



Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

Joona Hakala

# **Kestävän kehityksen periaatteiden integrointi hankintaprosesseihin tekstiiliteollisuudessa EU:ssa**

Tekniikan ja innovaatiojohtamisen  
akateeminen yksikkö  
Tuotantotalouden kandidaatintutkielma  
Kauppatieteiden kandidaatti

Vaasa 2026

---

**VAASAN YLIOPISTO****Tekniikan ja innovaatiojohtamisen akateeminen yksikkö**

<b>Tekijä:</b>	Joona Hakala		
<b>Tutkielman nimi:</b>	Kestävän kehityksen periaatteiden integrointi hankintaprosesseihin tekstiiliteollisuudessa EU:ssa		
<b>Tutkinto:</b>	Kauppateiden kandidaatti		
<b>Oppiaine:</b>	Tuotantotalous		
<b>Työn ohjaaja:</b>	Tauno Kekäle		
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2026	<b>Sivumäärä:</b>	33

---

**TIIVISTELMÄ:**

Tämä tutkielma tarkastelee, miten EU:n alueella toimivat tekstiilialan yritykset integroivat kestävän kehityksen periaatteita osaksi hankintaprosessejaan sekä millaisia hyötyjä ja haasteita tästä yrityksille seuraa. Tutkielmassa tarkastellaan kahta tekstiilialan yritystä: H&M:ää ja Patagoniaa, joita verrataan toisiinsa niiden osittain eriävien hankintakäytäntöjen näkökulmasta. Tutkielmassa analysoidaan myös EU:n lainsäädännön vaikutusta tekstiilialan hankintatoimeen sekä sitä, miten muut kansainväliset standardit ja tavoitteet ohjaavat alan yrityksiä.

Tutkielma osoittaa, että kestävyuden integroinnista hankintoihin on muodostunut tekstiilialalla välttämättömyys. Tähän merkittävimpinä syinä voidaan pitää EU:n lainsäädännön kiristymistä sekä jatkuvaa tarvetta ylläpitää kilpailukykyä ja yritysten brändi-imagoa. Sekä H&M:n riskiperusteinen hankintamalli että Patagonian kiertotaloutta hyödyntävä strategia osoittavat, että kestävät hankinnat voivat tuottaa yrityksille taloudellisia sekä yhteiskunnallisesti sosiaalisia ja ympäristöllisiä hyötyjä. Samalla yritykset kuitenkin kohtaavat haasteita muun muassa globaalien toimitusketjujen monimutkaisuudessa sekä sen läpinäkyvyyden varmistamisessa, kestävien materiaalien korkeampien kustannusten kanssa sekä direktiivien noudattamisen sekä viherpesun osalta.

Tutkielma tunnistaa myös selviä rajoitteita, kuten yritysten vastuullisuusohjelmien vaihtelevuuden sekä standardoitujen vertailuindikaattorien puutteen, mikä hankaloittaa kestävyuden arviointia ja vastuullisuusraportoinnin tulkintaa. Jatkotutkimusaiheiksi ehdotetaan kestävien hankintojen taloudellisten vaikutusten syvällisempää tarkastelua sekä EU:n mahdollisten toimien tutkimista vastauksena nopeasti markkinoille nousseille kiinalaisille pikamuotiyrityksille, kuten Sheinille ja Temulle.

---

**AVAINSANAT:** Hankintatoimi, Kestävä kehitys, Tekstiiliteollisuus, EU-lainsäädäntö, Kestävä hankinta

## Sisällys

1	Johdanto	5
1.1	Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	5
1.2	Tutkimusmenetelmä ja rakenne	6
2	Hankintatoimi	7
3	Kestävä kehitys	9
3.1	Triple bottom line, TBL	9
3.2	Vihreä ja kestävä hankinta	10
3.3	Vihreä toimitusketjujen hallinta	11
3.4	ISO 20400 -standardi	12
4	EU:n lainsäädäntö ja ohjausmekanismit	14
4.1	Kestäviä ja kiertotalouteen perustuvia tekstiilejä koskeva EU:n strategia	14
4.2	EU:n ekosuunnitteluasetus ja digitaalinen tuotepassi	15
4.3	Direktiivi yritystoiminnan kestävää toimintaa koskevasta huolellisuusveloitteesta (Corporate Sustainability Due Diligence Directive, CSDDD)	15
4.4	Laajennettu tuottajavastuu (Extended Producer Responsibility, EPR)	16
5	Kestävän kehityksen periaatteiden käytännön toteutus hankinnoissa tekstiiliteollisuudessa EU:ssa	18
5.1	H&M	18
5.2	Patagonia	20
5.3	Haasteet ja mahdollisuudet	22
6	Johtopäätökset	25
	Lähteet	27
	Liitteet	33
	Liite 1. Ilmoitus tekoälyavusteisten teknologioiden käytöstä tutkielmassa	33

**Lyhenteet**

ACT:	Action, Collaboration, Transformation
CSDDD:	Corporate Sustainability Due Diligence Directive
EPR:	Extended Producer Responsibility
EU:	Euroopan unioni
ISO:	International Organization for Standardization
SDG:	Sustainable development goals
SIPP:	Sustainable Impact Partnership Program
TBL:	Triple bottom line

# 1 Johdanto

Tekstiiliteollisuus on yksi maailman suurimmista aloista, tuottaen vuosittain arviolta noin biljoona dollaria ja samalla kattaen noin 7% kaikista maailman vientitavaroista (Costa ja muut, 2020). Samaan aikaan se on öljyteollisuuden jälkeen toiseksi saastuttavin sektori (Costa ja muut, 2020). Tekstiiliteollisuuden toimitusketjut ovat usein laajoja, ja ne jakautuvat moniin eri maihin, usein myös kehittyviin maihin, joissa lainsäädäntö on löysemää (Modeira ja muut, 2022). Ympäristöongelmien, kuten veden saastuttamisen ja kasvihuonepäästöjen, lisäksi Singh (2024, s. 424) nostaakin esiin tekstiiliteollisuuden sosiaalisia ongelmia, joita ovat esimerkiksi heikot työolot, pitkät työpäivät ja puutteellinen terveydenhuolto. Kuluttajien ja sijoittajien odotukset ja toiveet kestävästä ja vastuullisuudesta ovat kasvaneet myös tekstiiliteollisuudessa, ja yritysten pitääkin ottaa ne enenevässä määrin huomioon. Hankintatoimi on keskeisessä roolissa, kun tekstiiliyritykset pyrkivät vaikuttamaan edellä mainittuihin sosiaalisiin ja ekologisiin ongelmiin. Iso osa näistä voidaan karsia pois tai minimoida jo materiaalien ja toimittajien valintavaiheessa, joka on hankinnan keskeinen osa-alue.

Euroopan unioni on 27 jäsenvaltiosta koostuva poliittinen ja taloudellinen liitto, joka pyrkii tarjoamaan vakautta ja vaurautta koko Euroopan alueella (Valtioneuvosto, n.d.). Tätä toteuttaakseen EU:n jäsenvaltiot ovat siirtäneet toimivaltaansa kansalliselta tasolta Euroopan tason toimielimille. Myös EU on tunnistanut tekstiiliteollisuuden ongelmat ja kehittänyt lainsäädäntöään suuntaan, joka pyrkii torjumaan sekä ekologisia että sosiaalisia ongelmia tekstiilisektorilla. Direktiivejä, joita tutkielma käsittelee, ovat esimerkiksi EU:n ekosuunnitteluasetus sekä laajennettu tuottajavastuu, joilla molemmilla on suoria vaikutuksia tekstiiliyritysten hankintatoimiin.

## 1.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tavoitteena on tarkastella, miten kestävän kehityksen periaatteita integroidaan tekstiiliteollisuuden hankintaprosesseissa EU:ssa, millaista painetta EU:n lainsäädäntö luo sekä millaisia hyötyjä ja haasteita tästä seuraa tutkielmassa käytettäville

esimerkkiyrityksille, H&M:lle ja Patagonialle. Tutkimuksen tavoitteeseen päästään vastaamalla seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Miten EU:n lainsäädäntö ja kansainväliset standardit ohjaavat kestävän kehityksen integrointia tekstiiliteollisuuden hankintaprosesseihin?
2. Miten tekstiilialan yritykset, kuten H&M ja Patagonia, huomioivat kestävän kehityksen hankinnoissaan sekä millaisia hyötyjä ja haasteita siitä yrityksille seuraa?

