



# Kestävän kehityksen merkitys Clas Ohlson Kampin henkilökunnalle

Reetta Susi

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Kestävän kehityksen merkitys Clas Ohlson Kampin henkilökunnalle

Reetta Susi  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Joulukuu, 2019

Reetta Susi

**Kestävän kehityksen merkitys Clas Ohlson Kampin henkilökunnalle**

Vuosi 2019 Sivumäärä 46

---

Kestävä kehitys on jo pitkään ollut ajankohtainen asia. Se on saanut paljon huomiota osakseen ja herättänyt paljon keskustelua. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miten Clas Ohlson Oy:n Kampin myymälän henkilökunnan jäsenet kokivat kestävän kehityksen vaikutuksen joka-päiväisessä työssään sekä siihen, miten he kokivat ja toivoivat voivansa vaikuttaa kehitykseen liittyviin tekijöihin. Tarkoituksena oli selvittää, mikä sen hetkisessä toiminnassa oli toimivaa ja missä olisi voinut olla kehittämisen varaa. Teoreettisessa viitekehityksessä käytiin läpi kestävää kehitystä ja sen sisältöä sekä yritysvastuuta ja sen vaikutusta henkilökuntaan, asiakkaisiin, yhteiskuntaan ja muihin sidosryhmiin. Lisäksi, Clas Ohlsonin tarjoamaa tietoa kestävän kehityksen toimista hyödynnettiin.

Tutkimus tehtiin kvalitatiivisista tutkimusmenetelmää hyödyntäen. Tutkimus suoritettiin yhtenä haastatteluna ja useampana kyselynä myymälän henkilökunnalle. Tutkimuksen myötä kävi ilmi, että kestävä kehitys näkyi Clas Ohlson Kampin henkilökunnalle ja sen koettiin vaikuttavan toimintaan. Henkilökunta arvosti kestävästä kehityksestä ja heillä oli paljon sanottavaa asian suhteen. Henkilökunta toivoi kestävän kehityksen suhteen vielä enemmän näkyvyyttä ja myös muutamia muutosehdotuksia nousi esiin. Kehityskohteina korostui tietoisuus kestävän kehityksen suhteen ja sen lisääminen henkilökunnan parissa eri keinoin.

Reetta Susi

**The importance of sustainable development for the staff members of Clas Ohlson Kamppi**

Year 2019

Pages

46

---

Sustainable development has been a topical issue for a long time. The aim of this Bachelor's thesis was to examine how the staff members of Clas Ohlson Kamppi felt the impact of sustainable development in their daily work and how they felt and hoped to be able to influence the development factors. The aim was to find out what was working in the current situation and there was still room for improvement. The theoretical framework covered sustainable development and its content, as well as corporate social responsibility and its impact on staff, customers, society and other factors. In addition, information on sustainable development provided by Clas Ohlson was utilized.

The qualitative method was applied in this thesis. The survey was conducted in one interview and several questionnaires for the staff members. The results revealed that the staff members of Clas Ohlson Kamppi were aware of sustainable development and had a lot to say about it. The staff members hoped for more visibility on sustainable development and some suggestions for changes were also raised. The staff appreciated sustainable development and wished it to be even more visible. Awareness and promotion of sustainable development among staff members were emphasized as development areas.

Keywords: corporate social responsibility, environmental responsibility, sustainable development

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Opinnäytetyön tausta, tavoite ja tarkoitus.....	6
1.2	Kohdeyritys.....	7
2	Mitä on kestävä kehitys?.....	7
2.1	Kestävä kehitys ja sen eri muodot .....	7
2.1.1	Ekologinen kestävyys.....	11
2.1.2	Taloudellinen kestävyys .....	11
2.1.3	Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys .....	12
2.2	Yritysvastuu .....	12
2.3	Vaikutus kuluttajan ostopäätökseen.....	18
2.4	Kestävän kehityksen merkitys työntekijälle .....	19
3	Kohdeyritys ja kestävä kehitys .....	22
3.1	Vastuullisuus tärkeänä teemana .....	23
3.2	Ympäristömerkit ja sertifikaatit .....	25
4	Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen toteuttaminen .....	28
4.1	Tutkimusmenetelmän valinta .....	28
4.2	Aineiston kerääminen ja käsittely .....	30
5	Tulokset .....	31
5.1	Kestävä kehitys esimiesten näkökulmasta .....	31
5.1.1	Esimiesten kokemukset kestävästä kehityksestä .....	32
5.1.2	Esimiesten toiveita kestävä kehityksen parantamisen suhteen .....	33
5.2	Kestävä kehitys työntekijöiden näkökulmasta .....	34
5.2.1	Työntekijöiden kokemukset kestävästä kehityksestä.....	34
5.2.2	Työntekijöiden toiveita kestävä kehityksen parantamisen suhteen .....	36
6	Yhteenveto .....	37
6.1	Tulosten yhteenveto .....	37
6.2	Pohdinta .....	39
	Lähteet.....	41
	Kuviot .....	44
	Kuvat .....	44
	Liitteet .....	45

## 1 Johdanto

Yrityksillä on iso vastuu kestävän kehityksen suhteen ja niiden tulisi harrastaa vastuullista toimintaa. Se, miten nämä toimet todella tapahtuvat ja miten ne välittyvät sidosryhmille, on tärkeää olla tiedossa. Etenkin työntekijöiden kannalta tällä voi olla suurikin merkitys ja heidän kauttaan yrityksen vastuullisuus ja kestävän kehityksen toimet välittyvät myös asiakkaille. Aina kestävän kehityksen toimet eivät välity kaikille, keille niiden pitäisi välittyä, vaan viesti vastuullisuudesta jää vajaaksi tai häviää matkan varrella. Tämän toteutumista lähdettiin tutki-  
maan tässä opinnäytetyössä.

### 1.1 Opinnäytetyön tausta, tavoite ja tarkoitus

Aiheena kestävä kehitys on mielenkiintoinen ja ajankohtainen. Se on yhteiskunnassa ja mediassa saanut osakseen paljon huomiota ja herättää paljon keskustelua. Kestävään kehitykseen pystyy liittämään niin monia aiheita, että sitä voisi tutkia loputtomiin. Etenkin ympäristön kannalta kestävä kehitys on erittäin tärkeää ja siksi se sopi aiheeksi tälle opinnäytetyölle. Kestävä kehitys on meidän kaikkien tulevaisuuden kannalta olennaista, koska mikäli tämän suhteen ei toimita ajoissa, tulemme kohtaamaan vieläkin haasteellisemmän toimintaympäristön. Kestävän kehityksen toimilla on suorat vaikutukset ympäristöön ja meidän kaikkien elämään.

Kestävän kehityksen merkitys on aina vain suurempi yhteiskunnalle ja yrityksille. Suomessa toimiviin yrityksiin vaikuttavat YK:ssa, Europarlamentissa ja eduskunnassa säädetyt erilaiset lait ja määräykset. Kestävään kehitykseen vaikuttavia lakeja ja määräyksiä on useita ja niitä säädetään jatkuvasti lisää. Yritys hyötyy siitä, että se keskittyy kestävään kehitykseen myös lakien määrittelemien pakollisten toimien ulkopuolella. Nykyään moni kuluttaja on tietoinen ympäristöön vaikuttavista tekijöistä ja sillä on vaikutusta ostopäätökseen. Näin ollen, yritys saa etu siitä, että sen toiminta on ajan hermolla ja ottaa kestävän kehityksen huomioon liiketoiminnassaan.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, miten kestävä kehitys ilmenee yhdessä Clas Ohlson Oy:n Suomen vilkkaimmista myymälöistä. Kyseessä on Helsingin Kampin myymälä. Jatkossa Clas Ohlson Oy:hyn viitataan hieman lyhyemmin Clas Ohlsonina. Tutkimus keskittyy siihen, miten Kampin myymälän henkilökunnan jäsenet (esimiehet sekä työntekijät) kokevat kestävän kehityksen vaikutuksen jokapäiväisessä työssään sekä siihen, miten he kokevat ja toivovat voivansa vaikuttaa kehitykseen liittyviin tekijöihin. Tarkoituksena oli selvittää, mikä nykyisessä toiminnassa on toimivaa ja missä voisi olla kehittämisen varaa. Opinnäytetyössä käydään alussa lyhyesti läpi kohdeyrityksen tietoja, mutta myöhemmin käydään tarkemmin läpi, millaisia toimia tehdään kestävän kehityksen ja vastuullisuuden edistämiseksi. Olennaisia termejä, kuten kestävä kehitys ja yritysvastuu, avataan ja ne ovat opinnäytetyön kannalta keskeisessä asemassa.

## 1.2 Kohdeyritys

Clas Ohlson Oy on ruotsalainen vähittäiskaupan yritys, jolla on useita myymälöitä myös Suomessa. Se perustettiin vuonna 1918 Clas Ohlson-nimisen miehen toimesta Ruotsin Insjössä. Hän antoi yritykselle oman nimensä. Ensimmäinen myymälä avattiin vuonna 1926 juuri tuonne Ruotsin Insjöniin, missä sijaitsee tänä päivänä Clas Ohlsonin keskusvarasto, josta toimitetaan tuotteet kaikkiin myymälöihin. Vuosikymmenien ajan toiminta keskittyi Ruotsiin, mutta myöhemmin Clas Ohlson on laajentanut toimintaansa myös muihin maihin. Ensimmäinen myymälä Ruotsin ulkopuolella avattiin Norjan Osloon vuonna 1991. Seuraava maa, jonne Clas Ohlson laajeni, oli Suomi vuonna 2002 ja ensimmäinen myymälä avattiin Helsinkiin Mannerheimintien varteen. Vuoden 2008 puolella Clas Ohlson avasi myymälän Lontooseen ja vuonna 2016 aloitti verkkokauppa toiminnan Saksassa. Tänä päivänä Clas Ohlson toimii siis viidessä eri maassa ja myymälöitä on yhteensä 232. Koko Clas Ohlsonin toimitusjohtajana ja konserninjohtajana toimii Lotta Lyrå ja Suomen maajohtajana toimii Virpi Viinikainen. (Clas Ohlson 2019a.)

Clas Ohlsonilla on selkeä missio, jonka perusteella halutaan löytää ihmisille käteviä ja käytännöllisiä ratkaisuja edullisella hinnalla joka päivä. Elämää halutaan helpottaa kaikenlaisissa kohteissa ja tätä kautta pyritään luomaan lisäarvoa asiakkaiden, sijoittajien sekä työntekijöiden silmissä. Tämä näkyy liikeideassa, joka on alun perin syntynyt yrityksen perustajan toimesta: ”Meidän (Clas Ohlsonin) tulee myydä hyviä ja edullisia tuotteita, jotka sopivat kunkin asiakkaan tarpeisiin.” Clas Ohlson pitää myös monimuotoisuutta tärkeänä, sillä se tukee kehitystä niin organisaatio- kuin yksilötasollakin. (Clas Ohlson 2019b.)

## 2 Mitä on kestävä kehitys?

Kestävää kehitystä on käsitelty jo vuosikymmeniä. Näiden vuosien aikana se on saanut erilaisia määritelmiä ja näitä määritelmiä on tulkittu monella tapaa. Maapallo ja luonnonvarat eivät tule kestävästi ihmisten nykykulutusta ja siksi kestävä kehitys ja siihen liittyvät toimet ovat koko maailman kannalta tärkeitä. Yhteiskunnalla ja yrityksillä on merkittävä rooli kestävä kehityksen toteutumisen kannalta. Kun yhteiskunta ja yritykset harrastavat vastuullista toimintaa omaehtoisesti, suunta ihmisten ja ympäristön kannalta on selvästi parempi ja tulevaisuuden näkymät valoisammat.

### 2.1 Kestävä kehitys ja sen eri muodot

Käsitteenä kestävä kehitystä on käytetty kansainvälisessä keskustelussa 1980-luvun lopulla, kun YK:n Brundtlandin komissio julkaisi Yhteinen tulevaisuus -raportin. Kyseisessä raportissa kestävä kehitys määriteltiin ”kehitykseksi, joka täyttää nykyisten sukupolvien tarpeet vaarantamatta kuitenkaan tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa”. Alkuperäistä määritelmää on kuitenkin kritisoitu turhan avoimeksi. Syntyi monia erilaisia lähestymistapoja, jotka

saivat paljon huomioita osakseen. Näitä seuraamalla olisi syntynyt monia toisistaan poikkeavia yhteiskuntamalleja. Myös yrityksillä oli oma tulkintansa; kestävä kehitys oli sama kuin kestävä kasvu. Monien yritysten mielestä kestävä kehitys syntyi vain taloudellisen kasvun myötä eikä muutoksia toimintaan tarvitsisi tehdä. Asiantuntijat kuitenkin pyrkivät varoittamaan jo 1970-luvulta lähtien rajattoman kasvun näkemyksestä ja painottivat, että kestävä kehitys syntyy ainoastaan ilman taloudellista kasvua. Heidän mukaansa talouskasvu vain tuhoaa luontoa, ihmisiä ja koko maapalloa, eikä vahinkoja korjaavat toimet voisi millään pysyä tässä tahdissa. Yritykset pystyvät halutessaan tukemaan kestävä kehitystä toteuttamalla kestävä liiketoimintaa ja pienyrittäjät kestävä yrittäjyyden kautta. (Ketola 2005, 12 - 13; Rohweder 2004, 15.)

Se, miten Suomessa kestävä kehityksen tulkinta on kehittynyt vuosien varrella, voidaan kiteyttää kolmeen selvään vaiheeseen. Ensimmäisenä luonnollisesti oli Brundtlandin komission määritelmän huomioiminen Suomessakin. Vain muutama vuosi tämän määritelmän jälkeen vuonna 1990 hallitus esitti eduskunnalle Kestävä kehitys ja Suomi -selonteon, joka oli laadittu Ympäristön ja kehityksen Suomen toimikunnan pohdintojen pohjalta. Saman toimikunnan työryhmä jatkoi pohdintojaan Pentti Malaskan johdolla ja 1990-luvun puolivälissä kestävä kehitykselle oli määritelty tarkempi kuvaus: ”Kestävä kehitys on jatkuvaa, ohjattua yhteiskunnallista muutosta eri aluetasoilla, jonka päämääränä turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet.” Määritelmään tuli kuitenkin tarkennusta vielä 1990-luvun loppupuolella. Tämän määritelmän muotoilusta on vastuussa Maailmanpankin silloinen johtaja Ismail Serageld. Hänen mukaansa ”kestävä kehitys tarkoittaa sitä, että jätämme tuleville sukupolville yhtä paljon mahdollisuuksia kuin meillä on ollut, ellei jopa enemmän”. Luonnollisesti tämäkin määritelmä jättää aiempien määritelmien tapaan paljon tulkinnan varaa. Kuitenkin tämän perusteella voisi ottaa huomioon kestävä kehityksen mittaamisessa neljä pääomajalaa, joiden kehittämisestä Suomessa on vastuussa Valtion taloudellinen tutkimuslaitos. Näitä ovat:

- inhimillinen pääoma (esimerkiksi osaaminen, tiede, tutkimus ja kehitys, patentit)
- fyysinen pääoma (esimerkiksi tuotantokoneistot, infrastruktuuri, rakennettu ympäristö)
- sosiaalinen pääoma (esimerkiksi lainsäädäntö, hallinto, sosiaaliset verkostot, luottamus ja legitimitetti)
- luontopääoma (uusiutuvat ja uusiutumattomat luonnonvarat) (Ympäristöministeriö 2017.)

