

SAVONIA

ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ - YLEMPI AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALouden JA HALLINNON ALA

SUUNTA KOHTI VASTUULLISEMPAA VAATEMALLISTOA

Case: Ponsse Collection

TEKIJÄ Laura Kouvalainen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Tutkinto-ohjelma Liiketoiminnan kehittämisen tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Laura Kouvalainen	
Työn nimi Suunta kohti vastuullisempaa vaatemallistoa. Case: Ponsse Collection	
Päiväys 7.5.2023	Sivumäärä/Liitteet 66/3
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Ponsse Oyj	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli määrittää Ponsse Collection -liiketoiminnalle vastuullisuustavoitteet ja -mittarit sekä tehdä Ponsse Collection -vaatemallistolle viisivuotinen vastuullisuuden kehittämissuunnitelma. Opinnäytetyön taustalla vaikuttaa toimeksiantaja Ponsse Oyj:n visio olla vastuullisen metsätalouden yhteistyökumppani. Ponssen tavoite on olla vastuullisuuden edelläkävijä omalla alallaan. Paineita vastuullisuuden kehittämiseen tulee myös entistä enemmän Ponssen sidosryhmiltä ja vastuullisuusnäkökulma korostuu asiakkaiden ostopäätöksissä enenevässä määrin. Vaateteollisuuteen liitetään runsaasti sekä sosiaalisen vastuun, että ympäristövastuun ongelmia. Ponssella on tahtotila kasvattaa Ponsse Collection -liiketoimintaa kestävästi, sosiaalisen ja ympäristövastuun näkökulmat huomioon ottaen.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys käsittelee yritysvastuun eri osa-alueita sekä vastuullisuutta vaateteollisuuden arvoketjussa. Tietoperustassa on hyödynnetty vastuullisuuteen liittyvää tutkimustietoa ja kirjallisuutta. Opinnäytetyössä käytettiin triangulaatiota eli monimetodista lähestymistapaa. Tutkimusmenetelmiksi valikoitui kvantitatiivinen kyselytutkimus sekä kvalitatiivinen puolistrukturoitu haastattelututkimus. Tutkimuksilla pyrittiin löytämään vastaukset tutkimuskysymyksiin: millaisia mielikuvia Ponssen asiakkailta on Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuudesta, millaisia mahdollisuuksia Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämiseen on pitkällä ja lyhyellä aikavälillä ja miten vastuullisuutta voidaan mitata? Kyselytutkimus toteutettiin Webropol -kyselytyökalulla ja sen tarkoitus oli kerätä pohjatietoa Ponssen asiakkaiden vastuullisuusmielikuvista haastattelututkimuksen tueksi. Haastattelujen tavoitteena oli tutkia vastuullisuuden kehittämisen mahdollisuuksia ja vastuullisuusmittareita. Haastateltaviksi valikoitui viisi suurinta Ponsse Collection -vaatetoimittajaa. Haastattelut toteutettiin etänä Teams -sovelluksen avulla. Haastatteluaineistoa tulkittiin teemoittelun keinoin ja aineistosta kerättiin vastuullisuuden kehittämistoimenpiteitä osaksi vastuullisuuden kehittämissuunnitelmaa.</p> <p>Kyselytutkimuksen tulokset osoittavat, että Ponssen vaateliiketoiminta on asiakkaiden mielikuvissa eettistä ja ympäristöstävällistä. Ponsse Collection -tuotteet koetaan laadukkaiksi, kestäviksi ja soveltuviksi käyttötarkoitukseen. Kehityskohteeksi voidaan nostaa vastuullisuusviestintä "en osaa sanoa" -vastausten suuren osuuden vuoksi. Haastattelututkimuksen aineiston analyysin avulla onnistuttiin löytämään kehittämistoimenpiteitä, joita hyödynnettiin vastuullisuuden kehittämissuunnitelmassa sekä Ponsse Collection -liiketoiminnan vastuullisuustavoitteiden asetannassa. Konkreettisenä tuotoksena syntyi viisivuotinen Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämissuunnitelma.</p> <p>Vastuullisuuden kehittämissuunnitelma on heti valmis otettavaksi käyttöön ja se toimii työkaluna vastuullisuuden kehittämisen tarkastelussa. Kehittämissuunnitelma asettaa myös vastuullisuuskriteerit Ponsse Collection -toimittajille sekä Ponsse Collection -tuotteille. Kehittämissuunnitelmaa voidaan hyödyntää myös globaalisti Ponssen tytäryhtiöiden paikallisissa vaatehankinnoissa.</p>	
Avainsanat Yritysvastuu, vaateteollisuuden arvoketju, vastuullisuusmittarit, vastuullisuustavoitteet, kehittämissuunnitelma	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration	
Degree Programme Master's Degree Programme in Business Administration	
Author(s) Laura Kouvalainen	
Title of Thesis Moving Towards More Sustainable Clothing Line. Case: Ponsse Collection	
Date 7 May 2023	Pages/Appendices 66/3
Client Organisation /Partners Ponsse Plc	
<p>Abstract</p> <p>The aim of the thesis was to define the sustainability goals and metrics for the Ponsse Collection business and to make a five-year sustainability development plan for the Ponsse Collection clothing line. The background of the thesis is Ponsse's vision to be a preferred partner in responsible forestry. Ponsse's goal is to be a pioneer of sustainability in its own field. Also, stakeholders put more pressure on the development of sustainability. The sustainability aspect is increasingly emphasized in customers' purchase decisions. The clothing industry is associated with many issues of both social sustainability and environmental sustainability. Ponsse has a desire to grow Ponsse Collection business in a sustainable way, considering the perspectives of social and environmental sustainability.</p> <p>The theoretical framework of the thesis considers different aspects of corporate responsibility and sustainability in the value chain of the clothing industry. The knowledge base was built on research information and literature related to sustainability. The thesis used triangulation, i.e. a multi-method approach. A quantitative survey and a qualitative semi-structured interview were selected as research methods. The research aimed to find answers to these research questions: what kind of image do Ponsse customers have about the sustainability of the Ponsse Collection clothing line, what opportunities are there for developing the sustainability of the Ponsse Collection clothing line in the long and short term, and how can sustainability be measured? The survey was carried out with the Webropol survey tool, and its purpose was to collect basic information about Ponsse's customers' perceptions of sustainability and support the interview survey. The goal of the interviews was to investigate the possibilities of sustainability development and the sustainability metrics. The five largest Ponsse Collection clothing line suppliers were selected to be interviewed. The interviews were conducted remotely using the Teams application. The interview material was interpreted using thematic analysis. sustainability development measures were collected from the research material as part of the sustainability development plan.</p> <p>The results of the survey show that in the minds of the customer, Ponsse's clothing business is ethical and environmentally friendly. The Ponsse Collection products are perceived as high-quality, durable and suitable for the purpose. Sustainability communication can be set as a development target due to the large proportion of "I do not know" answers. With the help of the analysis of the interview research data, it was possible to find development measures that were utilized in the sustainability development plan and in setting the sustainability goals of the Ponsse Collection business. As a concrete output of the thesis, a five-year sustainability development plan for the Ponsse Collection clothing line was made.</p> <p>The sustainability development plan is immediately ready for use and serves as a tool for reviewing the development of sustainability. The development plan also sets sustainability criteria for Ponsse Collection suppliers and Ponsse Collection products. The development plan can also be used globally in the local clothing purchases of Ponsse's subsidiaries.</p>	
<p>Keywords</p> <p>Corporate responsibility, clothing industry value chain, sustainability metrics, sustainability goals, development plan</p>	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
1.1	Keskeiset käsitteet	5
1.2	Opinnäytetyön toimeksiantaja	6
1.3	Opinnäytetyön tavoite, menetelmät ja tutkimuskysymykset	8
2	YRITYSVASTUU	10
2.1	Taloudellinen vastuu	12
2.2	Ympäristövastuu	13
2.3	Sosiaalinen vastuu	14
2.4	Yritysten vastuullisen toiminnan ohjaaminen.....	15
3	VASTUULLISUUS VAATETEOLLISUUDESSA.....	19
3.1	Vastuullisuus vaateteollisuuden arvoketjussa	19
3.2	Vastuullisuuden kehittäminen vaateteollisuudessa	22
3.3	Materiaalivalinnat	24
3.4	Vastuullisuusauditoinnit ja -sertifikaatit	25
4	TUTKIMUSMENETELMÄT	26
4.1	Menetelmänä kyselytutkimus.....	27
4.1.1	Kyselytutkimuksen toteutus	28
4.1.2	Kyselytutkimuksen tulokset	29
4.1.3	Kyselytutkimuksen johtopäätökset	32
4.2	Menetelmänä haastattelu.....	33
4.2.1	Haastattelujen toteutus	36
4.2.2	Haastattelujen analysointi.....	37
5	VASTUULLISUUSTAVOITTEET JA KEHITTÄMISSUUNNITELMA	47
6	POHDINTA	51
6.1	Työn luotettavuus- ja eettisyysarviointi	52
6.2	Jatkotutkimusaiheet	53
	LÄHTEET.....	54
	LIITE 1: KYSELYLOMAKE.....	58
	LIITE 2: VAATEMATERIAALIT	62
	LIITE 3: HAASTATTELUKYSYMYKSET	66

1 JOHDANTO

Vastuullisuus on aikamme megatrendi. Se on valtava kokonaisuus, sisältäen ympäristövastuun, sosiaalisen vastuun ja taloudellisen vastuun osa-alueet. Vastuullinen toiminta on muotoutunut pikkuhiljaa osaksi yritysten arkipäivää. Vastuullisuustyö ei kuitenkaan lopu koskaan, se on parhaimmillaan toiminnan jatkuvaa parantamista ja kehittämistä. Vaikka vastuullisuus vaatii paljon, on se myös valtavan suuri mahdollisuus – avain menestyvään liiketoimintaan.

Tämän opinnäytetyön taustalla vaikuttaa oma mielenkiintoni vastuullisuuden kehittämiseen omassa työssäni Ponsella, mutta myös opinnäytetyön toimeksiantaja Ponsse Oyj:n päivitetty visio olla vastuullisen metsätalouden halutuin yhteistyökumppani. Ponsse haluaa toimia vastuullisuuden edelläkävijänä omalla alallaan. Paineita vastuullisuuden kehittämiseen tulee myös entistä enemmän Ponssen sidosryhmiltä. Vastuullisuusnäkökulma korostuu Ponssen asiakkaiden ostopäätöksissä enenevässä määrin. Yrityksen vastuullisuustoimet vaikuttavat myös muun muassa yritysrahoituksen saatavuuteen ja hintaan.

Viime vuosina vaateteollisuus on saanut runsaasti kritiikkiä alaan liittyvistä sosiaalisista ja ympäristö-ongelmista. Vaateteollisuus on toiseksi suurin teollinen saastuttaja ilmailun jälkeen. Laajoista ympäristövaikutuksista huolimatta ala näyttää jatkavan kasvuaan. (Niinimäki ym. 2020, 1.) Ponsella on vahva tahto kasvattaa Ponsse Collection -liiketoimintaansa. Liiketoiminnan tulee kuitenkin kasvaa kestävästi, sosiaalisen ja ympäristövastuun näkökulmat huomioon ottaen. Vaateteollisuuden alalla on synkkä maine, joten nyt on hyvä hetki aloittaa Ponsse Collection -vaatemalliston systemaattinen vastuullisuuden kehittämistyö.

Vastuullisuus ohjaa yhä enenevässä määrin organisaatioiden toimintaa ja lähes jokaisen yrityksen agendalla on kehittää vastuullisuustyötään. Yrityksillä on aito halu tehdä asioita vastuullisemmin ja kestävämmiin. Vastuullisuuden toimintakenttä on kuitenkin valtava. Kehitettävää löytyy sosiaalisen, taloudellisen ja ympäristövastuun saralla ja yritysten voi joskus olla vaikea löytää kehittämistyölleen punaista lankaa. Yritysten oman tahtotilan lisäksi vastuullisuuteen ohjataan enenevässä määrin erilaisten lakien ja sääntelyjen kautta. Muutosta vaativat myös yritysten sidosryhmät. Erityisesti kuluttajat ovat valveutuneempia ja haluavat tehdä vastuullisempia ostopäätöksiä. Vastuullisuus voi olla tulevaisuudessa yritysten olemassaolon edellytys, joten siihen tulee panostaa ja siitä tulee myös viestiä aktiivisesti (Ihalainen 2021.)

1.1 Keskeiset käsitteet

Tämän opinnäytetyön teoreettinen viitekehys käsittelee yritysvastuun eri osa-alueita sekä vastuullisuutta vaateteollisuuden arvoketjussa. Seuraavaksi on avattu opinnäytetyön keskeisimmät käsitteet:

Yritysvastuu (CSR)

Yritysvastuulla tarkoitetaan kansallisten lakien noudattamista ja lainsäädännön vaatimukset ylittävää vastuullista liiketoimintaa yhteiskunnan hyväksi sekä ympäristön ja ihmisten suojaamiseksi (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 7.) Yritysvastuuta voidaan kuvata kolmen pilarin mallilla, jossa vastuullisuus rakentuu sosiaalisesta, taloudellisesta sekä ympäristövastuusta (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 23.)

Vaateteollisuuden arvoketju

Vaateteollisuuden arvoketjut alkavat maataloudesta ja kuitutuotannosta jatkuen valmistukseen, logistiikkaan ja jälleenmyyntiin. Jokaisella prosessin vaiheella on oma vaikutuksensa ympäristöön ja työntekijöihin. (Niinimäki ym. 2020, 2.) Vaateteollisuuden arvoketju voidaan jakaa viiteen eri vaiheeseen, jotka ovat: 1) kuitutuotanto 2) langan ja kankaan valmistus 3) vaatetuotanto 4) vaatteiden käyttö 5) vaatteiden käytöstä poisto.

Vastuullisuustavoitteet

Vastuullisuustavoitteiden asettaminen on keskeinen osa yritysvastuun johtamista. Asetettujen tavoitteiden avulla ohjataan toimintaa haluttuun suuntaan. Hyvä vastuullisuustavoite on riittävän yksinkertainen ja sen tulee liittyä konkreettisesti yrityksen toimintaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 93.)

Vastuullisuusmittarit

Vastuullisuuden kehittäminen edellyttää tulosten mittaamista ja jatkuvaa uusien tavoitteiden asettamista. Vastuullisuutta voidaan mitata vastuullisuuden tunnusluvuilla. Mittareina kannattaa käyttää kansainvälisten raportointisuositusten ehdottamia mittareita, jotta tunnusluvut olisivat vertailukelpoisia yritysten välillä. Merkittävin tällainen suositus on Global Reporting Initiative (GRI). (Suomen Tekstiili ja Muoti 2016, 25.)

1.2 Opinnäytetyön toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Ponsse Oyj. Ponsse on erikoistunut tavaralajimenetelmän metsäkoivien myyntiin, tuotantoon, huoltoon ja teknologiaan. Yhtiön on perustanut vuonna 1970 Einari Vidgrén. Ponssen tehdas ja pääkonttori sijaitsevat Suomessa, Vieremällä. Tällä hetkellä yhtiöllä on 13 tytäryhtiötä ja 30 jälleenmyyjää ympäri maailman. Yhtiön liikevaihto oli vuonna 2022 755,1 MEUR ja viennin osuus liikevaihdosta 79 prosenttia. Ponsse työllistää noin 2000 henkilöä ympäri maailmaa. (Ponsse Oyj 2023, 4-7.)

Ponsse on arvojohdettu perheyhtiö. Yhtiön arvoiksi on määritetty asiakaslähtöisyys, rehellisyys, Ponsse-henki ja innovatiivisuus. Ponssen tarkoitusta, missiota ja visiota ohjaavat yhtiön arvot, mutta myös vastuullisuus ja kestävä kehitys. Uusia innovaatioita kehitetään asiakastarpeiden mukaisesti unohtamatta kestävä kehityksen merkitystä. Ponssen missio eli tehtävä on menestyä yhdessä asiakkaiden kanssa. Asiakkaiden liiketoiminnan syvimmän merkityksen ymmärtäminen mahdollistaa myös oman oppimisen. Ponssen visio eli tulevaisuuden tavoitetila on olla vastuullisen metsätalouden halutuin yhteistyökumppani. Kestävä kehitys ohjaa kaikkea Ponssen toimintaa ja yritys haluaa ottaa vastuun ympäristöstään sekä metsien hyvinvoinnista. (Ponsse Oyj 2022, 8-9.)

Ponssella vastuullisuutta kuvataan yhteiseksi ja vahvaksi arvomaailmaksi, jossa korostuu rehellinen työ, ihmisten arvostus ja pyrkimys parhaaseen mahdolliseen lopputulokseen ympäristöä kunnioittaen. (Ponsse julkaisuaika tuntematon.)

Ponssen vastuullisuustyö perustuu neljään teemaan ja tavoitteeseen:

- Ihmiset – edistämme ihmistemme hyvinvointia
- Ratkaisut – innovoimme kestäviä ja luontoa kunnioittavia ratkaisuja
- Toiminta – emme rasita luontoympäristöä toiminnallamme
- Yhteisö – olemme luotettava kumppani, jolle yhteisöllisyys on voimavara

Näihin teemoihin ja -tavoitteisiin on sidottu myös YK:n kestävän kehityksen tavoitteet. (Ponsse Oyj 2023, 5.)

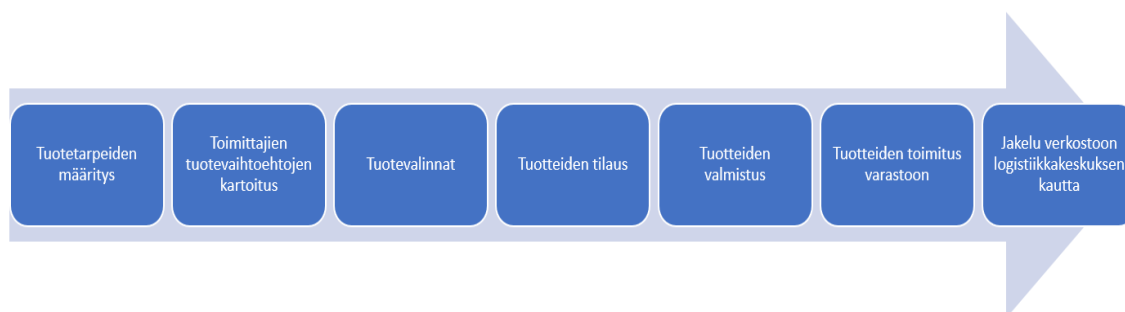
Ponssella sosiaalinen vastuu tarkoittaa vastuunottamista oman toiminnan vaikutuksista ihmisiin. Ponsse on sitoutunut kunnioittamaan kansainvälisesti tunnustettuja ihmisoikeuksia, mukaan lukien ihmisoikeuksia koskevia kansainvälisiä perusasiakirjoja ja Kansainvälisen työjärjestön ILO:n julistusta työelämän perusperiaatteista ja -oikeuksista. Lisäksi Ponsse noudattaa YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevaa periaatetta. Ponssen sosiaalisen vastuun tavoitteena on olla hyvä ja turvallinen työpaikka sekä tehdä tuloksellista työtä erinomaisessa Ponsse-hengessä toisia arvostaen ja huolta pitäen. (Ponsse Oyj 2022, 32–37.)

Ympäristövastuu Ponssella on liiketoiminnan johtamista ja kehittämistä ympäristönäkökohdat huomioiden. Toiminnassa halutaan välttää tai minimoida kaiken tekemisen negatiiviset vaikutukset luonnon monimuotoisuuteen, ekosysteemiin ja luonnonvarojen riittävyyteen. Ponssella noudatetaan ympäristöjohtamisen ISO 14001 -standardia. Ympäristövastuun tavoitteena on tuntea toiminnan ympäristövaikutukset ja pyrkimys pienentää niitä systemaattisesti. Lisäksi Ponssen tavoitteena on hiili-neutraalius ja materiaalitehokkuus. Ponsse konsernin hiilijalanjälki laskettiin ensimmäisen kerran vuonna 2021 sekä oman toiminnan (Scope 1), että ostetun energian aiheuttamien päästöjen osalta (Scope 2). (Ponsse Oyj 2022, 40–43.)

Tasapainoinen ja kestävä talouden kehittäminen ovat Ponssella taloudellisen vastuun kulmakivet. Taloudellista vastuuta kehitetään liiketoiminnan eettisyys, sidosryhmät ja ympäristö huomioiden. Taloudellinen kestävyys eli tasapaino kannattavuuden, liiketoiminnan rahavirtojen ja kasvun välillä halutaan yhtiössä varmistaa pitkällä aikavälillä ja tuoda pysyvyyttä ja jatkuvuutta sekä paikalliseen yhteisöön ja yhteiskuntaan, mutta myös koko globaaliin toimintakenttään. (Ponsse Oyj 2022, 46–47.)

Tämä opinnäytetyö käsittelee Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämistä. Ponsse Collection on Ponssen oma vaatemallisto, joka sisältää työ- ja vapaa-ajan vaatteita sekä erilaisia tarvikkeita. Vaatemalliston historia on yhtä pitkä kuin yrityksenkin. Brändiuskollisen Ponsse-merkkisen koneen ostaja halusi tietysti myös samanmerkkisen edustuslakin. Valikoima on laajentunut vuosien varrella miesten työvaatemallistosta monipuoliseksi koko perheen vaatemallistoksi, joka päivittyy kaksi kertaa vuodessa. Ponsse Collection -tuotteita myydään Ponssen omissa huoltopalvelukeskuksissa ympäri maailmaa sekä verkkokaupan kautta Euroopan alueelle. Ponsse Collection -vaatemalliston liikevaihto on ollut tasaisessa kasvussa ja varsinkin verkkokauppamyynti on kehittynyt positiivisesti viime vuosien aikana.

Ponsse Collection -hankintaprosessia (kuva 1) on kehitetty jatkuvasti viime vuosina. Hankintaprosessi on muuttunut hajanaisista tuotehankinnoista suunnitelmalliseksi toiminnaksi. Ponsse Collection -hankinnat tehdään kahdesti vuodessa ennakkotilauksina. Hankintaprosessi alkaa tuotetarpeiden määrittämisestä. Tarvemäärittelyn jälkeen tuotetarpeet esitellään toimittajaverkostolle. Seuraavaksi toimittajat esittelevät tuote-ehdotuksensa tarjouksen kera. Lopulliseen tuotevalintaan on vaikuttamassa moni asia. Päätökseen vaikuttaa tuotteen laadun, hinnan, minimituotantoerän ja tuotteen materiaalin lisäksi esimerkiksi toimittajan varastointimahdollisuudet ja tuotantomaa. Tuotevalintojen jälkeen tuotteet tilataan ja noin 5–6 kuukautta myöhemmin tuotteet saapuvat Ponssen keskusvarastoon, josta ne voidaan toimittaa eteenpäin myytäväksi omiin huoltopalvelukeskuksiin, Ponssen jälleenyymyjille tai verkkokaupan kautta kuluttajille.



KUVA 1. Ponsse Collection -hankintaprosessi

Oma roolini Ponsella on vastata Ponsse Collection -liiketoiminnan kehittämistä kokonaisvaltaisesti. Käsittelen vastuullisuuden liittyviä asioita lähes päivittäin ja tämä opinnäytetyö tulee antamaan minulle konkreettisia työkaluja vastuullisuuden kehittämiseen omassa työssäni.

1.3 Opinnäytetyön tavoite, menetelmät ja tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön ensimmäinen tavoite on asettaa Ponsse Collection -liiketoiminnalle vastuullisuustavoitteet ja -mittarit. Vastuullisuustavoitteet pohjautuvat Ponsse Oyj:n vastuullisuustavoitteisiin, mutta koska vaatetuotanto eroaa hyvin paljon yrityksen pääliiketoiminnasta, on tavoitteenasetannassa oleellista ottaa huomioon vaateteollisuuden erityispiirteet. Vastuullisuuden kehittämiseksi tullaan myös määrittämään konkreettiset mittarit, joilla voidaan seurata vastuullisuuden kehittymistä vuosittain. Opinnäytetyön toinen tavoite on tehdä Ponsse Collection -vaatemallistolle viiden vuoden vastuullisuuden kehittämissuunnitelma. Vastuullisuuden kehittämissuunnitelma tullaan esittämään visuaalisena tiekarttana, jossa kuvataan vuosittaiset vastuullisuuden kehittämistoimenpiteet ja mittarit.

Opinnäytetyön lähestymistapa on triangulaatio eli monimetodinen lähestymistapa. Menetelminä toimii sekä kvantitatiivinen, että kvalitatiivinen tutkimus. Kvantitatiivinen tutkimus toteutetaan kyselytutkimuksena ja se kartoittaa Ponssen asiakkaiden mielikuvia Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuudesta. Kyselytutkimuksen tarkoitus on kerätä pohjatietoa tukemaan opinnäytetyön seuraavaa tutkimusta, jossa tutkitaan vastuullisuuden kehittämisen mahdollisuuksia ja vastuullisuuden mittaamista. Vastuullisuuden kehittämistä ja mittareita tutkitaan kvalitatiivisin menetelmin. Aineisto kerätään puolistrukturoidun haastattelututkimuksen avulla ja tutkimuksen kohderyhmä on Ponsse Collection -vaatetoimittajat.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

- 1) Millaisia mielikuvia Ponssen asiakkailla on Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuudesta?
- 2) Millaisia mahdollisuuksia Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämiseen on pitkällä ja lyhyellä aikavälillä?
- 3) Miten vastuullisuutta voidaan mitata?

Vastuullisuustavoitteet tullaan määrittelemään Ponssella sisäisesti opinnäytetyön tutkimusten analyysivaiheen jälkeen. Tavoitteenasetannassa on huomioitava, että haastattelujen analyysin tulokset perustuvat haastateltavien omiin mielipiteisiin ja kokemuksiin eivätkä näin ole yleistettävissä. Tutkimustuloksia tullaan käyttämään myös apuna vastuullisuuden kehittämissuunnitelman rakentamisessa.

2 YRITYSVASTUU

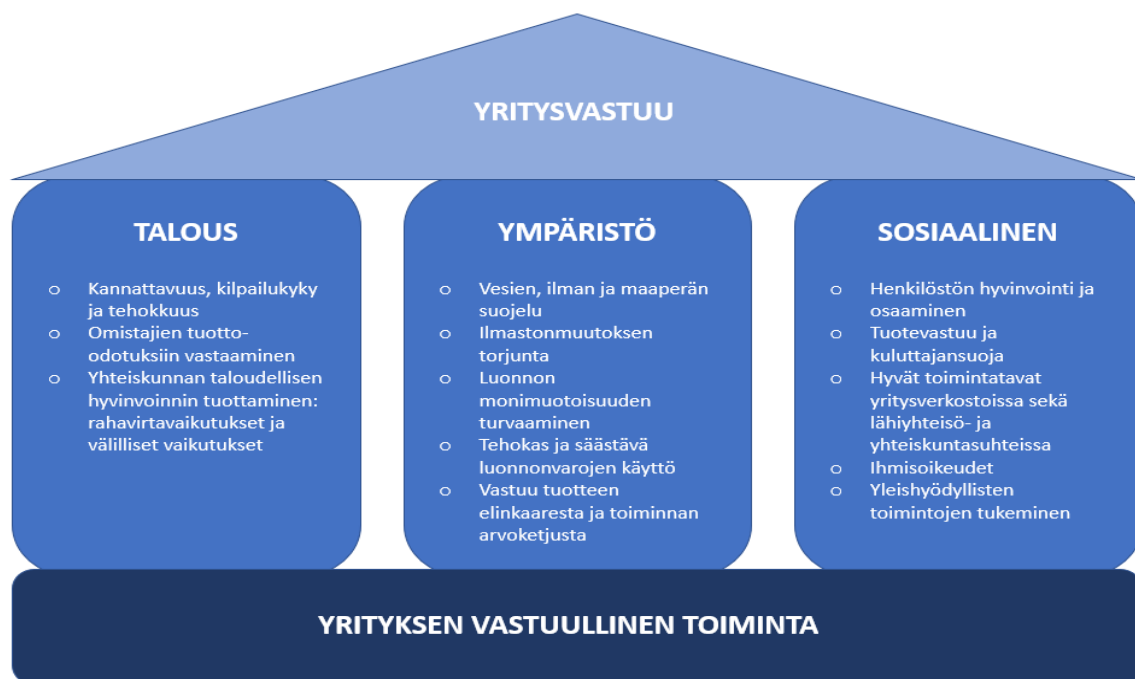
Liappis, Pentikäinen & Vanhala (2019, 7) kertovat yritysvastuun olevan kansallisten lakien noudattamista ja lainsäädännön vaatimukset ylittävää vastuullista liiketoimintaa yhteiskunnan hyväksi sekä ympäristön ja ihmisten suojaamiseksi. Harmaala & Jallinoja (2012, 16) taas kuvaavat yritysvastuuta vapaaehtoisiksi toimiksi, joilla yritys toteuttaa yhteiskuntavastuuta sidosryhmien odotusten perusteella. Yritysvastuulla on erilaisia määritelmiä, mutta Al-Shammarin, Banerjeen ja Rasheedin (2021, 1515) mukaan määritelmät yhdistää ajatus siitä, että yhteiskuntavastuun toiminnoilla pyritään ensisijaisesti vastaamaan sidosryhmien ja koko yhteiskunnan ei-taloudellisiin huolenaiheisiin ja vaatimuksiin. Yritysvastuulla tarkoitetaan siis sitä, että yritykset tekevät vapaaehtoisesti enemmän kuin on tarpeen lainsäädännön puitteissa omien sidosryhmien vaatimukset täyttääkseen ja suojellakseen ympäristöä sekä ihmisiä.