## **1.2 Tutkimusmenetelmä ja rakenne**

Tutkielma on kirjallisuuskatsaus, joka pohjautuu tieteellisiin artikkeleihin, EU-lainsäädäntöön ja kansainvälisiin standardeihin. Lisäksi tutkimus sisältää analyysit kahdesta tekstiilialan yrityksestä: H&M:stä ja Patagoniasta. Edellä mainittujen lähteiden lisäksi tutkielmassa tarkastellaankin H&M:n ja Patagonian vastuullisuusraportteja sekä niistä tehtyjä akateemisia artikkeleita. Tutkielma koostuu viidestä luvusta. Ensimmäisessä luvussa määritellään hankintatoimi ja se jaotellaan kolmeen pääosaan. Seuraava luku käsittelee kestävää kehitystä sekä sen ja hankintatoimen yhdistämistä ja siihen liittyviä relevantteja käsitteitä. Neljännessä luvussa tarkastellaan EU:n lainsäädäntöä, jolla on sekä suoria että epäsuoria vaikutuksia hankintatoimeen tekstiiliteollisuudessa. Seuraavaksi tutkitaan miten H&M ja Patagonia ovat huomioineet kestävän kehityksen hankinnoissa, sekä mitä hyötyjä tai ongelmia siitä on yrityksille seurannut. Viimeisessä luvussa kootaan tutkielman johtopäätökset.

## 2 Hankintatoimi

Association for Supply Chain Management (n.d.) määrittelee hankintatoimen kattamaan kaikki toiminnot, jotka liittyvät jotenkin yrityksen päivittäistä toimintaa tukevien hyödykkeiden ja palveluiden hankkimiseen. Hankintatoimeen kuuluvat siis itse ostoprosessi, logistiikka - eli tavarankuljetus, varastointi ja vastaanotto, sekä mahdolliset palautus- ja kunnostustoimet, sekä monissa yrityksissä myös toimittajahankinta ja sopimusneuvottelut (Association for Supply Chain Management, n.d.). Rushton ja muut (2022, s. 201) kiteyttävät, että hankinnalla varmistetaan, että raaka-aineita on riittävästi oikeaan hintaan, vaaditulla laadulla, oikeassa paikassa ja oikeaan aikaan.

Layaq ja muut (2019) jakavat hankintatoimen strategiseen hankintaan, taktiseen hankintaan, sekä operatiiviseen ostoon. Tämän tutkielman kannalta selvästi merkittävintä osaa näyttelee strateginen hankinta, joka pitkälti määrittelee muiden hankintatoimen prosessien toiminnan. Strateginen hankinta on toimitusketjujen suunnittelua ja hallintaa yrityksen toiminnallisten ja suorituskykyyn liittyvien tavoitteiden mukaisesti (Yildiz Çankaya, 2020). Strategisessa hankintatoimessa ei ainoastaan päätetä potentiaalisen toimittajan valinnasta, ja arvioinnista, vaan termi käsittää myös pitkäaikaisten kumppanuuksien kehittämistä ja ylläpitoa. Strategisesta hankinnasta voidaan saada kilpailuetua markkinoilla. Su (2013) tunnistaa strategisen hankinnan neljä keskeistä elementtiä: ostotoiminnon nostaminen strategiselle tasolle, tehokas toimintojen välinen viestintä, tuki organisaation sisällä sekä tiedon jakaminen avaintoimittajien kanssa ja heidän kehittämisensä.

Strategiseen hankintaan liittyy vahvasti toimittaja-arviointi. Se on työkalu, jota osto-organisaatiot käyttävät toimittajien valinnassa, toimittajakannan vähennyspäätöksissä sekä toimittajien vertailussa ja kehittämisessä (Su, 2013). On tärkeää, että yrityksillä on virallinen ohjelma tai järjestelmä toimittajien arviointiin ja tunnistamiseen sekä olemassa olevien toimittajien seuraamiseen. Arviointiohjelmaa tai -järjestelmää voidaan käyttää tehokkaasti toimittajien arviointiin ja mittaamiseen sekä mittausten ja yritysten

tavoitteiden viestimiseen toimittajille niin, että ne ovat tietoisia nykyisestä suorituskyvyistään ja ostavan yrityksen odotusten välisestä erosta (Su, 2013).

Taktinen hankinta viittaa lyhyen aikavälin, enintään vuoden kestoisiin suunnitelmiin ja transaktioihin, jotka takaavat liiketoiminnan sujuvuuden (Layaq ja muut, 2019). Heidän mukaansa se on olennainen osa hankintaprosessia ja sisältää toimenpiteitä, kuten yrityksen tarpeiden määrittelyä, tarjouspyyntöjen laatimista, neuvotteluja, sopimusten laatimista ja hallintaa, toimittajien arviointia, toimittajatietojen hallintaa sekä vaatimusten ja reklamaatioiden käsittelyä.

Operatiivinen osto on keskeinen osa organisaation päivittäistä toimintaa. Se kattaa prosessit, joissa hankitaan, vastaanotetaan ja maksetaan tavarat ja palvelut, jotka ovat välttämättömiä yrityksen päivittäisten toimintojen tukemiseksi (Layaq ja muut, 2019). Heidän mukaansa toisin kuin strateginen hankinta, joka keskittyy pitkän aikavälin hankkeisiin ja suurten projektien hallintaan, operatiivinen osto keskittyy päivittäisiin hankintoihin, kuten toimistotarvikkeisiin, raaka-aineisiin ja muihin tuotannossa tarvittaviin materiaaleihin. Toisin sanoen operatiivisen hankinnan päätavoitteena on varmistaa, että organisaatio saa tarvitsemansa tavarat ja palvelut oikeaan aikaan, oikeassa määrin ja oikealla hinnalla.

### 3 Kestävä kehitys

Kestävällä kehityksellä on lukuisia erilaisia määritelmiä, mutta vuodesta 1987 asti se on pysynyt pääpiirteittäin samana. Tuona vuonna Maailman ympäristö- ja kehityskomissio eli ”Brundtlandin komissio” määritteli kestävän kehityksen näin: ”kestävä kehitys on kehitystä, joka täyttää nykyhetken tarpeet vaarantamatta tulevaisuuden sukupolvien mahdollisuuksia omien tarpeidensa tyydyttämiseksi” (Glavič ja Lukman, 2007). Heidän mukaansa kestävä kehitys painottaa yhteiskunnan vastuullista taloudellista kasvua ympäristön ja luonnon prosesseja kunnioittaen. Tässä yhteydessä politiikka on keskeisessä asemassa. Kestävän kehityksen periaatteet huomioivat talouden, yhteiskunnan ja ympäristön resurssirajoitteet, mikä mahdollistaa hyvinvoinnin edistämisen niin nykyisille kuin tulevillekin sukupolville (Glavič ja Lukman, 2007).

Vuonna 2015 Yhdistyneet kansakunnat julkaisi kestävän kehityksen tavoitteensa (SDG), joihin kaikki sen jäsenmaat sitoutuvat osallistumaan (United Nations, n.d.). SDG:t koostuvat 17 erillisestä tavoitteesta, joita ovat esimerkiksi: köyhyyden lopettaminen, puhdas vesi kaikille sekä sukupuolten välinen tasa-arvo. Tämän tutkielman kannalta kaikista relevantein on SDG-tavoitteiden luku 12, ”Vastuullinen kulutus ja tuotanto”. Se pyrkii jätteen minimointiin, resurssien tehokkaaseen käyttöön sekä edistämään kestäviä kulutus- ja tuotantotapoja.

#### 3.1 Triple bottom line, TBL

Kestävän kehityksen kannalta, SDG-tavoitteiden lisäksi toinen tärkeä konsepti on Triple bottom line -malli. Sen perusteella kestävyys perustuu kolmen peruspilariin: ympäristön, talouden ja sosiaalisen hyvinvoinnin tasapainottamiseen (Kushmendar ja Normasari, 2025). Hankintatoimella on merkittävä rooli näiden tavoitteiden saavuttamisessa, sillä se vaikuttaa suoraan kaikkiin kolmeen pilariin.

Dos Santos ja Da Cunha (2024) kuvailevat, miten TBL:n eri ulottuvuudet vaikuttavat käytännössä. Heidän mukaansa ympäristöpilarilla tavoitellaan luonnonvarojen

säilyttämistä ja ekosysteemien suojelua. Siihen pyritään ensisijaisesti uusiutuvien resurssien käyttöön otolla, sekä jätteen ja saasteiden hallinnalla. He mainitsevat konkreettisiksi toimiksi lisäksi myös kierrätyskäytäntöjen käyttöönoton, puhtaiden teknologioiden tutkimuksen lisäämisen, sekä ympäristönsuojelupolitiikan vahvistamisen. Taloudellinen kestävyys keskittyy heidän mukaansa taloudelliseen vaurauteen. Se ei kuitenkaan painota ainoastaan voittoa, vaan organisaation kykyä tuottaa arvoa sekä suoraan että epäsuorasti. Se ilmenee resurssien tehokkaalla hallinnalla, sekä säännöllisillä investoinneilla. Sosiaalisesta näkökulmasta Dos Santos ja Da Cunha (2024) korostavat ihmisarvoa ja sosiaalista oikeudenmukaisuutta. Siihen kuuluvat reilut työolot, ihmisoikeuksien kunnioittaminen ja paikallisten yhteisöjen hyvinvointi. Pelkän kustannustehokkuuden ja voiton tavoittelun sijaan yritysten tulee huomioida tasa-arvo, työelämän oikeudet ja paikallisyhteisöjen vahvistaminen. Sosiaaliseen ulottuvuuteen yritykset voivat vaikuttaa jo toimittajien valintavaiheessa, sekä integroimalla yritysvastuun osaksi toimintaansa.

