

**SOSIAALISEN VASTUUN EDISTÄMINEN TEKSTIILI- JA  
VAATEALAN KEHITYSMAATUOTANNOSSA  
EETTISTEN DESIGN-YRITYSTEN NÄKÖKULMASTA**

Ulla Kangasniemi

Pro gradu -tutkielma

Sisustus- ja tekstiilimuotoilun

koulutusohjelma

Taiteiden tiedekunta

Lapin yliopisto

2015

**Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta**

**Työn nimi:** Sosiaalisen vastuun edistäminen tekstiili- ja vaatealan kehitysmaatuotannossa eettisten design-yritysten näkökulmasta

**Tekijä:** Ulla Kangasniemi

**Koulutusohjelma / oppiaine:** Sisustus- ja tekstiilimuotoilu

**Työn laji:** Pro gradu -tutkielma  Laudaturtyö

**Sivumäärä:** 66 + 4

**Vuosi:** 2015

**Tiivistelmä:**

Vaate- ja tekstiiliyritysten tuotantoa koskeva toiminta on ollut ajankohtaista viime vuosina mediassa. Kartoitan tutkimuksessani tietoisuutta sosiaalisesta vastuusta ja sen edistämisestä tekstiili- ja vaatealan kehitysmaatuotannossa. Tutkimukseni kohteena on kaksi eettistä design-yritystä: Mifuko Oy ja Tikau. Tutkielmani pyrkii vastaamaan kysymyksiin: ”Millaisin keinoin ja valinnoin suunnittelija voi työssään edistää sosiaalista vastuuta?” ja ”Mitä ovat onnistuneet sosiaalisen vastuun käytännöt?” Haen vastauksia siihen, mitä käytäntöjä noudattamalla suunnittelija voi saada aikaan edistystä tuotantomaan työntekijöiden hyvinvoinnissa.

Aineisto koostuu aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta ja internetjulkaisuista sekä eri kansalaisjärjestöjen julkaisemista raporteista. Haastattelin vaateteollisuuden vastuukysymyksiin erikoistunutta yritysvastuun tutkija Outi Moilalaa, sekä Mifukon Minna Impiötä sähköpostihaastattelulla. Analysoin aineistoa teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä käyttäen.

Tutkimustulokset ovat erilaisia toimintamalleja suunnittelijalle eettisemmän tuotannon saavuttamiseksi. On keskeistä rajata, mitä yksikin ihminen pystyy tekemään, ja mihin asioihin ja alueisiin vaikuttamaan. Työpaikan antaminen sitä eniten tarvitsevalle ja oikeudenmukainen palkkataso on ainoa kestävä keino auttaa jatkuvassa köyhyydessä eläviä ihmisiä ja kyliä. Myös yhteisön yleisestä hyvinvoinnista huolehtiminen on ehto onnistuneille sosiaalisen vastuun käytännöille. Eettisillä yrityksillä on oma merkittävä paikka ja vaikutusalueensa globaalissa kentässä ja sosiaalisen vastuun edistämisessä. Eettisten yritysten sosiaalista vastuuta edistävien toimintamallien rinnastaminen muiden tekstiili- ja vaateyritysten toimintaan on haasteellista toimintamallien ollessa hyvin erilaisia. Avoimuus ja velvollisuus vastuullisuuteen, sekä suunnittelijan tietoisuus omasta vastuusta ja tekojensa merkityksistä on keskeistä.

**Avainsanat:** Tekstiiliteollisuus, vaateteollisuus, kestävä kehitys, sosiaalinen vastuu, eettisyys, työolot

**Muita tietoja:**

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi

Suostun tutkielman luovuttamiseen Lapin Maakuntakirjaston käytettäväksi

**University of Lapland, Faculty of Art and Design**

**The name of the pro gradu thesis:** The promotion of social responsibility in textile- and clothing production in developing countries from ethical design-companies' perspective

**Writer:** Ulla Kangasniemi

**Degree programme / subject:** Interior- and Textile design

**The type of the work:** Pro gradu thesis

**Number of pages:** 66 + 4

**Year:** 2015

**Summary:**

Actions of production of clothing- and textile companies have been a topical subject in media during recent years. In my research I raise awareness of social responsibility and promotion of social responsibility in textile- and clothing production in developing countries. My research focuses on two ethical design companies: Mifuko Ltd and Tikau. My thesis endeavors to answer the questions: "What are the ways and choices a designer can promote social responsibility during working?" and "Which are the successful practices of social responsibility?" I'm searching for the answers to what practices the designer can use to create progress in welfare of workers in textile- and clothing production.

My research data comes from the related literature and internet publications, as well as various reports of non-governmental organizations. I interviewed by email Minna Impiö from Mifuko and Outi Moilala, who is a researcher of corporate social responsibility in clothing industry. I analyzed the data by using theory guided content analysis.

The conclusions of the research are different standards of activities to a designer, for achieving more ethical production. It's essential to limit what one person can do, and what issues and areas he/she can have an impact on. Giving a workplace for those who need it the most, and fair wage is the only sustainable way to help people and villages living in poverty. Also taking care of the general well-being of society is a condition for successful social responsibility practices. Ethical companies have a significant place and sphere to influence in the global field, and to promote social responsibility. It's difficult to assimilate ethical design companies' successful social responsibility practices to other textile- and clothing companies activity, because they are very different. Transparency and the obligation of responsibility, as well as awareness of the designer's own responsibility and responsibility of own actions is essential.

**Key words:** Textile industry, clothing industry, sustainable development, social responsibility, ethics, working conditions

**Other information:**

I give a permission the pro gradu thesis to be used in the library x

I give a permission the pro gradu thesis to be used in the Provincial library of Lapland x

# SISÄLLYS

<b>1 JOHDANTO</b> .....	<b>1</b>
1.1 Lähtökohdat .....	1
1.2 Tavoite, tutkimuskysymykset ja rajaus .....	2
1.3 Tutkimusmenetelmät.....	3
1.4 Aineisto ja aiemmat tutkimukset.....	5
1.5 Viitekehys ja tutkimuksen rakenne.....	7
<b>2 TEKSTIILI- JA VAATETEOLLISUUDEN MUUTOKSIA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Teollistuvat ja globalisoituvat markkinat.....	10
2.2 Kuluttajien vaatimukset .....	12
2.3 Suunnittelijoiden haasteet.....	14
<b>3 MITÄ ON SOSIAALINEN VASTUU?</b> .....	<b>15</b>
3.1 Ruggien periaatteet.....	16
3.2 Sosiaalisen vastuun haasteet .....	17
3.3 Mahdoton muutos? .....	23
<b>4 SOSIAALISEN VASTUUN EDISTÄMISEN KEINOJA TEKSTIILI- JA VAATEYRITYKSISSÄ</b> .....	<b>25</b>
4.1 Vastuujärjestelmät .....	26
4.2 Kansalaisjärjestöt.....	28
4.3 Suhonen ja Pikkumäki –case .....	31
4.4 Keinoja ja visioita .....	33
<b>5 SOSIAALISEN VASTUUN ILMENEMINEN TUTKIMUKSEN KOHTEENA OLEVIEN YRITYSTEN TOIMINNASSA - MIFUKO JA TIKAU</b> .....	<b>36</b>
5.1 Tutkittavien yritysten toiminnan sosiaalisen vastuun analysointi.....	42
5.2 Haasteita.....	46

<b>6 KUINKA TEHDÄ MUUTOSTA JA PITKÄKESTOISTA EDISTYSTÄ.....</b>	<b>48</b>
6.1 Sosiaalisen vastuun työkalujen tarkastelu .....	48
6.2 Design auttamisen välineenä .....	53
6.3 Eettinen päätöksenteko .....	54
6.4 Tutkimustulosten yleistettävyys.....	55
<b>7 PÄÄTÄNTÖ .....</b>	<b>58</b>

## **LÄHTEET**

## **LIITTEET**

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Lähtökohdat

Elämme aikoja, jolloin ihmisten tietoisuus ekologisuudesta ja kestävästä kehityksestä on ajankohtaista ja yhä tärkeämpää. Kaikella, mitä teemme, on vaikutusta tekstiili- ja vaatealalla ja siksi on tärkeää, että päätöksemme ovat laadukkaita ja luomme teoillamme kestävyttä ja arvoja. Suunnittelemme kankaita ja vaatteita, joiden valmistus usein luo sekä lisää sosiaalisia ongelmia tuotannon tapahtuessa toisella puolella maailmaa.

Kiinnostukseni sosiaaliseen vastuuseen tekstiili- ja vaatealalla sai alkunsa Tallinnassa syksyllä vuonna 2012 järjestetyssä kahden viikon kestävässä *Trash to trend* -seminaarissa. Luennoitsijat eri maista luennoivat kestävä kehityksen eri osa-alueista tekstiili- ja vaatealalla. Pohdin pro gradu -tutkielmani aihetta seminaareissa esiin nousseista teemoista ja huomasin, että ihmisiin kohdistuvat epäoikeudenmukaisuudet tekstiili- ja vaatealan tuotannossa koskettivat minua eniten. Haluan valmistumisen jälkeen työelämään siirtyessä olla tietoinen kohtaamistani sosiaalisen vastuun haasteista ja tietää, kuinka kohdata niitä.

Lisäksi minulle syntyi halu vaikuttaa ja lisätä tietoisuutta ihmisoikeusloukkauksista tekstiili- ja vaatealalla. Opiskeluajanani sosiaalisen vastuun teemoista ei ollut minkäänlaista opetusta. Uskon kuitenkin, että tilanne on muuttumassa. Minusta on ehdottoman tärkeää, että tulevat tekstiili- ja vaatealan ammattilaiset olisivat tietoisempia sosiaalisen vastuun haasteista, ja heillä voisi olla käytännön malleja siitä, kuinka toimia oikein. Minua kiinnostaa se, kuinka designin avulla voidaan edistää ihmisten hyvinvointia ihmisten hyvinvointia ja auttaa heitä nousemaan köyhyydestä.

## 1.2 Tavoite, tutkimuskysymykset ja rajaus

Pro gradu -tutkielmani aihe on sosiaalisen vastuun edistäminen tekstiilisuunnittelijan työssä. Haen vastauksia siihen, minkälaisia valintoja suunnittelija voi tehdä, jotta hänen tuotteidensa valmistus kehitysmaassa olisi mahdollisimman eettistä. Tutkin myös sitä, mitä käytäntöjä noudattamalla suunnittelija voi saada aikaan edistystä tuotantomaaan työntekijöiden hyvinvoinnissa. Kartoitan tietoisuutta sosiaalisen vastuun edistämisestä tekstiili- ja vaatealalla Suomessa ja keskityn sen muutamaan ilmenemismuotoon.

Tarkastelen aihetta myös kansainvälisesti ja tutkin, kuinka tekstiili- ja vaatealan tuotantoa voi tehdä oikeudenmukaisesti tuotannon työntekijöitä kohtaan, ja minkälaisia käytäntöjä Suomessa toimivat yritykset ovat valinneet tai voivat valita tuotannon tapahtuessa kehitysmaissa. Tutkielmani pääpaino on pienissä vaikuttajissa ja huomioni kohdistuu pienyrityksiin, jotka työssään edistävät sosiaalista vastuuta. Vaikka kaikki suunnittelijat eivät omistaisi elämänsä muutosta tekeväälle designille, pioneerityötä tekevät eettiset pienyritykset voivat antaa uusia toimintamalleja ja inspiroida suunnittelijoita toimimaan eettisemmin. Tutkimissani yrityksissä huomioni kohdistuu siihen, miten sosiaalisen vastuun edistäminen ilmenee heidän toiminnassaan, sekä kuinka yritys vastaa sosiaalisen vastuun haasteisiin. Kuinka voidaan tehdä pitkäkestoista edistystä ja muutosta, ja mitkä ovat työkaluja siihen? Tutkielmassani tarkastelen sosiaalista vastuuta erityisesti siitä näkökulmasta, missä onnistuneet sosiaalisen vastuun käytännöt voivat kehittää työntekijöiden elämää heidän yhteisöissään ja maissaan, sekä heidän elinympäristönsä hyvinvointia myös tulevaisuutta ajatellen. (Dickson 2009, 37.)

Tutkimuskysymykset:

- 1 Millaisin keinoin ja valinnoin suunnittelija voi työssään edistää sosiaalista vastuuta?
- 2 Mitä ovat onnistuneet sosiaalisen vastuun käytännöt?

Useissa tekstiili- ja vaatetusalan tutkimuksissa sekä tutkielmassani sosiaalisen

vastuun käsite keskittyy reiluihin, ihmisarvojen mukaisiin tuotannon käytäntöihin. Lisäksi tuotannon ulkopuolella olevaa yhteisöä tulisi huomioida terveydenhuollon, koulutuksen ja yleisen yhteisön hyvinvoinnin näkökulmasta. (Chick & Micklethwaite 2011, 92–93.) Tutkielmassani otan huomioon sosiaalisen vastuun käsitteen koskemaan tekstiili- ja vaatealan kehitysmaissa tapahtuvaan tuotantoa koskeviin haasteisiin. Rajaan tutkimusaineistosta työntekijöiden työympäristöä sekä tehtaan alueen yhteisön hyvinvointia koskevat yleisimmät haasteet ja ongelmat, ja tutkin miten eri tahot ottavat niihin kantaa.

Mielestäni jokaisen tekstiili- ja vaatealan opiskelijan tulisi olla tietoinen sosiaalisen vastuun teemoista ja mahdollisista haasteista, joita työelämässä tulee kohtaamaan. Tietoisuuden lisäämisestä kuluttajien keskuudessa puhutaan paljon, mutta tietävätkö suunnittelijat mahdollisista ihmisoikeusloukkauksista, joita heidän suunnittelemansa tuotteet voivat aiheuttaa toisella puolella maailmaa? Tavoitteenani on tutkia aihetta tekstiili- ja vaatesuunnittelijaopiskelijan näkökulmasta ja tuoda tietoutta erityisesti alan opiskelijoille. Tutkielmani tavoitteena on valmistaa sekä itseäni että alan opiskelijoita kohtaamaan haasteet sekä tiedostamaan selkeitä toimintamalleja siitä, kuinka toimia sosiaalisen vastuun haasteissa tulevassa työssä. Nykyajan suunnittelijoilla ja yrityksillä tulisi toiminnassaan olla uudenlainen kyky nähdä ja ratkaista sosiaalisia ongelmia laajemmassakin mittakaavassa. (Hethorn & Ulasewicz 2008, 34–35.)

### **1.3 Tutkimusmenetelmät**

Tutkimukseni on laadullinen tutkimus. Tutkimusmenetelmänä käytän teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä. Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä edetään aineiston ehdoilla, jossa teoreettiset käsitteet tuodaan valmiina ilmiöstä etukäteen tiedettynä. Analyysiyksiköt valitaan aineistosta ja analyysissa vaikuttaa aikaisempi tieto, jonka tarkoitus ei ole testata teoriaa vaan avata uusia ajatuksia. Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä on teoreettisia kytkentöjä,



mutta ne eivät pohjaudu suoraan teoriaan, vaan teoria voi toimia apuna analyysin etenemisessä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 96–97, 117.)

Tutkimusaineisto voidaan kerätä vapaasti. Aineiston hankinta on vapaata suhteessa teoriaosaan ja aiempaan tietoon ilmiöstä. Aineiston analyysissä edetään aineistolähtöisesti, mutta analyysin loppuvaiheessa tehdään jaottelu. Tutkija pyrkii yhdistelemään ajattelussaan valmiita malleja ja aineistolähtöisyyttä. Yhdistelyssä voi syntyä jotain uutta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 97–98.)

Teoriaohjaava sisällönanalyysi on induktiivista päättelyä, jossa teoria (=viitekehysessä esitelty asia) ohjaa lopputulosta. Tutkimus sekä aineisto määräävät sen, missä vaiheessa teoria otetaan mukaan ohjaamaan päättelyä. Keskeistä teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä on tiedostaa, poimiiko aineistosta tietoa tietyn teorian mukaan vai lähestyykö aineistoa sen omilla ehdoilla ja vasta analyysin edetessä pakottaa sen sopivaksi tiettyyn teoriaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 100; 117.)

Muodostan aineistonkeruun kautta esiyymmärryksen aiheesta, jonka jälkeen analysoin kerättyä aineistoa teorian avulla. Tutkimuksen tavoitteena on löytää uutta tietoutta ja tutkimustuloksia yhdistelemällä teoreettisia malleja tutkimusaineistoon.

Haastattelun vaateteollisuuden vastuukysymyksiin erikoistunutta yritysvaluun tutkija Outi Moilalaa, sekä Mifuko Oy:n Minna Impiötä sähköpostihaastattelulla. Lisäksi haastattelun rovaniemeläistä vaatesuunnittelija Tuuli Pikkumäkeä, joka oli vuonna 2012 Suomen ulkoasiainministeriön kansalaisjärjestöyksikön rahoittamassa, Suomen Vapaakirkon ja Intialaisen kansalaisjärjestö Waastan kumppanuushankkeessa Pohjois-Intiassa. Haastattelumenetelmänä käytän puolistrukturoitua teemahaastattelua. Puolistrukturoidun haastattelun teemoja on päätetty etukäteen, mutta tilaa on jätetty myös muutoksille sekä vapaalle keskustelulle. (Ruusuvoori & Tiitula 2005, 11–12.) Analysoin

haastatteluaineistoa teoriaohjaavan sisällönanalyysin avulla. Olen tehnyt haastattelukysymykset aineistonkeruun myötä teorian avulla. Haastatteluvastausten analysoinnissa olen käsitellyt aineistoa teorian mukaan, poimien aineistosta teoriaan sopivat teemat.

#### **1.4 Aineisto ja aiemmat tutkimukset**

Tutkimusaineistoni on aiheeseen liittyvä kirjallisuus, aiemmat tutkimukset, haastatteluaineistot, internet-, sanoma- ja aikakauslehtijulkaisut sekä televisio-ohjelmat. Tutkimukseni näkökulma koskee tekstiilialaa, mutta teoria-aineisto koostuu vaatealan julkaisuista. Tekstiili- ja vaatealan tuotantoteollisuudesta on julkaistu useita teoksia, jotka käsittelevät tuotannon epäkohtia. Vaikka tekstiilituotteen kiertokulku on monimutkainen ja pitkä, aineiston saatavuus rajautuu tuotannon loppuvaiheeseen, ompeluun ja viimeistelyyn kolmannessa maailmassa.

Tutkielmassani keskeisimpiä teoksia ovat Outi Moilalan vuonna 2013 ilmestynyt teos, *Tappajafarkut*, jossa Moilala kuvaa suomalaisten ja kansainvälisten brändien toimintaa, (Moilala 2013.) sekä Naomi Kleinin teos *No logo*, joka analysoi suuryritysten toiminnan vaikutuksista työhön ja yhteiskuntaan. (Klein 2000.) Keskeisessä roolissa tutkielmassani ovat myös eri kansalaisjärjestöjen julkaisemat ajankohtaiset raportit ja tiedonannot.

Valitsin tutkimukseni kohteeksi kaksi yritystä, jotka suunnittelevat ja valmistavat eettistä designia: Mifuko Oy:n ja Tikaun. Mifukon perustivat Minna Impiö ja Mari Martikainen vuonna 2009. Yritys toimii eettisin periaattein työllistäen Kenian maaseudun käsityöläisiä. Mifukon asusteissa ja sisustustuotteissa yhdistyy afrikkalainen käsityö ja suomalainen design. (Mifuko 2014.) Vuonna 2008 julkaistiin Taina Snellmannin perustaneen Tikaun ensimmäinen mallisto. Tikaun tavoitteena on työllistää Intiassa maaseudun käsityöläisiä reilun kaupan periaatteita noudattaen ja tukea käsityöperinnettä. (Finnpartnership 2010.) Tutkimukseni

koostuu kyseisiä yrityksiä koskevasta internet-aineistosta ja Mifukolle tehdystä sähköpostihaastattelusta.

Kestävästä kehityksestä erityisesti vaatealalla on tehty paljon tutkimusta. Useimmat tutkimukset käsittelevät kestävästä kehityksestä ympäristön näkökulmasta. Myös tutkimuksia sosiaalisen vastuun näkökulmasta on tehty Suomessa muutamia. Aikaisempaa tutkimusta ei ole eettisten yritysten sekä kansalaisjärjestöjen tuoreiden raporttien pohjalta.

Taija Koskelan Turun ammattikorkeakouluun vuonna 2013 tekemä opinnäytetyö *Katsaus ympäristöystävälliseen ja eettiseen tekstiilien maailmaan puuvillan ja polyesterin näkökulmasta* avaa puuvillan ja polyesterin tuotantoon liittyviä eettisiä ongelmia. Tutkielmassa perehdytään siihen, mitä tarkoittaa ympäristöystävällinen ja eettinen tekstiili. (Koskela 2013.)

Pilvi Hieta on tehnyt pro gradu -tutkielman *Vastuullinen liiketoiminta ja kodintekstiilin valmistaminen* Aalto-yliopistoon vuonna 2012. Tutkielma käsittelee Stockmannin kodin alueen brändin Casa Stockmannin kodintekstiilien vastuullisuutta ja sen kehittämistä suunnittelu- ja valmistusprosessin työntekijöiden näkökulmasta. (Hieta 2012.)