Yritysten suhtautuminen vastuullisuuteen on muuttunut vuosien varrella. Aiemmin vastuullisuutta pidettiin pakollisena kustannuseränä ilman selkeää hyötyä. Nykypäivänä on huomattu yritysvastuun myönteiset vaikutukset ja vastuullisuus nähdään osana kannattavaa ja kestäväää liiketoimintaa. Vastuullisesta yrityksestä ovat kiinnostuneet parhaat työntekijät, asiakkaat ja sijoittajat ja liiketoiminnan jatkuminen on helppo turvata. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 25.) Savitz (2013, 45) taas tiivistää vastuullisuuden hyödyt liiketoiminnalle kolmeen seikkaan; vastuullisuus auttaa suojelemaan, pyörittämään ja kasvattamaan sitä. Yritysvastuun hyötyihin voidaan lukea myös myynnin ja markkinaosuuden kasvu sekä brändin vahvistuminen. Vastuulliset yritykset myös säästävät operatiivisissa sekä terveys- ja turvallisuuskuluissa. (Panwar, Rinne, Hansen & Juslin 2006, 5.)

Yritysvastuu on ennen kaikkea riskien- ja maineenhallintaa. Riskienhallinta nivoutuu yritysvastuussa koko sen arvoketjuun ja riskejä tarkastellaankin laajalti sidosryhmien, ympäristön ja yhteiskunnan näkökulmasta perinteisen oman toimintaympäristön sijaan. Yrityksen toiminta voi aiheuttaa haitallisia vaikutuksia kaikille näille ja vastuullisuusriskien pienentäminen ennakkoiden on aina parempi vaihtoehto kuin maineen menettäminen. Yritysten kannattaa rakentaa hyvää mainetta aktiivisesti tekeillä vastuullisia tekoja ja viestimällä niistä. Mainekkaat yritykset kestävät paremmin pienet kriisit kuin huonomaineiset; viestinnän tulee kuitenkin olla totuudenmukaista, avointa ja rehellistä. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 26-27.) Yritysten maineen merkitys on kasvanut median vallan lisääntyessä. Media pyrkii paljastamaan yrityksen maineelle haitallisia asioita ja maineenhallinnasta on tullutkin tärkeä osa yritysvastuun johtamista. Se motivoi osaltaan yrityksiä myös vapaaehtoisen yritysvastuun toteuttamiseen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 96.)

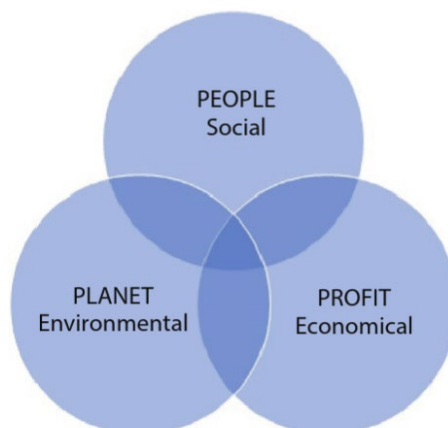
Yritysvastuuta kuvataan usein John Elkingtonin kehittämällä kolmen pilarin mallilla, jossa vastuullisuus rakentuu sosiaalisesta, taloudellisesta sekä ympäristövastuusta (kuva 2). Kolmen pilarin malli ei kuitenkaan ole täydellinen, koska vastuullisuusasioiden luokittelu mallin mukaisesti ei ole niin yksinkertaista. Monet vastuullisuuteen liittyvät seikat voidaan liittää useampaan kolmesta pilarista. Esimerkiksi puhdas vesi on ympäristöasia, mutta se on myös ihmisoikeuskysymys. Tämän lisäksi kolmen pilarin mallissa taloudellinen vastuu jää erilliseksi ympäristövastuusta ja sosiaalisesta vastuusta. (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 23) Koska kolmen pilarin malli ei riitä kuvastamaan nyky-yhteiskunnan monimutkaisuutta, on UNESCO ehdottanut neljänneksi pilariksi kulttuurista vastuullisuutta. Tämä

auttaisi jäsenvaltioita ottamaan yhteisen askeleen eteenpäin kohti kulttuurista monimuotoisuutta. (Vlachos & Malindretos 2015, 4.)



KUVA 2. Kolmen pilarin malli (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 18)

Kolmen pilarin malli voidaan esittää myös sosiaalisena, ympäristö – ja taloudellisena vastuuna seuraavasti: Sosiaalinen vastuu kuvaa ihmistä ja viittaa oikeudenmukaisuuteen työntekijöitä kohtaan. Ympäristövastuuta kuvaa planeetta, joka kertoo ekologisista käytännöistä yritysten tuotantoprosesseissa. Taloudellista vastuuta kuvaa voitto, joka viittaa yritysten kykyyn tehdä tulosta. Kun yrityksen prosesseissa otetaan huomioon ihmiset ja ympäristö, saavutetaan kannattava liiketoiminta (kuva 3). (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 179.)



KUVA 3. Kolmen pilarin mallin korrelaatio (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 179)

Vaikka kolmen pilarin malli on toimiva viitekehys vastuullisuuden osa-alueiden ymmärtämiseen, ei sen avulla ei voida hahmottaa yritys vastuun isoa kuvaa. Yritysten otettava seuraava askel ja suunnattava kohti strategista vastuullisuutta. (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 24–25.) Koipijärven & Kuvajan (2020, 25) mukaan vastuullisuus on strategista, kun se on osa yrityksen arvonmuodostusta. Harmaala & Jallinoja (2012, 76) näkevät strategisen yritys vastuun antavan mahdollisuuksia kasvattaa kilpailukykyä hyödyntämällä trendejä, jotka liittyvät eettisyyteen ja ympäristöasioihin. Strateginen yritys vastuun ottaa huomioon voimakkaasti sidosryhmänäkökulman; yritykset pyrkivät vastaamaan sidosryhmien odotuksiin. Yritys vastuun on nostettu osaksi yrityksen liiketoimintastrategiaa ja operatiivista toimintaa. Sosiaalinen vastuun on luonnollinen osa kaikissa ihmisiin ja/tai ympäristöön liittyvissä toiminnoissa ja vastuullisuuteen liittyviä asioita johdetaan kaikista toiminnoista käsin. Strateginen yritys vastuun tarkoittaa myös mitattavia tavoitteita ja tuloksen tekemistä sekä toiminnan jatkuvaa kehittämistä. Strateginen yritys vastuun on yritysten johdonmukaista keskittymistä oman toimintansa osalta olennaisiin ympäristö ja sosiaalisiin seikkoihin. Vastuullisuus on integroitu saumattomaksi osaksi yrityksen toimintaa tai yrityksen liiketoiminta voi olla rakennettu pelkästään vastuullisuuden ympärille. Strateginen yritys vastuun keskittyy kehittämään toimintaa proaktiivisesti ja pitkäjänteisesti. Yritykset pyrkivät täyttämään sidosryhmiensä odotukset eettisillä ja ekologisilla ratkaisulla ja tarkastelunäkökulmaa vaihdetaan lyhyestä keskipitkään tai pitkään aikaväliin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 77–78.)

2.1 Taloudellinen vastuun

Vastuullisen yritystoiminnan tulee olla kannattavaa ja se onkin edellytys sille, että yritys voi tuottaa taloudellista hyvinvointia yhteiskunnalle ja toimia vastuullisesti sekä paikallisesti että globaalisti. Yrityksen tulisi pyrkiä olemaan toimintakykyinen erityisesti pitkällä aikavälillä, taloudellisen vastuun näkökulmasta voidaankin tarkastella päätöksien vaikutuksia tuleviin sukupolviin. Keskitytäänkö maksimoimaan voitto lyhyellä aikavälillä vai investoidaanko kestävä kehityksen mukaisesti ratkaisuihin, jotka saattavat tuottaa voittoja vasta vuosien päästä. Taloudellisen vastuun perustana on pitkälti maittain vaihteleva lainsäädäntö ja yritys vastuun vähimmäistasona pidetäänkin lainsäädännön noudattamista. (Harmaala & Jallinoja 2012, 18.)

Taloudellista vastuuta voidaan tarkastella myös siitä näkökulmasta, että millaisia vaikutuksia yrityksen toiminnalla on sen sidosryhmiin ja yhteiskuntaan yleisesti. Taloudellinen vastuun on siis kokonaisuus, joka voidaan jakaa välittömiin ja välillisiin taloudellisiin vaikutuksiin koskien yrityksen sisäisiä ja ulkoisia sidosryhmiä sekä yhteiskuntaa. Taloudellisen vastuun käsitteen rinnalle on kehittynyt myös hyvän hallinnon käsite. Hyvää hallintotapaa on vaikea määrittellä yksiselitteisesti, mutta siihen voidaan liittää muun muassa hallituksen riippumattomuus ja moninaisuus, johdon palkitseminen, vastuullinen veronmaksu sekä korruption ja lahjonnan estäminen. Taloudellisen vastuun ja hyvän hallintotavan asiakokonaisuudet menevät osittain limittäin. Taloudellisesta vastuusta puhutaan yleensä yritys yhteisyyksissä ja hyvästä hallintotavasta sijoittajakentällä. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala, 2019, 72–73.)

Suurin osa yhteiskuntavastuun tuloksiin keskittyvistä tutkimuksista on tutkinut yhteyttä yrityksen CSR-profiiliin ja taloudellisen suorituskyvyn välillä. Yritys vastuulla nähdään olevan positiivisia vaiku-

tuksia yritysten talouteen ja sen voidaan myös nähdä parantavan esimerkiksi yrityksen luottoluokituksia tai alentavan pääomakustannuksia. Toisten empiiristen tutkimusten mukaan yritysvastuun toiminnot taas aiheuttaisivat lisäkustannuksia ja eikä yhteyttä taloudellisen suorituskyvyn parantumiseen nähdä. Viimeaikaiset tutkimukset kuitenkin osoittavat, että todisteita yritysvastuun ja taloudellisen suorituskyvyn välisestä positiivisesta riippuvuudesta löytyy. (Al-Shammari, Banerjee & Rasheed 2021, 1515.) Joka tapauksessa ympäristöön ja ihmisiin panostamisella on taloudellista merkitystä joko kustannussäästöjen tai kysynnän kasvun kautta (Harmaala & Jallinoja 2012, 59.)

2.2 Ympäristövastuu

Vastuullinen yritys tiedostaa toimintansa ympäristövaikutukset, tuntee ja noudattaa lainsäädäntöä, haluaa jatkuvasti kehittää toimintaansa sekä tunnistaa ja ottaa huomioon muutostarpeet. Keskeisiä ympäristövastuuseen liittyviä asioita yritysten toiminnassa ovat ilmaston- ja vesiensuojelu, jätteet ja kierrätys, ekotehokkuuden lisääminen ja energian käyttö. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.)

Ympäristövastuuta on mahdollista tarkastella välillisen ja välittömän vastuun näkökulmasta. Välittömään ympäristövastuuseen liitetään yrityksen itsensä aiheuttamat ympäristöongelmat ja riskienhallinta sekä luonnonvarojen kestävä käyttö. Tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa yrityksen toimintaa niin, että raaka-aineita ja energiaa käytetään tarkoituksenmukaisesti ja toiminnasta syntyvä jätteen ja päästöjen määrä pyritään minimoimaan. (Rohweder 2004, 99–100.) Kaikki yrityksen toiminnasta aiheutunut hukka on tuotannon tehottomuutta ja pois asiakasarvon tuottamisesta. Resurssitehokkuus on avain ympäristövaikutuksien pienentämiseen, työmäärän vähentämiseen, rahan säästöön ja kilpailukyvyn parantamiseen ja antaa usein myös kipinän uusille innovaatioille ja liiketoimintamahdollisuuksille. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 27.)

Ympäristövastuutavoitteiden tulee koskea koko yrityksen toimintaketjua aina raaka-aineiden hankinnasta tuotantoon ja tuotekehityksestä kuljetuksiin. Yritysten ulkoistaessa toimintojaan, on myös välillisen vastuun merkitys korostunut. Yritysvastuuseen kuuluu määritellä myös yhteistyökumppaneilta vaadittavat ympäristönsuojelutoimet. Elinkaariajattelun mukaisesti yrityksen tulee ottaa huomioon kaikki sen aiheuttamat välilliset ja välittömät ympäristövaikutukset. (Rohweder 2004, 99–100.)

Jos yritys haluaa olla uskottava ympäristötoimija, on sen otettava toiminnassaan huomioon koko yrityksen tuotteen tai palvelun elinkaari ja niiden aiheuttamat ympäristövaikutukset. Yrityksen hankintaketjuun tulisi valita mahdollisimman ympäristöystävällisesti toimivia alihankkijoita, tavoitteena luoda asiakkaille mahdollisimman ympäristöystävällisiä tuotteita. Tarkastelemalla tuotteen koko elinkaarta kehdosta hautaan, voidaan löytää ne vaiheet, jossa ympäristövaikutuksia syntyy eniten. Tunnistamalla nämä vaiheet, voidaan ympäristövaikutukset ottaa huomioon jo suunnitteluvaiheessa tavoitteena ympäristövaikutuksien vähentäminen. Haasteena onkin, että kaikki elinkaaren vaiheet eivät välttämättä ole yrityksen omassa hallinnassa ja ympäristöasioihin pystytään vaikuttamaan pelkästään alihankkijoiden kautta. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala, 2019, 116–117.)

Ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista keskustellaan julkisuudessa paljon. Ilmastonmuutos on iso osa yritysten ympäristövastuusta. Ilmastonmuutos on pääasiassa ihmisen aiheuttamaa. Ihmisen toiminta, esimerkiksi fossiilisten polttoaineiden käyttö ja kotieläintuotanto aiheuttavat päästöjä, jotka vauhdittavat ilmaston lämpenemistä. (Euroopan komissio julkaisuaika tuntematon.) Ilmastonmuutos

vaikuttaa jo kaikkialla maailmassa ääriolosuhteina, kuten kuivuutena, helleaaltoina, rankkasateina, tulvina ja maanvyöryminä. Ilmastonmuutoksen seurauksena merenpinnantaso on nousussa, valtameret happanevat ja luonnon monimuotoisuus katoaa. Pariisin ilmastopöytäkirjan on allekirjoittanut 195 maata. Sopimuksen tavoite on pitää ilmaston lämpeneminen turvallisella tasolla. Euroopan unionissa on sitouduttu hiilineutraaliuden tavoitteeseen vuoteen 2050 mennessä. Hiilineutraalius tarkoittaa hiilidioksidipäästöjen tuottamista vain sen verran, kuin niitä on mahdollista sitoa ilmakehästä hiilinieluihin. (Euroopan parlamentti 2022.)

2.3 Sosiaalinen vastuu

Yrityksen sosiaalisen vastuun ytimessä on ihminen ja ihmisyyden arvostaminen. Yrityksen sosiaalinen vastuu tarkoittaa yritystoiminnan vaikutusta ihmisiin ja vastuunottoa näistä vaikutuksista. Sosiaalisen vastuun perusta muodostuu ihmisoikeusvastuusta, joka tarkoittaa ihmisoikeuksien avulla määrittyvää yrityksen vastuuta ihmisistä. Muita sosiaalisen vastuun elementtejä, jotka rakentuvat ihmisoikeusvastuun päälle ovat mm. työhyvinvointia tukevat toimet, ihmisten hyvä johtaminen, arvostavan työilmapiirin luominen, moninaisuuden arvostaminen ja hyvä asiakaspalvelu. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 128-137.)

Campbellin (2006, 928-935) mukaan yritysten sosiaaliseen vastuuseen liittyy kaksi asiaa. Ensiksi yritykset eivät saa tietoisesti tehdä mitään, mikä voisi vahingoittaa heidän sidosryhmiään. Toiseksi, jos ne aiheuttavat vahinkoa sidosryhmille, yritysten on korjattava vahinko aina, kun se havaitaan ja saatetaan heidän tietoonsa. Campbellin tutkimuksen mukaan yritykset toimivat todennäköisemmin sosiaalisesti vastuullisesti, mitä enemmän ne kohtaavat säätelyä esimerkiksi valtion toimesta. Vastuullista toimintaa valvomaan tarvitaan tämän lisäksi myös kansalaisjärjestöjä tai muita riippumattomia organisaatioita. Myös normatiivinen toimintaympäristö kannustaa sosiaalisesti vastuulliseen toimintaan. (Campbell 2006, 928-935.)

Kansainvälisellä yrityksellä voi olla hyvin erilaisia lainsäädännön veloitteita ja yhteiskunnallisia roolirodotuksia. Hyvinvointivaltioissa yrityksen sosiaaliset velvollisuudet on pitkälti laissa säädettyä. Yritysten, julkisen vallan ja ammattiyhdistyksen tehtävänä on ollut keskitetysti sopia Pohjoismaissa työelämän pelisäännöistä. Muissa kehittyneissä maissa hyvinvointivaltion yritykselle määrittelemät velvollisuudet ovat taas yritysten vapaaehtoisen toiminnan piirissä. Vähemmän kehittyneissä maissa lainsäädäntö ja sen valvonta on vasta alussa. Kehitysmaissa sosiaalista vastuuta voidaan toteuttaa yritysten omien valintojen perusteella ja sosiaalisen vastuun painopisteiksi voidaan valita esimerkiksi työolojen kehittäminen tai lapsi- ja orjatyövoiman ehkäisy. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20.)

Näkyvimmin tällä hetkellä keskustellaan hankinnan ihmisoikeuskysymyksistä, vaikka ihmisoikeuksien kannalta yrityksen tärkeimpiin sidosryhmiin kuuluu sen oma henkilöstö. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala, 2019, 137.) Kaikki yritykset eivät edes pidä henkilökuntaa sidosryhmänä, työntekijöiden ajatellaan olevan osa yritystä, ei sen toiminnan kohde. Jos odotetaan työntekijöiltä lojaaliutta, sitoutumista ja korkeaa motivaatiotasoa, tulee yrityksen pitää hyvää huolta työntekijöistään. Vastuullinen yritys tarjoaa työntekijöilleen kehittymisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksia. (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 170.)

2.4 Yritysten vastuullisen toiminnan ohjaaminen

Yritysten vastuullista toimintaa ohjaamaan on säädetty useita erilaisia kansainvälisiä ohjeistuksia. Ohjeistukset on tehty helpottamaan yritysvastuuseen liittyvän toimintaympäristön hahmottamista, ja ne luovat yrityksen toiminnalle moraalisen ja eettisen kehyksen. (Rohweder 2004, 121.) Näkyvim-
mät linjaukset on tehty YK:ssa, ILO:ssa, OECD:ssä ja EU:ssa (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 56). Kan-
sainvälisten ohjeistusten lisäksi tässä luvussa on käsitelty vastuullisuuden mittaamista sekä yritys-
vastuuseen liittyvää lainsäädäntöä.

YK:n Global Compact -aloite

YK:n pääsihteeri Kofi Annan käynnisti yrityksille suunnatun Global Compact -aloitteen vuonna 1999. Aloitteen periaatteet toivat tavoitteellisuutta yritysten vastuullisuustyöhön tuoden siihen julkista vas-
tuullisuutta ja läpinäkyvyyttä. Global Compact -aloitteen periaatteet perustuvat ja ovat sopusoin-
nussa seuraavien yleismaailmallisten periaatteiden kanssa:

- YK:n Ihmisoikeuksien yleismaailmallinen julistus
- ILO:n Työelämän perusperiaatteita ja -oikeuksia koskeva julistus
- YK:n Kestävän kehityksen julistus
- YK:n Korruption vastainen yleissopimus

Global Compact -periaatteet kehottavat yrityksiä sisäistämään ihmisoikeuksiin, työelämän periaattei-
siin sekä ympäristöön ja lahjonnanvastaiseen toimintaan liittyviä perusarvoja sekä tukemaan ja to-
teuttamaan niitä omassa vaikutuspiirissään (kuva 4). (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 56–58.)

Global Compact -periaatteet
<i>Ihmisoikeudet</i>
Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.
Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.
<i>Työelämä</i>
Periaate 3: Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotteluoikeuden tehokasta tunnustamista.
Periaate 4: Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.
Periaate 5: Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.
Periaate 6: Yritysten tulee tukea työmarkkinoilla ja ammatinharjoittamisen yhteydessä tapahtuvan syrjinnän poistamista.
<i>Ympäristö</i>
Periaate 7: Yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.
Periaate 8: Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.
Periaate 9: Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.
<i>Korruption vastaisuus</i>
Periaate 10: Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kirstitys ja lahjonta.

KUVA 4. YK:n Global Compact -periaatteet (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 58)

OECD:n toimintaohjeet

OECD on taloudellisen yhteistyön ja kehityksen kansainvälinen järjestö, jonka jäseninä on tällä hetkellä 36 valtiota Suomi mukaan lukien. OECD:n missio on ihmisten taloudellisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin parantaminen. Järjestö seuraa taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristökysymyksiä luoden kansainvälisiä linjauksia ja suosituksia jäsenmailleen. OECD on antanut toimintaohjeet monikansallisille yrityksille vuonna 1976. Ohjeet ovat hyväksyneet kaikkien jäsenmaiden lisäksi myös joukko muita valtioita. OECD:n toimintaohjeet kattavat seuraavat teemat:

- yleiset periaatteet
- yritystoimintaa koskevien tietojen ilmoittaminen
- ihmisoikeudet
- työ ja työelämän suhteet
- ympäristö
- lahjonnan ja kiristyksen torjunta
- kuluttajansuoja
- tiede ja teknologia
- kilpailu
- verotus

Ohjeet painottuvat taloudellisen vastuun kysymyksiin. Sosiaalisen vastuun osalta ohjeet ottavat kantaa työelämän sekä kuluttajansuojan linjauksiin sekä ihmisoikeuskysymyksiin. Ympäristövastuun osalta ohjeet koskevat yritystoiminnan ympäristö- terveys- ja turvallisuusvaikutuksia sekä ympäristönsuojelutoimien parantamista. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 52–53.)

YK:n kestävän kehityksen tavoitteet

YK:n kestävän kehityksen tavoitteet hyväksyttiin YK:n jäsenmaiden toimesta vuonna 2015. Tavoitteet on tehty vuosille 2016–2030 ja niiden päämääränä on poistaa maailmasta äärimmäinen köyhyys ja turvata ihmisten hyvinvointi ympäristölle kestävällä tavalla. Kestävän kehityksen tavoitteet ovat antaneet monelle yritykselle ja julkisen sektorin toimijalle viitekehyksen vastuullisuustyön kehittämiseen ja raportointiin. (kuva 5.) (Koipijärvi & Kuvaja 2021, 59.)



KUVA 5. YK:n kestävän kehityksen tavoitteita on yhteensä 17 (Suomen YK-liitto julkaisuaika tuntematon).

Vastuullisuusmittarit

Vastuullisuuden kehittämiseksi asetetaan usein tavoitteet ja kehittämistä seurataan erilaisilla vastuullisuusmittareilla. Vastuullisuudelle ei ole säädetty tunnuslukuja vielä samalla tavalla kuin esimerkiksi taloudellisen tuloksen mittaamiselle. Mittaamisessa kannattaa ottaa avuksi kansainvälisten raportointisuositusten mittareita, jotta tunnuslukujen vertailu on mahdollista yritysten välillä. (Suomen Tekstiili ja Muoti 2016, 25.) Global Reporting Initiative (GRI) on yksi arvostetuimmista kestävän kehityksen raportoinnin standardointielimistä. GRI:n standardien tavoitteena on luoda organisaatioille ja sidosryhmille yhteinen kieli, jolla voidaan viestiä ja ymmärtää organisaatioiden taloudellisia, ympäristöllisiä ja sosiaalisia vaikutuksia. Standardit on suunniteltu parantamaan näitä vaikutuksia koskevan tiedon maailmanlaajuisia vertailukelpoisuutta ja laatua, mikä mahdollistaa organisaatioiden suuremman avoimuuden ja vastuullisuuden. (de Villiers, La Torre & Molinari 2022, 731.) Vastuullisuusmittarien valinnassa kannattaa käyttää olennaisuusarviointia ja toiminnassa keskittyä yritykselle ja sen sidosryhmille olennaisiin mittareihin (Suomen Tekstiili ja Muoti 2016, 56.)

Tulevaisuuden suunta

Suomessa yritysvastuulaki halutaan säätää ennaltaehkäisemään ympäristö- ja ihmisoikeusloukkauksia yritysten arvoketjuissa. Lain tarkoitus on asettaa yrityksille huolellisuusvelvoite eli velvoite tietää mistä niiden markkinoimat tuotteet tulevat ja selvittämään tuotantoon liittyvät ympäristö- ja ihmisoikeusriskit pyrkien estämään ja pienentämään näitä riskejä. Yritysvastuulain perustana on YK:n yritystoimintaa ja ihmisoikeuksia ohjaavissa periaatteissa määritelty huolellisuusvelvoite. Kansallisen yritysvastuulain säätäminen on ollut mukana nykyisessä hallitusohjelmassa. Hallituspuolueiden kannat kuitenkin eroavat eikä hallituksen neuvotteluissa ole päästy eteenpäin. (Finnwatch 2022.)

Miksi neuvottelut eivät ole sitten edenneet? Piirron (2022) mukaan kansallisen yritysvastuulain säätäminen ei ole niin yksinkertaista ja käytännössä lainsäädäntöön liittyy kaksi erityisen keskeistä haastetta. Ensimmäinen liittyy kansainvälisiin vastuullisuusstandardeihin, jotka ovat luonteeltaan yleisiä ohjeita. Yksityiskohtainen lainsäädäntö vapaaehtoisten ohjeiden perusteella on haastavaa. Suomen lainsäädännön tulee olla tarkkarajaista ja selkeää, jotta yritykset ymmärtävät vastuunsa. Toinen haaste liittyy vahingonkorvausvastuuseen, joka kansainvälisten ohjeiden mukaan asettaa yrityksen suoraan korvausvastuuseen, jos se itse tai sen toiminta on aiheuttanut vahinkoa ihmisille tai ympäristölle. Nykyinen vahingonkorvauslainsäädäntö perustuu syy-yhteyteen ja muutokset säätelyyn vaatisivat huolellista valmistelua, mikä tulee viemään aikaa. (Piirto 2022.)

Kansalliset vastuullisuuslainsäädännöt ovat edenneet muualla maailmassa Suomea nopeammin. Kalifornian osavaltiossa astui voimaan 1.1.2012 Transparency in Supply Chain Act, joka asetti osavaltiossa toimiville jälleenmyyjille ja valmistajille velvollisuuden pyrkiä estämään ihmiskauppa ja orjuus niiden toimitusketjuissa. Isossa-Britanniassa hyväksyttiin 2015 laki nykyaikaisen orjuuden poistamiseksi ja samansisältöinen laki, Modern Slavery Act, astui voimaan Australiassa 2019. Hollannissa hyväksyttiin laki lapsityövoiman käyttöön liittyvästä asianmukaisen huolellisuuden velvollisuudesta

2019 ja Ranskassa on säädetty vuonna 2017 laki yritysten asianmukaisen huolellisuuden velvollisuudesta. (Koipijärvi & Kuvaja 2021, 61-62.)

Yritysvastuusäntely etenee myös EU:n tasolla. Helmikuussa 2020 julkaistiin Euroopan komission tilaama asianmukaista huolellisuutta koskeva selvitys, joka tarkastelee ihmisoikeuksia ja ympäristöä koskevaan asianmukaiseen huolellisuuteen liittyviä käytäntöjä, lainsäädäntöä ja mielipiteitä Euroopassa. (Koipijärvi & Kuvaja 2021, 63.) Myönteisimmät ihmisoikeus- ja ympäristövaikutukset saavutetaan todennäköisimmin EU-tasoisien sääntelyn avulla. Tämä asettaisi kaikki unionin alueella toimivat yritykset samalle viivalle ja loisi kaikkia yrityksiä koskevat yhteiset pelisäännöt. (Piirto 2022.)

