



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

YMPÄRISTÖMERKKI OSANA KESTÄVÄN KEHITYKSEN TOTEUTUMISTA ORGANISAATIOSSA

Case: Ravintola- sekä tieto- ja kirjastopalvelut Fellmanniassa

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Hotelli- ja ravintola-alan
koulutusohjelma
Hotellialan suuntautuminen
Opinnäytetyö
Syksy 2012
Tiia Lehto

Lahden ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Lehto, Tiia Ympäristömerkki osana kestäväns kehityksen
toteutumista organisaatioissa
Case: Ravintola- sekä tieto- ja kirjastopalvelut
Fellmanniassa

Majoitustoiminnan opinnäytetyö, 49 sivua, 10 liitesivua

Syksy 2012

TIIVISTELMÄ

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, kumpaa ympäristömerkeistä, Joutsenmerkki vai Green Office, olisi oppimiskeskus Fellmanniaan tällä hetkellä parempi lähteä hakemaan, jos näin päätettäisiin tehdä. Työssäni keskityn Fellmannian ravintolapalveluihin sekä tieto- ja kirjastopalveluihin. Työhön kuului kysely sekä kaksi haastattelua. Tämän tutkimuksen toimeksiantajana toimii Päijät-Hämeen koulutuskonserni.

Teoriaosuudessa käsittelen kestävästä kehitystä, sen eri ulottuvuuksia ja osaa organisaatioiden toiminnassa, jonka jälkeen vuorossa on Fellmannian toiminta ja palvelut. Näiden jälkeen tutustutaan Joutsenmerkkiin ja Green Officeen. Työssä pyrin selvittämään, miten Fellmanniassa toteutuu kestävä kehitys, miten käyttäjät sen kokevat ja kumpi ympäristömerkeistä olisi Fellmannialle sopivampi vaihtoehto.

Kyselyn tarkoituksena on selvittää Fellmannian käyttäjien tuntemusta ja tietämystä kestävästä kehityksestä, ympäristömerkeistä ja ympäristöasioiden toteutumisesta Fellmanniassa. Haastatteluiden tarkoituksena on selvittää Fellmannian henkilöstöltä ympäristönäkökulmia Fellmannian ravintolapalveluista sekä tieto- ja kirjastopalveluista, sekä heidän tuntemustaan ja kokemuksiaan ympäristömerkeistä organisaation näkökulmasta.

Tutkimuksesta kävi ilmi, että Fellmanniassa ympäristöajattelu on vahvasti läsnä. Joutsenmerkki oli käyttäjien keskuudessa tunnetumpi ympäristömerkki ja henkilökunnan haastatteluiden pohjalta Joutsenmerkki oli myös sopivampi ympäristömerkki. Green Officeessa ei huomitu kaikkia niitä kestäväns kehityksen seikkoja, joita Fellmanniassa toteutuu kaikessa toiminnassa.

Asiasanat: Kestävä kehitys, yhteiskuntavastuu, ympäristövastuu, Joutsenmerkki, Green Office

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism and Hospitality Management

Lehto, Tiia Eco label as a part of the fulfillment of
sustainable development in an organization
Case: Restaurant services and information and library services

Bachelor's Thesis in Hotel Management 49 pages, 10 pages of appendices

Autumn 2012

ABSTRACT

The applicant of this thesis is Lahti Region Educational Consortium. Purpose of this thesis is to find out which eco label, the Swan logo or Green Office, is better to Fellmannia if they decided to seek one. I concentrate on restaurant services and information and library services in Fellmannia.

This thesis includes a survey and two interviews. The purpose of the survey is to find out, what the customers of Fellmannia think of sustainable development in the services and their knowledge on the two eco labels. The purpose of the interviews was to sort out, where the staff stands in the fulfillment of sustainable development in Fellmannia's different services and their point of views on eco labels from the organizations side.

The theoretical part of this thesis focuses on sustainable development, its dimensions and role in organizations, more specifically Fellmannia and its services. After that this thesis focuses on eco labels, their part on consumer behavior. Then I will write about the Swan logo and Green Office and their role in organizations.

The main results of the survey and the interviews were that the Swan logo is familiar to all and that it suits their environmental point of views better than Green Office. Green Office's criterias don't suit all of Fellmannia's ideas about sustainable development concerning the building and services.

Key words: Sustainable development, social responsibility, ecological responsibility, the Swan logo, Green Office

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	TAVOITTEET JA RAJAUKSET	8
2.1	Toimeksiantajan esittely	9
2.2	Ravintola Fellmannia	10
2.3	Tieto- ja kirjastopalvelut Fellmanniassa	11
3	KESTÄVÄ KEHITYS	12
3.1	Yhteiskuntavastuu on kestävää kehitystä organisaatioissa	14
3.2	Yhteiskuntasvastuun ulottuvuudet	15
3.3	Päijät-Hämeen koulutus konsernin ympäristöstrategia	16
4	YMPÄRISTÖMERKIT OSA KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ	18
4.1	Joutsenmerkki	19
4.1.1	Joutsenmerkin kriteerit ja käyttöoikeus	21
4.2	Green Office	22
4.2.1	Green Officen kriteerit ja käyttö	24
5	TUTKIMUSPROSESSI	26
5.1	Tutkimusmenetelmä	26
5.2	Soveltaminen opinnäytetyöhön	26
5.3	Tulokset	27
5.3.1	Käyttäjäkysely	27
5.3.2	Haastattelut	36
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	40
7	YHTEENVETO JA POHDINTA	44
7.1	Ammatillinen kasvu	46
	LÄHTEET	47
	LIITTEET	50

1 JOHDANTO

Teen opinnäytetyötäni kestävästä kehityksestä ja kahdesta ympäristömerkistä Päijät-Hämeen koulutus konsernille ja kohteena on oppimiskeskus Fellmannia. Aiheena tutkin kestävä kehityksen toteutumista organisaatiossa, perehdyn kahteen ympäristömerkkiin, Joutsenmerkkiin ja Green Officeen, ja tutkin, kumpi olisi Fellmanniaan tällä hetkellä sopivampi ympäristömerkki. Perehdyn ravintolapalveluihin sekä tieto- ja kirjastopalveluihin.

Kestävä kehitys on paljon puhuttu aihe ja siihen olennaisesti liittyvät yritysten vastuualueet ja erilaiset ympäristömerkit. Fellmannia on mielestäni mielenkiintoinen kohde tutkittavaksi, koska rakennuksena se on energiatehokas ja kantavana teemana on kestävä kehitys. Opinnäytetyössäni perehdyn käyttäjien ja henkilöstön näkökulmiin kestävä kehityksen toteutumisesta Fellmanniassa sijaitsevilla eri palveluilla sekä heidän tutustumistaan ympäristömerkeistä.

Oppimiskeskus Fellmannian kestävä kehityksen teeman lisäksi eri palvelut ovat sitoutuneet Päijät-Hämeen koulutus konsernin ympäristöstrategiaan, koska ravintolapalvelut sekä tieto- ja kirjastopalvelut ovat osa Päijät-Hämeen koulutus konsernia.

Aihe on minulle erittäin henkilökohtainen ja mielenkiintoinen, koska olen kiinnostunut ympäristöasioista ja opiskelen Fellmannian opiskelutiloissa Lahden ammattikorkeakoulussa hotellialaa. Mielestäni on ammattitaitoni puolesta tärkeää, että hyödynnän opiskeluissani myös ravintolapuolen asioita. Opinnäytetyössäni perehdyn juuri omaan kouluruokalaani, ravintola Fellmanniaan. Fellmannia on mielestäni ympäristötekoihin kannustava työympäristö ja opinnäytetyössäni selvitän, miten muut kokevat sen. Tätä varten toteutin käyttäjäkyselyn sekä haastattelin kahta eri esimiestä, jotka työskentelevät Fellmanniassa. Vastausten pohjalta selviää sekä käyttäjien että henkilökunnan näkemys kestävästä kehityksestä Fellmanniassa eri palveluilla ja ympäristömerkkien tarpeellisuus ja tunnettavuus.

Opinnäytetyön aihetta valitessani halusin aiheen, joka itseäni jo valmiiksi kiinnosti, ja tästä syystä opinnäytetyöni lähti liikkeelle kestävästä kehityksestä. Kestävä kehitys on ollut vuosien ajan ajankohtainen aihe, joka säilyy

huolenaiheena varmasti vielä pitkään. Halusin tutustua erilaisiin menetelmiin, jotka tukevat kestävästä kehitystä. Toimeksiantajan kautta nuo työkalut olivat ympäristömerkkejä, joita lähdin tutkimaan.

2 TAVOITTEET JA RAJAUKSET

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mikä on Fellmannialle sopiva ympäristömerkki. Fellmannia on monipuolinen palvelukeskus ja rajasin opinnäytetyöni käsittelemään kahvila- ja ravintolapalveluja sekä tieto- ja kirjastopalveluja. Halusin kahvila- ja ravintolapalvelut yhdeksi osa-alueeksi, koska valmistun hotelli- ja majoitusalan koulutusohjelmasta. Opintoni ovat painottuneet majoitusalaan, mutta ravintola-ala kiinnostaa minua kestävän kehityksen eri osa-alueiden ohella.

Tänä päivänä erilaisia ympäristömerkkejä on monia, esimerkiksi Joutsenmerkki, EU- kukka, Green Office ja erilaiset luomumerkit. Viralliset ympäristömerkit myönnetään kriteerien perusteella, joiden toteutumista valvoo viranomainen tai jokin muu puolueeton taho. Virallinen ympäristömerkintä on luotettava tae siitä, että ympäristöominaisuuksiltaan hankittu tuote on yksi parhaista. Luomumerkki on tae siitä, että luomutuotannossa ei ole käytetty kemiallisia torjunta-aineita ja eläimille on syötetty pääasiassa luonnonmukaisesti tuotettua rehua. Suomessa luonnonmukaisuutta valvoo elintarviketurvallisuusvirasto Evira. (Sarkkinen 2006, 66-67.)

Ympäristömerkit Joutsenmerkki ja Green Office valitsi toimeksiantaja. Rajasin palvelut merkkien mukaan. Tutkin ympäristömerkeistä olemassa olevaa materiaalia ja tein haastatteluja Fellmanniassa selvittääkseni tarkemmat kestävän kehityksen lähtökohdat organisaatiossa.

Kyselyssä on tarkoitus selvittää Fellmannian ravintolapalveluiden sekä tieto- ja kirjastopalveluiden käyttäjien mielipiteet ympäristömerkeistä. Tavoitteenani on saada selville, kumpaa palvelua käyttäjät käyttävät enemmän ja miten he kokevat ympäristömerkin tarpeen Fellmanniassa. Kyselyn, haastatteluiden ja tutkitun teorian pohjalta analysoin, mitä ympäristömerkkiä Fellmannialla olisi parhaimmat lähtökohdat lähteä tavoittelemaan.

Viitekehityksen rajaus oli haasteellista. Rajasin aihetta edelleen vielä kirjoitusvaiheessa, jotta siitä ei tulisi liian laaja. Lähtökohtana oli kestävä kehitys. Työni on pääasiassa suunnattu Fellmannian ravintolapalveluille sekä tieto- ja kirjastopalveluille. Toimintaosuudessa rajaus tapahtui niin, että päätin tehdä kaksi

työntekijähaastattelua ja lisäksi käyttäjäkyselyn, joiden pohjalta saisin tutkimustuloksia ympäristömerkin suhteen konkreettisesti Fellmannian henkilöstön ja käyttäjien kautta. Haastattelin tieto- ja kirjastopalvelujen tietopalvelujohtajaa Sirkku Blinnikkaa sekä ravintola Fellmannian ravintolapäällikköä Riikka Peltosta. Käyttäjäkyselyä tehdessäni kävelin Fellmannian eri kerroksilla, ravintolassa, kirjastossa sekä käytävillä ja pyysin eri käyttäjiä ja Fellmannian asiakkaita täyttämään kyselylomakkeen.

2.1 Toimeksiantajan esittely

Toimeksiantajanani opinnäytetyössä toimi Päijät-Hämeen koulutus konserni-kuntayhtymä (PHKK). Konserniin kuuluu Koulutuskeskus Salpaus, Lahden ammattikorkeakoulu ja Tuoterengas. Toimeksiantajan edustajana toimi Fellmannian kokouspalveluiden asiakaspäällikkö Niina Ihalainen. Opinnäytetyöni kuului Fellmannian WDC-hankkeeseen, Fellmannian palvelumuotoilun kehittämiseen. Fellmanniassa järjestettiin erilaisia työpajoja hankkeen tiimoilta ja itse osallistuin kestävän kehityksen työpajaan. Fellmannia on Lahdessa sijaitseva monipuolisia palveluja tarjoava oppimiskeskus. Fellmannian ylläpitäjänä toimii Päijät-Hämeen koulutus konserni-kuntayhtymä, johon kuuluvat Lahden ammattikorkeakoulu, Koulutuskeskus Salpaus ja Tuoterengas. Fellmannian toimialueeseen kuuluvat korkeakoulujen yhteiskirjasto, kokouspalvelut, ravintola- ja kahvilapalvelut sekä Lahden ammattikorkeakoulu sekä Koulutuskeskus Salpaus järjestävät opetusta Fellmannian tiloissa. Kestävän kehityksen edistäminen on Fellmanniassa kaikkea toimintaa ohjaava teema. (Fellmannia 2012.) Fellmanniassa on myös tiloja varattavissa asiakkaiden käyttöön eri tarkoituksia varten (Blinnikka 2012).

Rakennukseen tehtiin perusteellinen korjausremontti vuosien 2010 ja 2011 välisenä aikana, jonka jälkeen Fellmannia kuluttaa vähemmän energiaa ja lämmönkulutus on aikaisempaa alhaisempi. (Fellmannia 2012.) Rakennuksessa on monia erilaisia energiatehokkuuteen vaikuttavia toimintoja. Esimerkiksi varattavista tiloista sammuvat automaattisesti valot tietyn ajan jälkeen, jos tilassa ei ole liikehdintää ja käyttäjä ei ole niitä sammuttanut. (Blinnikka 2012.)

Lahden ammattikorkeakoulun matkailun alan toimipiste on tällä hetkellä sijoitettuna Fellmanniaan. Ravintola Fellmannialla on anniskeluoikeudet, ja se toimii lounasravintolana sekä kouluruokailun yhtenä ruokalana. Fellmanniassa toimii myös tieto- ja kirjastopalvelujen yksi toimipiste. (Fellmannia 2012.)

Kouluihin on mahdollista järjestää kestävien periaatteiden mukainen ruokailu oikeiden hankintojen myötä. Ruokailu on silloin sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävällä pohjalla ja näin ollen edistää kestävä kulttuurin saavuttamista.

Kouluruokailu on myös muuttunut terveellisemmäksi, mikä vaikuttaa ympäristön hyvinvointiin ja kestävä kehityksen eri osa- alueitten toteutumiseen. Kestävä ruokailun järjestäminen ei ole aivan yksinkertaista, koska ruuan matka valmistajalta lautaselle on melko pitkä. (Morgan ja Sonnino 2010, 107.)

2.2 Ravintola Fellmannia

Ravintola Fellmannia on yksi Päijät-Hämeen koulutus konsernin Koo-kuppiloista, joita on yhteensä 15 ja ravintola Fellmannia sijaitsee oppimiskeskus Fellmanniassa. Ravintolassa työskentelee pääasiallisesti kahdeksan henkilöä ja siellä on noin 500 asiakaspaikkaa. Ravintola Fellmannia tarjoaa henkilöstölle sekä opiskelijoille kahvila- ja ravintolapalveluja, mutta myös ohikulkijat ovat tervetulleita. Toimintaan kuuluvat myös kokous- ja tilauspalvelut. Ravintola Fellmannia on Koo-kuppiloista ainoa, jolla on anniskeluluvat ja on avoinna iltaisin sekä viikonloppuisin. (Peltonen 2012.)

Ravintola Fellmanniassa otetaan ympäristönäkökohdat mahdollisuuksien mukaan huomioon esimerkiksi hankinnoissa ja elintarvikkeissa. Osa elintarvikkeista pyritään hankkimaan lähialueen tuottajilta ja tilauspalveluiden puolella usein käytetään eri luomutuotteita. Kokouspalveluissa asiakkaat usein toivovat luomutuotteita. Lounasruokailussa on päivittäin tarjolla kasvisvaihtoehto ja tilauspalveluissa pyritään käyttämään luomutuotteita aina mahdollisuuksien mukaan. (Peltonen 2012.)

2.3 Tieto- ja kirjastopalvelut Fellmanniassa

Fellmanniassa sijaitsee yksi Päijät-Hämeen koulutus konsernin tieto- ja kirjastopalveluiden toimipaikoista. Fellmannian tiloissa opiskelijoita palvelevat erilaiset sähköiset hakuohjelmat, sähköiset aineistot, tiedonhankintaklinikat, muut aineistot ja tilavaraukset. Yhteensä kaikissa tieto- ja kirjastopalveluiden toimipisteissä työskentelee 31 henkilöä, joista Fellmanniaan kohdentuu noin 23 henkilöä. (Blinnikka 2012.)