Kirsi-Mari Kärkkäisen *Vastuullinen luovuus, Muotoilijan mahdollisuuksista vastuullisen liiketoiminnan kehittäjänä* on Aalto-yliopistoon tehty pro gradu -tutkielma vuodelta 2010, ja se käsittelee vastuullisuuden huomioimista liiketoiminnassa sekä suunnittelijan roolia yrityksessä. Tutkielmassa käsitellään myös Kärkkäisen työvaateprojekteja sekä suunnittelijan johtamista ja luovuutta. (Kärkkäinen 2010.)

## 1.5 Viitekehys ja tutkimuksen rakenne

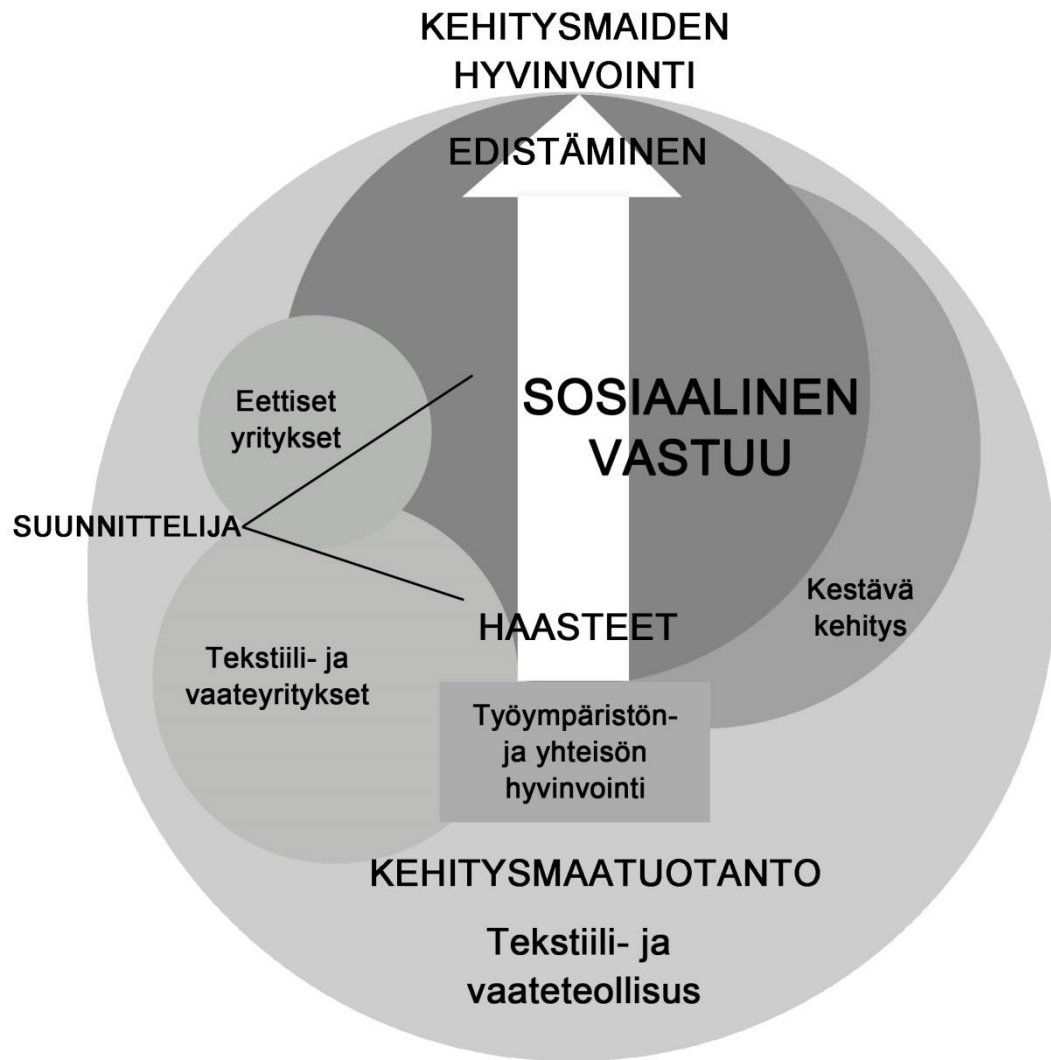
Toisen kappaleen teoriaosuus käsittelen yleisesti maailmanlaajuisesti tekstiili- ja vaateteollisuuden muutosta sekä kuluttajien ja suunnittelijoiden roolia siinä. Tuon esiin ajankohtaisia sosiaaliseen vastuuseen liittyviä teemoja tekstiili- ja vaateteollisuuden kentältä. Kolmannessa luvussa avaan sosiaalisen vastuun eri käsitteitä. Kuvaan tekstiili- ja vaatealan kehitysmaatuotannon työympäristön yleisimpiä haasteita, sekä tehtaan tai työympäristön alueen ihmisten ja yhteisön hyvinvointiin liittyviä yleisimpiä haasteita. Neljännessä kappaleessa tarkastelen erilaisia sosiaalisen vastuun edistämisen keinoja ja mahdollisuuksia Suomen kentällä. Pohdin mikä on tekstiili- ja vaateyritysten vastuu ja avaan tietoutta vastuujärjestelmistä sekä eri kansalaisjärjestöistä. Tuon esiin myös kaksi erilaista kansalaisjärjestön sekä vaatesuunnittelijan yhteistyöprojektia.

Viidennessä kappaleessa perehdyn Mifuko- ja Tikau- yrityksiin. Avaan yritysten toimintaa yleisesti sekä keskityn toimintatapoihin, joiden kautta yritykset edistävät sosiaalista vastuuta tuotteidensa tuotantomaassa. Kuudennessa luvussa tarkastelen sitä, mikä on Mifukon ja Tikaun sekä niiden kaltaisten yritysten paikka tekstiili- ja vaateteollisuuden globaalissa kentässä, ja pohdin, onko kyseisten yritysten toimintamallien rinnastaminen mahdollista erilaisten suunnittelijoiden työhön. Käsittelen tutkimustuloksia, jotka ovat erilaisia toimintamalleja suunnittelijalle eettisemmän tuotannon saavuttamiseksi.

Viitekehys (kuva 1.) Kuvaa tekstiili- ja vaateteollisuuden laajaa kenttää, johon tutkimukseni sijoittuu. Keskityn tekstiili- ja vaatealan kehitysmaatuotannon ja sen haasteiden tarkasteluun. Tutkimukseni on osa kestävän kehityksen aihepiiriä, johon sosiaalisen vastuun käsite kuuluu.

Tekstiili- ja vaateyritykset niiden toiminnan vuoksi sijoittuvat viitekehyksessä lähelle sosiaalisen vastuun haasteita kehitysmaatuotannossa. Eettiset yritykset, jotka kuuluvat myös tekstiili- ja vaateyrityksiin, mutta erotan ne omaksi kokonaisuudeksi, ovat keskiössä tutkielmassani, ja sijoittuvat viitekehyksessä

lähemmäksi sosiaalisen vastuun edistämistä. Sekä tekstiili- ja vaateyrityksissä ja eettisissä yrityksissä suunnittelija on keskiössä tutkielmassani.



Kuva 1. Tutkimuksen viitekehys.

## 2 TEKSTIILI- JA VAATETEOLLISUUDEN MUUTOKSIA

Vaate- ja tekstiiliyritysten tuotantoa koskeva toiminta on ollut ajankohtaista viime vuosina mediassa. *Verentahrimat muotivaatteet* Yle TV1:llä kuvasi historian pahinta vaateteollisuus-onnettomuutta Bangladeshissa. Ohjelmassa jäljitettiin myös suomalaisten vaatemerkkien tuotantopaikkoja. (Verentahrimat muotivaatteet 2013.) A-Studiossa *Stream*-keskusteluohjelmassa keskusteltiin suomalaisten vaateteollisuuden yritysten vastuista alihankintamaitaan kohtaan. Keskustelussa pinnalla oli muun muassa hengenvaarallinen farkkujen hiekkapuhallusmenetelmä. (Keskusteluohjelma suomalaisen vaateteollisuuden vastuusta alihankintamaita kohtaan 2013.)

Lukuisat ihmisiin ja ympäristöön kohdistuvat epäoikeudenmukaisuudet tekstiili- ja vaateteollisuudessa ovat järkyttäneet sekä kuluttajia että alan ammattilaisia, ja saaneet tutkijat sekä aktivistit toimimaan. Useat eri kansalaisjärjestöt ovat julkaisseet raportteja ja vetoamuksia eri yrityksiä tai lainsäädäntöjä vastaan. Tietoisuutta sosiaalisesta vastuusta tekstiili- ja vaatealalla on lisätty ja ihmisoikeusloukkaus-tapauksia on tuotu pinnalle, mutta silti paljon olennaista on tutkimatta ja yritykset salaavat kaikin tavoin ulkomailta tapahtuvaa tuotantoa koskevaa tietoa. (Moilala 2013, 8.)

Huomio eettisiä ongelmia tarkastellessa kohdistuu erityisesti tekstiili- ja vaateteollisuuden tehdasolosuhteisiin Aasiassa. Vaate- tai tekstiilituotteen ompelua ja viimeistelyä edeltää kuitenkin pitkä matka raaka-aineen tuotannosta alkaen, ja lähes jokainen tuotantovaihe sisältää paljon eettisiä ongelmia tuotannon tapahtuessa eri puolilla maailmaa. Tekstiiliteollisuuden eri tuotantovaiheiden eettisyyden tutkiminen on jäänyt vaateteollisuuden tehtaiden tutkimusten ja kohuutisten varjoon.

## 2.1 Teollistuvat ja globalisoituvat markkinat

Tekstiili- ja vaatealalla Suomessa työskentelee yhä vähemmän ihmisiä. Kaikki vaatteet olivat kotimaisia vielä ennen 1970-lukua. Nykyään Suomen tekstiili- ja vaatetusteollisuuden määrä on vähäinen. (Moilala 2006, 4–5.) Tekstiiliteollisuuden koneistuminen on vähentänyt työntekijöiden tarvetta, ja tuotanto on siirtynyt lähes kokonaan ulkomaille edullisemmän tuotannon perässä, mikä on aiheuttanut tehtaiden lakkauttamiset Suomessa. Kankaat ovat enää harvoin kotimaisia. Vaatetusteollisuus eroaa tekstiiliteollisuudesta. Vaatetustehtaan perustamiseen ei kuulu välttämättä suuria investointeja. Perustamisen ollessa helppoa tehtaita siirretään ja perustetaan halvempien palkkojen ja tuotantokustannusten perässä. (Moilala 2013, 17.)

Aluksi tehtaiden katoamisen syynä oli yhtiöiden huono tulos, ja sen seurauksena välttämättömyys sulkea tehdas. Nykyään syyt tehtaiden sulkemiseen ovat enemmän strategisia uudelleensuuntautumisia. (Klein 2000, 183–186.) Merkittävin muutos liittyen tuotannon siirtymiseen oli brändien muodostuminen vahvemmiksi kuin tuote. Tästä seurasi tuotantokulujen minimointi ja anonyymien tuotannon suosiminen. Tuotteen valmistuskulut pyrittiin minimoimaan kaikin tavoin, ja nämä aiemmin tuotantoon käytettävät kulut ohjattiin brändin rakentamiseen. Yritys lupasi tuotannon kasvua, kun panostus suunnattiin brändiin. (Klein 2000, 21, 183–186.) Nykyään moni yritys sijoittaa brändin ilmeeseen, mainontaan, tuotelaajennuksiin, pakkaussuunnitteluun sekä sponsorointiin. Näiden ohella tuotanto koetaan riesana. Aina on ollut kolmas maailma, jota toiset valtiot ovat käyttäneet hyväksi, mutta tuotannon muuttuminen kokonaan anonyymiksi on suhteellisen uutta. Kun varsinaista valmistusprosessia ei enää arvosteta, ei ole ihme, että siihen osallistuvia ihmisiä kohdellaan huonosti, eikä yritys koe enää olevansa vastuussa tuotantotyöntekijöistään, eikä myöskään tehtaiden rakentamisesta, koneiden ostosta tai työvoimakustannuksista. (Klein 2000, 17, 21, 183–186, 198.)

Suurimmat ongelmat ovat siinä, että suuret kansainväliset yhtiöt eivät välitä tuotantomaiden laista. Monet yritykset ovat kasvaneet niin suuriksi, että ne ovat

vahvempia kuin tuotantomaiden hallitukset ja kokevat olevansa lakien yläpuolella. (Klein 2000, 17; Minney 2008, 108.) Vapaakauppavyöhykkeet syntyivät keinoiksi kehittää kolmannen maailman kaikista köyhimpien alueiden taloutta ja kaupankäyntiä myöntämällä tiettyjen alueiden kaupankäyntiin verovapauden. Vuonna 1964 asia nousi keskusteluun, ja YK:n talous- ja sosiaalineuvosto hyväksyi sen. 1980-luvulla Intia oli ensimmäinen valtio, jossa vapaakauppavyöhyke sijaitsi. Sen jälkeen vapaakauppavyöhykkeiden määrä on noussut huimasti. Vielä 1980-luvun puoliväliin asti yritysten kolmanteen maailmaan tekemiä sijoituksia pidettiin köyhyyden vähentämisen avaintekijöinä. Vasta vuonna 1996 tämä käsitys kyseenalaistettiin avoimesti. Vuonna 2012 maailmassa arvioitiin olevan 2700 vapaatuotantoaluetta, joilla työskenteli 43 miljoonaa ihmistä. (Klein 2000, 306; Puhtaat vaatteet 2012, 6.) Vapaakauppa-alueet ovat lähes itsehallinnollisia alueita ja irrallinen asema valtioon estää lupauksen kehitysyhteistyöhankkeesta. Suunnitelma siitä, että kaupankäynnin investoinnit lisääisivät vapautta ja demokratiaa tietyillä Aasian, Afrikan ja Keski- ja Etelä Amerikan alueilla, ei ole toteutunut. (Klein 2000, 191, 306.)

Kolmannen maailman köyhät valtiot kärsivät noidankehä-ilmiöstä yrittäessään lievittää maansa köyhyyttä. Hallitusten tarjoukset kaupankäyntiin ovat yhä avoimempia. Samanaikaisesti tehdasalueet eristetään yhä tiukemmin, eivätkä valtiot pysty valvomaan työlainsäädännön toteutumista. Lisäksi pelko tehtaiden menettämisestä saa valtiot sulkemaan silmänsä epäoikeudenmukaisuuksilta, vaikka verovapaat tehtaot eivät tuo verotuloja valtioille, eivätkä kehittä paikallista infrastruktuuria. (Klein 2000, 194–197.)

Länsimaiset yritykset haluavat kasvattaa kaupankäyntiään, eivätkä halua vaarantaa omaa globaalia kilpailukykyään jonkin muun valtion ongelmien takia. Länsimaisten yritysten huomio kohdistuu ihmisoikeuksien sijaan kaupankäynnistä koituvien etujen maksimoimiseen. Yritykset etsivät maailmalta kaikista parhainta tarjousta valmistaa tuotteensa, mutta samalla ne haluavat pitää kiinni tietyistä tuotteista, materiaaleista ja toimitustavasta. Usein niitä ei kiinnosta tieto siitä, millä keinolla valmistuskulut on saatu alhaiseksi. (Klein 2000, 198, 306.)



Samanaikaisesti suuryritykset saattavat käyttää miljardeja euroja markkinointiinsa. Esimerkiksi vaateyritys Leviksen yksittäinen mainoskampanja maksoi 90 miljoonaa dollaria, mutta mainostettavien tuotteiden valmistuskustannukset ovat maailman alhaisimpia. Kun tehtaiden on haastavaa toteuttaa yritysten vaatimuksia tai aikatauluja, ne usein välittävät tuotteet edelleen jopa kymmenelle eri alihankkijalleen, ja nämä saattavat vielä jakaa tilauksia kotityöläisten verkostoille. (Klein 2000, 188–189.) Lopulta on hyvin vaikea sanoa, kuka tuotteen on valmistanut ja minkälaisissa olosuhteissa.

## **2.2 Kuluttajien vaatimukset**

Kuluttajien suosimien halpayritysten myötä markkinoille ovat tulleet halvat hinnat ja nopeat trendit, ja tekstiili- ja vaatealan yritykset ovat yhä enemmän kiinnostuneita kuluttajien valinnoista. Kotimaiset yritykset tilaavat tuotteensa halvan työvoiman maista, ja usein jopa 80 % tuotteen hinnasta jää Suomeen. (Moilala 2006, 4–5.) Suurten yritysten tavoitteena on usein pitää tuottajien ja kuluttajien todellisuudet mahdollisimman erillään. Puhutaan yhdestä maailmasta, mutta jakautuminen on jyrkkä ja kuluttajia varjellaan tuotantoelämän todellisuudelta. (Klein 2000, 314.)

Yrittäjät ovat vastuussa sekä tilivelvollisia toiminnastaan. Tuotteiden valmistajien nimet ja sijainnit tulisi olla raportoituna julkisesti myös kuluttajille asti, ja tuotannon tulisi olla läpinäkyvä kaikille tahoille. Avoimuus sekä vastuuntunto työntävät kestävän kehityksen liikettä voimakkaasti eteenpäin. Kuluttajatietoisuudella voidaan herättää tunnetiloja ja toimintaa: kuluttajien ärtymys voi käynnistää kasvaessaan laajoja vastarinta-aaltoja ja poliittisia liikkeitä yrityksiä kohtaan. (Hethorn & Ulasewicz 2008, 83; Klein 2000, 170; Moilala 2013, 144.)

Moni kuluttaja pohtii kysymystä: ”Mitä voi sitten ostaa ja mistä?” Jotkut yritykset markkinoivat itseään ekologisena ja eettisenä, mutta toimivat kyseenalaisesti. Toiset yritykset jäävät kiinni rikkeistään, ja saattavat joutua boikotoiduiksi, kun

samanaikaisesti toinen yritys toimii samalla tavalla, mutta on hyväksytty ja kuluttajien kannattama. Yritysten parantaessa toimintatapojaan ne myös saattavat palata takaisin lähtöpisteisiinsä. Esimerkiksi yrityksen jättäessä tehtaansa eettisiä syistä se saattaa palata edelliselle tehtaalleen, jonka on aiemmin jättänyt samoista syistä. (Klein 2000, 326–327; 391.)

Kuluttajien tietoisuuden lisääntyessä ja asenteiden muuttuessa olisi keskeistä tuoda toisenlaisia vaihtoehtoja lähemmäksi kuluttajaa. Eettistä designia tuottavien yritysten tuotteiden olisi hyvä olla yhtä helposti myynnissä ja saatavilla kuin muut tuotteet. Toisaalta pystyykö eettinen brändi panostamaan brändin ilmeeseen, myyntiin ja markkinointiin riittävästi valmistuskustannusten ollessa korkeammat? Internet-aikakausi tarjoaa yrityksille aivan uudenlaisia ja helpompia mahdollisuuksia levittäytyä. Asiakkaan aktiivisuus ja yhteydenotot vastuuttomasti toimivaa yritystä kohtaan voivat saada myös paljon aikaan. Erilaiset kampanjat ja kaupankäynti voivat opettaa kuluttajia niin, että he osaavat päivittäisten valintojensa kautta edistää kestävästä kehityksestä. Kun tehdään kestävästä kehityksen mukaisia tekoja, niistä alkaa muodostua tapoja, ja nämä tavat ovat avainasemassa muutoksessa. (Hethorn & Ulasewicz 2008, 85, 93.)

Kulutus on onneksi viime vuosina mennyt toiseen suuntaan. Ollaan yhä enemmän kiinnostuneita siitä, kuka tuotteen on valmistanut ja missä. Ihmiset hakevat kokemuksia ja tarinoita tuotteiden rinnalle. Nykyajan valveutuneet kuluttajat haluavat ostaa lisäarvoa tuotteen mukana. (Apuu kastittomien kyläyhteisöön Intiassa 2011.) Tuotteiden alkuperä ja yhteiskunnallinen yrittäjäyys kiinnostavat kuluttajia. Kriittinen kuluttaminen yhdistää erilaisia asiakasryhmiä. (Finnpartnership 2011; MI > UK 30.9.2014.) Uskon, että tämä tulee lisääntymään entisestään, mutta pystyykö se kokonaan syrjäyttämään nopeaa halpaa kulutusmuotia?

### 2.3 Suunnittelijoiden haasteet

Jotta voisimme luoda kestäviä tuloksia, meidän täytyy aloittaa kritisoimalla omaa työtämme - katsoa arvioiden tapaa, jolla suunnittelemme ja sitä, kuinka käytäntömme parhaiten palvelisi samanaikaisesti silti kuluttajien toiveita. Designilla on valtaa ja voimaa muuttaa ihmisten havaintokykyä, toimintoja ja ajatusmalleja. Suunnittelijoilla on vastuu muuttaa omaa ajatteluaan ja laittaa ideat käytäntöön, jotta tätä voimaa voidaan hyödyntää. (Hethorn & Ulasewicz 2008, 54–55.)

Kuinka paljon suunnittelija pystyy vaikuttamaan sosiaalisen vastuun haasteisiin? Suunnittelijana suurissa yrityksissä ei pysty vaikuttamaan tuotantokysymyksiin. Yrityksen johtajat päättävät niistä, eikä yksittäisellä suunnittelijalla välttämättä ole tarkempia tietoja tuotantoasioista. Suurissa tekstiili- ja vaatealan yrityksissä on usein palkattuna erillistä henkilökuntaa, esimerkiksi nimikkeellä yhteiskuntavastuupäällikkö, joka vastaa kestävästä kehityksestä käytännössä. Yksittäinen suunnittelija voi tehdä kuitenkin aloitteen yrityksessä. Suunnittelija pystyy vaikuttamaan yrityksen sisällä, jos yrityksen johto haluaa ottaa sosiaalisen vastuun tosissaan ja luoda oikeudenmukaisen hankintapolitiikan. Yrityksellä tulee olla hankintapolitiikka, jossa otetaan ostotoiminnan vastuu huomioon. Yrityksen sisällä suunnittelijalla voi olla myös mahdollisuus vaikuttaa esimerkiksi eettisempiin materiaalivalintoihin. (OM > UK 9.11.2014.)