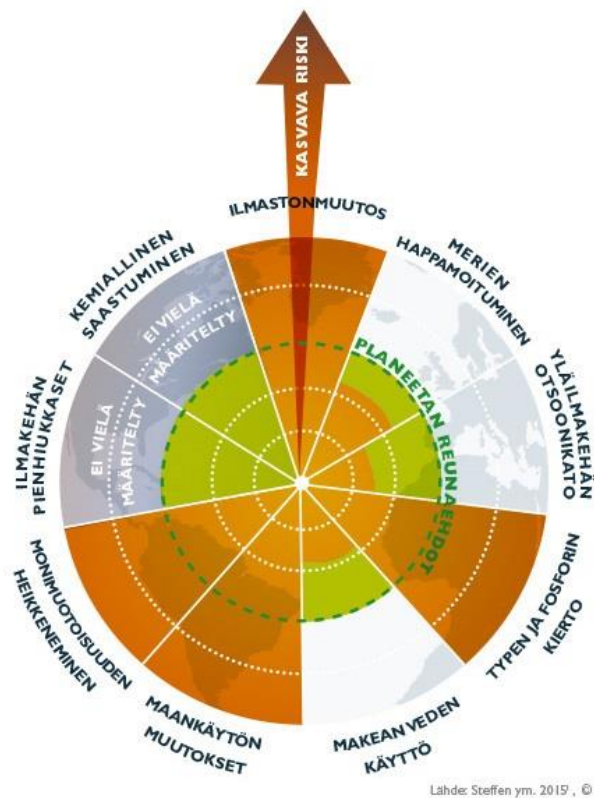
Kestävä kehityksen kautta tapahtuvaa yhteiskunnallista muutosta tapahtuu maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti. Kestävä kehitys voidaan perinteisesti jakaa kolmeen erilaiseen ulottuvuuteen, joita ovat ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen ulottuvuus. Neljäntenä on olemassa, usein sosiaaliseen ulottuvuuteen liitetty, kulttuurinen ulottuvuus. Vaikka kaikki ulottuvuudet poikkeavat sisällöllisesti toisistaan, ovat ne silti sidoksissa ja riippuvaisia toisistaan. Esimerkiksi ekologista kestävyyttä on hankala tavoitella, jos taloudellinen kestävyys ja



sosiaalinen kestävyys eivät ole kunnossa. Tärkeää olisi löytää kaikkien kolmen ulottuvuuden välillä tasapaino ja ne kaikki tulisi huomioida tasavertaisesti päätöksenteossa ja toiminnassa. (Rohweder 2004, 15 - 16; Ympäristöministeriö 2017.)

Kestävää kehitystä yleensä tehdään tulevaisuus mielessä ja siihen suuntautuneesti. Rohwederin (2004, 16) mukaan yhteiskunnan, yrityksen ja yksilön sitoutuessa kestäväan kehitykseen, kannattaa heidän ottaa huomioon, kuinka kestäviä päätökset ja toimet ovat pidemmällä aikavälillä. Hyvänä ja tärkeänä esimerkkinä mainittakoon vuoden 2015 New Yorkissa pidetty YK:n huippukokous, jonka yhteydessä jäsenmaat sopivat kestäväan kehityksen tavoiteohjelmasta, Agenda2030, jonka tarkoitus olisi ohjata tavoitteita ja toimintaa vuoteen 2030 asti eli 15 vuotta eteenpäin. Ohjelma sisältää myös seitsemäntoista kohdan listauksen tärkeimmistä tavoitteista ja näilläkin on yhteensä 169 alatavoitetta. Ohjelmalla halutaan kiinnittää huomio ympäristöön, talouteen ja ihmiseen tasavertaisesti kestävässä kehityksessä. Yhtenä olennaisimpana asiana korostettiin ensimmäisenä listatun tavoitteen saavuttamista eli äärimmäisen köyhyyden poistamista ja muutenkin vähentää köyhyyttä sen kaikissa muodoissa. Muina tärkeinä asioina esiin nousivat muun muassa tasa-arvon, hyvinvoinnin, terveyden ja koulutuksen takaaminen kaikille ja ilmastonmuutosta vastaan toimiminen kiireellisesti. Tärkeää olisi vaikuttaa kaikkien väestöryhmien hyvinvointiin ympäri maailmaan ja ottaa kaikki mukaan kehitykseen. (Suomen YK-liitto 2017.)

Vuonna 1992 kestävä kehitys nousi kansainvälisen huomion keskipisteeseen, kun Rio de Janeirossa pidetyn YK:n huippukokouksen myötä luotiin Agenda 21. Esille nousi paikallisuuden ja kansalaisyhteiskunnan osallistumisen olennaiset roolit. Pohjolan ja Särkelän mukaan politiikan lähtökohtana tulisi olla ihmisen hyvinvointi ekologisten rajojen puitteissa. Vasta sen jälkeen voisi tapahtua joko taloudellista kasvua tai laskua. Rikkaiden maiden teollisuuskasvu ei takaa yhteiskunnan hyvinvointia, sillä teollisuuskasvulla on tapana lisätä luonnonvarojen kulutusta. Kestäväan kehitykseen liittyy vahvasti ajatus planeetan rajoista. Kaikki luonnonvarat eivät ole uusiutuvia eivätkä uusiutuvat luonnonvarat loputtomiin riitä. Ihmisen tulisi ottaa realistisempi lähestymistapa luonnonvarojen käyttöön ja huomioida luonnon rajallinen kestokyky. Ihmisen toiminta ei enää vaaranna ainoastaan maapallon eläimiä ja kasveja. Nykypäivänä ihmisetkin itse kärsivät luonnon jatkuvasti huononevasta tilasta. Juuri vuoden 1992 huippukokouksessa korostettiin, että ihmisten toimien vaikutukset ovat jo niin mittavat, että voidaan sanoa maapallon siirtyneen uuteen geologiseen aikakauteen, ”ihmisen aikakauteen”. Ihmisen toiminnalla on selvä ja suora vaikutus etenkin nopeaan ilmaston muuttumiseen, merien happamoitumiseen sekä kokonaisten ekosysteemien häviämiseen. Tämä on johtanut siihen, että planeetan rajat ovat tulleet vastaan ja osittain jo ylittyneet. (Pohjola & Särkelä 2011, 12; Suomen YK-liitto 2017.)



Lähde: Steffen ym. 2015, © SYKE & SITRA

Kuvio 1: Planeetan reunaehdot (Suomen ympäristökeskus 2015.)

Aina vain kehittyvät teknologia ja tieteellinen tutkimus mahdollistavat aiempaa tarkemmat ja luotettavammat tutkimukset liittyen ilmastomuutokseen ja muihin globaalisti vaikuttaviin ympäristöriskeihin. Planeetoille määriteltyjen reunaehtojen (Kuvio 1) avulla voidaan tilannetta tarkastella paremmin ja riskien arviointi selkeytyy. Näitä planeetan reunaehtoja on määritelty yhdeksän ja ne kuvaavat jokainen eri globaalista prosessia, johon ihmisen toiminnalla on ollut vakavat vaikutukset. Kuten kuvio 1 huomaat, neljä näistä reunaehdoista on jo ylitetty. Näistä ilmastomuutos on selvästi vakavammassa asemassa ja vaatii nopeita toimia. Muita kriittisiä ongelmakohtia ovat luonnon monimuotoisuuden heikentyminen, muutoksen ihmisten maankäyttöön sekä biokemikaalinen saastuminen. Tutkijat ovat huolissaan siitä, että maapallolla voi tapahtua peruuttamattomia muutoksia olosuhteissa. Jopa niinkin vähäiseltä tuntuvalla 1 - 2 asteen muutoksella planeetan keskilämpötilassa voi olla suuria vaikutuksia ja pahentaa ilmastomuutosta entisestään. Tämä voisi vaikuttaa negatiivisesti jo nyt maapallolla tapahtuvaan lajien massasukupuuttoon. Lämpötilan nousulla olisi myös vaikutus riskien kasvuun terveyden, talouden sekä poliittisen tasapainon osalta, ja tästä syntyisi ongelmia ruuantuotantoon ja yhteiskunnallisen eriarvoisuuden syventymiseen. (Suomen ympäristökeskus 2018.)

### 2.1.1 Ekologinen kestävyys

Ekologisesti kestävässä kehityksessä on olennaista keskittyä tämän hetkisten ympäristöongelmien ratkaisuun ja tulevaisuuden ongelmien ratkaisuun. Luonnonvaroja tulisi käyttää kestävästi nykyisiä ja tulevia sukupolvia ajatellen. Ekologisessa kestävyudessa tulee noudattaa varovaisuusperiaatteita. Tiedon puutteella ei voi perustella ympäristölle aiheutuvia kielteisiä vaikutuksia. Ekologiseen toimintaan ryhtyessä on keskeistä olla tietoinen riskeistä, haitoista ja kustannuksista. Haittojen syntyessä, niiden kustannuksia pyritään perimään haittojen aiheuttajalta, mikäli se on mahdollista. (Rohweder 2004, 15, Valtioneuvoston kanslia 2019.)

Olennainen osa ekologista kestävyyttä on olla selvillä maailman ympäristöongelmista, jotka voidaan jakaa kolmeen luokkaan:

1. Maapallon kantokyvyn rajat.
2. Uusiutumattomien luonnonvarojen rajallisuus.
3. Uusiutuvien luonnonvarojen tuotannon rajallisuus.

Yrityksien toiminnalla on vaikutus kaikkiin näihin niin myönteisesti kuin kielteisestikin. Tämän takia on tärkeää, että yritykset tukevat toiminnallaan kestävä kehitystä kaikkialla missä he toimivat. (Ketola 2005, 46.)

### 2.1.2 Taloudellinen kestävyys

Taloudellinen kestävyys on sisältönsä ja laatunsa puolesta tasapainoista kasvua ja se on olennainen osa kestävä kehitystä. Taloudellinen kestävyys toimii edellytyksenä yhteiskunnan keskeisille toiminnoille. Kun talouspolitiikassa tähdätään siihen, syntyy kansallisen hyvinvoinnin kannalta otolliset olosuhteet. Talouden ollessa kestävällä pohjalla on huomattavasti helpompi reagoida vastaan tuleviin yhteiskunnallisiin haasteisiin. Taloudellinen kestävyys vaikuttaa siis myös sosiaaliseen kestävyteen ja toimii usein sen perustana. (Valtioneuvoston kanslia 2019.)

On tärkeää, että yrityksellä on talous kunnossa, sillä jos näin ei ole, yritys ei pysty huolehtimaan sosiaalisiin ja ekologisiiin vastuisiin liittyvistä asioista. Vastuullinen yritys pitää huolen siitä, että se on kannattava ja kilpailukykyinen. Yrityksen tulee tähdätä siihen, että se on elinvoimainen pitkällä aikavälillä. Taloudellisesti kestävällä toiminnalla pyritään välttymään velkaantumiselta tai varantojen hävittämiselä. Taloudellinen kestävyys yleensä tukee ekologista kestävyttä ja sen tavoitteita, ja näin on myös toisin päin. Jos taloudessa tähdätään vain lyhyen tähtäimen voittoihin eikä välitetä toiminnan vaikutuksista ilmastonmuutokseen tai luonnon monimuotoisuuteen, riskeerataan mahdollisuudet pitkän tähtäimen voittoihin. Kun toimintaa ohjaavat prosessit ja menetelmät ovat kunnossa, säästyy samalla rahaa sekä ympäristöä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019; Suomen ympäristökeskus 2018a; Valtioneuvoston kanslia 2019.)

### 2.1.3 Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys

Sosiaalisessa kestävydessä keskeisessä asemassa on niin sanottu sosiaalinen pääoma. Tämä pitää sisällään ihmisten hyvinvoinnin sekä yhteiskunnallisen vastuun hyvästä, turvallisesta ja oikeudenmukaisesta elinympäristöstä. Se saattaa näkyä yrityksen toiminnassa henkilöstön hyvinvoinnin edistämällä sekä maahanmuuttajien ja paikallisten työllistämällä. Lisäksi, olennaisena osana sosiaalista kestävyttä on kulttuurinen kestävyys. On tärkeää säilyttää, ylläpitää ja kehittää kulttuurista monimuotoisuutta sekä kunnioittaa erilaisuutta. Tärkeää on siis vaalia niin omaa kulttuuriaan kuin muidenkin. (Rohweder 2004, 15.)

Sosiaalisen kestävyden määrittäminen on välillä haasteellista ja suoraa määritelmää sille ei ole annettu. Alila, Gröhn, Keso ja Volk (2011) kuitenkin määrittelevät sosiaalista kestävyttä huomioimalla edellytykset, joita se vaatii toteutuakseen. He esittävät Sosiaali- ja Terveysministeriölle tehdyssä raportissaan seuraavat sosiaalisen kehityksen kannalta olennaiset edellytykset:

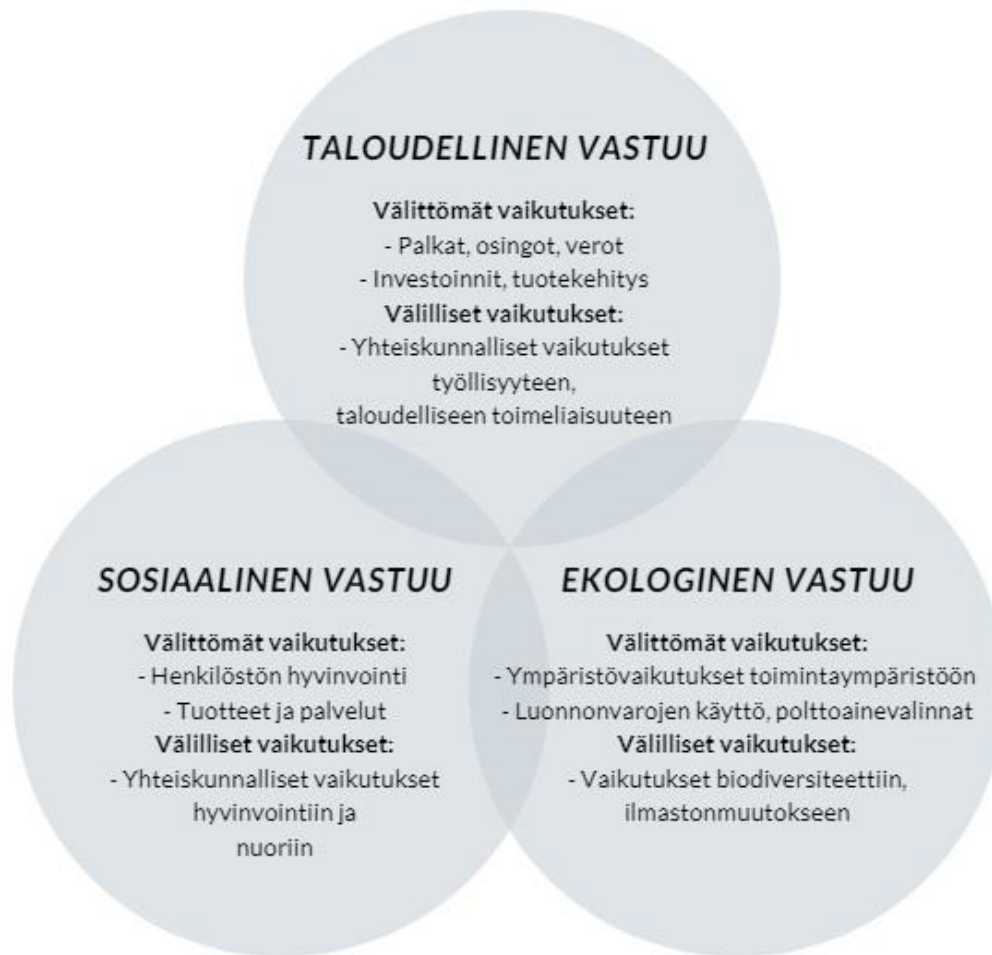
- Riittävän toimeentulon, riittävien hyvinvointipalvelujen ja turvallisuuden takaaminen.
- Resurssien ja toimintamahdollisuuksien oikeudenmukainen jakautuminen ja yksilön mahdollisuus vaikuttaa omaan elämäänsä.
- Osallisuus, yhteisöllisyys ja kiinnittyminen yhteiskuntaan.

Puhuttaessa kestävästä kehityksestä keskustelut yleensä pyörivät ekologisen ja taloudellisen kehityksen ympärillä. Sosiaalinen kehitys on jo varhaisessa vaiheessa nostettu kolmanneksi ulottuvuudeksi kahden muun rinnalle, ja silti se jätetään usein vähemmälle huomiolle, vaikka on selvää, että kaikki kolme ovat sidoksissa toisiinsa. Sosiaalinen kestävyys on tarpeellinen, sillä sen näkökulmasta huomioidaan toisenlaisia, vaihtoehtoisia toimintatapoja, joissa huomioidaan hyvinvoinnin edistäminen. Ilman toisenlaista näkökulmaa kestäväan kehitykseen riskinä olisi ihmisten ja heidän ihmisarvonsa unohtaminen ja heidän näkemisensä vain osana tuotantokoneistoa. (Pohjola & Särkelä 2011, 300 - 301.)

## 2.2 Yritysvastuu

Harmaala ja Jallinoja määrittelevät yritysvastuun siten, että sillä ”tarkoitetaan useimmiten erilaisia vapaaehtoisia toimia, joilla yritys toteuttaa yhteiskuntavastuutaan sidosryhmien odotusten perusteella”. Parhaiten kestävä kehitys toteutuu, kun yritys omaehtoisesti sitoutuu siihen osana oman toimintansa kehittämistä. Yrityksen toimiessa vastuullisen yritystoiminnan mukaisesti huomioi se toiminnassaan kaikki kestäväan kehityksen kolme ulottuvuutta. Näitä tietenkin ovat ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen vastuu, jotka kaikki ovat toisistaan riippuvaisia. Kaikilla näillä on vaikutuksia yrityksen toimintaan niin välillisesti kuin välittömästäkin, kuten alla olevasta kuvioista (Kuvio 2) näkyy. Yritys, joka toimii ekologisesti, taloudellisesti ja

sosiaalisesti vastuullisesti pitkällä tähtäimellä, on kannattava ja kilpailukykyinen. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019; Harmaala & Jallinoja 2012, 16 - 18.)