3 VASTUULLISUUS VAATETEOLLISUUDESSA

On vaikea kuvitella maailmaa ilman vaatteita. Vaatteet tarjoavat mukavuutta ja suojaa ja monille meistä ne ovat myös tärkeä yksilöllisyyden ja itseilmaisun väline. Vaateteollisuuden arvo on globaalisti noin 1,3 triljoonaa dollaria ja ala työllistää yli 300 miljoonaa ihmistä (Ellen MacArthur Foundation 2017, 18.) Tekstiiliteollisuus on kuitenkin vastuussa liian suurista ympäristövahingoista. Viime vuosina muun muassa fossiilisten polttoaineiden käytöstä aiheutuvien hiilidioksidipäästöjen lisääntyminen, luonnonvarojen ehtyminen, myrkyllisten jätteiden hävittäminen sekä tekstiiliteollisuuden veden, ilman ja maaperän saastuttaminen ovat saaneet sekä kansan, että päättäjien huomion. Hälyttävät ympäristöongelmat ovat pakottaneet tekstiilien valmistajat parantamaan prosessejaan ympäristön säästämiseksi. (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 177–178.)

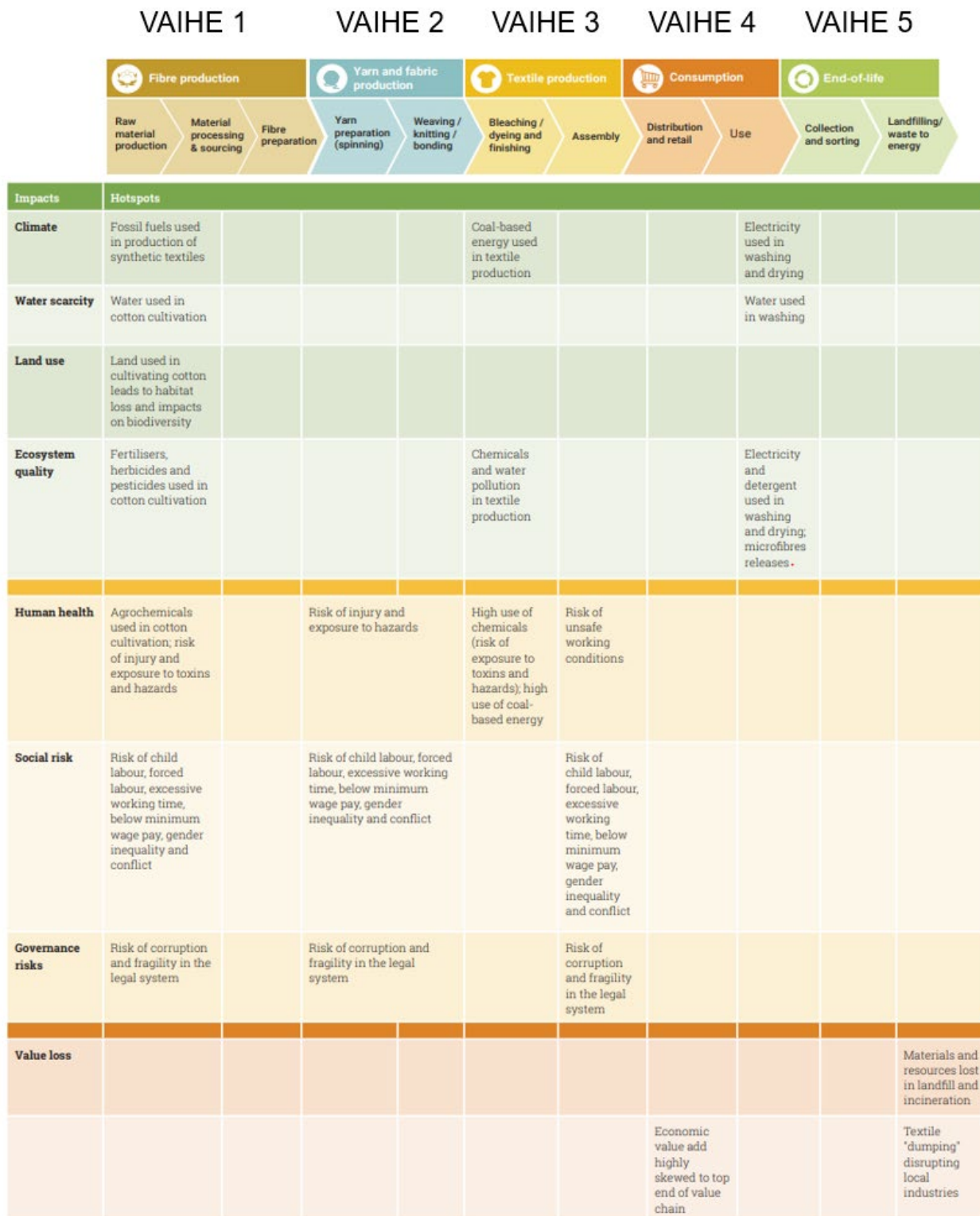
Viimeisen 15 vuoden aikana vaatteiden tuotanto on kaksikertaistunut, mutta ostamiemme vaatteiden käyttökerrat ovat vähentyneet. Tämä ilmiö johtuu pikamuotikulttuurista, joka tarjoaa kuluttajille uusia mallistoja useita kertoja vuodessa ja vieläpä halpaan hintaan. (Ellen MacArthur Foundation 2017, 18.) Pikamuoti eli fast fashion -termi syntyi 1990-luvulla vaateteollisuuden siirtyessä Aasiaan. Pikamuotia voidaan määritellä olevan nopeasti ja halvalla tehdyt edulliset vaatteet, joita on helppo ostaa harkitsematta ja joiden käyttöikä on lyhyt. (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 89.) Yksi pikamuotiteollisuuden ongelma on myös vaatteiden ylituotanto, joka aiheuttaa vaatteiden päätyksen tekstiilijätteeksi ennen ensimmäistään käyttökertaa (LAB University of Applied Sciences 2020.) Ultrapikamuoti on uusi konsepti, joka keskittyy tuotannon tehokkuuteen. Vaatteita tuodaan suunnittelusta myyntiin vain muutamassa päivässä. Ultrapikamuoti vastaa kuluttajien lisääntyviin välittömiin vaatimuksiin muodikkaista innovaatioista. (Camargo, Pereira & Scarpin 2020, 538.) Kiinalainen verkkokauppa Shein on yksi esimerkki ultrapikamuotiyrityksestä. Shein julkaisee jopa 700–1000 uutta tuotetta päivässä. Verrattuna Zaraan, maailman suurimpaan tekstiilivalmistajaan, luku on moninkertainen. Shein on tunnettu aggressiivisesta markkinoinnistaan ja tuotteiden halvoista hinnoista. Kuluttajat tarttuvat tarjouksiin enempiä miettimättä ja ovat osaltaan mukana vahvistamassa ympäristöä vahingoittavaa kertakäyttökulttuuria. Halpojen hintojen pitäisi myös varoittaa tuotannon vastuuttomuudesta. (Finnwatch 2022.)

Pikamuodin vastakohta ”slow fashion” eli hidas muoti on aihe, joka on nostanut päätään tekstiili- ja vaateteollisuuteen liittyvässä keskustelussa. Slow fashion ei ole kirjaimellisesti tuotantoprosessin hidastamista, vaan siinä yhdistyy sosiaalinen vastuu, kestävyys ja tuotannon läpinäkyvyys. Hitaat vaatteet ovat muotia, jotka eivät perustu pelkästään aikaan, vaan niissä on kyse myös paremmasta tuotannosta, suunnittelusta ja kuluttamisesta. (Pookulangara & Shephard 2013, 201.)

3.1 Vastuullisuus vaateteollisuuden arvoketjussa

Vaateteollisuuden arvoketjut ovat usein pitkiä ja monimutkaisia. Ne alkavat maataloudesta ja kuitutuotannosta jatkuen valmistukseen, logistiikkaan ja jälleenmyyntiin. Jokaisella prosessin vaiheella on oma vaikutuksensa ympäristöön ja työntekijöihin. (Niinimäki ym. 2020, 2.)

Vaateteollisuuden arvoketju voidaan jakaa viiteen eri vaiheeseen: 1) kuitutuotanto 2) langan ja kankaan valmistus 3) vaatetuotanto 4) vaatteiden käyttö 5) vaatteiden käytöstä poisto. Eri vaiheisiin voidaan liittää monia taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristöongelmia. (kuva 6.)



KUVA 6. Vaateteollisuuden arvoketjun sosiaaliset, taloudelliset ja ympäristöongelmat (Notten 2020, 37)

Prosessin ensimmäinen vaihe, kuitutuotanto, sisältää sekä luonnonkuitujen että synteettisten kuitujen valmistuksen. Luonnonkuituja, kuten puuvillaa pidetään ympäristöystävällisenä materiaalina mutta tosiasiaa puuvillan kasvatukseen käytetään paljon myrkyllisiä kemikaaleja ja vettä. (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 180.) Koko vaateteollisuuden tuotantoketjun osalta kuitutuotannolla on kolmanneksi suurin ilmastovaikutus. Tämä johtuu erityisesti synteettisten kuitujen valmistusprosessista, jossa energiana käytetään fossiilisia polttoaineita, pääasiassa maaöljyä. (Notten 2020, 19.) Kuitutuotantoon liitetään myös sosiaalisia riskejä. Lapsityövoiman käyttö, korruptio, pakkotyö, sukupuolten välinen eriarvoisuus, altistuminen vaarallisille aineille ja elämiseen riittämättömät palkat ovat yleisimpiä kuitutuotannon sosiaalisen vastuun haasteita. (Notten 2020, 30.)

Prosessin toinen vaihe on langan ja kankaan valmistus. Langan ja kankaan tuotantovaiheessa käytetään paljon energiaa, vettä ja kemikaaleja. Usein tuotantoprosessin puutteiden takia kemikaaleja pääsee ilmaan ja veteen aiheuttaen ympäristö- ja terveyshaittoja ihmisille ja eläimille. (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 180.) Tämän prosessin vaiheisiin liitetään myös suuret sosiaalisen vastuun riskit (Notten 2020, 33.)

Kolmannen vaiheen eli vaatetuotannon ympäristöhaasteet liittyvät fossiilisen energian sekä kemikaalien käyttöön (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 180.) Tekstiilien valkaisu- värjäys ja viimeistelyprosessien kemikaalien on todettu olevan syöpää aiheuttavia. Haitalliset vaikutukset eivät kosketa vain tekstiilityöntekijöitä, vaan myös paikallisia yhteisöjä, kun vesistöihin lasketut päästöt saastuttavat juomavesiä. Haitalliset kemikaalit aiheuttavat myös riskin vaatteiden loppukäyttäjälle, jos ne pääsevät kosketukseen ihon kanssa. (Notten 2020, 29.) Vaatetuotannon suurimmat sosiaalisen vastuun ongelmat ovat terveydelle vaaralliset työolot, lapsityövoiman käyttö, pakkotyö, matalat palkat ja yli pitkät työajat. Lapsityövoimaa käytetään edelleen, koska perheiden palkkataso ei riitä elämiseen. Työpäivä voi venyä yli 12-tuntiseksi kuutena tai seitsemänä päivänä viikossa. (Eetti Ry 2014, 3.) Kuolonuhreja vaativia onnettomuuksia on edelleen, vaikka Rana Plazan onnettomuuden jälkeen tehdasturvallisuuteen on kiinnitetty enemmän huomiota. Maailman historian pahimmassa tehdasonnettomuudessa, Rana Plazassa Bangladeshissa kuoli 1134 ihmistä. (Stafans, 2018.)

Vaiheen neljä eli vaatteiden käytön aikaiset ympäristövaikutukset riippuvat monesti kuluttajan tottumuksista pestä ja huoltaa vaatteita (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 180.) Vaatehuoltoon kuuluu vettä ja fossiilisilla polttoaineilla tuotettua energiaa. Käytön aikana vaatteista irtoaa myös mikro- muoveja, joiden on todettu heikentävän ekosysteemiä ja ihmisen terveyttä. (Notten 2020, 39.)

Kun vaate poistuu käytöstä vaiheessa viisi, sen määränpää on useimmiten kaatopaikka. Kaatopaikoille heitetystä tekstiileistä on tullut suuri maailmanlaajuinen ongelma. Luonnonkuitujen hajoaminen kestää hyvin kauan ja synteettiset kuidut eivät taas hajoa lainkaan. Hajoamisen aikana luonnonkuituiset vaatteet vapauttavat ilmaan hiilidioksidia ja metaania. Nämä kasvihuonekaasut aiheuttavat osaltaan ilmaston lämpenemistä. (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 180.) Vaatteilla on huomattavan alhainen uudelleenkäyttö- ja kierrätysaste. Hyvässä kunnossa olevia vaatteita ei useimmiten jälleenmyydä tai käytetä uudelleen, vaan ne päätyvät jätteeksi kaatopaikalle tai polttoon aiemmin kuin olisi tarpeellista. Ellen MacArthur Foundationin mukaan vain 13 prosenttia vaatekuiduista kierrä-

tetään ja kerätystä kierrätyskuidusta vain prosentin osuus käytetään vaatteiden uudelleenvalmistukseen. 99 % käytetään vähempiarvoisiin tuotteisiin, kuten siivousliinoihin ja eristykseen. (Notten 2020, 36.)

3.2 Vastuullisuuden kehittäminen vaateteollisuudessa

Lisääntyvä sosiaalinen vastuunotto ja ympäristötietoisuus pakottavat tekstiiliteollisuutta valmistamaan entistä ympäristöystävällisimpiä tuotteita ja monet yritykset ovat alkaneet keskittyä kestävän kehityksen mukaisten tuotantotapojen käyttöön (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 177.)

Puuvillan kasvatuksen suuret sosiaaliset ja ympäristöriskit ovat olleet syy siihen, että erityisesti puuvillan viljelyyn kohdistuu monta vastuullisuuden kehittämisen aloitetta. Useat aloitteista koskevat puuvillan viljelyn sekä sosiaalisia, että ympäristövaikutuksia, mutta niillä voi olla myös erityinen fokus, kuten luomupuuvillan viljely tai reilu kauppa. Suurin aloitteista on BCI, Better Cotton Initiative. BCI:llä on jo yli 1400 jäsentä, mutta aloitteen hyvästä edistymisestä huolimatta löytyy vielä parannettavaa. Jäsenmäärän kasvattaminen vaatisi hallitusten poliittista tukea puuvillanviljelymaissa, etenkin ympäristönsuojelulakien täytäntöönpanossa ja työntekijöiden oikeuksien suojelemisessa. Kuluttajien ja brändien on myös oltava mukana ja luotava aktiivisesti kysyntää vastuulliselle puuvillalle. Lisäksi julkisissa hankinnoissa pitäisi ottaa huomioon vastuullisuus, joka osaltaan auttaisi lisäämään vastuullisen puuvillan kysyntää. (Notten 2020, 49.)

Synteettiset kuidut valmistetaan fossiilisista polttoaineista. Tuotantoprosessilla on sekä negatiivinen ilmastovaikutus sekä vaikutus uusiutumattomien luonnonvarojen ehtymiseen. Synteettisten kuitujen tuotanto on ollut tasaisessa kasvussa. Palaaminen takaisin luonnonkuituihin vähentäisi ympäristövaikutuksia sekä synteettisten kankaiden käyttöön liittyvien mikromuovien vapautumista. Materiaalien vaihto ei kuitenkaan kokonaan ratkaisisi ongelmaa, koska luonnonkuitujen valmistukseen liitetään myös negatiivisia sosioekonomisia sekä ympäristövaikutuksia. Voidaankin todeta, että ei ole olemassa vastuullisinta kuitua, vaan kuitu tulisi valita ottaen huomioon sen toiminnalliset ominaisuudet sekä koko sen elinkaaren aikaiset ympäristövaikutukset. (Notten 2020, 50.)

Monissa kestävän kehityksen aloitteissa on erityisesti huomioitu huonot työolosuhteet sekä ihmisoikeusloukkaukset. Erityisen tärkeitä ovat aloitteet, joilla pyritään parantamaan toimitusketjun läpinäkyvyyttä ja jäljitettävyyttä. Mitä pidemmälle arvoketju etenee, sitä vaikeampaa jäljitettävyyks yleensä on. Toimitusketjuissa tapahtuvat ihmisoikeusrikkomukset ovat suuri maineriski brändeille sekä jälleenmyyjille, mutta silti monet brändit eivät pysty jäljittämään toimitusketjuaan vaatetuotannosta taaksepäin. Tämän vuoksi on kehitetty useita vastuullisuusstandardeja, joiden keskeisinä näkökohtina ovat jäljitettävyyys ja läpinäkyvyys. Tulevaisuudessa uuden teknologian avulla kuluttajan voi olla mahdollista saada jopa vaatekohtaista vastuullisuustietoa. (Notten 2020, 52.)

Tekstiilituotannon valkaisu, värjäys- ja viimeistelyprosesseissa käytetään paljon vaarallisia kemikaaleja, joilla on vaikutus ihmisten terveyteen ja ekosysteemin laatuun. Prosessitehokkuutta on parannettava muun muassa ottamalla käyttöön suljetun kierron prosesseja ja kierrättämällä tuotannon leikkuujätteitä. Tärkeää olisi kuitenkin pystyä puuttumaan vaarallisten kemikaalien käyttöön lainsäädännön avulla. (Notten 2020, 54.) Tekstiilituotannossa on kuitenkin jo otettu käyttöön kestävämpiä,

ekologisempia ja turvallisempia ratkaisuja, kuten klooriton valkaisu (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 186.)

Tekstiilien ilmastovaikutuksia voitaisiin merkittävästi vähentää pidentämällä tekstiilien elinkaarta. Jos vaatteita käytettäisiin tuplasti nykyistä enemmän, tekstiiliteollisuuden hiilidioksidipäästöt vähenisivät jopa 44 prosenttia. Nykyiset pikamuodin liiketoimintamallit eli mallistojen määrän kasvattaminen ja tuotteiden lyhyt käyttöikä eivät kuitenkaan tue tätä ajatusta. Muutokseen tarvitaan mukaan sekä kuluttajat, että tekstiilialan toimijat. (Heino ym. 2020, 57.)

Tekstiilien elinkaaren pidentäminen lähtee tuotteen suunnittelusta. Pitkää käyttöikää voidaan edistää suunnittelemalla tuote ajattomaksi ja monikäyttöiseksi sekä valitsemalla laadukkaat materiaalit, joissa on hyvä hankauksen- ja värinkesto. Materiaalivalinta on myös tärkeä osa tuotteen kierrätettävyyttä sen käytön jälkeen. Tuote on helpompi kierrättää, kun se on alun perin suunniteltu kierrätettäväksi. (Heino ym. 2020, 57.)

Tekstiilialan palvelullistaminen eli tuotteiden ja prosessien muuttaminen palveluiksi on yksi potentiaalinen keino pienentää alan ilmastovaikutuksia. Työvaatevuokrausta on tehty jo pitkään, mutta tekstiilivuokraus sopii myös yrityksille, jotka valmistavat tuotteita kuluttajille. Vaatteita voidaan tarjota vuokralle myös myytävien tuotteiden rinnalla. Muita palvelumalleja voisivat olla vaatteiden korjauspalvelu, käytettyjen tuotteiden vastaanotto ja second hand -myynti. Tekstiilikierrätysmalli on jo käytössä monella vaateketjulla. Haasteena nykytilanteessa on se, että yrityksen eivät hyödy taloudellisesti poistotekstiilien kierrätyksestä, vaan tämä malli rakentaa enemmänkin positiivista brändimielikuvaa. (Heino ym. 2020, 60–61.)

Tuotteiden loppukäyttäjät eli kuluttajat ovat avainasemassa hiilijalanjäljen pienentämisessä. Yritysten tulee tarjota kuluttajille hyviä ratkaisuja, mutta tämän lisäksi on tärkeää pyrkiä vaikuttamaan kuluttajien valintoihin ja asenteisiin. Esimerkiksi kierrättämisestä tulee tehdä kuluttajalle helppoa ja toimivia kanavia, palveluita ja alustoja tulee olla tarjolla. Vaikka kuluttajatutkimuksissa nostavat päätään ympäristö- ja eettiset arvot, muutos tottumuksissa ja ostokäyttäytymisessä tapahtuu hitaasti. Pulse of Fashion Industry (2019) raportin mukaan 75 prosentille vaatteiden loppukäyttäjistä vastuullisuus on tärkeää, mutta 7 prosenttia vastaajista käyttää vastuullisuutta ensisijaisena ostokriteerinä. Arvomaailman käytäntöön viemiseen tarvitaan ylempien tahojen ohjauskeinoja. (Heino ym. 2020, 63–64.)

Miten kuluttajat sitten saadaan toimimaan arvomaailmansa mukaisesti? Tekstiiliteollisuuden ongelmat tiedostetaan kyllä yleisellä tasolla, mutta loppukäyttäjien tietämys esimerkiksi erilaisten tekstiilimateriaalien ekologisuudesta ja kestävydestä on puutteellista. Tulevaisuudessa tietoisuutta pitäisi lisätä jo kouluopetuksessa. Tekstiilituotteiden vastuullisuudelle ei myöskään ole yhtenäistä mittaristoa, mikä tekee asiakkaalle vaikeaksi arvioida yritysten vastuullisuusviestintää. Kuluttajien ostopäätöksiensä tueksi tarvittaisiin mittaristo, joka kuvaisi tuotteiden laatua ja tuotannon kuluttamia luonnonvaroja. Mittaristo auttaisi arvioimaan vaateen laatua suhteessa käytettyihin tuotantopanoksiin. (Heino ym. 2020, 64.) Yleensä vastuulliset vaatteet ovat myös kalliimpia ympäristöystävällisten prosessien ja materiaalien vuoksi, minkä vuoksi monella kuluttajalla ei ole niihin varaa (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 190.)

Vaateteollisuuden vastuullisuuden kehittämisen mahdollistavat uusien teknologioiden ja innovaatioiden käyttö. Tällä hetkellä huomattavimpia innovaatioita ovat vastuulliset, vaihtoehtoiset kuidut, jotka parantavat muun muassa vaatteiden kestävyyttä käytössä. Vaateteollisuuteen on jo otettu käyttöön esimerkiksi 3D -tulostus ja tulevaisuuden trendeinä nähdään muun muassa puettava teknologia ja lisätty todellisuus. (Pintu, Shakeel, Kunal & Sanjay 2020, 188.)

3.3 Materiaalivalinnat

Vaatteen materiaali tulee valita sen käyttötarkoituksen mukaan, ei siis ole yksinkertaista vastausta kysymykseen, mikä on eettisin tai ekologisin materiaali. Materiaalivalinta on kuitenkin iso osa vaateen vastuullisuutta, joten siihen kannattaa kiinnittää huomiota. Käytetyimmät tekstiilikuidut ovat tällä hetkellä puuvilla ja polyesteri, joista molemmilla on suuret ympäristövaikutukset. Vastuullisen vaateen materiaalivalinnassa tulee ottaa huomioon raaka-aineen ja materiaalin tuotannon ekologisuus ja eettisyys, unohtamatta materiaalin laatua ja vaateen käyttötarkoitusta. Vaatemateriaalit voidaan jakaa kasvi- ja eläinperäisiin luonnonkuituihin, selluloosamuuntokuituihin ja synteettisiin kuituihin (liite 2). (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 30.)

Vaatteiden ja tekstiilien arvoketjujen kasvihuonepäästöjä voitaisiin vähentää merkittävästi, jos neitseelliset materiaalit korvattaisiin kierrätysmateriaaleilla. Tällä hetkellä kierrätyskuitua tuotetaan kuitutuotannon kokonaismäärästä vain kahdeksan prosenttia ja kierrätyskuitujen valmistukseen käytetään suurimmaksi osaksi käytettyjä muovipulloja. Markkinoille on luotu kierrätyskuitujen sertifiointiin keskittyneitä järjestelmiä. Suomessa käytössä on Global Recycled Standard GRS ja Recycled Claim Standard RCS. Järjestelmien tarkoituksena on kierrätysmateriaalien käytön lisääminen vaate- ja tekstiilialalla. Standardit sisältävät myös sosiaalisia- ja ympäristökriteereitä liittyen tuotantoprosesseihin. (Finnwatch 2022, 81–82.)

Päästövähennyksiä voidaan tulevaisuudessa saavuttaa myös uusien suomalaisten kuituinnovaatioiden avulla. Kuituinnovaatiot perustuvat biopohjaisiin ratkaisuihin ja raaka-aineena voidaan käyttää suomalaisesta metsästä saatavaa selluloosaa tai mitä tahansa muuta selluloosapohjaista ainesta. Uusilla kuiduilla voitaisiin korvata enemmän päästöjä aiheuttavia raaka-aineita. Kestävän kehityksen trendi on tullut jäädäkseen ja asettaa paineita tekstiiliyrityksiä kohtaan. Uusille selluloosapohjaisille kuiduille on kysyntää ja yritykset haluavat olla aktiivisesti mukana yhteistyökokeiluissa kuitutuottajien kanssa. Uusien materiaalien kuluttajahintojen pitäisi myös asettua kilpailukykyiselle tasolle lähitulevaisuudessa. (Heino ym. 2020, 68–69.)

3.4 Vastuullisuusauditoinnit ja -sertifikaatit

Vaateteollisuuden arvoketjut ovat pitkiä ja monimutkaisia ja ulottuvat usein riskimaihin saakka. YK:n yritystoimintaa ja ihmisoikeuksia ohjaavat periaatteet edellyttävät yrityksiltä ihmisoikeuksia koskeva huolellisuusvelvoitetta. Tämä tarkoittaa sitä, että yritysten tulisi pystyä valvomaan omaan arvoketjuunsa kuuluvia alihankkijoita ja muita tuottajia. Yritysten on haastavaa pystyä valvomaan koko arvoketjunsä toimintaa, joten enenevässä määrin vastuullisuusvalvonta on ulkoistettu ei-valtiollisille vastuullisuussertifioinneille ja auditointijärjestelmille (kuva 7). Kolmannen osapuolen auditointi- ja sertifiointijärjestelmillä on etunsa. Järjestelmien kriteerit ovat yleensä julkisia ja ne vähentävät päällekkäisten auditointien tarvetta. Ulkoistetuilla vastuullisuussertifioinneilla ja auditointijärjestelmillä on myös haasteensa. Lukuisat tapaukset osoittavat kolmannen osapuolten tarkastusten olleen puutteellisia, eivätkä auditointi- ja sertifiointijärjestelmien kriteerit ole varmistaneet hyväksyttäviä ja turvallisia työoloja. (Finnwatch 2016, 4.)