Silloin kun tekstiili- ja vaatesuunnittelija työskentelee pienyrittäjänä ja toimii itse sisäänostajana, pystyy hän omien arvojen ja tavoitteidensa mukaisesti suunnittelemaan toimintansa hyvinkin perusteellisesti. Pienyrityksen arvot ja tavoitteet määräävät tuotantopaikan ja materiaalien valinnat.

### 3 MITÄ ON SOSIAALINEN VASTUU?

Sosiaalista vastuuta määritellään useilla erilaisilla käsitteillä, jotka ovat hyvin lähellä toisiaan. Triple vai bottom line (TBL) -käsitettä käytti ensimmäistä kertaa John Elkington vuonna 1994. (Triple bottom line 2009.) Triple bottom line -ajattelun mukaan kestävä kehitys voidaan jakaa kolmeen pääpilariin: taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen. Nämä ovat kaikki painoarvoltaan ja tärkeydeltään samanarvoisia. Triple bottom linen mukaan yrityksen tai hankkeen tulisi sisältää toimintaansa nämä kolme pääpilaria, ja yrityksen tai hankkeen kehitystä tulisi voida mitata näiden osa-alueiden kautta. (Chick & Micklethwaite 2011, 92–93.)

Sosiaalinen ihmispääomavastuu keskittyy ihmisarvoista kiinni pitämiseen, reiluihin ja hyvää tekeviin tuotantokäytäntöihin sekä huomioi tehtaan alueella olevaa yhteisöä ja ihmisiä. Yrityksiä valvotaan, että ne tarjoavat turvallisen työympäristön, kohtuulliset työajat ja maksavat palkkaa oikeudenmukaisesti. Myös terveydenhuollosta, koulutuksesta ja yleisestä yhteisön hyvinvoinnista tulee huolehtia. Ympäristövastuupääoma Triple bottom line -mallissa tarkoittaa kestäviä ympäristökäytäntöjä. Yrityksen tulisi kehittää tuotteita ja palveluita, jotka eivät ole ympäristölle tuhoisia tai haitallisia, kasvattaa elinkaariajattelua ja pienentää tuotteen tai palvelun ekologista jalanjälkeä. Taloudellisessa pääomassa voitot ihmisiä ja luontoa koskevissa asioissa tulisi olla laskettavia hyötyjä, joita tulisi tavoitella. (Chick & Micklethwaite 2011, 92–93.)

Sosiaalinen vastuu (Social responsibility / Corporate social responsibility) -termi ilmestyi ensimmäistä kertaa liiketalouden kirjallisuuteen vuonna 1950, jolloin Howard Bowen käytti sitä. Bowenin luoman termin mukaan velvollisuus on tavoitella sellaisia toimintaperiaatteita ja menetelmiä, ja tehdä sellaisia päätöksiä ja toimia niin, että päämäärä objektiivisesti kohtaan on hyvä, ja toimia niin, että vaalitaan ja arvostetaan yhteiskuntaa ja sen jäseniä. (Dickson 2009, 28.) Liiketalouden professori Arthur Carroll kehitti määritelmää yhteiskuntavastuu (Corporate social responsibility) vuonna 1970. Sen mukaan yrityksen toimintaan

tulisi sisältyä eettinen osatekijä, joka liittää ja yhdistää yrityksen vastuullisuuden yhteiskunnan odotuksiin. (Hethorn & Ulasewicz 2008, 31.)

Sosiaalinen yrittäjyys (Social entrepreneurship) -termi on levinnyt laajalle sekä yksittäisten tahojen että yritysten käyttöön. Sosiaaliset yrittäjät etsivät uusia strategioita auttaa yhteiskuntaa. Nämä strategiat voivat sisältää sekä hyväntekeväisyyteen liittyviä lahjoituksia että yksittäisiä pääomasijoituksia. (Hethorn & Ulasewicz 2008, 34–35.) Sosiaaliset yrittäjät ovat ihmisiä, jotka väsymättä tavoittelevat visioitaan asioista, joiden heidän mielestä tulee muuttua, eivätkä he luovuta ennen kuin muutoksia tapahtuu. Sosiaalinen yrittäjyys voi alkaa yksittäisistä henkilöistä, ryhmistä, tiimeistä, yrityksistä tai yhteisöistä, jotka liittyvät yhteen luodakseen kaavoja rikkovaa muutosta sosiaalisiin ongelmiin, joita erilaisissa yrityksissä sekä hallituksissa on. Sosiaaliset yrittäjät vaativat vanhojen tapojen, mallien ja näkökulmien muuttamista. Sosiaalisen yrittäjyyden tutkija David Bornstein kuvaa nykyaikaista sosiaalista yrittäjyyttä maailmaa muuttavana voimana. (Hethorn & Ulasewicz 2008, 34–36.)

Sosiaalisessa yrittäjyydessä ei ainoastaan ole halu saada jotain tehdyksi, vaan halu olla mukana saattamassa prosessia tehdyksi. Todellisia esteitä ja epäonnistumisia kohdataan, koska kaavoja on vaikea rikkoa. Sosiaaliset yrittäjät ovat muutoksen vaikuttajia. He ovat ihmisiä tai yrityksiä, jotka tunnistavat, luovat ja tavoittelevat uusia kestäviä ratkaisuja. Heillä on tapana toimia rohkeasti, ja samalla sovitellen ja oppien. Sosiaalisilla yrittäjillä on kasvanut vastuun ja velvollisuuden tunne. (Hethorn & Ulasewicz 2008, 34–35.)

### **3.1 Ruggien periaatteet**

YK:n liike-elämää ja ihmisoikeuksia koskevat periaatteet, joita kutsutaan Ruggien viitekehukseksi, esiteltiin vuonna 2011. Nimi tulee YK:n pääsihteeri Kofi Annanin nimittäneen työryhmän johtavan professorin John Ruggien mukaan. Ruggien periaatteiden mukaan kaikilla yrityksillä on velvollisuus kunnioittaa ihmisoikeuksia tuotantoketjuissaan. Länsimaisten yritysten tulisi

tehdä alihankkijoidensa tehtailla ihmisoikeusvaikutusten arviointeja ja korjata epäkohtia, ja näin estää ihmisoikeusrikkomuksia. Ruggien periaatteiden tehtävä on selkiyttää yritys vastuun eri osapuolten velvollisuuksia. (Härri & Moilala 4–6, 2014.)

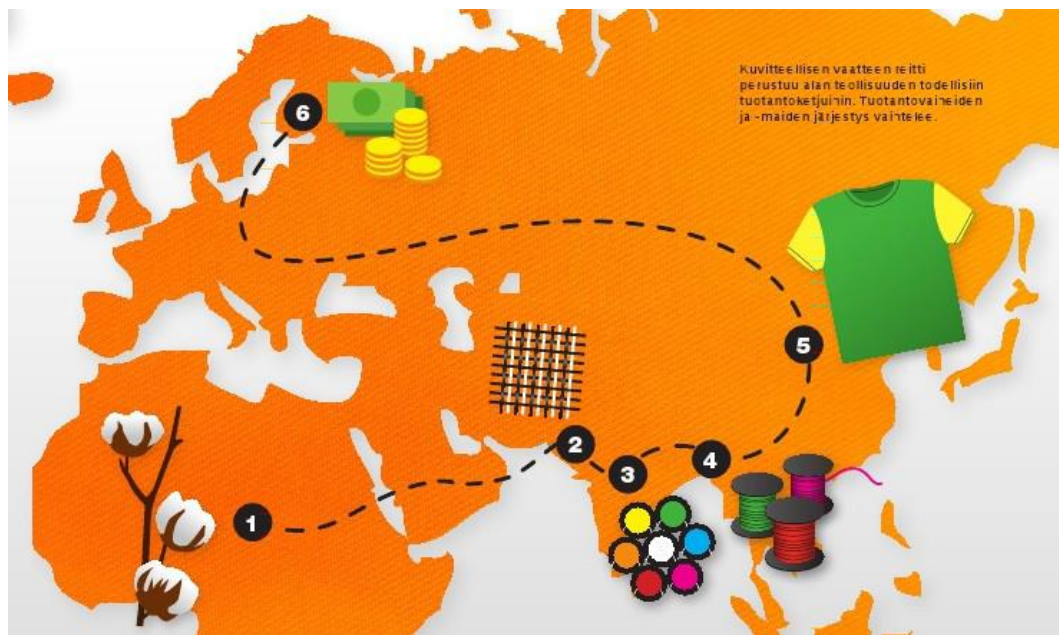
Ruggien periaatteet koostuvat kolmesta eri pääpilarista. Ensimmäisen pilarin mukaan päävastuu ihmisoikeuksien toteutumisesta on valtiolla, jolla on velvollisuus suojella ihmisiä yritysten ja muiden tekemiltä loukkauksilta säätämällä lakeja. Toisen pilarin mukaan yritykset ovat vastuussa ihmisoikeuksien kunnioittamisesta. Yritysten tulee pitää huolta, ettei heidän toimintansa lisää tai myötävaikuta ihmisoikeusloukkauksia. Lisäksi niiden tulee yrittää estää tai lieventää ihmisoikeusloukkauksia kartoittamalla tuotantonsa ihmisoikeusvaikutuksia sekä -riskejä, sekä pyrkiä parantamaan epäkohtia. Yritysten tulee lisäksi raportoida, kuinka ne varautuvat ihmisoikeusloukkausten varalle. Kolmannen pilarin mukaan valtiot ovat vastuussa lakien sekä oikeuskäsittelyjen kautta, että ihmisoikeuksien rikkojat tuomitaan asianmukaisesti, ja uhrit saavat korvauksia. Yritysten tulee hyvittää korvauksia uhreille. (Härri & Moilala 6, 2014.)

Ruggien periaatteet ovat saaneet laajaa tukea kansainvälisesti. Suomessa hyväksyttiin syksyllä 2014 Ruggien periaatteiden kansallinen toimeenpanosuunnitelma, jossa on muun muassa kohta lainsäädäntö selvityksestä, jolla selvitetään yritysten ihmisoikeusvastuun nykytila sekä tehdään konkreettisia muutosesityksiä. (Härri & Moilala 6, 2014.)

### **3.2 Sosiaalisen vastuun haasteet**

Tekstytuotteen tuotannon kiertokulku on pitkä ja monimutkainen. (kuva 2.) Afrikassa viljelty puuvilla voidaan kehrätä ja kutoa Pakistanissa, värjätä Intiassa, ommella vaatteiksi Bangladeshissa ja viimeistellä ja pakata Kiinassa. (Puhtaat vaatteet 2012, 4.) Jokainen tuotannon kierron vaihe saattaa sisältää useita eri

alihankkijatahoja, jolloin tuotantoketjun läpinäkyvyyden muodostaminen on entistä vaikeampaa. Kuvaan sosiaalisen vastuun haasteita aineiston saatavuuden vuoksi erityisesti vaatealan ompelimoissa työntekijöihin kohdistuvista epäoikeudenmukaisuuksista Aasiassa. Myös joissain Euroopan maissa voi olla yhtä huonot työolosuhteet kuin Aasiassa. Euroopan tuotannon riskimaiksi on lueteltu esimerkiksi Albania, Bosnia-Hertsegovina, Georgia, Kosovo ja Ukraina. (Härri & Moilala 28, 2014.)



Kuva 2. Tekstytuotteen kiertokulku. (Puhtaat vaatteet 2012.)

Tekstiili- ja vaatealateollisuuden tuotannon tehdastyöläisten yleisistä ongelmista keskeisimpiä työssä ovat: pakkotyö, ylenmääräiset työtunnit, syrjintä ja työpaikkakiusaamiset, terveys- ja turvallisuusvaarat työssä, psyykinen ja fyysinen hyväksikäyttö, tietämättömyys työntekijän oikeuksista ja puute työntekijän edustuksesta johdon neuvotteluissa. (Dickson 2009, 6.)

Työympäristön haasteita on lukuisia. Puhtaat vaatteet -järjestön vuonna 2012 laatimassa kampanjaoppaassa kuvataan tekstiilitehtaiden työoloja seuraavasti: ”Työympäristöt ovat karuja, valaistus ja ilmasto ovat huonot, lämpötila on kuuma ja ilma on täynnä puuvillasta irtoavaa mikroskooppisen pientä kuitua, jota työntekijät hengittävät. Työntekijöillä ei ole asianmukaista suojaruustusta,

vaikka tuotannossa käytetään paljon ihmisen terveydelle vaarallisia myrkkyjä. Erityisesti kankaiden valkaisussa ja värjäyksessä käytetään vahvoja kemikaaleja, jotka ovat vaarallisia sekä luonnolle että ihmiselle. Erityisesti puuvillan käsittelyssä vapautuu usein myrkkyjä, joita puuvillapeltoon on ruiskutettu. Myös näiden myrkkujen hengittäminen on vahingollista. Myös hätäuloskäynnit tehtaissa ovat puutteellisia, tai ne eivät ole käytössä”. (Puhtaat vaatteet 2012, 6.)

Työpäivät ovat tyypillisesti todella pitkiä, keskimäärin 80 viikkotuntia. Työnantajat perustelevat ylipitkiä työaikoja sillä, että työntekijät haluavat tehdä paljon töitä. Työntekijän on pakko tehdä mahdollisimman paljon töitä, koska peruspalkka ei riitä elämiseen. Toinen syy ylipitkiin työaikoihin on tehtaiden tilaukset, jotka ylittävät tehtaan kapasiteetin. Tehtailla ovat epävarmoja seuraavista tilauksista, ja siksi ne ottavat mielellään kerralla suuria tilauksia. Näin ollen työntekijät saattavat joutua tekemään yli 20 tunnin työpäiviä. (Puhtaat vaatteet 2012, 6–7.) Työtahti on kova ja taukojen pitäminen vähäistä, jopa wc:ssä käynti saatetaan kieltää. (Puhtaat vaatteet 2012, 6.) Finnwatch:in vuonna 2012 tekemässä haastattelussa käy myös ilmi, että moni työntekijä välttää juomista wc-käynnin välttämiseksi. (Kakuli, Risberg, Vartiala, Nahar, Gunnesson 2012, 29.)

Palkanmaksu työstä on alhainen, eivätkä työntekijät pysty selviämään sillä. Siksi toive saada ylityötunneista enemmän ansiota on jatkuvaa. (Dickson 2009, 5–6.) Useat tekstiili- ja vaateyritykset vaativat sosiaalisen vastuun ohjeistoissaan, että työntekijöille maksetaan vähintään kyseisen maan minimipalkka. Useiden valtioiden minimipalkat ovat kuitenkin niin alhaisia, etteivät ne riitä elämiseen. (Puhtaat vaatteet 2012, 8.) Elämiseen riittävä palkka on keskeinen ihmisoikeus, joka mahdollistaa toteutuessaan myös muiden oikeuksien toteutumisen tai niiden puolesta taistelemisen helpottumisen. (Härri & Moilala 7, 2014.) Elämiseen riittävällä palkalla tarkoitetaan palkkaa, jolla nelihenkinen perhe pystyy elämään. Erityisesti minimipalkat Aasiassa eivät ole lähes koskaan elämiseen riittävällä tasolla, vaan ne pitäisi vähintäänkin



kolminkertaistaa. (Härri & Moilala 8, 2014.)

Väärennetyt palkkakirjanpidot sekä kaksoiskirjanpito on yleistä. (Kakuli ym. 2012, 13.) Keskimääräisesti lasketaan, että esimerkiksi yhden vaatekappaleen myyntihinnasta menee 0,5-5 prosenttia työntekijöiden palkkoihin. (Kakuli ym. 2012, 13.) Valtion määräämän minimipalkan tulisi olla sellainen, joka riittää elämiseen; Ruokaan, asumiseen, vaatteisiin, sairaanhoitoon, koulumaksuihin sekä myös pienen rahasumman laittamisen säästöön. Tällaisen palkan ansaitsemiseen pitäisi olla inhimilliset työajat ja olosuhteet. (Puhtaat vaatteet 2012, 8.) Vaikka suurin osa tehdastyöläisistä on naisia, saavat naistyöntekijät usein keskimäärin vähemmän palkkaa kun miestyöntekijät. Lisäksi naisten tulee luovuttaa palkka aviomiehelleen tai lähettää maaseudulla asuvalle perheelleen. (Kakuli ym. 2012, 14.) Mielenosoitukset, joissa vaaditaan palkkojen nostamista ovat yleisiä, ja ne ovat vaatineet myös kuolonuhreja. Kehitysmaiden valtiot pelkäävät palkkojen noston vaarantavan maidensa talouden, koska kilpailevissa naapurimaissa on samat palkkatasot. Siksi jotkut valtiot ovat määränneet poliisit nujertamaan mielenosoitukset. (Kakuli ym. 2012, 11.)

Työntekijöillä ei ole usein tietoa omista oikeuksistaan eikä työnantajalle kuuluvista velvollisuuksista. He eivät myöskään tiedä, mitä lakeja heidän työpaikallaan rikotaan. Useat tehtaas eivät myöskään maksa valtiolle työntekijöiden hyvinvoinnin edistämiseen tarkoitettuja summia. Suurin osa työntekijöistä ei kuulu ammattiliittoon, koska ammatillinen järjestäytyminen on vaikeaa. Työolojen parantamista yrittävät työntekijät joutuvat usein vaikeuksiin ja heidät voidaan erottaa. Lisäksi se voi olla jopa hengenvaarallista. (Dickson 2009, 5–6; Puhtaat vaatteet 2012, 5.)

Nuori ikä sekä lapsityövoiman käyttö on tyypillistä tehtaissa. Työntekijät ovat yleisimmin 15–25 -vuotiaita naisia erilaisista taustoista, eikä heillä ole minkäänlaista alaan liittyvää koulutusta. Tehtaalla on usein vain pieni pääoma ja tuotantovälineet, sekä paljon kouluttamatonta nuorta työvoimaa. (Dickson 2009, 5–6.) Länsimaihin tuotavien tekstiili- ja vaateteollisuuden tuotannossa

lapsityövoiman käyttö on vähentynyt. Tuotantomaiden kotimaisissa tuotannoissa käytetään kuitenkin lapsityövoimaa yleisesti. Länsimaihin tuoduissa tuotteissa lapsityövoimaa esiintyy enemmän tekstiilituotteen tuotantoketjun muissa vaiheissa, kuten puuvillan ja silkkimateriaalien tuotannoissa. Raakamateriaalin tuotannon osia on vaikeampi kontrolloida, koska eri vaiheet sisältävät myös useita alihankkijoita. (Puhtaat vaatteet 2012, 7.)

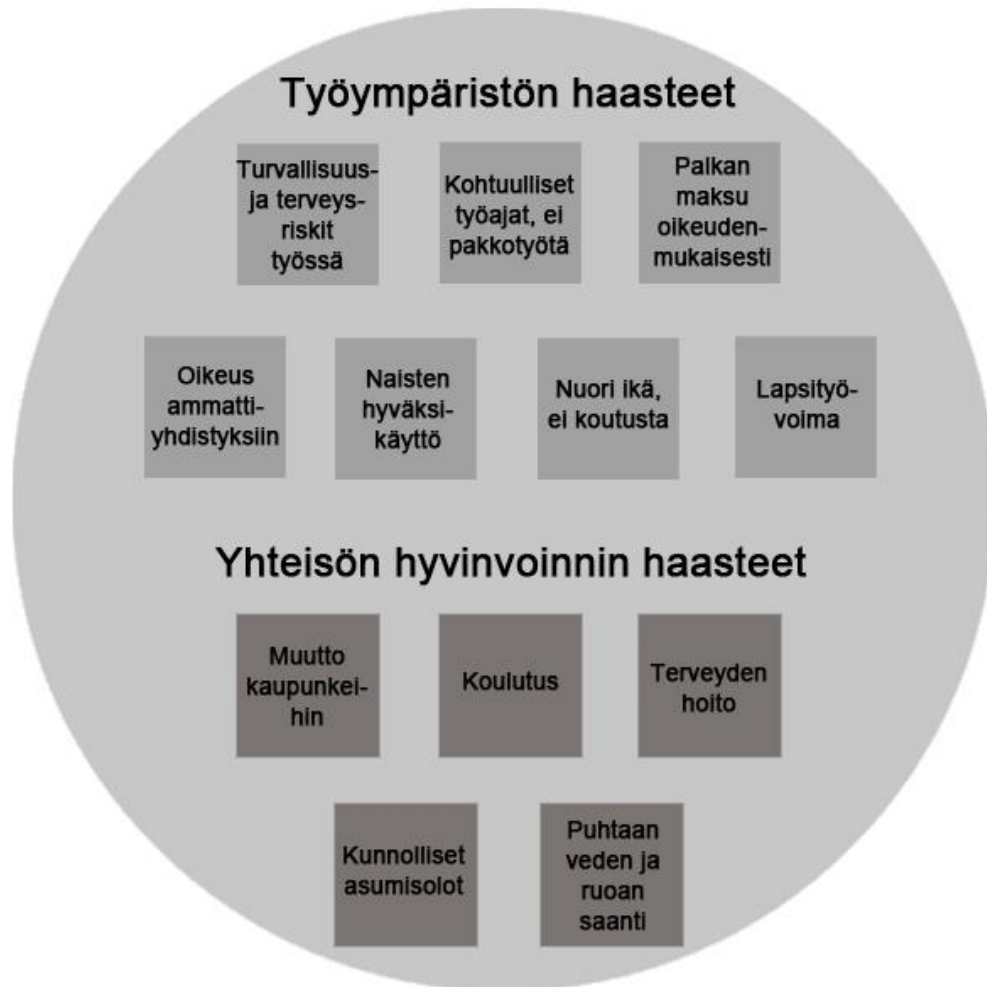
Maailman Kuvalehden artikkelissa *Boikotointi ei yleensä paranna lapsityöläisten asemaa* kuvataan lapsityöntekijöiden yleisiksi terveyshaitoiksi rampautuneet jäsenet, vaurioituneen kuulon, häiriintyneen kasvun sekä lisääntyneen sairastumisalttiuden. Usea lapsi myös menehtyy työssään. Pakistanin matonkutojalapsista puolet kuolee ennen 12. ikävuottaan. Lapsityövoimaan turvaudutaan, koska vanhemmat eivät ansaitse tarpeeksi. Lasten palkan osuus perheen tuloista saattaa olla neljännes, siksi voi olla vaikea luopua siitä. Luonnollisesti lapsityövoima estää lasten mahdollisuuden koulunkäyntiin sekä parempaan tulevaisuuteen. Toisaalta kouluista on puutetta, tai opetuksen taso on huono ja koulurakennukset ovat surkeita. (Honkonen 2002; Puhtaat vaatteet 2012, 7.) Kuitenkin boikotointi ja lasten poistaminen työpaikoilta usein vain pahentaa tilannetta. Maailman Kuvalehti kuvaa tilannetta vuodelta 1994, jossa tuhansia lapsia poistettiin Bangladeshin vaateteollisuudesta. Lapsilla ei ollut kouluja tai paikkaa minne mennä, ja niin he joutuvat entistä vaarallisempiin töihin, kuten prostituoiduiksi. (Honkonen 2002.)