Kestävä kehitys on läsnä tieto- ja kirjastopalveluissa. Oppimiskeskus Fellmannian henkilöstöllä on vahva ympäristötietämys, sillä jokainen tiloissa työskentelevä on käynyt ympäristökoulutuksen saneerauksen jälkeen. Fellmannian tilat ja toiminnot ekotehokkaana rakennuksena vaikuttavat päivittäin henkilöstön ympäristötietouteen. Kirjastossa päällystetään vain pieni osa painoksista, koska muovitus vaikuttaa eri jätteiden syntymiseen. Tieto- ja kirjastopalveluissa on myös alettu panostaa elektroniseen materiaaliin, eli painettuja kirjoja hankitaan yhä entistä vähemmän. Sähköisten palvelujen kulutus ja kehittäminen näin ollen on kasvussa. Tulostus- ja kopiointipalvelut sekä tietokoneiden käyttö ovat asiakkaille avoinna olevia palveluita. Tulostus- ja kopiointipalvelut ovat pääosin maksullisia. Hinnoittelulla pyritään kontrolloimaan paperijätteen syntyvän määrää. (Blinnikka 2012.)

3 KESTÄVÄ KEHITYS

Ympäristönsuojelun taustat ovat Suomessa jo 1900- luvun vaihteessa eli kauan ennen kestävän kehityksen määrittelemistä. Johan Peter Norrlin julkaisi vuonna 1898 kolme teosta, jotka käsittelivät harvinaisten kasvilajien suojelua ja pienten rauhoitusalueiden perustamista. Vuonna 1902 Suomeen säädettiin vesioikeuslaki, jossa oli suojelullinen näkökulma: vesiä ei saa pilata. Vuonna 1923 säädettiin luonnonsuojelulaki. (Laine 2012.)

Kestävän kehityksen juuret ovat vuodessa 1987, jolloin ympäristön ja kehityksen maailmankomission (The World Commission on Environment and Development) eli Brundtlandin komissio julkaisi raportin ”Yhteinen tulevaisuutemme” (Rohweder 2004, 15). Kestävä kehitys on yhteiskunnallista muutosta, joka tapahtuu maailmanlaajuisesti, alueellisesti sekä paikallisesti. Tavoitteena on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet siten, että päätöksenteossa ja toiminnassa otetaan huomioon ympäristö, ihminen ja talous. (Ympäristöministeriö 2012.) Kestävän kehityksen määrittelemisessä puhutaan ihmisten tarpeista sekä niiden tyydyttämiseen liittyvistä reunaehdoista, jotka koostuvat eri ulottuvuuksista. Kestävä kehitys perustuukin ihmiskeskeiseen ajatteluun. (Rohweder 2004, 15.)

Lähtökohtana on biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien toimivuuden säilyttäminen (Ympäristöministeriö 2012). Tästä muodostuu kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta, ekologinen, sosiaalinen ja taloudellinen (Rohweder 2004, 15). Kestävä kehitys ulottuu myös eri yrityksille ja oppilaitoksille. Esimerkiksi oppilaitosten on mahdollista hakea kestävän kehityksen sertifikaattia, eli ulkoista tunnustusta, joka perustuu kestävän kehityksen kriteereihin. (OKKA- säätiö 2004.)

Kestävä kehitys perustuu eri ulottuvuuksien väliseen tasapainoon. Ulottuvuudet ovat näin ollen toisiinsa kietoutuneita ja yhden huomioimatta jättäminen vaikuttaa automaattisesti muiden ulottuvuuksien toimivuuteen. Tärkeintä kestävässä kehityksessä on ulottuvuuksien välisen tasapainon säilyttäminen. (Rohweder 2004, 16.) Tällöin ihmisen toiminta sopeutetaan luonnon sietokykyyn yhdistämällä sosiaaliset ja taloudelliset näkökulmat saumattomasti ekologiseen

näkökulmaan. Pyrkimyksenä on yhteiskunnan eri sektoreitten toimiminen yhteistyössä. Kuitenkin esimerkiksi hallinnon puolella nämä alueet toimivat Suomessa usein erillään. Tulevaisuus merkitsee kestäväälle kehitykselle indikaattoreiden löytämistä, toimintatapojen omaksumista, tietoisuuden lisäämistä, teknologian kehittämistä sekä päätöksenteon ja johtamisen kehittämistä. (Laine 2012.)

Kestävällä kehityksellä tarkoitettiin alun perin ekologista kestävyyttä, josta kuitenkin tarkoitus laajeni tasapuolisesti muihin ulottuvuuksiin (Rohweder 2004, 11). Ekologisella kestäväällä kehityksellä tarkoitetaan ihmisen toiminnan sopeuttamista luonnon sietokykyyn ja keskeistä on varovaisuusperiaatteen noudattaminen. Periaatteen mukaan sellaisten toimien lykkäämistä, joilla voidaan ehkäistä ympäristön tilan heikkenemistä, ei voida perustella täyden tieteellisen näytön puuttumisella. Muita tärkeitä periaatteita ovat haittojen torjuminen alkuvaiheessa, niiden ennalta ehkäiseminen ja kaikissa tapauksissa haittojen aiheuttamat kustannukset pyritään mahdollisuuksien mukaan perimään niiden aiheuttajalta. (Ympäristöministeriö 2012.) Ekologinen ulottuvuus keskittyy luonnon biodiversiteetin turvaamiseen. Maapallon mahdollisimman hyvänä pitäminen tuleville sukupolville liittyy luonnonvarojen kestäväan käyttöön, tulevien ympäristöongelmien ehkäisemiseen ja nykyisten ympäristöongelmien ratkaisemiseen. (Rohweder 2004, 15.)

Sosiaalinen ulottuvuus liittyy yhteiskuntien oikeudenmukaisuuteen ja se pyrkii poistamaan eriarvoisuutta ihmisten välillä sekä turvaamaan kaikille riittävän toimeentulon, perusoikeudet ja mahdollisuuden osallistua päätöksentekoon. Sosiaaliseen ulottuvuuteen sisältyy kulttuurinen ulottuvuus, joka tarkoittaa moninaisuuden ja erilaisuuden kunnioittamista. (Rohweder 2004, 15.)

Kestävän kehityksen taloudellinen ulottuvuus tarkoittaa pitkällä tähtäimellä kannattavaa toimintaa ottaen huomioon ympäristönäkökohdat sekä sosiaaliset näkökohdat. Mikäli eri yritysten toiminta keskittyy tähän päämäärään, on niiden toiminta kestävä kehityksen mukaista. (Rohweder 2004, 15- 16.)

Vaikka kestävä kehitys määritellään mainittujen ulottuvuuksien kautta, sisältyy siihen myös paikallinen, alueellinen ja globaalinen kestävä kehitys. Tämä

tarkoittaa sitä, että kestävä kehitys on paikallista toimintaa, jossa huomioidaan alueelliset ja globaalit vaikutukset. (Rohweder 2004, 16.)

3.1 Yhteiskuntavastuu on kestävästä kehitystä organisaatioissa

Monien vuosien ajan on kestävästä kehityksestä ja globalisaatiosta käyty keskustelua ja aiheet ovat myös nousseet yritysmaailman haasteiksi. Kestävä kehitys yritysten puolella tarkoittaa ajattelua ja toimintatapaa, joissa arvioidaan päätösten ja valintojen pitkäaikaisia seurauksia kestävä kehityksen eri ulottuvuuksien osa-alueilla. Tämä on alkanut yrityksissä muodostua omaksi käsitteekseen nimeltään yhteiskuntavastuu. Yhteiskuntavastuu toteutuu yrityksissä yritysvastuuna. (Rohweder 2004, 11.)

Yritys, joka edistää kestävästä kehitystä on jatkuvassa, aktiivisessa ja kehittävässä vuorovaikutussuhteessa toimintaympäristönsä kanssa. Vuorovaikutus toimii kaksisuuntaisesti, sillä toimintaympäristö voi muokata yrityksen toimintaa ja yritys voi muokata toimintaympäristöä omilla päätöksillään. Kuten kestävässä kehityksessä, myös yhteiskuntavastuun osalta eri ulottuvuuksien on oltava vuorovaikutussuhteessa toistensa kanssa ja niiden on oltava tasapainossa. Yrityksen toimintaympäristö koostuu taloudellisesta toimintaympäristöstä, ekologisesta toimintaympäristöstä ja sosiaalisesta toimintaympäristöstä. (Rohweder 2004, 31- 59.)

Yritysvastuu voidaan määritellä yrityksessä moraalien, etiikan ja arvojen avulla. Moraalinen pohjalta tulevat säännöt, joiden mukaan ihminen toimii yhteisössä. Etiikka luo moraalille pohjan siitä, millainen sen tulisi olla. Etiikka nostaa moraalikysymyksiä hyvästä ja pahasta yhteiskunnalliseen keskusteluun ja määrittelee toiminnan päämäärät eli arvot. Yrityskulttuuri perustuu vallitseviin arvoihin, joihin organisaatio uskoo ja joiden pohjalta toimintaa ohjataan. Arvoihin olennaisesti vaikuttavat yrityksen moraalit ja etiikka. (Rohweder 2004, 78- 79.)

Yritysten ympäristöviestintä vaihtelee yrityksestä riippuen. Tyypillistä on, että yrityksen verkkosivuilla on tänä päivänä erikseen sivut, jotka käsittelevät ympäristöarvoja ja kestävä kehityksen toteuttamiseen liittyviä arvoja. Usein myös yritysten visiot ja missiot määritellään kestävä kehityksen periaatteilla.

Joidenkin yritysten kohdalla kyse saattaa olla ”viherpesusta”, joka tarkoittaa sitä, että kestävän kehityksen periaatteita toteutetaan melko yksipuolisesti tai vain nimellisesti. Yritys ei siis kaikessa toiminnassaan kuitenkaan ota huomioon kestävän kehityksen eri ulottuvuuksia. Tähän vaikuttavat esimerkiksi monikansallisten yhtiöiden kohdalla lainsäädännöt eri maissa. Ympäristöä koskeva lainsäädäntö voi vaihdella radikaalisti eri maissa ja näin ollen yrityksen sisällä eri osastoja saattavat koskea eri säädökset, vaikka pääasiassa samojen arvojen mukaan kaikissa toimitaan. (Laine 2012.)

3.2 Yhteiskuntasvastuun ulottuvuudet

Yhteiskuntavastuu pitää sisällään kestävän kehityksen eri ulottuvuudet ja näiden muodostama kokonaisuus on tie kohti kestävää liiketoimintaa (Ketola 2005, 13). Ulottuvuudet toimivat vastuualueina. Näitä ovat siis taloudellinen vastuu, ekologinen vastuu ja sosiaalinen vastuu, joiden sisältö on välillistä ja välitöntä.

Taloudellinen vastuu tarkoittaa sitä, että omistajat ovat tyytyväisiä ja yritys tuottaa voittoa. Nämä ovat edellytyksinä yrityksen menestymiselle. Taloudellinen vastuu ulottuu myös ihmisten palkkaamiseen, sillä yritykset työllistävät ihmisiä. (Ketola 2005, 32.)

Sosiaalinen vastuu koostuu henkilöstöstä, tavarantoimittajista, alihankkijoista, urakoitsijoista, asiakkaista, muista yhteistyökumppaneista, paikallisista asukkaista ja ihmisistä kaikkialla maailmassa. Hyväntekeväisyys on yksi esimerkki yrityksen keinosta kantaa vastuuta sosiaalisesta vastuustaan. (Ketola 2005, 40-41.)

Yrityksen ekologinen vastuu on toiselta nimeltään ympäristövastuu.

Ympäristövastuu koostuu sen osallisuudesta maailman ympäristöongelmiin, joita ovat karkeasti jaoteltuna maapallon kantokyvyn rajat, uusiutumattomien luonnonvarojen rajallisuus ja uusiutuvien luonnonvarojen tuotannon rajallisuus. Yrityksen ekologiseen jalanjälkeen vaikuttaa sen toiminnan vaikutukset luonnonympäristöön kaikilla sen toiminnan osa-alueilla. Ekologisen vastuun apuna toimii esimerkiksi ISO 14001-ympäristöstandardin noudattaminen, joka tukee ympäristön kannalta oikeita valintoja yritykselle edullisesti. Yritykset

pyrkivät saamaan ympäristöstrategioillaan taloudellista hyötyä, jotta niiden toiminta voisi jatkua. (Ketola 2005, 46- 47.)

Ympäristövastuu on siis yrityksen ekologista vastuuta. Ympäristövastuu tarkoittaa yrityksissä luonnon monimuotoisuuden turvaamista, tehokasta ja säästävää luonnonvarojen käyttöä, ilmastonmuutoksen torjuntaa sekä ympäristömyötäisiä tuotantotapoja ja -prosesseja. Ympäristön kuormitus vähenee, kun työprosessit on suunniteltu hyvin ja hankinnat on mietitty tarkkaan. Samalla, kun energiankulutus ja jätteiden määrä vähenevät, myös yrityksen kustannukset pienenevät. (Sarkkinen 2006, 7.)

Kiinteistön osuus ympäristövaikutuksista on suuri. Lämmityksen ja ilmastoinnin tulisi toimia optimaalisesti, jotta energiaa ei tuhleta. Kiinteistöä esimerkiksi remontoidessa kannattaa panostaa energiatehokkaisiin ikkunoihin ja ilmastointijärjestelmän takaisinottolaitteeseen. Myös sähkön- ja vedenkulutusta seuraamalla voidaan havaita mahdolliset tekniset ongelmat, kulutuksen määrä ja näin ollen miettiä keinoja pienentää kulutusta. Esimerkiksi huonelämpötilan alentaminen asteella vähentää energiankulutusta jo viidellä prosentilla. Myös valaistukseen tulisi kiinnittää huomiota. Pienilläkin teoilla parannetaan huomattavasti kiinteistön energiatehokkuutta. (Sarkkinen 2006, 33.)

Vedenkulutus toimistorakennuksissa on pääasiallisesti melko pientä, koska vettä kuluu juomisen lisäksi lähinnä astioiden pesuun, käsien pesuun, wc- pönttöjen huuhteluun, siivoukseen ja suihkussa käymiseen. Lämpimän veden kulutukseen kannattaa kiinnittää kuitenkin huomiota, sillä veden lämmittäminen vie paljon energiaa. Veden kulutusta yleisesti voidaan vähentää esimerkiksi yhteisissä taukutiloissa pesemällä vain täysiä koneellisia astioita. (Sarkkinen 2006, 44- 45.)

3.3 Päijät-Hämeen koulutus konsernin ympäristöstrategia

Ravintola Fellmannia sekä tieto- ja kirjastopalvelut Fellmanniassa ovat sitoutuneet Päijät-Hämeen koulutus konsernin ympäristöstrategiaan. Ympäristöstrategiassa konsernin johto selventää ympäristövastuun ja kestävä kehityksen toteutumisten kannalta olennaiset valinnat ja toimintaperiaatteet. Ympäristöosaaminen on osa ammattitaitoa, ja koulutus konsernissa noudatetaan kansallisia sekä kansainvälisiä

ympäristötoimintaa ohjaavia säädöksiä. (Päijät-Hämeen koulutus konserni 2008, 2-4.)

Konsernihallitus hyväksyy ympäristöstrategian ja Lahden ammattikorkeakoulun, Tuoterengkaan, Koulutuskeskus Salpauksen sekä Yhteisten palvelujen johto valvoo sen toteutumista. Henkilöstön ja opiskelijoiden velvollisuutena on toteuttaa ympäristöstrategiaan. Konsernilla on oma ympäristötiimi sekä ympäristövastaavat, joiden tehtävänä on kehittää ympäristöstrategiaa omassa työyhteisössään. (Päijät-Hämeen koulutus konserni 2008, 5)

Ympäristöstrategian tavoitteina on esimerkiksi järjestää toimintaa eettisesti kestävän kehityksen mukaisesti, ottaa ympäristövastuun edellyttämät toimenpiteet osaksi toimintajärjestelmiä sekä kouluttaa henkilöstöä ympäristöasioissa. Ympäristöasiat pyritään sisällyttämään kaikkien koulutusohjelmien opetussuunnitelmiin ja ympäristövastuu on läsnä myös opetusympäristössä. Näin strategialla pyritään levittämään ympäristövastuuajattelua. (Päijät-Hämeen koulutus konserni 2008, 7.)

4 YMPÄRISTÖMERKIT OSA KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ

Ympäristömerkit ovat standardisointeihin sekä kriteereihin perustuvia ympäristöohjelmia, jotka liittyvät erilaisiin ympäristön ongelmakohtiin. Ne vaikuttavat kuluttajavalintoihin esimerkiksi ympäristön, terveyden, laadun ja solidaarisuuden osalta. Ympäristömerkit ovat joillekin kuluttajille positiivisia tai negatiivisia symboleja. Symbolina ympäristömerkki on näyttö siitä, että tuote eroaa kaikista muista tavanomaisista. Ympäristömerkit symbolisoivat myös laatua, joka mahdollisesti muilta vastaavilta palveluilta ja tuotteilta puuttuu. . Yritysten hakiessa tuotteilleen tai palveluilleen ympäristömerkkiä on niiden sitouduttava noudattamaan merkin standardeja ja kriteereitä. Yrityksen on myös yleensä maksettava erikseen lupamaksu. Maksut ovat merkkikohtaisia. (Boström & Klintman 2008, 27- 29.)

