoikeuksien yleismaailmallisen julistuksen periaatteita sekä ILO:n yleissopimuksessa asetettuja standardeja koko toimitusketjussaan. He omistautuvat ihmis- ja työelämän oikeuksiin, eivätkä esimerkiksi hyväksy pakko- ja lapsityövoiman käyttöä. Peak Performance kehittää jatkuvasti heidän turvallisuusstandardejansa. (Amer Sports 2024, 5–6.) Peak Performance mainitsee myös luovansa ohjelmia kohentaakseen toimitusketjun työntekijöidensä palkkatasoa. Nämä ohjelmat tehdään yhteistyössä muiden vaateteollisuuden toimittajien kanssa. (Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 55.)

Brändi kirjoittaa läpinäkyvyyden olevan avainasemassa luottamuksen rakentamisessa niin sisäisten kuin ulkoisten sidosryhmien keskuudessa. Toimitusketjujen tuntemisen kautta voidaan pienentää vaikutuksia. Avoimuudesta on hyötyä siis muutoksen edistämässä. (Peak Performance vastuullisuusraportti 2022, 36.)

Peak Performance sai Good On You -luokittelusta yleisen arvion ”It’s a Start”. Ihmisiin koskevassa arvioissa brändi sai kaksi pistettä viidestä, joten arviointi painotuu sen osalta luokkaan ”Not Good Enough”. Luokittelujärjestelmä on listannut muutamia tekijöitä, jotka ovat vaikuttaneet näihin pisteisiin. Peak Performance tarkastuttaa tehtaansa, raportoimatta kuitenkaan kuinka usein ne tehdään. Luokittelussa kritisoidaan myös sitä, ette brändillä ole todisteita oikeudenmukaisesta palkkauksesta. Peak Performance kuitenkin mahdollistaa työntekijöilleen toimitusketjussa valitusjärjestelmän. (Good On You Peak Performance.)

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tässä pääluvussa pureudutaan tutkimuksen johtopäätöksiin. Johtopäätökset on koottu tutkimuskysymysten perusteella, joiden avulla pyritään saamaan vastaus tutkimusongelmaan. Lisäksi luvussa käydään läpi pohdintaa, tutkimuksen luotettavuutta, sekä jatkotutkimusehdotuksia.

7.1 Tutkimuksen johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää yritysten sosiaalisen vastuun raportointia, sekä läpinäkyvyyttä. Päättökysymyksenä toimi siis tämä: ”Miten vaateollisuuden yritykset raportoivat sosiaalisesta vastuustaan?”. Tämän lisäksi tutkimusta johdatteli kaksi alakysymystä, jotka viittasivat yritysten tavoitteisiin, standardien käyttöön sekä osallistumiseen järjestöihin. Tutkimuksen avulla saatiin tärkeää tietoa neljän eri vaateyrityksen sosiaalisen vastuun raportoinnista. Lähes jokaisella yrityksellä on nettisivuillaan saatavilla kattavat vastuullisuusraportit ja tämän lisäksi tietoa yhteistyökumppaneista sekä omista käytännösäännöistään. Halti oli ainoa, jolta löytyi vuosiraportti vastuullisuusraportin sijaan, joka ei ollut yhtä kattava verrattuna muiden yritysten vastuullisuusraportteihin. Yrityksen nettisivuilta kuitenkin löytyi sosiaaliseen vastuuseen liittyvää informaatiota.

Yritykset ovat pääsääntöisesti omaksuneet kansainvälisiä standardeja ja periaatteita toiminnassaan, joilla on merkitystä sosiaalisen vastuun kannalta niiden tuotantoketjuissaan. Tutkimuksessa tuli ilmi joitakin yhteneväisyyksiä standardien ja periaatteiden käytön suhteen. Lisäksi jokainen yritys tekee yhteistyötä erilaisten sosiaalista vastuuta edistävien järjestöjen kanssa, joita luvussa 3.2 tarkastellaan. Muun muassa amfori BSCI-järjestelmä tuli esille Luhdan, Haltin sekä Peak Performancen kohdalla. GRI- standardia käyttivät tutkimuksen perusteella Luhta ja Haglöfs. Lisäksi esimerkiksi Luhta, Peak Performance ja Haglöfs ovat sitoutuneet YK:n kestävä kehityksen tavoitteisiin, joista yritykset olivat tunnistanee heidän toimintansa kannalta tärkeimmät tavoitteet. Näiden yritysten osallistuminen kestävä kehityksen tavoitteisiin tuo esiin heidän rooliaan yhteiskunnallisena toimijana