Auditointijärjestelmä/sertifiointi		Järjestelmän kuvaus
Amfori, Business Social Compliance Initiative BSCI		Auditointijärjestelmä ja vastuullisuusverkosto Amfori BSCI tarjoaa jäsenilleen työkaluja ihmisoikeuksia koskevan huolellisuusvelvoitteen noudattamiseen. Työkaluihin kuuluvat riskien kartoitus ja arviointi, auditoinnit, korjaavat toimenpiteet, osaamisen lisääminen sekä sidosryhmien osallistaminen. Auditointitulokset jaetaan Amforin tietokannoissa. Työkaluja voidaan hyödyntää niin teolliseen tuotantoon kuin ruoan maataloustuotantoon. Amfori BSCI:tä edeltänyt BSCI-järjestelmä perustettiin vuonna 2003. Amfori BSCI:n tietokannassa on yli 54 000 tuottajaa.
Better Cotton Initiative BCI		Better Cotton Initiative (BCI) kouluttaa ja lisensoi puuvillatuottajia. Lisensoidut tuottajat, jotka voivat olla niin pienviljelijöitä kuin suurtilallisia, voivat tuottaa ns. Better Cotton -puuvillaa. Järjestelmän kriteerit kattavat sekä sosiaalisen että ekologisen vastuun näkökohtia. Kriteereitä päivitetään parhaillaan, ja päivitetty kriteerit on tarkoitettu julkaista vuoden 2023 puolivälin tienoilla. BCI ei sertifioi tuotteita. BCI on saanut alkunsa WWF:n vuonna 2005 käynnistämistä sidosryhmäkeskusteluista, ja se on perustettu vuonna 2009. BCI on kasvanut nopeasti: Better Cotton -puuvilla vastaa jo noin neljäsosaa globaalista puuvillatuotannosta, ja sen lisensoimia puuvillatuottajia on yli 2 miljoonaa 25 eri maassa.
Fair Wear Foundation FWF		Fair Wear Foundation (FWF) pyrkii parantamaan vaateteollisuuden työoloja. FWF valvoo jäsenyritystensä sitoutumista sen Code of Labour Practicen ja vuodesta 2023 lähtien myös sen ihmisoikeuksia koskevaa asianmukaista huolellisuutta koskevien toimintaperiaatteiden täytäntöönpanoon niiden omassa toiminnassa ja tuotantoketjussa. FWF ei sertifioi tuotteita, brändejä tai tehtaita. FWF sai alkunsa alankomaalaisen ammattiliiton FNv:n ja Clean Clothes -kampanjan välisestä yhteistyöstä vuonna 1999. Sen jäseniä (145 kpl) ovat yritykset, jotka valmistavat vaatteita omalla tuotemerkkillään.
Global Organic Textile Standard GOTS		Global Organic Textile Standard (GOTS) on sertifiointijärjestelmä luomukuiduista valmistettujen vaatteiden ja tekstiilien sadonkorjuun jälkeiselle tuotannolle. Järjestelmän kriteereissä huomioidaan sekä sosiaalinen että ekologinen vastuullisuus. Järjestelmän kriteereitä päivitetään parhaillaan, ja päivitetty standardi on tarkoitettu julkaista maaliskuussa 2023. GOTS perustettiin vuonna 2006 kahden tekstiilialan yritysten etujärjestön sekä kahden luomujärjestön toimesta. GOTS kasvaa voimakkaasti: kun GOTS-sertifioituja tuotantolaitoksia oli vuonna 2019 alle 8 000 oli niitä vuonna 2020 yli 10 000. GOTS-sertifioidut toimijat työllistävät yli 4 miljoonaa henkilöä yli 70 maassa.
Reilu kauppa		Reilu kauppa on erilaisten toimijoiden yhteistyöhön pohjautuva sertifiointijärjestelmä, joka keskittyy pääsääntöisesti maataloustuotteisiin. Reilu kauppa sertifioi myös kultaa ja tekstiilejä. Reilu kauppa keskittyy sosiaalisiin, taloudellisiin (erityisesti Reilun kaupan takuuhinnan asettamiseen tietyille tuotteille) ja ympäristökriteereihin. Reilun kaupan kansainvälinen merkkinjärjestelmä sai alkunsa 1990-luvulla, ja sertifiointiin piirissä on lähes 1,8 miljoonaa työntekijää ja viljelijää.
SA8000		SA8000 on sosiaalisen vastuullisuuden sertifiointijärjestelmä, joka soveltuu laajasti erilaisten työpaikkojen sertifiointiin. SA8000-standardia päivitetään parhaillaan. Päivitetty standardi on tarkoitettu julkaista vuonna 2023. Social Accountability International -järjestö perusti SA8000:n vuonna 1997. Vuonna 2021 maailman yli 4 700 SA8000-sertifioitua toimijaa työllistivät yli 2 miljoonaa työntekijää 55 maassa ja 57 eri toimialalla.

KUVA 7. Suomessa toimivien yritysten käytössä olevia auditointi- ja sertifiointijärjestelmiä (Finnwatch 2022, 8-10, muokattu)

4 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyössä käytetyt tutkimusmenetelmät, tutkimusten toteutus ja tutkimusten tulokset. Tässä opinnäytetyössä on käytetty triangulaatiota eli monimetodista lähestymistapaa. Tämä tarkoittaa käytännössä kahden erilaisen menetelmän, kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen käyttöä. Monimetodinen lähestymistapa lisää tutkimuksen kattavuutta ja luotettavuutta, mutta sitä voidaan myös pitää kalliina ja aikaa vievänä lähestymistapana (Vilka 2021, luku 3.) Tutkimusmenetelmät on valittu tukemaan opinnäytetyön tavoitetta ja niillä pyritään löytämään vastaus asetettuihin tutkimuskysymyksiin.

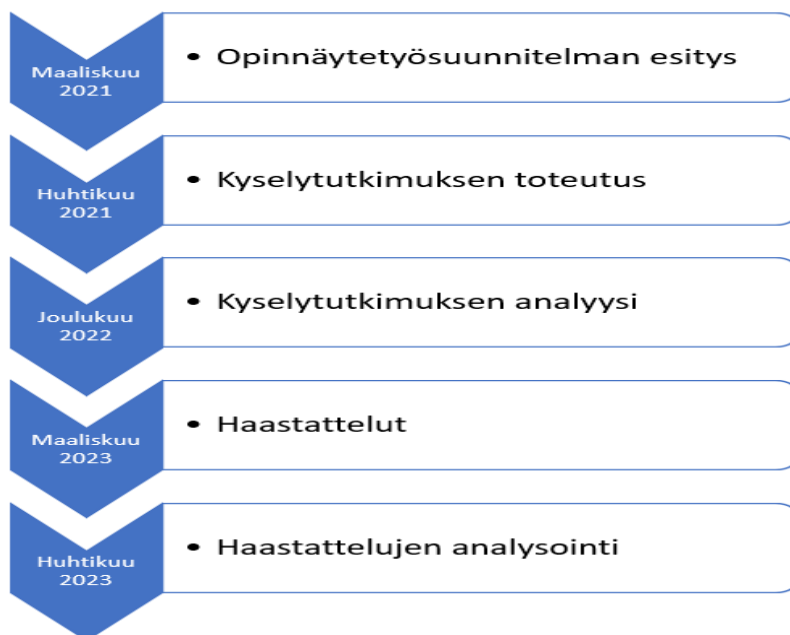
Opinnäytetyön tutkimuskysymykset on syytä rajata tarkasti, jotta tutkimuksen tulokset olisivat merkityksellisiä, eikä tutkimuksesta muodostuisi liian laajaa. Tutkimuksessa tulisi olla tavoitteena päästä pintaraapaisun sijaan pintaa syvemmälle ja löytää todellisia ratkaisuja asetettuihin tutkimuskysymyksiin. (Vilka 2021, luku 3.)

Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

- 1) Millaisia mielikuvia Ponsen asiakkailta on Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuudesta?
- 2) Millaisia mahdollisuuksia Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämiseen on pitkällä ja lyhyellä aikavälillä?
- 3) Miten vastuullisuutta voidaan mitata?

Tutkimusmenetelmää ei voi valita mielivaltaisesti, vaan valintaa ohjaa aina tutkimusongelma, tutkimuskysymykset, tiedonintressi ja käytettävissä olevat resurssit. Menetelmää valitessa on syytä pohdita, saavutetaanko haluttu tieto määrällisin vai laadullisin menetelmin ja miten laaja aineisto tarvitaan, jotta tutkimus on luotettava. Määrällinen tutkimus tuottaa numeraalista tietoa, laadullinen tutkimusmenetelmä taas tietoa, joka auttaa ymmärtämään asioiden merkityksiä. Menetelmävalinta ei määritä tutkimuksen onnistumista vaan se, miten laadukkaasti tutkimus toteutetaan. (Vilka 2021, luku 3.)

Tämän opinnäytetyön menetelmiksi on valittu kvantitatiivinen kyselytutkimus sekä kvalitatiivinen puolistrukturoitu haastattelututkimus. Tutkimusprosessi (kuva 8) aloitettiin maaliskuussa 2021, jolloin esitettiin opinnäytetyön tutkimussuunnitelma. Huhtikuussa 2021 toteutettiin kyselytutkimus, jonka tulokset analysoitiin joulukuussa 2022. Haastattelut pidettiin maaliskuun 2023 aikana ja ne analysoitiin huhtikuussa 2023.



KUVA 8. Tutkimusprosessi ja aikataulu

4.1 Menetelmänä kyselytutkimus

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus perustuu tilasto-ohjelmilla tehtyyn numeeriseen analyysiin. Tätä tutkimustapaa kannattaa käyttää, kun halutaan selittää sekä ymmärtää ihmisen kokemuksia ja käsityksiä ja selvittää miten nämä kokemukset jakautuvat ihmisten keskuudessa. Ihmistä koskeva määrällinen tutkimus antaa kokonaiskuvan muuttujien välisistä suhteista ja eroista. Määrällinen tutkimus sopii hyvin kehittämishankkeiden tulosten mittaamiseen ja laadun arviointiin. Määrällisen tutkimuksen suunnitteluun on varattava riittävästi aikaa. Suunnitteluvaihe pitää sisällään perehtymisen teoriaan ja tutkimuskohteeseen sekä kysymysten, mitta- ja asenneasteikkojen ja otantamenetelmän huolellisen suunnittelun. (Vilka 2021, osa 1.)

Kyselytutkimusmenetelmää käytetään yleisesti muun muassa yleisten mielipiteiden kartoituksessa tai markkinatutkimuksissa. Kyselyt perustuvat ihmisille esitettyihin standardisoituihin kysymyksiin, joita voidaan tilastollisesti analysoida. (Leavy 2017, 100–101.) Kyselylomake on suosittu tiedonkeruumenetelmä sen tehokkuuden vuoksi. Kyselylomakkeen avulla on mahdollista saada suuri joukko vastauksia analysoitavaksi. On kuitenkin muistettava, että hyvän kyselylomakkeen tekeminen voi olla haastavaa. On pyrittävä varmistamaan, että lomakkeella kerätään täsmälleen sitä tietoa, jota tarvitaan tutkimuskysymysten ratkaisuun ja tutkimuksen tavoitteiden saavuttamiseen. (Saunders, Lewis & Thornhill 2019, 504.)

Määrällisen tutkimuksen tärkein vaihe on mittarin eli kyselylomakkeen suunnittelu. Suunnittelu lähtee tutkimuksen tavoitteesta eli tutkijan on tiedettävä, mihin kysymyksiin hän on etsimässä vastauksia. Kyselylomakkeessa voidaan käyttää erilaisia kysymystyyppejä, kuten monivalintakysymyksiä tai avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymysten muoto on standardoitu ja niillä tavoitellaan kysymysten vertailukelpoisuutta. Kysymykset tulisi aina muotoilla kohderyhmälle tutulla tavalla ja niiden järjestys tulisi olla johdonmukainen. Ennen varsinaista tutkimusta, kyselylomake tulee testata ja samalla arvi-

oida kriittisesti kysymyksiä ja vastausohjeita, kyselyn pituutta ja vastaamiseen käytettyä aikaa. Testeissä pitäisi myös tulla ilmi puuttuuko jokin olennainen kysymys joukosta tai onko mukana tarpeettomia kysymyksiä. (Vilka 2021, luku 4.)

Määrällisessä tutkimuksessa analyysimenetelmä valitaan aina sen perusteella, mitä ollaan tutkimaan. Käytännössä sopiva analyysimenetelmä löytyy testaamalla kyseiselle muuttujalle soveltuvia menetelmiä. Valinta perustuu sille, halutaanko tutkia yhtä muuttujaa vai useampien muuttujien riippuvuuksia tai vaikutusta toisiinsa. Sijaintilukuja eli esimerkiksi keskiarvoa ja moodia käytetään, kun halutaan saada tietoa yhden muuttujan jakaumasta. Hajontalukuja käytetään tilanteessa, jossa halutaan tietää miten havaintoarvot poikkeavat toisistaan. Havaintolukuja ovat esimerkiksi keskihavainto ja vaihteluväli. Kun halutaan analysoida kahden muuttujan välistä riippuvuutta, voidaan analysointiin käyttää ristiintaulukointia ja/tai korrelaatiokerrointa. (Vilka 2007, 119.)

Määrällistä tutkimusta voidaan arvioida sen pätevyyden eli validiteetin sekä sen luotettavuuden eli reliabiliteetin kautta. Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa sitä, että mittarilla tai tutkimusmenetelmällä on pystytty todistettavasti mittaamaan sitä, mitä tutkimuksen oli tarkoitus mitata. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että tutkittavat ovat ymmärtäneet kyselylomakkeen sisällön niin kuin tutkija oletti. Tutkimuksen validiutta tulee tarkastella jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa. Validissa tutkimuksessa tutkija on onnistunut siirtämään tutkimuksessa käytetyn teorian ja ajatuskokonaisuudet kyselylomakkeeseen. Tutkimuksen reliabiliteetilla taas tarkoitetaan tulosten tarkkuutta ja mittaustulosten toistettavuutta. Käytännössä mittaustulosten pitäisi olla samat saman henkilön kohdalla tutkijasta riippumatta. Tutkimuksen pitäisi olla luotettava ajassa ja paikassa. Tutkimuksen kokonaisluotettavuudella tarkoitetaan pätevyyden ja luotettavuuden yhdessä muodostamaa mittaria. Tutkimuksen kokonaisluotettavuuden voidaan sanoa olevan hyvä, kun tutkittu otos edustaa perusjoukkoa ja mittaamisen satunnaisuus on vähäistä. (Vilka 2021, luku 7.)

4.1.1 Kyselytutkimuksen toteutus

Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämissuunnitelman taustatutkimuksena toimi kvantitatiivinen kyselytutkimus. Kvantitatiivisen tutkimuksen tavoite oli kartoittaa Ponssen asiakkaiden vastuullisuusmielikuvia Ponsse Collection -vaatemallistosta ja löytää vastaus tutkimuskysymyksen:

- Millaisia mielikuvia Ponssen asiakkailta on Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuudesta?

Kyselytutkimus sopii hyvin käytettäväksi mielipidetutkimuksissa ja silloin, kun halutaan ymmärtää ihmisten kokemuksia tai käsityksiä (Vilka 2021, osa 1.) Tällä tutkimuksella haluttiin kerätä tietoa asiakkaiden mielikuvista, joten oli perusteltua käyttää kyselytutkimusta menetelmänä. Kyselytutkimuksella on myös mahdollista tutkia suurta joukkoa kerrallaan hyvin kustannustehokkaasti ja nopeasti (Saunders, Lewis & Thornhill 2019, 504.) Tutkimus suoritettiin kokonaistutkimuksena ja perusjoukon koko oli yhteensä 1399 henkilöä. Kokonaistutkimuksella tarkoitetaan koko perusjoukon valintaa tutkimukseen (Vilka 2021, luku 4.) Jos olisi päädytty käyttämään toista menetelmää, kuten haastatteluja, olisi perusjoukosta pitänyt valita pienempi otos käyttämällä jotain otantamenetelmää. Vilkan (2021, luku 4) mukaan otantamenetelmiä ovat esimerkiksi yksinkertainen satunnaisotanta,

systemaattinen otanta, ositettu otanta ja ryväotanta. Tutkimusryhmä tekee päätöksen otantamenetelmästä tarkoituksenmukaisuuden, tutkimuksen tavoitteiden ja käytettävissä olevien resurssien perusteella.

Kyselytutkimuksen tekeminen aloitettiin perehtymällä ensin teoriaan. Kyselylomake laadittiin niin, että se pystyi tuottamaan vastauksen tutkimuskysymykseen. Tutkittava asia pitää siis muuttaa miltä tavaltaan muotoon eli operationalisoida (Vilkkä 2021, luku 4.) Kysely toteutettiin Webropol-kyselytyökalun avulla. Webropol valittiin työkaluksi, koska se oli tutkijalle ennestään tuttu. Webropolin hyötyinä voidaan pitää myös kyselyjen rakentamisen, muokkaamisen, testaamisen ja raportoinnin helppoutta. Kyselyn taustamuuttujiksi valittiin sukupuoli, ikä, suhde Ponsseen ja asuinpaikka. Nämä ovat nominaalimuuttujia eli luokat ovat keskenään samanarvoisia, eikä niille voi esimerkiksi laskea keskiarvoa (Vilkkä 2021, luku 4.) Kyselylomakkeella käytettiin myös monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä (liite 1). Kyselyssä oli mahdollista jättää yhteystiedot arvontaa varten, joten tutkimukseen osallistujille laadittiin EU:n tietosuojasetuksen (GRPR) ja Suomen tietosuojalain mukainen tietosuojailmoitus. Kyselylomakkeen toimivuus testattiin kahdella henkilöllä ennen kuin se lähetettiin kyselyn kohderyhmälle. Testausvaiheessa ei ilmennyt korjattavia asioita.

Kyselylomake lähetettiin Ponssen sähköisen uutiskirjeen lähetystyökalulla, Apsiksella, kaikille Ponssen sähköisen uutiskirjeen tilaajille huhtikuussa 2021. Uutiskirjeen tilaajalistalla oli yhteensä 1399 sähköpostiosoitetta. Kyselyyn vastaamiseen oli varattu aikaa kaksi viikkoa ja vastaajille lähetettiin muistutusviesti kaksi kertaa.

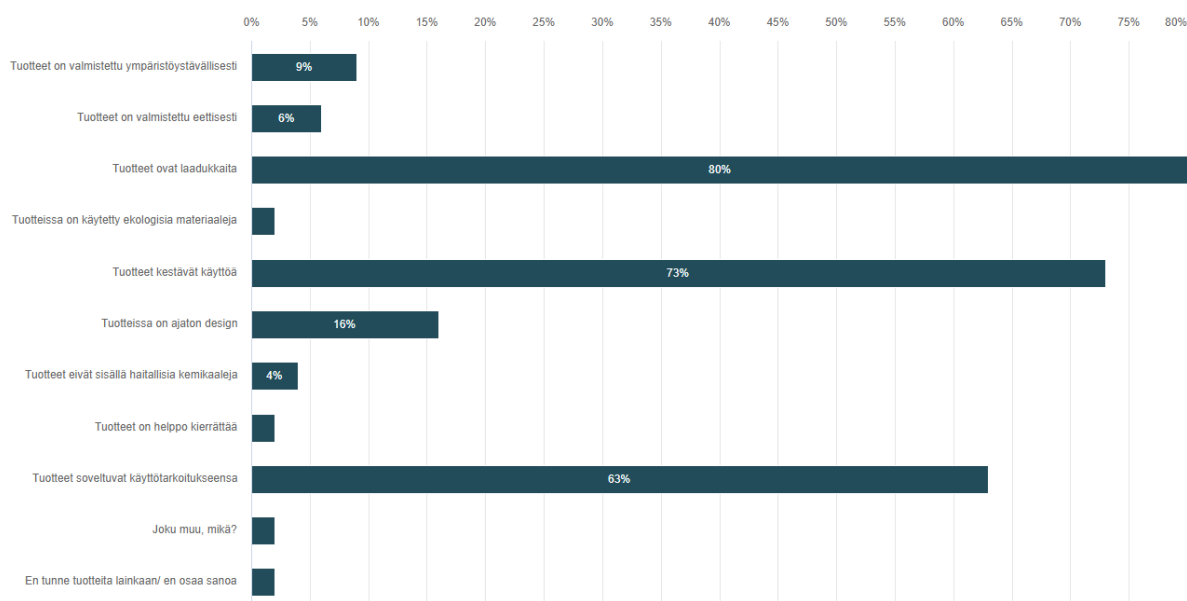
4.1.2 Kyselytutkimuksen tulokset

Vastauksia kyselyyn saatiin 456 kappaletta, joten kyselyn vastausprosentiksi muodostui 33 %. Taanilan (2019) mukaan tämä on hyvä tulos, koska tyypillinen kyselyjen vastausprosentti jää yleensä alle 20 prosentin. Hyvään vastausprosenttiin vaikuttivat varmasti osaltaan sitoutuneet asiakkaat sekä lahjakorttien voittomahdollisuus, mutta myös selkeä viestintä kyselyn tärkeydestä ja muistutusviestit.

Vastaajista naisia oli 12,1 % ja miehiä 87,9 %. Naisten pieni osuus on linjassa Ponssen tyypillisen asiakaskunnan kanssa. Vastaajista 72 % oli yli 45-vuotiaita ja alle 24-vuotiaita oli vain 2 kappaletta (0,4 % vastaajista). Suurin osa vastaajista (57 %) kertoi olevansa Ponssen asiakas tai työskentelevänsä metsäkoneyrittäjänä. Vastaajien maantieteellinen sijainti painottui Pohjois- ja Etelä-Savoon, yhteensä 31 % vastaajista asui näissä maakunnissa. Muiden vastaajien sijainti jakaantui melko tasaisesti ympäri Suomea.

85 % vastaajista oli ostanut Ponsse Collection -tuotteita. Yleisimmin Ponsse Collection -tuotteita hankitaan Ponssen omista huoltopalvelukeskuksista, joissa ilmoitti asioineensa 67 % vastaajista. 44 % vastaajista hankkii Ponsse Collection -tuotteet verkkokaupan kautta ja loput asioivat Vieremän tai Iisalmen myymälöissä. Miesten ja naisten välillä tuotteiden ostopaikalla oli merkittävä ero. Enemmistö miehistä hankki Ponsse Collection -tuotteet Ponssen huoltopalvelukeskuksista, mutta taas enemmistö naisista teki ostokset Ponsse Shop -verkkokaupasta. Suurin osa vastaajista (42 %) ostaa Ponsse Collection -tuotteita useamman kerran vuodessa, 36 % hankkii tuotteita kerran vuodessa ja 22 % harvemmin. Rahaa vaateostoksiin käytetään yleisimmin 101–200 €.

Kyselyllä kartoitettiin myös mielikuvia Ponsse Collection -tuotteista. Vastaajilla oli mahdollisuus valita vaihtoehdosta kolme itselleen tärkeintä. Vastauksissa nousi selkeästi kolme eri teemaa, jotka olivat tuotteiden laadukkuus, kestävyys ja soveltuminen käyttötarkoitukseen. Kuva 9 esittää vastausten jakaantumisen eri vastausvaihtojen ympärille.



KUVA 9. Vastaajien mielikuvia Ponsse Collection -tuotteista (N=456)

Vastaajat pääsivät tutkimuksessa myös arvioimaan erilaisia vastuullisuusväittämiä. Mielipidemittauksiin käytetään usein asenneasteikkoa, kuten Likertin asteikkoa. Likertin asteikolla voidaan mitata sitä, miten vahvasti vastaaja on samaa tai eri mieltä väittämän kanssa. Asteikko voi olla 4-, 5-, 7- tai 9-portainen. (Saunders, Lewis & Thornhill 2019, 523-524.) Vastuullisuuden nykytilaa tutkivassa kyselyssä käytettiin 5-portaista asteikkoa ja lisäksi vastaajalla oli mahdollisuus valita vaihtoehto ”en osaa sanoa”.

Vastaajista puolet olivat täysin tai jokseenkin samaa mieltä Ponsse Collection -tuotteiden eettisestä valmistuksesta. 2,6 % vastaajista oli eettisestä valmistuksesta jokseenkin tai täysin eri mieltä ja 30 % ei osannut kertoa mielipidettään tähän kysymykseen.

Ponsse Collection -tuotteiden materiaalit on valmistettu eettisesti -väittämän kanssa täysin tai jokseenkin samaa mieltä oli 46,9 % vastaajista. Eri mieltä oli yhteensä 11 vastaajaa (2,4 %) ja 32,3 % ei osannut sanoa mielipidettään.

Arvioitaessa väittämää Ponsse Collection -tuotteet on valmistettu ympäristöystävällisesti, vastaajista täysin tai jokseenkin samaa mieltä oli noin puolet (50,9 %), jokseenkin tai täysin eri mieltä taas 2,9 % vastaajista. 29,2 % vastaajista ei osannut kertoa vastaustaan tähän kysymykseen.

Kysyttäessä mielipidettä ekologisten materiaalien käytöstä, samaa mieltä oli 50 % vastaajista ja eri mieltä 3,9 % vastaajista. 29,7 % ei osannut kertoa mielipidettään ekologisiin materiaaleihin liittyen.

Tuotteiden ympäristöystävällisiin kuljetuksiin liittyvään väittämän kanssa täysin tai jokseenkin samaa mieltä oli 48,7 % vastaajista. Jokseenkin tai täysin eri mieltä oli 17 vastaajaa (3,7 %). Tuotteiden kuljetuksia ei osannut kommentoida 24,6 % vastaajista.

Enemmistö eli yhteensä 81,6 % vastaajista luotti siihen, että Ponsse Collection tuotteet valmistetaan loukkaamatta ihmisoikeuksia. Vastaajista 2,2 % oli täysin tai jokseenkin eri mieltä ja 8,5 % ei osannut kertoa mielipidettään.

76,3 % vastaajista oli täysin samaa tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että Ponsse Collection -tuotteet valmistetaan ympäristöä saastuttamatta. Täysin tai jokseenkin eri mieltä tästä oli 1,8 % vastaajista ja 9,4 % vastasi en osaa sanoa.

Kun kysyttiin saavatko vastaajat tarpeeksi tietoa Ponsse Collection -tuotteiden oikeaoppisesta huoltamisesta, täysin tai jokseenkin samaa mieltä vastaajista oli 59,8 %. Jokseenkin tai täysin eri mieltä tästä oli 6,8 % vastaajista ja 13,2 % ei osannut kertoa mielipidettään.

Väittämän ”saan tarpeeksi tietoa Ponsse Collection -tuotteiden oikeaoppisesta kierrättämisestä” kanssa täysin tai jokseenkin samaa mieltä oli 45 % vastaajista. Täysin tai jokseenkin eri mieltä tästä oli 11 % vastaajista ja 83 vastaajaa (18,2 %) vastasi en osaa sanoa.

TAULUKKO 1. Vastuullisuusväittämien vastauksien prosentuaalinen jakauma (N=456)

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En samaa enkä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Ponsse Collection -tuotteet on valmistettu eettisesti	81 17,8%	149 32,7%	77 16,9%	8 1,7%	4 ,9%	137 30,1%
Ponsse Collection -tuotteiden materiaalit on valmistettu eettisesti	69 15,1%	145 31,8%	84 18,4%	7 1,5%	4 ,9%	147 32,3%
Ponsse Collection -tuotteet on valmistettu ympäristöystävällisesti	78 17,1%	154 33,8%	78 17,1%	10 2,2%	3 ,7%	133 29,2%
Ponsse Collection -tuotteissa on käytetty ekologisia materiaaleja	68 14,9%	160 35,1%	83 18,2%	13 2,8%	5 1,1%	127 27,9%
Ponsse Collection -tuotteet kuljetetaan ympäristöystävällisesti	66 14,5%	156 34,2%	105 23,1%	12 2,6%	5 1,1%	112 24,6%
Luotan siihen, että Ponsse huolehtii siitä, että Ponsse Collection -tuotteet valmistetaan loukkaamatta ihmisoikeuksia	223 48,9%	149 32,7%	35 7,7%	6 1,3%	4 ,9%	39 8,5%
Luotan siihen, että Ponsse huolehtii siitä, että Ponsse Collection -tuotteet valmistetaan ympäristöä saastuttamatta	172 37,7%	176 38,6%	57 12,5%	6 1,3%	2 ,5%	43 9,4%
Saan tarpeeksi tietoa Ponsse Collection -tuotteiden oikeaoppisesta huoltamisesta	126 27,6%	147 32,2%	92 20,2%	21 4,6%	10 2,2%	60 13,2%
Saan tarpeeksi tietoa Ponsse Collection -tuotteiden oikeaoppisesta kierrättämisestä	87 19,1%	118 25,9%	119 26,1%	32 7,1%	17 3,7%	83 18,2%

Vastaajien mukaan Ponsse Collection -vaatemallistoon liittyvä vastuullisuusviestintä on keskiker- taista, näin vastasi 35 % vastaajista. 30 % koki viestinnän olevan hyvällä tasolla, 7 % taas huonolla tasolla. Kolmasosa vastaajista ei osannut kertoa mielipidettään tähän kysymykseen. Vastuullisuutta arvioitiin myös kouluarvosanalla asteikolla 4–10, keskiarvo vastauksissa oli 7,9.

Vastaajat saivat myös jättää avointa palautetta Ponsse Collection -tuotteiden vastuullisuuden kehittämiseksi. Avoimet vastaukset luokiteltiin teemoittain. Avoimissa palautteissa korostuivat toiveet kotimaisesta tuotannosta sekä vaatteiden laadusta, kestävydestä ja toimivuudesta. Moni antoi myös positiivista palautetta yleisesti Ponsse Collection -mallistosta tai Ponssen toiminnasta.