Pitkään kuluttajien ostokäyttäytymistä ohjasivat hinta ja laatu, jotka ovat olleet suurimmat ostopäätökseen vaikuttavat tekijät. Hinnan ja laadun rinnalle on tullut erilaisten ympäristömerkkien seuranta, koska ne ovat yleistyneet viime vuosina. (Barnard & Mitra 2010, 5.) Ympäristömerkit ovat usein kuluttajalähtöisiä ja ne ohjaavat kuluttajia pienentämään ekologista jalanjälkeään. Useimmilla ihmisillä on tunne, että heidän yksittäinen panostuksensa ympäristön puolesta ei kuitenkaan riitä. (Boström & Klintman 2008, 1.)

Osa kuluttajista on kuitenkin valmis muuttamaan ostokäyttäytymistään ympäristöystävällisempään suuntaan, vaikka ympäristömerkillinen tuote ei olisikaan aina se edullisin vaihtoehto. (Boström ja Klintman, 2008, 2.)

Ympäristömerkkien yleistyessä on yrityksille haaste selventää kuluttajille, mitä arvoja heidän tuotteensa tai palvelunsa ympäristömerkki edustaa. (Barnard ja Mitra 2010, 5.) Ympäristömerkit ovat kuitenkin luotettavia sekä palvelun tuottajille että kuluttajille, koska ne ovat julkisen hallinnon tasolla hyväksytyjä (Boström & Klintman 2008, 7).

Pohjoismainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki on tunnetuin sekä arvostetuin ympäristömerkintä Suomessa. Viime vuosina myös Reilun kaupan tuotteet ovat nostaneet suosiotaan. Merkin tavoitteena on tukea kehitysmaiden pientuottajia. Viljelijät saavat tuotteistaan vähintään kansainvälisesti sovitun takuuhinnan.

Reilun kaupan tunnus ei ole varsinainen ympäristömerkki, mutta järjestelmä edellyttää viljelijöiltä ympäristönsuojelua. Reilun kaupan tuotteita ovat esimerkiksi kahvi, suklaa sokeri ja hedelmät. (Sarkkinen 2006, 68.)

4.1 Joutsenmerkki

Joutsenmerkki (Kuva 1) on pohjoismainen ympäristömerkki, joka tänä päivänä on tunnettu kuluttajien keskuudessa. Joutsenmerkki perustettiin vuonna 1989, ja sen visiona on alusta alkaen ollut kestävä kehitys. Merkki pyrkii kannustamaan kuluttajia, valmistajia ja palveluntarjoajia siirtymään ympäristöystävällisempiin ratkaisuihin ja valintoihin. Ympäristömerkinä Joutsenmerkki huomioi tuotteen koko elinkaaren aikaiset ympäristövaikutukset, kuten ilmaston lämpeneminen, vesistöjen rehevöityminen sekä ympäristön kemikalisoituminen. (Ympäristömerkintä 2012.)



Kuva 1. Joutsenmerkki

Joutsenmerkki on pohjoismaiden ministeriöneuvoston perustama vapaaehtoinen ja positiivinen ympäristömerkki, jonka toimintaa valvoo maan hallitus (Pohjoismainen ympäristömerkintä 2012). Merkki on käytössä Suomen lisäksi Tanskassa, Islannissa, Norjassa, ja Ruotsissa. Positiivisuus tarkoittaa sitä, että vain ympäristön kannalta parhaat tuotteet tai palvelut voivat saada merkin ja kriteerit luodaan niin, että vain noin 30 % kunkin tuoteryhmän tuotteista tai palveluista voi saada merkin. Vapaaehtoisuus merkitsee sitä, että merkki on todella vapaaehtoinen ja yritykset voivat hakea sitä. Tuotteiden ja palveluiden määrä kasvaa jatkuvasti. Puolueettomuuden osalta merkki on määräaikainen, sillä se on voimassa enintään viisi vuotta, koska kriteereitä pyritään jatkuvasti uudistamaan. Kriteerit on koottu asiantuntijaryhmissä, ja Suomessa merkistä vastaa Motiva Services Oy:n Ympäristömerkintä-yksikkö. (Kuluttajavirasto 2011.)

Joutsenmerkki voidaan myöntää hyvin erilaisille tuotteille sekä palveluille. Suomalaisille kyseinen ympäristömerkki ei ole todiste kotimaisuudesta, vaan ympäristöystävällisyydestä. Joutsenmerkkiä saatetaankin kuluttajien keskuudessa sekoittaa Hyvää Suomesta joutsenlippuun, joka myönnetään ainoastaan elintarvikkeille. (Ympäristömerkintä: Ympäristömerkinnän vuosijulkaisu 2012, 9.)

Joutsenmerkityt tuotteet ja palvelut ovat suosiossa kuluttajien keskuudessa, koska yhä useammin he haluavat saada tietoa tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksista. Mikäli kuluttaja haluaa suosia ympäristön kannalta hyviä tuotteita, Joutsenmerkki nopeuttaa kuluttajan valintaa. Vuonna 2009 Joutsenmerkin vaikutusta ostopäätökseen Suomessa tutkittiin ja tulosten perusteella 5,8 % kuluttajista tarkistaa aina, onko tuotteella Joutsenmerkki ja 59 % kuluttajista tarkistaa silloin tällöin. Tutkimuksen perusteella 88 % suomalaisista tunnisti merkin. (Ympäristömerkintä 2012.)

Ympäristöarvonsa ansiosta Joutsenmerkki on Suomessa neljänneksi arvostetuin brändi, ja näin ollen on haltijalleen hyvä ja myös turvallinen myyntivaltti. Turvallisuuden takaa erityisesti se, että se on kuluttajaviranomaisten hyväksymä. Joutsenmerkin omaavien yritysten tyytyväisyyttä on tutkittu ja merkin hyödyiksi on listattu esimerkiksi imagoetu eli merkin tuoma myönteinen julkisuus, jonka kautta yritys pystyy saamaan uusia asiakkaita. Samalla merkki kertoo koko organisaatiolle sekä asiakkaille yrityksen ympäristövastuullisuudesta. (Ympäristömerkintä 2012.)

Joutsenmerkillä on monia positiivisia vaikutuksia yritykselle. Koska Joutsenmerkki on luotettu merkki, on sitä hyvä käyttää markkinoinnin työkaluna ja se on myös sallittua. Ympäristömyötäinen toiminta vaikuttaa kustannustehokkaasti esimerkiksi energiankulutukseen, ja sitä voidaan pitää myös laadun takeena, koska merkki omaa asetukset laadulle. (Pohjoismainen ympäristömerkintä 2012.)

4.1.1 Joutsenmerkin kriteerit ja käyttöoikeus

Joutsenmerkkiä voi hakea tuotteen tai palvelun valmistaja, maahantuoja sekä myyjä. Joutsenmerkin käyttöoikeutta tulee muutaman vuoden välein hakea uudestaan. Joutsenmerkin saanut tuote täyttää tiukat kriteerit ja jotta merkki erottelisi ympäristöystävällisimmät tuotteet ja palvelut muista, vaatimuksia uudistetaan tasaisin väliajoin. Tästä syystä myös käyttöoikeudet ovat määräaikaista. (Ympäristömerkintä 2012.)

Koska Joutsenmerkillä pyritään saavuttamaan ympäristöhyötyä, tulisi merkkiä haettaessa tuotteella olla jokin konkreettinen ympäristöongelma. Tuotteella tulisi myös olla markkinoilla ympäristön kannalta sekä parempia että huonompia tuotteita kilpailijoina, koska Joutsenmerkin avulla kulutusta voidaan ohjeistaa ympäristöystävällisempään suuntaan. (Ympäristömerkintä 2012.)

Joutsenmerkkiä voivat hakea kaikenlaiset ravintolat, joiden toiminnan tarkoituksena on ruuan valmistus sekä tarjoilu (Pohjoismainen ympäristömerkintä 2012, 2). Joutsenmerkin kriteerit ovat lähtökohtina ja toimintaohjeina kestävän kehityksen edistämiseksi. Joutsenmerkityn ravintolan ympäristömyönteinen toiminta ulottuu raaka-aineiden ostoon, energiakulutukseen, jätehuoltoon, kemiallisten aineiden käyttöön sekä ravintolan henkilöstöön. Tiettyjen ympäristövaatimusten on täytyttävä. Esimerkiksi osan raaka- aineista on oltava luomua, ja merkkiin sisältyy myös oma ympäristöjohtamisjärjestelmänsä, johon kuuluvat selkeät toimintatavat ja ohjeet. (Pohjoismainen ympäristömerkintä, 2012.)

Joutsenmerkkikriteereiden avulla ravintolat voivat vähentää ympäristövaikutuksiaan ja ne painottuvat ympäristöä eniten kuorimittaville toiminnoille. Vaatimukset soveltuvat useille eri keittiöille, niin suurtalouskeittiöille kuin ravintoloillekin. Ravintolat voivat itse valita kohteet, joiden ympäristökuormitusta ne haluavat vähentää. (SFS-Ympäristömerkintä 2012.)

Merkin hakemisessa ravintolakriteerit rakentuvat pakollisten ja pistevaatimusten yhdistelmästä, jossa ravintolan on saatava vähimmäispistemäärä merkin

myöntämiselle. Kriteerit ovat lueteltuna lomakkeissa, jotka ravintola täyttää. Pakollisina vaatimuksina lomakkeessa ovat esimerkiksi ravintolan nimi ja osoite, liikevaihto, asiakaspaikkojen lukumäärä sekä toiminnan kuvaus. Ennen käyttöluvan myöntämistä hakemus tulee lähettää liitteineen Pohjoismaiselle ympäristömerkinnälle, jonka jälkeen ravintolaan tehdään tarkastuskäynti. Kustannukset muodostuvat hakemusmaksusta ja vuosimaksusta, joiden suuruuteen vaikuttaa ravintolan liikevaihto. (Pohjoismainen ympäristömerkintä 2012, 2-3.)

4.2 Green Office

Green Office (Kuva 2) on WWF:n (World Wide Fund for Nature, Maailman luonnonsäätiö) käytännönläheinen ympäristöohjelma erilaisille toimistoille ja sen tavoitteena on ohjata eri organisaatioita kohti kestävää yrityskulttuuria. Se ohjaa yrityksiä pienentämään ekologista jalanjälkeä. Green Officen aloitusvuosi oli 2002 (WWF Finland, 2010, 5.) Green Office on maailmanlaajuinen verkosto, jota johtaa WWF:n Suomen osasto eli WWF Finland (WWF Finland 2010, 6).



Kuva 2. Green Office

Green Officen avulla WWF tekee yhteistyötä monien eri organisaatioiden kanssa ja se on luotu erityisesti toimistojen tarpeisiin. Green Officen sisällä on olennaisimmat osat ISO 14001-standardista ja EMASista. (Sirviö 2010, 29.)

Vuoden 2012 kesäkuuhun mennessä Green Office-ympäristömerkin käyttöoikeus on myönnetty Suomessa 174 organisaatiolle, mutta ympäristömerkin ohjelmassa on mukana yhteensä 196 organisaatiota. (WWF Finland 2012.) Green Office ei ole vain Suomen rajojen sisällä toimiva ympäristöohjelma, sillä vuoden 2009 lopulla Green Office- ympäristömerkki oli käytössä kahdessatoista maassa, esimerkiksi Kiinassa ja Vietnaminissa (Sirviö 2010, 29).

ISO 14000 ja EMAS ovat tunnetuimmat ympäristöasioiden hallintajärjestelmät, ja ne käsittelevät yritysvastuun eri ulottuvuuksia. ISO 14001-ympäristöstandardi kuuluu Kansainvälisen standardisoimisliiton ISO:n (International Organization for Standardization) ISO 14000-sarjaan. EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) on vapaaehtoinen hallintajärjestelmä, joka perustuu Euroopan Unionin asetukseen. EMAS ei ole standardi vaan asetukset. Molemmat, sekä ISO 14001-standardi ja EMAS-asetus ovat organisaatioiden ympäristövastuullista toimintaa edistäviä. (Rohweder 2004, 166- 167.)

Green Office-ympäristöohjelman selkeät tavoitteet perustuvat yrityksen ekologisen jalanjäljen pienentämiseen eli yrityksestä aiheutuvien ympäristöhaittojen jatkuvaan minimoimiseen. Pää tavoitteina ovat

- Ilmastonmuutoksen hidastaminen säästämällä energiaa ja uusiutuvien energialähteiden avulla
- Organisaatioiden luonnonvarojen kuluttamisen pienentäminen ekotehokkuuden lisäämisellä
- Kestävien käytäntöjen tukeminen lisäämällä työntekijöiden ympäristötietoutta

(Sirviö 2010, 30.)

Green Office keskittyy ympäristötyön jatkuvaan kehitykseen ja tulosten näkymiseen yrityksissä. Green Officen avulla yritys säästää materiaalia ja pienentää kulujaan. Green Office kannustaa jätteiden lajitteluun ja valojen sammuttamiseen tilanteissa, joissa niitä ei tarvita. Toimistojen arkisten asioiden, kuten useiden kopioiden tekeminen, tapahtuu Green Officessa tekemällä kaksipuolisia kopioita, jolloin säästyy paperia. Tietokoneiden virransäästötilojen hallinnointi vaikuttaa merkittävästi yrityksen energiatehokkuuteen. (WWF Finland 2010, 5.)

Green Office-ohjelma on saanut aikaan tuloksia. Vuoden 2010 hiilidioksidipäästöt laskivat 2,811 tonnia vuoden 2009 lukemista. Tämä vastaa maapallon ympäriajoa 426 kertaa tavallisella henkilöautolla. (WWF Finland 2010, 9.)

4.2.1 Green Officen kriteerit ja käyttö

Green Office- ympäristömerkin käyttöoikeuden saamiseksi organisaation tulee täyttää tietyt kriteerit. Kriteereihin kuuluu

- Green Office- vastaavan nimeäminen sekä Green Office- tiimin perustaminen
- Käytännönläheisen ympäristöohjelman laatiminen
- Kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen säästämällä energiaa
- Sellaisten toimien suunnitteleminen, joilla vähennetään energiankulutusta
- Jätteiden vähentäminen sekä jätteiden kierrätys ja lajittelu paikallisten jätehuoltomääräysten mukaisesti
- Hankintoja tehdessä ympäristönäkökohtien huomioiminen
- Henkilöstön tiedottaminen Green Office- toimintatavoista
- Ympäristöohjelman vuosittainen päivittäminen
- Ympäristöasioiden jatkuva parantaminen
- Indikaattoreiden valitseminen, niille numeeristen tavoitteiden asettaminen ja tavoitteiden toteutumisen seuraaminen sekä niiden vuosittainen raportointi WWF:lle

Kriteereiden täytyttyä ja tulosten raportoimisen jälkeen organisaatio saa käyttöönsä Green Office-logon. (WWF Suomi 2012.)

Indikaattorilla tarkoitetaan lukua, joka toimii laadullisena mittarina ja antaa laajoja sekä monimutkaisia tietoja yksinkertaisimmassa muodossa. Se on tavoitteiden asettamisen, seurannan, suunnittelun ja päätöksenteon apuväline. (Valtion ympäristöhallinto 2010.)

Green Office-järjestelmä lähtee organisaatiossa alkuun sopimuksen solmimisesta WWF:n kanssa, jonka jälkeen toimistolla on vuosi aikaa rakentaa itselleen toimiva ympäristöohjelma kriteerien saavuttamiseksi. Sopimuksen allekirjoitusvaiheessa maksetaan liittymismaksu ja Green Office-yhteyshenkilön tulee olla jo kuitenkin nimettynä, ja tämä henkilö toimii yhteyshenkilönä WWF:n ja organisaation välillä. (Sirviö 2012, 30.)

Green Officella on olemassa erilaisia malleja ja työkaluja toimistoille ympäristöjärjestelmän rakentamisen avuksi. Kompassi-verkkotyökalu ohjastaa itsearviointissa ja antaa pohjan ympäristöohjelman rakentamiselle. Kompassissa on tuoreimmat uutiset, materiaalit ja Green Office-logo. Ilmastolaskuri-verkkopalvelu toimii toimiston vuosittaisena raportointikanavana. Sen avulla arvioidaan eri kulutuksista aiheutuvat hiilidioksidipäästöt. Vaikka kysely on tarkoitettu Green Office-toimistoille, toimii ilmastolaskuri myös yksittäisen sivuilla vierailijan henkilökohtaisena päästömittaajana. Kulutustapamittari on työntekijöiden verkossa täytettävä kysely, jossa mitataan toimiston kulutuslukemia. (WWF Suomi 2012.)