ja haluaan vaikuttaa myönteisesti työoloihin sekä tuotannon menetelmiin. Nämä havainnot tukevat myös luvun 2.2 teoriaa, jossa kirjoitetaan yritysten pyrkimyksestä sovittaa toimintansa yhteen kansainvälisten ihmisoikeusstandardien kanssa (Liappis ym. 2019, 141–143). Luvussa 2.2 tarkastellaan enemmän sosiaalista vastuuta ja luvussa 3.2 käydään läpi kansainvälisiä standardeja ja järjestöjä.

Tavoitteita, joita tutkimuksessa tuli esille ovat seuraavanlaisia; Peak Performance mainitsi tavoitteenaan varmistaa täydellisen läpinäkyvyyden koko toimitusketjussa vuoteen 2030 mennessä. Luhta kertoi tavoitteenaan tehdä yhteistyötä sellaisten toimittajien kanssa, jotka osallistuvat sosiaalisen vastuun auditointeihin. Lisäksi Luhta pyrkii luomaan kestävästä yrityskulttuurin, jotta he voivat varmistaa hyvinvoinnin ja kasvun. Jokainen yritys painotti työntekijöiden oikeudenmukaista kohtelua koko toimitusketjussa.

Tutkimuksesta selvisi yritysten samankaltaiset linjaukset käytännesääntöihin liittyen. Yritykset eivät hyväksy lapsityö- ja pakkotyövoiman käyttöä eikä syrjintää. He myös pyrkivät edistämään parempia työolosuhteita koko toimitusketjussa. Tämän lisäksi tutkimuksessa nousi esiin myös oikeudenmukainen palkkaus sekä kohtuulliset työajat. Näiden tulosten perusteella voidaan todeta, että yritysten käytännesääntöjen sisällöt ovat linjassa luvun 2.3 Sukdeon (2019) teorian kanssa. Tutkimuksessa ilmeni Haltin ja Peak Performancen edellyttävän toimittajiensa myös noudattavan käytännesääntöjä. Luhdalla oli omat käytännesäännöt toimittajilleen ja yhteistyökumppaneilleen. Tämä osoittaa sen, että yritykset sisällyttävät toimintaansa hyväksytyjä ohjeistuksia, joiden avulla he pystyvät takaamaan työntekijöidensä oikeudet. Luvussa 2.3 käsitellään syvemmin käytännesääntöjä.

Yrityksiä tarkastellessa tuli esille, että kaikilla yrityksillä on pitkäikäisiä suhteita toimittajiinsa, joka osoittaa heidän halustaan rakentaa luottamusta yhteistyökumppaneihin. Haltilla oli jopa 40 vuoden mittaiset suhteet toimittajiin, joka osoittaa tutkijan mielestä sujuvaa yhteistyötä. Pitkäaikaisten suhteiden ylläpitäminen toimittajiin on keskeisessä roolissa vastuullisen toiminnan toteutumisessa.

Tutkimuksen kautta saatiin selville, että jokainen yritys julkaisee toimittajaluettelonsa nettisivuillaan. Luvun 3.1 Fraserin & van der Venin (2022) mukaan toimittajalistan julkaiseminen on sosiaalisen vastuun näkökulman kannalta pieni, mutta merkittävä teko. Luvussa 3.3.1 mainitaan, että toimittajalistojen julkaiseminen auttaa myös ihmisoikeusriskien tarkastelussa (Eetti Ränkkää Brändi vaateraportti 2021, 10). Kaikki yritykset ovat sitoutuneet valvomaan toimittajiaan sekä auditoimaan tehtaitaan, kukin eri auditointijärjestelmän kautta. Tutkimuksessa ilmeni jokaisen yrityksen kohdalla, että he varmistavat uusien toimittajiensa standardien noudattamisen sosiaalisen vastuun osalta, ennen kuin hyväksyvät heitä yhteistyökumppaneikseen. Luvussa 3.3 käsitellään yritysten yhteiskuntavastuun viestintää ja sen vaikutusta luoda uusia asiakassuhteita tai liiketoimintaa (Feng ja Ngai 2020). Yritysten raportoiminen auditoinneista ja toimittajien sopivuuden varmistamisesta ennen yhteistyön alkamista, osoittaa yritysten sitoutumisen yhteiskuntavastuuseen. Tämä osoittaa myös yritysten avoimuuden sekä yritysten sitoutumisen eettiseen liiketoimintaan vähentääkseen ihmisoikeusriskejä.