Kehitysmaissa monet maaseudulla asuvat ihmiset joutuvat jättämään kotinsa, perheensä ja sukulaisensa, ja muuttamaan kaupunkeihin paremman toimeentulon perässä. Työntekijät muuttavat tehdasalueille työn toivossa pitkien matkojen takaa, jopa maiden rajojen yli. (Dickson 2009, 5–6.) Finnwatch'in mukaan naisten hyväksikäyttö on keskeinen tekijä tekstiiliteollisuuden menestykselle. Naiset ovat Bangladeshin merkittävimmän, miljardeja tuottavan teollisuudenalan selkäranka, mutta eivät silti pysty elämään taloudellisesti tai sosiaalisesti turvautusti. Naisten oikeuksia rikotaan jatkuvasti ja seksuaalinen

ahdistelu on yleistä. Naiset joutuvat elämään usein myös erossa lapsistaan, jotka on jätetty asumaan maaseudulle ajan ja rahan puutteen takia. Lisäksi työmatka on vaarallinen kulkea lasten kanssa, ja tehtaiden hoitopaikoilla lapset altistuvat kemikaaleille. (Kakuli 2012, 4, 16, 22; Puhtaat vaatteet 2012, 5.)

Tehdastyöläisten asumisolot ovat usein surkeat. Asunpaikka, keittiö ja wc jaetaan muiden perheiden kanssa ja vedensaanti voi olla vaikeaa. Jonottaminen keittopaikoille, suihkuun ja wc:hen on yleistä. Asuinoloissa on myös sähköongelmia sekä monsuunisateet vaikeuttavat asumisoloja entisestään. Puhdas ja turvallinen juomavesi ja sanitaatio ovat jokaisen ihmisen perusoikeuksia. Näiden puute estää monien muiden oikeuksien toteutumisen ja vaikuttaa merkittävästi ihmisten terveyteen. Yleisimpiä työntekijöiden keskuudessa esiintyviä terveysongelmia ovat uupumus, aliravitsemus, vatsakivut, kuume, seksitaudit ja virtsatien tulehdukset. Kuitenkaan heillä ei ole aikaa käydä lääkärissä. Lisäksi moni työntekijä nukkuu vain 3-4 tunnin yöunia. Finnwatch:in vuonna 2012 tekemässä Bangladeshin naistehdastyöläisten haastattelussa käy ilmi, ettei naisilla ole tarpeeksi tietoa kuukautisista eikä heillä ole varaa edes hygieenisiin kuukautissuojiiin. (Kakuli ym. 2012, 16, 27–28.)

# Sosiaalisen vastuun haasteet



Kuva 3. Sosiaalisen vastuun yleisemmät haasteet

Olen rajannut aineiston pohjalta kuvassa (kuva 3.) näkyvät tekstiili- ja vaatealan työympäristöä koskevat yleisimmät haasteet, sekä tehtaan tai työympäristön alueen ihmisten ja yhteisön hyvinvointiin liittyvät haasteet.

### 3.3 Mahdoton muutos?

Ymmärrys siitä, että jotain on tehtävä suojellakseen ihmisiä ja luontoa tekstiili- ja vaateyritysten tehtaissa on kasvanut. Kuitenkin moni perustelee oloja kehitysmaissa seuraavanlaisilla väittämillä: Työpaikat ovat askel kehitykseen.

Nämä työpaikat ovat parempi kuin ei mitään, ja ne voivat auttaa valtiota kehittämään tulevaisuudessa. Verrattuna eri maiden taloudellisiin eroihin, monet kansainväliset yhtiöt maksavat parempaa palkkaa kun jossain muissa töissä. (Dickson 2009, 22–23.)

Sosiaalinen vastuu nähdään yrityksinä suojella länsimaiden jäljellä olevaa omaa tuotantoa: Länsimaiset arvot työnteosta ja lapsuudesta ovat erilaiset kuin muualla maailmassa. Länsimaalaiset brändit tai jälleenmyyjät eivät omista tehdasta, ja yksittäisen asiakkaan on mahdoton ratkaista maantieteellisesti kaukana sijaitsevan tehtaan ongelmia, jolla on lukuisia asiakkaita. (Dickson 2009, 22–23.) Maksaa todella paljon kehittää tehdasta, jos brändin täytyy noudattaa tiukempia tehdaskäytäntöjä tuotteiden jälleenmyyntihintojen tulee nousta. Yhteistyö tehtaiden, valtion, ammattiliittojen, ja kansalaisliittojen kanssa että he maksaisivat työntekijöille perus elämiseen tarvittavaa palkkaa tuntuu liian kunnianhimoiselta toteuttaa, kulttuurierojen ollessa suuret ja työnantajien ollessa epärehellisiä kaikin tavoin palkkaukseen liittyvissä käytännöissä. Eri kansalaisjärjestöjen, järjestöjen ja tekstiili- ja vaatetus yritysten esimerkit ja vastaiskut haastavat kuitenkin edellä mainittuja väitteitä. (Dickson 2009, 22–23.)

## 4 SOSIAALISEN VASTUUN EDISTÄMISEN KEINOJA TEKSTIILI- JA VAATEYRITYKSISSÄ

Usein luullaan että suurten monikansallisten yhtiöiden toiminta aiheuttaa kaikista pahimpia ihmisoikeusloukkauksia, kuitenkin monilla pienillä yrityksillä ei ole mahdollisuutta valvoa tuotantoa millään tavalla. (Honkonen 2002.) Suurilla ulkomaisilla yrityksillä jo niiden koko ja taloudellinen pääoma mahdollistavat kattavat vastuumekanismit. Monet suomalaiset yritykset puolustavat pienellä koolaan, ettei heillä ole mahdollisuuksia vastuullisuusjärjestelmiin. Vastuullisuus ei kuitenkaan saisi olla kiinni yrityksen koosta. Pieni yritys voi yhtälailla valita hyvät tavarantoimittajat ja tiedottaa avoimesti vastuustaan ja hankinnoistaan. Pienemmät yritykset voivat myös ottaa mallia suurten yritysten toimintatavoista. (Moilala 2013, 83; Muurinen 2013.)

Vaikka brändiyritys olisi aktiivinen sosiaalisen vastuullisuuden edistämisessä, se ei kuitenkaan näy välttämättä tehtaalla. Epäoikeudenmukaisuudet työntekijöitä kohtaan ovat jatkuvia. Brändiyritysten menestys ja tehdastyöntekijöiden palkat ja olosuhteet ovat jatkuvasti totaalisisessa ristiriidassa. Lisäksi vastuullisuuden tasoista ollaan eri mieltä. Yritykseltä vaaditaan tiukkaa vastuullisuutta, joka voidaan myös toteuttaa käytännössä. (Moilala 2013, 109–112.)

Yritykset ajattelevat vastuuta usein vain liiketoimintana eikä köyhyyden ja epäoikeudenmukaisuuksien vähentämisenä. Järjestöjen ja ammattiliittojen päämottiivi sen sijaan on epätasa-arvojen poistaminen. (Moilala 2013, 106.) Sosiaalisen vastuun eri muotoja on vaikea kuvata prosesseina, tarkastuksissa voidaan havaita helposti terveys- ja turvallisuusasioita, kuten palosammuttimien puute, työntekijöiden alhainen ikä tai pakkotyön eri muotoja. Kyse on kuitenkin ihmisistä, jotka voivat valita, miten toimivat, ja vastuu muutoksesta jää luottamushenkilölle. Ajaako hän työntekijöiden oikeuksia vai onko tehtaan johdolla suurempi vaikutusvalta? Tehtaat läpäisevät tarkastukset liian helposti eikä ulkopuolinen tarkastaja pääse tarpeeksi lähelle todellisuutta. Tehtaan johdon puolelta salailu,

valehtelu ja asiakirjojen, kuten työtuntilistojen, väärentäminen on yleistä. (Bilton 2013; Moilala 2013, 107.)

Yritysvastuun toimenpiteet saattavat myös olla jopa negatiivisia. Tehtaassa epäoikeudenmukaisuutta huomattaessaan brändiyritys katkaisee usein tilaussuhteet sen sijaan, että auttaisi tehdasta parantamaan työolosuhteita. Lisäksi brändiyritys voi itse vaikuttaa tehtaan olosuhteisiin ostokäytännöillään sanelemalla tiukkoja ehtoja tilausten yhteydessä. (Moilala 2003,108–109).

Tilaaajien ostokäytännön vastuullisuus on keskeisintä. Monien yritysten vastuullisuuden tarkastukseen eivät kuulu hankinnat. Hankintojen oikeanlaiset määrät ja pitkät suhteet tietyn tehtaan kanssa edistävät vastuullisuutta. Usein brändiyritys syyllistyy hintojen tinkimiseen, tiukkojen toimitusaikojen saneluun ja viimehetken muutoksiin, jotka vaikeuttavat olosuhteita tehtaalla. (Moilala 2013, 123–125.) Lisäksi yritys on vastuussa paitsi omasta toiminnastaan, myös koko tuotantoketjusta ja siitä, millä tavoin sen alihankkijat tuottavat tuotteitaan. Molemmissa tapauksissa yrityksillä on velvollisuus vähentää toimintansa kielteisiä ihmisoikeusvaikutuksia. (Kakuli ym. 2012, 20.)

#### **4.1 Vastuujärjestelmät**

Tehtaiden vastuutarkastus on kasvanut nopeasti viime vuosina ja vastuujärjestelmiä on hyvin monenlaisia. Vielä muutama vuosi sitten suurin osa suomalaisista vaatetusalan yrityksistä ei kuulunut mihinkään ulkopuoliseen vastuujärjestelmään. (Moilala 2013, 104–106.) On kuitenkin keskeistä, että päätösvaltaa käyttävät muutkin kuin yritysten edustajat. Eettisillä vastuujärjestelmillä ja yhteistyöverkostoilla on erilaisia tavoitteita, toimeenpanoja ja ohjeistuksia, ja liittyessään jäseneksi yritys sitoutuu noudattamaan ja toteuttamaan niitä. (Puhtaat vaatteet 2012, 10–11.) Vastuujärjestelmien tehtävänä on tarkastuttaa tehtaita ja katsoa, kuinka eri vastuullisuusohjeet toteutuvat. Järjestöt antavat myös yrityksen tehdastarkastuksille uskottavuutta. Ne valvovat myös brändiyrittäjien toimintaa. Monet yritykset tiedottavat vastuujärjestelmästä internet-sivuillaan.

Lisäksi vastuujärjestelmien nettisivuilta saa selville, mitkä yritykset ovat sen listalla. Vastuujärjestelmät jaetaan järjestöjohtoisiin tehtaita tarkistaviin vastuujärjestelmiin sekä yritysjohtoisiin vastuujärjestelmiin. (Moilala 2013, 93.)

Tehtaita tarkastavia järjestöjohtoisia vastuujärjestelmiä on viisi: SA8000-standardi, Fair Wear Foundation, Ethical Trading Initiative, Fair Labor Association ja Worker Rights Consortium. Järjestöjohtoisuudella tarkoitetaan, että päätäntävalta ei ole yksin jäsenenä olevalla yrityksellä, vaan se on jaettu eri toimijoiden kesken, kuten hallituksen, ammattiliiton ja kansalaisjärjestön tai korkeakoulun. (Moilala 2013, 93.) Yritysjohtoisista vastuujärjestelmistä keskeisin on BSCI-järjestelmä. Toinen suomalaisten yritysten käyttämä vastuujärjestelmä on Worldwide Responsible Accredited Production eli WRAP. Yritysjohtoisissa järjestelmissä sen sijaan edellä mainituilla toimijoilla ei ole päätäntävaltaa, vaan järjestelmät ja päätösvallat ovat yritysten keskinäisiä. (Moilala 2013, 93.)

Suhde ulkopuolisiin tarkastuksiin on ristiriitainen, Clean Clothes -kampanjan tutkijan Jeroen Merekin mukaan yritysten itse tehdyillä tarkastuksilla saa paremman kuvan tehtaiden työoloista kuin ulkopuolisilla tarkastuksilla. Järjestöjä on moitittu siitä, että ne ovat pintapuolisia, hitaita, eivätkä ne ratkaise kaikkea. Kuitenkaan brändiyrityksen omat tarkastukset, vaikka ne olisivatkin tarkkoja, eivät anna ulkopuolisille luotettavaa tai todistettavaa kuvaa. Yritysjohtoisia vastuujärjestelmiä on kritisoitu siitä, että ulkopuolisen, työntekijän puolella olevan tahon tulisi tehdä tehdastarkastukset sekä toiminta, jotta se olisi uskottavaa. Siksi omien tarkastusten lisäksi kuuluminen johonkin vastuujärjestelmään on keskeistä. (Moilala 2013, 93, 104–106.) Huhtikuussa 2013 Bangladeshin Rana Plaza -vaatetehtaan romahduksessa kuoli yli tuhat työntekijää. BSCI oli tarkastanut tehtaan, mutta rakennusturvallisuus ei kuulunut BSCI:n tarkastusosalualueisiin. (Muurinen 2013.)

Kansalaisjärjestöt ovat arvostelleet BSCI:tä siitä, ettei se vaadi tehtaita maksamaan työntekijöille elämiseen riittävää palkkaa, vaan vetoaa maiden minimipalkkoihin tai alan keskiarvopalkkaan. Kuinka vastuustrategia näin pystyisi vas-



taamaan työntekijöiden köyhyydestä nouseviin ongelmiin. Usein vuorovaikutuksen puute paikallisen yhteisön kanssa puuttuu kokonaan vastuujärjestelmien strategioista. Pääpaino on tehtaassa ja työntekijöiden oikeuksissa ihmisoikeuksien sijaan. Suurimmalla osalla yrityksistä ei ole tietoa työntekijöidensä elämäntilanteesta, asumisolosta, perherakenteesta, ravitsemuksesta tai terveydentilasta. (Kakuli ym. 2012, 4, 34, 39.)

## **4.2 Kansalaisjärjestöt**

Nykyään kansalaisjärjestöjä on paljon. Kansalaisjärjestöissä yksittäiset ihmiset luovat uusia malleja edistääkseen sosiaalista hyvinvointia, työskentelevät palauttaakseen ja entistääkseen ympäristöä. (Hethorn & Ulasewicz 2008, 36.) Järjestöillä on useita erilaisia hankkeita eri aloilla eri puolilla maailmaa. Avaan tässä luvussa muutamaa tekstiili- ja vaateteollisuuden kannalta merkittävää järjestöä, joiden aineistoja olen käyttänyt tutkimusaineistoina. Kansalaisjärjestöt tekevät tutkimushankkeita sekä käytännön hankkeita, ja heillä on usein mahdollisuus keskittyä paremmin joihinkin tiettyihin yksittäisiin asioihin.

Finnwatch on kansalaisjärjestö, joka tutkii yritystoiminnan globaaleja vaikutuksia. Finnwatch pyrkii edistämään ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti vastuullista liiketoimintaa. Finnwatch osallistuu yhteiskunnalliseen keskusteluun ja pyrkii vaikuttamaan suoraan yrityksiin. (Finnwatch 2014.) Finnwatch tutkii suomalaisten ja Suomessa toimivien yritysten toiminnan vaikutuksia kehitysmaissa. Yritysten toiminta ei saisi olla ristiriidassa yhteiskunnan arvojen kanssa. Finnwatch seuraa yritysten vastuullisuuslinjauksia, ja tutkii, noudattavatko yritykset niitä maamme rajojen ulkopuolella. He tekevät ja teettävät selvityksiä yritysten toiminnoista, ja osallistuvat niiden pohjalta yhteiskunnalliseen keskusteluun. Lisäksi he tiedottavat kuluttajille yritysten toiminnan vaikutuksista. Finnwatchin tavoitteena on kannustaa yrityksiä muutokseen. He pyrkivät myös vaikuttamaan Suomen ja EU:n yritys vastuupolitiikkaan. (Finnwatch 2014.) Finnwatch-järjestö toimii yhdessä kahdeksan kehitys-, ympäristö-, ja ay-järjestön kanssa: Suomen

luonnonsuojeluliitto, Solidaarisuus, Eettisen kaupan puolesta Eetti ry, Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASK, Attac, Kirkon Ulkomaanapu, Kepa ja Maan ystävät. (Vartiala & Lampela 2013, 2.)

Clean Clothes -kampanja on kansainvälinen vaatteiden tuotannon vastuullisuutta ajava kampanja, joka tunnetaan Suomessa Puhtaat vaatteet -nimisenä järjestönä. Kansainvälinen Clean Clothes aloitti toimintansa vuonna 1989. Verkosto toimii 15 Euroopan maassa ja sen kansainvälinen sihteeristö on Amsterdamissa. Suomessa Puhtaat vaatteet -kampanja on toiminut vuodesta 2010. (Moilala 2013, 25.)

Puhtaat vaatteet -kampanja haluaa puuttua vaateeteollisuuden ongelmiin ja epäkohtiin tuoden näitä julkisuuteen, ja näin luoden painetta yrityksiin kannustaen heitä toimimaan vastuullisemmin. Yritysten ja jälleenmyyjien tulisi turvata työntekijöidensä oikeudet ja vaatia samaa myös alihankkijoiltaan. Lisäksi yritysten tulee lisätä tuotannon läpinäkyvyyttä. Puhtaat vaatteet -kampanja kannustaa myös kuluttajia vaatimaan yrityksiltä eettistä tuotantoa. Suomen valtion ja kuntien päättäjien tulisi myös ottaa huomioon työntekijöiden oikeudet julkisissa hankinnoissaan. (Puhtaat vaatteet 2012, 14–15.) Kampanjan taustavoimina on järjestöjä, ammattiliittoja ja kirkon organisaatiota, Changemaker, Luontoliitto, Palvelualojen ammattiliitto PAM, Eettisen kaupan puolesta ry, Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASK, TEAM Teollisuusalojen ammattiliitto, sekä Ammattiliitto Pro. Kyseiset järjestöt ajavat muun muassa köyhyyden vähentämistä, vastuullista kuluttamista ja naisen aseman parantamista. (Moilala 2013, 25; Puhtaat vaatteet 2012, 14–15.)

Kansainvälisellä Clean Clothes Campaign -verkostolla on yli 200 kumppanuusjärjestöä ympäri maailmaa. Kumppanuusjärjestöt auttavat tunnistamaan paikalliset ongelmat, sekä auttavat strategioiden suunnittelussa ja toteuttamisessa. (Puhtaat vaatteet 2012, 12.) Clean clothes -verkosto kuvaa vuoden 2012 kampanjaoppaassaan eettistä malliohjeistoa, joka pohjautuu kansainvälisen työjärjestön ILO:n (International Labour Organization) työelämän perussopimukseen.

Näihin kuuluvat oikeus järjestäytyä janeuvotella työehtosopimuksista, saada elämiseen riittävää palkkaa, turvalliset työolot, ylärajat työaikoihin sekä syrjinnän, pakkotyön ja lapsityövoiman käytön kieltö. (Puhtaat vaatteet 2012, 10.) Työntekijän oikeudet ovat Puhtaat vaatteet -kampanjan lähtökohta. Kampanjan työn periaatteet ovat: Työntekijöiden järjestäytymisoikeus, Ihmisillä on oikeus tietää missä ja miten heidän vaatteensa on tuotettu, ja heitä kannustetaan toimintaan työntekijöiden oikeuksien kunnioittamisen puolesta. Puhtaat vaatteet -järjestö ei yleensä suosittelle boikotteja, vaan kannustaa yrityksiä luomaan pitkäkestoisia sopimuksia. Työntekijät tietävät parhaiten itse omat tarpeensa ja riskit, joita he joutuvat kohtaamaan ajaessaan oikeuksiaan, siksi on neuvoteltava työntekijöiden tai heidän edustajiensa kanssa ennen kuin julkisuuteen tuodaan työntekijöiden oikeuksien rikkomisiin liittyviä kampanjoita. Sukupuolikysymykset tulee ottaa huomioon. Hallitusten tulisi laatia sitovia lakeja, jotka noudattavat ILO:n konventioissa mainittuja standardeja. (Puhtaat vaatteet 2012, 12–13.)