Green Office-toimistoille järjestetään vuosittain verkostotapaamisia, joissa käsitellään ympäristöohjelmaan liittyviä aiheita, vaihdetaan kokemuksia ja keskustellaan kysymyksistä. Näiden tapaamisten lisäksi järjestetään myös erilaisia työpajoja. WWF on myös sähköpostitse yhteydessä toimistoihin lähettämällä Green Office-vinkkejä, jotka ilmestyvät 20 kertaa vuodessa. Ohjelmassa mukana olevat toimistot saavat ilmaiseksi WWF:n Pandan Polku-lehden, joka kertoo suojelutyön uutisista ja esittelee erilaisia näkökulmia ympäristöasioihin. (WWF Suomi 2012)

Green Office on maksullinen ympäristöpalvelu. Maksuilla tuetaan WWF:n tekemää jatkuvaa suojelutyötä ja muuta toimintaa. Maksuihin sisältyy liittymismaksu ja vuosittaiset jäsenmaksut, joiden suuruus riippuu toimistojen henkilöiden lukumäärästä. Mikäli yrityksellä on useampia toimistoja, määritellään jokaisen toimiston jäsenmaksut niiden henkilöstömäärän mukaan. Mikäli organisaatiolla on enemmän kuin kymmenen toimipaikkaa, voi Green Office-ohjelman toteuttamisesta sopia erikseen. Mahdollisista WWF:n toimesta suoritetuista toimistotarkastuksista aiheutuvat matkakulut ja päivärahat veloitetaan erikseen. (WWF Suomi 2012.)

5 TUTKIMUSPROSESSI

5.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyössäni käytin kahta tutkimusmenetelmää, kvantitatiivista ja kvalitatiivista. Kvalitatiivisen tutkimuksen osalta tein kaksi haastattelua. Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmää apuna käyttäen tein kyselyn. Käytin kahta tutkimusmenetelmää, koska opinnäytetyössäni halusin nähdä, miten kyselyn tulokset ja haastattelut tukivat toisiaan. Haastattelut siis täydensivät opinnäytetyössäni kyselyä.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa analyysi painottuu mielipiteiden ja niiden syiden ja seurausten suhteisiin, eli johtopäätöksiä tehdään moniulotteisesti esimerkiksi haastatteluihin ja ryhmäkeskusteluihin pohjautuvasta materiaalista. Kvalitatiivista tutkimusta voidaan käyttää yhdessä kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän kanssa. (Taloustutkimus Oy 2012.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeistä ovat esimerkiksi aiemmat teoriat, käsitteiden määrittely ja tutkittavien henkilöiden valinta sekä tulosten kuvaaminen esimerkiksi prosenttitaulukoiden avulla. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voidaan käyttää kyselylomaketta ja kysely voidaan lähettää kaikille, jotka tutkijan mielestä ovat vastaajia. Tällöin kyseessä on kokonaistutkimus, joka on vaativa ja kallis. Tutkija voi myös määrittellä perusjoukon, josta poimii edustavan otoksen. Mikäli tutkija ajattelee, että vastaajissa esimerkiksi maaseudulla ja kaupungissa asuvat ajattelevat eri tavalla, molempia asukkaita valita edustavaan otokseen samassa suhteessa kuin niitä on perusjoukossa. Kvantitatiivisessa tutkimuksena yhtenä käsitteenä on myös otanta, joita on erilaisia. Otanta valitaan sen mukaan mikä on tarkkuustavoite. Mitä suurempi on tarkkuustavoite, sen suurempi on myös otanta. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 136.)

5.2 Soveltaminen opinnäytetyöhön

Kvalitatiivisen tutkimuksen yksi piirre on, että suositaan tiedonkeruussa ihmistä (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2007, 155). Työntekijöiden haastattelut tukivat kyselystä saamiani tuloksia. Pelkästään kyselystä tehtävistä johtopäätöksistä ei

voinut olla varma siitä, että oikeiden asioiden kautta löytyisi oikea ympäristömerkki. Kysely oli kuitenkin käyttäjä- ja asiakaslähtöisesti suuntaa antava. Haastatteluista konkreettisesti kävi ilmi asiantuntemuksen kautta ne lähtökohdat, jotka olivat sillä hetkellä voimassa palveluissa ympäristömerkkien osalta. Ympäristömerkit olivat työntekijöille tuttuja ja heillä oli esittää asioita merkkien puolesta ja vastaan, joita apuna käyttäen saatoin teoriaan nojaten tehdä yhteenvedon.

Kyselyssä perusjoukkona olivat Fellmannian eri palveluiden käyttäjät. Yhteensä vastauksia sain 40. Heidän joukossaan oli eri alojen opiskelijoita sekä satunnaisia käyttäjiä. Kyselyssä tarkoituksena oli saada selville ympäristömerkkien tunnettuutta ja kestävän kehityksen asemaa Fellmanniassa. Haastatteluihin valitsin tieto- ja kirjastopalveluiden tietopalvelujohtajan Sirkku Blinnikan sekä ravintola Fellmannian ravintolapäällikön Riikka Peltosen, koska he olivat avainhenkilöinä palveluiden osalta.

Toteutin kyselyn kiertämällä yhden viikon ajan Fellmanniassa eri kerroksilla. Kyselyyn osallistujat saivat kyselylomakkeen täytettäväkseen. Saatua vastauksia 40 kappaletta päätin alkaa purkaa tuloksia. toteutin kyselyn paperiversiona, koska halusin saada vastaajiksi eri palveluiden käyttäjiä ja mielestäni sähköpostitse lähetettyjen kyselyiden vastausten saaminen on epävarmaa. Neljäkymmenen vastauksen kohdalla koin, että minulla on tarpeeksi vastauksia ja mielestäni oli hyvä saada vastauksia täysi kymmenluku. Purin vastaukset Excel-taulukkoon ja koostin vastauksista kaavioita. Haastattelut toteutin kahtena eri päivänä Fellmanniassa varaamissani tiloissa. Yksi haastattelu kesti noin tunnin verran. Nauhoitin haastattelut ja litteroin ne myöhemmin. Litterointi vei aikaa muutaman tunnin molemman haastattelun kohdalla. Käytin nauhuria, koska mielestäni se oli paras tapa saada tallennettua vastaukset.

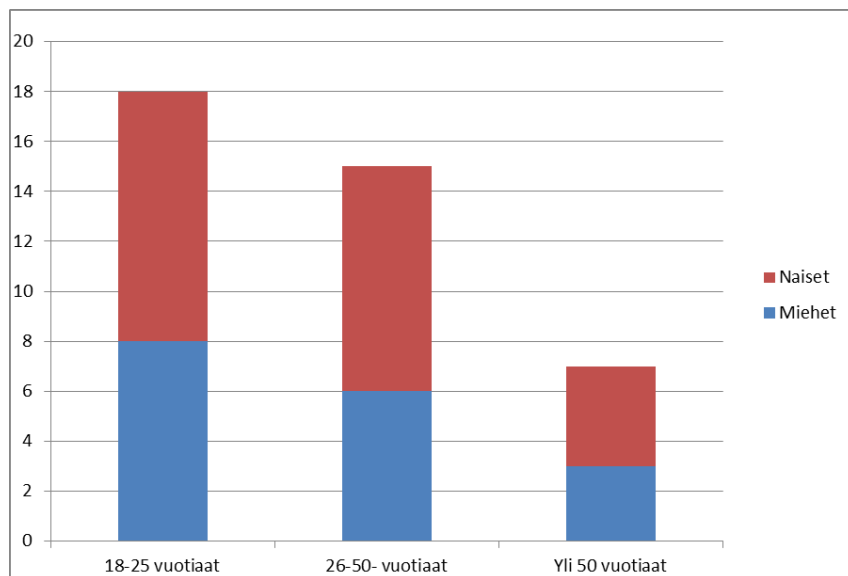
5.3 Tulokset

5.3.1 Käyttäjäkysely

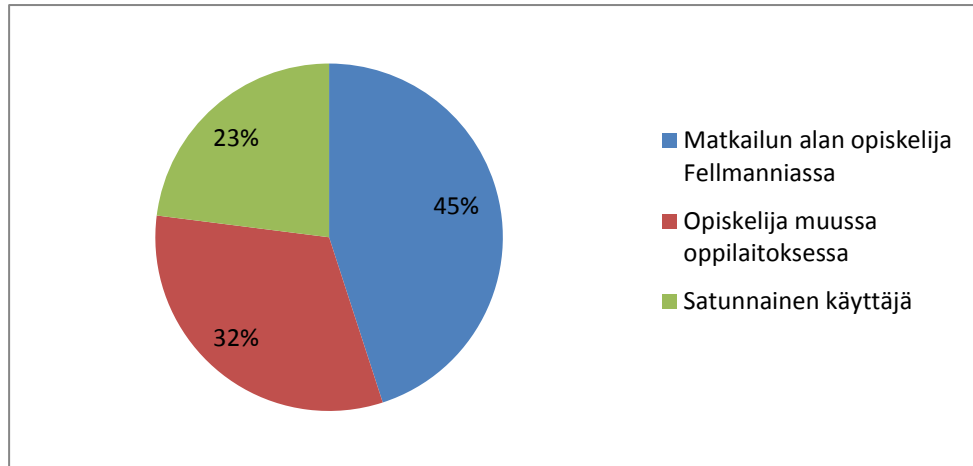
Kyselyssä kohderyhmänäni oli otanta Fellmannian eri palveluiden käyttäjiä. Pyrin kiertämään kyselylomakkeiden kanssa aamupäivisin lounasaikaan, jolloin tiesin

Fellmanniassa olevan paljon ihmisiä. Kyselyssä keskityin Joutsenmerkin ja Green Officen tunnettavuuden selvittämiseen ja siihen, kuinka vastaajat kokevat Fellmanniassa ympäristöasiat. Pyrin tekemään kyselystä sellaisen, että se vastaisi heidän mielipidettään siitä, miten ja kuinka kestävä kehitys ilmenee ja voisi ilmetä Fellmanniassa. Halusin myös saada selville, kumpaa palvelua Fellmanniassa asioivat käyttävät enemmän- ravintolapalveluita vai tieto- ja kirjastopalveluita. Kysely oli kaksipuoleinen monivalintakysely (LIITE 1), jonka täyttämiseen kului aikaa noin viisi minuuttia. Kysymyksiä oli yhteensä 16. Kyselyyn vastanneita oli 40.

Kuviossa 1 selvennän otannan ikä- ja sukupuolijakauma. En kysynyt käyttäjien tarkkaa ikää, koska katsoin ikämarginaalien sijoittamisen riittäväksi ja se myös selkeytti vastausten läpikäymistä. Kuvioista käy ilmi, että eniten kyselyyn vastanneita oli 18–25 -vuotiaita, ja koko kyselyyn vastanneista yli puolet naisia.

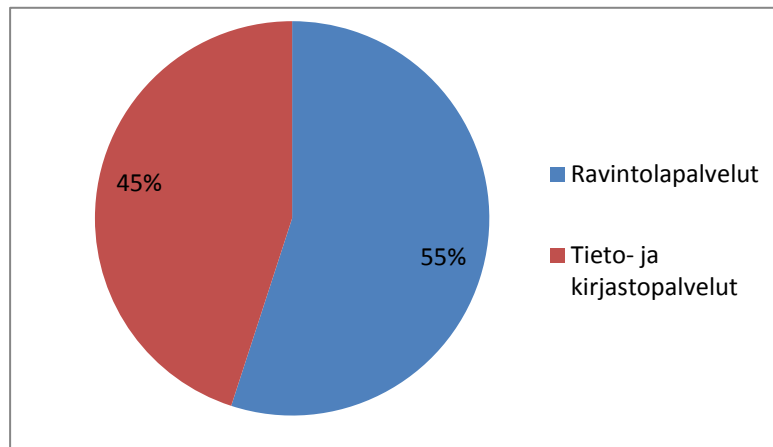


Kuvio 1. Otannan ikä- ja sukupuolijakauma



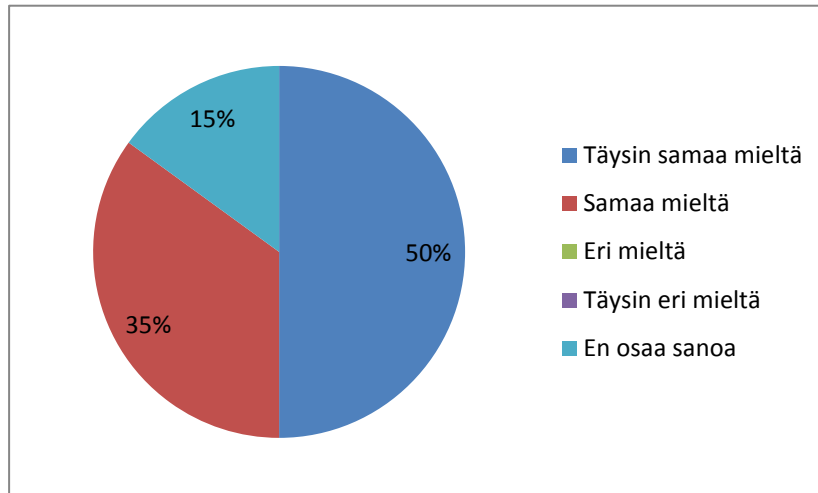
Kuvio 2. Olen

Vastaajista suurin osa oli opiskelijoita, kuten kuviosta kaksi ilmenee. Yli puolet oli Lahden ammattikorkeakoulun matkailun alan opiskelijoita, joita oli vastaajien keskuudessa eniten 18–25 -vuoden ikäryhmässä. Satunnaisista käyttäjistä suurin osa oli yli 50-vuotiaita. 26–50 -vuoden ikäryhmässä suurin osa opiskeli muissa oppilaitoksissa. Heidän ryhmässään satunnaisia käyttäjiä oli vähän. (LIITE 2.)



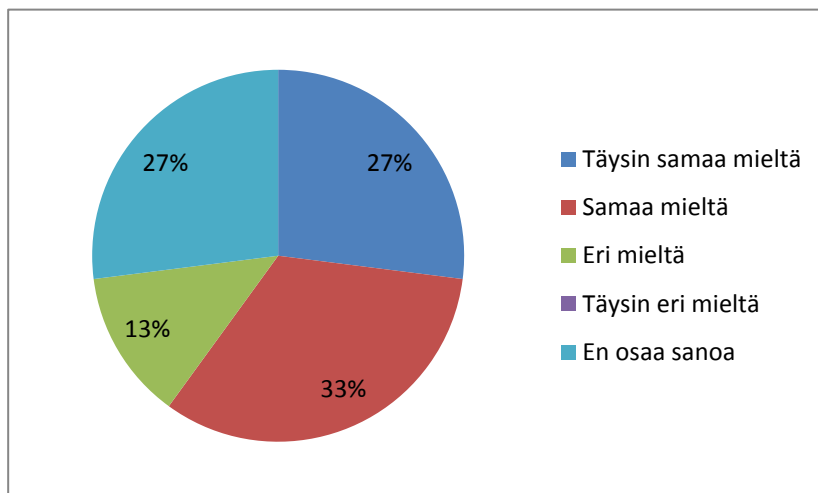
Kuvio 3. Mitä palvelua käytät Fellmanniassa eniten?