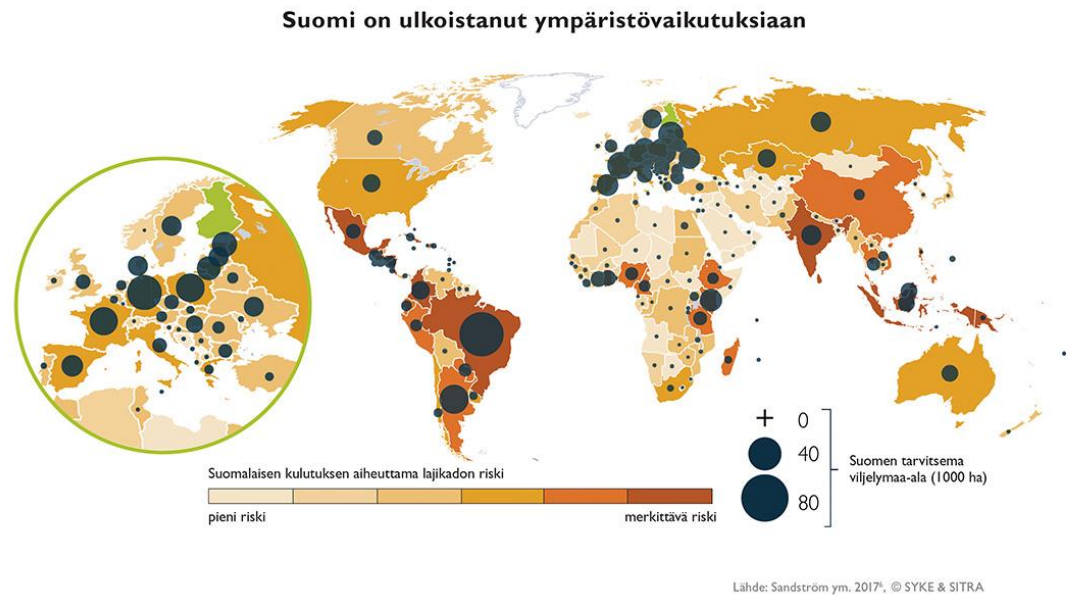
Kuvio 2: Kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta (Harmaala & Jallinoja 2012, 17.)

Jokaisen yrityksen tulisi itse määritellä, miten kestävä kehitys vaikuttaa ja näkyy yrityksen toiminnassa. Toimintasuunnitelmaa tehdessä tuleekin ottaa huomioon yrityksen koko, sidosryhmät sekä missä ympäristössä ja millä alalla yritys toimii. Vastuita tarkastellessa Ketola ehdottaa perinteisen SWOT-analyysin käyttöä. Sen avulla pystyy selvittämään eri organisaatiotasojen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat kestävä kehityksen suhteen ja luomaan näin kokonaisvaltaisemman strategian, jossa otetaan kaikki tasot huomioon. Analyysiä tehtäessä tulisi ottaa huomioon ekologisten, taloudellisten sekä sosiaalisten vastuiden yhteisvaikutus, jotta saadaan kunnollinen kuva tarvittavista toimista. Analyysin tulokset usein vaikuttavat arvoihin ja visioon ja epäsuorasti niiden kautta myös vastuustrategiaan. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019; Ketola 2005, 123 - 124.)

Toimintasuunnitelmaa toteutettaessa tulisi yrityksen mitata omaa toimintaansa ja olla selvillä, kuinka vastuullista se on. Yritys saattaa saada sidosryhmiltään palautetta, mutta niistä näkee

vain sen osan, joka koskee yritystä itseään. Jos yritys itse vaivaudu mittaamaan omaa vastuullisuuttaan, yritys jää ilman arvokasta ja välttämätöntä palautetta toiminnan toteutumisesta ja siitä, kuinka hyvin kestävä kehitys on todella toteutunut. Vain tarkan tiedon avulla voidaan parantaa toimintoja. Vastuullisuutta mitatessa kannattaa hyödyntää niin määrällistä kuin laadullista tutkimusta. Monia yrityksen vastuullisia toimia mitatessa määrällinen on toimiva ratkaisu, mutta sitä ei voi esimerkiksi hyödyntää sairaspöissaoloja mitatessa, sillä taustalla voi olla monia eri syitä. Saatujen tulosten kunnollinen raportointi on myös olennainen osa yrityksen toimintaa, sillä sitä kautta yritys tietää, mitä tulisi ottaa huomioon liiketoiminnassaan. Raportoinnin hyödyntäminen on myös hyvä keino sidosryhmien kanssa kommunikoidessa. (Elinkeinöelämän keskusliitto 2019; Ketola 2005, 151.)

Yrityksen ekologisessa vastuussa on olennaista, että yritys on perillä omista toimistaan ja niiden vaikutuksesta ympäristöön. Yrityksen pitäisi tunnistaa muutostarpeet ajoissa ja jatkuvasti olla kehittämässä omaa toimintaansa. Tietenkin yrityksen tulee myös noudattaa säädettyjä lakeja ja halutessaan toimia lain edellytyksiä paremmin. Keskeisimpinä ympäristölainsäädännön piiriin kuuluvina alueina tulisi huomioida muun muassa energian käyttö, ekotehokkuuden lisääminen, jätteet ja kierrätys sekä ilmaston- ja vesiensuojelu. Tärkeää on, että yritys pyrkisi toimillaan kohti ympäristön kannalta parhaita mahdollista tapaa. Yritys on välittömästi vastuussa omista toimistaan ja toiminnan aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Ongelmana on, että moni yritys ulkoistaa luonnonvarjoja kuluttavat ja luontoa saastuttavat toimet kehitysmaihin. Vaikka nämä kehitysmaihin ulkoistetut ympäristöongelmat tuntuisivat vaikuttavan vain tietyllä alueella, on niillä vaikutuksensa myös aluerajojen ulkopuolella. Myös suomalaiset yritykset ovat sortuneet ulkoistamaan tuotantoaan ja niihin liittyviä ympäristövaikutuksiaan muualle niin kuin alla olevasta kuvasta (Kuva 1) näkee. Esimerkiksi ilman, veden ja maan saastumista ei voi pitää vain yhden alueen ongelmana. On myös niitä vaikutuksia, jotka vaikuttavat välittömästi vain kyseiseen maahan. Tilanteen ollessa tarpeeksi kriittinen, nämä vaikutukset näkyvät muillekin maille katastrofi- ja kehitysyhteistyöavun tarpeena. Näissä tilanteissa kehittyneet maat toimivat maksimiehinä. Toisin sanoen, ympäristöongelmat vaikuttavat meihin kaikkiin monella tapaa ja niitä pitää pystyä korjaamaan ja ennaltaehkäisemään. (Harmaala & Jallinoja, 22 - 23; Ketola 2005, 46; Suomen ympäristökeskus, 2018a.)



Kuva 1: Suomessa kulutettujen elintarvikkeiden vaatima maa-ala eri puolilla maailmaa. (Kastner, Kauppi, Sandström & Scherer, 2017.)

Vastuullinen yritys on selvillä ympäristövaikutuksistaan ja kehittää jatkuvasti toimintaansa ekologinen vastuu mielessään. Yritysvastuusta puhuessa nousee esiin termi ekologinen jalanjälki, jolla tarkoitetaan yrityksen tai yhteiskunnan ympäristövaikutuksia ja mittaa niiden luontoon jättämää jälkeä. Sitä käytetään kuvaamaan sitä, kuinka suuren maa- ja vesialueen ihminen tai ihmisryhmä tarvitsee ravinnon, materiaalien ja energian tuottamiseen sekä jätteiden käsitteilyyn. Ekologisesti toimiva yritys tavoittelee mahdollisimman pientä jalanjälkeä, koska mitä pienempi yrityksen jalanjälki on, sitä ekologisempi se on. Tämä ei kuitenkaan kerro koko totuutta yrityksen ekologisuudesta ja vastuullisuudesta. Esimerkiksi yrityksen toimialalla itsessään on vaikutus siihen, kuinka ekologinen yritys pystyy olemaan. Ekologista jalanjälkeä on usein ilmaistu maapalloina, viitaten siihen, kuinka monta maapalloa tarvittaisiin, jos kaikki kuluttaisivat samanlailla kuin jalanjäljen omistaja. Suomessa on ollut isosti esillä maamme ylikulutus ja suomalaisten ekologinen jalanjälki on niin suuri, että se vastaa melkein neljää maapalloa. Maailmanlaajuisestikin on havaittavissa ongelmia ekologisuuden suhteen, sillä maailmanlaajuisista ylikulutuspäivää on vietetty pitkään jo elokuussa. (Ketola 2005, 46 - 47; Rantanen, 2008; WWF 2019.)

Yritys ei pysty tuottamaan taloudellista hyvinvointia yhteiskunnalle tai harrastaa vastuullista toimintaa paikallisesti tai globaalisti, jos yritystoiminta ei ole kannattavaa. Yritysvastuun ehdot pohjautuvat yrityksen kilpailukykyyn sekä taloudelliseen suorituskykyyn. Länsimaissa taloudellinen vastuu on usein yrityksille päivästä selvyys. Monille yrityksille on tärkeää tyydyttää omistajiensa tarpeet toiminnallaan. Yritysvastuun toteutumista suunniteltaessa otetaan huomi-

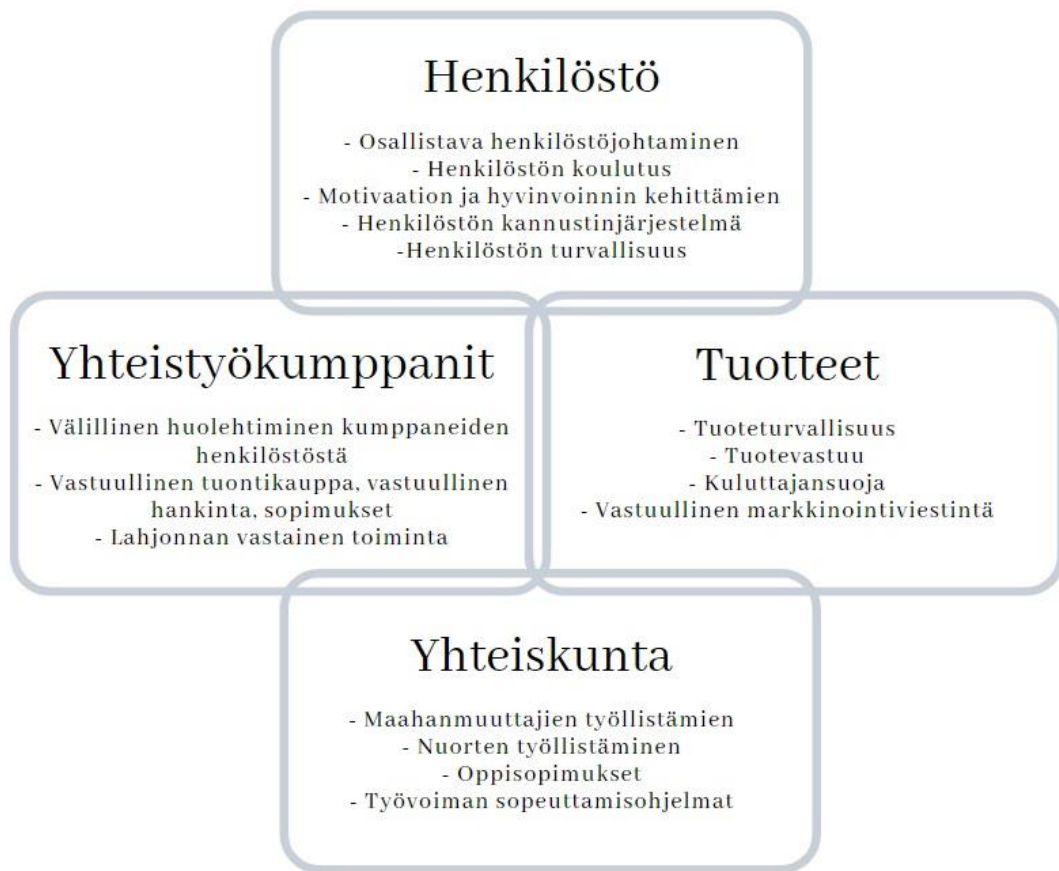
oon muun muassa kannattavuustavoitteet sekä osinkojen ja muiden voittojen jako osakkeenomistajille. On tärkeää, että yritys tavoittelee taloudellista vastuuta olemalla toimintakykyinen pitkän aikavälin tähtäimellä. Kestävään kehitykseen tähdätessä yritys voi tarkastella toimintaansa tulevien sukupolvien näkökulmasta. Taloudellista vastuuta perustuu pitkälti maakohtaisiin, säädettyihin lakeihin ja näiden lakien noudattamista pidetään yritysvastuun vähimmäistasona. (Harmaala & Jallinoja 2012, 18 - 19; Ketola 2005, 32.)

Varmasti tärkeimpänä sosiaalisen kestävyuden osa-alueista on huomioida ihmisoikeudet ja taata ne kaikille sosiaalisen vastuun piiriin kuuluville. Sosiaalisessa vastuussa on keskiössä ihmisen hyvinvointi. Ketola (2005, 40.) määrittelee seuraavat yrityksen sosiaalisen vastuun piirin:

- Oma henkilöstö
- Tavarantoimittajat
- Alihankkijat
- Urakoitsijat
- Muut yhteistyökumppanit
- Asiakkaat
- Paikalliset asiakkaat
- Suuri yleisö eli ihmiset kaikkialla maailmaa.

Monet yrityksen sosiaaliset vastuut on säädetty lailla, mutta silti yrityksellä on mahdollisuus korostaa omia arvojaan tämän suhteen. Juuri tämän takia sosiaalisen vastuun painoarvoa on haasteellista vertailla yrityksiä välillä. Yrityksillä on eri tapoja toimia ihmisten fyysisen terveyden ja turvallisuuden suhteen. Eroja myös löytyy siinä, miten ihmisten kohtelu ja ihmisoikeuksien kunnioittaminen näkyy toiminnassa. Yrityksillä on vaihtelevia toimintatapoja psykisten, sosiaalisten ja taloudellisten tarpeiden suhteen. Yrityksen kannalta olennaisin sosiaalisessa vastuussa on yrityksen oma henkilöstö. Yleisesti ottaen länsimaissa pidetään työhyvinvointia, työturvallisuutta ja osaamisen tukemista tärkeinä ja niissä pyritään ylittämään säädettyt lait ja työehtosopimusten velvoitteet. Kuitenkin sosiaalista vastuuta harjoittaessa yrityksen on kannattavaa huomioida kaikki sidosryhmät. Harmaala ja Jallinoja kuvaavat hyvin mitä nämä sosiaalisen vastuun sidosryhmät sisältävät (Kuvio 3). Yritys pystyy vaikuttamaan sosiaalisesti vastuullisella toiminnallaan henkilöstön lisäksi yhteistyökumppaneihin, tuotteisiin sekä yhteiskuntaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20; Ketola 2005, 40.)





Kuvio 3: Yrityksen sosiaalinen vastuu. (Harmaala & Jallinoja 2012, 21.)