4.1.3 Kyselytutkimuksen johtopäätökset

Kyselyn tavoitteena oli selvittää Ponssen asiakkaiden mielikuvia Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuudesta. Kysyttäessä mielikuvista, vastauksissa nousi selkeästi kolme eri teemaa, jotka olivat tuotteiden laadukkuus, kestävyys ja soveltuminen käyttötarkoitukseen. Ympäristö- tai sosiaaliseen vastuuseen liittyvät teemat jäivät vastauksissa selkeästi vähemmistöön. On hienoa huomata, että asiat, joiden eteen Ponsse on tehnyt vuosia töitä, näkyvät vastauksissa. Vastuullisuuteen kuuluu isona osana tuotteiden laadukkuus ja kestävyys, ja nämä ovat olleet kantavat teemat Ponsse Collection -vaatemalliston kehittämisessä jo vuosien ajan. Tavoitteena on kuitenkin kehittää vaatemallistoa myös sosiaalisen ja ympäristövastuun näkökulmasta. Tämä tarkoittaa käytännössä pyrkimystä hiilineutraaliuteen ja läpinäkyvyyteen kaikessa toiminnassa.

Vastauksista kävi ilmi, että Ponssen luotetaan hoitavan vaatevalmistus ihmisoikeuksia rikkomatta ja ympäristöä saastuttamatta. Vaikka enemmistö vastaajista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä vastuullisuusväittämien kanssa, vastauksissa näkyi ”en osaa sanoa” -vastausten suuri määrä. Osaan kysymyksistä ei osannut kertoa mielipidettään melkein kolmasosa vastaajista. Tästä voidaankin päätellä, että vastuullisuuden kehittämisessä on vielä paljon työtä.

Ponssen tulisikin rohkeammin kertoa omasta vastuullisuustyöstään, jotta mielikuvia saataisiin muutettua enemmän vastuullisempaan suuntaan. Vastuullisuuden kehittämiseksi on jo tehty paljon asioita. Ponsse Collection -tuotteiden materiaaliksi on mahdollisuuksien mukaan valittu kierrätysmateriaali ja muun muassa Ponssen pipo- ja sukkatuotanto oli siirretty kokonaan Suomeen. Viimeisimmät suuret harppaukset Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämisessä ovat olleet vuonna 2022 Suomessa valmistettu Ponsse x Finsket -mallisto sekä hiilineutraalit Carbon Zero -tuotteet. Näiden lisäksi Ponsse Collection -vaatemallisto sisältää Basic-tuotteita, joiden on tarkoitus pysyä mallistossa mahdollisimman pitkään. Basic-tuotteet ovat malliston perustuotteita, jotka on valmistettu joko kierrätys- tai orgaanisista materiaaleista.

Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuutta on kehitetty jo useamman vuoden ajan, mutta viesti ei ole tavoittanut asiakkaitamme. Voidaankin todeta, että vastuullisuusviestintään tulee jatkossa kiinnittää enemmän huomiota ja Ponsse Collection -tuotteiden vastuullisuusaspekteista tulee pystyä kertomaan systemaattisemmin. Tätä johtopäätöstä tukee myös tutkimuksen vastuullisuusviestinnän keskinkertainen arvosana.

Kyselytutkimuksen johtopäätöksenä voidaan todeta, että vastuullisuuden kehittämisen suhteen on tehty Ponssellalla hyvää työtä ja Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuus saikin hyvän kouluarvosanan 7,9. Vastauksissa selkeästi esille nousseet laatu, kestävyys sekä soveltuminen käyttötarkoitukseen voidaan todeta olevan pitkäjänteisen työn tulosta ja ne kuuluvat selkeästi myös vastuullisuusteeman alle. Kehitettävää tulevaisuudessa on selkeämmin sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun teemoissa. Tavoitteena on, että tuotteiden ympäristöystävällisyys ja eettisyys nousisi tulevaisuudessa samalle tasolle kuin laatu, kestävyys ja soveltuminen käyttötarkoitukseen. Kehityskohdeksi voidaan selkeästi nostaa vastuullisuusviestintä, jota tehostamalla sosiaalisen ja ympäristövastuun teemoja voidaan nostaa asiakkaiden tietoisuuteen.

4.2 Menetelmänä haastattelu

Haastattelua voidaan pitää hyvin joustavana aineistonkeruumenetelmänä ja siksi se soveltuu käytettäväksi useisiin eri tilanteisiin. Haastattelun hyötynä voidaan pitää myös sitä, että haastateltavat voidaan itse valita. Tällöin voidaan varmistaa se, että haastateltavilla on varmasti tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Haastattelun edetessä haastattelijalla on myös mahdollisuus ohjata keskustelua niin, että asetettuihin tutkimuskysymyksiin saadaan vastaukset. (Puusa & Juuti 2020, luku 6.) Tuomen & Sarajärven (2018, 113) mukaan haastattelun joustava luonne näkyy myös siinä, että tutkijalla on mahdollisuus kysymyksen toistamiseen tai väärinkäsityksen oikaisuun ja tutkija voi myös tarvittaessa pyytää tarkennuksia haastateltavan sanomaan. Tutkijan on haastattelun aikana mahdollista kiinnittää huomiota myös ei-kielelliseen viestintään, joita voivat olla tutkittavan eleet, ilmeet, liikkuminen tai katsekontakti. (Puusa & Juuti 2020, luku 6.)

Tutkijat miettivät usein, kuinka monta haastattelua on tarpeeksi ja onko haastateltavien määrä ollut tarpeeksi suuri. Ajatellaan, että mitä enemmän haastatteluja on tehty, sitä luotettavampi haastattelu on. Harvoin on kuitenkin näin, vaan haastatteluja on tarpeen tehdä se määrä, jolla saadaan vastaus tutkimuskysymykseen. Jos tutkija on miettinyt tarkasti, kuinka haastateltavat valitaan, pieni määrä haastatteluja voi riittää. (Brinkmann 2013, 58.)

Haastattelun voidaan ajatella rakentuvan neljästä eri vaiheesta, jotka ovat johdantovaihe, haastattelun avausvaihe, haastattelun ydinvaihe ja haastattelun päättäminen. Johdantovaiheella on tärkeä rooli ja se alkaa jo ennen varsinaista haastattelua. Haastateltavilla tulee olla selkeä kuva siitä, miksi heidät on pyydetty haastatteluun sekä perustietoa haastattelun tarkoituksesta. (Gillham 2000, 38–39.) Haastateltaville tulisi antaa enakkoon ainakin seuraavat perustiedot:

- tutkijan yhteystiedot
- tutkimuksen aihe ja tavoite
- haastattelun toteutus (paikka, ajankohta, kesto, tallennus)
- osallistumisen vapaaehtoisuus
- haastattelun käsittelyn luottamuksellisuus
- haastatteluotteiden sisällyttäminen tutkimusjulkaisuihin
- haastattelun jatkokäyttö ja arkistointi

Jos haastatteluissa kerätään henkilötietoja, on muistettava, että tutkittavien informoimisen ja suostumuksen pyytämisen tulee perustua tietosuojasäädöksiin. Suunnitteluvaiheessa kannattaa tarkasti pohtia, mitkä henkilötiedot ovat tarpeellisia tutkimuksen toteuttamisen kannalta. (Hyvärinen, Nikander, Ruusuvoori & Aho 2017, luku 20.) Yleensä haastattelun tavoitteena on saada mahdollisimman paljon tietoa halutusta asiasta ja haastattelukysymykset tai -aiheet kannattaakin antaa etukäteen haastateltaville, jotta he voivat valmistautua haastatteluun (Tuomi & Sarajärvi 2018, 113.)

Haastattelun avausvaiheessa on hyvä selittää haastateltavalle uudelleen sekä haastattelun, että tutkimuksen tarkoitus sekä tiedustella, onko haastateltavalla kysyttävää. Haastattelun nauhoittamiseen tulee kysyä lupa ja kertoa samalla, kuinka aineistoa tullaan käsittelemään ja analysoimaan. Haastattelun aluksi voidaan esittää muutamia suljettuja kysymyksiä esimerkiksi haastateltavan taustasta, mutta tästä vaiheesta on hyvä päästä nopeasti eteenpäin avoimiin kysymyksiin. (Gillham 2000, 40–41.)

Haastattelukysymysten järjestyksessä tulisi myös olla jokin logiikka, jolloin kysymykset seuraavat luonnollisesti toisiaan. Kysymyksissä tulee myös huomioida niiden aito avoimuus eli ne eivät saa osoittaa tietyn vastauksen toivottavuutta. Haastattelijan tehtävä on esittää aloituskysymykset, joihin halutaan saada vastaukset ja tarvittaessa rohkaista haastateltavaa tai pyytää tarkentamaan vastauksia. (Gillham 2000, 41–42.) Haastattelutilanteessa korostetaan luottamuksellisen suhteen luomista haastateltavaan. (Puusa & Juuti 2020, luku 6.) Haastateltavaan pitäisi myös pystyä luomaan sopivasti rento ja rohkaiseva suhde. Haastattelijan tulisi viestiä luottamusta, varmuutta ja jopa miellyttävyyttä. Jos haastateltava tuntee olonsa mukavaksi, on haastattelu aina helpompaa. (Seale, Gobo, Gubrium & Silverman 2004, 19.)

Johdantovaiheen ohella myös haastattelun päättäminen on tärkeä vaihe. Haastattelu tulee selkeästi viedä päätökseen esimerkiksi kertomalla, että tämä on viimeinen kysymys. Haastattelun lopuksi haastattelija voi tehdä yhteenvedon, jota haastateltavan on vielä mahdollista kommentoida. Lopuksi on tärkeää muistaa kiittää haastattelusta ja kertoa, mistä ja milloin tutkimuksen tulokset ovat nähtävissä. (Gillham 2000, 42–43.)

Laadullisen aineiston analyysin tavoitteena on aineiston mielekäs käsittely niin, että sen avulla on mahdollista tulkita tutkittavaa ilmiötä, mutta myös tehdä siitä johtopäätöksiä (Puusa & Juuti 2020, luku 9.) Günther, Hasanen & Juhila (julkaisuaika tuntematon) taas kuvaavat laadullista analyysiä aineiston tiivistämiseksi ja jalostamiseksi käsitteelliseen tai teoreettiseen muotoon. Yleispätevää ohjetta aineiston analyysiin ei ole olemassa, mutta aineiston analyysissä tulee päästä pintaa syvemmälle ja tehdä tulkintaa teorian ja oman ajattelun kautta.

Aineiston analyysitapoja on mahdollista luokitella eri tavoin. Yleisimmin analyysitavat luokitellaan aineistolähtöiseen, teorialähtöiseen ja teoriasidonnaiseen tapaan. Aineistolähtöisessä analyysitavassa analyysi aloitetaan aineistoon perehtymällä ja analyysin edetessä liitetään se teoriaan. Teoriasidonnainen analyysitapa taas tarkoittaa abduktiivista päättelyprosessia, jossa tutkija yhdistää aineistolähtöisyyden sekä aiemman teorian tiedon. Teorialähtöistä lähestymistapaa taas ohjaa ensisijaisesti teoria. (Puusa & Juuti 2020, luku 9.)

Kun haastatteluaineisto on kerätty, aloitetaan aineiston analyysi litteroinnilla eli aineiston tekstiksi muuttamisella. Litterointi on tärkeä vaihe ja se kannattaa tehdä huolellisesti, tässä vaiheessa muodostetaan tärkeä tutkimusaineisto teksteiksi puretuista ääni- tai kuvatallenteista. Litteroinnin tarkkuustason määrittelee tutkimuskysymys. Litteroinnissa voidaan kiinnittää huomiota pelkästään puheen sisältöön tai sitten voidaan ottaa huomioon myös tapa, jolla puhutaan eli litteroidaan puheen lisäksi myös esimerkiksi huokaukset, tauot ja äänenpainot. (Hyvärinen, Nikander, Ruusuvoori & Aho 2017, luku 21.)

Tutkijan tulisi käydä laadulliset aineistot useaan kertaan läpi, koska analyysin laatu määräytyy pitkälti sen perusteella, miten hyvin tutkija tuntee aineistonsa. Tutkija on luonut aineistosta ensivaikutelman jo aiemmin aineiston keräys- ja litterointivaiheessa ja useampien lukukertojen myötä aineiston kokonaiskuva alkaa hahmottua. Kokonaiskuvan hahmottumisen jälkeen voidaan aineistoa alkaa käsittelemään yksityiskohtaisemmin. Aineiston käsittely voidaan aloittaa esimerkiksi koodaamalla eli tekstistä pyritään tunnistamaan ja samaa tarkoittavia sanoja tai lauseita ja ne merkitään koodein.

Laadullisen aineiston analyysissä voidaan myös käyttää määrällisiä menetelmiä. Aineistosta voidaan laskea eli kvantifioida esimerkiksi sanojen tai koodien esiintyvyyttä. (Puusa & Juuti 2020, luku 9.)

Laadullisen aineiston havainnot voidaan seuraavaksi luokitella, teemoitella tai tyyppitellä. Luokittelulla tarkoitetaan analyysiyksiköiden ryhmittelyä esimerkiksi ennalta määriteltyjen kategorioiden mukaan. Teemoittelun pohjana voidaan käyttää aineiston koodausta tai kvantifiointia. Teemoittelun avulla pyritään löytämään aineistosta haastateltaville yhteisiä samankaltaisuuksia tai säännönmukaisuuksia. (Puusa & Juuti 2020, luku 9.) Tyyppittelyllä voidaan etsiä aineiston teemojen sisältä yhtenäisiä näkemyksiä, joista voidaan muodostaa tyyppiesimerkkejä (Sarajärvi & Tuomi 2018, 219.) Puusan & Juutin (2020, luku 9) mukaan tyyppittelyllä voidaan etsiä myös tyyppillisestä poikkeavia ilmiöitä perinteisen yleisen sijaan.

Tutkimusaineiston analyysin jälkeen on vuorossa tutkimuksen tulosten tulkinta ja selitys. Tutkimustulokseksi ei voida laskea pelkästään aineiston analysointia ja sen kuvausta vaan tulkintaan kuuluu analyysivaiheessa esiinnoisseiden merkitysten selkiyttäminen ja pohdinta. Tuloksista pitäisi pystyä rakentamaan yhteen kokoavia synteesejä, jotka vastaavat asetettuihin tutkimuskysymyksiin. (Puusa & Juuti 2020, luku 9.)

Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK 2012) mukaan tutkimusetiikka on ”eettisesti vastuullisten ja oikeiden toimintatapojen noudattamista ja edistämistä tutkimustoiminnassa sekä tieteeseen kohdistuvien loukkausten ja epärehellisyyden tunnistamista ja torjumista kaikilla tieteenaloilla”. Tutkijan eettisiä ratkaisuja ja tutkimuksen uskottavuutta ei voida erottaa toisistaan ja tutkimuksen uskottavuus perustuukin siihen, että tutkijat noudattavat hyvää tieteellistä käytäntöä. (Sarajärvi & Tuomi 2018, 210-211.)

Tutkimusetiikkaan liittyy oleellisesti tutkittavien suoja. Tutkittavan suojaan kuuluu ensisijaisesti se, että tutkija selittää ymmärrettävästi tutkittavalle tutkimukseen tavoitteet, menetelmät ja siihen liittyvät mahdolliset riskit. Osallistujilta on myös saatava tutkimukseen vapaaehtoinen suostumus. On huomioitava, että tutkittavalla on oikeus kieltäytyä tutkimuksesta, keskeyttää osallistumisensa milloin tahansa tai kieltää jälkikäteen itseä koskevan aineiston käyttö. Suostumusta pyydetessä on varmistettava, että osallistuja tietää varmasti mistä tutkimuksessa on kyse. Tutkittavan suojaan kuuluu myös oleellisesti osallistujien oikeuksien ja hyvinvoinnin turvaaminen. Tutkittavalle ei saa aiheutua tutkimuksesta vahinkoa. Tutkimustiedot tulee pitää luottamuksellisina, eikä niitä saa käyttää muuhun kuin luvattuun tarkoitukseen eikä niitä saa luovuttaa eteenpäin. Osallistujia tulee käsitellä nimettöminä ja tiedot tulee järjestää niin, että anonymiteetti voidaan taata. Tutkimukseen osallistujilla on ennen kaikkea oikeus odottaa tutkijalta vastuullisuutta ja sopimusten noudattamista tutkimuksen rehellisyyden takaamiseksi. (Sarajärvi & Tuomi 2018, 219.)

Puusa & Juuti (2020, luku V) määrittelevät laadullisen tutkimuksen luotettavuutta kolmen toisiinsa kytkeytyvän käsitteen avulla. Käsitteet ovat uskottavuus, luotettavuus ja eettisyys. Uskottavuudella tarkoitetaan tutkimustulosten todenperäisyyttä ja sitä, että aineisto on kerätty asianmukaisesti ja analysoitu huolellisesti. Luotettavuudella tarkoitetaan taas sitä, että tutkija pystyy vakuuttamaan lu-

kijan ammattitaidostaan ja perustelemaan tutkimukseen valitut menetelmät ja lähestymistavat jokaisessa tutkimusvaiheessa. Tutkimus on eettinen, kun tutkija on noudattanut eettisiä periaatteita koko tutkimuksen ajan.

4.2.1 Haastattelujen toteutus

Kvalitatiivinen tutkimus toteutettiin puolistrukturoituna haastatteluna. Tutkimuksen tavoite oli kerätä tietoa vastuullisuuden kehittämisen mahdollisuuksista ja vastuullisuusmittareista. Tutkimuksessa on huomioitava, että haastateltavien vastaukset esitettyihin kysymyksiin perustuivat heidän omiin kokemuksiinsa ja mielipiteisiinsä, joten vastauksia ei voida yleistää. Kvalitatiivisella tutkimuksella haluttiin löytää vastaus tutkimuskysymyksiin:

- Millaisia mahdollisuuksia Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämiseen on pitkällä ja lyhyellä aikavälillä?
- Miten vastuullisuutta voidaan mitata?

Puolistrukturoidun haastattelun haastattelukysymykset (liite 3) laadittiin niin, että niiden avulla oli mahdollista saada vastaus tutkimuskysymyksiin. Puolistrukturoitu haastattelu toimii konseptissa, jossa halutaan kuulla haastateltavien näkemykset tutkimuksen keskeisiin aiheisiin kunkin haastattelun omin sanoin. (Puusa & Juuti 2020, luku 6.) Hirsjärven & Hurmeen (2018, 85-86) mukaan puolistrukturoidussa haastattelussa haastattelija voi vaihtaa esimerkiksi kysymysten paikkaa tai sanamuotoa, tälle menetelmälle on siis ominaista, että kaikkia haastattelun näkökohtia ei ole lyöty lukkoon. Haastattelu valittiin menetelmäksi sen joustavan luonteen vuoksi. Kun haastattelijalla on mahdollisuus ohjata keskustelua oikeaan suuntaan, toistaa kysymys tai pyytää haastateltavaa tarkentamaan vastauksia, saadaan varmimmin vastaus asetettuihin tutkimuskysymyksiin. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 113-114.)

Tutkimukseen valittiin viisi suurinta Ponsse Collection -vaatetoimittajaa. Tutkimukseen valitut toimittajat toimittivat yhteensä 92 % vuoden 2022 Ponsse Collection ostoista. Tutkimuksesta rajattiin pois pienemmät, yksittäisiä tuotteita toimittavat toimittajat. Tutkimuksessa haluttiin keskittyä toimittajiin, joiden kanssa tehdään aktiivista yhteistyötä viikoittain. Viisi haastattelua tuntui myös sopivalta määrältä tiukan aikataulun vuoksi. Suuremman aineiston käsittely olisi vienyt enemmän aikaa ja jos haastatteluja olisi ollut määrällisesti enemmän, olisivat haastattelut venyneet pidemmälle aikavälille. Haastateltavat henkilöt olivat toimittajayrityksessä työskenteleviä lähimpiä yhteyshenkilöitä. Heidät valittiin haastateltaviksi heidän asiantuntemuksensa vuoksi. Haastateltavilla koettiin olevan eniten tietämystä vastuullisesta vaatetuotantoprosessista ja siten eniten annettavaa tutkimukselle. Yksi haastattelun eduista onkin, että haastateltavat voidaan itse valita (Puusa & Juuti 2020, luku 6.)

Haastattelut toteutettiin etänä Teams-haastatteluina maaliskuussa 2023. Haastateltaviin oltiin ensin yhteydessä ja pyydettiin lupaa haastatteluun. Haastatteluajat sovittiin sähköpostitse ja haastateltaville lähetettiin Teams-palaverikutsu sovittuun ajankohtaan. Palaverikutsun yhteydessä avattiin tarkemmin haastattelun tarkoitusta ja aikataulua sekä kerrottiin haastatteluiden tallentamisesta. Samalla lähetettiin myös haastattelukysymykset, jotta haastateltavilla oli mahdollisuus tutustua aiheeseen etukäteen. Haastattelukysymysten lähettäminen ennakoon on perustelua haastattelun onnis-

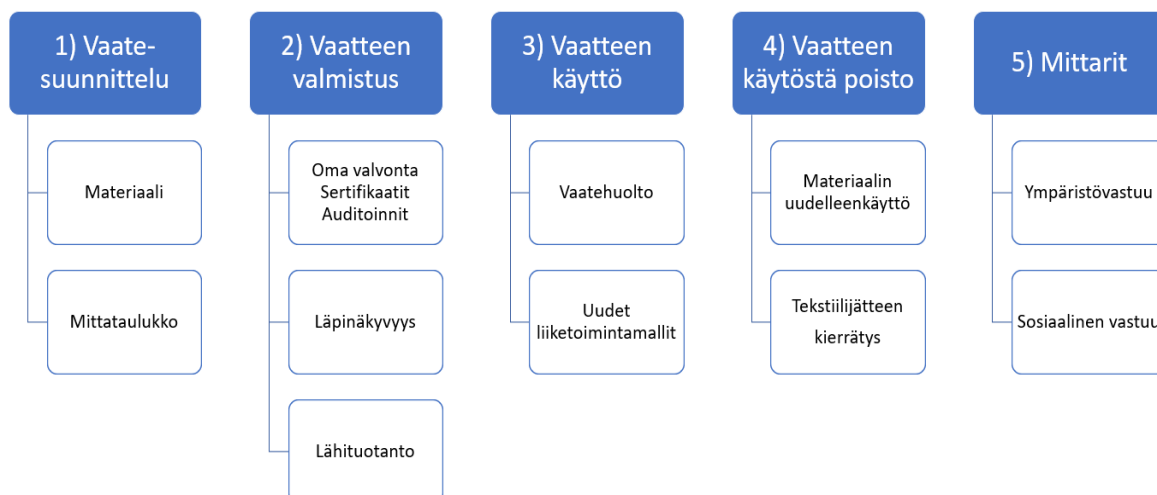
tumisen kannalta, kun tavoitteena on kerätä haastattelujen avulla mahdollisimman paljon tietoa aiheesta (Tuomi & Sarajärvi 2018, 113.) Tutkimus täyttää myös eettisen tarkastelun kriteerit. Haastatteluihin osallistuminen oli täysin vapaaehtoista ja tutkimuksen tavoitteet selitettiin haastateltaville haastattelukutsun yhteydessä ja myös ennen haastattelun aloittamista. Tutkimukseen osallistujille painotettiin myös, että heidän anonymiteettinsä turvataan tutkimuksen kaikissa eri vaiheissa.

Haastattelujen kesto vaihteli, mutta tyypillisesti haastattelu kesti noin tunnin ja 15 minuuttia. Haastattelut tallennettiin ja litteroitiin Teamsin tallennus- ja litterointityökaluilla. Etähaastattelujen riskinä voidaan nähdä tekniset haasteet sekä se, että haastateltaviin voi olla vaikea saada rakennettua samanlaista yhteyttä ja luottamusta kuin kasvokkain tapaamisissa. Tässä tilanteessa Teams-haastattelut olivat ainoa järkevä vaihtoehto ajankäytön kannalta, koska kaikki haastateltavat asuivat eri puolilla Suomea. Haastattelija myös tunsu haastateltavat ennakkoon, joten luottamus ja keskusteluyhteys oli jo ennalta rakennettu aiemman yhteistyön kautta. Teknisiä haasteita ei haastattelujen aikana ilmennyt.

Haastattelukysymykset oli suunniteltu ennakkoon ja ne pohjautuivat opinnäytetyön teoriaosaan. Kysymysten lisäksi haastattelun apuna käytettiin tukisanalista, joko johdattelemaan keskustelua oikeaan suuntaan tai antamaan tarvittaessa esimerkkejä. Haastatteluissa lähdettiin liikkeelle yleisemmistä asioista ja haastattelun edetessä sukeltettiin syvemmälle vaateteollisuuden vastuullisuuden maailmaan. Haastattelut olivat kaikki erilaisia. Osa haastatteluista noudatti melko tarkasti haastattelurunkoa, ja osa haastatteluista eteni vapaammin. Vapaammissa keskusteluissa haastattelijalla oli myös tärkeä rooli huolehtia siitä, että kaikkiin ennakkoon laadittuihin kysymyksiin saatiin vastaus. Haastattelujen aikana ei esiintynyt haastatteluun vaikuttaneita häiriötekijöitä. Havainnointia eli haastateltavan ei-kielellisen viestinnän tulkintaa ei näiden haastattelujen yhteydessä tehty.

4.2.2 Haastattelujen analysointi

Haastattelujen jälkeen haastattelutallenteet kuunneltiin useampaan kertaan läpi ja korjattiin samalla Teamsin litteroimaa aineistoa luettavampaan ja ymmärrettävämpään muotoon. Vaikka Teamsin litterointityökalu on erinomainen apu, sen tarkkuudessa on vielä parannettavaa. Tämän jälkeen päästiin aloittamaan aineiston analysointi. Analyysi aloitettiin merkitsemällä litteroituun tekstiin aineistosta nousevat kiinnostavimmat seikat ja tämän jälkeen merkityt tekstit luokiteltiin käyttäen apuna Exceliä. Luokittelun jälkeen lähdettiin tekemään sisällönanalyysiä teemoittelun keinoin. Teemat ovat aineistossa toistuvia asioita, jotka syntyvät analyysin tuloksena (Juhila, julkaisuaika tuntematon.) Teemoittelu toteutettiin kysymällä aineistolta vastausta tutkimuskysymyksiin. Aineistosta nousi selkeästi 5 erilaista pääteemaa, jotka liittyivät vaatteen elinkaaren eri vaiheisiin ja mittareihin (kuva 10). Teemoille löydettiin lisäksi 12 alakategoriaa.



KUVA 10. Aineiston teemoittelun tulokset

Seuraavaksi avataan tarkemmin aineistosta nousutta viittä teemaa 1) vaatesuunnittelu 2) vaatteen valmistus 3) vaatteen käyttö 4) vaatteen käytöstä poisto 5) mittarit ja niihin liittyviä alakategorioita sekä analyysin pohjalta syntyneitä kehittämistoimenpiteitä.

1) Vaatesuunnittelu

Haastatteluissa vastuullisen vaatteen suunnitteluvaiheelle annettiin erittäin suuri painoarvo. Tässä vaiheessa voidaan vaikuttaa moneen asiaan vaatteen elinkaaren eri vaiheissa. Suunnittelun tulee kuitenkin lähteä siitä, että vaatteen valmistukselle on oikea tarve. Vaate tulee suunnitella pitkäikäiseksi sen materiaalien, mutta myös designin puolesta. Vaatesuunnittelijan vastuulla on huolehtia siitä, että tuote on muun muassa kierrätettävä, pitkäikäinen, mukava, laadukas, kestävä, korjattava ja turvallinen.

”Suunnittelulla on iso merkitys ja siis tavallaan niinku aika paljon sanotaan, että just suunnittelijan pöydällä tapahtuu paljon.”

”Kyllähän suunnittelussa jo tuota on hyvä ottaa huomioon se tuotteen koko elinkaari ja se, että se on pitkäikäinen ja sitten se että tuote on korjattavissa.”

Mittataulukko

Tuotteen mittataulukko nostettiin esille monessa keskustelussa. Mittataulukon tulisi olla mallistossa yhtenevä, jotta esimerkiksi verkkokaupan virheostoilta vältyttäisiin. Mittataulukolla on myös iso merkitys vaatteen käyttömääriin, hyvin istuvat vaatteet jäävät käyttöön. Myös vaatteen mukavuus nostettiin yhdeksi vastuullisen vaatteen suunnittelun elementiksi.

”Mittataulukko on niitä tosi tärkeitä asioita, mitä me pyritään miettimään täällä päässä, että ne on niitä lempivaatteita sitten.”

”Me varmaan säästyttäisiin niiltä virheostoilta jonkun verran käyttämällä aina sitä samaa mittataulukkoa joka, tulisi Ponsse Collection -asiakkaille tutuksi.”

”Mukavuus vaatteissa on ihan samalla tavalla vastuullista suunnittelua, että se on mukava vaate ja kiva pitää, niin se on vastuullista toimintaa.”