Kuviossa kolme näkyy, että vastaajista yli puolet käyttää enemmän ravintolapalveluita kuin tieto- ja kirjastopalveluita. Opiskelijavastaajien keskuudessa ravintolapalveluja käytettiin eniten. Vastaajista kuitenkin esimerkiksi satunnaiset käyttäjät, joita oli vastaajista vähemmistö, ja muiden oppilaitosten opiskelijat käyttivät enemmän tieto- ja kirjastopalveluja. (LIITE 2)



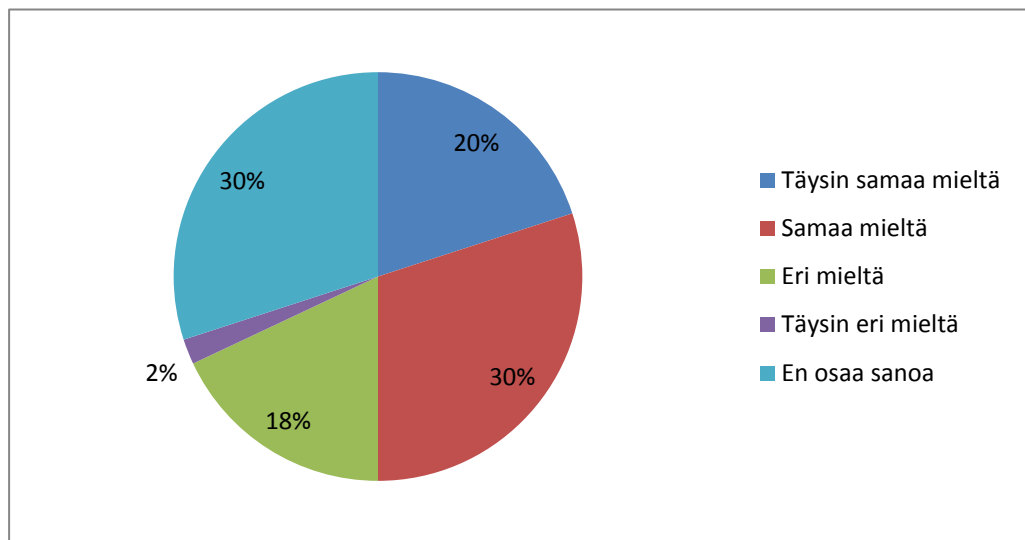
Kuvio 4. Fellmanniassa on helppo lajitella jätteet

Kuvion neljä perusteella suurin osa eri käyttäjistä koki, että Fellmanniassa on helppo lajitella jätteet. Yli puolet täysin samaa mieltä ja samaa mieltä olevista olivat opiskelijoita. Fellmannian tiloissa ja muissa oppilaitoksissa opiskelevien keskuudessa lajittelu on suurilta osin ongelmaton. ”En osaa sanoa” vastanneiden joukossa oli eniten pääasiallisesti tieto- ja kirjastopalveluiden käyttäjiä. 18-25 -vuotiaiden matkailun alan opiskelijoiden vastauksissa vain yksi ei osannut sanoa lajittelun helppoudesta. Yli 50-vuotiaiden kohdalla muissa oppilaitoksissa opiskelevien kohdalla lajittelu on helppoa. Myös satunnaisten käyttäjien ryhmässä yli 50-vuotiaat kokivat lajittelun melko helpoksi. Kukaan vastaajista ei ollut täysin eri mieltä tai eri mieltä. (LIITE 2)



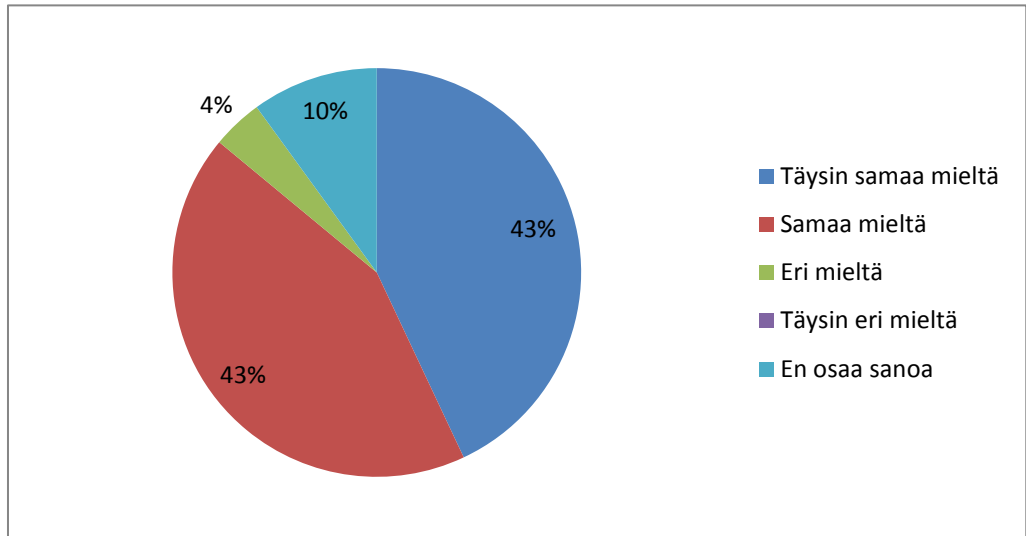
Kuvio 5. Käytän ympäristömerkittyjä tuotteita

Kyselyn vastaajista suurin osa vastasi käyttävänsä ympäristömerkittyjä tuotteita. (Kuvio 5). Ikäryhmissä 18–25 -vuotiaat sekä 26–50 -vuotiaat vastasivat eniten ”Täysin samaa mieltä” ja ”Samaa mieltä”. 18–25-vuotiaiden vastausten keskuudessa tuli kuitenkin muutama ”En osaa sanoa” sekä ”Eri mieltä” vastaukseksi. Ero ympäristömerkittyjen tuotteiden käyttäjiin ei ollut iso. Yli 50-vuotiaiden vastauksissa yli puolet ei käyttänyt ympäristömerkittyjä tuotteita tai ei osannut sanoa. (LIITE 2)



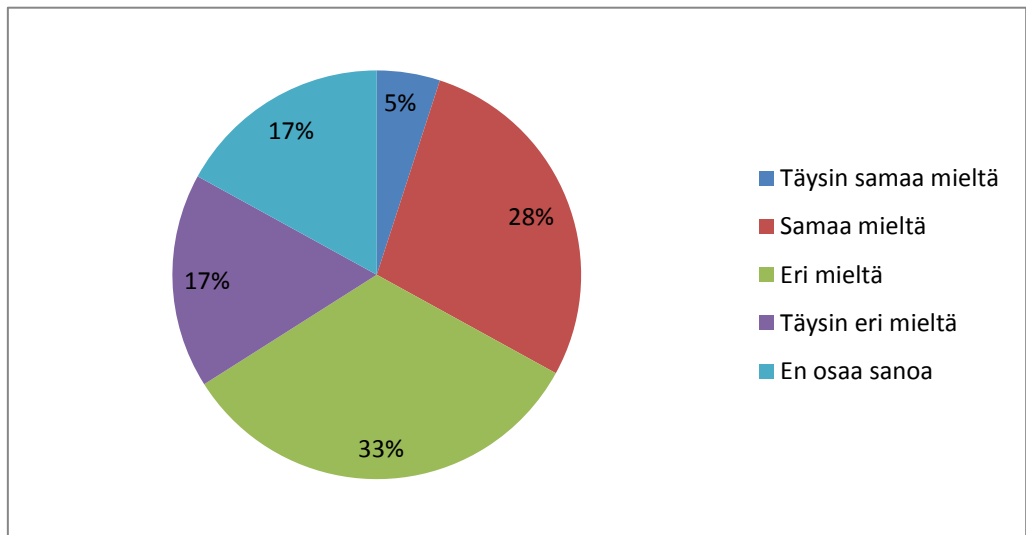
Kuvio 6. Ostan ravintola Fellmanniasta Reilun kaupan tuotteita, jos niitä on tarjolla

Kuviossa kuusi käyttäjien vastauksista näkyy, että vain hieman yli puolet ostaa Reilun kaupan tuotteita, jos niitä on tarjolla ravintola Fellmanniassa. 18–25 -vuotiaiden keskuudessa vain hieman yli puolet vastasi ”Täysin samaa mieltä” tai ”Samaa mieltä”. Moni vastasi ”En osaa sanoa”. 26–50 -vuotiaiden keskuudessa enemmistö vastasi ostavansa Reilun kaupan tuotteita ravintola Fellmanniasta niitä ollessa saatavilla. Yli 50-vuotiaiden keskuudessa selvä enemmistö oli ”Täysin eri mieltä” tai vastasi ”En osaa sanoa”. (LIITE 2)



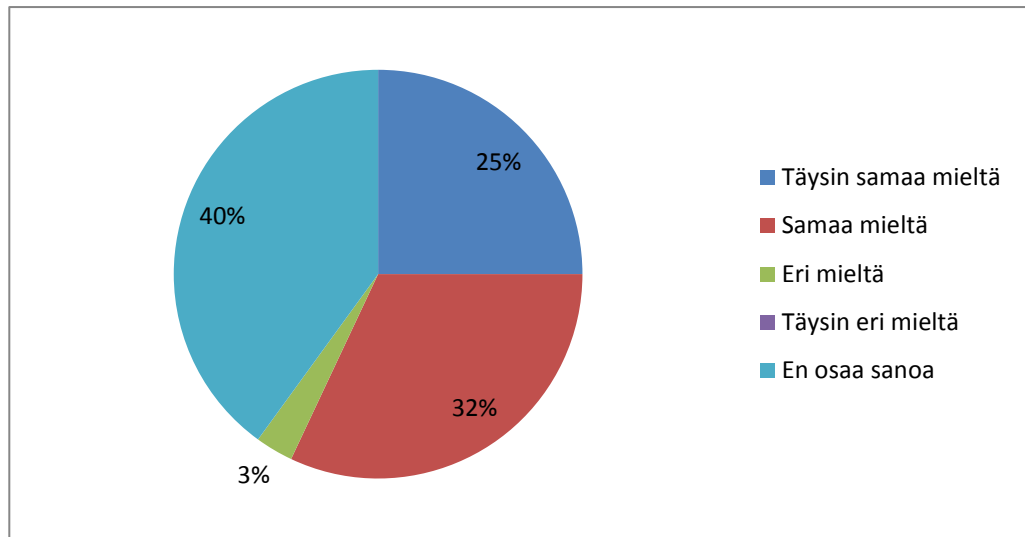
Kuvio 7. Joutsenmerkki on minulle tuttu ympäristömerkki

Joutsenmerkki oli tuttu ympäristömerkki lähes kaikille vastaajille, kuten kuviosta seitsemän ilmenee. 18–25 -vuotiaiden ja 26–50 -vuotiaiden keskuudessa Joutsenmerkki oli kaikille tuttu ympäristömerkki, suurin osa oli täysin samaa mieltä. 26–50 -vuotiaiden vastaajien keskuudessa kaikki olivat. Yli 50-vuotiaiden keskuudessa ainoastaan yksi ei osannut sanoa, muiden vastaajat olivat täysin samaa mieltä ja samaa mieltä. (LIITE 2)



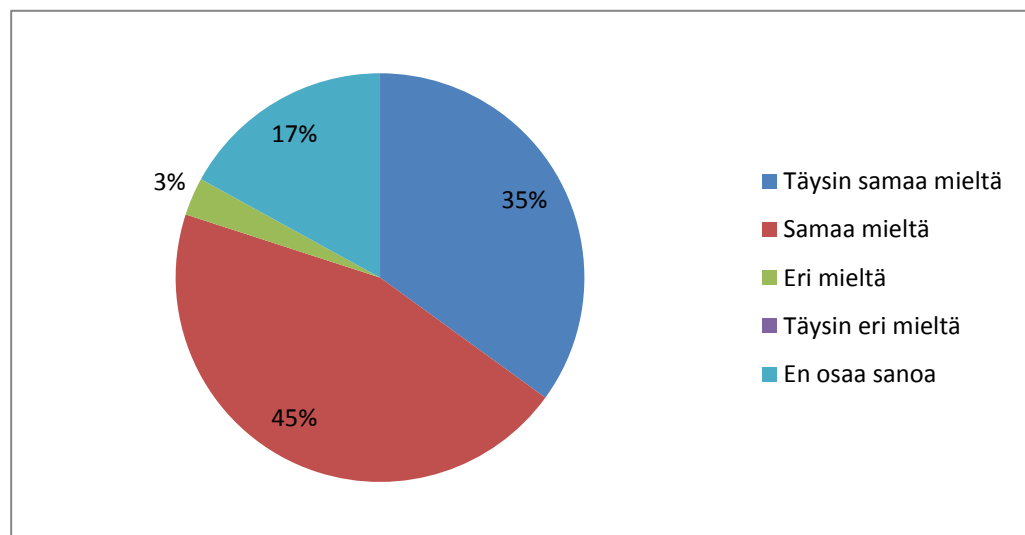
Kuvio 8. Green Office on minulle tuttu ympäristömerkki

Green Office ei ollut suurimmalle osalle käyttäjistä tuttu ympäristömerkki (Kuvio 8). 18–25 -vuotiaiden sekä 26–50 -vuotiaiden vastaajien keskuudessa yli puolet oli eri mieltä, täysin eri mieltä tai ei osannut sanoa. Yli 50-vuotiaiden vastaajien joukossa ainoastaan yksi oli täysin samaa mieltä. (LIITE 2)



Kuvio 9. Kirjaston elektroninen materiaali tukee kestävästä kehitystä

Enemmistö vastaajista oli sitä mieltä, että kirjastossa oleva elektroninen materiaali tukee kestävästä kehitystä (Kuvio 9). Ainoastaan yli 50-vuotiaiden ikäryhmässä enemmistö vastasi ”En osaa sanoa”. Vaikka muiden kahden ikäryhmän kohdalla vastaukset ”Samaa mieltä” ja ”Täysin samaa mieltä” saivat eniten kannatusta, paljon oli vastauksia myös kohdassa ”En osaa sanoa”. Kukaan vastaajista ei ollut täysin eri mieltä. (LIITE 2)

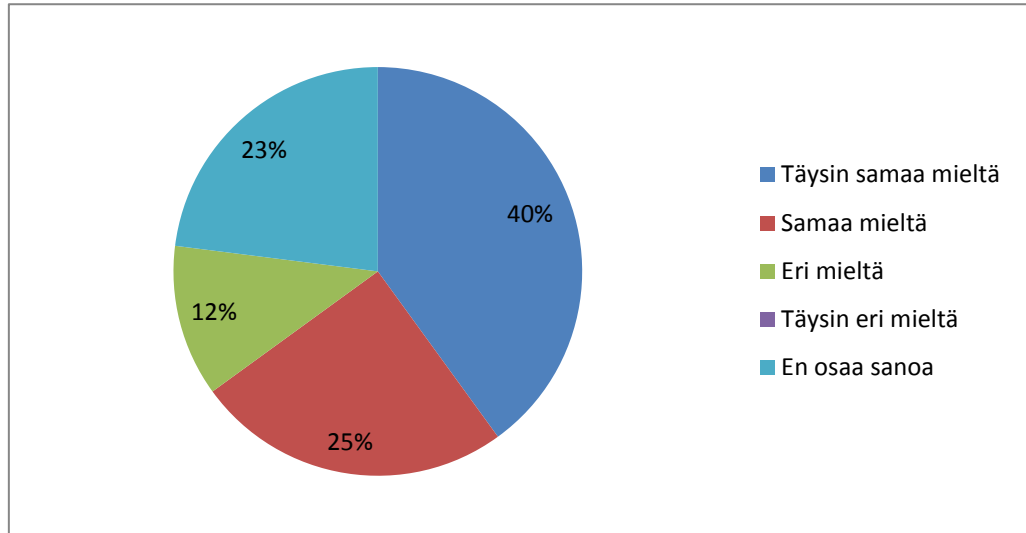


Kuvio 10. Ympäristöajattelu on tärkeää tieto- ja kirjastopalveluissa

Lähes kaikki vastaajat olivat ”Täysin samaa mieltä” ja ”Samaa mieltä” siitä, että ympäristöajattelu on tärkeää tieto- ja kirjastopalveluissa. Ainoa ”Eri mieltä” oleva

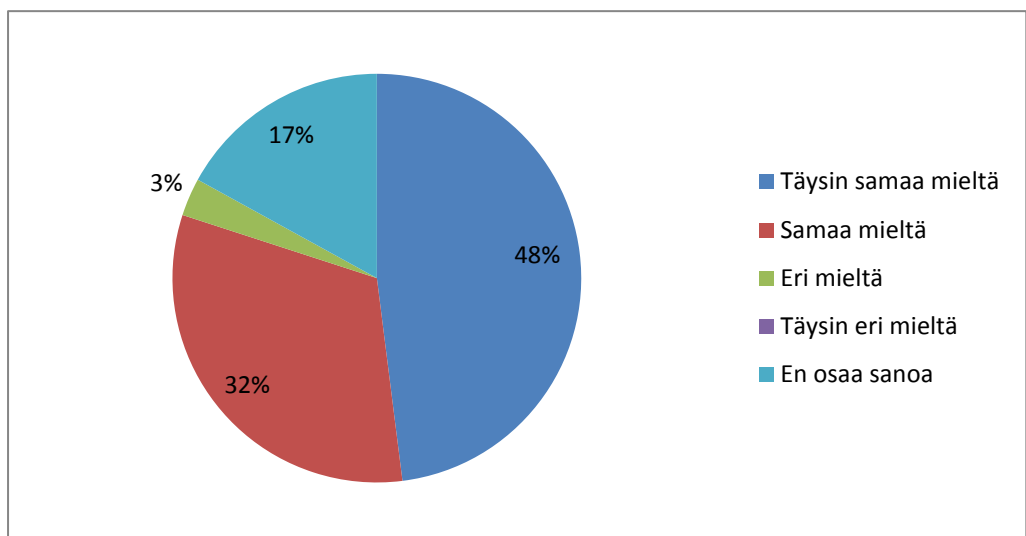
vastaus tuli yli 50-vuotiaiden ikäryhmästä. Kukaan ei ollut täysin eri mieltä.