Halti ja Luhta käyttävät amforin BSCI-auditointijärjestelmää tehdastarkastuksissaan. Amforista on kuitenkin ollut kritiikkiä etenkin, kun sen pohjalta tarkastettiin hyväksytysti esimerkiksi Rana Plazan tehdas juuri ennen sen romahtamista (Eetti 2019). Positiivista on, että yritykset pyrkivät valvomaan sosiaaliseen vastuuseen liittyviä kysymyksiä, kuten työoloja ja turvallisuutta. Amfori yritysvastuujärjestelmän luotettavuuden suhteen herää kuitenkin kysymyksiä.

Tutkimuksen mukaan kaikilla yrityksillä on tuotantoa korkean riskin maissa, kuten Kiinassa, Bangladeshissa ja Vietnamissa. Haglöfs oli ainoa yritys, jolta ei löytynyt toimittajia Bangladeshista. Haglöfs kuitenkin kertoi pyrkivänsä rajaamaan tuotantonsa pienemmälle määrälle tehtaita, joka mahdollistaa tehokkaamman valvonnan ja nopeamman reagoinnin epäkohtien tullessa ilmi. Tutkimuksesta ilmeni, että vain Peak Performance ja Haglöfs kertoivat avoimesti tarkastuksissa ilmenneistä ongelmista ja antoivat lisäksi konkreettisia lukuja raportissaan näihin ongelmiin viitaten. Luhta mainitsi havainneensa tarkastuksista lapsi- ja pakkotyövoiman sekä

työntekijöiden oikeuksien olevan asianmukaisia, mutta ei avannut mahdollisia ongelmakohtia kuten Haglöfs ja Peak Performance. Haltilla huomattiin Vietnamin tehtaan vierailulla työolojen parantuneen. Halti ei silti raportoinut mahdollisista ongelmista. Molemmat yritykset kuitenkin tiedostivat riskien olemassaolon riskimaissa. Kuten luvussa 5.3 jo mainittiin, dokumenteista puuttuvat tiedot voivat kertoa enemmän, kuin mitä tietoja se kattaa sisälleen (Kananen, 2017, 121).

Luvussa 3.1 mainittiin, että vaikka tarkastukset ovat tärkeässä roolissa sääntöjen mukaisuuden hallinnassa, yritysten tulisi lisätä toimitusketjujen läpinäkyvyyttä, joka velvoittaa heiltä kehittämistä ja työkalujen edistämistä (Kraft & Zheng 2021). Tutkimuksesta saatiinkin selville muun muassa Luhdan alkaneen havainnollistamaan työkalua toimitusketjujen riskien tunnistamiseen. Luhta, Peak Performance sekä Haglöfs käyttävät valitusmekanismia, jonka avulla työntekijät pystyvät ilmoittamaan havainneistaan ongelmista tuotannossa. Lisäksi Peak Performancella on hanke ihmisoikeusvaikutusten arviointiin (HRIA) liittyen. Nämä toimet osoittavat yritysten ottavan konkreettisia askeleita kehittääkseen toimintansa läpinäkyvyyttä ja määrittääkseen sosiaalisen vastuun riskejä tehokkaammin.

Tutkimuksessa tarkasteltiin myös ulkopuolisten tahojen arviointeja yrityksistä. Arvioinneista ilmeni yritysten olevan hieman eri tasoilla, mutta kehitystä oli selvästi tullut, etenkin Luhdan kohdalla. Jokaisen yrityksen arvioinnin kohdalla nousi kuitenkin esiin elämiseen riittävän palkan takaaminen, jossa heillä on vielä parantamisen varaa. Tutkimuksessa kuitenkin selvisi yritysten sitoutuminen ja tavoitteet työntekijöiden palkkojen parantamiseksi. Etenkin Haglöfs ja Peak Performance mainitsivat mittaamisesta ja ohjelmien luomisesta edistääkseen tuotannon palkkatasoa.