Eetti eli Eettisen kaupan puolesta ry on kansalaisjärjestö, joka edistää oikeudenmukaista maailmankauppaa, kestäviä tuotantotapoja ja vastuullista kuluttamista. Eetin toimintaperiaate on herättää keskustelua ja tietoisuutta globaalin tuotannon ongelmista ja epäkohdista, ja kannustaa yrityksiä vastuullisen yritystoiminnan edistämiseen. Eetti kampanjoi eettisempien julkisten hankintojen puolesta. (Eetti 2014.) Eetillä on kampanjakoulutuksia vapaaehtoistoimintaan kehitysmaiden tuottajien ja työntekijöiden hyväksi. He järjestävät myös kouluvierailuja, tempauksia ja kahvilatoimintaa eri festareilla. (Eetti 2014.) Lokakuussa 2014 Eettisen kaupan puolesta ry julkaisi Vastuullisia Vaatteita? -tiedonannon, joka käsitteli ihmisoikeuksia suomalaisten vaateyritysten tuotantoketjuissa. Kyseinen raportti on ollut ajankohtainen ja keskeinen tutkimusmateriaali myös tutkielmassani.

### 4.3 Suhonen ja Pikkumäki –case

Kansalaisjärjestöillä on myös useita kehitysyhteistyöhankkeita, jotka pohjautuvat käsityöhön tai suunnitteluun. Tutustuin Helsingin Sanomien videoblogin kautta vaatesuunnittelija Paola Suhosen yhteistyöprojektiin Suomen World Visionin kanssa, sekä haastattelin Tuuli Pikkumäkeä, joka toimi Suomen Vapaakirkon ja Intialaisen kansalaisjärjestö Waastan kumppanuushankkeessa. Paola Suhonen toimi Suomen World Visionin lähettiläänä syksyllä 2013 Perussa tutustuen paikalliseen käsityöperinteeseen ja etsien uusia yhteistyökumppaneita. (Pihlava 2013.) Suomen World Vision on perustettu vuonna 1983. Se on kristillishumanitaarinen kehitysyhteistyöjärjestö ja osa kansainvälistä World Vision -järjestöä. World Vision parantaa lasten elinoloja, edistää oikeudenmukaisuutta ja tuo toivoa äärimmäisen köyhyyden keskelle. Heillä on kummilapsitoimintaa maailman köyhimmillä alueilla. (World Vision 2014.)

Suhosen projektin tavoitteena oli työllistää syrjäkylissä asuvia perheenäitejä ja tuoda samalla näkyvyyttä perulaiselle käsityöperinteelle. Toiveena oli innostaa paikallisia naisia hyödyntämään osaamistaan enemmän. (Mäkilä 2013.) Suhonen hämmästeli heidän osaamistaan sekä käsityötaitojen laatua. Naisille opetettiin yrittäjyyttä. Suhosella oli tavoite omalla suunnittelutyöllään työllistää paikallisia käsityöläisiä sekä antaa työkaluja, koulutusta ja rohkaisua paikalliselle. (Paola Suhosen matkassa Perussa 2013; Mäkilä 2013.) Suhonen toivoo, että hänen käyntinsä Perussa voisi käynnistää jotain konkreettista hyvää, ettei yhteistyö olisi vain informaation välittämistä puolelta toiselle. Suhosen mukaan projekti voisi kannustaa heidän kulttuuriaan vahvistumaan ja uskomaan omaan käsityöperinteen arvoon ja laatuun. (Paola Suhosen matkassa Perussa 2013; Pihlava 2013.)

World Visionin avustuksella yhteistyö voisi jatkua eteenpäin vielä tulevaisuudessa. World Visionin viestinnänjohtaja Unna Lehtipuu kuvaa Paola Suhosta täydelliseksi henkilöksi lähettilääksi – hänellä on voimaa ja tahtoa muuttaa asioita, lisäksi hän on hyvä inspiraation lähde kehitysmaiden yksityis-

ja naisyrittäjille. (Pihlava 2013.) Paola Suhonen kertoo, että hänelle on erittäin tärkeää, että voi työnsä kautta tehdä hyvää. Eettinen muoti ja paikallisen käsityöperinteen yhdistäminen on modernia kehitysyhteistyötä. (Paola Suhosen matkassa Perussa; Pihlava 2013.)

Haastattelin rovaniemeläistä vaatesuunnittelijaa, Tuuli Pikkumäkeä 13.3.2014. Pikkumäki oli vuonna 2012 kehitysyhteistyöhankkeessa Siligurissa, Pohjois-Intiassa. Hanke on Suomen ulkoasiainministeriön kansalaisjärjestöyksikön rahoittama, se on Suomen Vapaakirkon ja Intialaisen kansalaisjärjestö Waastan kolmivuotinen kumppanuushanke. Hankkeen tavoitteena on saada ammatillista koulutusta prostituoiduille tai muille syrjäytymisvaarassa oleville naisille. Heille tarjotaan prostituution tilalle toista toimeentulomahdollisuutta ja autetaan pääsemään irti köyhyydestä. (TP > UK 13.3.2014.)

Pikkumäki opetti tuotesuunnittelutaitoja hankkeessa oleville naisille sekä hankkeen henkilökunnalle. Pikkumäki oli myös itse suunnitellut tuotteita, joita paikalliset voisivat alkaa tuottamaan, lisäksi hän opetti tarvittavia tekniikkataitoja. Tuotteet olivat muun muassa koruja. Tavoitteena oli, että paikalliset oppisivat itse suunnittelemaan ja tuottamaan tuotteita myyntiin länsimaihin sekä kotimaahansa. Haastatteluaineiston perusteella useille hankkeeseen osallistuville naisille hanke oli heidän elämänsä tilaisuus, ja ainoa vaihtoehto päästä pois prostituutiosta ja köyhyydestä. He eivät ilman hanketta olisi pystyneet saamaan muuta ammattia. (TP > UK 13.3.2014.)

Pikkumäen mukaan tarvitaan vain vähän, että jollakin voi tulla parempi tulevaisuus. Häntä kosketti hankkeen aikana se, kuinka naisten itsetunto voi hyvinkin lyhyessä ajassa muutamien yksinkertaistenkin asioiden kautta nousta. Hankkeessa oli mukana useita naisia, joiden koko elämä sai täyskäännöksen ja toivo tuli elämään. (TP > UK 13.3.2014.) Pikkumäen mukaan ongelmat ovat kuitenkin niin isoja ja laajoja, ettei niihin löydy yksiselitteisiä vastauksia. Koko kulttuurin tulisi muuttua. On kuitenkin paljon mahdollisuuksia, kuinka voidaan auttaa, tarvitaan vain tekijöitä, jotka ovat sydämellä mukana. On tärkeä rajata tarkasti se,

mitä juuri minä pystyn tekemään ja vaikuttamaan, koska kaikkea ei voi tehdä, mutta silti yksikin ihminen voi saada paljon aikaan. (TP > UK 13.3.2014.)

Eettinen ajattelu on lisääntynyt ja asiakaskunta eettisesti tuotetuille tuotteille on kasvamaan päin. Bisneksessä on paljon mahdollisuuksia ja tiedonkulku on hyvä. Haasteena on se, kuinka myynnin saa toimimaan. Vaikka on kuinka paljon hienoja kehitysyhteistyöhankkeita, rahat pyörivät kuitenkin vain länsimaissa. Pikkumäki pohti projektissaan, kuinka saisi enemmän rahaa jäämään Intiaan. Sama haaste näkyy usean alalla toimivan yrityksen toiminnassa. Pikkumäki pohti myös hankkeiden pitkäkestoisuutta, haasteena on saada toimiva, pitkäkestoinen yhteistyö. (TP > UK 13.3.2014.)

Sekä Paola Suhosen että Tuuli Pikkumäen projektit olivat lyhytaikaisia hankkeita, joille he kuitenkin toivovat jatkoa. Määräaikaisten projektien jälkeen vastuu jatkosta jää kansalaisjärjestölle sekä paikallisille ihmisille. Paikallisten rohkaisu, innostaminen ja toimintamallien näyttäminen on ollut kuitenkin sekä Pikkumäelle että Suhoselle tärkeintä. Minua kiinnostaa, kuinka laajasti onnistuneet vuosia kestäneet yhteistyöhankkeet voivat vaikuttaa yhteisön hyvinvointiin. Mitkä ovat avaimia pitkäkestoiseen edistykseen?

#### **4.4 Keinoja ja visioita**

Suuria askeleita eteenpäin sosiaalisen vastuun edistämässä on otettu. Eri kampanjoiden ja aktivistien aloitteet usein hylätään tai jätetään huomioimatta todisteiden ollessa liian heikkoja. Lisäselvitykset ja yksityiskohtaiset näytöt asioista lisäävät ja laajentavat tietoutta poliittisissa ryhmissä ja mediassa. (Dickson 2009, 23–24.) Ovatko suunnittelijan tai brändin arvot muutosta tekevä voima? Miten suunnittelijan tai brändin arvot muotoutuvat, vaikuttavatko siihen kuluttajien tai aktivistien luomat paineet? Jos kuluttajat ostaisivat pelkästään länsimaissa tehtyjä tuotteita, ei kehitysmaiden ihmisten tilanne parantuisi. Boikotoinnin

sijasta tulisi keskittyä kehitysavun tehostamiseen ja asenteiden muuttamiseen. (Honkonen 2002.)

Finnwatch:in tutkimuksen mukaan palkkataso nähtiin merkittävimpänä esteenä Bangladeshin tekstiiliteollisuudessa työskentelevien naisten elinolojen parantamiselle. (Kakuli ym. 2012, 40.) Kuitenkin monet työntekijät ovat kiitollisia työpai- kasta, ja pitävät sitä tärkeänä, mutta he unelmoivat mahdollisuudesta kunnolli- seen ruokaan ja asuntoon, sekä mahdollisuudesta elää lastensa kanssa, ja an- taa heille parempi elämä ja koulutus. (Kakuli ym. 2012, 33.) Palkan pienuus tun- tuu olevan suurimpien ongelmien ydin. Se aiheuttaa noidankehä-ilmion, jossa ihmisten on pakko työskennellä liikaa, koska alhaisella palkalla ei pysty elä- mään ihmisarvon mukaista elämää. Elämiseen riittämätön palkka on myös kes- keisin syy lapsityövoiman käyttöön.

Milloin yrityksistä ja brändeistä on tullut niin ahneita, että tuotantokulut on las- kettu minimiin? Finnwatchi:n mukaan on yleisesti tiedossa, että työvoimakus- tannusten nostaminen ei vaikuta suuresti tuotteiden jälleenmyyntihintoihin. (Ka- kuli ym. 2012, 12.) Minkä takia brändin rakentamiseen käytetään niin suunnat- tomia summia, eikö osaa niistä voisi käyttää tuotantokuluihin? Milloin valmistus- prosessia lakattiin arvostamasta? Tilaajien ostokäytös, hankintojen oikeanlaiset määrät, aikataulut, hinnat ja pitkät suhteet tietyn tehtaan kanssa edesauttavat, sekä kunnioittavat myös tehdasta. Myös ammattiyhdistykset ja niiden kautta työntekijän mahdollisuus vaikuttaa tilanteeseensa ovat kestäviä ratkaisuja teks- tiiliteollisuuden työntekijöiden epäoikeudenmukaisuuksien ratkaisuun. (Moilala 2013, 123–125; Puhtaat vaatteet 2012, 8.)

Yritysten tulisi laatia julkinen linjaus, jossa ne avaavat omat velvollisuutensa, sitoumuksensa ja odotuksensa. Sekä tehdä eettinen ohjeistus, joka perustuu kansainvälisiin työelämästandardeihin ja ihmisoikeuksien säädöksiin. Lisäksi niiden tulisi toiminnassaan ehkäistä, lieventää ja raportoida negatiivisia vaiku- tuksiaan ihmisoikeuksien toteutumiseen, ja aloittaa korjaavat toimenpiteet tapa- uksissa, joissa yrityksen toiminnalla on ollut negatiivisia vaikutuksia. Yhtiöiden

tulee myös mahdollistaa ja edistää työntekijöiden järjestäytymisvapautta ja työehtosopimusneuvotteluja. (Kakuli ym. 2012, 20; Puhtaat vaateet 2012, 10, 20.)

Sosiaalisen vastuun määritelmässä painoarvolta yhtä suuri huomio tulisi olla oikeudenmukaisten tehdastuotantokäytäntöjen lisäksi tehtaan alueen yhteisön hyvinvoinnin huomioimisessa. (Chick & Micklethwaite 2011, 92–93.) Minkälaisia käytäntöjä ja strategioita yrityksillä on siihen liittyen? Onko ulkopuolella olevan yhteisön rakentaminen ja tukeminen välttämättömyys onnistuneille sosiaalisen vastuun käytännöille? Moilala sanoo, että paikallisten ihmisten äänen huomioimisen pitäisi näkyä yritysten kaikessa toiminnassa. (Moilala 2003, 112.) Työntekijät eivät kykene työskentelemään, jos heidän peruselämäntarpeet, kuten terveys tai hygienia, eivät ole kunnossa.

Kehitysyhteistyön huomioiminen yritystoiminnan lisäksi olisi keskeistä. Kansalaisjärjestöillä on mahdollisuus keskittyä paremmin joihinkin tiettyihin yksittäisiin asioihin. Verrattuna tekstiili- ja vaatealan yrityksiin järjestöjen päätavoite on yritysten toiminnan tutkiminen kehitysmaissa. Onko kansalaisjärjestöjen tuki välttämätöntä taistellessa sosiaalisen vastuun haasteita vastaan?

Oikeanlainen kaupankäynti voi olla parasta kehitysyhteistyötä. Kaupankäynnissä kehitysmaiden ja länsimaiden välillä liikkuvat rahasummat ovat todella paljon suuremmat kuin kehitysapu. Oikeanlainen kaupankäynti on tehokas keino edistää kehitysmaiden hyvinvointia ja nousua pois köyhyydestä. Ongelmana kaupankäynnissä on se, kuinka rahan jäämisen kehitysmaan työntekijöille saisi varmistettua. (Moilala 2003, 146.) Muutosta tekevä design haastaa suunnittelijoiden toimintatapoja. Kunnianhimoinen ajattelutapa näkee suunnittelijat pelastajina yhteiskunnan suurimmissa haasteissa. Kun edistystä tapahtuu, tavoitteita tulee nostaa. (Chick & Micklethwaite 2011, 55; Moilala 2013, 109–112.)



## 5 SOSIAALISEN VASTUUN ILMENEMINEN TUTKIMUKSEN KOHTEENA OLEVIEN YRITYSTEN TOIMINNASSA - MIFUKO JA TIKAU

Valitsin tutkimukseni kohteeksi kaksi suomalaista eettisen designin yritystä: Mifukon ja Tikaun. Valitsin nämä yritykset, koska ne ovat samankokoisia, samoihin aikoihin perustettuja, ja yritysten toimiperiaate on hyvin samankaltainen. Suomessa on vain muutama kriteereitani vastaavaa yritystä, joiden tuotanto on kehitysmaissa ja tavoitteena edistää tuotantomaansa hyvinvointia.

Mifukon perustivat Minna Impiö ja Mari Martikainen (kuva 4.) vuonna 2009. Idea yrityksestä käynnistyi Impiön asuessa Keniassa ja Martikaisen vieraillessa hänen luonaan. He olivat tutustuneet taideteollisessa korkeakoulussa ja olivat jo pitkään halunneet tehdä yhteistyötä, jossa itsensä toteuttamisen lisäksi pystyisi auttamaan muita. Kenian taitavat käsityöläiset ja mielenkiintoiset kierrätysmateriaalit innostivat heitä ja yritys käynnistyi. (Finnpartnership 2011; Weecos 2014.)



Kuva 4. Mari Martikainen ja Minna Impiö työntekijöidensä parissa Nairobissa. (Mifuko 2014.)

Mifuko on swahilia ja tarkoittaa taskua. Yrityksen tuotteet ovat laukkuja, koruja ja sisustustuotteita, joissa yhdistyy pohjoismainen yksinkertaisuus sekä päivän-tasaajan alueen värikkyys. (Mifuko 2014.) Mifuko Oy toimii Helsingissä ja Nairobissa. Mifukon Helsingin päätoimistossa tapahtuu markkinointi, tiedotus ja asiakaspalvelu. Siellä on myös varasto, johon rahti päätyy ja josta tuotteet lähtevät eteenpäin myyntiin. (Mifuko 2014.)

Impiö ja Martikainen tai jokin tunnettu suomalainen muotoilija suunnittelee tuotteet. He saavat inspiraationsa afrikkalaisten käsityöläisten tekniikoista, paikallisista materiaaleista ja perinteisistä afrikkalaisista käsitöistä. Tuotteiden tavoitteena on yhdistää Mifukon ja afrikkalaisten käsityöläisten ideat ja ajatukset, ja siksi tuotekehitykseen, yhteistyölle ja tuotantoon varataan runsaasti aikaa (kuva 5; kuva 6.). (Mifuko 2014.)

Mifuko on saanut Yhteiskunnallinen yritys -merkin. Suomalaisen Työn Liitto myöntää merkin yrityksille, jotka kehittävät ratkaisuja yhteiskunnallisiin ja ekologisiin ongelmiin sekä pyrkivät toiminnallaan tuottamaan yhteiskunnallista hyvää. Martikainen ja Impiö ovat perustaneet myös Mifuko Trust -yhdistyksen, joka on sitoutunut palauttamaan voitostaan 51 % takaisin yhteiskunnallista hyvää tekeviin kohteisiin. Martikainen ja Impiö haluavat kehittää ja kasvattaa Mifuko Trustin toimintaa tulevaisuudessakin. (Weecos 2014.)



Kuva 5. Mifukon työntekijöitä työn parissa. (Mifuko 2014.)



Kuva 6. Mifukon punottu kori. (Mifuko 2014.)

Tikaun perusti Taina Snellmann (kuva 4.) tehdessään tutkimusta vaatetustehtaiden työntekijöiden oloista Intiassa. Snellmann työskenteli muodin ja designin parissa ja ajautui Intiaan työn myötä. Idea yrityksen perustamisesta lähti käyntiin hänen kartoittaessaan tehtaiden käytäntöjä työntekijöiden hyvinvoinnin parantamisesta ja haastatellessaan paikallisia ihmisiä. (Laurikainen 2013.) Snellmann tutustui intialaisiin käsityöläisiin ja tekstiilialan perinteisiin eri yhteyksien ja kontaktien kautta, ja ajatus yrityksen perustamisesta kasvoi. Vuonna 2008 julkaistiin Tikaun ensimmäinen mallisto. (Finnpartnership 2010.)



Kuva 7. Taina Snellmann ja Tikaun työntekijä. (Tikau 2014.)

Tikau on hindin kieleen pohjautuva sana, joka tarkoittaa kestävästä ja pitkäkestoisista. Tikaun tuotteet ovat käsintehtyjä kodin sisustustuotteita ja asusteita. (Tikau 2014.) Tikau toimii Intian maaseudun kylissä sekä Helsingissä. Snellmann

tai joku ulkopuolinen tunnettu suomalainen suunnittelija suunnittelee tuotteet. ”Tuotteiden lopputulos muotoutuu kuitenkin yhdessä käsityöläisten kanssa” (kuva 8; kuva 9.) Snellmann sanoo. (Laurikainen 2013.) Snellmann kehittää tuotteita yhteistyössä käsityöläisten, järjestöjen ja muiden paikallisten yhteistyökumppanien kanssa. Tuotesuunnittelussa keskeisintä ovat paikallisuus ja tuottajälähtöisyys, paikalliset raaka-aineet, paikalliset taidot ja traditiot yhdistettynä pohjoismaisuuteen. Tuotteiden ainutlaatuisuus ja alkuperän tunteminen ovat yrityksen arvoja. Snellmannille on myös tärkeää kuluttajälähtöisyys ja se, minkälainen tuote voisi myydä. (Laurikainen 2013; Tikau 2014.)



Kuva 8. Paikalliset naiset työskentelemässä uuden mallin parissa (Tikau 2015.)

Tikau Share perustettiin vuonna 2011. Se on suomalainen humanitaarinen järjestö, jonka toiminta perustuu vapaaehtoistyöhön. Järjestön kehitysohjelmien tavoitteena on köyhien yhteisöjen elinolojen ja sosiaalisen aseman parantaminen Intian maaseudulla. (Tikau Share 2014.) Tikau Share -järjestö toimii samoil-

la alueilla kun Tikau, ja nämä kaksi kulkevat käsi kädessä. (Apua kastittomien kyläyhteisöön Intiassa 2011.) Tikau rahoittaa Tikau Sharea, joka on humanitääristä apua ja auttaa koko kylää – ei vain niitä, jotka työllistyvät tai koulutautuvat Tikaun kautta. (Laurikainen 2013.)



Kuva 9. Paikalliset naiset valmistavat Tikaun banaanikuitukoreja. (Tikau 2014.)