(LIITE 2)



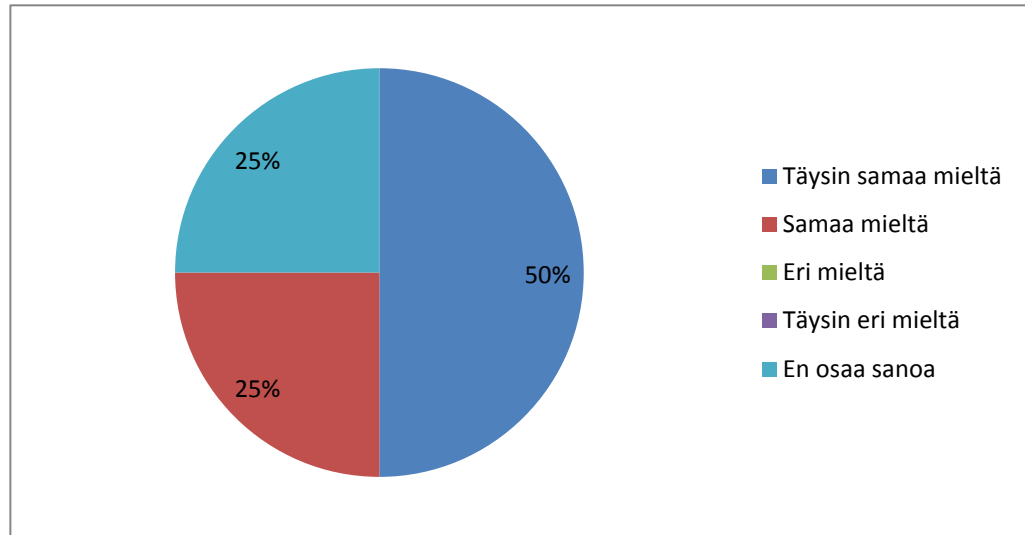
Kuvio 11. Käytän palvelua/ tuotetta mielelläni, jos tiedän, että yrityksellä/ tuotteella on ympäristömerkki

Enemmistö vastaajista käyttää palvelua tai tuotetta, jos tiesi, että yrityksellä/ tuotteella on ympäristömerkki (Kuvio 11). Kaikissa ikäryhmissä enemmistö oli ”Täysin samaa mieltä” tai ”Samaa mieltä”. Viisi vastaajista oli eri mieltä ja yhdeksän ei osannut sanoa. (LIITE 2)



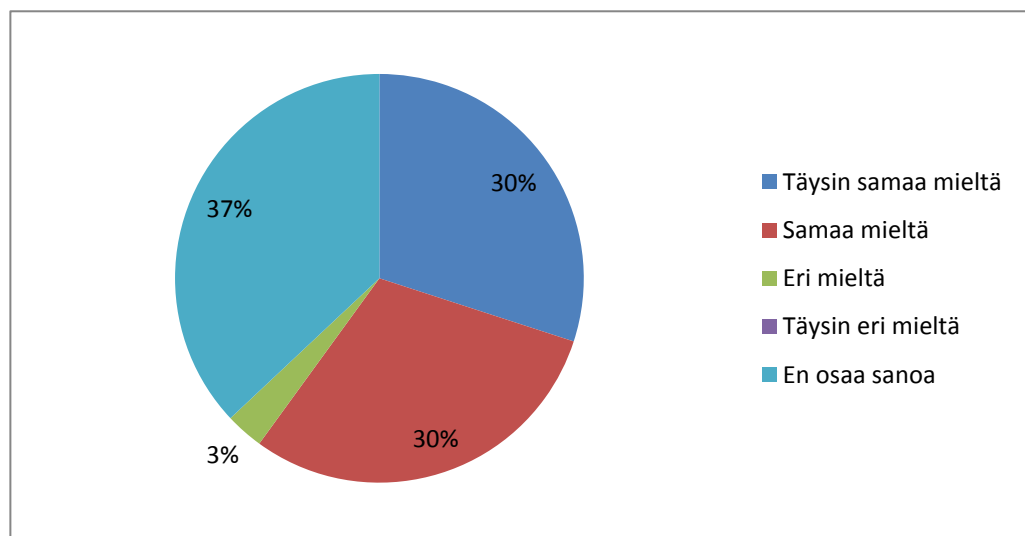
Kuvio 12. Minusta on tärkeää, että Fellmanniassa toteutuu kestävä kehitys

Yksi kolmasosalle vastanneista oli ”Täysin samaa mieltä” tai ”Samaa mieltä” siitä, että heille on tärkeää, että Fellmanniassa toteutuu kestävä kehitys (Kuvio 12). Ainoa ”Eri mieltä” vastaus oli yli 50-vuotiaiden ryhmässä. Yhdeksän vastanneista ei osannut sanoa. (LIITE 2)



Kuvio 13. Ympäristömerkki edistäisi Fellmanniassa kestävä kehityksen toteutumista

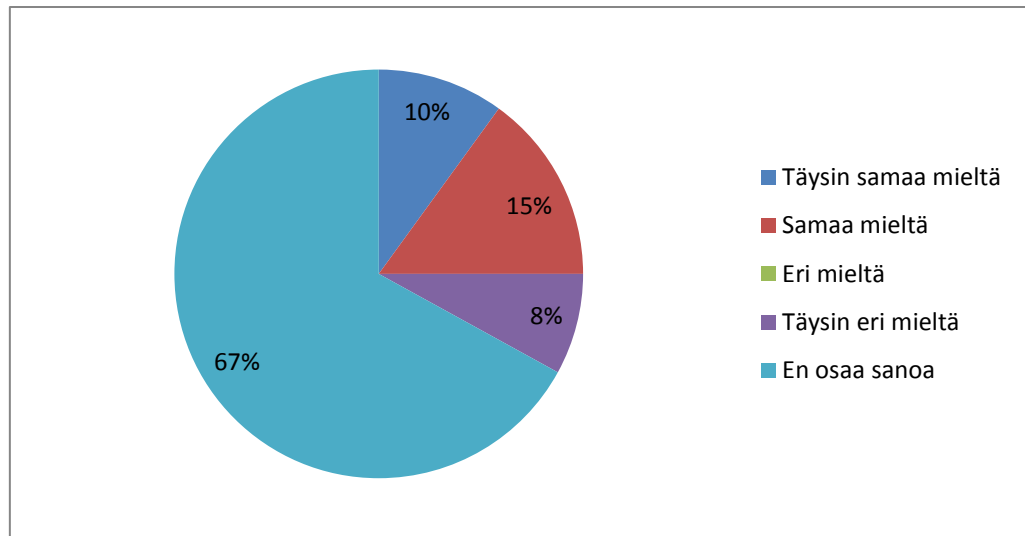
Kukaan vastaajista ei ollut ”Täysin eri mieltä” tai ”Eri mieltä” siitä, että ympäristömerkki edistäisi Fellmanniassa kestävä kehityksen toteutumista (Kuvio 13). Puolet vastaajista oli ”Täysin samaa mieltä”. (LIITE 2)



Kuvio 14. Ravintola Fellmannia voisi mielestäni hakea Joutsenmerkkiä

Kuviossa 14 näkyy, että hieman yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että ravintola Fellmannia voisi heidän mielestään hakea Joutsenmerkkiä. Neljästäkymmenestä vastaajasta 15 ei osannut sanoa ja yksi oli eri mieltä. (LIITE 2)

Kyselyssä yleisin perustelu vastaajilla oli Joutsenmerkin hakemiselle se, että se toisi hyvää mainetta.



Kuvio 15. Tieto- ja kirjastopalvelut voisi mielestäni hakea Green Office-ympäristömerkkiä

Yli puolet vastaajista ei osannut sanoa, voisiko tieto- ja kirjastopalvelut heidän mielestään hakea Green Office- ympäristömerkkiä.

5.3.2 Haastattelut

Toteutin Fellmanniassa kaksi haastattelua, joissa haastattelin Fellmanniaan sekä tieto- ja kirjastopalveluihin liittyen tietopalvelujohtaja Sirkku Blinnikkaa ja kahvila- ja ravintolapalvelujen kohdalla ravintolapäällikköä Riikka Peltosta. Nauhoitin haastattelut. Koostin haastattelukysymyksistä sellaisia, että saisin niistä apua tutkimustulosteni selvittämiseen.

Tietopalvelujohtajan haastattelu käsitteli oppimiskeskus Fellmanniaa, siellä toteutuvaa kestävästä kehityksestä ja tieto- ja kirjastopalveluja sekä Green Officen tunnettavuutta. Olennaista oli saada selville, onko organisaation sisällä ollut keskustelua Green Officesta ja ohjelmaan mukaan lähtemisestä.

Tietopalvelujohtajan mielestä kirjastopalvelu on yksi vanhimpia kestävä kehityksen muotoja, koska teoksia lainataan uudestaan ja uudestaan asiakkaille ilmaiseksi. Fellmanniassa on hänen mukaansa koko ajan panostettu enenevässä määrin sähköisen materiaalin hankintaan, ja painettuja teoksia hankitaan entistä vähemmän. Henkilöstö on tietopalvelujohtajan mukaan ympäristötietoisia tieto- ja kirjastopalveluissa, sillä paperia tulostetaan mahdollisimman vähän ja paperin kulutusta seurataan koko ajan. Ainoastaan viisi prosenttia kirjoista muovitetaan lajittelun helpottamiseksi. Tietopalvelujohtajan sanoin pienillä teoilla suuria ympäristötekoja.

WWF:n Green Office on tietopalvelujohtajalle tuttu ja imagovaikutus Fellmanniassa olisi hänen mielestään positiivinen, mutta Fellmannia ei ole tyypillinen toimistoympäristö. Tietopalvelujohtaja kuvailee Fellmannian työtiloja toimistotyötiloiksi, joissa ei ole yksittäisiä toimistotyöhuoneita. Tieto- ja kirjastopalvelut eivät hänen mukaansa ole menneet vauhdilla Green Officea kohti, koska se ei aivan täysin sovellu kyseiseen toimintaan. Fellmannian kohdalla merkki jättää huomioimatta monta tekijää, jotka hänen mielestään ovat olennaisia kestävä kehityksen toteutumisen kannalta. Näitä ovat esimerkiksi kierrätetyt kalusteet, joita on Fellmanniassa paljon sekä opiskelijatöinä toteutetut kirjastossa sijaitsevat kirjahyllyt. Myös saneerauksen myötä tehdyt energiatehokkuuteen vaikuttavat tekijät eivät sopeutuisi merkkiin, joka vaatii kuitenkin sähkönkulutuksen jatkuvaa pienentämistä.

Tietopalvelujohtaja huomautti myös sen tosiasian, että Fellmannia on myös asiakkaiden käytössä, ja asiakkaiden ympäristöajattelu sekä sen toteutuminen vaikuttaa olennaisesti Fellmannian energiatehokkuuteen ja syntyviin jätemääriin. Tieto- ja kirjastopalveluissa tulostus- ja kopiointipalvelut ovat hänen mukaansa maksullisia, ja niillä pyritään vähentämään paperin kulutusta. Käyttäjillä on kuitenkin tietopalvelujohtajan mukaan iso vaikutus ympäristönäkökohtien toteutumiseen.

Ravintolapäällikön haastattelu perustui kestävä kehityksen toteutumiseen ravintolapalveluissa ja ravintolan lähtökohdat Joutsenmerkin kriteerien toteutumiseen. Ravintolapäällikön mukaan ravintola Fellmanniassa pyritään ottamaan hankinnoissa ympäristönäkökulmat huomioon, mutta suomalaisuus ei

voi olla yhtenä kilpailutuksen kriteerinä. Koo-kuppiloiden hankinnat ovat sidoksissa kilpailulainsäädäntöön. Ravintolan hankintoihin sisällytetään mahdollisuuksien mukaan luomu- ja lähiruokatuotteita, mutta ravintola on kuitenkin sidottu yhteisiin sopimuksiin. Ravintolapäällikkö kuitenkin mainitsee, että erityisesti laskutettavissa tilaisuuksissa mahdollisuudet käyttää luomu- ja lähiruokia ovat hyvät ja asiakkaat myös toivovat paljon esimerkiksi luomutuotteita.

Lounasruokailussa on päivittäin yhtenä vaihtoehtona kasvisruoka. Ravintolassa lajitellaan jätteet ja syntyvää biojätettä seurataan ja mitataan. Uusissa konehankinnoissa valitaan aina energiatehokkain vaihtoehto huoltokustannussyistä. Vanhentuneet laitteet pyritään mahdollisuuksien mukaan saamaan hyötykäyttöön. Ravintolapäällikkö huomauttaa myös, että tarjouspyyntöjen yhteydessä toimittajan ympäristöstrategia ja laadunvalvontasuunnitelma on lähetettävä heille.

Tällä hetkellä valikoimassa olevasta take away-kupista on tarkoitus luopua tulevaisuudessa. Yhtenä ravintolan visiona olisi toteuttaa mitoitettu kuppi, jonka käyttäjä voisi ostaa omakseen parilla eurolla ja jatkossa samaa kuppia käytettäessä kahvi olisi edullisempi. Tällä tavoin ravintolan puolelta vähenisi syntyvän tiskin määrä ja tiskiaineen kulutus pienenesi. Vision tulisi kuitenkin käydä toteen kaikissa Koo-kuppiloissa, ei ainoastaan ravintola Fellmanniassa.

Ravintolapäällikön mukaan luomu on tulossa ravintolassa tulevaisuudessa entistä vahvemmin esille, sillä ravintola on suunnitellut Portaat luomuun- ohjelmaan siirtymistä muiden Koo-kuppiloiden kanssa. Tulossa on myös Sydänmerkki. Tämä on yksi näkökulma sille, miksi ravintolalla ei tällä hetkellä ole hänen mukaansa tarvetta lähteä mukaan Joutsenmerkki-ympäristöohjelmaan. Koo-kuppilat panostavat tulevaisuudessa luomuun. Ravintolapäällikkö mainitsee estäväksi seikaksi myös taloudelliset seikat, sillä Joutsenmerkki on kallis, ja sen, että ravintola Fellmannia on monessa suhteessa sidoksissa muihin Koo-kuppiloihin. Ravintola Fellmannia remontoitiin vuonna 2008 eikä sitä remontoitu uudelleen muun Fellmannian yhteydessä vuosina 2010- 2011 yhtä energiatehokkaaksi. Hän ei kuitenkaan poissulje sitä mahdollisuutta, ettei Joutsenmerkkiä kohti tulevaisuudessa voitaisi lähteä. Ravintola Fellmannian

kohdalla mikään ympäristöohjelma ei kuitenkaan ole kokonaan rajattu toiminnan ulkopuolelle pysyvästi. Ravintolan kiinnostus ympäristöasioihin on kuitenkin vahva. Koo-kuppiloilla on paljon joutsenmerkittyjä tuotteita hanintalistoillaan.

Tietopalvelujohtajan mukaan lopullinen päätös ympäristömerkin hakemisessa tieto- ja kirjastopalveluissa sekä ravintolapalveluissa on kiinni Päijät-Hämeen koulutuskonsernin johtoryhmästä. He päättävät strategiaan liittyvistä asioista ja koko taloon liittyvästä toiminnasta. Ravintolapalvelut sekä tieto- ja kirjastopalvelut ovat molemmat mukana samassa Päijät-Hämeen koulutuskonsernin omassa ympäristöstrategiassa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyn perusteella Fellmannian käyttäjät, joista suurin osa oli eri alojen opiskelijoita, olivat sitä mieltä, että Fellmanniassa sijaitsevat palvelut voisivat hakea ympäristömerkkiä. Vastaajien näkökulmasta Fellmannian imagoa tukisi ympäristömerkki. Vastanneista enemmistö käytti enemmän ravintolapalveluja ja heille tutumpi ympäristömerkki on Joutsenmerkki. Tämä tukee myös Silja Sarkkisen tietoa siitä, että Pohjoismainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki on tunnetuin sekä arvostetuin ympäristömerkintä Suomessa (Sarkkinen 2006, 68). Vastauksista kuitenkin selvisi, että pieni osa vastanneista sekoitti Joutsenmerkin Joutsenlippuun, mikä on kotimaisuudesta kertova merkki.

Tämä tukee tietoa siitä, että Joutsenmerkki saatetaan kuluttajien keskuudessa sekoittaa Hyvää Suomesta joutsenlippuun, joka myönnetään ainoastaan elintarvikkeille. (Ympäristömerkintä: Ympäristömerkinnän vuosijulkaisu 2012, 9.) Kyselyn perusteella Joutsenmerkki on kuluttajille tuttu ympäristömerkki, mutta Green Officen tunnettavuus heidän keskuudessaan ei vastannut samaa tasoa. Joutsenmerkityt tuotteet ja palvelut ovat suosiossa kuluttajien keskuudessa, koska yhä useammin he haluavat saada tietoa tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksista (Ympäristömerkintä 2012).

Yli puolelle vastaajista Green Office ei ollut tuttu ympäristömerkki, mutta monelle se oli silti positiivinen merkki, sillä enemmistölle vastaajista ympäristöajattelu oli tärkeää tieto- ja kirjastopalveluissa. Tämä selittää sen, miksi osa vastaajista, jotka vastasivat että eivät tunne merkkiä vastasivat myös, että tieto- ja kirjastopalvelut voisivat hakea kyseistä merkkiä.

Enemmistön mielestä Fellmanniassa on helppo lajitella jätteet, etenkin enemmän ravintolapalveluita käyttävät olivat tätä mieltä. Ravintolapuolelta kertyy käyttäjille lajiteltavaa jätettä esimerkiksi serveteistä ja mahdollisesta ylijäävästä ruoasta. Ravintolapuolella jätteet lajitellaan energia- ja biojätteeseen.