Yhteenvedona voidaan todeta Luhdan, Haltin, Haglöfsin sekä Peak Performancen osoittavan vahvaa sitoutumista ihmisoikeusvaikutusten ehkäisemiseen ja läpinäkyvämpään toimintaan, vaikka osalla yrityksistä on vielä kehitettävää. Yritykset raportoivat sosiaalisesta vastuustaan muun muassa julkaisemalla toimittajalistoja, noudattamalla käytännesääntöjä ja tekemällä tarkkoja auditointeja tehtaisiin

varmistaakseen ihmisoikeuksien toteutumiset. Lisäksi nämä yritykset sisällyttävät toimintaansa kansainvälisiä standardeja sekä tekevät tiivistä yhteistyötä erilaisten sosiaalista vastuuta edistävien järjestöjen kanssa. Negatiivisista asioista raportointi on yhtä merkittävää kuin myönteistenkin, sillä se luo vastuullisuutta ja luotamusta. On tärkeää olla avoin myös keskeneräisyydestä. Yritykset näyttävät hyvää suuntaa vaateteollisuuden sosiaalisen vastuun edistämisessä, vaikka alalla onkin vielä paljon parannettavaa läpinäkyvyyden suhteen.

7.2 Laadullisen tutkimuksen luotettavuus

Opinnäytetyön koko prosessin tulisi olla luotettava. Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään niin kauan, kunnes saavutetaan piste, jossa tulokset toistavat samaa kaavaa tai vastauksia. Tämä tutkimuksen luotettavuutta tarkastellaan kahdesta näkökulmasta, reliabiliteetin sekä valideetin kautta. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten luotettavuutta. Käsite merkitsee myös sitä, että jos tutkimus toistettaisiin uudelleen, tulisi todennäköisesti samat tulokset vastaavassa tilanteessa. Valideetti tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä. Sen avulla määritellään, miten hyvin teoreettisten käsitteiden sisällyttäminen empiiriseen osaan on onnistunut eli onko tutkittu sitä, mikä on ollut tarkoituksenakin. (Kananen 2010, 69–70; Vilka 2021, luku 4.)

Tutkimus on osittain reliabeli, sillä tutkimuksen luotettavuuteen vaikutti se, ettei kaikista yrityksistä löydetty riittävästi monipuolisia lähteitä, jotka olisivat joko kyseenalaistaneet tai vahvistaneet yritysten sosiaalisen vastuun raportoimista. Toisaalta vaateteollisuus ja siihen liittyvät sosiaalisen vastuun vaikutukset kehittyvät jatkuvasti, joten tämä voi vaikuttaa tutkimuksen toistettavuuteen ja etenkin tuloksiin, joissa voi ilmetä eroavaisuuksia edellisiin vuosiin verrattuna.

Tutkimus voidaan todeta olevan validi, sillä tutkimuksesta saadut tulokset ovat sidoksissa sosiaalista vastuuta ja läpinäkyvyyttä käsittelevien teorioiden kanssa. Tutkimus vastaa päätutkimuskysymykseen, eli on siis tutkittu sitä, mikä oli tarkoituk-

senakin. Lisäksi teoriaosuuksissa pyrittiin käyttämään lähinnä tutkimuskirjallisuutta, kuten aiempia vertaisarvioituja tutkimuksia, tietokirjoja ja arvostettujen järjestöjen verkkosivuja.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tämän tutkimuksen avulla saatiin mielenkiintoista tietoa vaateteollisuuden yritysten sosiaalisesta vastuusta ja läpinäkyvyydestä. Jatkotutkimusehdotuksena pohdin haastattelun teettämistä näiden yritysten edustajille, jolloin voitaisiin tutkia läpinäkyvyyden vaikutusta yritysten maineeseen. Tämän jatkotutkimuksen avulla saataisiin uutta näkökulmaa ja syvempää ymmärrystä läpinäkyvyyden merkityksestä sekä siitä, miten yritykset itse näkevät sen vaikuttavan heidän toimintaansa. Haastattelussa voitaisiin kysyä esimerkiksi haasteista, joita läpinäkyvyyden lisääminen tuo tullessaan. Tämän lisäksi hyödyllistä tietoa saataisiin myös siitä, onko läpinäkyvydellä saatu kasvatettua yritysten kysyntää/tulosta.