Materiaali

Vaatteen suunnitteluvaiheessa valitaan myös vaatteen materiaali. Materiaalivalinnalla voidaan vaikuttaa muun muassa vaatteen ympäristövaikutuksiin. Vaatteiden ja tekstiilien arvoketjujen kasvihuonepäästöjä voitaisiin vähentää merkittävästi, jos neitseelliset materiaalit korvattaisiin kierrätysmateriaaleilla (Finnwatch 2022, 81–82.) Tällä hetkellä Ponsse Collection -vaatemalliston yleisimmät vaatemateriaalit ovat puuvilla ja polyesteri. Puuvillaa sekä polyesteriä on mahdollista saada kierrätettynä ja kierrätysmateriaalien määrää vaatemallistossa on lisätty vuosittain. Kierrätysmateriaalien laadun tulee kuitenkin olla samalla tasolla kuin neitseellisten materiaalien ja tästä syystä Ponsse on joskus joutunut tinkimään kierrätysmateriaalien käytöstä. Huonolaatuinen kierrätysmateriaali ei ole vaihtoehto vaan laatu ja vastuullisuus kulkevat käsi kädessä.

”Laadun kustannuksella me ei voida mennä. Se on meidän niinku kulmakiviä.”

”Laatu on varmasti tärkein tekijä aina. Että ei auta, vaikka vaate on tehty luomupuuvillasta tai kierrätetystä polyesteristä, jos ei se kestä.”

Kierrätyspuuvillan haasteena oli vielä muutama vuosi sitten sen kalliimpi hinta, mutta viime vuosina kierrätyspuuvillan hinta on tullut huomattavasti alaspäin. Jos vaatteissa päädytään käyttämään neitseellistä materiaalia, on paras vaihtoehto valita orgaaninen puuvilla, joka on esimerkiksi Fair Trade- tai GOTS-sertifioitu. Sertifikaatteihin ei kuitenkaan luoteta sataprosenttisesti ja osa sertifikaateista koettiin myös rahastuksena.

”Sehän mitataan, että sä saat sen labelin, niinku tavallaan tehtaan feedeistä. Kuinka paljon tehtaalle tulee puuvillaa ja kuinka paljon siitä tulee niinku Fair Trade:na ja sitten tavallaan tietyllä prosentuaalisella osuudella sä saat niinku tietynlaisen Fair Trade -labelin siihen ja sitten ja siitä joudutaan tietenkin maksamaan. Niin sulla saattaa oikeasti olla Fair Trade -vaate, missä ei ole yhtään Fair Trade -puuvillaa.”

”Niinku [toimijan nimi] puuvilla on GOTS-sertifioitu, mutta kun [toimijan nimi] ei ole maksanut sitä GOTS-sertifikaattia, niin silloin ne ei pysty myymään sitä GOTS:ina meille eikä me voida sitä mainostaa GOTS:ina, vaikka se on sitä.”

Kierrätyspolyesterin haasteena taas on ollut kierrätysprosessin todentaminen. Prosessit ovat kuitenkin kehittyneet ja tällä hetkellä on olemassa luotettavia sertifikaatteja kierrätyspolyesterin todentamiseksi.

”Esimerkiksi kierrätetty polyesteri, niin kyllähän se vielä 4 vuotta sitten niin ei ollut ihan varmaa, että kuinka kierrätettyä polyesteriä se oli. Oliko ne valmiista pulloista vai oliko ne pullot tehty sen takia, että ne tehdään kuiduksi?”

”Elikä GRS-sertifikaatti on semmoinen, millä me todennetaan se meidän käyttämä polyester useimmiten kierrätyspolyesteriksi.”

Materiaaleihin liittyen keskusteluissa sivuttiin usein uusia selluloosapohjaisia muuntokuitumateriaaleja tulevaisuuden innovaatioina. Suomi toimii menestyksekkäästi mallimaana uusien selluloosamuuntokuitujen kehitysprosesseissa. Suomessa on kehitetty useampia erilaisia kuituinnovaatioita, joille kaikille yhteistä on tuotantoprosessin ympäristöystävällisyys, kierrätyspohjaisten raaka-aineiden käyttö kuitutuotannossa ja kuitujen uudelleen kierrätettävyys. Uusien muuntokuitujen ajatellaan tulevaisuudessa syrjäyttävän perinteiset materiaalit, kuten puuvillan ja polyesterin. (Suomen Tekstiili & Muoti ry 2022.) Uudet muuntokuidut nähtiin ympäristöystävällisempinä ja sitä kautta vastuullisempina vaihtoehtoina, mutta myös mahdollisuus tuottaa kuituja ja sitä myötä kankaita lähituotantona nähtiin positiivisena asiana. Myös mahdollisuus käyttää tekstiilijätettä kuitutuotannon raaka-aineena tulevaisuudessa kiinnosti, mutta tässä haasteena nähtiin vielä prosessien keskeneräisyys.

”Nää uudet innovaatiot tulee olemaan isossa roolissa jatkossa.”

”Monessa näissä suomalaisissakin mitä on, niin niissähän sitten myöskin käytetään raaka-aineena sitä tekstiilijätettä eli ne on myös sitten niin kun tietyllä tapaa riippuvaisia myös siitä tekstiilijätteestä ja siitä, että miten se kiertää eli siitä infrasta myöskin, miten sitten se kierrätys saadaan toimimaan.”

Vaatteen suunnitteluvaihetta voidaan pitää vastuullisuuden näkökulmasta erittäin tärkeänä. Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämissuunnitelman lyhyen aikavälin tavoitteiksi voidaan nostaa oman mittataulukon työstäminen sekä kierrätysmateriaalien käytön lisääminen. Pitkän aikavälin tavoitteena on päästä valmistamaan vaatteita uusista ympäristöystävällisemmistä selluloosapohjaisista muuntokuiduista.

2) Vaatteen valmistus

Vaatteen valmistusvaiheen suurimpana haasteena nähdään se, että tuotanto on yleensä sijoittunut Kaukoitään. Kun tehtaot ovat kaukana, ei koskaan voi olla sataprosenttista varmuutta siitä, että tehtaot ovat eettisesti ja ekologisesti hyväksyttävät. Tuotanto Kaukoitässä edellyttää myös suuria tuotantomääriä. Useiden Ponsse Collection -tuotteiden kohdalla tuotantomäärät ovat liian suuret tuotteiden menekkiin verrattuna. Joidenkin tuotteiden kohdalla tämä hyväksytään ja tuote pysyy mallistossa tästä syystä pidempään, mutta joskus vaate on voitu jättää valmistamatta liian suurien minimimäärien takia. Valmistusmaina erityisesti Kiina, Bangladesh ja Intia nousivat keskusteluissa esille. Maailmanpoliittisen tilanteen takia Kiinaan kohdistui eniten epävarmuutta, mutta toisaalta Bangladeshilla ja Intialla oli eniten todistettavaa sosiaalisen vastuun suhteen.

Oma valvonta, sertifikaatit ja auditoinnit

Tehtaille tehtävät auditoinnit nähtiin hyvänä keinona tehtaiden työolojen todentamiseen, kun paikan päälle ei itse päästä todentamaan asioita. Kukaan haastatelluista ei kuitenkaan sanonut luottavansa täysin auditointeihin ja tietynlainen epävarmuus välittyi kaikista vastauksista. Luottamusta rakennetaan myös omavalvonnan kautta eli organisaatiolla pitäisi olla kyky mennä itse paikan päälle. Tehtaiden suomalainen tai eurooppalainen omistus pohja koettiin turvallisemmaksi vaihtoehdoksi kuin esimerkiksi paikallinen ja omilla palkkalistoilla oleva henkilö koettiin varmimmaksi tavaksi todentaa riittävän hyvät työolot. Luottamusta rakennetaan myös pitkäaikaisen yhteistyön kautta.

”En mä varmaan sataprosenttisesti luota. Kyllä mä tiedän, että ei meistä kukaan voi olla niin sinisilmäinen, etteikö me uskottaisi, että jossakin voi olla joku porsaanreikä jonkun asian kiertämiseksi, mutta se on se paras tapa.”

*”Varmasti on porsaanreikiä ja hurjia juttujahan sitä niinku kuulee ja sen takia, että pelkästään just täällä on joku sertifikaatti, niin se ei vielä takaa yhtään mitään. Niinku se on mun käsitykseni. Vaan siellä pitää oikeasti olla meidän palkkalistoilla tai palkkaama ihminen niinku konkreettisesti katso-
massa sitä tuotantoa.”*

Haastatteluissa mainittiin sertifikaatteihin liittyen useaan kertaan BSCI. BSCI eli Business Social Compliance Initiative on vaatetusalalla paljon käytetty vastuullisuusaloite (Eetti 2009.) BSCI on myös Ponsen toimittajien yleisimmin käyttämä sertifiointijärjestelmä, jos auditointia ei pystytä itse tekemään. On myös huomioitava, että pelkästään tehtaiden BSCI auditointi ei riitä, vaan auditoinnin tuloksiin pitää myös kiinnittää huomiota, koska niissä on eri tasoja.

Läpinäkyvyys

Toiminnan läpinäkyvyys ja avoimuus ovat asioita, joita ei ole voitu liittää vaateteollisuuteen viime vuosikymmenten aikana. Maailma kuitenkin muuttuu ja vastuullisuutta vaaditaan jatkuvasti enemmän erilaisten sidosryhmien toimesta. Ponsen vahva tahtotila on tietää, missä Ponsse Collection -malliston vaatteet on valmistettu ja tehdastiedot kirjataan systemaattisesti kaikkien tuotteiden taakse. Vaateteollisuuden arvoketjut ovat kuitenkin pitkiä ja monimutkaisia alkaen maataloudesta ja jatkuen kuitutuotantoon sekä valmistukseen (Niinimäki ym. 2020, 2.) Valmistavan tehtaan tiedot on vielä helppo selvittää, mutta jos halutaan selvittää arvoketjua tästä taaksepäin, tulee usein seinä vastaan. Materiaalintuotantopaikka on joissakin tapauksissa selvitettävissä, mutta esimerkiksi puuvillan jäljittäminen pellolle saakka koettiin olevan nykyisillä menetelmillä suhteellisen mahdotonta.

”Meidän matka päättyy siihen langantuottajasta eteenpäin, että me esimerkiksi Eurooppa tuotannossa me tiedetään niinku missä maassa se on kasvatettu, se puuvilla. Mutta tota esimerkiksi niinku Intian päässä ja tuolla niin kyllä meillä loppuu niinku siihen ja se on semmoinen muuri mitä me pyritään päästä murtamaan.”

Läpinäkyvyyteen kuuluu myös se, että tehdastiedot voidaan kertoa avoimesti esimerkiksi yrityksen verkkosivuilla. Haasteena tässä on, että Ponsse ei ole saanut lupaa tehdastietojen julkaisuun kaikilta valmistajiltaan. Tehdastietojen koetaan vielä joissakin määrin olevan liikesalaisuuksia. Hyvien kontaktien eteen on tehty töitä, eikä tietoja haluta luovuttaa kilpailijoille hopealautasella.

”Mikä on tavallaan yrityksen niin kun menestyksen kulmakiviä ja yksi on se pitkäaikaiset suhteet erittäin hyvien paikkojen kanssa. Ja tietysti se on semmoisia vähän niinku, että ne on ne meidän paikat ja osittain ne on julkisia salaisuuksia, osittain ne on ihan niin kun salaisuuksia, mutta tää keskustelu on varmaan semmoinen, joka me joudutaan käymään uudestaan ja uudestaan.”

Läpinäkyvyyttä tullaan tulevaisuudessa edistämään myös lainsäädännön kautta. Euroopan komissiossa on menossa aloite digitaalisesta tuotepassista. Digitaalinen tuotepassi on teknologiakonsepti, joka kerää tietoa tuotteiden arvoketjusta, vastuullisuudesta, raaka-aineista ja turvallisuudesta. Digitaaliseen tuotepassiin voidaan myös kerätä tietoa tuotteiden käytöstä, huollosta ja kierrätyksestä ja

uudelleen käytöstä. Tavoitteena on lisätä läpinäkyvyyttä ja tukea vastuullista tuotantoa, mutta myös tukea kuluttajia tekemään kestäviä valintoja. (Nokelainen ym. 2022, 4.) Lainsäädännön lisäksi yrityksillä on tärkeä rooli vaatia toimittajiltaan jatkuvasti enemmän vastuullisuusasioissa. Mitä enemmän vaatimuksia esitetään, sitä aktiivisemmin vaateteollisuuden arvoketjun toimijat muuttavat toimintaansa vastuullisempaan suuntaan.

Lähituotanto

Lähituotanto nousi puheenaiheeksi lähes kaikissa haastatteluissa. Tahtotila tuntuu olevan tuotannon siirtäminen Kaukoidästä lähemmäs Eurooppaan. Lähituotannon etuina nähtiin muun muassa pienemmät tuotantomäärät ja lyhemmät toimitusajat sekä kuljetusmatkat. Lähituotannossa myös omavalvonta on helpompaa, jos tehtaot ovat korkeintaan lyhyen lentomatkan päässä. Lähituotannon haasteet liittyivät osaamisen ja resurssien puutteeseen. Kun tuotanto on aikoinaan siirretty Kaukoi-tään, ei sen palauttaminen ole niin helppoa. Euroopasta on tällä välin kadonnut konekanta sekä ompelutaitoiset ihmiset. Asioista ei kuitenkaan kannata ajatella täysin mustavalkoisesti, kaikki Aasiassa tuotettu ole automaattisesti vastuutonta. Muutoksessa tulee myös muistaa oikeudenmukainen siirtymä. Esimerkiksi Bangladeshissa vaate- ja tekstiiliteollisuus on merkittävä työllistäjä (Finnwatch 2023, 6.) Jos tuotantoa vähennetään merkittävästi, tulee se tehdä vaiheittain ja suunnitellusti.

”Eihän se niinkään ole, että kun tehdään Aasiassa, niin se ei itsessään tarkoita sitä, että se olisi jotenkin vastuutonta tai siellä kaikki asiat tehtäisiin jotenkin huonosti tai väärin. Että varmasti taval-laan kaikille tuotantomaille on oma paikkansa. Ja jos yhtäkkiä kaikki nyt vaikka vetäytyisi Bangla-deshista, niin mitä Bangladeshin kävisi, koska siellä taas tekstiiliala on yksi niinku suurimmista työl-listäjistä?”

Ponssella on käytössä sopimus vastuullisista toimintatavoista, jonka tarkoituksena on sopia osapuolten yhteisistä menettelytavoista sen varmistamiseksi, että kaikki Ponssen toimitusketjussa mukana olevat tahot toimivat vastuullisesti kaikilla vastuullisen liiketoiminnan osa-alueilla. Ponsse Collection -toimittajista enemmistö on allekirjoittanut sopimuksen vastuullisista toimintatavoista. Kehittämissuunnitelman yhtenä toimenpiteenä tulee kuitenkin käydä läpi kaikki nykyiset toimittajat ja varmistaa, että kaikki Ponsse Collection -toimittajat ovat sitoutuneet vastuullisiin toimintatapoihin satapro-senttisesti.

Vaatteen valmistusvaiheeseen nähdään liittyvän useita vastuullisuuteen liittyviä riskejä. Riskejä voidaan kuitenkin pienentää todentamalla asioita. Sosiaalisen vastuun osalta Ponssen tulee varmistaa, että kaikki tehtaot, joissa valmistetaan Ponsse Collection tuotteita on auditoitu. Ponsse ei pysty tekemään auditointeja omin resurssein, joten apuna on käytettävä kolmannen osapuolen auditointeja, esimerkiksi BSCI-sertifiointia. BSCI-sertifioinnin suorittaa yleensä joko Ponssen oma toimittaja tai toimittajan alihankkija. Tällä hetkellä vaatimusta BSCI-sertifioinnista tai vastaavasta auditoinnista ei ole kirjattuna sopimukseen, mutta vaatimus tullaan lisäämään vastuullisuuden kehittämissuunnitelmaan.

Tuotantoketjua tulee jatkossa selvittää mahdollisimman pitkälle. Läpinäkyvyyttä voidaan parantaa julkaisemalla tehdastiedot verkkokaupassa aina, kun siihen on lupa. Lähituotanto nähdään myös hyvänä vaihtoehtona silloin, kun halutaan itse olla varmistamassa tuotannon olosuhteita. Lähituotanto

vastaa myös tarpeeseen tuottaa vaatetta pienemmissä erissä. Todennäköisesti tulevaisuudessa Ponsse Collection -vaatetuotantoa tullaan siirtämään enenevissä määrin Eurooppaan ja Suomeen. Digitaalinen tuotepassi nähdään myös mahdollisuutena läpinäkyvyyden parantamiseen, mutta myös keinona vaikuttaa kuluttajien käyttäytymiseen.

3) Vaatteen käyttö

Haastatteluissa nousi esille kuluttajien tärkeä rooli. Kuluttajat pystyvät omalla toiminnallaan vaikuttamaan valtavasti vaateollisuuden tulevaisuuden trendeihin. Vastuullisuusvaatimukset lisääntyvät tietoisuuden lisääntyessä, mutta useilla kuluttajilla on silti rajallista tietoa kestävästä muodista. Pintun, Shakeelin, Kunalin & Sanjayn (2020, 190) mukaan haasteena nähdään, ettei kuluttaja välttämättä pysty erottamaan ympäristöystävällisen ja ei-ympäristöystävällisen tuotteen eroa. Tulevaisuudessa tietoisuutta pitäisi lisätä jo kouluopetuksessa (Heino ym. 2020, 64.)

”Kuluttajathan on niinku sitten loppujen lopuksi ne, jotka oikeasti sen muutoksen saa aikaiseksi.”

Vastuullisuudesta pitää tulla myös trendikästä, jotta se saisi suuremman yleisön huomion. Sen sijaan, että ostetaan joka vuosi uusi juhlapuku, vertailtaisiinkin sitä, kuinka monta kertaa vanhaa puku on käytetty tai kuinka vanhat vaatteet päällä tällä hetkellä on. Tässä tullaan taas tuotesuunnittelun tärkeyteen, kun tuotteet ovat kestäviä ja ajattomia, niitä halutaan käyttää pitkään.

Vaatehuolto

Kuluttajilla on myös vastuu pienentää vaatteen käytön aikaisia ympäristövaikutuksia. Jos vaatteita käytettäisiin kaksi kertaa pidempään, vaateollisuuden kasvihuonepäästöt pienenisivät jopa 44 % (Heino ym. 2020, 57.) Vaatteen käyttöikä voidaan pidentää myös oikeaoppisella vaatehuollolla. Vaatteen oikeaoppisesta huoltamisesta tulisi kertoa ainakin verkkokaupan tuotekortilla. Tämän lisäksi vaatemyynnissä työskentelevien olisi hyvä tuotteen oston yhteydessä kertoa tuotteen hoito-ohjeet, jotta tuote pysyisi hyvänä ja käytössä mahdollisimman pitkään.

”Tuossa voisi olla yksi idea semmoinen, että kun teillä myydään vaatetta siinä myymälässä ja huoltopalvelukeskuksissa, niin jos henkilökunta olisi koulutettu siihen, niin he voisi joka kerta, kun sitä joku vaate lähtee, niin kertoa samalla, että mitenkä sä hoidat ja pidät tätä hyvänä.”

”Mä ehkä toivoisin itse kuluttajana, että että kun mä ostan jotakin, niin mä saisin ne vinkit siinä kaupan päälle.”

Tietoisuuden lisääntyessä vastuullisuusvaatimukset yrityksii kohtaan kasvavat. Yritysten pitäisi pyrkiä tarjoamaan kuluttajille ympäristöystävällisiä ratkaisuja, mutta myös pyrkiä vaikuttamaan loppukäyttäjän valintoihin ja asenteisiin (Heino ym. 2020, 63.) Ponsse voisi myös ottaa esimerkiksi kouluttajan roolin vastuullisuusasioissa ja pyrkiä viestimään perusteellisemmin tekemistään valinnoista vaatemalliston suhteen. Verkkokaupassa voitaisiin esimerkiksi avata paremmin tuotteiden ympäristövaikutuksia, kuten paljonko kierrätysmateriaalista valmistettu tuote on säästänyt vettä tai mikä on tuotteen hiilijalanjälki.

”Ponssella tähän on hyvät mahdollisuudet tehdä siinä semmoista vaikuttamistyötä myös, koska teidän tuotteita menee niin paljon ympäri maailmaa niin moneen paikkaan, jossa ei nää asiat ole vielä ehkä niin pitkällä kuin meillä.”

Uudet liiketoimintamallit

Yksi yrityksen olemassaolon tarkoitus on tuottaa voittoa, joka mahdollistaa yritystoiminnan jatkumisen. Vaatebisneksessä voittoa on perinteisesti tehty luomalla markkinoinnin avulla keinotekoisiakin tarpeita ja trendejä tavoitteena myydä jatkuvasti enemmän. Tämä malli ei toimi enää kestävän kehityksen maailmassa, jossa ostetaan vain tarpeeseen ja vain pitkäikäisiä ja laadukkaita tuotteita. Puhutaan slow fashionista eli hitaasta muodista, jossa yhdistyy tuotannon hidastamisen lisäksi sosiaalinen vastuu, kestävyys ja tuotannon läpinäkyvyys (Pookulangara & Shephard 2013, 201.) Yhtenä ratkaisuna yritysten liiketoiminnan kehittämiseen ovat vaihtoehtoiset liiketoimintamallit, kuten esimerkiksi korjaus- ja vuokrauspalvelu sekä second hand -konseptit. Uusia ratkaisuja kannattaa miettiä luovasti, osana tulevaisuuden liiketoimintakonsepteja.

”Kyllä sieltä voi löytyä niitä uusia liiketoimintamalleja, mutta se vaatii ensinnäkin just sitä ideointia ja sitä, että ihmiset alkaa olemaan valmiita sille ja sitten että yritykset on valmiita sille, koska se on tavallaan mikä voi olla sitten se hidaste.”

”Meidän pitäisi joskus pohtia semmoista myyntipaikkaa vaatteille, esimerkiksi kuoritakille, mitä ei voi korjata niin, että sen voisi myydä semmoisena kuin se on ihan uutena, priimana, mutta sen voi korjata ja se toimii ihan vastaavalla tavalla jatkossakin.”

Vaatetta tulisi vaalia niin, että se pysyisi käytössä mahdollisimman pitkään. Yrityksenä voimme tukea kuluttajia oikeaoppisessa vaatehuollossa tehostamalla viestintää. Yhtenä toimenpiteenä vaateen huolto- ja pesuohje voitaisiin kertoa verkkokaupan tuotekortilla. Lisäksi henkilökunnalle tulisi tarjota tuotekoulutusta vaatteiden käyttöön ja huoltoon liittyen. Ponssen tulisi myös rohkeasti miettiä tulevaisuuden liiketoimintakonsepteja, jotka eivät pohjaudu sille, että joka vuosi myydään enemmän vaatteita. Vaatteiden korjauspalvelu on ollut käytössä reklamaatio- ja takuutapauksissa, mutta Ponssen pitäisi myös pystyä tarjoamaan asiakkailleen korjauspalvelua myös pidempään käytössä olleille, korjattavissa oleville Ponsse Collection -tuotteille. Vuokrauspalvelu toimisi Ponssella sisäisesti esimerkiksi messuvaatteissa. Messuvaatetuksella on turha täyttää omaa vaatekappia, kun messuvaatteet ovat käytössä suurimmalla osalla henkilökuntaa vain kerran tai kaksi kerran vuodessa. Second hand -konseptia voitaisiin kokeilla ensiksi somessa, jossa kuluttajat voisivat myydä toisilleen itselle pieniksi tai turhiksi käyneitä Ponsse Collection -tuotteita. Myöhemmin second hand -ajatusta voisi laajentaa ottamalla käyttöön takaisinostopalvelu ja käytettyjä Ponsse Collection -vaatteita voitaisiin myydä verkkokaupassa tai myymälöissä.

4) Vaatteen käytöstä poisto

Vaatteen elinkaaren viimeinen vaihe eli vaatteen käytöstä poisto oli aihe, jota sivuttiin jokaisessa haastattelussa. Vaatteet tulee suunnitella kestäväksi ja niiden toivotaan säilyvän käytössä mahdollisimman pitkään, mutta jokainen vaate tulee jossain vaiheessa elinkaarensa päähän. Tämä vaihe nähtiin haastavana toimittajien näkökulmasta, koska valmiita ratkaisuja vaatekierrätykseen tai vaatteen uudelleen käyttöön ollaan vasta kehittämässä isommassa mittakaavassa.

Tekstiilijätteen kierrätys

Kun vaate on käytetty loppuun, on sen loppusijoituspaikka ollut tähän mennessä yleensä kaatopaikka. Uudessa jäteasetuksessa määrätään asumisesta syntyvän tekstiilijätteen keräysvastuu kunnille 1.1.2023 alkaen ja uudet velvollisuudet koskevat myös yrityksiä, jos niiden toiminnasta syntyy tekstiilijätettä merkittäviä määriä (Suomen Tekstiili & Muoti 2021.) EU:n tekstiilistrategia voi kuitenkin muuttaa tekstiilien keräysvastuun lähitulevaisuudessa kunnilta yrityksille eli vaatteita myyvien yritysten tulisi myös vastaanottaa myymänsä vaatteet takaisin (Frilander 2023.) Ponsse ei tällä hetkellä kerää toimipisteissään tekstiilijätettä, mutta osa Ponssele palautuneista poistotekstiileistä kierrätetään eteenpäin toimittajien kautta. Tällä hetkellä haaste on, ettei yritysten tekstiilinkeräys ole resurssitehokasta, mutta tahtotila kehittää kiertotaloutta on voimakas. Tässäkin on yrityksillä kuluttajien suhteen ohjeistamisen paikka. Tekstiilijätteen käsittelyä kannattaa avata esimerkiksi yrityksen verkkosivuilla.

”Kiertotalous ja tekstiilien kierrätys on semmoinen asia, johon meidän on otettava vuoden 2023 aikana vahvasti kantaa ja tultava ulos siinä, että miten me pystytään meidän asiakkaita, kuten esimerkiksi Ponssea edesauttamaan siinä, että pystyttäisiin näitä asioita tekemään.”

”Valmistajalla voi olla se rooli, joka tavallaan ohjeistaa sitten sitä käyttäjää, että siinä vaiheessa kun se tuote on niin kun käyttökelvoton, niin sitten jollain tapaa se pyrittäisiin saamaan sitten sinne kierrätykseen, jotta se palvelisi sitten taas uuteen raaka aineena.”

Materiaalin uudelleenkäyttö

Jos tekstiilituotteet ovat hyväkuntoisia, voivat ne palvella vielä materiaalina esimerkiksi toisena tuotteena. Ponssellalla on uudelleenkäytetty esimerkiksi messu- ja markkinointimateriaaleja, joista on tehty kumppanimme avulla Ponsse Collection –kassituotteita. Yritysten tulisikin miettiä tarkemmin ylimääräisen tai turhan materiaalin kohdalla, olisiko se mahdollisesti uudelleen käytettävissä jonakin uutena tuotteena.

Tekstiilijätteen kierrätys on saatava toimimaan ja yrityksillä on tässä tärkeä rooli. Ponssen rooli on opastaa oikeaoppiseen tekstiilijätteen kierrättämiseen ja tämä ohjeistus kannattaakin lisätä verkko-kauppaan. Vaikka laki ei vielä velvoita Ponssea vastaanottamaan tekstiilijätettä, kannattaa tähänkin olla kehittämässä lähiaikoina ratkaisua yhteistyössä Ponssen toimittajien kanssa. Vanhojen markkinointimateriaalien uudelleenkäyttöä Ponsse Collection -tuotteiksi kannattaa ehdottomasti jatkaa, jotta ajattelutapa materiaalien uudelleenkäytön mahdollisuuksista tulee tutummaksi asiakkaille ja sidosryhmille.

5) Mittarit

Vastuullisuus pitää sisällään valtavan määrän erilaisia asioita ja siksi vastuullisuutta voidaan myös mitata monella eri tavalla. Asetettujen vastuullisuustavoitteiden toteutumista pitää pystyä jatkuvasti seuraamaan ja tässä hyvänä apuna ovat mittarit. Tulee myös muistaa, että vastuullisuuteen kuuluu jatkuva parantaminen ja kehittämistyön tulee olla jatkuvaa.

”Koko ajan työskennellään, että pystyttäisiin olemaan vastuullisempia kokonaisvaltaisesti.”