Dos Santos ja Da Cunha (2024) painottavat, ettei ympäristö- tai sosiaalitavoitteita tule sivuuttaa taloudellisten hyötyjen vuoksi. Taloudellinen toiminta voi sen sijaan vähentää sosiaalisia ja ekologisia haittoja, jos yritykset integroivat TBL-periaatteet kokonaisvaltaisesti. He painottavat, että organisaatiot, jotka sitouttavat sidosryhmänsä yhteisiin kestävyys tavoitteisiin, rakentavat sekä vahvempia että kilpailukykyisempiä toimintamalleja.

### **3.2 Vihreä ja kestävä hankinta**

Kozuchin ja muiden (2024) mukaan vihreä hankinta tarkoittaa hankintaprosessia, jossa hankintapäätökset tehdään hankinnan ympäristövaikutusten perusteella, perinteisten hankintakriteerien, kuten hinnan, saatavuuden ja laadun, lisäksi. Vihreän hankinnan kasvua vauhdittavat kasvavat ekologiset huolet ja kestävä kehityksen välttämättömyys (Kozuch ja muut, 2024). Yritykset ovat myös saaneet sidosryhmiltä painetta kestävyys suuntaan, ja erilaiset ympäristölainsäädännöt ohjaavat siirtymää kohti vihreämpää hankintaa (Wang ja muut, 2024). Vihreän hankinnan tavoitteena on vähentää

ympäristövaikutuksia edistämällä sellaisten palveluiden ja tuotteiden käyttöä, jotka kuluttavat vähemmän resursseja ja tuottavat vähemmän jätettä ja päästöjä.

Kozuch ja muut (2024) väittävät, että noin kaksi kolmasosaa keskivertoyrityksen kestävyysjalanjäljestä voidaan liittää sen toimittajiin. Siksi vihreän hankinnan uskotaan kannustamaan toimittajia kehittämään ympäristöystävällisempiä tuotteita. Vihreän hankinnan soveltaminen toimitusketjuissa vähentää myös sääntelyyn liittyviä riskejä, sillä yritykset kohtaavat yhä tiukempia ympäristölakeja ja määräyksiä (Kozuch ja muut, 2024).

Kestävää ja vihreää hankintaa käytetään usein synonyymeinä, mutta niillä on pieniä eroavaisuuksia määritelmässä. Siinä missä vihreä hankinta keskittyy hintaan ja laatuun, sekä pyrkii vähentämään ympäristövaikutuksia, kestävä hankinta pyrkii tasapainottamaan taloudelliset tavoitteet sosiaalisen vastuun ja ympäristöstä huolehtimisen kanssa koko toimitusketjussa (CloudOpex, 2023). Wilhelm ja Villena (2021) nostavat tärkeän argumentin vihreän ja kestävä hankinnan puolesta. Jos globaalit brändit ja niiden päätoimittajat omaksuvat ne osaksi käytäntöjään, myös osa toisen tason toimittajista joutuu ympäristö- ja työvoimavaatimusten seurantaan. Eli jos isot globaalit tekstiilialan yritykset huomioivat kestävyuden hankinnoissaan, se voisi parantaa toisen tason toimittajien työoloja, ja pienentää niiden aiheuttamaa ympäristökuormaa.

### **3.3 Vihreä toimitusketjujen hallinta**

Vihreä toimitusketjujen hallinta määritetään ympäristöajattelun integroimiseksi toimitusketjun hallintaan, mukaan lukien tuotesuunnittelu, materiaalien hankinta ja valinta, tuotantoprosessien ympäristöjohtaminen, markkinointi, käänteinen logistiikka, lopputuotteen toimittaminen kuluttajille sekä tuotteen elinkaaren hallinta sen käyttöään jälkeen (Srivastava, 2007; Younis ja Sundarakani, 2019). Se sisältää joukon toimintoja, joihin yritykset mukautuvat vähentääkseen saastuttamista ja energiankulutusta kestävä kehityksen paremmin huomioimiseksi. Vihreä toimitusketjujen hallinta tukee

ympäristönäkökulmien integrointia toimitusketjun hallinnan eri puoliin (Labaran ja Masood, 2023). Srivastava (2007) kuvailee, että vihreä toimitusketjujen hallinta ei ole pelkästään menoerä, vaan se myös kasvattaa yrityksen liikearvoa.

Balin ja Sari (2023) liittävät vihreän hankinnan ja vihreän toimitusketjujen hallinnan keskeisesti toisiinsa. Heidän mukaansa väärin toimittajien valinta voi johtaa tilanteisiin, jotka haittaavat yrityksen brändiä ja imagoa. Tästä syystä he argumentoivat vihreän hankinnan olevan kaikista tärkein osa vihreää toimitusketjujen hallintaa.

### **3.4 ISO 20400 -standardi**

ISO 20400 on vuonna 2017 julkaistu kansainvälinen standardi, joka tarjoaa ohjeistusta vastuullisen hankinnan toteuttamiseen ja siihen, kuinka se tulee integroida osaksi yritysten hankintaprosesseja alasta, yrityksen koosta tai sijainnista riippumatta (International Organization for Standardization, 2017). Sen mukaan jokaisella yrityksellä on ympäristöllisiä, sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia, ja Aroonsrimorakot ja Laiphrakpam (2024) kuvailevat, että ISO 20400 -standardi pyrkiikin vähentämään näitä vaikutuksia yritysten hankintaprosesseissa huomioiden sosiaalisen vastuun, vastuullisuuden, läpinäkyvyyden, ihmisoikeudet ja eettisen toiminnan. International Organization for Standardization (2017) ja Aroonsrimorakot ja Laiphrakpam (2024) nostavat keskeiseksi käsitteeksi aikaisemmin mainitun kestävän hankinnan, joka ei rajoitu vain tuotteiden ja palveluiden hankintaan, vaan kattaa koko hankintaketjun toimittajien valinnasta koko toimitusketjun hallintaan.

Knebel ja Seele (2020) kuitenkin kritisoivat ISO 20400 -standardia siitä, ettei se sisällä selkeitä ohjeita kestävän kehityksen indikaattorien käytöstä. Tämä voi aiheuttaa yrityksille ongelmia, sillä vaikka standardi painottaa, että hankintojen tulisi olla linjassa nykyisten kestävän kehityksen raportointikäytäntöjen kanssa, se ei kuitenkaan tarjoa varsinaista ohjeistusta siitä, miten tai mitä indikaattoreita tulisi käyttää (Knebel ja Seele, 2020). Toisin sanoen, vaikka ISO 20400 -standardi ohjaakin organisaatioita tekemään kestäviä hankintoja, se ei täsmennä tarkasti, miten ja millaisia mittareita tulisi käyttää

sen tulosten arvioimisessa. ISO 20400 -standardi ei myöskään ole juridisesti sitova, eikä se pakota yrityksiä noudattamaan sen suosituksia. Se on vapaaehtoinen ohjeistus, jonka tavoitteena on auttaa organisaatioita huomioimaan ja integroimaan kestävä kehitys hankintakäytäntöihinsä.

## **4 EU:n lainsäädäntö ja ohjausmekanismit**

Euroopan unioni pyrkii vaikuttamaan jäsenmaidensa sekä sen alueella operoivien yritysten toimintaan erilaisilla lainsäädännöillä. Euroopan unionin (n.d.) mukaan EU-lainsäädäntöä ovat kaikki Euroopan unionin perussopimukset, asetukset, direktiivit ja päätökset. Tässä luvussa perehdytään varsinkin EU:n direktiiveihin, jotka ovat relevantteja tekstiiliteollisuudelle. Vaikka kaikkia seuraavia EU:n direktiivejä ja strategioita ei ole varsinaisesti kohdistettu hankintatoimeen tai tekstiiliteollisuuteen, niillä on kuitenkin joko suoria tai epäsuoria vaikutuksia niihin.