LÄHTEET

Amer Sports. 2024. Code of Conduct. Viitattu 6.5.2024. https://www.amer-sports.com/wp-content/uploads/2024/03/Amer-Sports_Code-of-Conduct_2024_English.pdf

Amfori. BSCI. 2021. Code of Conduct. Viitattu 15.5.2024. https://assets.ctfassets.net/xoz-kogtf3agf/6XpiUsM7U2lhFMSYAmMGaU/749eb5f13f473a0a842750a9a225fa26/Appendix_1_-_amfori-bsci-code-of-conduct-2021.pdf

Amfori. Amfori BSCI in a nutshell. Viitattu 28.4.2024. <https://www.amfori.org/en/solutions/social/about-bsci>

Blowfield, M. & Murray, A. 2008. Corporate responsibility: A Critical Introduction. Oxford University Press.

Clean Clothes Campaign. Deaths and injuries in the global garment industry. Viitattu 28.3.2024. <https://cleanclothes.org/campaigns/the-accord/deaths-and-injuries-in-the-global-garment-industry>

Cristina, D & Barrero Zalles, D. 2021. Transparency in ESG and the Circular Economy: Capturing Opportunities Through Data. Business Expert Press. Viitattu 7.4.2024. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.puv.fi/lib/vamklibrary-ebooks/reader.action?docID=6804380&ppg=62>

Diehl, S., Karmasin, M., Mueller, B., Terlutter R. & Weder, F. 2017. Handbook of Integrated CSR Communication. Switzerland. Springer.

Eetti. Ränkkää Brändi. Viitattu 13.5.2024. https://eetti.fi/teemat/rankkaa_brandi/

Eetti. 2021. Ränkkää Brändi vaateraportti. Viitattu 12.5.2024. https://eetti.fi/wp-content/uploads/2021/12/eetti_rankkaabrandi_vaatteet2021.pdf

Eetti. 2019. Vastuullisuusbisnes ei takaa vastuullisuutta. Viitattu 10.5.2024. <https://eetti.fi/vastuullisuusbisnes-ei-takaa-vastuullisuutta/>

EkoHelsinki. Vaatteiden sertifikaatit ja ympäristömerkit – ABC. Viitattu 11.5.2024. <https://ekohelsinki.fi/fi/content/11-vaatteiden-sertifikaatit-ja-ympaeristoemerkit-abc>

Euroopan komissio. 2021. Child labor is keeping millions of children out of school. Viitattu 12.3.2024. https://international-partnerships.ec.europa.eu/news-and-events/stories/child-labour-keeping-millions-children-out-school_en

Fair Wear. Viitattu 11.5.2024. <https://www.fairwear.org/about-us/get-to-know-fair-wear/>

Fair Wear. Haglöfs. Viitattu 9.5.2024. <https://www.fairwear.org/brands/haglfs/>

Fair Wear. 2018. Brand Performance Check Guide. Viitattu 11.5.2024. <https://api.fairwear.org/wp-content/uploads/2017/09/brand-performance-check-guide-2018.pdf>

Fair Wear. 2023. Brand Performance Check. Viitattu 9.5.2024. <https://api.fairwear.org/wp-content/uploads/2023/08/Haglofs-AB-BPC-2023.pdf>

Feng, P. & Ngai, C. 2020. Doing More on the Corporate Sustainability Front: A Longitudinal Analysis of CSR Reporting of Global Fashion Companies. Viitattu 23.3.2024. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/6/2477>

Fraser, E. & van der Ven, H. 2022. Increasing Transparency in Global Supply Chains: The Case of the Fast Fashion Industry. Viitattu 29.3.2024. <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/18/11520>