Vaikka monet tuotekehitykseen liittyvistä toimista liittyy paljolti ekologiseen ja taloudelliseen vastuuseen, löytyy myös olennaisia kohtia sosiaalisen vastuun piiristä. Kun yrityksen sosiaalista vastuuta tarkastellaan asiakkaan näkökulmasta, tuoteturvallisuuden tärkeys nousee esiin. Niin yritykselle kuin asiakkaallekin on kannattavaa, kun asiakas pystyy luottamaan tuotteiden turvallisuuteen. Myös kuluttajansuojan kehityksellä on iso vaikutus asiakkaan mielipiteisiin. Ei ole luottamusta herättävää, jos yritys ei kunnioita kuluttajansuojaa. Asiakkaiden lisäksi yritys pystyy vaikuttamaan myös muihin sidosryhmiin. Yksi perinteinen ja yrityksen ulkopuolelle näkyvä tapa toimia sosiaalisesti vastuullisesti on tehdä hyväntekeväisyyttä. Välillä kuitenkin tulee tilanteita vastaan, jossa yritys ansaitsee paljon rahaa, mutta lahjoittaa vain todella mitättömän osan voitoistaan hyväntekeväisyyteen vähäosaisille, jotka pahimmassa tapauksessa ovat juuri kyseisen yrityksen takia vähäosaisia. Valitettavasti, joillekin hyväntekeväisyys on vain tapa kiillottaa omaa sädekehäänsä. Hyväntekeväisyyttä voi onneksi myös harjoittaa, niin että tarkoituksena on tehdä hyvää. Hyviä tapoja toimia sosiaalisesti kestävästi on esimerkiksi koulujen ylläpito ja nuorten harrastustoimintojen tukeminen. Toinen yleinen tapa toimia sosiaalisen vastuun mukaisesti on harrastaa vastuullista liiketoimintaa. Tämä pitää sisällään muun muassa lapsityövoiman käytön standardien sekä tasa-arvoperiaatteiden noudattamisen. Pohjoismaissa yritykset neuvottelevat ja sopivat yhdessä ammattiliittojen ja julkisen hallinnon kanssa, miten

erilaiset työelämän pelisäännöt ja toimintatavat toteutuvat. Sama ei päde kehitysmaissa ja siksi kehitysmaissa toimivilla yrityksillä on tärkeää olla sosiaalisen kehityksen painopisteet ja tavoitteet, joita haluavat toteuttaa myös oman maan rajojen ulkopuolella. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20 - 21; Ketola 2005, 41.)

Ennen kaikkea tulee muistaa, että yrityksen arvoilla, sanoilla ja teoilla on merkitystä. Nämä kaikki ovat vaikutussuhteessa toisiinsa. Nämä vaikutussuhteet voivat ilmetä oman hyödyn tavoitteluna, velvollisuuksien seuraamisena tai hyveiden suosimisella. Yrityksen keskittyessä omaan hyötyynsä sanat ovat keskeisessä asemassa. Yritys kehuu toimiaan ja mainostavat omaa vastuullisuuttaan ja omasta mielestään vastuullisia arvoja. Toiminta on kuitenkin yrityksen omaan hyötyyn keskittyneitä ja yritys voi joutua useinkin tilanteisiin, jossa joutuu puolustelemaan tekojaan tai jopa kieltämään niitä. Yritys saattaa vääristellä totuutta ja alkaa jopa uskomaan omia totuuksiaan. Todellisuudentaju hämärtyy ja yritys uskottelee itselleen toimivansa vastuullisesti. Myös velvollisuudentuntoisessa toiminnassa ovat yrityksen sanat keskiössä. Yritys vakuuttelee toimivansa vastuullisesti ja pyrkii toimimaan niin vastuun velvoittamana. Arvoja ohjaa vastuuntunto, eikä arvoilla ole sen takia kunnollista ja tarkkaa sisältöä, joka ohjaisi toimintaa. Siksi yritys jää vastuullisuustavoitteistaan jälkeen, eikä onnistu toteuttamaan näitä. On selvää, ettei näistä kumpikaan ole kestävä kehityksen kannalta toimiva vaihtoehto. Siksi kannattaakin antaa hyveiden ohjata toimintaa. Tällöin puheet eivät ohjaa arvoja ja tekoja, vaan nämä kaikki vaikuttavat toisiinsa ja tätä kautta löytyy toimivampi toimintamalli. Arvoja pidetään tärkeinä ja niihin tähdätään. Ne toimivat pohjana vastuullisille teoille ja teot ovat tämän takia yleensä vastuullisia. Yritys kuitenkin pystyy myöntämään myös virheensä, ottaa palautetta vastaan ja oppimaan niistä. (Ketola 2005, 166 - 168.)

### 2.3 Vaikutus kuluttajan ostopäätökseen

Oleellinen osa taloudellista kasvua on kysynnän kasvu. Tämä luonnollisesti tarkoittaa tuotteiden ja palveluiden kulutuksen lisääntymistä. Ympäristöllä on kuitenkin rajallinen kantokyky, mikä osaltaan kuitenkin rajoittaa talouden kasvua. Harmaalan ja Jallinojan mukaan ratkaisuksi on tarjottu kestävä kasvua ja tämän tukemiseksi kestävä kulutusta. Olennaista on ottaa huomioon kulutuksesta syntyvät ympäristövaikutukset. Viime vuosikymmenien aikana luonnonvarojen kulutus on ollut selvässä kasvussa ja monet kuluttajat ovat tämän tiedostaneet. Yrityksien merkitystä ympäristöongelmien ratkaisussa korostetaan yhä enemmän ja monet yritykset ovat pyrkineet ympäristöystävällisempiin muutoksiin. Yritykset eivät kuitenkaan ole yksin vastuussa ja myös kuluttajat voivat vaikuttaa esimerkiksi ympäristöystävällisiä tuotteita suosimalla. (Harmaala & Jallinoja 2012, 232 - 233; Rohweder 2004, 244 - 245.)

Yhtenä kulutuksen kohteena voisi korostaa hyödykkeitä. Selkein välitön ympäristövaikutus on sähkökäyttöisillä tuotteilla niiden energiankulutuksen takia. Näihin kuuluvat tietotekniikka,

elektroniikka sekä kodinkoneet. Välillisiä ympäristövaikutuksia syntyy raaka-aineiden kulutuksen, pakkausmateriaalin, logistiikan, käytettyjen koneiden hävityksen sekä ylipäättään itse tuotteen valmistuksen aiheuttamat päästöjen myötä. Hyödykkeiden valikoima laajenee jatkuvasti, joten kuluttajalla on enemmän valinnanvaraa ja mahdollisuus valita ympäristölle ystävällisempi tuote. Joillekin tuotteille on olemassa erilaisia merkintöjä, jotka helpottavat kuluttajien valintaa. Merkinnät voivat olla tuottajan itse lisäämiä tai yhteistyökumppanin myöntämiä. On kuitenkin huomioitava se, että vaikka tuote olisi kuinka ympäristöystävällinen tahansa, niin sillä, miten tuotetta käytetään tai varsinkin väärinkäytetään, on merkitystä. Hyvällä ohjeistuksella tätäkin voidaan yrittää ohjata. Tuotteissa on myös tärkeää ottaa huomioon sen kestävyys, kierrätettävyys sekä korjattavuus. Hyödykkeet ovat vain yksi suurimmista ympäristövaikutuksen aiheuttajista, joita etenkin niin yrityksen kuin kuluttajan tulisi ottaa huomioon. Muita mainitsemisen arvoisia ovat ruoka, asuminen ja liikkuminen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 232 - 238.)

Kuudennen tutkimuksen päivityksen mukaan vastuullisuus on nykypäivänä osa valtavirtaa. Tutkimuksessa tulee ilmi kahdeksan erilaista kuluttajatyyppeä. Osalle näistä kuluttajatyypeistä on tärkeää vaikuttaa ostopäätöksillään yhteiseen hyvään tekemällä vastuullisia ja merkityksellisiä ostopäätöksiä. Vastuullinen kuluttaminen ja eettiset arvot ovat siis selvästi nousussa. Osa kuluttajista selvästi pohtii oman kuluttamisensa vaikutuksia luontoon ja ympäristöön. Jotkut heistä ovat myös kiinnostuneita siitä, millaisissa oloissa tuotanto tapahtuu tai millaisia arvoja yrityksellä on. Kuluttajia ohjaa vastuullisuuden lisäksi muutkin tekijät, mutta kuten Kuudennen tutkimuksessa todetaankin: ”Vastuullisuus yksittäisenä teemana on kuitenkin ottanut mittavia askelia eteenpäin ja puhuttelee nyt merkittävästi laajempaa yleisöä kuin ennen.” Vaikka kuluttajilla on herännyt kiinnostusta kasvavissa määrin vastuullista kuluttamista kohtaa, niin suurimmalle osalle kuluttajista hinnalla ja helppoudella on merkitystä. Vastuullista kuluttamista on kuitenkin tukenut yleisen, taloudellisen tilanteen parantuminen. Sosiaalisella medially on ollut suuri vaikutus tähän. Siellä ekologiset ja ympäristöystävälliset vaihtoehdot ovat saaneet paljon hyödyllistä näkyvyyttä. (Degerman 2017; Kuudes 2016.)

#### 2.4 Kestävän kehityksen merkitys työntekijälle

On tärkeää, että työntekijät olisivat sitoutuneita kestävän kehityksen ja osallistuisivat sen mukaiseen toimintaan, mutta näin ei aina tapahdu. Yleensä suurimpana syynä tässä on yrityksen itsensä toiminta. Kaikki yritykset eivät sitouta työntekijöitään kestävään kehitykseen, mikä nyky-yhteiskunnassa ei käy järkeen liike-elämän suhteen. Kestävään kehitykseen liittyvää tietoa on aina vain enemmän saatavilla. Monesta tietolähteestä käy ilmi, että työntekijöiden sitouttaminen kestävään kehitykseen on yritykselle kannattavaa. Keskittymällä työntekijöiden aktiiviseen sitouttamiseen yritys voi vähentää käyttämiään resursseja sekä luoda taloudellisia säästöjä. Tämä on siis yritykselle kannattava sijoituksen kohde. Yhtenä syynä, miksi työntekijöiden sitouttaminen ei suju niin kuin pitäisi, ei ole se, että kestävään kehitykseen keskittyneitä ohjelmaa ei olisi, vaan se, että sen olemassa olosta ei olla tietoisia. Tässä keskeisenä ratkaisuna

olisi kommunikaation lisääminen eri kanavilla ja tehdä siitä säännöllistä, sillä työntekijät ovat tarkkaavaisia työympäristössään ja ottavat informaatiota vastaan monella tapaa. Monet yritykset jättävät kestävästä kehityksestä syntyvän hyödyn mittaamisen ja tuloksista ilmoittamisen vähälle huomiolle tai kokonaan tekemättä. Kaikki yritykset eivät ole tietoisia, miten heidän kannattaisi mitata kestävästä kehityksestä ja sen hyötyjä. Näin ollen, yritykset eivät pysty kertomaan työntekijöilleen tai muille sidosryhmille, kuinka hyvin kestävä kehityksen ohjelmat todella toimivat. (Stevens 2018.)

Yksi merkittävä toimintatapa, jolla voi olla kielteisiä vaikutuksia työntekijöiden sitoutumiseen, on roolipohjaisten sitoutumishjelmien suosiminen. Ne ovat kuitenkin todella tärkeitä ja hyödyllisiä ja niillä voi olla myönteisiä vaikutuksia energian, jätteiden, veden ja polttoaineen käyttöön. Stevensin mukaan yrityksen tulisi myös huomioida sitoutumishjelmissään myös laajaa työhön sitoutumista sekä henkilökohtaista kestävyttä. Näiden etuina ovat tietoisuuden, innovaatioiden ja kulttuurimuutosten edistyminen sekä työntekijöille välittyvä tunne siitä, että yritys välittää heistä niin töissä kuin kotonakin. On myös toinen alun perin hyväksi tarkoitettu toimintatapa, joka voi vaikuttaa kielteisesti. Monet yritykset pyrkivät sitouttamaan työntekijöitään kestävä kehityksen suhteen luomalla uudenlaisia ohjelmia, joissa keskeisenä roolina voi olla työntekijän kokemukset, kulttuuri tai sitouttaminen. Jos näitä ohjelmia ohjaa tiimi, jolla ei ole tarpeeksi tietoa kestävästä kehityksestä eikä ole henkilökohtaista kiinnostusta olennaisiin investointeihin, on tällä kielteinen vaikutus ohjelman toimimiseen. Sitoutumistavoitteiden suunnittelu ja toteutus on kannattavaa yhdistää. Kun yritys onnistuneesti sitouttaa työntekijänsä kestävä kehityksen ja yrityksen sosiaaliseen vastuuseen, molemmat osapuolet hyötyvät sitoutumistavoitteiden ohjelmista ja niiden vaikutusta on helpompi vertailla. Jokaiselle sitoutumistavoitteella tulisi tiimin sijasta valita johtaja tai päällikkö, joka pystyy varmistamaan, että ohjelman sisältö pitää paikkansa ja mittaustulokset vastaavat tavoitteita. Yritysten tulisi huomioida vahvojen, toimivien sitoutumishjelmien tärkeys ja ottaa ne osaksi toimintaansa. (Stevens 2018.)

Nykypäivänä on aina vain yleisempää, ettei samassa työpaikassa vietetä enää vuosikymmeniä eläkeikään saakka. Se lisää yrityksen puolelta haasteita hyvien työntekijöiden houkuttelussa ja heidän pitämisessään yrityksen riveissä. Tässäkin keskeisessä asemassa on työntekijän sitouttaminen työhön ja siihen liittyviin tehtäviin. Yritykselle on olennaista ottaa huomioon, millainen mielikuva ihmisillä on kyseisestä yrityksestä työnantajana. Tämä määrittelee usein sen, mitä yrityksen työntekijät odottavat yritykseltä. Kilpailu siitä, kuka saa houkuteltua parhaat osaajat itselleen, käy kuumana. Nykypäivänä on noussut esille trendi, jossa yritykset ovat aktiivisia oman työnantajamielikuvansa vaikuttamisen suhteen. Rekrytoinnissa työnantajamielikuva on todella keskeisessä asemassa ja sillä on selkeitä syy-seuraamussuhteita, joita ovat:

- Tunnetumpi työnantajamielikuva = Enemmän hakijoita
- Houkutteleva työnantajamielikuva = Parempia hakijoita
- Omalta tuntuva työnantajamielikuva = Sitoutuneimpia hakijoita

Olellaisin näistä syy-seuraamussuhteista on viimeksi mainittu, sillä monille työnhakijoille on mielekkäämpää löytää omalta tuntuva työtä, jossa viihtyy pidempään. Tällaiset työnhakijat on todennäköisemmin helpompi sitouttaa yritykseen ja sen toimintaan. Tästä syystä, yrityksen tulisi olla selvillä siitä, mitä yrityksen kannalta tärkeimmät osajat ovat mieltä yrityksestä ja millainen kuva heillä on yrityksestä työnantajana. (Kinnunen 2019.)

Yrityksille on tärkeää, että heillä on riveissään osaavia ja motivoituneita työntekijöitä. Usein työntekijöitä kiinnostaa juuri toimintatavat, joilla on myönteinen vaikutus. Yrityksen kannalta on tärkeää saada asiakkaat, niin kuluttajat kuin yrityksetkin, vakuuttuneiksi tuotteiden ja palveluiden kestävydestä. Työntekijät ovat yleensä yrityksen ääni tämän suhteen. Tämän takia sitoutuneet ja hyvin informoidut työntekijät ovat arvokkaita yritykselle. Yrityksen tulisi jo ensimmäisten vaiheiden kohdalla rakentaa kestävä yrityskulttuuria työntekijöitään kouluttamalla ja osallistuttamalla. Työntekijälle kestävä kehitys ei yleensä näy palkoissa tai voittomarginaalien seurannassa. Siksi yrityksen tulisi kouluttaa henkilökuntaansa kestävästä kehityksestä ja siitä, miten se näkyy yrityksen toiminnassa. Tällä tavalla työntekijän henkilökohtainen vastuuntunto kasvaa ja näkemys kestävästä kehityksestä muuttuu hyvän tekemisestä (doing good) hyvin tekemiseksi (doing well). Muutoksia tehdessä on tärkeää, että työntekijäkin on tietoinen siitä, miksi ne tapahtuvat. Kouluttaminen yksin ei riitä vaan työntekijää pitää innostaa osallistumaan kestäväan kehitykseen ja sitoutumaan siihen. Olellaista on, että työntekijä saa tunnustusta panoksestaan ja positiivisesta muutoksesta palkitaan. Näiden palkkioiden ei tarvitse olla suuria, vaan ideana on noteerata mitä on saatu aikaan ja saada työntekijälle arvostettu olo. Yritykselle voi olla kannattavaa edistää tervettä kilpailua yrityksessä ja joko viikoittain tai kestävyystavoitteiden saavutuksen myötä osoittaa arvostustaan jollain tapaa, esimerkiksi kirjoittamalla yrityksen tai tiimin yhteiselle kommunikaatiokanavalle onnistumisesta ja/tai palkitsemalla tästä vaikkapa elokuvalipuilla. (Edwardss 2018; Stevens 2018.)