### **4.1 Kestäviä ja kiertotalouteen perustuvia tekstiilejä koskeva EU:n strategia**

Euroopan unioni arvioi, että tekstiileillä on neljänneksi suurin vaikutus ympäristöön ja ilmastonmuutokseen ruoan, asumisen ja liikkumisen jälkeen (European Commission, n.d.). Lisäksi se mainitsee, että jos katsotaan vain veden kulutusta ja maankäyttöä, tekstiiliteollisuus on kolmanneksi haitallisin sektori. Muun muassa näiden syiden takia maaliskuussa 2022 Euroopan Unioni julkaisi strategiansa kestäville ja kiertotalouteen perustuville tekstiileille. Strategia tutkii tekstiilien koko elinkaarta ja ehdottaa konkreettisia toimia muuttamaan tekstiilien tuottamista ja kulutusta.

European commission (n.d.) informoi, että strategian ydinidea on, että vuoteen 2030 mennessä kaikki EU:n markkinoilla olevat tekstiilit olisivat kestäviä, kierrätettäviä ja helposti korjattavia, sekä suurelta osin valmistettu kierrätetyistä kuiduista ja täysin ilman haitallisia aineita kuiduissa. Tuotannon tulisi olla myös sekä sosiaalisesti että ympäristöllisesti kestävä. Tavoitteena on myös siirtää ihmisten kulutustottumuksia pikamuodista laadukkaisiin ja pitkäikäisiin vaatteisiin.

## 4.2 EU:n ekosuunnitteluasetus ja digitaalinen tuotepassi

Yksi konkreettisista toimista EU:n strategiassa kestäville ja kiertotalouteen perustuvilla teksteille on vuonna 2024 hyväksytty EU:n uusi ekosuunnitteluasetus. Sen tavoitteena on parantaa EU:n markkinoilla olevien tuotteiden kestävyttä, kierrätettävyyttä ja pitkäikäisyyttä (European Commission, 2024). Ekologinen suunnittelu tarkoittaa sitä, että ympäristönäkökulmat otettaisiin huomioon jo tuotteiden suunnitteluvaiheessa (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2024). Asetus määrittää, että aikaisemmin ekosuunnittelu on EU:n alueella koskenut ainoastaan energiaan liittyviä tuotteita, kuten tietokoneita tai kodinkoneita, mutta uusi ekosuunnitteluasetus koskee nyt myös teksteileitä. Työ- ja elinkeinoministeriö (2024) kertoo, että uuden asetuksen tavoitteena on lisäksi varmistaa kestävien tuotteiden vapaa liikkuvuus EU:ssa.

Ekosuunnitteluasetuksen rinnalle kehitettiin myös digitaalinen tuotepassi. European Commission (2024) kertoo, että se toimii ikään kuin sähköisenä henkilökorttina tuotteille, komponenteille ja materiaaleille. Siihen tallennetaan relevanttia tietoa tuotteiden kierrätettävyydestä, kestävydestä ja lainmukaisuudesta. Tieto tallennetaan digitaalisena, ja se on saatavilla kuluttajille, tuottajille ja viranomaisille. Se mahdollistaa myös tulliviranomaisille automaattisen tarkastuksen tuontituotteiden digitaalisten tuotepassien olemassaolosta ja niiden aitoudesta European Commission (2024).

## 4.3 Direktiivi yritystoiminnan kestävästä toiminnasta koskevasta huolellisuusvelvoitteesta (Corporate Sustainability Due Diligence Directive, CSDDD)

Euroopan komission vuonna 2022 ehdottama ja 2024 hyväksytty direktiivi yritystoiminnan kestävästä toiminnasta koskevasta huolellisuusvelvoitteesta (CSDDD) pyrkii sekä edistämään yritysten kestävästä ja vastuullista toimintaa että sisällyttämään ihmisoikeuksien ja ympäristönsuojelun yritysten toimintaan (Työ- ja elinkeinoministeriö,

n.d.). Välillisesti tämä kasvattaa myös kuluttajien luottamusta yrityksiin. Työ- ja elinkeinoministeriö (n.d.) nostaa esiin, että eurooppalaisten yritysten arvoketjut ulottuvat usein myös EU:n sisämarkkina-alueen ulkopuolelle, usein kehittyviin maihin. Direktiivi pyrkii tukemaan näiden maiden elin- ja työolosuhteita, sekä mahdollistaa alueilla kestäviä investointeja. Direktiivin voimaantulo alkaa portaittain vuodesta 2027 alkaen, ja vuonna 2029 sen alaisuuteen kuuluvat kaikki yritykset, jotka täyttävät seuraavat vaatimukset:

1. EU:ssa toimivat yritykset ja emoyhtiöt, joilla on yli 1000 työntekijää ja joiden maailmanlaajuinen liikevaihto on yli 450 miljoonaa euroa
2. EU:ssa toimivia franchising-yrityksiä, joiden liikevaihto on yli 80 miljoonaa euroa, jos vähintään 22,5 miljoonaa euroa on peräisin rojalteista
3. Kolmansien maiden yritykset, jotka toimivat EU:n alueella ja jotka ylittävät edellä mainitut liikevaihdon raja-arvot EU:n alueella.

Konkreettisesti Työ- ja elinkeinoministeriön (n.d.) tiedotteen mukaan, yritysten pitää sisällyttää huolellisuusvelvoite osaksi toimintaperiaatteitaan, tunnistaa toteutuneet tai mahdolliset haittavaikutukset ihmisoikeuksille tai ympäristölle sekä ehkäistä ja lieventää niiden mahdollisia vaikutuksia sekä eliminoida ja minimoida jo toteutuneita vaikutuksia. Yritysten kuuluu myös seurata huolellisuusvelvoitetta koskevien toimien vaikutuksia sekä tiedottaa niistä julkisesti. Kuten Fidan ja muut (2024) mainitsevat, tekstiiliteollisuudessa toimitusketjut ulottuvat laajalle, usein moniin eri maihin. Tämä tekeekin CSDDD -direktiivistä relevantin useille tekstiilialan yrityksille, joiden toimittajaverkko on laaja.

#### **4.4 Laajennettu tuottajavastuu (Extended Producer Responsibility, EPR)**

Loppuvuonna 2025 voimaan astuu uusi laajennettu tuottajavastuudirektiivi, joka tulee olemaan yksi keskeisistä EU:n ohjausmekanismeista. Sen periaatteena on siirtää vastuu tekstiilien koko elinkaaresta sen tuottajille (Lüttin, 2025) Uudessa EPR-direktiivissä kaikki tekstiilituottajat, jotka päättävät tuoda tekstiileitään myyntiin EU:hun, ovat vastuussa tekstiilijätteen jätehuollosta ja sen kustannuksista (European Parliament, 2025; Lüttin, 2025). Uuden EPR:n tavoitteena on Lüttinin (2025) mukaan kannustaa tuottajia

vähentämään jätettä sekä lisätä kiertotaloutta toteuttavia tuotteita. Jokainen EU:n jäsenmaa on veloitettu ottamaan käyttöön EPR-järjestelmä 30 kuukauden kuluttua direktiivin voimaantulumisesta (European Parliament, 2025a). Euroopan parlamentin (2025b) mukaan vain 1% kaikista käytetyistä vaatteista kierrätetään uusiokäyttöön. Lüttin (2025) lisääkin, että tuottajat joutuvat maksamaan korvausta tuotteidensa ympäristövaikutusten perusteella, siten että kestävästä ja helpommin kierrätettävistä tuotteista jätehuoltomaksut ovat pienempiä. Tuottajien tulee myös raportoida markkinoille tuotujen tekstiilien kokonaismäärä sekä heidän panoksensa jätehuoltoon. Lisäksi EU:n ekosuunnitteluasetus kieltää vuodesta 2026 alkaen myymättömien tuotteiden tuhoamisen (European Parliament, 2025b).

Kun mietitään EPR-direktiivin vaikutuksia hankintatoimeen, yritysten tulee pohtia tuotteen koko elinkaarta, pelkkien ostohintojen sijaan. EPR-direktiivi kannustaa hankkimaan tuotantoon kestäviä ja pitkäikäisiä materiaaleja, sillä se pienentää tuotteen korvausmaksuja. Lisäksi, tuotteet jotka ovat itsessään kierrätettäviä, aiheuttavat pienemmät jätehuoltomaksut. Myymättömien tuotteiden tuhoamisen kieltäminen vaikuttaa myös niiden hankintamäärien suunnittelun tärkeyteen. Yritykset joutuvat todennäköisesti arvioimaan toimittajansa uudelleen direktiivin vaatimusten pohjalta sekä lisäämään uusia kriteereitä niiden arviointiin.