Global Compact. Kymmenen periaatetta. Viitattu 24.4.2024. <https://www.globalcompact.fi/kymmenen-periaatetta-ja-sdg>

Global Compact. Meistä. Viitattu 24.4.2024. <https://www.globalcompact.fi/meista>

Global Compact. 2023. Toimintakertomus. Viitattu 24.4.2024. [https://www.globalcompact.fi/resources/public//pdf/UN Global Compact Suomi Vuosikertomus 2023.pdf](https://www.globalcompact.fi/resources/public//pdf/UN%20Global%20Compact%20Suomi%20Vuosikertomus%202023.pdf)

Good On You. Haglöfs. Viitattu 14.5.2024. <https://directory.goodonyou.eco/brand/haglofs>

Good On You. Peak Performance. Viitattu 12.5.2024. <https://directory.goodonyou.eco/brand/peak-performance>

Good On You. Viitattu 14.5.2024. https://goodonyou.eco/how-we-rate/?_gl=1*1e3ojs7*_ga*ODcwNjUzODU4LjE3MTUz-NDQ3MTU.*_ga_TTB1J3Q9MN*MTcxNTg4ODYzMy41LjEuMTcxNTg4ODYzNC41OS4wLjA.&_ga=2.77141589.1799141645.1715888634-870653858.1715344715

Griseri, P. & Seppala, N. 2010. Business ethics and corporate social responsibility. South-Western Cengage Learning.

Haglöfs. Fair Treatment. Viitattu 8.5.2024. <https://www.haglofs.com/sv/explore-haglofs/responsibility-matters/fair-treatment>

Haglöfs. Navigating the Social Side of Sustainability. Viitattu 9.5.2024. <https://www.haglofs.com/sv/explore-haglofs/responsibility-matters/navigating-the-social-side-of-sustainability>

Haglöfs. Our People. Viitattu 9.5.2024. <https://www.haglofs.com/fi/explore-haglofs/sustainability/our-sustainability-work/our-people>

Haglöfs. Progress. Viitattu 8.5.2024. <https://www.haglofs.com/sv/progress-report-from-the-road-to-net-zero>

Haglöfs. 2022. Sosiaalinen raportti. Viitattu 9.5.2024. https://assets.ctfassets.net/t9bpktgclwc8/1y02OGPKWF7iwtZ-Rdx4NV1/c11f6d47be5999861103a2a6b780a98b/Social_Report_2022.pdf

Haglöfs. 2022. Vastuullisuusraportti. Viitattu 10.5.2024. https://downloads.ctfassets.net/t9bpktgclwc8/1FTZerFys9w4jE-GAKp4aof/ed68f194c59cc0c59c446c2497552fa6/Haglofs_Sustainability2022_FINAL.pdf

Halti. Eettiset ohjeet ja ilmoituskanava. Viitattu 6.5.2024. <https://www.halti.fi/pages/eettiset-ohjeet-ja-ilmoituskanava>

Halti. Meidän historia. Viitattu 6.5.2024. <https://www.halti.fi/pages/meidan-historia>

Halti. Suppliers. Viitattu 14.5.2024. https://cdn.shopify.com/s/files/1/0718/0913/files/Halti_Supplier_list_2023.pdf?v=1676877557

Halti. Vaatteeni tekijät. Viitattu 7.5.2024. <https://www.halti.fi/pages/vaatteeni-tekijat>

Halti. Vuosiraportti 2022. Viitattu 7.5.2024. https://cdn.shopify.com/s/files/1/0718/0913/files/ThinkAhead_Summary_2022.pdf?v=1681905112

Halti. We Think Ahead. Viitattu 7.5.2024. <https://www.halti.fi/blogs/halti-world/we-think-ahead>

Halti. Yritysvastuu. Viitattu 6.5.2024. <https://www.halti.fi/pages/yritysvastuu>

Harvard Business Review. 2019. What Supply Chain Transparency Really Means. Viitattu 28.3.2024. <https://hbr.org/2019/08/what-supply-chain-transparency-really-means>

Heikkilä, P. 2015. Lapsityövoiman käyttöä vaikea valvoa. Kauppalehti. Viitattu 11.3.2024. <https://www-kauppalehti-fi.ezproxy.puv.fi/uutiset/lapsityovoiman-kayttoa-vaikea-valvoa/40f48c70-dc45-3bdf-9f4a-0929460c90b6>