Enemmistö käytti ympäristömerkittyjä tuotteita ja tasan puolet vastanneista ostaa Reilun kaupan tuotteita, jos niitä on tarjolla. Ravintola Fellmanniassa ei ole

vakituista Reilun kaupan tuotetta kahvilapuolella tarjolla, joten vastaajat saattoivat olla epävarmoja vastauksessaan. Osalle eri mieltä vastanneista hinnalla saattaa olla vaikutusta, sillä Reilun kaupan tuotteet maksavat yleensä muita enemmän. Osa kuluttajista on valmis muuttamaan ostokäyttäytymistään ympäristöystävällisempään suuntaan, vaikka ympäristömerkitty tuote ei olisikaan aina se edullisin vaihtoehto (Boström & Klintman 2008, 2.)

Melkein kaikille vastaajista oli tärkeää, että Fellmanniassa toteutuu kestävä kehitys ja melkein kaikki olivat samaa mieltä siitä, että ympäristömerkki edistäisi kestävä kehityksen toteutumista Fellmanniassa. Joutsenmerkillä oli vastaajien mielestä markkina-arvoa ja se toisi imagon parannusta. Myös Fellmannian asema energiatehokkaana, kestävä kehitys- teemaisena rakennuksena oli vastaajien mielestä peruste sille, miksi ympäristömerkki sopisi Fellmanniaan. Vastauksissa Joutsenmerkki edistäisi luomu- ja lähiruoan asemaa ravintolassa, joka ravintolapäällikön mukaan on jo hyvässä alussa.

Vastauksissa opiskelijoiden näkökulmasta Joutsenmerkki toisi lisää asiakkaita ja arvostusta opiskelijaravintolaa kohtaan. Yhden vastaajan mielestä Joutsenmerkki ravintola Fellmanniassa voisi toimia kannustinkivenä muidenkin kouluruokaloitten kohdalla lähteä hakemaan merkkiä.

Käyttäjien keskuudessa ympäristömerkit ovat suhteellisen tunnettuja ja he arvostavat ympäristömerkittyjä tuotteita. Fellmannian imago ympäristöystävällisenä organisaationa on heidän mielestään yksi syy sille, miksi talon sisälle sopisi ympäristömerkki. Kuitenkin on otettava huomioon se, että vastaajat eivät välttämättä kuitenkaan toimi itse kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti, vaikka odottavat sitä yrityksiltä ja organisaatioilta. Kysely oli kuitenkin merkki siitä, että ympäristömerkeillä on positiivinen vaikutus kuluttajakäyttäytymiseen, sillä ne ovat heille todiste laadusta, turvallisuudesta ja ympäristöystävällisyydestä.

Green Officen yksi tavoitteista on työntekijöiden ympäristötietouden lisääminen ja ohjelman avulla yritys säästää materiaalia ja pienentää kulujaan, sillä Green Office kannustaa jätteiden lajitteluun ja valojen sammuttamiseen tilanteissa, joissa niitä ei tarvita. Toimistojen arkisten asioiden, kuten useiden kopioiden tekeminen,

tapahtuu Green Officessa tekemällä kaksipuolisia kopioita, jolloin säästyy paperia. Tietokoneiden virransäästötilojen hallinnointi vaikuttaa merkittävästi yrityksen energiatehokkuuteen. (WWF Finland 2010, 5.)

Haastatteluiden perusteella tieto- ja kirjastopalveluiden kohdalla Fellmanniassa Green Office ei ole oikea ympäristömerkki ainakaan tällä hetkellä. Ympäristöohjelmassa ei huomioida tiettyjä kestäväan kehitykseen ja ympäristöajatteluun liittyviä asioita, joita Fellmannia tilana tarjoaa tieto- ja kirjastopalveluille. Fellmanniassa on toteutettu suuri energiatehokkuutta edistävä remontti, jonka tuloksena rakennus lukeutuu matalaenergiataloksi. Myös henkilöstöllä on hyvä ympäristötietous. Green Office kannustaa jatkuvaan energian kulutuksen pienentämiseen, mutta Fellmannian tiloissa tämä tapahtuu jo. Yksi tekijä, mikä olennaisesti vaikuttaa energiankulutuksen jatkuvaan pienentämiseen on se, että Fellmannia on käyttäjälähtöinen rakennus. Tilat ja palvelut ovat ensisijaisesti eri asiakkaille ja käyttäjille, joiden ympäristöajattelu ja tapa kuluttaa sähköä vaikuttaa olennaisesti Fellmannian kokonaissähkökulutukseen. Fellmannia ei toimi pelkästään henkilökunnalla. Fellmanniassa ei ole myöskään olemassa perinteistä toimistomallia, vaan tilat ovat pääasiassa avotoimistoja.

Joutsenmerkin kohdalla johtopäätökset ovat toisenlaiset. Ravintolapäällikön vastausten perusteella ravintola Fellmannialla on hyvät lähtökohdat lähteä toteuttamaan Joutsenmerkin eri kriteereitä jo pelkästään ravintolan ympäristöajattelun ansiosta. Ravintola tukee luomu- ja lähiruokaa hankinnoissaan ja on jo kokeillut Reilun kaupan kahvia valikoimassaan viikon ajan. Vaikka tällä hetkellä tuloksena oli se, että ravintola aikoo panostaa toiseen ohjelmaan, jossa luomuruoka on pääosassa, ei Joutsenmerkkiä ole kokonaan poissuljettu. Ravintola myös tukee joutsenmerkittyjä tuotteita.

Ravintolapäällikkö mainitsi ravintola Fellmannia olleen mukana vuoden 2012 Reilun kaupan viikossa, joka oli syyslomaviikko. Ravintola Fellmannia oli ainoa avoinna oleva Koo-kuppila tuona aikana ja myytävänä oli sekä tavallista että Reilun kaupan kahvia. Alussa tavallisen kahvin menekki oli suurempi hinnan ollessa 0,20€ Reilun kaupan kahvia alhaisempi, mutta menekki tasaantui, kun viikon edetessä molemmat kahvit maksoivat euron. Koska ravintola

Fellmanniassa ei ole Reilun kaupan tuotetta vakituksena tuotteena, on ymmärrettävää, että vastaajien keskuudessa oli epävarmuutta sen ostamisen suhteen. Osallistuminen Reilun kaupan viikkoon kuitenkin oli merkki siitä, että käyttäjät valitsevat myös Reilun kaupan tuotteen tavallisen sijaan ja vastaajista osa vastasi ostavansa Reilun kaupan tuotteita, jos niitä on tarjolla. On kuitenkin todettava, että vaikka teoriassa osa kuluttajista valitsee merkityn tuotteen, enemmistö saattaa kuitenkin käyttäytyä toisin. Näin saattaa olla esimerkiksi Fellmannian kohdalla. Reilun kaupan kahvin ollessa kalliimpaa oli menekki pieni. Tutkimustuloksena kuitenkin yksi asia vahvistui ja se on se tosiasia, että ravintola Fellmanniassa ympäristövastuu on todella vahvassa asemassa ravintolan jokapäiväisessä toiminnassa.

7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Tavoitteenani opinnäytetyössäni oli perehtyä kestäväan kehitykseen, sen toteutumiseen Fellmanniassa ja sen eri palveluissa. Tämän jälkeen tutkin kahta ympäristömerkkiä ja tarkoitus oli selvittää olemassa olevan teorian, käyttäjien ja henkilökunnan avulla, kumpi ympäristömerkeistä olisi sopivampi Fellmanniaan. Sain vastaukset tutkimuskysymyksiini ja olen tyytyväinen lopputuloksiin.

Kestävä kehitys on kantavana teemana Fellmanniassa. Yhteiskuntavastuu on toiminnassa voimakkaasti esillä ja se toteutuu oppimiskeskuksen arjessa. Ympäristövastuu on kaikessa toiminnassa selkeästi esillä. Ympäristövastuuta on toteutettu hankinnoissa eri palveluissa ja toteutetaan jatkossakin. Kyselyn vastanneet käyttäjät olivat sitä mieltä, että Fellmanniassa sijaitsevat palvelut voisivat hakea ympäristömerkkiä. Vastaajien näkökulmasta Fellmannian imagoa tukisi ympäristömerkki. Vastanneista enemmistö käytti enemmän ravintolapalveluja ja heille tutumpi ympäristömerkki on Joutsenmerkki. Yli puolelle vastaajista Green Office ei ollut tuttu ympäristömerkki, mutta monelle se oli silti positiivinen merkki, sillä enemmistölle vastaajista ympäristöajattelu oli tärkeää myös tieto- ja kirjastopalveluissa.

Vastaajien näkökulmasta Joutsenmerkki toisi markkina-arvoa, asiakkaita, imagonparannusta ja arvostusta kouluruokailua kohtaan. Joutsenmerkillä oli vastaajien mielestä markkina- arvoa ja se toisi imagon parannusta. Fellmannian imago ympäristöystävällisenä organisaationa on heidän mielestään yksi syy sille, miksi talon sisälle sopisi ympäristömerkki. Kysely oli merkki siitä, että ympäristömerkeillä on positiivinen vaikutus kuluttajakäyttäytymiseen, sillä ne ovat heille todiste laadusta, turvallisuudesta ja ympäristöystävällisyydestä.

Haastatteluiden perusteella tieto- ja kirjastopalveluiden kohdalla Fellmanniassa Green Office- ympäristöohjelma ei tue monia niitä seikkoja, joita Fellmanniassa ympäristöajattelun kannalta toteutuu ja henkilöstöllä on jo olemassa hyvä ympäristötietous. Paperinkulutukseen ja sähkönkulutuksen pienentämiseen liittyvät seikat on huomioitu jo Fellmanniassa ja siellä on käytetty pitkälle vietyä automaatioita energiankulutuksen pienentämiseksi.

Joutsenmerkin kohdalla ravintola Fellmannialla on hyvät lähtökohdat lähteä toteuttamaan Joutsenmerkin eri kriteereitä jo pelkästään ravintolan ympäristöajattelun ansiosta. Vaikka tutkimuksen aikana lopputulos oli ravintolan puolelta, että se oli suunnitellut toisenlaiseen ohjelmaan lähtemistä, jossa luomuruoka on pääosassa, ei Joutsenmerkkiä ole ravintolapäällikön mukaan kokonaan poissuljettu ravintolan tulevaisuuden kannalta.

Haastatteluista selvisi, että lopullinen päätös ympäristömerkin hakemisessa tieto- ja kirjastopalveluissa sekä ravintolapalveluissa on kiinni Päijät-Hämeen koulutus konsernin johtoryhmästä. He päättävät strategiaan liittyvistä asioista ja koko taloon liittyvästä toiminnasta.

Vaikka tutkimukseni pohjalta Joutsenmerkki olisi tällä hetkellä sopivampi ympäristömerkki, on sen hankinnalla omat haasteensa. Joutsenmerkki vaatii kokonaisvaltaista merkin määrittelemää toimintatapaa ja hankintoja ja Fellmannian on vaikea hakea sitä, koska koulutus konsernilla on yhteishankinnat ja olemassa olevat taloudelliset paineet. Joutsenmerkki on myös melko kallis ja työllistävä. (Viljamaa 2012.)

Loppujen lopuksi ympäristömerkin kriteereiden täytyminen ei ole organisaation sisällä itsestään selvyys. Eikä myöskään ympäristömerkin hakeminen. Vaikka ympäristömerkeillä on imagokohennusta ja markkina-arvoa tuova maine, ei niitä lähdetä jokaisessa yrityksessä kuitenkaan tavoittelemaan. Kestävässä kehityksessä ympäristömerkit ovat yksi osa-alue tukemaan juuri esimerkiksi yhteiskuntavastuun ja ympäristövastuun toteutumista, mutta merkit eivät aina ole tarpeellisia. Fellmannian kohdalla ympäristöasiat olivat hyvällä mallilla, eivätkä merkkien kaikki kriteerit tukeneet niitä. Yhteiskuntavastuu ja sitä kautta ympäristövastuu toteutuvat Fellmannian eri palveluissa ja käyttäjät ovat tietoisia Fellmannian tukevan ympäristöajattelua. Kuitenkin Joutsenmerkki nousi asiakkaiden puolelta vahvaksi tunnukseksi ympäristövastuuta kantavasta ravintolasta. Vaikka organisaation puolelta ravintola Fellmannian on vaikea lähteä tavoittelemaan Joutsenmerkkiä, on se tutkimukseni pohjalta tällä hetkellä parempi ympäristömerkki Fellmannialle.

7.1 Ammatillinen kasvu

Opinnäytetyö oli minulle koko opiskeluaikani haastavin prosessi. Ajankäytön hallinta ei ollut vahvimpia puoliani, mutta loppujen lopuksi kaikki onnistui melko hyvin. Vaikka valmistun hotellialan restonomiksi, on minusta tärkeää, että opiskelun aikana tutustuu myös ravintola-alaan. Opintoihini kuului myös ravintolapuolen asioita. Ennen kaikkea halusin opinnäytetyöni liittyvän kestäväan kehitykseen, koska olen aina ollut kiinnostunut ympäristöasioista, mutta tietoni esimerkiksi ympäristömerkeistä on ollut todella pintapuolista. Opinnäytetyössäni perehdyin kahteen ympäristömerkkiin ja kestäväan kehityksen eri osa- alueisiin sekä yhteiskuntavastuuseen. Opin paljon uusia käsitteitä ja tietämykseni syveni. Halusin myös toteuttaa kyselyn ja tehdä haastatteluita, koska ne mielestäni edistivät tutkimus- ja oppimisprosessia. En ollut aikaisemmin toteuttanut kyselyä tai tehnyt haastatteluita. Opinnäytetyö vahvisti näkemystäni siitä, että kestävä kehitys on perehtymisen arvoinen asia ja kannusti siihen, että jatkossa aion sisällyttää ympäristötietouden kasvattamisen osaksi työelämäni esimerkiksi lisäkouluttautumisen kautta.

Opinnäytetyö oli kaiken kaikkiaan pitkä, raskas ja opettavainen matka, joka kasvatti henkisesti ja ammatillisesti. Toivon, että tulevaisuudessa olen läsnä työympäristöissä, joissa on yhtä vahva tietämys ympäristövastuusta ja sen toteuttamisesta.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Boström M, Klintman M. 2008. Eco- standards, product labelling and green consumerism. Palgrave Macmillan.

Hirsjärvi S, Remes P, Sajavaara P, 2007. Tutki ja kirjoita. 13. osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Ketola T, 2002. Vastuullinen liiketoiminta. Helsinki: Edita Prisma Oy.

Päijät-Hämeen koulutus konserni. Ympäristöstrategia vuosille 2008- 2012. 2008

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu- kestävä kehitys organisaatiossa. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Sarkkinen S, 2006. Ympäristövastuu työpaikalla. Helsinki: Edita Prima Oy.

Worldwatch- instituutti, 2010. Maailman tila 2010. Tallinna: Raamatutrukikoja Oü.

Elektroniset lähteet

Barnard, E, Mitra, A. 2010. A contingent valuation method to measure willingness to pay for eco- label products. Proceedings of the academy for economics and economic studies. Volume 13. Number 2, s. 5-10. [viitattu 25.9.2012] Saatavissa:

<http://alliedacademies.org/public/Proceedings/Proceedings27/AEEE%20Proceedings%20Fall%202010.pdf#page=9>

Fellmannia 2012. Fellmannian esittely. [viitattu 29.9.2012] Saatavissa:

http://www.fellmannia.fi/?page_id=2

Fellmannia 2012. Herkuttelemaan. [viitattu 29.9.2012] Saatavissa:

http://www.fellmannia.fi/?page_id=28

Fellmannia 2012. Kestävä kehitys. [viitattu 29.9.2012] Saatavissa:

http://www.fellmannia.fi/?page_id=10

Kuluttajavirasto 2011. Pohjoismainen ympäristömerkki joutsenmerkki. [viitattu 30.10.2012] Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/ymparistomerkit/joutsenmerkki/>

OKKA- säätiö 2004. Tukea oppilaitosten kestävästä kehityksestä työhön! [viitattu 12.9.2012] Saatavissa: <http://www.koulujaymparisto.fi/>

Pohjoismainen ympäristömerkki 2012. Joutsenmerkin kriteerit. Ravintolat. Versio 1.4 [viitattu 28.9.2012] Saatavissa:

http://www.ymparistomerkki.fi/files/873/091fi1_4ravintola.pdf

SFS- Ympäristömerkintä 2012. Joutsenmerkki ravintoloille [viitattu 20.9.2012] Saatavissa: <http://www.ymparistomerkki.fi/files/788/ravintola.pdf>

Sirviö, M-L toukokuu 2010. Organisaation vihreä työkalu. Green Office-ympäristöjärjestelmän vaikutukset organisaatiossa. Jyväskylän yliopisto, taloustieteiden kunta. Yritysten ympäristöjohtaminen, Pro gradu- tutkielma <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/24890/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201008242486.pdf?sequence=1>

Taloustutkimus Oy. 2012. Kvalitatiivinen tutkimus [viitattu 10.10.2012] Saatavissa:

http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tiedonkeruuratkaisut_ja_monitila/kvalitatiivinen_tutkimus/

WWF Finland 2010. Green Office. Environmental Management System for Sustainable Organisations. Achievements and activities 2010 [viitattu 29.9.2012]

Saatavissa: <http://wwf.fi/mediabank/1414.pdf>

WWF Suomi 2012. Green Office. Palvelut ja maksut. [viitattu 3.10.2012]

Saatavissa: <http://wwf.fi/maapallomme/vaikuta/greenoffice/palvelut-maksut/>

YLE Oppiminen 2012. Kestävä kehitys [viitattu 20.9.2012] Saatavissa:

http://oppiminen.yle.fi/kestava_kehitys

Ympäristömerkintä 2012. Mikä Joutsenmerkki on? [viitattu 20.9.2012]

Saatavissa:

http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki/mika_joutsenmerkki_on

Ympäristömerkintä 2012. Ympäristömerkinnän vuosijulkaisu 2012 [viitattu

20.9.2012] Saatavissa: <http://www.ymparistomerkki.fi/ajankohtaista/vuosijulkaisu>

Ympäristömerkintä 2012. Ympäristömerkki [viitattu 20.9.2012] Saatavissa:

<http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki>

Ympäristöministeriö 2012. Kestävä kehitys [viitattu 12.9.2012] Saatavissa:

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=94236>

Ympäristömerkintä 2012. Miksi hakea Joutsenmerkkiä? [viitattu 21.9.2012]

Saatavissa: http://www.joutsenmerkki.fi/yrityksille/miksi_hakea_merkkia

Ympäristöministeriö 2012. Mitä on kestävä kehitys [viitattu 13.9.2012]

Saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=280280>

Valtion ympärisöhallinto 2010. Mikä on indikaattori? [viitattu 29.9.2012]

Saatavissa: <http://www.environment.fi/default.asp?contentid=183316&lan=fi>

Viljamaa, V. 2012. Re: Joutsenmerkki [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Lehto, T.