## 5 Kestävän kehityksen periaatteiden käytännön toteutus hankinnoissa tekstiiliteollisuudessa EU:ssa

Tekstiiliteollisuus on valtava teollisuudenala, joka työllistää arvoilta 300 miljoonaa ihmistä arvoketjun eri vaiheissa (The United Nations Alliance for Sustainable Fashion, 2020). Se on samalla yksi luontoa eniten saastuttavimmista ja sosiaalisesti ongelmallisista sektoreista. Tekstiiliteollisuus vaatii erityisen paljon vettä sekä viljelypinta-alaa puuvillalle ja muille kuiduille (European Parliament, 2024). European Parliamentin (2024) julkaisussa arvioidaan, että yhden puuvillapaidan valmistamiseen kuluu noin 2700 litraa vettä, mikä on keskiorto-ihmisen 2,5 vuoden juomakulutus. Samassa tekstissä mainitaan, että tekstiiliala oli vuonna 2020 kolmanneksi suurin veden pilaantumisen ja maa-alan käytön aiheuttaja. Keskimäärin yhden EU-kansalaisen vaatetukseen ja jalkineisiin kului yhdeksän kuutiometriä vettä, 400 neliometriä maa-alaa sekä 391 kilogrammaa raaka-aineita.

Tekstiiliteollisuus on erittäin työntensiivinen ala, ja sen monimutkaiset ja laajalle levittäytyneet toimitusketjut tekevät siitä sosiaalisten huolenaiheiden keskiön (Fidan ja muut, 2024). He nostavat ongelmiksi työolosuhteet, joihin kuuluvat liialliset työajat, määräaikaisten työsopimukset ja terveysriskit. Moreira ja muut (2022) arvioivat, että noin 60% tuotannosta Euroopan mantereella on ulkoistettu maihin, joissa työvoimakustannukset ovat alhaisemmat ja lainsäädäntö löyhempää.

### 5.1 H&M

H&M on yksi suurimmista eurooppalaisista muotialan yrityksistä. Se on myös globaalisti merkittävä tekijä, sen liikevaihdon ollen vuonna 2024 243,48 miljardia Ruotsin kruunua eli noin 21,8 miljardia euroa, ja täten tehden siitä maailman 7. isoimman vaateyrityksen liikevaihdon perusteella (CompaniesMarketCap.com, 2025). H&M (2025b) ilmoittaa, että heillä on yli 570 tuottajaa, jotka toimivat yli 1100:ssa Tier 1 -tehtaassa Euroopassa, Aasiassa ja Pohjois-Amerikassa. Tier 1 -tehtaat ovat vastuussa 99% kaikesta H&M:n

tuotannosta. H&M:n pirstaloitunut toimitusketju tekee siitä oivallisen esimerkkiyrityksen tutkielmaan.

H&M huomioi kestävän kehityksen sosiaalisia ja ympäristöllisiä haasteita osana hankintaprosessejaan. Yritys on todennut, että vaikka se ei itse omistakaan tehtaitaan, sen standardit ja hankintakäyttäytyminen voivat vaikuttaa tuottajien oloihin. H&M on yksi ACT:n (Action, Colloboration ja Transformation) perustajayrityksistä yhdessä 18 muun brändin, sekä kansainvälisen teollisuustyöntekijöiden ammattiliittojen kattojärjestön IndustriALL:n kanssa. ACT:n tavoitteena on kehittää jäsenyritysten hankinta- ja ostokäytäntöjä, sekä samalla parantaa tekstiiliteollisuuden työntekijöiden työoloja ja palkkoja (Actonlivingwages, n.d.).

H&M:n kestävyysstrategia on melko kunnianhimoinen ja vahvasti hankintaan liittyvä. Se pyrkii siihen, että vuoteen 2030 mennessä 100 % käytetyistä raaka-aineista olisi joko täysin kierrätettyjä tai kestävästi hankittuja (Rice, 2025). Hänen mukaansa vuonna 2023 tämä osuus oli 85 %, kierrätettyjen raaka-aineiden osuuden ollessa 29,5 %. Lisäksi H&M pyrkii siihen, että sen tuotantonsa ei aiheuttaisi yhtään kasvihuonekaasuja vuoteen 2040 mennessä (Rice, 2025).

H&M Groupin (2024) julkaisemasta ”Responsibly sourced materials” -tiedotteesta ilmenee, että kaikki materiaalit ja raaka-aineet, joita H&M:n toimittajat käyttävät tuotannossaan, tulee olla hankittu tavoilla, jotka kunnioittavat ihmisoikeuksia, varjelevat luonnonvaroja ja takaavat inhimillisen kohtelun eläimille. Lisäksi sosiaaliset ja ekologiset riskit ja niiden vaikutukset tulee arvioida ja huomioida, ja kaikki vakavat vaikutukset tulee välttää tai minimoida. Samasta tiedotteesta selviää, että H&M käyttää riskiperusteista lähestymistapaa, jonka avulla se tunnistaa ja arvioi ympäristöön ja ihmisoikeuksiin liittyviä riskejä. H&M Group (2024) mainitsee, että sen riskiperusteinen lähestymistapansa on linjassa vuonna 2011 julkaistun Yhdistyneiden Kansakuntien ”Guiding Principles on Business and Human Rights” -standardin kanssa. H&M:n riskien lievittämisstrategia sisältää investoinnin toimitusketjujen jäljittämiseen, sertifioitujen

materiaalien hankkimisen, osallistumisen riskiaiheisiin hankkeisiin monien eri toimijoiden kanssa, sekä materiaalien tai hankinta-alueiden totaalisen välttämisen, mikäli riskien lieventäminen ei ole mahdollista mainituilla keinoilla (H&M Group, 2024).

H&M valvoo myös tarkasti toimittajiensa suoriutumista, ja sen keskeinen työkalu tähän on Sustainable Impact Partnership Program (SIPP). SIPP:n avulla H&M pyrkii varmistamaan, että toimittajat toteuttavat H&M:n strategiaa ja tavoitteita ekologisten ja sosiaalisten ongelmien minimoinnissa (H&M, 2025c). Kaikki lähtee siitä, että ennen uuden toimittajan valintaa H&M toteuttaa toimittajalle minivaatimusten arvioinnin. Jos tuottaja ei täytä näitä minimivaatimuksia, toimittajasuhdetta ei voi syntyä. Jokainen toimittaja allekirjoittaa ja sitoutuu myös H&M:n ”Sustainability commitment” -sitoumukseen, jossa tiivistetään ne aiheet, joita H&M painottaa kestävästä toimitusketjun saavuttamisessa (H&M, 2025c). Toimittajien itsearvointien, vuosittaisten kyselyiden ja säännöllisen suoriutumisdatan pohjalta H&M pystyy arvioimaan toimittajien riskitason sekä sen vahvuudet ja heikkoudet, ja tarjoaa tarvittaessa tukea esimerkiksi työpajoilla ja koulutuksilla. Jos H&M huomaa säännösten rikkomista, se toimii rikkomusten vakavuuden vaativalla tavalla. Se voi esimerkiksi antaa huomautuskirjeen ja korjaavan toimenpidesuunnitelman, ja vakavissa tapauksissa jopa päättää toimittajasuhteen (H&M, 2025c).

## 5.2 Patagonia

Patagonia on vuonna 1973 perustettu yhdysvaltalainen vaateyritys, joka erikoistuu ulkoiluvaatteisiin ja -varusteisiin. Patagonialla on vahva brändi kuluttajien keskuudessa, ja se mielletään yleisesti arvostetuksi yritykseksi. Tästä osoituksena voidaan pitää Patagonian valitsemista hyvämaineisimmaksi brändiksi Yhdysvalloissa vuonna 2023 (Sundheim, 2023).

Patagonian strategiaan kuuluvat kestävät hankintakäytännöt. Kuten H&M, myös Patagonia ulkoistaa tuotantoa ulkopuolisille yrityksille. Samalla tavalla myös se tunnistaa, että hankintakäytännöillä on merkittävä vaikutus sekä toimittajien työntekijöiden

hyvinvointiin että työoloihin. Patagonia (n.d.) tunnistaa hankintakäytännöiksi kaiken tuotteen suunnittelusta ja kehittämisestä tilauksen tekemiseen ja kysynnän ennakointiin. Jos hankintakäytäntöjä ei noudateta hyvin, toimittajat voivat joutua vaikeuksiin, mikä voi johtaa palkanmaksukyvyyn heikkenemiseen, ylitöihin, irtisanomisiin tai vaarallisiin työoloihin. Patagonia käyttää esimerkkiä, jossa he ilmoittavat toimittajalle halun valmistaa 200 000 tuhatta takkia, mutta puolittavatkin tilauksen 100 000:een. Tällöin toimittajille jäisi liikaa ylimääräistä kangasta, vähemmän tuloja ja liian vähän töitä palkkaamilleen työntekijöille. Esimerkin kaltainen tilanne vaikuttaa kaikkiin osapuoliin ja korostaa vastuullisten hankintakäytäntöjen merkitystä.