Kuten Kinnunen toteaa ”menestyvä yritys on usein työntekijöidensä summa”. Tuotteisiin ja palveluihin voi panostaa vaikka kuinka paljon, mutta yksin niillä ei liike-elämässä edetä. Ne eivät riitä korvaamaan osaavia ja motivoituneita työntekijöitä. Aiheeseen perehtyneet tutkijat sekä HR-alan ammattilaiset ovat yhtä mieltä siinä, että sitoutuneiden työntekijöiden avulla yritys tekee parempaa tulosta. Yrityksen kaikkien työntekijöiden, ylimmästä johdosta rivityöntekijään, tulisi olla henkilökohtaisesti sitoutunut yrityksen toimintaan. Olellaista on, että työntekijöitä johdetaan esimerkin kautta. Kestävässä kehityksessä usein johtajien teot puhuvat sanoja äänekkäämmin ja ovatkin tärkeässä asemassa yrityksen arvojen vahvistamisessa työntekijöissä. On myös tärkeää, että yritys tukee työntekijöitään ja välttelee vaatimasta työtehtävien suhteen liikaa heiltä. Työntekijälle tulisi olla selvää, mistä ja miten he saavat tarvittaessa tukea. On tärkeää, että yksinkertaisempien tehtävien kanssa resurssit ovat kunnossa ja haasteellisimpien kanssa tuetaan ohjauksella ja asiantuntijuudella. Myös sillä, millaisina työtehtävät koetaan, on suuri merkitys. Merkitykselliset ja motivoivat työtehtävät ovat monille työntekijöille mielekkäitä. Jos työ on vaativaa, sen merkityksellisyys on selvemmin havaittavissa,

mutta vähemmän haastavissa ja yksinkertaisimmissa työtehtävissä työn merkityksellisyys saattaa jäädä pimentoon. Oletuksena on, että kaikki yrityksen toiminnot ovat merkityksellisiä ja siksi työntekijöiden tulisi olla tietoisia panoksensa tärkeydestä yritykselle ja sen vaikutuksesta isompaan kokonaisuuteen. Työntekijän kannalta on motivoivaa, kun tulee tunne, että omaa työpanosta arvostetaan ja se otetaan huomioon. Yrityksen kaikkien työntekijöiden, ylimmästä johdosta rivityöntekijään, tulisi olla henkilökohtaisesti sitoutunut yrityksen toimintaan. Kestävän kehityksen tavoitteita toteutettaessa on välttämätöntä, että työntekijöiden sitoutuminen on kunnossa, jotta kestävä kehitys toteutuisi yrityksen toiminnassa. (Edwards 2018; Kinnunen 2019.)

### 3 Kohdeyritys ja kestävä kehitys

Clas Ohlson huomioi kestäväen kehityksen tärkeyden ja se vaikuttaa yrityksen toimintaan sekä tavoitteisiin pitkällä aikavälillä. Clas Ohlson kertoo kattavasti omilla sivuillaan, kuinka haluaa toiminnallaan osoittaa olevansa vastuullinen yritys, jolle kestävä kehitys on tärkeä osa liiketoimintaa. Yritykselle on tärkeää, että asiakkaat ja työntekijät kokevat tuotteet ja palvelut turvallisiksi ja vastuullisiksi. Halutaan, että kaikille välittyisi, että tuotteet valmistetaan hyvissä olosuhteissa ja kuljetuksessa huomioidaan vaikutus ympäristöön ja ilmastoon mahdollisimman pienellä kuormituksella. Tämä on olennainen osa Clas Ohlsonin omaa vastuullisuusohjelmaa, jonka mottona onkin ”Kohti kestävää kehitystä”. Motolla viitataan siihen, että Clas Ohlson on tärkeällä matkalla eikä suinkaan vielä perillä. Tästä välittyy halu jatkaa kestäväen kehityksen tavoittelua. Yhteiskunta ja liiketoiminta kehittyvät jatkuvasti ja kestäväen kehityksen merkitys korostuu aina vain enemmän ja Clas Ohlson haluaa olla mukana tässä kehityksessä. Kestävä kehitys otetaan huomioon yrityksen strategiassa ja tätä kautta auttaa ohjaamaan organisaation toimintaa. Palveluita ja tuotevalikoimaa pyritään kehittämään jatkuvasti vastuullisemman elämäntavan tukemiseksi. (Clas Ohlson 2019d.)

Clas Ohlsonin toimintaa ohjaavat myös eettiset periaatteet. Olennainen osa näitä eettisiä periaatteita on kunnioitus ympäristöä ja ihmisiä kohtaan. Tavoitteena on rehellinen liiketoiminta, joka on eettisesti kestävää eikä loukkaa muita. Näin ollen, liiketoimintaan liittyviä päätöksiä ei saa ohjata henkilökohtaisen, kolmannen osapuolen tai lähipiiriin kuuluvan edun tavoittelua. Lahjuksia ei tule missään nimessä ottaa vastaan eikä niitä myöskään saa tarjota tai maksaa. Luonnollisesti osa eettistä ja rehellistä liiketoimintaa, jota Clas Ohlson harjoittaa, sisältää myös lakien ja määräysten noudattamisen. Myös Institutet Mot Mutor -järjestön ohjeet lahjoista, palkkioista ja muista etuuksista sekä järjestön hallinnoima Näringslivskoden-ohjeisto ohjaa yrityksen toimintaa. Clas Ohlson on julkisesti julkaissut 15 eettistä periaatetta, joita yritys noudattaa. (Clas Ohlson 2019c.)

### 3.1 Vastuullisuus tärkeänä teemana

Osana vastuullisuusohjelmaansa Clas Ohlson on luokitellut itselleen kahdeksan olennaisinta vastuullisuusteemaa. Yritys on käynyt läpi prosessin, jossa on suoritettu vuoropuhelua tärkeimpien sidosryhmien kanssa osana prosessia. Tämän prosessin kautta ovat esiin nousseet seuraavat teemat:

1. Vastuullisempaa elämäntapaa tukevat tuotteet
2. Resursseja tehokkaasti hyödyntävät liiketoimintamallit
3. Houkutteleva työpaikka
4. Energiatehokkuus
5. Tuotteiden materiaalit ja kemikaalit
6. Ihmisoikeudet ja työehdot
7. Eettinen liiketoiminta
8. Yhteiskunnallinen rooli. (Clas Ohlson 2019d.)

Clas Ohlson on huomannut kuluttajien kiinnostuksen kasvaneen kestävästä kehityksestä kohtaan ja näin ollen myös kysynnän kasvun vastuullisimmille tuotteille. Vuonna 2020 yhtenä fokuksena onkin vastuullinen tuotevalikoima, josta vähintään 25 % olisi vastuullista elämäntapaa tukevia, ja tätä kautta selvempi rooli kiertotaloudessa. Clas Ohlson pyrkii korostamaan asiakkaille, mitkä valikoiman tuotteet vastaavat heidän odotuksiaan vastuullisuuden suhteen. Tuotteille on määritelty vastuullisuuskriteerit helpottamaan tämän korostumista ja niistä pitäisi vähintään yhden vaatimuksen täyttyä, jotta tuotetta voisi kutsua vastuullisempaa elämäntapaa tukevaksi. Näitä kriteereitä ovat:

- kodin energian- tai vedenkulutuksen väheneminen,
- parempi ympäristöarvo (esim. ympäristömerkitty tuote)
- kierrätyksen helpotus tai kierrätysmateriaalista valmistus
- uudelleenkäytettävyys tai vähempi jätteen määrä
- materiaalien optimointi tai tiettyjen kemikaalien poisjätö

Mainittuja vastuullisuuskriteerejä kehitetään ja päivitetään Clas Ohlsonin vastuullisuusosaston toimesta. (Clas Ohlson 2019d.)

Clas Ohlson noudattaa tuotteille ja palveluille määrättyjä lakisääteisiä vaatimuksia ja osassa tuotteissa sekä tuoteryhmissä yritys on itse tiukentanut vaatimuksia. Näitä tuoteryhmiä ovat muun muassa lasten tuotteet, elintarvikkeet ja tuotteet, jotka joutuvat ihon kanssa kosketuksiin. Clas Ohlson testaa tuotteitaan ja valvoo niiden valmistusta ja sitä, että tavarantoimittajat toimivat Clas Ohlsonin vaatimusten mukaisesti. Etenkin käytettävien materiaalien ja kemikaalien kanssa ollaan tarkkoina ja niiden vaatimustasoja muutetaan vuosittain uusien tieteellisten tutkimusten myötä. Asiakkaalle halutaan tarjota turvalliseksi todettuja tuotteita. (Clas Ohlson 2019d.)

Olellaisena osana Clas Ohlsonin pitkäaikaisia tavoitteita on luoda ja ylläpitää resurssitehokasta arvoketjua. Tämä pitää sisällään tuotteiden uudelleenkäytön ja kierrätyksen sekä tuotteiden, palveluiden ja työskentelytapojen jatkuvan kehityksen. Tärkeää tässä kehitysprosessissa on löytää resursseja säästäviä ratkaisuja, panostaa uudelleenkäytettävyyteen sekä pidentää tuotteiden käyttöikää. Näin Clas Ohlson pyrkii lisäämään resurssitehokkaiden ratkaisujen osuutta tuotevalikoimassa. (Clas Ohlson 2019d.)

Työtavoissa tavoitellaan vastuullisuutta, läpinäkyvyyttä ja kiertotalouden edistämistä. Tuotteiden elinkaarta pyritään pidentämään korjaus- ja huoltopalveluin ja varaosia myymällä. Vuonna 2017 uutena palveluna tuli osaan myymälöistä mahdollisuus vuokrata työkaluja, jottei kuluttajien tarvitse ostaa kaikkea omaksi. Myös kierrätykseen kannustetaan esimerkiksi antamalla rahallista hyvitystä vanhoista mustekaseteista ja -patruunoista. Clas Ohlsonin oman merkin mustepatruunat täytetään uudelleen, mikäli niiden kunto täyttää vaatimukset. Se on ensimmäinen onnistunut esimerkki yrityksen tavoitteesta ottaa käytettyjä tuotteita ja komponentteja vastaan uudelleenkäyttöä varten. (Clas Ohlson 2019d.)

Niin kilpailukyvyyn kuin kestävän kehityksen kannalta osaavien työntekijöiden houkuttelu yritykseen ja heidän siellä viihtyminen on Clas Ohlsonille kannattavaa. Työnhakijalle ja työntekijälle on usein tärkeää, että yrityksellä on oikeanlainen arvopohja, viihtyisä työympäristö ja se toimii vastuullisesti. Siihen Clas Ohlson pyrkiikin. Tämän lisäksi monimuotoisuus työpaikalla on tärkeää Clas Ohlsonille ja se on yksi puoli toiminnassa mitä yritys haluaa korostaa toiminnassaan. (Clas Ohlson 2019d.)

Tällä hetkellä Clas Ohlsonin tuotteista yli 70 prosenttia on valmistettu maissa, joissa riski nettelytavoista poikkeamista on valitettavasti kohonnut. Yritys kuitenkin pyrkii valvomaan toimintaansa, tekemään tarkastuksia ja samalla tarjoamaan koulutusta muiden yritysten ja organisaatioiden kanssa. Tavoitteena on työehtojen, ihmisoikeuksien ja ympäristöä koskevien vaatimusten noudattaminen sekä kestävän kehityksen tukeminen. Clas Ohlson on tehnyt yhteistyötä Sedexin kanssa vuoden 2017 alusta lähtien. Sedex toimii maailmanlaajuisesti ja tukee toiminnallaan eettistä kaupankäyntiä. Organisaation avulla Clas Ohlson pystyy parantamaan osto- ja toimitusketjujen vastuullisuutta ja saamaan tärkeää tietoa, jota voidaan hyödyntää työntekijöiden oikeuksien, terveyden ja turvallisuuden parantamisessa sekä liiketoiminnan eettisyyden lisäämisessä ja ympäristökuormituksen vähentämisessä. Toinen merkittävä yhteistyökumppani tällä saralla on QuizRR. Yhdessä tämä toisen ruotsalaisyrityksen kanssa Clas Ohlson on järjestänyt yli 9 000 koulutustilaisuutta liittyen työntekijöiden oikeuksiin, terveyteen ja turvallisuuteen vuoteen 2018 mennessä. Sekä Clas Ohlson että QuizRR palkittiinkin tästä vuonna 2018 Sedexin toimesta ”Parhaana uutena ohjelmana”. Clas Ohlson on tehnyt selväksi, että Clas Ohlsonille on tärkeää lasten oikeudet. Yritys ei hyväksy lapsityövoimaa ja tukee Kiinassa lapsityönvastaista työtä. (Clas Ohlson 2018; Clas Ohlson 2019d.)



### 3.2 Ympäristömerkit ja sertifikaatit

Ympäristömerkkien tarkoituksena on tarjota puolueetonta tietoa tuotteiden vaikutuksesta ympäristöön. Niiden avulla myös ohjataan tuotteiden valmistustapoja sekä kulutusta ympäristön kannalta säästävempään suuntaan. Ympäristömerkinnät helpottavat yritysten ja kuluttajien valintoja, kun haetaan ympäristöystävällisiä, vastuullisia tuotteita. Ympäristömerkkejä on olemassa useita erilaisia ja Clas Ohlsonilla saa näkyvyyttä niistä etenkin kolme eri merkkiä. Näitä ovat Pohjoismainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki, Euroopan ympäristömerkki eli Kukka-merkki ja energiamerkintä. Näiden lisäksi Clas Ohlsonilla on vastuullisuutta korostamassa myös kaksi sertifikaattia, FSC sekä Öko-Tex. (Ympäristöhallinto 2016.)

Clas Ohlsonilla ympäristömerkeistä näkyvin on Pohjoismainen ympäristömerkki, tutummin Joutsenmerkki (Kuva 2.). Se on kuluttajan näkökulmasta varmasti yksi tunnetuimmista ja luotetuimmista ja syystäkin, koska tänä vuonna merkki juhlii 30-vuotista taivaltaan. Joutsenmerkinnän käytön valvonnasta Suomessa on vastuussa Ympäristömerkintä Suomi Oy. Joutsenmerkin tavoitteena on edistää kestäväää kehitystä askel askeleelta. Merkille on asetettu kriteerit, joita tiukennetaan noin 3-5 vuoden välein, jonka vuoksi Joutsenmerkittyjen tuotteiden määrissä on vaihtelua vuosittain. Kriteerejä muutettaessa otetaan huomioon uudet ympäristöön liittyvät tiedot, tekniikan kehittyminen sekä sen hetkinen markkinatilanne. Kriteerit on määritelty noin 60 eri tuoteryhmälle. Joutsenmerkki on vapaaehtoinen, joten sen vaatimukset kriteereiden suhteen voivat olla säädettyjä lakeja tiukemmat. Jos tuote tai palvelu täyttää sille asetetut kriteerit, voi yritys tällöin hakea Joutsenmerkkiä kyseiselle tuotteelle tai palvelulle. Vuoden 2016 toukokuussa Clas Ohlsonin Joutsenmerkki-tuotteet valittiin kuukauden merkkituotteeksi. Tuolloin Clas Ohlsonilla oli arviolta 150 Joutsenmerkittyä tuotetta, kuten tulostuspaperia, kynttilöitä, paristoja sekä siivoustuotteita. Tämän jälkeen Clas Ohlson on lisännyt Joutsenmerkittyjen tuotteiden määrää ja korostanut sitä nettisivuillaan, sosiaalisessa mediassa ja kivijalkamyymälöissä. (Ympäristömerkintä Suomi Oy 2016; Ympäristömerkintä Suomi Oy 2019.)



Joutsenmerkki 30v

Kuva 2: Joutsenmerkki (Ympäristömerkintä Suomi Oy 2019.)

Euroopan ympäristömerkki (Kuva 3), eli Kukkamerkki, on Joutsenmerkkiä aavistuksen myöhemmin luotu eli vuonna 1992 Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella. Sen tarkoituksena on tukea Euroopan yhteisön kestävästä kulutuksesta sekä edistää politiikkaa, joka vähentää kulutuksen ja tuotannon aiheuttamia negatiivisia vaikutuksia ympäristöön, terveyteen, ilmastoon ja luonnonvaroihin. EU-maiden lisäksi Euroopan ympäristömerkki on myös käytössä Islannissa, Liechtensteinissa, Norjassa sekä Sveitsissä. Jokaisessa maassa on määritelty organisaatio, jonka vastuulla on merkin käytön valvonta. Suomessa tämä organisaatio on Ympäristömerkintä Suomi Oy, eli sama kuin Joutsenmerkillä. Merkinnällä halutaan tukea tuotteita, jotka ovat ympäristöystävällisempiä kuin tuotteet ilman tätä merkkiä. Tuorein asetus Euroopan ympäristömerkinnän suhteen on astunut voimaan vuoden 2010 helmikuussa. (Ympäristömerkintä Suomi Oy 2019.)