Tikaun sekä Mifukon toimintaperiaatteet ja arvot ovat hyvin yhteneväisiä ja lähellä toisiaan. Molemmilla yrityksillä on tavoitteena työllistää kehitysmaissa paikallisia käsityöläisiä, ja näin antaa heille mahdollisuus nousta köyhyydestä. Yritykset ovat pienikokoisia yhden tai kahden naisen perustamia, jotka toimivat Suomesta käsin, välillä yhteistyökohteissa vierailen. Työpajat ovat pieniä, niissä työskentelee noin kymmenen henkeä, ja ne työllistävät vähempiosaisia. Yrityksillä on halu työllistää juuri niitä, joilla ei välttämättä muuten olisi minkäänlais-

ta mahdollisuutta työntekoon. Yritykset tahtovat tukea paikallisten käsityöläisten hyvinvointia ja vaalia käsityöperinnettä. Yrityksille on keskeistä tuotantoketjun avoimuus ja he tietävät, että heidän työntekijöillään on hyvät työolot, oikeudenmukainen palkka - 50/50 periaatteella, ja yhteisön yleistä hyvinvointia tuetaan.

Yritysten tuotteet ovat käsintehtyjä, ja niissä yhdistyy paikalliskäsityöläisyyskulttuurin vaikutus sekä pohjoismainen muotoilu. Kummanikin yrityksen tuotteet on valmistettu paikallisista ekologisista raaka-aineista, kierrätysmateriaaleista sekä luonnonmateriaaleista, ja ne painottavat kestävää tuotemuotoilua sekä materiaaleissa että tekniikoissa. Molempia yrityksiä yhdistää design yritystoiminnan lisäksi yrityksen yhteydessä toimiva oma avustusjärjestö.

### **5.1 Tutkittavien yritysten toiminnan sosiaalisen vastuun analysointi**

Tutkin, miten Mifuko ja Tikau huomioivat keskeisimmät kehitysmaassa tapahtuvan tuotannon haasteet, sekä minkälaisia keinoja yritykset ovat toiminnassaan valinneet sosiaalisen vastuun edistämisen hyväksi. Käsittelen Tikautta ja Mifukoa koskevaa aineistoa erityisesti kuvassa 3 (kuva 3.) esiintuomieni tekstiili- ja vaatealan työympäristöä koskevien yleisimpien haasteiden näkökulmasta, sekä työympäristön alueen ihmisten ja yhteisön hyvinvointiin liittyvien haasteiden näkökulmasta. Näiden lisäksi avaan myös Tikaun ja Mifukon painottamia työntekijän sekä yhteisön yleiseen hyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä.

Tikau ja Mifuko toimivat äärimmäisen köyhillä alueilla ja mahdollistavat työpaikkoja kaikista eniten työtä tarvitseville. Muuttaessaan Nairobiin miehensä työn perässä, Impiöstä tuntui vaikealta ajatukselta jäädä kotirouvaksi, kun ympärillä oli niin paljon köyhyyttä. Sen sijaan köyhien työllistäminen alueella tuntui tärkeältä mahdollisuudelta. (Hiltunen 2011.) Miljoonat Keniassa kärsivät köyhyydestä, ja yritystoiminta on kehityksen keskeinen edellytys. Työpaikka mahdollistaa nousun köyhyydestä pois. Tikau toimii Intian maaseudun köyhissä kylissä, missä on pula työstä ja toimeentulosta. (Weecos 2014.)

Mifuko hankkii tuotteita vain työpajoilta ja ryhmiltä, jotka toimivat eettisesti. He vierailevat jokaisen yhteistyökumppaninsa luona säännöllisesti, ja varmistavat, että työpajat toimivat vastuullisesti ja eettisesti. Heille on keskeistä tietää, ketkä työskentelevät, miten ja milloin, ja että työntekijöillä on hyvä olla. Vierailuilla voidaan varmistaa, että työpajojen työolosuhteet pysyvät hyvinä. Lisäksi työtuntien tulee olla kohtuullisen pituiset. He ovat myös auttaneet turvallisempien työtilojen hankinnassa. (Finnpartnership 2011; Hiltunen 2011; Mifuko 2014; MI > UK 30.9.2014.)

Snellmann sanoo olevansa joka toinen tai kolmas kuukausi Intiassa. Lisäksi hänellä on omia aluekoordinaattoreita ja yhteistyöhenkilöitä, jotka koordinoivat ja pitävät huolta siitä, että kaikki on kunnossa. Linkittyminen paikallisiin kansalaisjärjestöihin on keskeistä kulttuurierojen vuoksi, mutta haasteena on löytää hyvä järjestö. Pitkän kokemuksen kautta oppii tunnistamaan, keihin voi luottaa, Snellmann sanoo Ylen aamu tv:n haastattelussa. (Laurikainen 2013; Apua kastittomien kyläyhteisöön Intiassa 2011.)

Snellmann sanoo, että he maksavat tuotteista yhdessä sovitun korvauksen, joka maksetaan kahdessa erässä: 50 % kun tilaus on jätetty ja 50 % kun tilaus on valmis. Tikau haluaa varmistaa, että tekijä saa tuloa oikeudenmukaisesti. (Laurikainen 2013.) Mifukolle on myös keskeistä varmistaa, että tuotteita valmistaville käsityöläisille maksetaan riittävä palkka. Tiiviillä läsnäololla pidetään myös huoli siitä, että käsityöläisille maksetut palkat pysyvät sovitun mukaisina. (Finnpartnership 2011; Weecos 2014.)

Mifuko tekee tilauksia säännöllisesti. Esimerkiksi maaseudun self-help-naisryhmille tämä on tärkeää, jotta he voivat suunnitella tulevaisuutta. ”Uskomme, että säännölliset tilaukset luovat tulevaisuuden uskoa, kun toimijat voivat suunnitella hankintoja ja kehittää toimintaansa” (MI > UK 30.9.2014). Pienet työpajat tarvitsevat säännöllisiä tilauksia ongelmien ratkaisemiseksi. ”Mitä enemmän teemme tilauksia, sitä paremmin voimme työllistää käsityöläisiä”, Impiö sanoo.



(Weecos 2014.) ”Säännöllinen yhteydenpito ja tilanteen tasalla oleminen on tärkeää. Molemminpuolinen luottamus on lisääntynyt ja kommunikointi helpottunut, kun ongelmista huolimatta, yhteistyö on voinut jatkua”, Impiö sanoo. Mifuko yrittää auttaa yhteistyökumppaneita tarvittavien välineiden hankinnassa ja on vienyt puhelimia ja kannettavia tietokoneita yhteistyökumppaneille, jotta kommunikointi helpottuisi. (MI > UK 30.9.2014.)

Mifuko pyrkii tuotannossaan tukemaan paikallisten kenialaisten työpajojen toiminnan säilyttämistä ja käsityöläisten hyvinvointia. Yhteistyökumppanin löytyessä katsotaan käsityöläisen hallitsemia taitoja ja pohditaan, kuinka hänen tuotteitaan voitaisiin kehittää pohjoismaisille markkinoille sopiviksi. (Finnpartnership 2010; Weecos 2014.) Mifukon punotut korit ovat naisille perinteinen käsityö, joka on ollut katoamassa. Mifukon tilausten ansiosta taito on elpynyt ja siirtynyt äidiltä tyttäriille. Tikau haluaa myös tukea käsityöperinteen säilymistä. (Finnpartnership 2010; MI > UK 30.9.2014.) Snellmann kuvailee: ”Intiassa on suuri kapasiteetti käsityössä, mutta se ei pysty kilpailemaan massatuotannon kanssa. Esimerkiksi kutojien itsemurhalukemat ovat suuria juuri tästä syystä. Paikallisten suhtautuminen käsitöihin nykyään on erilainen.” (Laurikainen 2013.) Käsityöläisyys ei vaadi suuria alkuinvestointeja teolliseen tuotantoon verrattuna. Lisäksi käsityöläisyys työllistää useampia ihmisiä verrattuna teolliseen tuotantoon koneiden tehdessä työt käsien sijaan. Käsityötaidot on myös helppo oppia, vaikka ei olisi ollut mahdollista käydä muita kouluja. (MI > UK 30.9.2014; Weecos 2014.)

Snellmann käyttää designia auttamisen välineenä. Snellmann sanoo Yle Radio 1:sen haastattelussa: ”Ihmiset tarvitsevat töitä ja heidän on pakko muuttaa kaupunkeihin ja jättää perhe ja koko elämänsä. He keräävät rahaa ja muuttavat sitten takaisin kotiin”. (Laurikainen 2013.) Snellmann suunnitteli toisenlaista ratkaisua ongelmalle, jossa köyhät maaseudun ihmiset joutuvat jättämään kotikylänsä ja lähtemään työn perässä suuriin kaupunkeihin. Snellmann pohti, voisiko tuotantoa toteuttaa myös maaseudulla. Tikau työllistää erityisesti yksittäisiä

perheitä ja naisyhteisöjä, ja erityisesti käsityöläisiä, jotka tarvitsevat kaikista eniten työtä. (Finnpartnership 2010.)

Mifukon työpajat ovat pieniä ja työllistävät myös vähempiosaisia, kuten kehitysvammaisia, HIV-positiivisia ja liikuntarajoitteisia henkilöitä sekä slumminuoria. (Mifuko 2014; Weecos 2014.) Keniassa naisen asema on heikko ja enemmistö köyhimmistä on naisia. Moni kenialaisnainen tekee myös epävirallisen sektorin töitä lähes palkatta tai palkatta. (Hiltunen 2011.) Naisten punomat korit ovat Mifukon päätuote. Ne tuovat naisille tärkeää lisätuloa maanviljelyn oheen. Kun sato epäonnistuu, heidän ei tarvitse muuttaa kaupunkiin etsimään työtä, vaan he tulevat toimeen lisätulojen avulla. Naisten työllistäminen auttaa koko perhettä, naisille tuleva palkka jakautuu laajalle alueelle lähipiirissä. Mifukon naisille tarjoamat virkkuutyöt ovat mahdollistaneet esimerkiksi lasten pääsyn kouluun. (Hiltunen 2011; MI > UK 30.9.2014.)

Mifukon mukaan työn tarjoaminen on paras tapa auttaa ihmisiä. Siinä pystyy näkemään työn tulokset konkreettisesti: Kuinka työ tuottaa iloa, lisää itsetuntoa ja antaa ihmisille tulevaisuudenuskoa, ja auttaa alihankkijoita parantamaan elämänsä edellytyksiä. Mifukon mukaan se on ollut työssä palkitsevinta. (Finnpartnership 2011; Hiltunen 2011.) Työn ansiosta elämä ei ole jatkuvaa taistelua puutetta vastaan, vaan paikallisilla on voimia myös unelmointiin. Eräs Mifukon työntekijä sanoo olevansa roolimalli useille ympäristönsä ihmisille Nairobissa siinä, että yksinhuoltajanainekin voi selviytyä ja tarjota töitä myös muille. Työryhmän sosiaalinen merkitys on myös hyvin tärkeä. (Filpus 2014.) Naisryhmät kokoontuvat säännöllisesti. Tapaamisten aikana he voivat jutella monipuolisesti asioista ja jakaa tietoa, Impiö sanoo. (MI > UK 30.9.2014.)

Työpaikan ulkopuolella olevan yhteisön rakentaminen ja tukeminen on Impiön mukaan välttämättömyys onnistuneille sosiaalisen vastuun käytännöille. ”Ilman, että tuotteiden valmistus lisää niiden tekijöiden hyvinvointia ja elämän laatua, emme olisi perustanut yritystä, emmekä myisi tuotteita”, Impiö sanoo. (Impiö 2014; MI > UK 30.9.2014.) Snellmannin mukaan pelkästään käsityöläisten kou-

lutuksen ja yrityksen kautta ei pystytä toimimaan, vaan mukaan tarvitaan apujoukkoja sekä kriisiapua. Usein käsityökoulutuksen lisäksi tarvitaan opetusta esimerkiksi käsien pesussa, luku- ja laskutaidossa sekä saksien käytössä. Lisäksi paikallisille annetaan terveystieteiden koulutusta. (Laurikainen 2013.) Tikau pyrkii lisäämään tuotteidensa tuotantoalueella samanaikaisesti myös muuta avustustyötä, kuten lasten koulun avustamista tai malarian vastaista työtä. (Finnpartnership 2010.) Taina Snellmann haluaa nähdä potentiaalia ja tulevaisuutta kaikista kurjimmista kylissä Intiassa. Tikau Sharen tehtävänä on tutkia, missä asioissa kylä tarvitsee eniten apua, ja aloittaa siitä. Usein kylissä ei ole minikäänlaista infrastruktuuria, talot ovat surkeita, terveydenhuolto, rokotukset ja lääkkeet puuttuvat. Lasten koulutusta ei ole, viljelymaat eivät ole kunnossa ja lehmä ja kanoja tarvitaan. Tämänkaltaisissa kylissä Tikaun toiminta on aloitettu. Työtä on paljon ennen kuin design-työpajat pystyvät toimimaan. (Apua kastittomien kyläyhteisöön Intiassa 2011.)

## 5.2 Haasteita

Mifukon mukaan työ vaatii jatkuvaa oppimista paitsi yrittäjiltä myös alihankkijoilta. ”Kaikki maaseudun naiset eivät puhu englantia, silloin kommunikointi voi olla vaikeaa. Myös kulttuurierot ovat toisinaan haaste”, Impiö sanoo. (Hiltunen 2011; MI > UK 30.9.2014.) Snellman sanoo, että kulttuurierojen vuoksi on vaikea itse saada luottamusta. Reilun kaupan tekeminen Intiassa on haastavaa. Myös huijatuksi tuleminen on yleistä. Tuoteprosessissa matkalla on useita välikäsiä, joiden ymmärtäminen sekä asioiden selvittely voi olla haastavaa. (Laurikainen 2013.)

Kehitysmaassa toimiessa köyhyys aiheuttaa joskus ongelmia ja sen myötä turvattomuus lisääntyy. Näin on etenkin kaupungin slummeissa. Mifukolle kohde- maan poliittinen tilanne ja sen mahdollinen epävakaus on haaste. Snellmann kuvaa haasteiksi maaseudun hankalat liikenneyhteydet ja heikon infrastruktuu-

rin. Yhteistyökumppaneiden tavoittaminen vie myös aikaa. (Finnpartnership 2010; MI > UK 30.9.2014.)

Mifukon mukaan heidän kohtaamiaan haasteita kehitysmaassa työskentelyssä on myös muun muassa aikataulujen viivytykset, joita aiheuttavat sähkökatkokset ja sateet työpajojen ollessa ulkona. Myös työntekijöiden perheiden tapahtumat, kuten juhlat, voivat keskeyttää työnteon useaksi päiväksi. Aikakäsitys Afrikassa on myös erilainen. Se on joustavampi ja kiireettömämpi kuin Euroopassa ja tuo omat haasteensa, Impiö ja Martikainen kuvaavat. (Mifuko 2014.) Suomalaisvaratalojen tiukat tilausaikataulut ovat kenialaistyöpajoissa tuntematon käsite. Esimerkiksi käsityöläisten valmistamien laukkujen perinteiset laatukriteerit eivät päde, kun laukut myydään paikallisten torien sijaan pohjoisen designpu-tiikeissa. (Hiltunen 2011.)

## 6 KUINKA TEHDÄ MUUTOSTA JA PITKÄKESTOISTA EDISTYSTÄ

Mifukon ja Tikaun rinnastaminen globaaliin kenttään on haastavaa yritysten toiminnan, arvojen sekä tavoitteiden ollessa niin erilaisia verrattuna yleisesti muihin suomalaisiin sekä länsimaisiin tekstiili- ja vaateyrityksiin. On selvää, että voittoa tavoittelevien suuryritysten toiminta eroaa suuresti Mifukon ja Tikaun kaltaisten yritysten toiminnasta, joiden päätavoite on tuotantomaa hyvinvoinnin edistäminen, ja joiden tuotannosta tuleva tuotto käytetään käsityöläisten kouluttamiseen. (Laurikainen 2013.) Kuitenkin Mifukolla ja Tikauilla on oma keskeinen rooli globaalissa kentässä. He ovat tarkoin rajanneet, mitä yksikin ihminen pystyy tekemään omalla paikallaan, ja mihin asioihin ja alueisiin vaikuttamaan. Toiminnallaan he myös lisäävät kuluttajätietoisuutta. Kuilu suuryritysten sekä eettisten pienyritysten välillä tulee olemaan varmasti aina, mutta sen tulisi kaivata. Mifukon ja Tikaun sosiaalista vastuuta edistävien toimintamallien ja työkalujen rinnastaminen muiden tekstiili- ja vaateyritysten toimintaan on haasteellista, mutta työkalut voivat inspiroida suunnittelijoita ja yrityksiä kehittämään uusia toimintamahdollisuuksia.

Impiön mukaan kehitysmaissa toimivat suuryritykset, vapaakauppa-alueet sekä vastuujärjestelmät ovat parempi kuin ei mitään, mutta hän toivoo, että hyvä kehitys erilaisten alkuperämerkkien ja sertifikaattien tietoisuudesta kasvaa. (MI > UK 30.9.2014.) Lokakuussa 2014 ilmestyneen *Vastuullisia Vaatteita?* -raportin mukaan tuotantoa ei ole hyvä siirtää pois kehitysmaista, koska tämä pahentaisi ihmisten ja valtioiden asemaa entisestään. (Härri & Moilala 28, 2014.)

### 6.1 Sosiaalisen vastuun työkalujen tarkastelu

Työpaikan antaminen on ainoa kestävä keino auttaa jatkuvassa köyhyydessä eläviä ihmisiä ja kyliä. Kehitysapu on usein vain hetkellistä, eikä auta ihmistä

itse rakentamaan oman elämänsä edellytyksiä pitkällä tähtäimellä. Työpaikan antaminen sitä kaikista eniten tarvitseville, kuten naisille, joiden asema kehitysmaissa on usein heikko, vammaisille tai muille syrjäytymisvaarassa oleville ihmisille, varmistaa tulojen jakaantumisen tasaisemmin. Naisille tuleva palkka jakautuu koko perheen käyttöön, auttaa perheiden hyvinvointiin ja nousuun pois köyhyydestä.

Oikeanlainen palkkataso on keskeisin avain kehitysmaan ongelmien ratkaisemiseksi. Ihmiset, jotka tarvitsevat kipeästi töitä, ovat helposti alistuvaisia länsimaisten valtaa käyttävien yritysten hyväksikäytön sekä ahneuden alaisiksi. Mikau ja Tikau molemmat ovat itse määritelleet palkkatason ja valvovat oikeudenmukaisen palkanmaksun toteutumisen. Elämiseen riittävä palkanmaksu vaatii yrittäjältä itseltä halua muutokseen, sekä käsityksiä oikeudenmukaisuudesta, koska kehitysmaiden valtiot eivät länsimaisetkaan lait vaadi ainakaan toistaiseksi oikeudenmukaista palkanmaksua.

*Vastuullisia Vaatteita?* -raportissa painotetaan, että yrityksen tulisi sitoutua julkisesti riittävän palkan maksamiseen. Lisäksi yrityksillä tulisi olla toimintasuunnitelma siitä, miten elämiseen riittävä palkka saavutetaan. Suomalaiset yritykset luottavat BSCI -järjestelmään, joka ei ole kuitenkaan sitoutunut maksamaan elämiseen riittävää palkkaa. (Härri & Moilala 30, 2014.) Aloittaessaan yhteistyötä jonkun tehtaan kanssa yrityksen tulisi ottaa selville, maksaako tehdas työntekijöilleen elämiseen riittävää palkkaa. Yhteistyötä ei tulisi aloittaa, jos palkka ei ole oikeudenmukainen. Jos myöhemmin auditoinneissa ilmenee eroavuuksia palkanmaksuissa, tulee tehdä korjaava suunnitelma. Myös omien tuotteiden ostohintojen kautta voidaan varmistaa elämiseen riittävän palkan maksu. (Härri & Moilala 9, 27, 2014.) Vaatteista maksettujen hintojen ja annettujen toimituskataulujen tulisi olla inhimilliset, jotta työntekijöiden työajat voisivat olla inhimilliset, ja palkat voisivat olla kunnolliset. Myöskään kilpailuttaessa tehtaita ei saisi katsoa pelkkää hintaa. (OM > UK 9.11.2014.)

*Vastuullisia Vaatteita?* -raportissa kuvataan Marks & Spencer -tavaratalon kehittämää työkalua, jolla pystytään laskemaan, että tuotteiden ostohinnat ovat tarpeeksi korkeat elämiseen riittävien palkkojen maksamiselle. Valmistettava tuote on jaettu eri komponentteihin, joiden kautta varmistetaan oikeudenmukainen palkka. He myös myöntävät ”Ethical Excellence” -statuksen elämiseen riittävän palkan maksaville ja erinomaisten työolojen omaaville tehtaille. Näitä tehtaita käyttävä saa bonuspisteitä. Yleisesti ottaen palkat ja työolot eivät ole kehitysmaiden vaatetusteollisuudessa parantuneet, vaikka yritysvastuu on ollut paljon esillä. (Härri & Moilala 9, 27, 2014; OM > UK 9.11.2014.)