Heuer, M., & Becker-Leifhold, C. 2017. Eco-friendly and Fair: Fast Fashion and Consumer Behaviour. Routledge. Viitattu 21.3.2024. <https://learning.oreilly.com/library/view/eco-friendly-and-fair/9781351058339/xhtml/Ch01.xhtml>

International Labour Organization. What is child labour. Viitattu 10.3.2024. <https://www.ilo.org/ipec/facts/lang--en/index.htm>

Jännäri, J. 2023. Pitkän korpivaelluksen taivaltanut Halti löysi kasvuvaihteen yllättävästä paikasta – ”Ei koko bisnestä voi perustaa talveen”. Kauppalehti. Viitattu 14.5.2024. <https://www-kauppalehti-fi.ezproxy.puv.fi/uutiset/pitkan-korpivaelluksen-taivaltanut-halti-loysi-kasvuvaihteen-yllattavasta-paikasta-ei-koko-bisnesta-voi-perustaa-talveen/914e5c63-e97b-424a-bf5a-45fe503d1d7c>

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, liiketoiminta ja palvelut -yksikkö.

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta: sanoista teoksi. Helsinki. Edita.

Koivula, K. 2021. Vastuullisuuskeskustelussa sosiaalisen vastuun roolia on korostettava. Viitattu 4.4.2024. <https://www.aaltoee.fi/aalto-leaders-insight/2021/vastuullisuuskeskustelussa-sosiaalisen-vastuun-roolia-on-korostettava>

Kraft, T. & Zheng, Y. 2021. How Supply Chain Transparency Boosts Business Value. MIT Sloan Management Review. Viitattu 18.3.2024. <https://learning.oreilly.com/library/view/how-supply-chain/53863MIT63105/chapter001.xhtml#h1-2>

Kurittu, K. 2018. Yritysvastuuraportointi: Kiinnostavan viestinnän käsikirja. Alma. Viitattu 23.4.2024. [https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/teos/CACBFXDTEB#kohta:OSA\(\(20\)1\(\(20\)Sukellus\(\(20\)yritysvastuuraporttiin/piste:t4s](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ezproxy.puv.fi/teos/CACBFXDTEB#kohta:OSA((20)1((20)Sukellus((20)yritysvastuuraporttiin/piste:t4s)

Laszlo, C. & Laszlo, C. 2013. Business Strategies and Management for Sustainability. Berkshire Publishing Group. Viitattu 23.4.2024. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.puv.fi/lib/vamklibrary-ebooks/reader.action?docID=6121136&ppg=48>

Liappis, H., Pentikäinen, M. & Vanhala, A. 2019. Menesty yritysvastuulla: käsikirja kokonaisuuteen. Helsinki. Edita Publishing Oy. Viitattu 7.3.2024. [https://shop-edita-fi.ezproxy.puv.fi/digikirja/37-7510-0#9\(20\)Sosiaalinen\(20\)vastuu](https://shop-edita-fi.ezproxy.puv.fi/digikirja/37-7510-0#9(20)Sosiaalinen(20)vastuu)

Luhta. Meidän tarinamme. Viitattu 22.4.2024. <https://luhta.com/fi/fi/content/luhta-brand>

Luhta. Responsible Production. Viitattu 28.4.2024. <https://luhta.com/fi/fi/content/responsible-production>

Luhta. Vastuullisuus. Viitattu 22.4.2024. <https://luhta.com/fi/fi/content/responsibility>

Luhta. Vastuullisuusohjelma ja tavoitteet. Viitattu 25.4.2024. <https://luhta.com/fi/fi/content/vastuullisuusohjelma>

Luhta. Vastuullisuusraportti 2023. Viitattu 28.4.2024. <https://view.taiqa.com/luhta/lsc-vastuullisuusraportti-2023?#/page=1>

Manfred, P. & Tolhurst, N. 2010. Responsible business: How to manage a CSR strategy successfully. John Wiley & Sons, Incorporated. Viitattu 4.4.2024. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.puv.fi/lib/vamklibrary-ebooks/reader.action?docID=699376&ppg=86>