Lähetetty 13.11.2012

Suulliset lähteet

Blinnikka S. 2012. Tietopalvelujohtaja. Päijät- Hämeen koulutus konserni.

Haastattelu 5.11.2012.

Laine J, Hannukkala T. 2012. WDC- Helsinki 2012- Fellmannian

palvelumuotoilu- Oppimiskeskus Fellmannian palvelumuotoilun kehittävä

arviointi- hanke WDC 2012. Fellmannian palvelumuotoilu- Kestävän kehityksen

työpaja 5.10.2012

Peltonen R. 2012. Ravintolapäällikkö. Päijät- Hämeen koulutus konserni.

Haastattelu 9.11.2012.

LIITTEET

LIITE 1: Kysely

LIITE 2: Kyselyn vastaukset

LIITE 3: Kyselyn vastauksista kootut perustelut

LIITE 4: Haastattelurunko- Tietopalvelujohtaja

LIITE 5: Haastattelurunko- Ravintolapäällikkö

Liite 1: Kysely

KYSELY- Joutsemerkin ja Green Officen tunnettavuus Fellmannian eri käyttäjien keskuudessa, Fellmannian ympäristövastuu

Lue kysymys ja ympyröi vastauksesi. Kysymykset 15 ja 16 ympyröi ja perustele, jos mahdollista.

1. Ikä a)18-25 b)26-50 c)yli 50
2. Sukupuoli a)nainen b)mies
3. Olen a)Matkailun alan opiskelija Fellmanniassa
 b)Opiskelija muussa oppilaitoksessa
 c) Satunnainen käyttäjä
4. Mitä palvelua käytät Fellmanniassa eniten?
 a) Ravintolapalvelut b) Tieto- ja kirjastopalvelut
5. Fellmanniassa on helppo lajitella jätteet
a) Täysin samaa mieltä
b) Samaa mieltä
c) Eri mieltä
d) Täysin eri mieltä
e) En osaa sanoa
6. Käytän ympäristömerkittyjä tuotteita
a) Täysin samaa mieltä
b) Samaa mieltä
c) Eri mieltä
d) Täysin eri mieltä
e) En osaa sanoa
7. Ostan ravintola Fellmanniasta Reilun kaupan tuotteita, jos niitä on tarjolla
a) Täysin samaa mieltä
b) Samaa mieltä
c) Eri mieltä
d) Täysin eri mieltä
e) En osaa sanoa
8. Joutsenmerkki on minulle tuttu ympäristömerkki
a) Täysin samaa mieltä
b) Samaa mieltä
c) Eri mieltä
d) Täysin eri mieltä
e) En osaa sanoa
9. Green Office on minulle tuttu ympäristömerkki
a) Täysin samaa mieltä
b) Samaa mieltä

- c) Eri mieltä
- d) Täysin eri mieltä
- e) En osaa sanoa

10. Kirjaston elektroninen materiaali tukee kestäväää kehitystä

- a) Täysin samaa mieltä
- b) Samaa mieltä
- c) Eri mieltä
- d) Täysin eri mieltä
- e) En osaa sanoa

11. Ympäristöajattelu on tärkeää tieto- ja kirjastopalveluissa

- a) Täysin samaa mieltä
- b) Samaa mieltä
- c) Eri mieltä
- d) Täysin eri mieltä
- e) En osaa sanoa

12. Käytän palvelua/tuotetta mielelläni, jos tiedän, että yrityksellä/tuotteella on ympäristömerkki

- a) Täysin samaa mieltä
- b) Samaa mieltä
- c) Eri mieltä
- d) Täysin eri mieltä
- e) En osaa sanoa

13. Minusta on tärkeää, että Fellmanniassa toteutuu kestävä kehitys

- a) Täysin samaa mieltä
- b) Samaa mieltä
- c) Eri mieltä
- d) Täysin eri mieltä
- e) En osaa sanoa

14. Ympäristömerkki edistäisi Fellmanniassa kestävään kehityksen toteutumista

- a) Täysin samaa mieltä
- b) Samaa mieltä
- c) Eri mieltä
- d) Täysin eri mieltä
- e) En osaa sanoa

15. Ravintola Fellmannia voisi mielestäni hakea Joutsenmerkkiä

- a) Täysin samaa mieltä, koska:
- b) Samaa mieltä, koska:
- c) Eri mieltä, koska:
- d) Täysin eri mieltä, koska:
- e) En osaa sanoa

16. Tieto- ja kirjastopalvelut voisi mielestäni hakea Green Office- ympäristömerkkiä

- a) Täysin samaa mieltä, koska:

- b) Samaa mieltä, koska:
- c) Eri mieltä, koska:
- d) Täysin eri mieltä, koska:
- e) En osaa sanoa

Liite 2: Kyselyn vastaukset

Kyselyn vastaukset

	Kysymysnumero															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Vastaaja																
1.	c	a	b	b	b	b	e	b	e	e	b	b	b	e	e	e
2.	a	a	b	b	b	b	b	a	b	a	a	a	a	a	a	b
3.	c	a	b	b	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
4.	b	a	b	b	b	b	b	a	d	b	a	a	a	a	b	e
5.	b	b	b	b	b	b	e	b	c	b	b	b	b	b	b	b
6.	a	b	b	b	e	b	b	b	d	b	a	b	a	a	a	d
7.	b	b	b	b	b	e	e	e	e	e	b	e	b	b	e	e
8.	a	a	b	a	a	a	e	c	b	e	b	e	a	a	b	e
9.	a	a	b	a	b	b	c	b	d	e	b	a	a	a	a	e
10.	a	a	b	a	b	a	a	a	b	a	a	a	a	a	c	e
11.	b	a	b	a	a	c	b	a	e	b	b	a	a	a	b	e
12.	b	b	b	a	b	b	c	b	d	e	b	b	e	e	e	e
13.	b	a	c	b	a	a	b	a	d	b	b	b	a	b	e	e
14.	c	b	c	b	b	e	e	e	c	c	b	c	e	e	b	e
15.	b	b	c	b	b	e	e	e	c	e	e	e	b	e	e	e
16.	a	b	c	a	b	c	c	c	c	e	e	c	e	b	e	e
17.	c	b	c	a	a	e	d	b	e	e	c	c	e	e	e	e
18.	c	a	c	a	b	e	e	b	d	e	b	e	b	e	e	e
19.	c	a	c	a	e	c	c	b	c	e	e	c	c	e	e	e
20.	b	b	c	a	e	c	c	b	c	e	e	e	e	e	e	e
21.	b	b	c	a	e	e	e	b	e	e	e	b	e	b	e	e
22.	b	a	a	b	a	b	e	a	c	b	b	b	b	b	e	e
23.	a	a	a	b	a	a	c	a	c	b	b	e	b	e	b	e
24.	b	a	a	b	a	a	a	a	c	b	b	a	b	b	e	e
25.	a	a	a	b	a	b	b	a	b	a	a	b	b	a	b	b
26.	a	b	a	b	e	e	e	b	e	e	e	e	e	e	e	e
27.	a	b	a	b	a	a	e	a	b	a	a	a	a	a	b	b
28.	a	b	a	b	a	a	b	a	b	b	a	a	a	a	e	e
29.	a	a	a	a	a	e	a	a	c	a	a	a	a	a	a	e
30.	b	a	a	a	b	a	a	e	a	a	a	a	a	a	a	e
31.	a	a	a	a	a	e	b	b	c	b	b	b	a	a	a	d
32.	a	a	a	a	a	b	b	b	c	b	b	b	b	a	b	e
33.	b	a	a	a	a	a	a	a	b	a	a	a	a	a	a	a
34.	a	a	a	a	b	c	b	b	c	e	b	e	b	b	b	e
35.	b	a	a	a	a	b	b	a	b	b	b	a	a	a	a	b
36.	a	b	a	a	a	e	c	b	e	e	b	e	b	b	b	e
37.	b	b	a	a	a	b	a	a	b	b	a	a	a	a	a	b
38.	a	b	a	a	a	b	a	a	b	a	a	a	a	a	a	a

39. a b a a a e e b d e e c b b b d
40. b a b b e a b b b a a a a a a a

Liite 3: Kyselyn vastauksista kootut perustelut

Kyselyn vastaukset, kysymykset 15 ja 16 kootut perustelut. Ilman perustelua olevaa vastausta ei ole listattu.

Vastaaja	Kysymysnumero/Vastaus
2.	15/a Merkki takaisi ympäristöystävällisyyden. 16/b WWF:n merkki toisi hyvää mainetta Fellmannialle.
3.	15/a Sen avulla voisi saada hyvän maineen ja kenties luomua olisi entistä enemmän jos olisi merkki kimmokkeena 16/a Kirjastopalveluissa on erinomaisesti otettu huomioon mm. paperin kulutuksen määrä. On paljon materiaalia saatavana sähköisenä, mikä on mielestäni tärkeää. Fellmannia on profiililtaan muutenkin ympäristömyönteinen, joten palvelujen saamat tunnetut merkit vain nostaisivat profiilia entisestään.
4.	15/b Se voisi antaa positiivisen kuvan paikasta. 16/e En tunne Green Officea
5.	15/b Vaikuttaa ympäristökeskeisesti suuntautuneelta paikalta. Joutsenmerkki voisi olla hyvä ja tunnettu tae laadusta ja kotimaisuudesta. 16/b En tunne, mutta tähtää ympäristölähtöiseen ajatteluun?
6.	15/a Jo valmiiksi ”ekotalo”. 16/d Ei tunnettu ympäristömerkki?
8.	15/b En tiedä merkistä tarkemmin, mutta kai siinä huomioidaan ympäristöasiat.
9.	15/a Joutsenmerkki monipuolinen ja turvallinen.
10.	15/c Mielestäni olisi vielä tehtävä töitä merkin eteen ym.
11.	15/b Hyvää mainetta?
23.	15/b Vaikuttaa ympäristöä ajattelevalta.
25.	15/b Voisi edistää luomu- ja lähiruoan asemaa Fellmanniassa ja kannustaa olemaan merkin arvoinen. 16/b Kirjastolla on hyvät lähtökohdat Fellmanniassa?
27.	15/b Fellmannia on jo muutenkin profiloitunut ympäristökeskeiseksi. Myös ravintolapalvelut tukevat tätä. 16/b Merkki ei ole yleinen? Voisi tuoda näkyvyyttä Lahdessa ko. merkille.
29.	15/a Hyvät lähtökohdat! Kasvisruoka, Fellmannia ”energiasäästotalona” jne.
30.	15/a Hyvää mainetta, ehkä lisää asiakkaita ja olisi kiva, jos oma kouluruokala olisi joutsenmerkitty.
31.	15/a Yleinen ympäristömerkki, hyvä maine? 16/d Mieluummin joutsenmerkki.
32.	15/b Tae kotimaisuudesta
33.	15/a Kannustaisi muitakin kouluruokaloita hakemaan joutsenmerkkiä. 16/a Varmasti silloin muutkin kirjastot voisivat hakea sitä.
35.	15/a Sitä ei vielä ole?!?!

37. 16/b Merkki kannustaa energiatehokkuuteen.
15/a Joutsenmerkki toisi luomua!
16/b Green Office sopisi Fellmannian kirjaston imagoon?
38. 15/a Tae kotimaisuudesta
16/a Kannustaa toimistoja ym. lähtemään ekotekoihin.
39. 15/a Se on yleinen.
16/d Mieluummin ravintolalle joutsenmerkki.
40. 15/a Hyvää mainosta ravintolalle ja asiakkaille merkki
ympäristöystävällisestä ravintolasta.
16/a Mukava olisi käyttää luontoystävällistä kirjastoa!

Liite 4: Haastattelurunko- Tietopalvelujohtaja

HAASTATTELU FELLMANNIASSA 5.11.2012

Haastateltavana tietopalvelujohtaja Sirkku Blinnikka

FELLMANNIA

1. Minkälainen on Fellmannian organisaatorakenne ja hallinto?
2. Millä eri tavoin Fellmannia käytännössä toimii ympäristöystävällisenä rakennuksen ja mikä oli energiatehokkaan rakennuksen suunnittelun taustalla? (Miksi Fellmannia rakennettiin ympäristöä silmällä pitäen?)
3. Onko Fellmanniassa käytössä jo jokin ympäristöohjelma? Jos on, niin mikä?
4. Onko Fellmannialla aikaisempaa kokemusta ympäristömerkeistä?
5. Ympäristömerkeissä on kyse ympäristöystävällisten toimintatapojen edistämisestä. Onko Fellmanniassa olemassa jokin ympäristöön liittyvä ongelma, jota voitaisiin pyrkiä parantamaan?
8. Onko Fellmannian työntekijöille tarjolla ympäristökoulutusta? Jos on, niin millaista?
9. Ympäristömerkkeihin kuuluu vuosittaiset jäsenmaksut, mutta niiden pyrkimyksenä on myös tuoda yritykselle kustannussäästöjä. Minkälaisia kustannussäästöjä merkki voisi tuoda Fellmannialle?
10. Mikä taho olisi Fellmanniassa ympäristömerkin käynnistämisen päätöksentekijä?

TIETO- JA KIRJASTOPALVELUT/ FELLMANNIA

1. Henkilöstön lukumäärä?
2. Mitä kaikkea tieto- ja kirjastopalveluihin kuuluu Fellmanniassa?
3. Miten tieto- ja kirjastopalvelut määrittelee kestävän kehityksen ja miten se toteutuu?
4. Onko kirjasto- ja tietopalveluissa tehty energiaa säästäviä toimenpiteitä? Jos on niin mitä?
5. Onko henkilökunnalle tarjolla ympäristökoulutusta?

6. Onko WWF:n Green Office- ympäristöohjelma entuudestaan tuttu?
7. Sopsisiko tieto- ja kirjastopalveluille Fellmanniassa imagolle WWF:n Green Office- ympäristöohjelma?
8. Sana on vapaa

Liite 5: Haastattelurunko- Ravintolapäällikkö

HAASTATTELU FELLMANNIASSA 9.11.2012

Haastateltavana ravintolapäällikkö Riikka Peltonen

1. Henkilöstön lukumäärä ravintola Fellmanniassa?
2. Montako asiakaspaikkaa on ravintola Fellmanniassa?
3. Mitä kaikkia palveluita ravintola Fellmannia tarjoaa?
4. Miten ravintola Fellmannia määrittelee kestävän kehityksen?
5. Miten ravintola Fellmanniassa toteutuu kestävä kehitys?
6. Onko ravintola Fellmanniassa tehty energiaa säästäviä toimenpiteitä? Jos on, niin mitä?
7. Suositaanko ravintola Fellmanniassa kestävästi tuotettuja ruoka- aineita?
8. Käytetäänkö ravintola Fellmanniassa Reilun kaupan tuotteita? Jos käytetään niin mitä tuotteita? (Osallistuminen Reilun kaupan viikkoon)
9. Suositaanko ravintola Fellmanniassa kotimaisia tuotteita?
10. Onko ravintola Fellmannian yhtenä pääraaka- aineena luomuelintarvike/-juoma?
11. Onko ravintola Fellmannialla aiempaa kokemusta Joutsenmerkistä? Jos on, niin mitä?
12. Esteitä Joutsenmerkin hakemiselle?
13. Olisiko Joutsenmerkistä ravintola Fellmannian imagolle hyötyä?
14. Joutsenmerkki ravintolan näkökulmasta- onko kiinnostusta lähteä ohjelmaan mukaan?