Patagonia keskittyy kestävyuden tavoittelussaan kestävän hankinnan lisäksi keskeisesti myös kiertotalouteen. European Parliament (2023) määrittelee termin tuotannon ja kulutuksen malliksi, jossa pyritään hyödyntämään olemassa olevia materiaaleja ja tuotteita mahdollisimman pitkään ja hyvin. Se perustuu esimerkiksi jakamiseen, vuokraamiseen, uudelleenkäyttöön, korjaamiseen, kunnostamiseen ja kierrättämiseen. Käytännössä tämä tarkoittaa, että jätteen määrää pyritään minimoimaan. Kun tuote saavuttaa elinkaarensa pään, sen materiaalit pyritään pitämään kierrossa kierrätyksen avulla. Näin ne voidaan ottaa uudelleen käyttöön yhä uudestaan, mikä synnyttää jatkuvasti uutta arvoa. Tällä tavalla tuotteiden elinkaarta voidaan merkittävästi pidentää (European Parliament, 2023).

Rattalino (2017) on koonnut erilaisia kiertotalouden malleja, joita Patagonia on luonut. Vuonna 1993 se kehitti Synchronilla -fleeceet, jotka oli tehty kierrätetyistä muovipulloista. Tämä oli ensimmäinen kerta, kun fleecettä oli tehty roskasta. Toinen merkittävä virstanpylväs oli, kun he siirtyivät vuonna 1991 kokonaan luomupuuvillan käyttöön tavallisen puuvillan sijasta. Tällöin teetettyään tutkimuksen, Patagonian omistaja Yvon Chouinard päätti, että vaikka luomupuuvilla maksaa 50-100 % normaalia puuvillaa enemmän, tavallisen puuvillan kasvatuksesta johtuvat päästöt ovat liian suuri taakka ympäristölle, ja muutos on tehtävä (Rattalino, 2017). Patagonia on saanut tunnustusta ponnituksistaan kiertotalouden saralla voittaessaan vuonna 2017 "The Accenture

Strategy Award for Circular Economy Multinational”- palkinnon sekä vuonna 2022 Fabric of life- palkinnon. Patagonia panostaa myös yritysten yhteiskuntavastuuseen lahjoittamalla vuosittain erilaisiin ympäristöaloitteisiin vuodesta 1985 lähtien joko 1% myynneistään tai vaihtoehtoisesti 10% voitostaan riippuen siitä, kumpi on suurempi (Rattalino, 2017).

### 5.3 Haasteet ja mahdollisuudet

Nguyen ja Johnson (2020) mainitsevat, että pikamuotiketjujen kestävä kehityksen mallistot vaikuttavat positiivisesti organisaation legitimitettiin, brändiluottamukseen ja kuluttajien aikomukseen ostaa kyseisiä tuotteita. He kertovat, että mikäli kuluttajat kokevat, että yritykset toimivat vilpittömästi muiden hyväksi, ilman oman voiton tavoittelua, tämä vaikuttaa kuluttajien ostopäätöksiin huomattavasti enemmän kuin jos he kokevat mallistot oman imagon kiillottamisena tai viherpesuna. Eli heidän mukaansa kuluttajien ostopäätökset eivät johdu pelkästään kestävästä mallistosta itsestään, vaan merkittävästi myös yrityksen taustalla olevista motiiveista.

H&M ei ole itsekään välttynyt viherpesu-syytöksiltä. Wren (2022) kertoo vuoden 2013 kohusta, jolloin H&M julkaisi ”H&M Conscious” -malliston, ja ilmoitti että malliston uudet tuotteet olisivat aiempaa ekologisempia. Näitä väitteitä se ei kuitenkaan pystynyt tukemaan konkreettisilla toimilla tai näytöllä, ja Norjan kuluttajaviranomainen raportoikin, että H&M:n väitteet sen ympäristöystävällisyydestä olivat niin harhaanjohtavia, että niitä voisi pitää laittomina. Vaikka H&M ei lopulta saanut kohusta rahallisia sanktioita, se menetti osan uskottavuudestaan vastuullisuuden saralla, mikä motivoi H&M vahvistamaan sitoutumista kestäväan toimitusketjujen hallintaan ja yritysvastuun korostamiseen (Wren, 2022).

Wren (2022) huomauttaa, että monet muotialan yritykset kohtaavat erilaisia riskejä pyrkiessään kestävyteen toimitusketjun hallinnassa, erityisesti silloin kun ne työskentelevät toimittajien kanssa kehittyvissä maissa. Hänen mukaansa keskeisiä riskejä ovat kestävyteen liittyvien väitteiden ulkopuolisen vahvistuksen puute,

toimittajamaiden heikommat ympäristöregulaatiot sekä toimittajien sääntöjen laiminlyönti. Wren (2022) listaa kolme työkalua, jolla tekstiilialan pikamuotiyritykset pyrkivät suojelemaan yrityksiään edellä mainituilta riskeiltä:

1. Verkostoituminen, kuten yhteistyö alan johtajien kanssa, osallistuminen vastuullisuuskampanjoihin ja ulkoisten kestävän kehityksen standardien noudattaminen.
2. Yhteisön tavoittaminen yritysvastuuhankkeiden kautta
3. Toimittajien läpinäkyvyyden lisääminen.

Wren (2022) kertoo, että H&M käyttää näitä kaikkia työkaluja, varsinkin vuoden 2013 kohun jälkeen. Lisäksi aikaisemmin mainitut riskiperusteiset lähestymistavat raaka-aineiden hankinnassa ja SIPP vähentävät H&M:n kohdistuvia riskitekijöitä. Vastuullinen hankinta voi myös ennakoita ja vähentää EU:n kasvavan lainsäädännön negatiivisia vaikutuksia yritykselle. Lisäksi Okur ja Saricam (2018) kertovat että yritysten valinnat vaikuttavat myös vahvasti suoraan kuluttajakäyttäytymiseen. He mainitsevat, että ympäristöystävällisesti ja yritysvastuu huomioiden valmistettujen vaatteiden lisääntyvä tarjonta kannustaa kuluttajia osallistumaan aktiivisemmin kestävän kehityksen edistämiseen. Okur ja Saricam (2018) kuitenkin huomioivat, että kuluttajien tietotaso osoittautuu ratkaisevaksi tekijäksi. Mitä syvällisempi heidän ymmärryksensä kestävydestä on, sitä todennäköisemmin he suuntautuvat kestäviin ostopäätöksiin.

Sekä H&M että Patagonia hyötyvät siitä, että he huomioivat kestävän kehityksen hankinnoissaan. Hyötyjä ei kuitenkaan saada ilmaiseksi vaan ne vaativat ponnisteluita, aikaa ja rahaa, tai ne koetaan hankaliksi integroida käytännön tasolla. Peters ja Simaens (2020) listaavat tutkimuksessaan keskeiset ongelmat ja haasteet, joita tekstiilialan yritykset kohtaavat, kun he pyrkivät lisäämään vastuullisuutta ja kestävyttä hankintaansa.

1. Kasvavan sääntelyn ja standardien vaatimukset koetaan monimutkaisina, ja lainsäädäntö saattaa vaihdella toimittajamaiden välillä. Lisäksi asiakkaat saattavat vaatia toimittajilta eri standardeja.
2. Loppujen lopuksi kuluttajakäyttäytyminen ohjaa yritysten toimintaa. Jos kuluttajien tietoisuus vastuullisista vaatteista on vähäistä, ne kuvitellaan kalliiksi, pelätään yritysten viherpesua, tai ei olla valmiita maksamaan enempää tai muuttamaan ostokäyttäytymistään, yritykset saattavat kokevat, että investointi vastuulliseen hankintaan ei tuota riittävästi kilpailuetua.
3. Yritykset saattavat kokea, että korkeat alkuinvestoinnit, vastuullisten materiaalien korkeampi hinta sekä vaikeus pitkän aikavälin hyötyjen arvioinnissa saattavat laskea lyhyen aikavälin kilpailukykyä
4. Nopea tuotanto ja halpa työvoima ovat luoneet talouskasvua kehittyviin maihin, ja osapuolet pelkäävät, että vastuullisuustoimet hidastavat kasvua sekä johtavat työpaikkojen vähenemiseen tai siirtymiseen sekä kustannusten nousuun.
5. Pikamuotiyritysten vastarinta hidastaa alan muutosta, sillä kestäviä tuotteita pidetään osittain edelleen niche- markkinana, ja pelätään, että radikaali muutos heikentää kannattavuutta.