Mittareista kysyttäessä haastatteluissa nousi useimmiten esille hiilijalanjälki. Yrityksen hiilijalanjälkilaskenta perustuu useimmiten GHG Protocol standardeihin, joka jakaa yrityksen kasvihuonekaasupäästöt kolmeen eri päästöloukkaan eli scopeen. Scope 1 -päästöt ovat yrityksen oman toiminnan aiheuttamia päästöjä. Scope 2 -päästöt ovat taas energianhankinnan epäsuoria päästöjä esimerkiksi sähkön tai kaukolämmön hankintaan liittyen. Scope 3 -päästöt ovat yrityksen hankintoihin ja arvoketjuun liittyviä ja sisältävät muun muassa yrityksen ostamien materiaalien tuotannon ja kuljetusten päästöt. (Siitonen 2023.)

Muutama Ponsen toimittajista oli jo tehnyt yrityskohtaisen hiilijalanjälkilaskelman ja osalla tämä oli lähitulevaisuuden suunnitelmissa. Myös tuotekohtaisia hiilijalanjälkilaskelmia oli tehty, mutta näiden koettiin olevan hyvin haastavia. Laskennat ovat myös hyvin suunta-antavia, koska laskennoissa käytetään erilaisia standardeja tai arvioita, jos tarkkoja lukuja ei ole saatavilla. Tuotekohtaista hiilijalanjälkilaskentaa Ponsse Collection -tuotteille on tehty osana Ponsse x Finsket -yhteistyötä. Mallistossa on myös hiilineutraaleja Carbon Zero -tuotteita. Carbon Zero -malliston valmistuksesta ja kuljetuksista aiheutuneet hiilidioksidipäästöt on kompensoitu sataprosenttisesti. Tulevaisuutta todennäköisesti on, että tuotekohtainen hiilijalanjälki tulee olla laskettuna, mutta mitä yleisempää tämä tulee olemaan, sen helpommaksi se todennäköiseksi muuttuu.

”Me tehtiin tämmöistä kilpailutusta, jossa meidän piti todentaa hiilijalanjälki tuotteille ja se oli ihan pirun vaikeaa.”

”Joidenkin tuotteiden kohdalla me on pystytty kertomaan jo hiilijalanjälki, mutta ne oikeastaan rajoittuu tällä hetkellä suomessa valmistettuihin tuotteisiin.”

Hiilijalanjälkilaskennan lisäksi haastatteluissa esille nousi muitakin ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun mittareita. Kierrätetyn materiaalin osuutta mallistossa voidaan mitata, kuten myös esimerkiksi tuotteiden erilaisten sertifiointien määrää. Jos tavoitteena on suosia lähituotantoa, voidaan laskea, millainen osuus tuotteista on valmistettu Kaukoidässä versus Euroopassa. Läpinäkyvyyden osalta voidaan mitata, kuinka monen tuotteen kohdalla on saatu lupa julkaista tehdastiedot tai kuinka monen tuotteen kohdalla tiedetään tuotantoketjua pidemmälle kuin valmistusvaiheeseen.

5 VASTUULLISUUSTAVOITTEET JA KEHITTÄMISSUUNNITELMA

Opinnäytetyön tavoitteena oli asettaa Ponsse Collection -liiketoiminnalle omat ympäristövastuun, sosiaalisen vastuun ja taloudellisen vastuun tavoitteet. Vastuullisuustavoitteet määritettiin yhdessä Ponssen vastuullisuusjohtajan, markkinointipäällikön ja Ponsse Collection -päällikön kanssa. Tavoitteet pohjautuvat osittain Ponssen pääliiketoiminnan vastuullisuustavoitteisiin, mutta vaateliiketoiminnan poiketessa hyvin paljon Ponssen ydinliiketoiminnasta, on perustelua lähestyä tavoiteasetantaa eri näkökulmasta. Vastuullisuustavoitteiden määrittelyssä käytettiin apuna myös kyselytutkimuksen tuloksia sekä haastattelujen analyysia. Vastuullisuustavoitteet ovat pitkän aikavälin tavoitteita ja niitä tullaan tarkastelemaan ja päivittämään vuosittain.

Ponsse Collection -liiketoiminnan vastuullisuustavoitteet ovat:

- 1) Läpinäkyvyys
Who made my clothes? – Läpinäkyvä vaatetuotanto
- 2) Hiilineutraalius
Carbon Zero – Hiilineutraali vaatemallisto
- 3) Kiertotalous
Reuse and recycle – Kiertotalouden hyödyntäminen
- 4) Kestävä liiketoiminta
Serious but sustainable business – Kestävää liiketoimintaa

Läpinäkyvyys on sosiaalisen vastuun tavoite, jolla varmistetaan Ponsse Collection -vaatemalliston eettisyys läpi tuotantoketjun. Läpinäkyvyyteen liittyy myös avoin viestintä tuotteiden taustoista ja vastuullisuusviestinnän kehittäminen.

Hiilineutraalius on ympäristövastuun tavoite, joka on yhteinen Ponssen pääliiketoiminnan kanssa. Tämä tavoite tähtää siihen, että Ponsse Collection -vaatemallisto on tulevaisuudessa täysin hiilineutraali. Ensimmäinen askel hiilineutraaliuteen on tuotteiden hiilijalanjäljen pienentäminen, hiilijalanjäljen laskeminen ja kompensointi.

Kiertotalous liittyy vahvasti ympäristövastuuseen. Ponsse Collection -liiketoiminnan kiertotalousratkaisut ovat vasta alkutaipaleella, mutta pysyäkseen mukana kilpailussa tulevaisuudessa Ponssen tulee kehittää kiertotalouden hyödyntämisen mahdollisuuksia ja uusia liiketoimintamalleja.

Kestävä liiketoiminta on taloudellisen vastuun tavoite. Tämä tavoite ohjaa liiketoiminnan kasvuun ympäristö ja eettisyys edellä, kuitenkin uskoen siihen, että tekemällä asiat oikein on myös mahdollista menestyä.

Opinnäytetyön toinen tavoite oli tehdä Ponsse Collection -vaatemallistolle viiden vuoden vastuullisuuden kehittämissuunnitelma, joka kuvattaisiin tiekartan muodossa. Vastuullisuuden kehittämissuunnitelmaa lähdettiin työstämään haastatteluissa esiin nousseiden teemojen ympärille. Jokaisen teeman sisältä löydettiin kehittämiskohteita, jotka liittyivät vaateen arvoketjun eri vaiheisiin. Kehittämistoimenpiteet taulukoitiin teemoittain (taulukko 2) ja taulukon pohjalta rakennettiin Ponsse Collection -vastuullisuuden kehittämissuunnitelma. Kehittämissuunnitelman toimenpiteet on määritelty niin, että ne tukevat Ponsse Collection -liiketoiminnan pitkän aikavälin vastuullisuustavoitteita.

TAULUKKO 2. Vastuullisuuden kehittämissuunnitelman toimenpiteet

Vaatesuunnittelun liittyvät kehittämistoimenpiteet
• Oman mittataulukon käyttöönotto
• Kierrätysmateriaalien käytön lisääminen
• Uudet kuituinnovaatiot
Vaateen valmistukseen liittyvät kehittämistoimenpiteet
• Vastuullisuussopimusten allekirjoitus
• 100 % tehdasauditoinnit
• Vaateen tuotantoketjun läpinäkyvyyden parantaminen
• Tehdastietojen julkaisu
• Digitaalinen tuotepassi
• Lähituotannon suosiminen
Vaateen käyttöön liittyvät kehittämistoimenpiteet
• Vaateen huolto- ja pesuohjeet verkkokaupan tuotekortille
• Henkilökunnan tuotekoulutus
• Vastuullisuusviestinnän kehittäminen
• Vaatteiden korjauspalvelu
• Vaatteiden vuokrauspalvelu
• Second hand -konseptin kehittäminen
Vaateen käytöstä poistoon liittyvät kehittämistoimenpiteet
• Tekstiilijätteen vastaanotto
• Materiaalien uudelleenkäyttö
• Yleinen ohje vaatteiden kierrätykseen/käytöstä poistoon

Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämissuunnitelma rakennettiin vuosille 2023–2027. Kehittämissuunnitelmaa tullaan tarkastelemaan ja päivittämään vuosittain. Kehittämistoimenpiteille on pyritty asettamaan konkreettinen mittari, joka voi olla esimerkiksi kierrätysmateriaalin käytön prosenttiosuus tai lähituotantona valmistettujen tuotteiden prosenttiosuus koko vaatemallistosta. Mittareiden avulla voidaan seurata kehittämistoimenpiteiden toteutumista ja vaatemalliston vastuullisuuden kehittymistä. (kuva 11.)

Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämissuunnitelma 2023 – 2027

- Tuotteiden huolto- ja pesuohjeiden lisääminen verkkokauppaan (100/100 %)
- Tehdastietojen julkaisu (30/100 %)
- Lähiuotannon lisääminen (30/100 %)
- Kierrätysmateriaalin käytön lisääminen (40/100%)
- Tehdasauditoinnit (100/100%)
- Tuotteen hiilijalanjälki laskettu (10/100 %)
- Oman mittataulukon käyttöönotto (20/100 %)
- Vaatteiden korjauspalvelukonsepti
- Ponsse Collection -kirppis someen
- Henkilökunnan tuotekoulutus
- Vaatteen tuotantoketjun läpinäkyvyyden parantaminen
- Materiaalien uudelleenkäyttö

- Oman mittataulukon käyttöönotto (40/100 %)
- Tehdastietojen julkaisu (50/100 %)
- Lähiuotannon lisääminen (50/100 %)
- Kierrätysmateriaalin käytön lisääminen (60/100%)
- Tuotteen hiilijalanjälki laskettu (30/100 %)
- Second hand -takaisinostopalvelu
- Uusien selluloosapohjaisten muuntokuitujen käyttöönotto tuotteissa
- Materiaalien uudelleenkäyttö

Vastuullisuustavoitteet:

1. *Who made my clothes – Läpinäkyvä vaatetuotanto*
2. *Carbon Zero – Hiilineutraali vaatemallisto*
3. *Reuse and recycle – Kiertotalouden hyödyntäminen*
4. *Serious but sustainable business- – Kestävää liiketoimintaa*

2023

- Vastuullisuussopimus allekirjoitettu (100/100%)
- Tuotteiden huolto- ja pesuohjeiden lisääminen tuotekortille (50/100 %)
- Tehdastietojen julkaisu (20/100 %)
- Lähiuotannon lisääminen (20/100 %)
- Kierrätysmateriaalin käytön lisääminen (30/100%)
- Tehdasauditoinnit (80/100%)
- Tuotteen hiilijalanjälki laskettu (5/100 %)
- Yleinen ohje vaatteiden kierrätykseen/käytöstä poistoon verkkokauppaan
- Vastuullisuusviestinnän kehittäminen
- Materiaalien uudelleenkäyttö

2024

- Oman mittataulukon käyttöönotto (30/100 %)
- Tehdastietojen julkaisu (40/100 %)
- Lähiuotannon lisääminen (40/100 %)
- Kierrätysmateriaalin käytön lisääminen (50/100%)
- Tuotteen hiilijalanjälki laskettu (20/100 %)
- Tekstiilijätteen vastaanotto
- Ponsse Collection -tuotteiden sisäinen vuokrauspalvelu
- Materiaalien uudelleenkäyttö

2025

2026

- Oman mittataulukon käyttöönotto (50/100 %)
- Tehdastietojen julkaisu (60/100 %)
- Lähiuotannon lisääminen (50/100 %)
- Kierrätysmateriaalin käytön lisääminen (70/100%)
- Tuotteen hiilijalanjälki laskettu (40/100 %)
- Digitaalinen tuotepassi
- Materiaalien uudelleenkäyttö

2027

KUVA 11. Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämissuunnitelma

Vastuullisuuden kehittämissuunnitelma on heti valmis käyttöön otettavaksi. Kehittämissuunnitelma on tehty viidelle vuodelle ja se sisältää konkreettiset toimenpiteet ja mittarit. Vastuullisuuden kehittämissuunnitelmaa voidaan käyttää jatkossa työkaluna vastuullisuuden kehittämisen tarkastelussa, mutta se asettaa myös vastuullisuuskriteerit kaikille Ponsse Collection -vaatetoimittajille sekä Ponsse Collection -tuotteille. Kehittämissuunnitelma tullaan julkaisemaan vuoden 2023 aikana Ponssen verkkokaupassa ja verkkosivuilla, myöhemmin se voisi olla osa Ponssen vastuullisuusraporttia. Kehittämissuunnitelmalla halutaan viestiä toiminnan läpinäkyvyyttä ja jatkuvan parantamisen tahtotilaa. Vastuullisuuden kehittämissuunnitelmaa voidaan hyödyntää myös globaalisti ja se toimii hyvänä ohjenuorana Ponssen tytäryhtiöiden omissa vaatehankinnoissa.

6 POHDINTA

En tarvinnut kauaa miettiä opinnäytetyön aihevalintaa. Vastuullisuus ja sen kehittäminen on aina ollut lähellä sydäntäni. Vaikka vastuullisuudesta on tullut meille monin tavoin arkipäivää, on se silti monitahoisuudessaan edelleen kiehtova ja ajankohtainen aihe. Vastuullisuuden monitahoisuuden vuoksi opinnäytetyön aiheen rajaus oli välillä haastavaa, mielenkiintoisia tutkimuksia ja artikkeleita oli todella paljon. Haasteena koin myös oikeanlaisten lähteiden löytämisen tästä valtavasta vastuullisuuskirjallisuuden massasta.

Opinnäytetyön tekeminen antoi konkreettisia työkaluja omaan työhöni liittyen. Vastuullisuusosaamiseni lisääntyttyä koen, että pystyn nyt paremmin kyseenalaistamaan minulle kerrottuja asioita, mutta myös vaatimaan enemmän vaatetoimittajiltamme ja Ponsse Collection -tuotteilta. Uskon myös, että asetetut vastuullisuustavoitteet helpottavat päätöksentekoa, kun kaikkien Ponsse Collection -vaatemallistoa koskevien päätösten tulee jatkossa viedä meitä kohti asetettuja vastuullisuustavoitteitamme.

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyön tekeminen on ollut opettavainen, mutta myös työläs projekti. Aloitin opinnäytetyön tekemisen jo keväällä 2021, jolloin ensimmäinen tutkimus toteutettiin. Muiden opintojen ja työkiireiden takia opinnäytetyön tekeminen jäi kuitenkin tauolle ja jatkoin sen työstämistä seuraavan kerran vasta syksyllä 2022. Otin kirjoittamiseen loppukirin keväällä 2023, opinnäytetyön tekemistä on selvästi vauhdittanut tieto siitä, että opiskeluoikeus on päättymässä. Alkuperäistä suunnitelmaani valmistua vuotta aiemmin olisi varmasti edistänyt työn tarkempi aikatauluttaminen ja deadlinejen asettaminen. Aina asiat eivät kuitenkaan mene suunnitelmien mukaan ja saan olla tyytyväinen siihen, että opinnäytetyö valmistuu suositellussa opiskeluaikataulussa.

Opinnäytetyössä onnistuttiin saavuttamaan asetetut tavoitteet. Ensimmäinen tavoite oli asettaa Ponsse Collection -liiketoiminnalle vastuullisuustavoitteet ja mittarit. Ponsse Collection -liiketoiminnan vastuullisuustavoitteet ja -mittarit saatiin määriteltyä onnistuneesti. Ponsse Collection -liiketoiminnan vastuullisuustavoitteiden määrittelyyn vaikuttivat vaateteollisuuden erityispiirteet, jotka nousivat kvalitatiivisen tutkimuksen analyysistä sekä Ponssen vastuullisuusraportissa määritetyt vastuullisuustavoitteet. Vastuullisuuden kehittämiseksi määritettiin myös konkreettiset mittarit, joilla vastuullisuuden kehittämistä pystytään seuraamaan vuositasolla. Opinnäytetyön toinen tavoite oli tehdä Ponsse Collection -vaatemallistolle viiden vuoden vastuullisuuden kehittämissuunnitelma. Suunnitelma on nyt valmis otettavaksi käyttöön ja se sisältää konkreettisia kehittämistoimenpiteitä. Kehittämissuunnitelma viestii aitoa halua vastuullisuuden parantamiseen ja tekee Ponsse Collection -liiketoiminnan vastuullisuuden kehittämisestä läpinäkyvää.

Tässä työssä käytettiin sekä kvantitatiivista, että kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivinen tutkimus oli huomattavasti suppeampi, kuin kvalitatiivinen tutkimus. Tästä syystä kvantitatiivista aineistoa ei ollut mahdollista analysoida kovin syvällisesti, mutta tutkimus antoi kuitenkin hyvän pohjatiedon jatkotutkimukselle. Kvalitatiivisella tutkimuksella oli siis suurempi painoarvo tässä opinnäytetyössä. Triangulaatio eli monimetodinen lähestymistapa teki tutkimuksesta kattavamman ja luotettavamman, mutta kasvatti myös omaa ammatillista osaamistani eri menetelmien käytön suhteen. Me-

netelmien suhteen koin itselleni mielekkäämmäksi menetelmäksi kvalitatiivisen haastattelututkimuksen, mutta tulen tulevaisuudessa käyttämään työssäni todennäköisimmin määrällisiä, kuin laadullisia menetelmiä.

Molemmat menetelmävalinnat olivat mielestäni onnistuneet ja niiden käyttö perusteltua. Kyselytutkimus toimi hyvin tässä konseptissa, jossa haluttiin tutkia vastaajien mielikuvia ja toisaalta haluttiin myös tavoittaa mahdollisimman suuri määrä ihmisiä mahdollisimman tehokkaasti. Puolistrukturoidun haastattelun tilalla olisi voitu käyttää myös teemahaastattelua tai avointa haastattelua. Tässä tilanteessa aikataulupaine ei mahdollistanut näiden käyttöä, koska ne olisivat vaatineet tutkijalta enemmän panostusta analyysivaiheeseen. Puolistrukturoitu haastattelu oli hyvä menetelmävalinta, jonka avulla saatiin vastaukset asetettuihin tutkimuskysymyksiin.

6.1 Työn luotettavuus- ja eettisyysarviointi

Määrällistä tutkimusta voidaan arvioida validiteetin eli pätevyden ja reliabiliteetin eli luotettavuuden kautta. Tutkimus on validi, kun se on mitannut sitä asiaa, jota tutkimuksessa oli tarkoitus mitata. Kyselylomakkeen suunnittelulla on siis suuri rooli tutkimuksen onnistumisen kannalta. Tutkijan pitää pystyä tässä vaiheessa operationalisoimaan tutkimusongelma kyselylomakkeen kysymyksiksi niin, että vastaaja ymmärtää ne niin kuin tutkija tarkoitti. (Vilka 2021, luku 7.) Tämän opinnäytetyön kyselylomakkeen suunnitteluun sain apua Savonian lehtoreilta. Kyselylomake kävi muutaman korjauskierroksen ennen kuin se hyväksyttiin testausvaiheeseen. Testausvaiheessa varmistettiin, että kyselyyn vastaaminen on mahdollisimman helppoa ja kysymykset ymmärrettiin oikein. Vaikka kyselystä pyrittiin muodostamaan mahdollisimman yksinkertainen, tekisin siihen jälkikäteen muutamia muutoksia. Huomasin analyysivaiheessa, että osa keräämästäni taustatiedosta oli turhaa. Myös mielipidekysymyksiä olisi voinut tarkentaa ja yksinkertaistaa. Aineiston analyysi jätettiin tarkoituksella melko suppeaksi ja kuvailevaksi, koska määrällinen tutkimus toimi esitutkimuksena laajemmalle haastattelututkimukselle. Määrällisen tutkimuksen luotettavuus eli reliabiliteetti arvioi tutkimustulosten tarkkuutta ja tutkimuksen toistettavuutta. (Vilka 2021, luku 7.) Pyrin varmistamaan tämän tutkimuksen luotettavuuden oikealla menetelmävalinnalla ja kyselylomakkeen huolellisella valmistelulla ja testauksella. Olen myös kuvannut määrällisen tutkimuksen prosessin tarkasti, jotta tutkimus on tarvittaessa toistettavissa.

Laadullisen tutkimuksen voidaan kuvata olevan luotettava, kun tutkijan tulkinta vastaa tutkittavan käsityksiä. Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa avainasemassa on tutkija itse. Tutkija joutuu arvioimaan tutkimuksen luotettavuutta koko tutkimusprosessin ajan. Tutkimustekstistä tulee löytyä perustelut ratkaisuille sekä arviointi niiden tarkoituksenmukaisuudesta. (Vilka 2021, luku 7.) Tämän laadullisen tutkimuksen luotettavuus pyrittiin varmistamaan perehtymällä teoriaan huolellisesti ennen haastatteluita. Tällä varmistettiin se, että tutkimuksella saatiin vastaukset asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Haastattelujen hyötynä voidaan pitää sitä, että haastatteluissa voidaan varmistaa tutkijan ja tutkittavan yhteisymmärrys asioista. Haastatteluissa oli mahdollista tarkentaa vaikeimpia kysymyksiä tai kysyä lisätietoja vastauksen jäädessä lyhyeksi. Haastattelututkimuksen prosessia on avattu yksityiskohtaisesti luotettavuuden lisäämiseksi. Haastattelujen analyysivaihe ja tulosten tulkinta on pyritty esittämään johdonmukaisesti ja perustellen.

Puusan & Juutin (2020, luku V) mukaan tutkimus on eettinen, kun tutkija on noudattanut eettisiä periaatteita koko tutkimuksen ajan. Periaatteisiin kuuluu muun muassa eettinen tutkimusaineiston hallinta sekä tutkittavan suoja. Vastaajien tiedot pysyivät anonyymeinä molemmissa tutkimuksissa. Kyselyn yhteydessä oli mahdollista jättää yhteystietonsa erillisellä lomakkeella, jos vastaaja halusi osallistua arvontaan, mutta yhteystietoja ei voitu yhdistää vastauksiin. Haastattelujen tutkimusaineistot anonymisoitiin litterointivaiheessa niin, ettei niistä pystytty tunnistamaan vastaajia. Tutkimusten aineistoihin oli pääsy vain tutkijalla. Tutkimusaineistoja ei säilytetä opinnäytetyön julkaisun jälkeen. Tutkimuksiin osallistuminen oli täysin vapaaehtoista ja osallistujille selitettiin tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet.

6.2 Jatkotutkimusaiheet

Tärkeimpänä koen, että Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuusmielikuvan kehittymistä tutkittaisiin Ponssella säännöllisesti. Tavoitteena on, että sosiaalisen ja ympäristövastuun teemat kyselyssä nousisivat tuotteiden laadun ja kestävyys rinnalle. Työtä tullaan tekemään myös sen eteen, että ”en osaa sanoa” -vastausten prosentuaalinen määrä pienenee. Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuusmielikuvatutkimus voitaisiin toistaa esimerkiksi vuoden välein. Vastuullisuusmielikuvien kehittämisen suunnasta pitäisi viestiä myös avoimesti Ponssen sidosryhmille.

Opinnäytetyön suunnitelmavaiheessa oli mukana myös vastuullisuusviestintäsuunnitelman tekeminen. Tämä kuitenkin rajattiin myöhemmin pois aiheen laajuuden vuoksi. Vastuullisuusviestinnän suunnittelu ja kehittäminen voisi jo yksistään olla yhden opinnäytetyön aihe. Aihe nousi myös kvantitatiivisissa tutkimuksissa yhtenä kehittämiskohteena. Onnistunut vastuullisuusviestintä vahvistaa positiivisia vastuullisuusmielikuvia ja Ponssen brändiä. Viestinnässä tulee kuitenkin olla hyvin varovainen, ettemme vahingossakaan syyllisty viherpesuun.

Ponsse Collection -liiketoimintaan liittyy olennaisena osana verkkokauppa, joka on yksi Ponsse Collection -tuotteiden jakelukanavista. Tuotteiden vastuullisuusviestintää tehdään hyvin pitkälti verkkokaupan tuotetietojen sekä digimarkkinoinnin kautta. Jäin pohtimaan ajatusta vastuullisesta verkkokauppakonseptista; mitä kaikkea se voisi pitää sisällään? Tämä voisi olla opinnäytetyön aihe vastuullisuuden kehittämiseen liittyen.

LÄHTEET

- Al-Shammari, Marwan A., Banerjee, Soumendra Nath, Rasheed, Abdul A. 2021. Corporate social responsibility and firm performance: a theory of dual responsibility. *Management Decision* 60 (6), 1513-1540. <https://doi-org.ezproxy.savonia.fi/10.1108/MD-12-2020-1584>. Viitattu 2.5.2023.
- Brinkmann, Svend 2013. *Qualitative interviewing*. Verkkokirja. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.savonia.fi/lib/savoniafi/reader.action?docID=1274289>. Viitattu 10.3.2023.
- Camargo, Lucas Ramos, Pereira, Susana Carla Farias & Scarpin, Marcia Regina Santiago 2020. Fast and ultra-fast fashion supply chain management: an exploratory research. *International journal of retail & distribution management* 8.6.2020. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJRDM-04-2019-0133/full/html>. Viitattu 2.1.2023.
- Campbell, John L. 2006. Institutional Analysis and the Paradox of Corporate Social Responsibility. *The American Behavioral Scientist* 49 (7), 925-938. doi:<https://doi.org/10.1177/0002764205285172>. Viitattu 1.5.2023.
- de Villiers, Charl, La Torre, Matteo & Molinari, Matteo 2022. The Global Reporting Initiative's (GRI) past, present and future: critical reflections and a research agenda on sustainability reporting (standard-setting). *Pacific Accounting Review* 34 (5), 728-747. <https://doi.org/10.1108/PAR-02-2022-0034>. Viitattu 6.5.2023.
- Eetti Ry 2014. Vastuullisia vaatteita? Ihmisoikeudet suomalaisten vaateyritysten tuotantoketjuissa. Verkkojulkaisu. https://eetti.fi/wp-content/uploads/2018/01/vastuullisia_vaatteita_060614_final_korjatu.pdf. Viitattu 20.11.2022.
- Eetti Ry 2009. BSCI – yritysjohtoinen vastuualoite. Verkkojulkaisu. <https://eetti.fi/2009/11/16/blog-bsci-yritysjohtoinen-vastuualoite/>. Viitattu 10.4.2023.
- Ellen MacArthur Foundation, 2017. A New Textiles Economy: Redesigning fashion's future. Verkkojulkaisu. https://emf.thirdlight.com/file/24/uiwtaHvud8YIG_uiSTauTIJH74/A%20New%20Textiles%20Economy%3A%20Redesigning%20fashion%E2%80%99s%20future.pdf. Viitattu 20.11.2022.
- Euroopan komissio julkaisuaika tuntematon. Ilmastonmuutoksen syyt. Verkkojulkaisu. Europa.eu. https://climate.ec.europa.eu/climate-change/causes-climate-change_fi. Viitattu 13.4.2023.
- Euroopan parlamentti 2022. Mitä hiilineutraalius tarkoittaa ja miten se saavutetaan 2050 mennessä? Verkkojulkaisu. <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/society/20190926STO62270/mita-hiilineutraalius-tarkoittaa-ja-miten-se-saavutetaan-2050-menessa>. Viitattu 7.3.2023.
- Finnwatch 2022. Kansallinen yritys vastuulaki on kaatumassa poliittiseen vastustukseen. Verkkojulkaisu. <https://finnwatch.org/fi/tutkimukset/925-kansallinen-yritys vastuulaki-on-kaatumassa-poliittiseen-vastustukseen>. Viitattu 23.9.2022.
- Finnwatch 2022. Mitä pikamuodin jälkeen? Oikeudenmukainen ekologinen siirtymä vaate- ja tekstiiliteollisuudessa. Verkkojulkaisu. https://finnwatch.org/images/reports_pdf/Mita_pikamuodin_jalkeen__raportti_3.pdf. Viitattu 20.11.2022.
- Finnwatch 2022. Shein vie vaatebisnestä aivan väärään suuntaan. Verkkojulkaisu. <https://finnwatch.org/fi/tutkimukset/930-shein-vie-vaatebisnestae-aivan-vaeraeaeen-suuntaan>. Viitattu 2.1.2023.
- Finnwatch 2022. Kaalimaan vartijat 2. Sertifiointi- ja auditointijärjestelmien laatua tarkasteleva seurantaraportti. Verkkojulkaisu. https://finnwatch.org/images/reports_pdf/Kaalimaan_vartijat_2_.pdf. Viitattu 6.1.2023.