Merk, J. 2009. Jumping Scale and Bridging Space in the Era of Corporate Social Responsibility: Cross-border labour struggles in the global garment industry. *Third World Quarterly*. Viitattu 21.3.2024. <https://search-ebsohost-com.ezproxy.puv.fi/login.aspx?direct=true&db=afh&AN=37252111&site=ehost-live>

Peak Performance. Viitattu 5.5.2024. <https://www.peakperformance.com/fi/explore/about-us>

Peak Performance. 2022. Vastuullisuusraportti. Viitattu 5.5.2024. https://peak-performance.com/se/sv/media/wysiwyg/pdf/PeakPerformance_Sustainability-Report_2022.pdf

Peak Performance. 2020. Vastuullisuusraportti. Viitattu 6.5.2024. https://peak-performance.com/se/sv/media/wysiwyg/pdf/Peak_Performance_Sustainability_Performance_Report_2020_High-res.pdf

Peak Performance. Vastuullisuus. Viitattu 5.5.2024. <https://www.peakperformance.com/fi/explore/responsibility>

Quaddus, M.A. & Siddique, M.A.B. 2010. *Handbook of Corporate Sustainability: Frameworks, Strategies and Tools*. Edward Elgar Pub.

Scandinavian Outdoor. 2020. Haglöfs – Olosuhteiden voittamista vuodesta 1914 ympäristön ehdoilla. Viitattu 7.5.2024. <https://scandinavianoutdoor.fi/elamaa-ulkona/haglofs-olosuhteiden-voittamista-vuodesta-1914-ympariston-ehdoilla/>

SGS. Amfori BSCI. Viitattu 10.5.2024. <https://www.sgs.com/en/services/amfori-bsci>

Sukdeo, V. H. 2019. *Corporate Law, Codes of Conduct and Workers' Rights*. Routledge. Viitattu 21.3.2024. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.puv.fi/lib/vamklibrary-ebooks/reader.action?docID=5789263&ppg=87>

Suomen Tekstiili & Muoti. Standardit. Viitattu 23.4.2024. <https://www.stjm.fi/palvelut-ja-tietoa-yrityksille/materiaalit-kemikaalit-ja-standardit/standardisointi/>

Suomen YK-liitto. Kestävän Kehityksen Tavoitekortit 2030. Viitattu 13.5.2024. https://www.ykliitto.fi/sites/www.ykliitto.fi/files/media/kestavan_kehityksen_tavoitekortit_2030.pdf

Tolsa, M. 2015. Entinen halpavaateompelija: ”En jaksa uskoa tehdastarkastuksiin”. Yle. Viitattu 30.3.2024. <https://yle.fi/a/3-7957653>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Viitattu 2.5.2024. <https://deli-very33.elib.se/LibraryReader/read/024437c2-c14b-4adc-8360-613884b84df4/1057250/en/#/locations/0>

UN Fashion Alliance. What is the UN Alliance for Sustainable Fashion. Viitattu 12.5.2024. <https://unfashionalliance.org>

Unicef. Kestävän Kehityksen tavoitteet Agenda 2030. Viitattu 13.5.2024. <https://www.unicef.fi/tyomme/lapsen-oikeudet/kestavan-kehityksen-tavoitteet-agenda-2030/>

Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta. 2020. Suomalaisyriyten ihmisoikeussuoriutumisen tila (SIHTI) -hanke. Viitattu 13.5.2024. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162648/VNTEAS_2020_57.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Viitala, R. & Jylhä, E. 2019. Johtaminen: Keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit. Helsinki. Edita. Viitattu 5.3.2024. <https://www.elibslibrary.com/reader/9789513776077>

Vilkka, H. 2021. Näin onnistut opinnäytetyössä: Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. PS-kustannus. Viitattu 18.4.2024. <https://www.elibslibrary.com/reader/9789523701236>

Williams, O. F. & Project Muse. 2014. ND Houck Series Business Ethics: Sustainable Development: The UN Millennium Development Goals, the UN Global Compact, and the Common Good. University of Notre Dame Press. Viitattu 10.5.2024. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.puv.fi/lib/vamklibrary-ebooks/reader.action?docID=3441160&ppg=393>