Kestävyden ja vastuullisuuden integrointi hankintatoimessa tekstiiliteollisuudessa luo alan yrityksille runsaasti erilaisia hyötyjä ja mahdollisuuksia. Vastuulliset hankintakäytännöt vahvistavat esimerkiksi yritysten brändikuvaa, parantavat toimittajien työoloja, sekä yritysten pitkän aikavälin kilpailukykyä. Samaan aikaan kasvavat kustannukset, muuttuva lainsäädäntö ja kuluttajakäyttäytymisen vaikea ennakointi aiheuttavat yrityksille haasteita.

## 6 Johtopäätökset

Tutkielmassa tarkasteltiin, miten EU:n alueella operoivat tekstiilialan yritykset ovat integroineet kestävästä kehityksestä osaksi hankintaprosessejaan sekä mitä hyötyjä ja haittoja siitä on ilmennyt H&M:lle ja Patagonialle. Tutkielmassa haluttiin myös tutkia, miten ja mihin suuntaan EU:n lainsäädäntö, standardit sekä SDG-tavoitteet ohjaavat tekstiiliyritysten toimintaa. H&M:n lähestymistapa muuttuvaan kilpailukenttään on sen laaja ja tiivis yhteistyö toimittajiensa kanssa, josta parhaana esimerkkinä voidaan pitää sen SIPP-ohjelmaa. Yritys pyrkii sitouttamaan toimittajansa kestävyystavoitteisiinsa ”Sustainability commitment” -sitoumuksella, sekä se kouluttaa, valvoo ja arvioi toimittajiaan jatkuvasti, jotta ne operoisivat H&M:n vaatimalla tasolla. Lisäksi yrityksen riskiperusteinen lähestymistapa raaka-aineiden hankinnassa, sekä ACT-aloite osoittavat H&M:n sitoutumisen kestävyden huomioimiseen hankintatoimissaan. Patagonian liiketoiminta puolestaan perustuu vahvasti kiertotalouteen, jolla se pyrkii minimoimaan jätteen määrän ja synnyttämään kierrättämällä jatkuvasti uutta arvoa. Yrityksen tunnettu asema vastuullisuuden edelläkävijänä vahvistaakin sen brändiarvoa sekä kilpailukykyä.

Tutkielmassa käsiteltävät EU:n direktiivit: kestäviä ja kiertotalouteen perustuvia tekstiilejä koskeva EU:n strategia, EU:n ekosuunnitteluasetus, digitaalinen tuotepassi, CSDDD sekä EPR muodostavat selkeimmät ohjauskeinot, joilla EU pyrkii vaikuttamaan tekstiiliteollisuuden hankintatoimeen. Keskeisenä haasteena ja rajoitteena tutkielmassa kuitenkin havaittiin EU:n lainsäädännön laajuus ja kompleksisuus sekä muiden direktiivien ja säädösten suuri määrä, joilla on epäsuoria vaikutuksia tutkielman aiheeseen. Tutkielmassa pyrittiin kuitenkin käsittelemään kaikista relevantteimmat direktiivit, joilla on eniten suoria vaikutuksia hankintatoimeen tekstiiliteollisuudessa. Toisena keskeisenä haasteena voidaan pitää sitä, että yritysten vastuullisuusohjelmat ja -aloitteet ovat usein melko tulkinnanvaraisia ja ne vaihtelevat laajasti toimialan sisällä. Yhtenäisten indikaattorien ja standardien puute lisää riskiä viherpesusta. Tämä vaikeuttaa sekä yritysten välistä vertailua että kuluttajien mahdollisuuksia arvioida niiden vastuullisuuden todellista tasoa.

Tutkimuksessa selvisi, että pärjätäkseen nopeasti muuttuvassa kilpailuympäristössä, sekä vastatakseen kasvavaan EU-sääntelyyn tekstiilialan yritysten on välttämätöntä huomioida hankintojensa kestävyys ja vastuullisuus. Tekstiiliyritykset, jotka integroivat vastuullisuuden hankintoihinsa kehittävät samalla toimittajiensa työoloja, huomioivat ekologisia näkökulmia sekä parantavat samalla brändi-imagoaan. Kestävyyden integrointia ei pidetä kuitenkaan ainoastaan reagoitina ulkoisiin paineisiin, vaan myös strategisena toimenä, sekä edellytyksenä kilpailukyvyn säilyttämiselle ja EU:n markkinoilla operoimille.

Kestävyyden ja vastuullisuuden integroinnin kasvava paine niin kuluttajilta, sijoittajilta ja lainsäätäjiltä, pitää tutkielman aiheen ajankohtaisena ja tekstiilialan reaktiivinen luonne tekee siitä kiinnostavan ja relevantin tutkimuskohteen myös tulevaisuudessa. Potentiaalisia jatkotutkimusaiheita ovat kestävä kehityksen integroinnista aiheutuvien kustannusten ja siitä saatavien hyötyjen ja tuottojen vertailu sekä se, miten EU tulee vastaamaan eurooppalaisilla markkinoilla nopeasti jalansijaa saaneiden kiinalaisten pikamuotiketjujen, kuten Sheinin ja Temun markkinaosuuden kasvuun, millaista poliittista painetta tämä aiheuttaa ja millaisia päätöksiä EU tulee tekemään aiheeseen liittyen.

## Lähteet

- Actonlivingwages. (n.d.). What we do. ACT. <https://actonlivingwages.com/what-we-do/>
- Aroonsrimorakot, S., & Laiphrakpam, M. (2024). ISO 20400 guidance standard for sustainable procurement: A search for challenges and recommended strategies for successful implementation. *Interdisciplinary Research Review*, 19(4). <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/jtir/article/view/251911> [ph02.tci-thaijo.org](https://ph02.tci-thaijo.org)
- Association for supply chain management. (n.d.). *What is Procurement?* <https://www.ascm.org/topics/supply-chain-procurement/>
- Balin, A. I., & Sari, K. (2023). The effect of green purchasing practices on financial performance under the mediating role of environmental performance: Evidence from Türkiye. *Sustainability*, 15(4), 3617. <https://doi.org/10.3390/su15043617>
- CloudOpex. (2023, October 23). *Difference between green procurement and sustainable procurement*. Cloudopex. <https://cloudopex.com/blog/green-procurement-and-sustainable-procurement/>
- CompaniesMarketCap.com. (2025). Top publicly traded clothing companies by revenue. <https://companiesmarketcap.com/eur/clothing/largest-clothing-companies-by-revenue/>
- Costa, C., Azoia, N. G., Silva, C., & Marques, E. F. (2020). *Textile industry in a changing world: Challenges of sustainable development*. *U. Porto Journal of Engineering*, 6(2), 86–97. [https://doi.org/10.24840/2183-6493\\_006.002\\_0008](https://doi.org/10.24840/2183-6493_006.002_0008)
- Dos Santos, A. L., & Da Cunha Reis, A. (2024). Public procurement from the triple bottom line lens: The identification of sustainability criteria from the international literature review. *Environment, Development and Sustainability*, 27(5), 9805-9840. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-04343-1>
- Dyson, B. (2024). Integration of life cycle and life cycle sustainability assessments into decision analytic approaches for sustainable technologies. *Encyclopedia of Sustainable Technologies*, 643-655. <https://doi.org/10.1016/b978-0-323-90386-8.00057-7>

- European Commission. (2024). *Ecodesign for Sustainable Products Regulation*. [https://commission.europa.eu/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/ecodesign-sustainable-products-regulation\\_en](https://commission.europa.eu/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/ecodesign-sustainable-products-regulation_en)
- European Commission. (n.d.). EU strategy for sustainable and circular textiles. [https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy\\_en?](https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en?)
- European Parliament. (2023, May 24). Circular economy: Definition, importance and benefits. <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>
- European Parliament. (2024, March 21). *The impact of textile production and waste on the environment (infographics)*. <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20201208STO93327/the-impact-of-textile-production-and-waste-on-the-environment-infographics>
- European Parliament. (2025a, September 9). *Parliament adopts new EU rules to reduce textile and food waste | News | European Parliament*. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20250905IPR30172/parliament-adopts-new-eu-rules-to-reduce-textile-and-food-waste>
- European Parliament. (2025b, September 12). *Fast fashion: EU laws for sustainable textile consumption*. <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20201208STO93327/fast-fashion-eu-laws-for-sustainable-textile-consumption>
- European Union. (2014). *Directive 2014/24/EU of the European Parliament and of the Council of 26 February 2014 on public procurement and repealing Directive 2004/18/EC*. EUR-Lex. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0024>
- European unioni. (n.d.). *Tietoa EU-lainsäädännöstä*. European Union. [https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/law/find-legislation\\_fi](https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/law/find-legislation_fi)