- Finnwatch 2016. Kaalimaan vartijat. Näkökulmia työelämän oikeuksia tarkastelevien sertifiointi- ja auditointijärjestelmien laatuun. Verkkojulkaisu. https://finnwatch.org/images/pdf/KaalimaanVartijat_web.pdf. Viitattu 12.3.2023.
- Frilander, Jenni 2023. Uusi jätelaki teki tekstiilien kierrätyksestä pakollista – katso, miten vaatteet silputaan uusiksi kuiduiksi pilottilaitoksessa. Verkkojulkaisu. Yle.fi. Päivitetty 16.1.2023. <https://yle.fi/a/74-20012591>. Viitattu 12.4.2023.
- Gillham, Bill 2000. The research interview. Verkkokirja. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.savonia.fi/lib/savoniafi/reader.action?docID=436490>. Viitattu 10.3.2023.
- Günther, Kirsi, Hasanen, Kirsi & Juhila, Kirsi julkaisuaika tuntematon. Johdanto: Analyysi ja tulkinta. Teoksessa Laadullinen käsikirja. Verkkojulkaisu. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/analyysi-ja-tulkinta/>. Viitattu 26.3.2023.
- Harmaala, Minna-Maari & Jallinoja, Niina 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma Pro.
- Hyvärinen, Matti, Nikander, Pirjo, Ruusuvoori, Johanna & Aho, Anna Liisa 2017. Tutkimushaastattelun käsikirja. Verkkokirja. <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789517686112>. Viitattu 11.3.2023.
- Heino, Anna, Markkula, Annu, Saario, Mari, Sihvonen, Heli, Ylimäki, Laura, Kamaja, Mari, Mikkonen, Hanne & Mäki, Satumaija 2020. Hiilineutraali tekstiiliala - tiekartta. Verkkojulkaisu. https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/stjm/uploads/20200610133352/STJM-Hiilineutraali-tekstiiliala-tiekartta_FI-NAL.pdf. Viitattu 7.1.2023.
- Ihalainen, Niina 2021. Menestyvätkö tulevaisuudessa vain vastuullisesti toimivat yritykset. Verkkojulkaisu. LAB Pro. Päivitetty 30.4.2021. <https://www.labopen.fi/lab-pro/menestyvatko-tulevaisuudessa-vain-vastuullisesti-toimivat-yritykset/>. Viitattu 6.5.2023.
- Juhila, Kirsi julkaisuaika tuntematon. Teemoittelu. Teoksessa Laadullinen käsikirja. Verkkojulkaisu. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/teemoittelu/>. Viitattu 7.4.2023.
- Koipijärvi, Terhi & Kuvaja, Sari 2020. Yritysvastuu 2.0: johtamisen uusi normaali. Verkkokirja. [https://lab.fi/fi/uutiset/vaateteollisuuden-kasvihuonepaastoista-yli-40-prosenttia-olisi-ratkaistavissa-kuluttajien](https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.savonia.fi/ammattikirjasto/teos/yritysvastuu-2-2020#kohta:Yritysvastuun((20)johtaminen(:Yritysvastuun((20)linjanvetoa(:Vastuullinen((20)br((e4)ndi((20)raken-tuu((20)tarkoituksesta. Viitattu 10.5.2022.</p>
<p>LAB University of Applied Sciences 2020. Vaateteollisuuden kasvihuonepäästöistä yli 40 prosenttia olisi ratkaistavissa kuluttajien valinnoilla. Verkkojulkaisu. <a href=). Viitattu 20.11.2022.
- Leavy, Patricia 2017. Research design: quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches. Verkkokirja. https://web-p-ebshost-com.ezproxy.savonia.fi/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzE0OTczOTVfX0FO0?sid=49a3590e-e3db-4be7-960e-c6382c9b5ad6@redis&vid=0&format=EB&lpid=lp_xiii&rid=0. Viitattu 18.1.2023.
- Liappis, Hanna, Pentikäinen, Merja & Vanhala, Anne 2019. Menesty yritysvastuulla: käsikirja kokonaisuuteen. Helsinki: Edita
- Niinimäki, Kirsi, Peters, Greg, Dahlbo, Helena, Perry, Patsy, Rissanen, Timo & Gwilt, Alison 2020. The environmental price of fast fashion. Nature Reviews Earth & Environment. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>. Viitattu 7.3.2023.

Nokelainen, Marika, Tikkanen, Saana, Köykkä, Sami, Kieksi, Sami, Pulkkinen, Anu, Roschier, Solveig, Markkula, Annu, Luoma, Päivi, Jyrälä, Minna & Bergman, Leo 2022. Digital Product Passport. Verkkojulkaisu. <https://www.stjm.fi/wp-content/uploads/2022/10/Digital-Product-Passport-A4-v010.pdf>. Viitattu 10.4.2023.

Notten, Philippa 2020. Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain. Global Stocktaking Verkkojulkaisu. <https://www.greenindustryplatform.org/research/sustainability-and-circularity-textile-value-chain>. Viitattu 6.1.2023.

Nurmi, Anniina 2017. Vihreät vaatteet. Verkkojulkaisu. <https://issuu.com/vihreatvaatteet/docs/vihreatvaatteet-opas>. Viitattu 4.10.2022.

Ponsse Oyj 2023. Vastuullisuusraportti 2022. Verkkojulkaisu. <https://pim.ponsse.com/media/ponsse-pim-api/api/content/getfile/19689568.pdf>. Viitattu 29.4.2023.

Ponsse Oyj 2023. Vuosikertomus 2022. Verkkojulkaisu. <https://pim.ponsse.com/media/ponsse-pim-api/api/content/getfile/19674026.pdf>. Viitattu 19.4.2023.

Ponsse Oyj 2022. Vuosikertomus 2021. Verkkojulkaisu. <https://pim.ponsse.com/media/ponsse-pim-api/api/content/getfile/18912280.pdf>. Viitattu 10.5.2022.

Ponsse julkaisuaika tuntematon. Vastuullisuus Ponsella. Verkkojulkaisu. <https://www.ponsse.com/fi/vastuullisuus-ponsella/#/>. Viitattu 7.3.2023.

Pietarinen, Aino & Kattilakoski Maarit 2022. Viisaat vaatevalinnat. Helsinki: Basam Books.

Panwar, Rajat, Rinne, Tomi, Hansen, Eric & Juslin, Heikki 2006. Corporate Responsibility. Forest Products Journal 56 (2), 4-12. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/corporate-responsibility/docview/214627239/se-2>. Viitattu 7.3.2023.

Piirto, Linda 2022. Kansallinen yritys vastuulaki on mahdollinen, mutta olisiko EU-sääntely vaikuttavampaa? Verkkojulkaisu. <https://valtioneuvosto.fi/-/1410877/kansallinen-yritys vastuulaki-on-mahdollinen-mutta-olisiko-eu-saantely-vaikuttavampaa->. Viitattu 23.9.2022.

Pintu, Pandit, Shakeel, Ahmed, Kunal, Singha & Sanjay, Shirivastava 2020. Recycling from waste in fashion and textiles: a sustainable and circular economic approach. Verkkokirja. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.savonia.fi/lib/savoniafi/reader.action?docID=6227238>. Viitattu 2.1.2023.

Pookulangara, Sanjukta & Shephard, Arlesa 2013. Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions—An exploratory study. Journal of Retailing and Consumer Services 20 (2), 200-206. <https://doi-org.ezproxy.savonia.fi/10.1016/j.jretconser.2012.12.002>. Viitattu 2.1.2023.

Puusa, Anu & Juuti, Pauli 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Verkkokirja. <https://www.elliblibrary.com/reader/9789523456167>. Viitattu 29.1.2023.

Rohweder, Liisa 2004. Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatiossa. Porvoo: WSOY.

Saunders, Mark N.K, Lewis, Philip & Thornhill Adrian 2019. Research methods for business students. Verkkokirja. <https://r2.vlreader.com/Reader?ean=9781292208794>. Viitattu 29.1.2023.

Savitz, Andrew W. & Weber, Karl 2013. The triple bottom line: how today's best-run companies are achieving economic, social, and environmental success and how you can too. Verkkokirja. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.savonia.fi/lib/savoniafi/reader.action?docID=1495625>. Viitattu 9.2.2023.

Seale, Clive, Gobo, Giampietro, Gubrium, Jaber F. & Silverman, David 2004. Qualitative Research Practice. Verkkokirja. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.savonia.fi/lib/savoniafi/reader.action?docID=1138447>. Viitattu 6.3.2023.

- Siitonen, Sari 2023. Mikä on yrityksen hiilijalanjälki? Verkkojulkaisu. Openco2.net. Päivitetty 10.1.2023. <https://www.openco2.net/fi/artikkelit/mika-on-yrityksen-hiilijalanjalki>. Viitattu 12.4.2023.
- Stafans, Lotta 2018. Mitä opimme Rana Plazasta? Eetti Ry:n blogi 22.4.2018. <https://eetti.fi/2018/04/22/scdac/>. Viitattu 6.1.2023.
- Suomen Tekstiili & Muoti ry 2022. Tekstiilikuituopas. Suomalaiset kuituinnovaatiot. Verkkojulkaisu. <https://www.stjm.fi/palvelut-ja-tietoa-yrityksille/tekstiilikuituopas/?cats=166#filters>. Viitattu 9.4.2023.
- Suomen Tekstiili & Muoti ry 2021. Tekstiilijätteen erilliskeräys alkaa Suomessa 1.1.2023 – velvollisuudet koskevat myös yrityksiä. Verkkojulkaisu. <https://www.stjm.fi/uutiset/tekstiilijätteen-erilliskeräys-alkaa-suomessa-1-1-2023-velvollisuudet-koskevat-myos-yrityksia/>. Viitattu 12.4.2023.
- Suomen Tekstiili & Muoti ry 2016. Vastuullisuuskäsikirja. Verkkojulkaisu. https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/stjm/uploads/stjm_vastuullisuuskasikirja.pdf. Viitattu 1.5.2023.
- Suomen YK-liitto julkaisuaika tuntematon. Kestävä kehitys. Verkkojulkaisu. <https://www.yk-liitto.fi/kestava-kehitys>. Viitattu 23.9.2022.
- Taanila, Aki 2019. Akin menetelmäblogi. Kato. Verkkojulkaisu. <https://tilastoapu.wordpress.com/tag/vastausprosentti/>. Viitattu 12.3.2023.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi: Uudistettu laitos. Verkkokirja. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789520400118>. Viitattu 6.3.2023
- Vilka, Hanna 2021. Näin onnistut opinnäytetyössä. Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. Verkkokirja. <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789523701236>. Viitattu 18.1.2023.
- Vilka, Hanna 2021. Tutki ja kehitä. Verkkokirja. <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789523701731>. Viitattu 23.1.2023.
- Vilka, Hanna 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Verkkokirja. https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/98723/Tutki-ja-mittaa_2007.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Viitattu 12.3.2023.
- Vlachos, Ilias P. & Malindretos, George 2015. Markets, Business and Sustainability. Verkkokirja. <https://savonia.finna.fi/Record/savonia.994848680906248>. Viitattu 9.2.2023.

LIITE 1: KYSELYLOMAKE

**Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuus**

Tällä kyselyllä halutaan kartoittaa mielikuviasi Ponsse Collection -tuotteiden vastuullisuudesta. Kyselyn tuloksia hyödynnetään Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuuden kehittämisessä.

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

1. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies
- Muu/en halua kertoa

2. Ikä *

- 24 tai alle
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55 tai yli

3. Mikä on pääasiallinen suhteesi Ponsseen?

Valitse yksi. *

- Olen Ponssen asiakas/metsäkoneyrittäjä
- Työskentelen ammatikseni metsäkoneenkuljettajana (en ole yrittäjä)
- Työskentelen Ponssella
- Työskentelen Ponssen tavarantoimittajalla tai alihankkijalla
- Olen Ponssen osakkeenomistaja
- Olen opiskelija
- Muu, mikä?

4. Asun *

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="radio"/> Ahvenanmaalla | <input type="radio"/> Etelä-Karjalassa | <input type="radio"/> Etelä-Pohjanmaalla |
| <input type="radio"/> Etelä-Savossa | <input type="radio"/> Kainuussa | <input type="radio"/> Kanta-Hämeessä |
| <input type="radio"/> Keski-Pohjanmaalla | <input type="radio"/> Keski-Suomessa | <input type="radio"/> Kymenlaaksossa |
| <input type="radio"/> Lapissa | <input type="radio"/> Pirkanmaalla | <input type="radio"/> Pohjanmaalla |
| <input type="radio"/> Pohjois-Karjalassa | <input type="radio"/> Pohjois-Pohjanmaalla | <input type="radio"/> Pohjois-Savossa |
| <input type="radio"/> Päijät-Hämeessä | <input type="radio"/> Satakunnassa | <input type="radio"/> Uudellamaalla |
| <input type="radio"/> Varsinais-Suomessa | | |

5. Oletko koskaan ostanut Ponsse Collection -tuotteita? *

- Kyllä
- Ei

6. Ostan Ponsse Collection -tuotteet yleensä

- Ponssen huoltopalvelukeskuksista
- Ponsse Shop -verkkokaupasta
- Ponssen tehtaan Ponsse Shopista Vieremältä
- IPK-Ponsse Shopista lisälmesta

7. Ostan Ponsse Collection -tuotteita keskimäärin

- harvemmin kuin kerran vuodessa
- kerran vuodessa
- useammin kuin kerran vuodessa

8. Käytän Ponsse Collection -ostoksiin kerralla rahaa

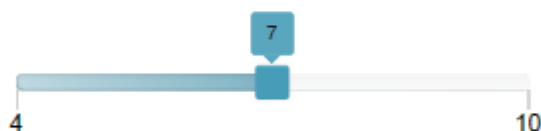
- alle 50 €
- 50-100 €
- 101-200 €
- yli 200 €
- en osaa sanoa

	täysin samaa mieltä 1	jokseenkin samaa mieltä 2	en samaa enkä eri mieltä 3	jokseenkin eri mieltä 4	täysin eri mieltä 5	en osaa sanoa
Saan tarpeeksi tietoa Ponsse Collection - tuotteiden oikeaoppisesta kierrättämisestä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Kuinka hyvin Ponsella viestitään Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuusasioista? *

- Hyvin
- Keskimertaisesti
- Huonosti
- En osaa sanoa

12. Valitse kouluarvosana (4-10) Ponsse Collection -vaatemalliston vastuullisuudelle: *



13. Kommentoi vapaasti ajatuksiasi, toiveitasi ja ideoitasi Ponsse Collection -tuotteiden vastuullisuuden kehittämiseksi tähän.

LIITE 2: VAATEMATERIAALIT

Kasviperäiset luonnonkuidut

Puuvilla

Puuvilla on kasviperäinen luonnonkuitu, mutta myös yksi epäekologisimmat tekstiilimateriaaleista. Puuvilla on vaativa kasvi maaperän, ilmaston ja veden suhteen. Puuvillan viljely vaatii valtavia määriä keinotekoisia lannoitteita sekä torjunta-aineita, jotka ovat haitallisia ympäristölle, ihmisille ja eläimille. Puuvilla tarvitsee myös paljon vettä kasvaakseen. Suurin osa pelloista sijaitsee alueilla, joissa ei luonnollisesti sada riittävästi, joten on turvaututtava keinokasteluun. Kaikki tämä vesi on pois paikallisten asukkaiden juomavedestä ja ruoankasvatuksen käytöstä. Materiaalina puuvillan käyttöä tulisi välttää tai ainakin vaihtaa se astetta vastuullisempaan luomupuuvillaan tai kierrätettyyn puuvillaan. (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 31.)

Luomupuuvilla

Luomupuuvilla on turvallisempi vaihtoehto perinteiseen puuvillaan verrattuna, koska sen viljelyssä ei käytetä terveydelle eikä ympäristölle haitallisia keinotekoisia lannoitteita tai torjunta-aineita. Luomupuuvillan viljely vaatii kuitenkin saman määrän vettä kuin perinteisen puuvillan. Luomupuuvillan eettisyyden takaa esimerkiksi Reilun kaupan merkki tai vastaava eettinen sertifikaatti ja tähän kannattaa kiinnittää huomiota materiaalia valitessa. Luomupuuvillalle on myös olemassa ekologisempia vaihtoehtoja, kuten hamppu, lyocell ja kierrätyskuidut. (Nurmi 2017, 55.)

Hamppu

Kuituhamppu on luonnostaan ympäristöystävällinen kasvi, joka kasvaa hyvin karuissakin olosuhteissa, eikä juurikaan tarvitse lannoitteita eikä torjunta-aineita. Luomuhampun kasvatuksessa ei haitallisia kemikaaleja ole kuitenkaan käytetty. Hampun ympäristövaikutukset liittyvät sen prosessointitapaan, luonnonvesissä liottaminen saastuttaa vesistöjä, mutta nykyään on yleisempää tehdä liotus altaissa entsyymien avulla. Kaiken kaikkiaan hamppu on vastuullinen materiaalivalinta. (Nurmi 2017, 56.)

Pellava

Pellava viihtyy puuvillaan verrattuna karummissa olosuhteissa, mutta sen viljely vaatii tavallisesti kemiallisia lannoitteita ja torjunta-aineita. Pellavan tuotannon ympäristövaikutukset riippuvat kuidun jatko-prosessointitavasta. Kuitujen erotteluun voidaan käyttää keto- tai vesiliuotusta tai kemikaaleja. Luomupellavan käsittelyssä ei ole käytetty haitallisia kemikaaleja. Pellava kannattaa vaihtaa mahdollisuuksien mukaan ominaisuuksiltaan samankaltaiseen hamppuun. (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 32.)

Selluloosamuuntokuidut

Viskoosi

Viskoosi on selluloosapohjainen muuntokuitu. Sen raaka-aineena voidaan käyttää esimerkiksi eukalyptusta, pyökkiä, koivua, kuusta tai bambua. Viskoosin tuotanto on monimutkainen prosessi, joka vaatii haitallisten kemikaalien, kuten rikkihiilen käyttöä, samalla saastuttaen ilmaa ja vesistöjä. Viskoosin sijaan kannattaa valita lyocell, jonka tuotanto on ekologisempaa. (Nurmi 2017, 57.)

Lyocell/Tencel

Lyocell on samankaltainen materiaali kuin viskoosi ja sitä voidaan valmistaa eukalyptuksesta, pyökistä, koivusta, kuusesta tai männystä. Lyocellin tuotantotapa on kuitenkin ympäristöystävällisempi kuin viskoosin, sen valmistukseen ei tarvita myrkyllisiä kemikaaleja ja tuotanto voidaan tehdä suljetussa kierrossa, joka tarkoittaa sitä, että lähes kaikki käytetyt kemikaalit saadaan talteen ja uudelleenkäyttöön. Tunnetuin lyocell kuitu on tällä hetkellä Tencel. Suomessa on kehitteillä uusi Tencelin kaltainen, mutta viskoosia vahvempi kuitu Ioncell, jonka tuotantotapa on entistäkin ympäristöystävällisempi ja puun lisäksi Ioncell-prosessissa voidaan hyödyntää esimerkiksi kierrätyspaperia tai tekstiilijätettä. Selluloosakuiduista paras vaihtoehto on tällä hetkellä lyocell, mutta muutaman vuoden kuluessa Ioncell-kuitua ja muita kehitteillä olevia selluloosapohjaisia materiaaleja pitäisi olla jo saatavilla. (Nurmi 2017, 57.)

Synteettiset kuidut

Polyesteri

Polyesteri on käytetyin tekstiilikuitu, mutta samalla myös yksi ympäristölle haitallisin vaatemateriaali. Sitä valmistetaan maaöljystä, joka on uusiutumaton ja maatumaton luonnonvara. Tuotantoprosessi vaatii paljon energiaa ja kemikaaleja. Myös vaatteiden käytön aikana ja pesussa irtoavat mikro-muovit aiheuttavat ympäristöongelmia. Materiaalina polyesteria on perusteltua käyttää esimerkiksi kovalla kulutuksella olevissa työvaatteissa. Uuden polyesterin sijaan materiaalivalintana kannattaa suosia kierrätettyä polyesteriä. (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 33.)

Kierrätetty polyesteri

Kierrätetty polyesteri on materiaali, joka valmistetaan esimerkiksi kierrätetyistä muovipulloista, teollisuuden lanka- ja kangasylijäämästä, vanhoista polyesterivaatteista tai merten muovijätteestä. Kierrätys polyesteri on yhtä laadukasta kuin uusi materiaali, mutta sen valmistaminen vähentää luonnonvarojen kulutusta, kun uutta raaka-ainetta ei tarvita. Kierrätetystä polyesteristä irtoaa kuitenkin samalla tavalla käytön aikana mikromuovia, kuin uudesta materiaalista. Tekokuiduista kierrätetty polyesteri on vastuullisin valinta. Suurin osa kierrätyspolyesteristä valmistetaan tällä hetkellä muovipulloista. Mahdollisuuksien mukaan kannattaa suosia muovipullojen sijaan tekstiilijätettä tai teollisuuden ylijäämää kierrätetyn polyesterin materiaalina. (Nurmi 2017, 61.)

Polyamidi/Nylon

Polyamidi eli nylon on tekokuitu, jonka raaka-aine on uusiutumaton ja maatumaton maaöljy. Polyesteriin verrattuna sen tuotanto vaatii enemmän energiaa ja kemikaaleja, mutta kuluttaa kuitenkin vähemmän vettä kuin luonnonkuitujen valmistus. Kuten polyesteristä, myös polyamidista irtoaa käytössä haitallista mikromuovia. Uuden polyamidin sijaan kierrätetty versio on parempi vaihtoehto. Kierrätyspolyamidia valmistetaan esimerkiksi teollisuuden lanka- ja kangasylijäämästä sekä kierrätetyistä kalaverkoista. Kierrätetty materiaali on laadultaan uudenveroista. (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 34.)

Akryyli

Akryyli valmistetaan uusiutumattomasta ja maatumattomasta maaöljystä. Akryylin tuotanto vie eniten energiaa ja vettä verrattuna kaikkiin tekokuituihin. Akryyliä käytetään paljon vaatteissa, koska se on halpaa, mutta akryyli on usein myös huonolaatuista ja nyppyyntyy nopeasti. Akryyliä ei kannata käyttää vaatteiden materiaalina. (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 34-35.)

Eläinperäiset luonnonkuidut

Lampaanvilla ja merinovilla

Villa mielletään ekologiseksi materiaaliksi ja sitä se onkin, kun otetaan huomioon sen laadukkuus ja käyttöominaisuudet. Villantuotannossa taas on sekä ekologisia, että eettisiä epäkohtia, jotka tulee huomioida. Lampaanvilla on yleensä peräisin suurista villantuottajamaista, kuten Australiasta, Uudesta-Seelannista ja Kiinasta, joissa lampaita kasvatetaan tehotuotantona. Suuret lammaslauamat aiheuttavat eroosiota ja luonnon monimuotoisuuden vähenemistä sekä aiheuttavat ilmastonmuutosta pahentavia metaanipäästöjä. Eläinten elinolosuhteet ovat huonot ja kuolleisuus korkea. Merinolampaiden villantuoton maksimoimiseksi on eläinten iho jalostettu poimuiseemmaksi, mikä aiheuttaa eläimelle entistä tukalamman olon ja asettaa eläimen alttiiksi ihon poimuissa viihtyvälle loisille. Loiseläimien takia lampaille voidaan tehdä kivulias mulesing-toimenpide, joka tarkoittaa ihon leikkauksista pois peräaukon ympäriltä. Mulesing-toimenpide on kielletty useissa maissa, mutta se on edelleen sallittua maailman suurimassa villantuottajamaassa Australiassa. Villaa valitessa kannattaa suosia luomuvaihtoehtoja tai kotimaista suomenlampaanvillaa. Mulesing-vapaa villa ei takaa materiaalin tuotannon ekologisuutta tai eettisyyttä, vaikka onkin askel parempaan suuntaan. (Nurmi 2017, 58.)

Kashmir

Kashmirvillaa saadaan kashmirvuohista, joita laiduntaa korkealla Aasian vuoristoissa. Kashmir on materiaalina pehmeä, kevyt ja lämmin. Perinteinen kashmirvillantuotanto pienine laumoineen on suhteellisen ekologista, mutta ongelmat ovat syntyneet vasta viime aikoina kashmirin hinnan laskettua. Tällä hetkellä kashmirvuohia laiduntaa vuoristoissa moninkertainen määrä ja ylilaiduntaminen aiheuttaa ympäristölle haittaa; aavikoitumista ja luonnonmonimuotoisuuden vähenemistä. Myös raakavillan käsittely kuluttaa paljon vettä ja kemikaaleja sekä jätevesien puutteellinen puhdistus kuormittaa vesistöjä. (Nurmi 2017, 59.)

Nahka

Vaatteissa ja kengissä käytetty nahka on useimmiten lehmän nahkaa, mutta myös sian, lampaan, vuohen ja porojen nahkaa käytetään. Eläimiä kasvatetaan tehomataloudessa, joka aiheuttaa eroosiota, vesistöjen rehevöitymistä ja vähentää luonnon monimuotoisuutta. Useimmissa paikoissa eläinten kohtelu ei ole eettistä ja karjan kasvatuksessa syntyvä metaani edistää ilmastonmuutosta. Nahan viimeistelyyn eli parkitsemiseen käytetään yleisimmin kromia, joka on myrkyllistä ja haitallista ympäristölle. Ympäristöystävällisempi vaihtoehto, kasviparkitseminen ei ole vielä yleistynyt teollisuudessa sen hitauden vuoksi. Aitoa nahkaa arvostetaan materiaalina sen laadukkuuden ja pitkäikäisyyden vuoksi, mutta tuotannon epäekologisuutta ja epäeettisyyttä ei voi sivuuttaa. Nahkaa valitessa kannattaa suosia kierrätettyä nahkaa tai suomalaista poronahkaa. (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 38-39.)

Kierrätetty nahka

Kierrätetty nahka on parempi vaihtoehto uuden nahan käytölle. Uuteen verrattuna sen käyttö vähentää luonnonvarojen, energian, kemikaalien ja veden kulutusta, kun eläimiä ei tarvitse kasvattaa uutta nahkaa varten. Kierrätettyä nahkaa on mahdollista saada esimerkiksi teollisuuden ylijäämästä sekä käytetyistä nahkavaatteista. Nahkaa voidaan myös rouhia teollisesti uudeksi materiaaliksi ja puristaa kasaan nahanomaiseksi materiaaliksi uusiokäyttöön.

Turkis

Tarhattuja turkiseläimiä kasvatetaan vain niiden turkkien tähden. Turkiseläimet elävät epäinhimillisissä oloissa, ahtaissa häkeissä ilman virikkeitä. Kasvatus vaatii paljon energiaa, vettä ja rehua ja näiden lisäksi tilojen typpi- ja fosforipäästöt rehevöittävät vesistöjä ja saattavat pilata jopa pohjavesiä. Turkis on biohajoava luonnonmateriaali, mutta välttämättömien viimeistelykäsittelyjen takia maatuminen hidastuu. Myös ympäristöhaittoja aiheutuu viimeistelyyn ja värjäykseen käytettävien myrkyllisten kemikaalien ja raskasmetallien jouduttua likavesien mukana ympäristöön. Paras turkisvalinta on kierrätetty turkis, biohajoavasta materiaalista valmistettu keinoturkis tai villiturkis. (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 39-40.)

Silkki ja villisilkki

Silkkiä tuotetaan silkkiperhosen toukan kotelon pitkistä yhtäjaksoisesta kuidusta. Toukat elävät mulperipuissa, joita lannoitetaan kemiallisesti. Puuvillan tuotantoon verrattuna kemikaalien käyttö on paljon vähäisempää. Laadukkaimman ja pehmeimmän silkin aikaansaamiseksi tapetaan silkkiperhosen toukat höyryttämällä. Villisilkin valmistus on eettisempää eikä toukkia tapeta, vaan ne saavat kuoroitua kotelostaan. Luomusilkin tuotannossa ei ole käytetty lainkaan haitallisia kemikaaleja. (Pietarinen & Kattilakoski 2022, 35.)

LIITE 3: HAASTATTELUKYSYMYKSET

- Millaista yhteistyötä yrityksenne tekee Ponssen kanssa?
- Miten kuvailisit Ponssen vaatetuotantoprosessia tällä hetkellä?
- Miten vastuullisuus näkyy Ponssen vaatemallistossa?
- Miten Ponssen vaatetuotannon eri vaiheiden vastuullisuutta voitaisiin kehittää tällä hetkellä?
- Millainen on vastuullinen materiaali?
- Miten vastuullisuutta voidaan mitata?
- Millaisia mahdollisuuksia vastuullisuuden kehittämiseksi on tulevaisuudessa?
- Vastuullisen vaatteiden määritelmä?