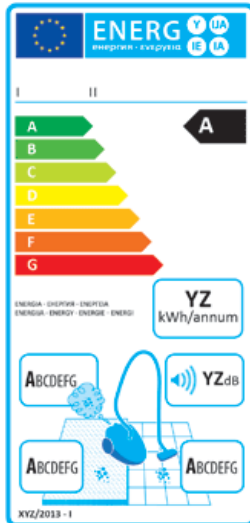
Kuva 3: Euroopan ympäristömerkki. (Ympäristömerkintä Suomi Oy 2019.)

Energiamerkintä on toinen monille suomalaisille tuttu merkintä, jota valvoo Suomessa Turvallisuus- ja kemikaalivirasto, lyhemmin Tukes. Merkintä on luotu helpottamaan kuluttajaa löytämään energiatehokkaampia tuotteita. Energiamerkintä kertoo tuotteen energiankulutuksesta vertailukelpoisella tavalla. Tämä merkintä koskee muun muassa sähkölaitteita, esimerkiksi imureita (Kuva 4.), sekä erilaisia sähkölämmittimiä. Energiamerkinnällä on omat vaatimuksensa ja kuten Tukesin sivuilla todetaan, nämä koskevat niitä tuoteryhmiä, joista on säädetty tuoteryhmäkohtainen toimeenpanopäätös. Energiamerkintä on muista mainituista merkeistä lakisääteinen, eikä siten ole vapaaehtoinen. Energiamerkintää koskeva lainsäädäntö on yhtenäistä koko EU-alueella, sillä se on säädetty Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella (Energiamerkintäasetus (EU) 2017/1369). Tuotteen tulee täyttää seuraavat Tukesin sivuilla mainitut energiamerkintäasetuksen vaatimukset:

- tuote on varustettu toimeenpanosäädöksen mukaisella energiamerkillä ja tuoteselosteella ja
- energiamerkinnän ja tuoteselosteen tiedot ovat oikein
- energiamerkintä on kiinnitetty myyntipaikassa
- energiatehokkuusluokka on mainittu tuotteessa, jos tuotteen mainonnassa mainitaan hinta tai energiaan liittyviä tietoja

- etämyynissä ja verkkokaupoissa myytävien tuotteiden yhteydessä annetaan vaadittavat tiedot.

(Turvallisuus- ja kemikaalivirasto 2019.)



Kuva 4: Pölynimureiden energiamerkintä. (Motiva Oy 2019.)

Forest Stewardship Councilin, lyhemmin ja tutummin FSC, merkki on maailmanlaajuisesti käytettävissä ja se edistää kestävää kehitystä ympäristöystävällisen, taloudellisesti kannattavan ja sosiaalisesti hyödyllisen metsänhoidon kautta. Tämän kaltaisen metsän hoidon elementit ja vaatimukset on määritelty FSC:n kriteereiden ja periaatteiden perusteella. Kriteerit helpottavat periaatteiden toteutumisen arviointia. Molemmat julkaistiin ensimmäistä kertaa vuonna 1994 ja uusimmat versiot ovat vuodelta 2012. Jotta FSC-sertifikaatti (Kuva 5) voidaan myöntää, sen kaikkien kriteereiden ja periaatteiden on toteuduttava. Vaikka FSC onkin maailmanlaajuinen, Suomessa FSC:n omat työryhmät ovat laatineet kansalliset FCS-standardit. (Forest Stewardship Council 2019.)



Kuva 5: FSC 100 % -merkki. (Forest Stewardship Council 2019.)

Öko-Tex, tai englanninkielestä tuttu Oeko-Tex, on kansainvälinen sertifiointi, joka tekstiileihin liittyvien tuotteiden testaamiseen. Myös Clas Ohlsonilla käytetty STANDARD 100 -merkinnällä viitataan siihen, että kyseinen tekstiilituotteen kaikki osat, langat, napit ja muut mukaan lukien, on testattu vahingollisten haitta-aineiden varalta ja on näin ollen ekologisesti vaarattomaksi todettu. Öko-Tex testaa tuotteet itsenäisesti ja riippumattomasti organisaation itse laatimien kriteereiden perusteella. STANDARD 100 -merkinnässä (Kuva 6) sovelletaan kansainvälisiä ja kansallisia vaatimuksia tiukemmin, jotta voidaan välttää ihmisille haitallisia aineita tehokkaammin. Kriteereitä päivitetään vähintään kerran vuodessa ja päivityksessä otetaan huomioon tuoreimmat tieteelliset tutkimukset tai laissa säädetyt vaatimukset. Tuottajille ja kuluttajille voi olla haastavaa seurata vahingollisten aineiden säädöksiä ja Öko-Tex pyrkiiikin tekemään sen heidän puolestaan. (Oeko-Tex 2019.)



Kuva 6: Oeko-Tex STANDARD 100 -merkki. (Oeko-Tex 2019.)

#### 4 Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimus suoritettiin laadullista tutkimusmenetelmää hyödyntäen ja tutkimuksessa käytetty kysely tehtiin avoimena. Tutkimus tehtiin Clas Ohlson Kampin myymälän henkilökunnalle anonyymisti.

##### 4.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä. Siinä missä kvantitatiivisella, eli määrällisellä, tutkimuksella kerätään yleistettävää tietoa, jota käsitellään tilastollisina yksiköinä, laadullisessa tutkimuksessa vältellään tätä. Määrällinen tutkimus keskittyy lukumääriin ja prosenttiosuuksiin ja sitä näin ollen voi kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Laadullinen tutkimuksen lähdeaineisto on laajaa ja siinä otetaan huomioon ilmiön ilmeneminen monesta eri näkökulmasta. Tällä tavalla saadaan syväli-

sempää näkökulmaa yksilötasolla tutkittuun ilmiöön. Laadullinen tutkimus saattaa saada luonteensa takia kritiikkiä. Verrattaessa pintapuolisempaan määrälliseen tutkimukseen, laadullinen tutkimus voi vaikuttaa paremmalta vaihtoehdolta. Se saatetaan kuitenkin kokea harhaanjohtavammaksi. Tutkimusmenetelmäksi tulisi valita se vaihtoehto, joka tukee tutkimuksen aihetta paremmin. Mutta kuten Luuppala, Mäkinen ja Räisänen toteavat: ” Kaikki tutkimus on lähinnä vain pinnan koskettelua eikä tutkimuksella voida koskaan saavuttaa ilmiötä kokonaisuudessaan ja sen suuremmalla merkityksellä.” (Luuppala, Mäkinen & Räisänen 2017.)

Laadulliseen tutkimukseen voi kerätä tietoa monella eri tavalla ja monesta eri lähteestä, yleisimpinä haastattelu, kysely, havainnointi ja erilaiset dokumentit. Laadullisessa tutkimuksessa ei tarvitse valita vain yhtä tapaa vaan niitä voi myös yhdistellä tai käyttää rinnakkain. Laadullista tutkimusta ei voi siis tarkasti rajata vain yhteen tiettyyn menetelmään, vaan se voidaan suorittaa mahdollisesti parhaaksi uskotulla tai koetulla tavalla. Jos tarkoituksena on selvittää, mitä ihminen ajattelee jostain tietystä aiheesta, on järkeenkäypää kysyä sitä suoraan. Tästä syystä haastattelu tai kysely ovat loogisia vaihtoehtoja tutkimuksen suoritustavaksi. Oikeilla kysymyksillä voi saada paljon irti tutkimukseen vastaavan ihmisen näkökulmasta ja siitä, mitä kerrottavaa hänellä oikeasti on ilmiön suhteen. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 83 - 84.)

Laadullista tutkimusta tehdessä on tärkeää huomioida mahdolliset haasteet ja tutkimuksen luotettavuus. Vaikka tutkimus voisi olla mielenkiintoista suorittaa useammasta eri näkökulmasta, aineistoa käsiteltäessä tulee valita vain yksi näkökulma, johon keskittyy tutkimuksessaan. Siitä tulee tutkimukselle niin sanottu punainen lanka. Selvän teoreettisen viitekehyksen avulla pysytään keskittymään aineiston olennaisimpiin havaintoihin. Laadullisessa tutkimuksessa voi välillä tulla paljonkin hyviä havaintoja, mutta silti niitä saatetaan karsia tai yhdistellä, jotta kuva selkeytyisi. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida monella tapaa eikä siihen ole olemassa mitään yksiselitteistä ohjetta. Tuomin ja Sarajärvin mukaan tutkimuksen tulisi arvioida kokonaisuutena ja heidän mukaansa siihen liittyvät seuraavat tekijät:

- tutkimuksen kohde ja tarkoitus
- tutkijan omat sitoumukset kyseisessä tutkimuksessa
- aineiston keruu
- tutkimuksen tiedonantajat
- tutkija-tiedonantaja-suhde
- tutkimuksen kesto
- aineiston analyysi
- tutkimuksen luotettavuus sekä
- tutkimuksen raportointi.

Tuomi ja Sarajärvi kuitenkin painottavat, että vaikka kaikkien tekijöiden kohdalla olisi toimittu onnistuneesti, pitää niiden silti myös toimia oikein suhteessa toisiinsa. (Alasuutari 2011; Tuomi & Sarajärvi 2017, 163-164.)

## 4.2 Aineiston kerääminen ja käsittely

Tutkimuksen suoritustavaksi valittiin avoin kysely, joka sisälsi yhtä monivalintaa lukuun ottamatta avoimia kysymyksiä eikä lisäkysymyksiä haastattelijan puolelta esitetty. Tämän perusteella kyselyä pystyy kuvailemaan täysin strukturoimattomaksi. Osa kyselyyn vastanneista teki tarkentavia kysymyksiä ja heitä autettiin ymmärtämään, mitä kysymyksellä tarkoitettiin. Osalta vastaajista myös kysyttiin tiettyihin kysymyksiin tarkennusta. Tämä tiedonhankintatapa on lähellä Tuomen ja Sarajärven kuvaamaa avointa haastattelua. Avoimen haastattelun tapaan viitekehys oli selkeä ja ilmiö oli ennalta määritelty. Tuloksia analysoidessa oli kuitenkin otettava huomioon se, että tutkittavan ilmiön tietäminen etukäteen voi vaikuttaa vastauksiin. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 88 - 89.)

Ensimmäinen kysymys oli kyselyn ainoa kysymys, joka ei ollut avoin, vaan monivalintakysymys. Kysymyksessä kysyttiin, mitä vastaaja uskoo kestävän kehityksen sisältävän ja valitsemaan näistä yhden tai useamman vaihtoehdon. Vaihtoehtoina olivat taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu, yrityksen vastuu omasta toiminnastaan, kulttuurinen vastuu sekä ekologinen vastuu. Kuten opinnäytetyössä on aiemmin jo avattu, kestävän kehityksen ulottuvuudet ovat neljä näistä. Yrityksen vastuu omasta toiminnasta -vaihtoehto ei kuulu ulottuvuutena kestävään kehitykseen, mutta kun opinnäytetyössä ja kyselyssä on keskeisessä asemassa yrityksen toiminta osana kestävää kehitystä, niin siinä mielessä tämäkin on oikea vastaus. Kysymyksellä oli tarkoitus selvittää, miten vastaaja ymmärtää kestävän kehityksen, mikä terminä ei ole kaikille vielä tuttu. Kyselyn muut kysymykset olivat avoimia.

Aineistoa kerättiin suorittamalla avoin kysely Clas Ohlson Kampin myymälän henkilökunnalle. Kyselyssä ei huomioitu sukupuolta, ikää tai työkokemuksen määrää Clas Ohlsonilla, vaikka tässä oli selkeitä eroja, niin ei se ole tässä tutkimuksessa keskiössä. Kyselyyn osallistui kolme esimiestä ja yksitoista työntekijää. Kyselyyn osallistuneiden nimiä ei julkaista ja heidän vastauksiaan käsitellään anonymisti ja niin, ettei niistä voi tunnistaa vastaajaa. Tämä kerrottiin kaikille kyselyyn osallistuneille ennen kyselyn suorittamista. Usein on helpompaa puhua anonymisti kuin omalla nimellä ja tämän tutkimuksen kannalta vastaajien henkilöllisyydellä ei ollut merkitystä. Anonymistilla vastaustavalla toivottiin, että vastaaja puhuisi rohkeammin mieleensä tulevista asioista ja antaisi näin ollen arvokasta näkemystä tutkittuun ilmiöön.

Alun perin oli tarkoitus suorittaa kysely haastatteluna, mutta aikataulun puitteissa se jouduttiin suorittamaan kyselynä. Yhden vastaajan vastaukset otettiin kuitenkin vastaan avoimen haastattelun muodossa. On mahdollista, että haastattelulla olisi voinut saada enemmän irti kyselyyn vastanneilta, mutta silti useassa vastauksessa näkyi selvästi pohdinta ja se, että kysymyksiä oli mietitty. Vastauksia alettiin analysoida vasta sitten, kun kaikki vastaukset oli saatu. Ne kerättiin kaikki samaan muotoon Microsoft Word -dokumentille helpottamaan niiden lukemista ja

läpikäymistä. Kaikki vastaukset luettiin läpi ja sen perusteella päädyttiin siihen, millaisissa aihealueissa niitä avattaisiin ja analysoitiin.

Tutkimuksen tuloksen analysoinnin voi toteuttaa monella eri tavalla. Tämän opinnäytetyön tutkimuksessa on hyödynnetty alun perin tutkija Timo Laineen runkoa analyysin etenemisvaiheista, jotka Tuomi ja Sarajärvi (2018, 104) ovat jäsentäneet seuraavasti:

1. Päätä, mikä tässä aineistossa kiinnostaa ja tee vahva päätös.
2. A) Käy läpi aineistoa, erota ja merkitse ne asiat, jotka sisältävät kiinnostuksesi.  
B) Kaikki muu jää pois tutkimuksesta!  
C) Kerää merkityt asiat yhteen ja erilleen muusta aineistosta.
3. Luokittele, teemoita tai tyyppittele aineisto.
4. Kirjoita yhteenveto.

Tutkimusta analysoidessa oli myös huomioitava se, että tämä on vain yhden myymälän kokemus kestävästä kehityksestä. Tutkimuksessa ei käy ilmi se, että myymälöillä saattaa olla hieman erilaiset toimintatavat ja erilaisilla ihmisillä on erilaisia tapoja kokea asioita. Myös Clas Ohlsonin ulkopuoliset tekijät (esimerkiksi kauppakeskus, jossa myymälä toimii) saattavat vaikuttaa siihen, miten kestävä kehitys näkyy toiminnassa. Nämä eivät kuitenkaan ole tutkimuksen aiheena, joten niistä ei tule enää toista mainintaa.

## 5 Tulokset

Opinnäytetyön tarkoituksena oli ottaa selvää, miten kestävä kehitys nähdään ja koetaan henkilökunnan näkökulmasta Clas Ohlson Kampin myymälässä. Tavoitteena oli myös selvittää, miten he kokevat kestävä kehityksen vaikuttavan heidän toimintaansa. Tätä selvitettiin avoimen kyselyn avulla. Kysymyksiä oli yhteensä kuusi ja vain yksi näistä oli monivalintakysymys. Muuten kysymykset olivat avoimia. Suurin osa vastasi kysymyksiin ilman lisäkommunikaatiota, mutta osa esitti tai heille esitettiin tarkentavia kysymyksiä.

Vastauksia lähdettiin analysoimaan erottelemalla esimiesten ja työntekijöiden kokemukset ja toiveet kestävä kehityksen suhteen. Lopuksi niitä vertaillaan yhdessä ja selvittää niiden yhteneväisyyksiä ja eroja. Vertailun perusteella pyrittiin löytämään, mikä on onnistunutta ja missä voisi vielä kehittyä.

### 5.1 Kestävä kehitys esimiesten näkökulmasta

Esimiehillä oli hyvä käsitys siitä, mitä kestävä kehitys oikein pitää sisällään. Yksi vastanneista oli selvästi perehtynyt asiaan ja osasi sanoa, ettei yrityksen vastuu omasta toiminnasta virallisesti kuulu kestävä kehityksen piiriin, mutta on omalla tavallaan kuitenkin osa sitä. Heillä

myös tuntui olevan tiedossa millaisia toimia kestävän kehittämisen suhteen Clas Ohlsonilla tehdään.

Avoimissa vastauksissa oli ekologisuus selvästi painopisteenä. Esimiehet osasivat ottaa kestävän kehityksen muutkin vastuualueet huomioon. Vaikka muutamia toiveita kehityksen kohteiden suhteen nousi esiin, niin esimiehet kuitenkin kokivat kestävän kehityksen näkyvän ja toteutuvan Clas Ohlsonilla.