Mifukon ja Tikaun työpajat ovat pieniä. Ovatko pienemmät työpajat tai tehtaatt eettisempiä kuin suuremmat? Pienempiä työpajoja on helpompi ohjata ja valvoa, ja tuntee työntekijät henkilökohtaisesti ja näin pitää huolta siitä, kuinka he voivat. Säännölliset vierailut yhteistyökumppanin luona sekä jatkuva sujuva kommunikointi varmistaa, että kaikki on kunnossa. Tikaulle ja Mifukolle on tärkeää linkittyä paikallisiin järjestöihin ja nimetä paikalliset aluekoordinaattorit, jotka huolehtivat ja tukevat työpajojen toiminnasta paikanpäällä. Moilalan mukaan helpon ja parhaiten tehtaiden työolojen kehittäminen sujuu liittymällä joihinkin järjestöjohtoisista vastuujärjestelmistä (Fair Wear Foundation, Ethical Trading Initiative jne.), jotka ottavat em. asiat huomioon. Vaikka vastuujärjestelmistä on paljon eriäviä mielipiteitä, kannattaa Moilala niitä. ”Riippuen valitusta vastuujärjestelmästä, esim. Fair Wear Foundation velvoittaa yritykset valvomaan itse tehtaiden työoloja, kun taas Ethical Trading Initiative ei usko tehtaiden tarkastuksiin, vaan velvoittaa brändiyritykset tekemään parannuksia tehtaila” (OM > UK 9.11.2014). Impiö painottaa, että suunnittelijoiden olisi hyvä vierailla tehtaissa, jotka tekevät heidän suunnittelemaansa tuotteita, ja tavata työntekijöitä henkilökohtaisesti (MI > UK 30.9.2014). *Vastuullisia Vaatteita?* -raportissa painotetaan, että usein yritysvastuu jää tehtaiden ulkopuoliseksi kontrolloinniksi, ja brändiyritykset eivät huomioi omaa vastuutaan tarpeeksi eivätkä muuta toimintaansa. (Härri & Moilala 9, 2014.)

Myös mahdollisuus työntekijöiden järjestäytymiseen haluamaansa ammattiliittoon ja oikeus neuvotella työehtosopimuksista on avain useiden vastuuongelmien ratkaisemiseen. Työntekijöille tulisi näin mahdollisuus vaikuttaa kehitykseen haluamallaan tavalla ja taistella oikeuksiensa puolesta. Kuuluessaan ammattiliittoon työntekijät ovat myös työolojen henkilökohtaisia valvojia työpaikallaan. (Härri & Moilala 7–10, 2014.) Brändiyritysten tulisi allekirjoittaa tehtaansa kanssa sopimuksia, jotka takaavat ay-oikeudet työntekijöilleen. Kokonaisvaltaisten ihmisoikeusvaikutusten arvioinnin tulisi tapahtua työntekijöiden, paikallisten ammattiliittojen ja kansalaisjärjestöjen kanssa. Jos mahdollisia riskejä löytyy, tulisi tehdä toimintasuunnitelma niiden varalle. Vastuujärjestelmien puolueeton taho on välttämätön varmistamaan ihmisoikeuksien toteutumisen. Silti tärkeämpää pitkällä tähtäimellä on tehdä yhteistyötä ammattiliittojen, brändiyritysten ja tehtaisten välillä. (Härri & Moilala 28, 2014.) Brändiyritykset voivat myös perustaa tehtaisten työntekijöitä varten puhelinnumeron, johon työntekijät voivat soittaa tarvittaessa, kohdatessaan epäoikeudenmukaisuuksia tehtaalla. Puhelimeen vastaa paikallinen kansalaisjärjestö tai brändi itse. Joihinkin vastuujärjestelmiin kuuluvat kyseiset puhelinnumerot. (Härri & Moilala 9–10, 2014.)

Mifuko ja Tikau tekevät tilauksia vain eettisesti toimivilta yrityksiltä, ja he auttavat työpajoja rakentamaan parempaa työympäristöä ongelmista huolimatta. ”Jos työpaja ei ole halukas kehittämään työolojaan, ei yhteistyö voi jatkua.” (MI > UK 30.9.2014.) Varmistaakseen kunnolliset työolot tavarantoimittajien tehtailla brändiyritysten tulisi valita sellaiset tehtaast, joiden johto olisi kiinnostunut myös kehittämään työoloja. Vastuullisemmin toimiville tehtailla tulisi antaa eniten tilauksia, ja myös vastuuongelmien ilmentyessä brändiyritysten tulisi auttaa tehtaista sen sijaan, että ne vetäisivät tilauksena pois. (OM > UK 9.11.2014.) Tehtaalle tulisi antaa tarpeeksi aikaa ja tukea korjausten tekemiseen (Härri & Moilala 29, 2014). Moilala painottaa pitkien tavarantoimittajasuhteiden tärkeyttä (OM > UK 9.11.2014). Säännölliset tilaukset luovat tulevaisuudenuskoa työpajoille, ja ne pystyvät tekemään hankintoja ja kehittämään toimintaansa eteenpäin. Silloin, kun tilausten jatkumiseen ei ole varmuutta, tehdas ei pysty panostamaan vas-



tuullisuuden edistämiseen, koska se vaatisi uusia investointeja, joihin ei ole mahdollisuutta ilman jatkuvia tilaussuhteita. (Härri & Moilala 9, 2014.)

Malliston perustuminen tietyn alueen paikallisiin materiaaleihin työllistää myös materiaalin tuottajia samassa kylässä, ja näin kylän hyvinvointia voidaan auttaa kokonaisvaltaisemmin. Lisäksi tuotantoketjun eri vaiheiden ollessa lähellä toisiinsa tuotantoketjua on helpompi valvoa ja estää epäoikeudenmukaisuuksien tapahtumista valmistuksen eri vaiheissa. ”Useat tehtaot ja työpajat ovat erikoistuneet kukin omanlaiseensa ompeluun. Suunnittelijan tulisi tehdä yhteistyötä sisäänostajan kanssa, jos kyseessä on eri henkilö, jotta mallit olisivat sellaisia, jotka voidaan teettää valituissa tehtaissa. Jos uusia tavarantoimittajia tarvitaan mallin muutoksen vuoksi, jos vanhat tavarantoimittajat eivät pysty tekemään uusia malleja, se tulisi tiedostaa yrityksessä ja uudet tavarantoimittajat tulisi valita tarkkaan myös vastuun näkökulmasta”, sanoo Moilala. (OM > UK 9.11.2014.)

Mifukon ja Tikaun tuotteet ovat kierrätysmateriaaleista tai luonnontuotteista valmistettuja tuotteita. Vaikka en tutkielmassani keskity ekologisuuteen ja materiaalien eettisyyteen, voidaan kuitenkin yleisesti todeta, että materiaalit, joiden viljelyssä tai jatkokäsittelyssä ei ole käytetty luonnolle haitallisia myrkkyyjä, ovat myös ihmiselle ja niitä työstäville turvallisempia. Tuotteiden viljelyssä, värjäyksessä tai viimeistelykäsittelyssä olevat kemikaalit altistavat niiden työstäjää erilaisille sairauksille ja terveyshaitoille. Tutustumalla tuotantopaikalla saatavissa oleviin materiaaleihin suunnittelijat voisivat yhä enemmän perustaa mallistonsa niihin. Tuotteet olisi hyvä valmistaa paikallisista materiaaleista, jotka on tuotettu mahdollisimman eettisesti ja ekologisesti. Tuotantopaikkaa lähellä olevat materiaalit selkeyttävät ja lyhentävät tekstiilituotteen kiertokulkua, ja myös tekevät siitä helpommin valvottavan. Tuotteiden koko elinkaari ja valmistuspaikka täytyisi olla julkisesti asiakkaan tiedossa. (MI > UK 30.9.2014.)

## 6.2 Design auttamisen välineenä

Kuinka ulkopuolella olevan yhteisön rakentaminen ja tukeminen voi onnistua käytännössä? Mifukolla ja Tikauilla molemmilla on erilliset järjestöt, Tikau Share ja Mifuko Trust, jotka tekevät käytännön kenttätöitä. Tikaun tavoitteena on tuoda pitkäaikaisuutta ja kestävyyttä perinteiseen avustus pohjaiseen kehitysmaatuki -tyyppiseen avustukseen. (Apua kastittomien kyläyhteisöön Intiassa 2011.) Kaupan ja avustuksen yhdistäminen on Suomessa uutta. Snellmann sanoo, ettei ole voinut kysyä apua keneltäkään. Sen sijaan hän on tehnyt toimintamallin muillekin. Työ on vielä kesken eikä lopputulosta näy, mutta tavoitteena on neuvoa muille mistä virheistä voi oppia. (Laurikainen 2013.)

Designilla on paljon erilaisia mahdollisuuksia. Tikau Sharen malli hyvinvointia parantavana mallina on vain yksi mahdollisuus. Yleisesti design hyvinvointia kasvattavana tekijänä on ajankohtainen. Vahva suomalainen ja skandinaavinen design-osaaminen saavat syvemmän ulottuvuuden yhdistettäessä ne hyvinvoinnin luomiseen jossain toisella puolella maailmaa. (Apua kastittomien kyläyhteisöön Intiassa 2011.) Tarvitsevatko kaikki yritykset rinnalleen hyväntekeväisyysjärjestön toimiessaan köyhimmillä alueilla? Moilalan mukaan hyväntekeväisyysprojekteista voi olla montaa mieltä ja yritysten olisi muutettava perustoimintaansa ennemmin kuin lähteä tekemään hyväntekeväisyyttä. Pitkäkestoista edistystä ja muutosta sekä kestävyttä yhteisön hyvinvoinnissa voidaan ylläpitää paikallisten ja kansainvälisten ammattiliittojen ja kansalaisjärjestöjen kautta. Niissä maissa, joissa vapaita ammattiliittoja ei ole, voidaan turvautua kansalaisjärjestöihin ja perustaa työpaikkakomiteoita neuvottelemaan työehtosopimuksista kollektiivisesti. (OM > UK 9.11.2014.)

Snellmann, Impiö ja Moilala kokevat työnsä kutsumukseksi. Vaatiiko muutosta tekevä design tai sosiaalinen yrittäjyys aina kutsumuksen? ”Työ on ehdottomasti kutsumus ja elämäntapa”. Snellmann sanoo, ettei olisi valinnut työtä rahan takia. Yrityksellä tulee kuitenkin olla jonkinlainen tulo, että työ voi olla kestävä. Snellmannin mukaan kehitys on paras palkkio, minkä työstä saa. (Laurikainen

2013.) Impiö ja Martikainen sanovat, että eettisessäkin yrittäjyydessä ei saa liikaa tunteilla, vaikka kehitysmaan ympäröivä köyhyys kuinka ahdistaisi. Kahden naisen yritykseltä ei voi odottaa ihmeitä. Tärkeintä heille on päivittäisestä työstä saatu oma sekä kenialaisten toimeentulo. (Hiltunen 2011.) Snellmannille on myös tärkeää henkilökohtainen kasvokkain tapahtuva auttaminen, sekä tieto siitä, ettei tarvitse pelastaa koko maailmaa, vaan voi auttaa yhtä ihmistä ja yhtä kylää. (Apua kastittomien kyläyhteisöön Intiassa 2011.)

### **6.3 Eettinen päätöksenteko**

Meillä on mahdollisuus tehdä valintoja. Usein se, mitä haluaisimme tehdä, voi olla ristiriidassa sen kanssa, mitä meidän pitäisi tehdä. Helpoin toimintamalli ei ole myöskään usein eettisin. Myös raha hankaloittaa eettistä päätöksentekoa, kun epäeettisessä vaihtoehdossa on rahalliset hyödyt. Ahneus on todellista usein henkilökohtaisissa sekä yhteisissä päätöksissä. Ihmiset yrittävät myös olla tehokkaampia, ja he ovat vaikuttuneita tehokkaammista työntekijöistä kuin he itse. Tehokkuus on usein kuitenkin hyväksikäyttöä. Usein ihmisillä on myös etukäteisoletus tietynlaisesta lopputuloksesta, joka on helpoin toteuttaa epäeettisin keinoin. Lisäksi eettistä päätöksentekoa hankaloittaa monille ihmisille tyyppinen taipumus tavoitella menestystä ja tunnustusta. Saavutukset, jotka tuovat huomiota ja tunnustusta helposti, eivät välttämättä toteudu eettisten käytäntöjen kautta. Eettisiä toimintatapoja ei palkita riittävästi. Toimiessa ryhmässä päätöksenteko hankaloituu entisestään, jos oma mielipide on eriävä mahdollisesta muiden päättäjien mielipiteestä. Kuitenkin, koska me voimme tehdä erilaisia valintoja, on valinnoillamme myös vastuu. Voimmeko olla valinnoistamme tili-velvollisia myös julkisesti? (Paulins & Hillery, 2009, 3-9.)

*Vastuullisia vaatteita?* -tiedonannossa painotetaan, että useat eri järjestöt vaativat, että lainsäädännöllä säädetään yrityksille sitovia velvoitteita, esimerkiksi ihmisoikeusvaikutusten arviointien tekemiseksi ja niistä raportoimiseksi. Järjestöjen mukaan vastuullisuus on mahdollista kaikille yrityksille ainoastaan lakien

avuilla. Vastuullisuuden ei tulisi enää olla vaihtoehto, vaan kaikkien yritysten velvollisuus. (Härri & Moilala 6, 2014.) Myös Moilala painottaa haastattelussa ajankohtaisiksi asioiksi vapaaehtoisen yritysvastuun poistumista ja vastuullisuutta koskevien lakien säätämistä (OM > UK 9.11.2014.)

#### 6.4 Tutkimustulosten yleistettävyys

Tutkimustietous tekstiili- ja vaatealalla liittyen sosiaalisen vastuuseen on jatkuvasti muuttuvaa, sillä uutta tietoutta ja säädöksiä tulee jatkuvasti. Tällä hetkellä Suomen ministeriöt teettävät selvitystä siitä, millä tasolla Suomen lainsäädäntö on ihmisoikeuksien toteutumisen suhteen yritysten hankintaketjuissa. (OM > UJ 9.11.2014.) Mahdolliset uudet yritysten toimintaa säätelevät lainsäädännöt tulevat toivon mukaan vaikuttamaan tulevaisuudessa. Myös uusia kansalaisjärjestöjen raportteja tulee jatkuvasti.

Tutkielmassani on runsaasti aineistoa yritysvastuututkija Outi Moilalalta. Moilalalla on provosoiva ote teoksissaan. Myös Naomi Klein, jonka *No Logo* -teosta käsittelen tutkimuksen teoriaosuudessa, on hyvin provosoiva. Tämä voi vaikuttaa tutkimuksen laatuun ja aineiston käsittelyyn. Keskittyessäni pienyrityksiin ja niiden toimitapaan, aineisto koostui nettisivuilta ja internetistä löytyvistä aineistoista. Aineiston käsittelyssä tulee kuitenkin huomioida se, että yrityksen verkkosivuilla oleva teksti on hyvin tarkkaan kontrolloitua markkinointipuhetta. Tämä voi vaikuttaa tutkimustuloksiin. Aineiston saatavuus vaikutti tutkimustulosten laatuun. Suomessa on vain muutama kriteereitäni vastaava, sosiaalista vastuuta edistävä, kehitysmaissa tuotantoa tuottava yritys. Snellmann oli äitiyslomalla, joten en pystynyt haastattelemaan häntä. Otin yhteyttä Mum's -nimiseen yritykseen, mutta kiireistä johtuen yritys ei ollut kykeneväinen vastaamaan edes sähköpostihaastatteluun. Mifukon Minna Impiö vastasi sähköpostihaastatteluun. Aineiston saatavuus kertoo kyseisten yritysten luonteesta. Yhden tai kahden ihmisen yritys vaatii kaiken ajan, eikä vapaa-aikaa jää työn ulkopuolelle.

Tutkielmassani kohtaavat laajat globaalit ongelmat sekä yksittäiset pienyrittäjät. Onko ylipäättänsä näitä erilaisia tahoja mahdollista rinnastaa? Mifukon ja Tikaun kaltaisilla yrityksillä on oma merkittävä paikka ja vaikutusalueensa globaalissa kentässä. Mifukon ja Tikaun pitkäaikaisen työn vaikutuksen tuloksia on kuitenkin vaikea nähdä ilman syvempää paneutumista yrityksiin. Tutkimusaineisto koskien Mifukoa ja Tikauta koostuu internetjulkaisuista, joissa positiivinen kuva värittää yritysten toimikuvaa. Pääpaino on heidän itse esiintuomissaan asioissa, joten tutkimusaineistossa on kritiikin tarve. Myös kulttuurierot ovat todella suuret. Voiko länsimainen ihminen täysin astua samalle tasolle kehitykseen ihmisen kanssa ja työskennellä rinnakkain? Pikkumäki toi haastattelussa esiin ristiriidan länsimaisesta elintasosta. Suuret rahasummat kuluvat edestakaisin lentoihin, sekä paikan päällä asumiseen, joka paikalliseen asumiseen verrattuna on yleistä. (TP > UK 13.3.2014.)

Mifukon ja Tikaun sosiaalista vastuuta edistävät työkalut sekä hyvänä kokemat tuotantomaan hyvinvointia edistävät käytännöt voi olla haastava soveltaa jokaisen suunnittelijan toimintaan. Siksi tutkimustuloksia ei voida yleistää kaikille suunnittelijoille tai yrityksille sopiviksi. Ne voivat kuitenkin olla inspiraationa tai suunnannäyttäjänä myös muillekin suunnittelijoille.

Jokainen tekstiili- ja vaatealalla työskentelevä suunnittelija tai yrittäjä joutuu kohtaamaan samat tuotantoon liittyvät kysymykset ja haasteet. Kuka on eniten vastuussa tai syyllinen, suunnittelija, brändi, tuotantopaikka vai kuluttaja? Pystyykö lopulta mitään muuttamaan ilman kuluttajien luomaa painetta? Avoimuus ajaa kestäväen kehityksen liikettä eteenpäin sekä raportointi julkisesti siitä kuka tuotteen on tehnyt, missä ja miten. Pieneltä yrittäjältä vaaditaan yhtä lailla vastuullista toimintaa kun suuryrityksiltä. Ajatus designin avulla kehitysmaiden ihmisten hyvinvoinnin edistämisestä ja köyhyyden vähentämisestä kuulostaa riipaisevalta jatkuvan riiston ja epäoikeudenmukaisuuksien keskellä. Kuitenkin paljon tehdään hyvää jatkuvasti. On pitkä matka siihen, että koko tekstiili- ja vaateteollisuuden tuotanto muuttuisi oikeudenmukaisemmaksi, mutta jokaisen valinnat sekä rajaaminen siitä mitä itse pystyy tekemään ja vaikuttamaan sosi-

aalisen vasuun edistämiseksi on merkittävää. Suunnittelijan tietoisuus omasta vastuusta ja tekojensa merkityksistä oli ne sitten suuria tai pieniä on keskeistä.

## 7 PÄÄTÄNTÖ

Aloin muotoilla tutkielmaani syksyllä 2012. Alusta asti minulle oli keskeisintä tuoda esiin ihmisiin kohdistuvia epäoikeudenmukaisuuksia tekstiili- ja vaatealalla. Tutkimuksen suunta ja rajaus hahmottui kuitenkin vasta tutkimuksen kulun myötä. Minulle ei ollut heti selvää, että paneudun eettisiin yrityksiin, vaan tavoitteena oli vertailla erilaisten tekstiili- ja vaateyritysten sosiaalista vastuuta edistäviä toimintamalleja. Tikaun ja Mifukon kaltaiset yritykset ovat kuitenkin niin erilaisia verrattuna muihin suomalaisiin tekstiili- ja vaateyrityksiin, että päätin paneutua ainoastaan niihin. Olen vaikuttunut heidän omistautumisestaan työlleen, jossa heidän suunnittelijatyönsä päätavoitteena on auttaa kehitysmaiden ihmisiä. Kiinnostus suuntautui tutkimuksen aikana suunnittelijoihin, jotka ovat omistaneet elämänsä muutosta tekevälle designille. Aineiston saatavuus oli haastavaa, ja mielestäni Mifukoa ja Tikauta koskeva aineisto jäi liian suppeaksi. Uskon, että kasvokkain tehtyjen haastattelujen avulla olisin saanut monipuolisempaa tietoutta ja lisää vastauksia tutkimuskysymyksiini.

Avasin tutkielman alussa myös sosiaalisen vastuun näkökulmasta tekstiili- ja vaateteollisuuden laajaa globaalia kenttää. Tutkimuksen aikana ilmestyi uutta kirjallisuutta ja raportteja, jotka muovasivat tutkielmaani uuteen suuntaan. Myös yritys vastuututkija Outi Moilalan haastattelu antoi tuoreita tutkimustuloksia. Vaikka tutkielman teko on kestänyt kauan, olen tyytyväinen, että olen ajan kuluessa saanut mukaan uusia tuoreita tutkimuksia, kuten lokakuussa 2014 ilmestyneen *Vastuullisia Vaatteita?* -tiedonannon.

Suurin haaste tutkimuksen kulussa oli aineiston saatavuus. Koulutusohjelmani taustan vuoksi tavoitteenani oli keskittyä tekstiili-alaan, ja tehdä tutkimusta liittyen siihen. Se oli kuitenkin lähes mahdotonta kaikkien teosten sekä olemassa olevien aineistojen liittyessä pelkästään vaatealaan. Tutkimani yritykset ovat kuitenkin tekstiili- ja sisustusalan yrityksiä. Sosiaaliseen vastuuseen liittyvä tutkimus keskittyy vaatealan ompelua ja viimeistelyä koskevaan tutkimukseen. Olisin kaivannut teoriaosuuteen tekstiiliteollisuuteen liittyvää tutkimusta. Tut-

kielmassani tekstiilialan näkökulma muodostui eri tekstiilisuunnittelijoiden ja yritysten tuotteiden tuotantoon liittyvistä sosiaalista vastuuta edistävästä valinnoista ja toimintamalleista suhteessa laajoihin globaaleihin ihmisoikeusongelmiin alan tuotannossa.