- Fidan, F. Ş., Aydoğan, E. K., & Uzal, N. (2024). Comprehensive analysis of social subcategories throughout life cycle assessment approach for the textile industry. *The International Journal of Life Cycle Assessment*. <https://doi.org/10.1007/s11367-024-02340-8>
- Glavič, P., & Lukman, R. (2007). Review of sustainability terms and their definitions. *Journal of Cleaner Production*, 15(18), 1875-1885. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.12.006>
- Gyori, G. (2021). The role of public procurement to foster social equity and justice: Critical reflections on the circular procurement concept. *Local Environment*, 27(10-11), 1242-1253. <https://doi.org/10.1080/13549839.2021.2001798>
- H&M. (2025b). *Supply chain*. H&M Group. <https://hmgroupp.com/sustainability/leading-the-change/transparency/supply-chain/>
- H&M. (2025c). *Sustainable impact partnership program*. H&M Group. <https://hmgroupp.com/sustainability/standards-and-policies/sustainable-impact-partnership-program/>
- H&M Group. (2024, March 1). *Responsibly sourced materials*. <https://hmgroupp.com/wp-content/uploads/2024/03/HM-Group-Responsibly-sourced-materials.pdf>
- H&M Group. (2025). *Responsible purchasing practices*. <https://hmgroupp.com/sustainability/leading-the-change/transparency/responsible-purchasing-practices/>
- International Organization for Standardization. (2017). *ISO 20400:2017 - Sustainable procurement — Guidance*. <https://www.iso.org/standard/63026.html>
- Knebel, S., & Seele, P. (2020). Introducing public procurement tenders as part of corporate communications: A typological analysis based on CSR reporting indicators. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(3), 484-500. <https://doi.org/10.1108/ccij-01-2020-0029>
- Kozuch, A., Langen, M., Von Deimling, C., & Eßig, M. (2024). Does green procurement pay off? Assessing the practice–performance link employing meta-analysis.

- Journal of Cleaner Production, 434, 140184.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140184>
- Kusmendar, Asih, A. M., & Normasari, N. M. (2025). Exploring sustainable pathways: A systematic literature review of three pillars of sustainability applications. *Sustainable Futures*, 10, 100970. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100970>
- Labaran, M. J., & Masood, T. (2023). Industry 4.0 driven green supply chain management in renewable energy sector: A critical systematic literature review. *Energies*, 16(19), 6977. <https://doi.org/10.3390/en16196977>
- Layaq, M. W., Goudz, A., Noche, B., & Atif, M. (2019). \*The impact of digitization on tactical procurement and its risks management\*. International Academic Journals. [https://www.iajournals.org/articles/iajpsc\\_m\\_v3\\_i1\\_217\\_234.pdf](https://www.iajournals.org/articles/iajpsc_m_v3_i1_217_234.pdf)
- Lüttin, L. (2025, January 15). *Overview of all textile extended producer responsibility (EPR) laws*. Carbonfact. <https://www.carbonfact.com/blog/policy/textile-epr-overview>
- Moreira, N., Hodson, E., & Niinimäki, K. (2022). Social Sustainability and the Textile Industry: New Directions in Sustainability Research. *Latest Trends in Textile and Fashion Designing*, 4(5), 827-831. <https://doi.org/10.32474/LTTFD.2022.04.000199>
- Nguyen, N., & Johnson, L. W. (2020). Consumer behaviour and environmental sustainability. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(6), 539-541. <https://doi.org/10.1002/cb.1892>
- Okur, N., & Saricam, C. (2018). The impact of knowledge on consumer behaviour towards sustainable apparel consumption. *Textile Science and Clothing Technology*, 69-96. [https://doi.org/10.1007/978-981-13-1265-6\\_3](https://doi.org/10.1007/978-981-13-1265-6_3)
- Patagonia. (n.d.). Responsible purchasing practices. <https://www.patagonia.com/our-footprint/responsible-purchasing-practices.html>
- Peters, J., & Simaens, A. (2020). Integrating sustainability into corporate strategy: A case study of the textile and clothing industry. *Sustainability*, 12(15), 6125. <https://doi.org/10.3390/su12156125>

- Rattalino, F. (2017). Circular advantage anyone? sustainability-driven innovation and circularity at Patagonia, Inc. *Thunderbird International Business Review*, 60(5), 747-755. <https://doi.org/10.1002/tie.21917>
- Ribas, I., Lusa, A., & Corominas, A. (2021). Multi-step process for selecting strategic sourcing options when designing supply chains. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 14(3), 477. <https://doi.org/10.3926/jiem.3391>
- Rice, S. (2025, April 1). How H&M Prioritised Procurement in 2024 Sustainability Push. *Procurement Magazine*. <https://procurementmag.com/sustainable-sourcing/sustainability-circularity-social-responsibility-at-h-m>
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2022). *The handbook of logistics and distribution management: Understanding the supply chain* (7th ed.). Kogan Page Publishers.
- Singh, P. (2024). *Dye pollution from textile industry: Challenges and opportunities for sustainable development*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-981-97-5341-3>
- Srivastava, S. K. (2007). Green supply-chain management: A state-of-the-art literature review. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 53-80. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00202.x>
- Su, J. (2013). Strategic sourcing in the textile and apparel industry. *Industrial Management & Data Systems*, 113(1), 23-38. <https://doi.org/10.1108/02635571311289647>
- Sundheim, D. (2023, December 12). How Patagonia became the most reputable brand in the United States. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/dougsundheim/2023/12/12/how-patagonia-became-the-most-reputable-brand-in-the-united-states/>
- The United Nations Alliance for Sustainable Fashion. (2020). The UN Alliance for Sustainable Fashion. <https://unfashionalliance.org/>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (n.d.). *Direktiivi yritystoiminnan kestävää toimintaa koskevasta huolellisuusveloitteesta (Corporate Sustainability Due Diligence Directive, CSDDD)*. <https://tem.fi/yritysten-huolellisuusveloite>

- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2024, July 19). *Uusi EU:n ekosuunnitteluasetus tuo keinoja puuttua entistä useampien tuotteiden elinkaaren aikaiseen ympäristökuormitukseen*. <https://tem.fi/-/uusi-eu-n-ekosuunnitteluasetus-tuo-keinoja-puuttua-entista-useampien-tuotteiden-elinkaaren-aikaiseen-ymparistokuormitukseen>
- United Nations. (n.d.). *THE 17 GOALS | Sustainable development*. <https://sdgs.un.org/goals>
- Valtioneuvosto. (n.d.). *Tietoa EU:sta*. <https://valtioneuvosto.fi/suomen-eu-politiikka/tietoa-eu-sta>
- Wang, L., Song, H., Yang, Y., & Han, M. (2024). A systematic literature review and bibliometric analysis of green procurement. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/k-05-2023-0848>
- Wilhelm, M., & Villena, V. H. (2021). Cascading sustainability in multi-tier supply chains: When do Chinese suppliers adopt sustainable procurement? *Production and Operations Management, 30*(11), 4198-4218. <https://doi.org/10.1111/poms.13516>
- Wren, B. (2022). Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: A comparative study of current efforts and best practices to address the climate crisis. *Cleaner Logistics and Supply Chain, 4*, 100032. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100032>
- Yildiz Çankaya, S. (2020). The effects of strategic sourcing on supply chain strategies. *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing, 13*(2), 129-148. <https://doi.org/10.1108/jgoss-01-2019-0002>
- Younis, H., & Sundarakani, B. (2019). The impact of firm size, firm age and environmental management certification on the relationship between green supply chain practices and corporate performance. *Benchmarking: An International Journal, 27*(1), 319-346. <https://doi.org/10.1108/bij-11-2018-0363>

## **Liitteet**

### **Liite 1. Ilmoitus tekoälyavusteisten teknologioiden käytöstä tutkielmassa**

Tutkielmassa on käytetty tekoälyä seuraavasti:

Kielimalli: OpenAI Chatgpt (Gpt-5), (Gpt-4)

Tekoälyä on käytetty tutkielmassa ideoinnissa, sen rakenteen hahmottelussa, englanninkielisten lähteiden ja käsitteiden, kuten EU-direktiivien ja yritysten vastuullisuusraporttien suomentamisessa, tekstin kieliasun huollossa, sekä kieliopin tarkastamisessa. Kaikki tutkielman sisältöön liittyvät tulkinnat ja johtopäätökset on kuitenkin kirjoittaman omia, ja vastuu työn sisällöstä kuuluu yksinomaan tekijälle.