#### 5.1.1 Esimiesten kokemukset kestävästä kehityksestä

Esimiehet pääosin kokivat, että kestävä kehitys näkyy Clas Ohlsonilla usealla eri tavalla. Selvästi heidän tiedossaan oli, että Clas Ohlson on matkalla kohti kestävästä kehitystä ja tätä kautta heidän mukaansa näkyvästi parempaan suuntaan. Heillä oli hyvin tiedossa, mitä toimia tehdään kestävän kehityksen eteen. Kestävän kehityksen koettiin myös Clas Ohlsonilla ohjaavan toimintaa monella eri tapaa ja esimiesten kokemuksen mukaan sitä tavoitellaan toiminnassa.

Kaikkien esimiesten vastauksista korostui, että kierrätys koettiin tärkeäksi ja näkyväksi osaksi Clas Ohlsonin matkaa kohti kestävästä kehitystä. Myymälä ottaa vastaan muun muassa vanhoja ja rikkiäisiä laitteita, lamppuja, mustepatruunoita, paristoja ja ongelmajätettä ja ne kaikki kierrätetään erilaisia kanavia hyödyntäen. Asiakkaiden jättämien kierrätettävän materiaalin lisäksi nousi myös esille vastuu myymälässä syntyvien jätteiden lajittelusta ja asianmukaisesta kierrättämisestä. Yhtenä teemana korostui hävikin minimointi. Esimerkiksi jos tuote on edelleen myyntikuntoinen, ei sitä tule heittää roskiin, vaan laitetaan takaisin myyntiin. Jokainen tilanne arvioidaan ja toimitaan tilanteen mukaan vastuullisesti. Olennaisena osana mainittiin myös tuotteen korjaaminen tarvittaessa tai mahdollisten varaosien tilaaminen ja näin ollen käyttöä pidentäminen. Esimiesten vastauksista korostui myös viallisten tuotteiden ja reklamaatioiden kirjaaminen koneelle, koska tämän avulla voidaan harkita mahdollisia toimia tuotteiden suhteen, jos vika on jollain tapaa yleinen, toistuva tai jopa vaarallinen. Tuotteita kuljettaessa mainittiin valinnat, joissa suosittiin ympäristöä vähemmän rasittavia vaihtoehtoja, kuten junat ja laivat.

Yhtenä kestävästä kehityksestä vaikuttavana puolena korostui muovin vähentäminen. Kaikki esimiehet mainitsivat tästä. Esimerkkeinä mainittiin muovipussien vaihtuminen sokeriruokopusseihin, muovin käytön väheneminen pakkausmateriaaleissa ja muovisten kertakäyttöisten tuotteiden poistumisessa. Pakkausmateriaaleihin koettiin voitavan vaikuttaa Clas Ohlsonin sisäisten viestintäkanavien kautta. Vastuullisuuden koettiin myös näkyvän enemmän tuotevalikoimassa. Esimiesten mielestä tämä näkyy muun muassa materiaalivalinnoissa ja kestävyuden parantamisessa.



Kaikki esimiehet pitivät tärkeänä sitä, että asiakkaallekin kestävä kehitys ja vastuullisuus välittyisivät oman työpanoksen kautta. Asiakaspalvelu koettiin olennaiseksi osaksi kestävästä kehitystä. Asiakaspalvelijana he kokivat pystyvänsä valistamaan asiakasta erilaisista Clas Ohlsonin tarjoamista kierrätysmahdollisuuksista ja tarjota heille kestävämpiä vaihtoehtoja tuotteiden suhteen. Yhtenä vaikuttamiskeinona koettiin kestokassien tarjonta muovipussin sijasta. Asiakkaille koettiin kestävä kehityksen välittyvän myös myymälässä käytettävien materiaalien kautta. Esimiehet kokivat, että niihin on panostettu koko ajan vain enemmän ja enemmän. Suurin osa näistä materiaaleista tulee myymälän ulkopuolelta ja auttavat korostamaan kestävästä kehitystä tukevien tuotteiden ja palveluiden näkyvyyttä. Olennaisena pidettiin, että nämä materiaalit ovat hyvin esillä ja viesti välittyisi asiakkaalle. Tänä vuonna korostettiin entistä enemmän Joutsenmerkittyjä tuotteita, vaikka ne eivät ole mikään uusi tuttavuus ja sen olivat esimiehet selvästi huomioineet ja kaksi heistä mainitsi asiasta erikseen. Myös muut ympäristömerkinnät ja sertifikaatit koettiin tärkeiksi kestävä kehityksen välittymisen suhteen. Kestävä kehitys ja vastuullisuusteema ovat myös aiempaa paremmin näkyvillä markkinoinnissa, muuan juuri myymälän materiaaleissa ja sosiaalisessa mediassa, sekä lehdistötiedotteissa.

Etenkin kestävä kehityksen sosiaalisen puolen esimiehet kokivat monella tapaa. Henkilöstön hyvinvoinnista huolehditaan ja työyhteisössä tavoitellaan monimuotoisuutta. Yksi esimiehistä koki tärkeäksi, että Clas Ohlsonilla on töissä eri ikäisiä ja eritaustaisia ihmisiä ja jokainen saisi olla rohkeasti oma itsensä, jonka mainitsi olevan olennainen osa yrityksen arvoja. Työharjoitteluun otetaan ihmisiä, joilla todella monimuotoiset taustat ja heitä pyritään tukemaan työssä siinä, missä muitakin. Tämän esimiehen mukaan juuri työharjoittelussa näkyy hyvin monimuotoisuuden suosiminen. Iso osa harjoittelijoista tulee ammattikoulun kautta, mutta myös muiden töihin oppimista halutaan tukea.

Kokoukset ja palaverit ovat luonnollisesti olennainen osa esimiesten työnkuvaa ja osassa niistä koettiin kestävä kehityksen näkyvän. Tulee huomioida, että kokouksen tai palaverin aiheellakin on vaikutus siihen, onko kestävästä kehityksestä edes olennaista käsitellä. Kuitenkin osassa kokouksista on käyty jopa todella laajasti kestävästä kehityksestä ja vastuullisuudesta läpi.

#### 5.1.2 Esimiesten toiveita kestävä kehityksen parantamisen suhteen

Esimiesten mukaan kestävä kehitykselle annetaan paljon arvoa ja silti on kyseessä vain pintaraapaisu. Koettiin, että konttorin ja ylemmän tason työntekijät ovat esimiehiäkin paremmin selvillä kestävästä kehityksestä ja vastuullisuuteen liittyvissä asioissa. Esille nousikin ajatus, että henkilöstön tietoisuutta kestävästä kehityksestä pyrittäisiin lisäämään ja muutenkin nostaa asiaa paremmin henkilöstön tietoisuuteen. Uskottiin, etteivät kaikki ole tietoisia millaisia toimia oikeasti tehdään taustalla, ja näitä toimia on paljon. Yksi esimiehistä hyvin ilmaisinkin, että jos ei tiedä jostain asiasta, niin ei voi myöskään tietää, onko se edes olemassa. Asioita toivottiin käytävän paremmin läpi ja tietoisuutta lisättävän. Esimiehillä oli luottoa, että tämä

lisäisi arvostusta omaan työhön ja työnantajaan. Haluttiin että henkilöstön lisäksi myös asiakkaille vastuullisuusteema korostuisi nykyistä paremmin.

Vaikka tuotteiden pakkaamiseen ja kehittämiseen liittyvissä ehdotuksissa on olemassa oma ryhmänsä Clas Ohlsonin sisäisessä viestintäkanavassa, siellä puhutaan usein vain yksittäisistä tuotteista. Yhdeltä esimieheltä nousi toiveena, että jatkossa muovin käyttöä pakkauksissa vähennettäisiin entistä enemmän. Vaikka siinä koettiin tapahtuneen paljon parannusta, olisi sen suhteen vielä parantamisen varaa. Toisella esimiehellä toiveena oli tuotannon lisääminen Euroopassa tai jopa Pohjoismaissa. Tämä toive oli osittain syntynyt asiakaskohtaamisten myötä, jossa joitakin asiakkaita, etenkin ulkomaalaisia tai turisteja, on kummastuttanut se, että iso osa tuotteista valmistetaan Kiinassa. Tällä toiveella uskottiin olevan positiivinen vaikutus niin henkilöstön kuin asiakkaidenkin mielikuvaan Clas Ohlsonista.

## 5.2 Kestävä kehitys työntekijöiden näkökulmasta

Työntekijöidenkin vastauksissa korostui ekologisuus ja se, kuinka paljon arvoa sille annettiin. Aihe oli selvästi monia kiinnostava ja heillä oli paljon sanottavaa asian suhteen. Monille se oli aihe, joka tuntui tärkeältä, ajankohtaiselta ja läheiseltä.

Monista kuitenkin huomasi, että kestävä kehitys terminä ei ollut täysin tuttu ja kaikki eivät osanneet liittää siihen taloudellista ja sosiaalista puolta. Osalla taas oli paljon kestävään kehitykseen liittyvää tietoa. Yleisesti ottaen tietoa kestävästä kehityksestä ja siihen liittyvistä toimista toivottiin enemmän.

### 5.2.1 Työntekijöiden kokemukset kestävästä kehityksestä

Yleisesti ottaen työntekijät kokivat kestävä kehityksen näkyvän heidän työssään. Vastaan tuli kuitenkin paljon vaihtelua sen suhteen, miten se nähtiin ja koettiin työssä. Suurin osa kuitenkin oli sitä mieltä, että kestävä kehitys ohjaa heidän työtään vaihtelevissa määrin Clas Ohlsonilla ja Kampin myymälässä. On kuitenkin huomioitavaa, että osa ei kokenut sen vaikuttavan juurikaan työhönsä.

Työntekijöiden vastauksista korostui eniten kierrättäminen ja erilaiset kierrätysmahdollisuudet. Yhdeksän vastaajaa mainitsi kierrättämisen jollain tapaa. Koettiin tärkeäksi, että asiakas voi tuoda muun muassa vanhat lamput, paristot, mustepatruunat, ongelmajätteen sekä sähkö- ja elektroniikkaromut. Eräs myyjä korosti, että Clas Ohlsonille voi tuoda vaikka mitä sekajätteen heittäminen sijasta ja moni koki, että asiakkaillekin tämä on ollut mieltä. Hävikin välttäminen monessa muodossa nousi myös työntekijöiden vastauksissa esille. Suurin osa mainitsi erikseen pyrkivänsä mahdollisimman vähäiseen hävikkiin. Yhtenä hyvänä keinona korostui reklamaatiotilanteissa toimiminen. Koettiin, että on tärkeää kirjata ylös mikä tuotteessa on ollut vikana, jotta saadaan arvokasta статистиikka, mistä päätellä, onko tuote hyvä vai huono ja

ottaa tämä huomioon tuotteita kehittäessä. Tuotteiden kehitys ja niiden valmistuksen vastuullisuus oli myös selvästi noteerattu työntekijöiden keskuudessa. Positiivisesti kahden työntekijän vastauksista korostui muun muassa se, että tuotteet valmistetaan hyvissä olosuhteissa ja ettei niiden valmistuksessa käytetä lainkaan lapsityövoimaa.

Muovin käyttöön liittyen tuli työntekijöiltä paljon vastauksia. Se on selvästi työntekijöitä kiinnostava ja puhuttava aihe. Moni mainitsi muun muassa sen, kuinka kertakäyttöastiat ovat poistuneet valikoimasta, muovipussit ovat muuttuneet muovisista sokeriruokoisiksi ja että enää ilmaisia pusseja ei ole. Osa mainitsi muovipakkausten vähentyneen, mutta silti korostui, että osan mielestä muovia käytetään yhä liikaa. Vastausten perusteella ainakin kolme vastaajista oli tietoisia siitä, miten esimerkiksi pakkausmateriaalien käyttöön pystyy vaikuttamaan Clas Ohlsonin sisäisiä viestintäkanavia hyödyntäen, mutta kaikilla tämä ei tuntunut olevan tiedossa. He eivät sitä suoraan sanoneet, mutta sen pystyi päättämään vastauksia analysoidessa. Kuitenkin, ne työntekijät, jotka tästä mainitsivat, kokivat, että tätä viestintäkanavaa hyödyntämällä tullaan usein kuulluksi ja muutoksiakin on nähty.

Lähes kaikki työntekijät kokivat asiakaspalvelun toimivaksi keinoksi vaikuttaa vastuullisuuteen ja kestäväan kehitykseen. Moni työntekijä puhuikin kierrätysmahdollisuuksien kertomisesta asiakkaalle. Esille myös nousi asiakkaan valistaminen tuotteista ja niiden pitkistä takuista. Koettiin tärkeäksi, että asiakasta neuvotaan valitsemaan kahdesta tuotteesta se kestävämpi ja ympäristöystävällisempi tuote ja suosittelemaan tuotteita, joiden käyttöikä voi pidentää varaosien avulla eikä tarvitsisi aina ostaa uutta. Tätä pidettiin hyvän asiakaspalvelun ja vaikuttamiskeinon lisäksi hyvänä keinona vähentää myös hävikkiä. Yhtenä hyvänä vastauksena korostui myös asiakkaiden tarpeiden huomioiminen ja sen perusteella oikean tuotteen suositteleminen. Neljä työntekijää oli huomionnut kestäväan kehityksen näkymisen myymälän, verkkosivujen ja sosiaalisen median mainonnassa ja koki sen olennaiseksi osaksi vastuullisuuden korostamista.

Neljä työntekijöistä oli noteerannut monimuotoisuuden näkymisen ja tasa-arvon toteutumisen myymälässä. Heidän mukaansa henkilökunta kunnioittaa toinen toisiaan ja he ovat toistensa tukena. Clas Ohlsonilla koettiin olevan syrjinnän ja kiusaamisen suhteen nollatoleranssi. Monimuotoisuuden koettiin näkyvän omien työntekijöiden lisäksi myös työharjoittelijoiden kanssa. Vaikka monimuotoisuuden koettiin toimivan, niin pienen osan vastauksista nousi ilmi, etteivät he koe juuri voivansa vaikuttaa kestäväan kehitykseen rivityöntekijänä, eikä heitä kuunnella tarpeeksi kestäväan kehitykseen liittyvien asioiden suhteen. Koettiin, ettei ole tarpeeksi tietoa, jotta tiedettäisiin, miten se kestävä kehitys oikeasti siellä taustalla toimii. Yksi työntekijöistä mainitsikin, että kestäväällä kehityksellä voisi olla positiivinen vaikutus työpaikan ilmapiiriin ja työn mielekkyyteen.

### 5.2.2 Työntekijöiden toiveita kestävästä kehityksen parantamisen suhteen

Työntekijöiden kysymyksistä huomattiin, että monilta löytyi paljon erilaisia ehdotuksia muutosten suhteen. Kestävä kehitys selvästi mietitytti ja se koettiin todella tärkeäksi osaksi toimintaa. Siihen haluttiin voida vaikuttaa entistä enemmän ja työntekijöiden mukaan kehittämisen kohteita löytyisi.

Kuten aiemmin mainittiin, koettiin, ettei kestävästä kehitykseen pystytä vaikuttamaan tarpeeksi tehokkaasti ja siitä ei tiedoteta tarpeeksi hyvin. Lähes kaikkien vastauksista korostui halu päästä vaikuttamaan kestävästä kehitykseen. Siksi nousikin toiveita esiin, joissa haluttiin helpotusta ja selkeytystä rivityöntekijän palautteenantoon. Tässä haluttiin hyödyntää sisäisiä viestintäkanavia tehokkaammin ja paremmin toiminnoin. Palautetta ei haluttaisi ainoastaan tuotteista ja niiden pakkausmateriaaleista, vaan myös Clas Ohlsonin toimintamalleista. Niitä ei kukaan alkanut kritisoida, mutta toiveissa on paremmat vaikutusmahdollisuudet. Työntekijät olivat myös kestävästä kehityksestä aiheena kiinnostuneita ja sen suhteen toivottiin enemmän tietoa, koulutusta ja keskustelua.

Tuotteiden kehittämisen suhteen työntekijöiltä oli myös paljon muutosehdotuksia. Pakkausmateriaaleihin ja etenkin muovin käyttöön toivottiin parannusta. Toivottiin, että tarpeettomat muoviset pakkausmateriaalit ja osat jäisivät historiaan. Tuotteiden suhteen haluttiin entistä kestävämpiä, parempia ja pitkäikäisiä tuotteita, jotka tukisivat kestävä kehitystä tehokkaammin. Tuotteiden tuotannossa toivottiin, että massatuotantoa vähennettäisiin ja panostettaisiin entistä enemmän tuotteiden laatuun. Työntekijöiden vastauksista kävi myös ilmi, että toivottiin pitkän matkan takaa tulevien tuotteiden vähentämistä ja tuotannon siirtoa lähemmäksi Pohjoismaita.