Yksi keskeisin mielenkiinnon kohteeni on suunnittelun yhteys sosiaalisen vastuun edistämiseen, josta ei ollut aikaisempaa tutkimusta. Kuinka suunnittelija pystyisi luonnosprosessin alusta lähtien pyrkimään eettisempään toimintaan? Suunnittelun yhteyttä kehitysyhteistyöhön on kuitenkin vaikea nähdä. Yksi jatkotutkimuksen aihe voisi olla paneutuminen eri suunnittelijoiden luonnos- sekä työskentelyprosessiin.

Tutkimuksen tavoitteena oli lisätä tietoisuutta sosiaalisen vastuun haasteista opiskelijoiden keskuudessa, lisätä kriittistä ajattelua, inspiroida ja antaa erilaisia toimintamalleja tulevaisuuden työelämää varten. Toivon, että jokainen tekstiili- ja vaatealan opiskelija näkisi erittäin tärkeänä eettisten asioiden huomioimisen. Koulutuksessa tulisi myös tuoda esiin se, että eettisyys ei ole vaihtoehto, vaan kaikkien velvollisuus. Suunnittelijan tulee ymmärtää vastuu etsiessään yhteistyökumppania tuottaakseen tuotteensa. Apunaan hän voi käyttää tutkimuksessa esiin tulleita käytäntöjä. Toinen kiinnostava aihe jatkotutkimukselle voisi olla ulkomailla tuotteensa tuottavan yksittäisen suunnittelijan toiminnan tutkiminen. Miten hän löytää maailmalta yhteistyökumppanit ja pystyy valvomaan tuotantoa ja noudattamaan eettisiä toimintaperiaatteita? Näin tutkimuskentän näkökulmaa voisi laajentaa pois eettisistä yrityksistä kohti yleisempää näkökulmaa. Jatkotutkimus voisi koskea edelleen pienyrityksiä, koska pienen työpajamuotoisen yrityksen toiminta sekä suppeampi tuotanto on helpommin valvottava.

Yleisesti tutkimusta tekstiiliteollisuuden vastuullisuudesta tarvitaan. Olemassa olevan tutkimuksen puutteen vuoksi aineiston keruu on haastavaa, ja tällä hetkellä se vaatii tutkijalta paljon oma-aloitteisuutta. Tekstiilialan tutkiminen sosiaalisen vastuun näkökulmasta olisi kuitenkin tärkeää. Sosiaalisen vastuun kysymysten ollessa ajankohtaisia uskon, että tutkimusta myös tekstiilialan tuotan-



nosta tullaan tekemään. Jatkuvasti eri tutkimuksissa painotetaan sitä, että tekstiilituotteen kiertokulun jokainen vaihe tulisi tuoda valoon. Eri vaiheiden valoon tuominen mahdollistaa myös kokonaisvaltaisempaa tutkimusta.

## **LÄHTEET**

### **Painamattomat lähteet**

#### **Haastattelut ja tiedonannot**

Minna Impiö MI > UK. Haastatellut Ulla Kangasniemi. Sähköpostihaastattelu Mifuko Oy:n Minna Impiölle, 30.9.2014. Digitaalinen tallenne.

Outi Moilala OM > UK. Haastatellut Ulla Kangasniemi. Sähköpostihaastattelu yritys vastuututkija Outi Moilalalle, 9.11.2014. Digitaalinen tallenne.

Tuuli Pikkumäki TP > UK. Haastatellut Ulla Kangasniemi. Haastattelu kehitysyhteistyöhankkeessa olleelle rovaniemeläiselle Tuuli Pikkumäelle 13.3.2014. Digitaalinen tallenne ja litteroinnit.

#### **Opinnäytetyöt ja arkistot**

Hieta, Pilvi, 2012. Vastuullinen liiketoiminta ja kodintekstiilin valmistaminen. Aalto yliopisto. Tekstiilitaiteen koulutusohjelma.

Koskela, Taija, 2013. Katsaus ympäristöystävälliseen ja eettiseen tekstiilien maailmaan: Puuvillan ja polyesterin näkökulmasta. Turun ammattikorkeakoulu. Muotoilun koulutusohjelma, tekstiili- ja vaatesuunnittelu.

Kärkkäinen, Kirsimari, 2010. Vastuullinen luovuus: muotoilijan mahdollisuuksista vastuullisen liiketoiminnan kehittäjänä. Aalto yliopisto. Vaatesuunnittelun ja pukutaiteen koulutusohjelma.

### **Painetut lähteet**

Chick, Anne & Paul, Micklethwaite, 2011. Design for sustainable change. AVA Publishing SA. Lausanne.

Dickson, Marsha, Eckman, Molly & Loker, Suzanne, 2009. Social Responsibility in the Global Apparel Industry. Fairchild Books. New York.

Hethorn, Janet & Connie, Ulasewicz, 2008. Sustainable fashion: why now? A conversation about issues, practices, and possibilities. Fairchild Books. New York.

Klein, Naomi, 2000. No Logo, tähtäimessä brändivaltiaat. WSOY. Helsinki.

Minney, Safia, 2008. By Hand, The fair trade fashion agenda. People Tree Ltd.

Moilala, Outi, 2006. Vaatteita etelästä: alan yritysten sosiaalinen- ja ympäristövastuu. Finnwatch. Helsinki.

Moilala, Outi, 2013. Tappajafarkut ja muita vastuuttomia vaatteita. Into. Helsinki.

Paulins, V., Ann, Hillery & Julie L, 2009. Ethics in the Fashion Industry. Fairchild Books. New York.

Ruusuvuori, Johanna & Tiitula, Liisa (Toim.), 2005. Haastattelu: tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Vastapaino. Tampere

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli, 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

### **Sähköiset lähteet**

Apua kastittomien kyläyhteisöön Intiassa, 2011. Ylen aamu-tv, Yle Areena. Esitetty 27.5.2011 klo 9.55. <<http://areena.yle.fi/tv/1351093>> Katsottu 10.9.2014.

Bilton, Richard, 2013. Bangladeshi factory workers locked in on 19-hour shifts, BBC News, Internet dokumentti 23.9.2013.

<<http://www.bbc.com/news/business-24195441?SThisFB>> Päivitetty 10.9.2014.  
Luettu 10.9.2014.

Triple bottom line, 2009. Economist.

<<http://www.economist.com/node/14301663>> Luettu 23.1.2015.

Filpus, Leena, 2014. Oma yritys, uusi elämä. Kauppalehti, Optio 4.9.2014, s. 50. <<http://www.kauppalehti.fi/>> Luettu 7.10.2014.

Finnpartnership, 2010. <[http://www.finnpartnership.fi/www/fi/?we\\_objectID=41](http://www.finnpartnership.fi/www/fi/?we_objectID=41)>  
Luettu 7.10.2014.

Finnpartnership, 2011.

<[http://www.finnpartnership.fi/www/fi/finnpartnership/success\\_stories/index.php?we\\_objectID=579](http://www.finnpartnership.fi/www/fi/finnpartnership/success_stories/index.php?we_objectID=579)> Luettu 10.9.2014.

Finnwatch, 2014. <<http://finnwatch.org/fi/keitae-olemme>> Luettu 7.10.2014.

Finnwatch, 2014, <<http://finnwatch.org/fi/mitae-teemme>> Luettu 26.8.2014.

Eetti, 2014 <<http://www.eetti.fi/mika>> Luettu 26.8.2014.

Hiltunen, Anna-Kaisa, 2011. Suomalainen design toi töitä kenialaisnaisille. Maailman Kuvalehti 4/2011, <<http://www.maailmankuvalehti.fi/node/9235>> luettu 7.10.2014.

Honkonen, Juha, 2002. Ihmisoikeudet, Boikotointi ei yleensä paranna lapsityöläisten asemaa, Maailman Kuvalehti 31.5.2002.

<[http://www.kepa.fi/kumppani/arkisto/2002\\_3/2418](http://www.kepa.fi/kumppani/arkisto/2002_3/2418)> Luettu 14.8.2014.

Härrri, Anna & Moilala, Outi, 2014. Vastuullisia vaatteita? Ihmisoikeudet suomalaisten vaateyritysten tuotantoketjuissa, julkaistu lokakuussa 2014.

<[http://eetti.fi/vastuullisia-vaatteita/files/Vastuullisia\\_vaatteita-](http://eetti.fi/vastuullisia-vaatteita/files/Vastuullisia_vaatteita-)

Ihmisoikeudet\_suomalaisten\_vaateyritsten\_tuotannossa.pdf> Luettu  
14.11.2014.

Kakuli, Anna, Risberg, Viveka, Vartiala, Sonja, Nahar, Hajmun & Gunnesson,  
Gabrielle, 2012. Menetetty vallankumous. Finnwatch 2/2012  
<<http://www.finnwatch.org/images/pdf/bangladeshweb.pdf>> Luettu 10.9.2014.

Laurikainen, Ilona (toim.) 2013. Design-ammattilainen Taina Snellman, Tekijä -  
sarja, Yle Radio 1, 18.12.2013 klo 17:10, <<http://areena.yle.fi/radio/2067790>>  
Katsottu 10.9.2014.

Mifuko, 2014. <<http://www.mifuko.fi/mifuko/fi/kuinka-mifuko-toimii>> Luettu  
10.9.2014.

Muurinen, Heta, 2013. Marimekko jäljessä yritysvastuussa, Suomen Kuvalehti,  
4.10.2013, <<http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kulttuuri/tutkija-marimekko-jaljessa-yritysvastuussa/>> Päivitetty 29.11.2013, luettu 29.8.2014.

Mäkilä, Tomi, 2013. Paola Suhonen tapasi Perun syrjäkylien käsityöläisnaiset,  
Helsingin Sanomat, Elämä, 4.11.2013.  
<<http://www.hs.fi/elama/a1305741927291>> Luettu 2.9.2014.

Paola Suhosen matkassa Perussa, 2013. Helsingin Sanomat. Videoblogi, syksy  
2013 aikana, <<http://www.hs.fi/aihe/paolaperussa/>> Luettu 2.9.2014.

Pihlava, Paula, 2013. Paola Suhonen haluaa tavata perulaisia  
vaatesuunnittelijoita, 17.05.2013.  
<<http://www.worldvision.fi/media/artikkelit/artikkeli/yhteistyota-suomalaisten-ja-perulaisten-vaatesuunnittelijoide-valilla>> Luettu 2.9.2014.

Puhtaat vaatteet, Clean clothes campaign Finland, 2012.  
<<http://puhtaatvaatteet-fi->

bin.directo.fi/@Bin/844aed6a56e8798daece6370f94a4cd8/1407843527/application/pdf/164015/PV%20-Kampanjaopas%202012.pdf> Luettu 12.8.2014.

Tikau, 2014. <<http://www.tikau.com/about.php?lang=fi>> Luettu 10.9.2014.

Tikau share, 2014. <<http://tikaushare.org/us/?lang=fi>> Luettu 10.9.2014.

Vartiala, Sonja & Lampela, Rosa, 2013. Suomalaisten design-tuotteiden vastuullisuus, CASE: Iittala ja Marimekko Thaimaassa. Finnwatch 5/2013. <[http://www.finnwatch.org/images/designtuotteiden\\_vastuullisuus.pdf](http://www.finnwatch.org/images/designtuotteiden_vastuullisuus.pdf)> Luettu 26.8.2014.

Weegos, 2014. Mifukon haastattelu. <<https://www.weecos.com/fi/stores/mifuko>> Luettu 10.9.2014.

Weegos, 2014. Mumsin haastattelu. <<https://www.weecos.com/fi/stores/mums-makes-good-goods>> Luettu 10.9.2014.

World Vision, 2014. <<http://www.worldvision.fi/suomen-world-vision/visio-ja-missio>> Luettu 17.11.2014.

### **Televisio-ohjelmat:**

Keskusteluohjelma suomalaisen vaateteollisuuden vastuusta alihankintamaitaan kohtaan. 2013. A-studio: Stream. 18.10.2013, Yle TV 1. Katsottu 18.10.2013.

Veren tahrinat muotivaatteet, 2013. MOT. 14.4.2013. klo 20, Yle TV1.

## Kuvalähteet

Kuva 1, Ulla Kangasniemi, 2015.

Kuva 2, Ulla Kangasniemi, 2015.

Kuva 3, Puhtaat vaatteet 2012. <<http://puhtaatvaatteet-fi-bin.directo.fi/@Bin/844aed6a56e8798daece6370f94a4cd8/1407843527/application/pdf/164015/PV%20-Kampanjaopas%202012.pdf>>

Kuva 4, Mifuko, 2014. Kuvaaja tuntematon.  
<<http://www.mifuko.fi/content/media>>

Kuva 5, Mifuko, 2014. Kuvaaja tuntematon.  
<<http://www.mifuko.fi/content/media2>>

Kuva 6, Mifuko, 2014. Kuvaaja tuntematon.  
<<http://www.mifuko.fi/content/media2>>

Kuva 7, Tikau 2014. Kuvaaja tuntematon.  
<<http://www.tikau.com/products.php?lang=fi>>

Kuva 8, Tikau 2014. Kuvaaja tuntematon.  
<[http://www.tikau.com/images/products/tp\\_11\\_hi.jpg](http://www.tikau.com/images/products/tp_11_hi.jpg)>

Kuva 9, Tikau 2014. Kuvaaja tuntematon.  
<[http://www.tikau.com/images/products/tp\\_18\\_hi.jpg](http://www.tikau.com/images/products/tp_18_hi.jpg)>

## LIITTEET

### Haastattelurunko Tuuli Pikkumäen haastattelua varten

#### I Ennen lähtöä

1. Kerro projektistanne vapaasti

*(Mitä/missä/milloin/kuka/ketä/miten/keille ym.)*

2. Mikä sai teidät kiinnostumaan ja lähtemään?

3. Kuinka päädyitte juuri kyseiseen paikkaan? Ja kyseisen ihmisryhmän luo?

Saitteko itse vaikuttaa valintaan?

4. Minkälaista taustatyötä ja valmistautumista teitte ennen lähtöä?

-Kuinka paljon oli tietoa paikallisten kädentaidoista.

-Valmistelitteko työpaketteja?

-Kuinka paljon tietoa paikallisista olosuhteista, muista ongelmista johon tahdoitte vaikuttaa?

#### II Projektin aikana

5. Kuinka suunnitelmat muuttuivat paikalle päästyänne?

-Oliko paikallisten osaaminen ja tarpeet erilaisia kuin olitte suunnitelleet tai oletaneet?

-Koulutitteko heitä?

6. Kuinka paikalliskäsityötaito näkyi ympäristössä ja työntekijöiden arjessa?

7. Minkälainen oli heidän suhtautuminen työntekoon?

8. Minkälaisia muutoksia ja vaikutuksia huomasitte paikallisissa projektin aikana?

Ja jälkeen. *(Esim. rohkaisu työn ja tulevaisuuden suhteen tjm.)*

9. Mikä oli palkitsevaa?

10. Mikä oli haasteellista?

11. Mitä tapahtui kun lähditte, tulevaisuus?

#### III Yleisesti

12. Minkälaiden asioiden tulee mielestäsi muuttua, suhteessa työhön ja alueen



ihmisiin? *(liittyen hyvinvoinnin edistäminen ja köyhyyden vähentäminen)*

13. Mihin voisi tarttua tulevaisuudessa?

14. Minkälaista on mielestäsi omien kokemustesi perusteella kehitysyhteistyö työvälineenä käsityö/design?

-Minkälaisia mahdollisuuksia sillä on? *(liittyen hyvinvoinnin edistäminen ja köyhyyden vähentäminen)*

## **Haastattelurunko Minna Impiön haastattelua varten**

### **I**

1. Miten sosiaalisen vastuun edistäminen ilmenee teidän toiminnassanne ja mitkä ovat sen tavoitteita?

2. Mainitse muutama keskeinen käytäntö kuinka yrityksenne vastaa sosiaalisen vastuun haasteisiin **työpaikalla**? (Haasteita esim. Työympäristö, muutto kaupunkiin, nuori ikä, ei koulutusta, turvallisuus ja terveystriskit työssä, kohtuulliset työajat, ei pakkotyötä, palkan maksu oikeudenmukaisesti, oikeus ammattiyhdistykseen, naisten hyväksikäyttö.)

3. Mainitse muutama keskeinen käytäntö kuinka yrityksenne vastaa sosiaalisen vastuun haasteisiin **yhteisössä** missä yritys toimii? (Haasteita esim. Alueen ihmisten ja yhteisön yleinen hyvinvointi, koulutus, terveyden hoito, kunolliset asumisolot, puhtaan veden ja ruoan saanti.)

-Onko mielestänne työpaikan ulkopuolella olevan yhteisön rakentaminen ja tukeminen välttämättömyys onnistuneille sosiaalisen vastuun käytännöille?

4. Kohtaamianne haasteita?

### **II**

5. Mitä paikallisia ongelmia yrityksenne tavoitteena on ollut ratkaista tai huomioida?

6. Millä tavalla havaitsette paikallisen yhteisön hyvinvoinnin muuttuneen?

-Mitkä käytännöt ovat siihen johtaneet?

7. Mitkä käytännöt yrityksessänne ovat aikaansaaneet pitkäkestoista edistystä ja muutosta?

8. Kuinka ylläpitää vuorovaikutusta ja kestävyyttä?

### III

9. Minkälaisia mahdollisuuksia voi suunnittelulla ja käsityöllä olla auttamisen ja kehitysyhteistyön – työvälineenä?

10. Koetteko yrityksenne kutsumukseksi?

-Mistä teille syntyi halu vaikuttaa?

11. Mainitkaa muutama asia joiden mielestäsi tulee muuttua yleisesti tekstiili- ja vaateteollisuudessa? (Liittyen hyvinvoinnin edistäminen ja köyhyyden vähentämiseen.)

12. Mitä mieltä olette yleisesti kehitysmaissa toimivista suuryrityksistä, vastuujärjestelmistä, vapaakauppa-alueista, ovatko ne *parempi kuin ei mitään*?

13. Kuinka mielestänne tekstiili- ja vaatesuunnittelijat erilaisissa yrityksissä pystyisivät toimimaan eettisemmin?

14. Tuleeko teille mieleen yrityksenne kautta ideoita tai toimintamalleja joita suunnittelijat erilaisissa yrityksissä pystyisivät soveltamaan?

15. Mitkä ovat ajankohtaisia asioita jotka ovat nyt pinnalla? Mitä tulisi tehdä ajatellen lähitulevaisuutta?

## Haastattelurunko Outi Moilalan haastattelua varten

### I Taustatiedot

1. Miten sosiaalisen vastuun edistäminen ilmenee työssäsi ja mitkä ovat sen tavoitteita?

2. Mistä sinulle syntyi halu vaikuttaa? Koetko työsi kutsumukseksi?

3. Työskentelet yritysten kanssa, oletko tekemisissä myös suunnittelijoiden kanssa?

4. Miten sosiaalisen vastuun edistämisen tulisi ilmetä yleisesti tekstiili- ja vaateyrityksen toiminnassa?

-Entä suunnittelijan toiminnassa?

-Pystyykö yksittäinen suunnittelija vaikuttamaan yrityksen sisällä?

## II Ongelmat

7. Mainitse muutama asia joiden mielestäsi tulee muuttua yleisesti tekstiili- ja vaateteollisuudessa? (Liittyen hyvinvoinnin edistämiseen ja köyhyyden vähentämiseen kehitysmaissa.)

8. Onko mielestäsi kehitysmaissa toimivat suuryritykset, vastuujärjestelmät ja vapaakauppa-alueet *parempi kuin ei mitään*?

9. Mainitse muutama keskeinen käytäntö kuinka yritys voi vastata sosiaalisen vastuun haasteisiin **työpaikalla**? (Haasteita esim. Työympäristö, muutto kaupunkiin, nuori ikä, ei koulutusta, turvallisuus ja terveysriskit työssä, kohtuulliset työajat, ei pakkotyötä, palkan maksu oikeudenmukaisesti, oikeus ammattiyhdistykseen, naisten hyväksikäyttö.)

10. Mainitse muutama keskeinen käytäntö kuinka kuinka yritys voi vastata sosiaalisen vastuun haasteisiin **yhteisössä** missä yrityksen tuotanto tapahtuu? (Haasteita esim. Alueen ihmisten ja yhteisön yleinen hyvinvointi, koulutus, terveyden hoito, kunnolliset asumisolot, puhtaan veden ja ruoan saanti.)

## III Ratkaisuja ja visioita

11. Minkälaisia mahdollisuuksia voi suunnittelulla ja designilla olla auttamisen ja kehitysyhteistyön – työvälteenä? (Liittyen tuotantomaan hyvinvoinnin edistämiseen ja köyhyyden vähentämiseen kehitysmaissa.)

12. Kuinka yritykset voisivat huomioida enemmän paikallisia ongelmia?

-Tuleeko sinulle mieleen ideoita tai toimintamalleja joita suunnittelijat erilaisissa yrityksissä pystyisivät soveltamaan?

13. Mitkä käytännöt yrityksissä voivat aikaansaada pitkäkestoista edistystä ja muutosta tuotantomaan hyvinvoinnissa?

-Kuinka ylläpitää vuorovaikutusta ja kestävyyttä?

14. Mitkä ovat mielestäsi ajankohtaisia asioita jotka ovat nyt pinnalla? Mitä tulisi tehdä ajatellen lähitulevaisuutta?