Vaikka kierrätys on jo isossa roolissa, siihen haluttiin panostettavan vielä enemmän. Todella monen työntekijän vastauksista nousi huoli siitä, että vieläkin heitetään liikaa tuotteita menemään, joita voisi vielä hyödyntää jollain tapaa. Tuotteen myyntikuntoon vaikuttaa monikin asia ja vaikkei tuote olisi enää myyntikunnossa, ei siitä tulisi hankkiutua eroon vaan löytää joku muu ratkaisu. Se, ettei tuote ole enää myyntikunnossa, ei tarkoita sitä, etteikö tuotetta voisi käyttää. Työntekijöiden yleisin ehdotus tähän olikin hyväntekeväisyyteen lahjoittaminen. Yhteistyötä toivottiin jokin tai joidenkin hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa, jotta tuotteesta olisi vielä hyötyä jollekin eikä menisi hukkaan. Kaksi työntekijää mainitsikin, että heidän mielestään tämän kaltaiset toimet auttaisivat Clas Ohlsonia parantamaan ja vakiinnuttamaan imagoaan kilpailumarkkinoilla.

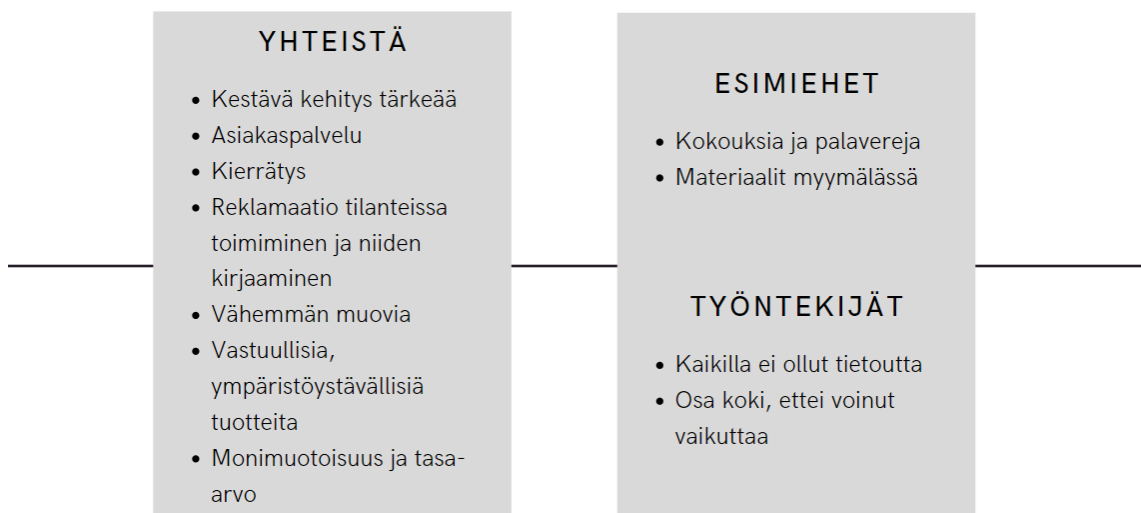
## 6 Yhteenveto

Tutkimuksen myötä tuli ilmi, että esimiehien ja työntekijöiden vastauksista löytyy paljon samaa, mutta myös poikkeavuuksia. Sekä esimiehet että työntekijät kertoivat paljon samankaltaisia esimerkkejä siitä, miten kestävä kehitys näkyy heidän työssään ja minkä suhteen olisi vielä parantamisen varaa. Vastauksista löytyi myös eroavuuksia näiden suhteen. Vastausten pohjalta pystyi nostamaan esiin kehitysehdotuksia.

### 6.1 Tulosten yhteenveto

Vaikka esimiesten ja työntekijöiden vastauksissa oli paljon samanlaisia painotuksia kestäväan kehitykseen liittyen, oli niissä silti selvä ero. Esimiehet tuntuivat olevan tietoisempia kestäväan kehityksen toimintatapojen suhteen verrattuna työntekijöihin. Esimiehet olivat tyytyväisempiä kestäväan kehityksen nykytilanteeseen Clas Ohlsonilla. Toisaalta, työntekijöillä oli paljon muutosehdotuksia ja ideoita aiheeseen liittyen. Molemmilta osapuolilta löytyi selvästi kiinnostusta kestäväan kehityksen ja lisätiedon hankintaan. Molemmat osapuolet osasivat kertoa paljon erilaisia käytännön esimerkkejä kestäväan kehityksen ilmenemisen suhteen. Itse asiassa näitä käytännön esimerkkejä oli niin paljon, ettei niitä kaikkia voitu ottaa esille, vaan piti keskittyä niistä tärkeimpiin.

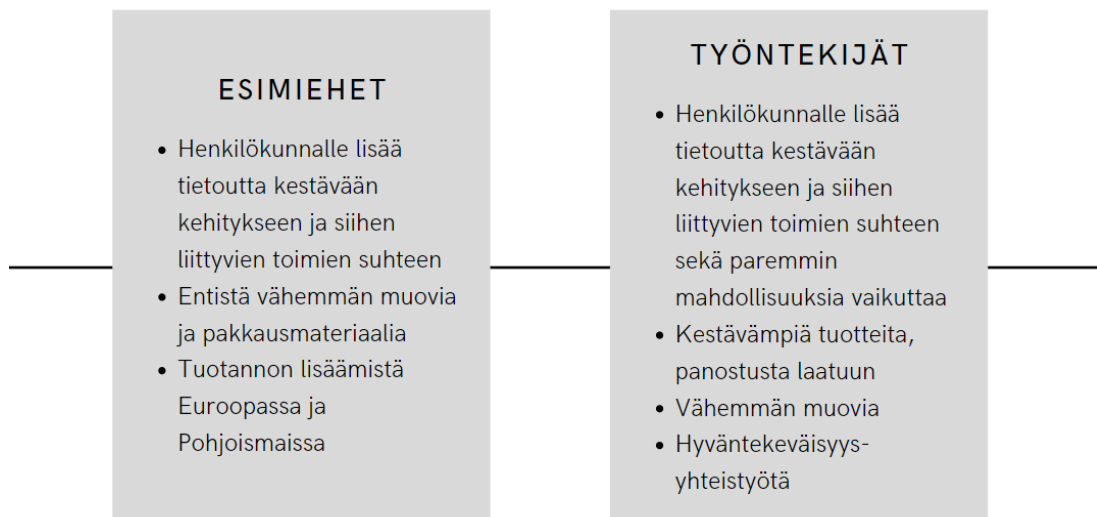
Esimiehet ja työntekijät nostivat monia samoja puolia kestävästä kehityksestä esiin. Heidän vastauksissaan löytyi myös eroavuuksia, kuten alla olevasta kuviossa (Kuvio 4) tulee ilmi.



Kuvio 4: Miten kestävä kehitys koettiin.

Olennaisena, jokapäiväisenä kestäväen kehityksen vaikutuskeinoina korostuivat sekä työntekijöillä että esimiehillä asiakaspalvelu ja kierrättäminen. Tutkimuksessa selvisi, että nämä vaikutuskeinot tukivat toisiaan usein. Koettiin, kun asiakkaalle kerrottiin kestävästä kehityksestä tuotteista ja monipuolisista kierrätysmahdollisuuksista voitiin edistää myymälässä tapahtuvaa vastuullisuutta. Tällä koettiin saavan lisäarvoa Clas Ohlsonille niin asiakkaan kuin työntekijänkin näkökulmasta.

Sekä esimiehiltä että työntekijöiltä tuli lukuisia muutosehdotuksia kestäväen kehitykseen ja kuinka siihen voidaan vaikuttaa. Muutosehdotuksissa oli paljon samaa, mutta työntekijöiltä tuli enemmän ehdotuksia kuin esimiehiltä, kuten kuvio 5) käy ilmi.



Kuvio 5: Mitä muutosehdotuksia tuli esille.

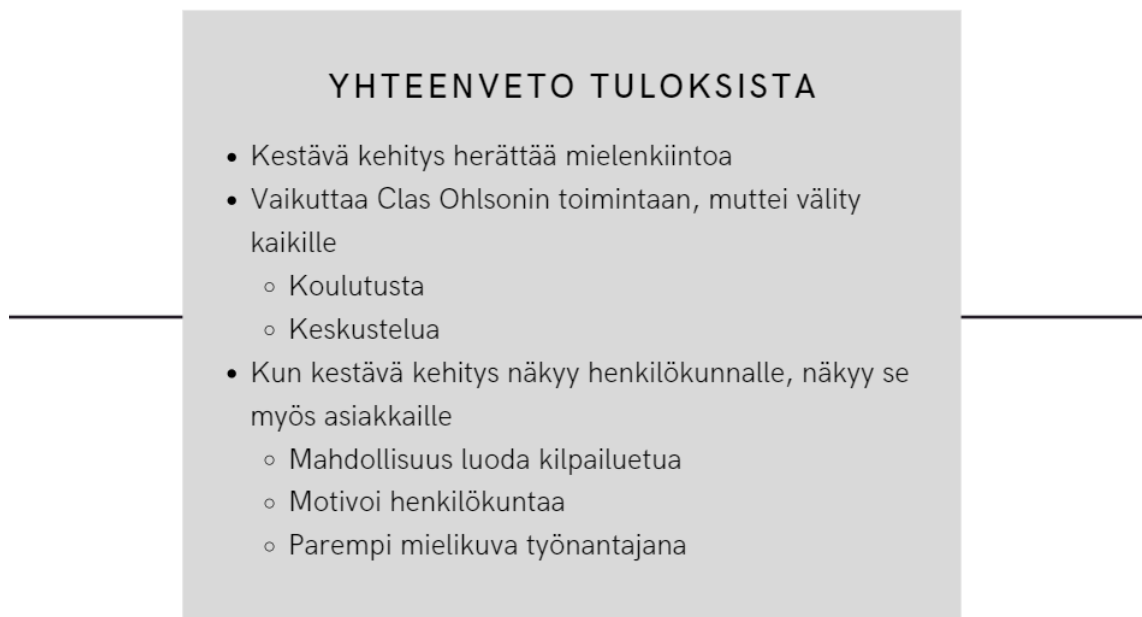
Esimiesten ja työntekijöiden vastauksista selvisi, että he olivat tietoisia ympäristöön vaikuttavista tekijöistä ja se korostui muutostoiveissa. Tuotteiden tuotannon ja kuljetuksen suhteen oli molemmilla osapuolilla kehitysehdotuksia. Haluttiin, että tuotteiden tuotanto siirtyisi lähemmäksi Pohjoismaita ja muovista vähennettäisiin etenkin pakkausmateriaalien käytön suhteen. Työntekijöillä nousi selvästi toive entistä tehokkaammasta kierrätyksestä. He tarjosivat monia ehdotuksia toimintatapojen suhteen. Eniten korostui hyväntekeväisyyteen lahjoittaminen. Tähän panostamalla uskottiin ennen kaikkea vaikuttavan hävikin määrän pienemiseen, mutta uskottiin sillä olevan positiivinen vaikutus myös Clas Ohlsonin imagoon. Monille tämä tuntui todella tärkeältä, sydäntä lähellä olevalta aiheelta.

Molemmilla osapuolilla nousi merkityksellisesti esiin toive paremmasta ja laajemmasta tiedotuksesta kestäväen kehityksen ja siihen liittyvien toimien suhteen. Kuten esimiesten vastauksia

läpikäytäessä todettiin, eivät henkilöstön jäsenet voi olla tietoisia tiettyjen toimintojen olemassa olosta, jos heille ei ole edes kerrottu niistä. Avoimemmalla tiedotuksella, lisäkoulutuksen tarjoamisella sekä työyhteisössä keskustelemalla uskottiin saatavan edistystä aikaan. Henkilökunnalta löytyy kiinnostusta asiaan ja sitä kannattaisi ehdottomasti hyödyntää liiketoiminnassa.

## 6.2 Pohdinta

Kestävä kehitys on yhteiskunnallisesti vahvasti esillä ja herättää mielenkiintoa ja keskustelua julkisuudessa. Se on vahvasti esillä sosiaalisessa mediassa ja vaikuttaa kasvavissa määrin asiakkaankin ostokäyttäytymiseen. Yrityksille on erittäin tärkeää, että toiminnassa otetaan kestävä kehitys huomioon ja että se myös näkyy ulospäin. Kestävällä kehityksellä on myös monia muita positiivisia vaikutuksia yrityksen toimintaan ja kannattavuuteen. Se ei ole ollut turhaan merkittävästi esillä julkisuudessa eikä sen tärkeyttä meidän kaikkien kannalta voida yhtään vähätellä. Kestävä kehitys tulee olemaan nyt ja tulevaisuudessa tärkeä osa yhteiskunnan ja yritysten toimintaa. Tuloksia analysoidessa kestävä kehityksen merkitys nousi esiin ja tämä näkyy alla olevassa kuviossa (Kuvio 6).



Kuvio 6: Yhteenveto tuloksista.

Kestävä kehitys vaikuttaa selvästi Clas Ohlsonin toimintaan ja sitä kautta myös henkilökunnan jokapäiväiseen toimintaan. Tutkimuksessa kävi ilmi, että vaikka kestävä kehitys ja vastuullisuus näkyy toiminnassa, siihen toivottiin parannusta. Se koettiin tärkeäksi osaksi toimintaa ja Clas Ohlsonin pitäisi korostaa sitä aiempaa enemmän ja ottaa se näkyvämmäksi osaksi myyntitariinaansa. Vastuullisuus on jo nostettu tärkeäksi teemaksi, mutta sitä tulisi korostaa niin, että se

välittyisi myös myymälöihin ja myyjille paremmin. Suurin osa asiakaskohtaamisista tapahtuu myymälöissä ja myymälän henkilökunnan kanssa. Myyjät ovat yleensä niitä henkilöitä, keneltä asiakas saa tietoa tuotteista, palveluista ja mahdollisuuksista vaikuttaa. Jos asiakasta mietityttää kestävä kehitys ja vastuullisuus asioinnin yhteydessä, saattavat he kysyä näitä askarruttavia kysymyksiä paikalla olevilta myyjiltä. Vaikka paljon tietoa löytyykin, niin on kuitenkin olemassa paljon enemmän tietoa, josta olisi hyötyä niin henkilökunnalle kuin asiakkaillekin. Onkin tärkeää, että tieto välittyisi asiakkaille mahdollisimman selvästi ja näkyvästi. Kuten teoriaosuudessa käy ilmi, yhä useamman asiakkaan ostovalintoja ohjaa kestävä kehitys. Asiakkaat myös kiinnittävät huomiota yritykseen, joka osaa korostaa vastuullisia arvojaan näkyvästi ja avoimesti. Tulevaisuudessa Clas Ohlson voi luoda itselleen kilpailuetua korostamalla etenkin kestävä kehitystä ja vastuullisuuttaan. Koska yritykseltä löytyy jo nyt potentiaalia ja motivoitunutta henkilökuntaa, se pitää pyrkiä hyödyntämään tehokkaasti.

Koko henkilökunnan vastauksista korostui kiinnostus kestävään kehitykseen ja tutkimuksessa selvisi, että juuri tietoa kaivattiin enemmän. Henkilökuntaa olisi hyvä jatkossa valistaa paremmin kestävästä kehityksestä, sen sisällöstä ja mitä toimia Clas Ohlson tekee sen eteen. Olisi tärkeää, että viesti vastuullisuudesta välittyisi koko organisaatiolle ja myös sen sidosryhmille. Vaikka Clas Ohlsonin omilta sivuilta saa jo nyt hyvin laajasti tietoa kestävästä kehityksestä, eivät kaikki tästä edes tiedeet. Clas Ohlsonin tulisi informoida ja kouluttaa henkilökuntaa kestävästä kehityksestä. Yrityksen pitäisi myös kannustaa henkilökuntaa keskustelemaan aiheesta enemmän niin yksittäisen myymälän henkilökunnan kuin koko organisaation kesken. Kestävä kehitys on aiheena tärkeä ja ajankohtainen. Sillä ja sen näkyvyydellä voi olla suuri merkitys motivointiin, työn mielekkyyteen ja yrityksen menestymiseen. Kestävä kehitys on monille tärkeä asia. Yritys, joka jakaa työntekijän tai työnhakijan kanssa samat arvot, houkuttelee luokseen työvoimaa, joka on motivoitunutta ja valmis sitoutumaan. On tärkeää luoda entistä parempi mielikuva työnantajana kestävä kehitystä ja sen toimia korostamalla.



## Lähteet

### Painetut

Harmaala, M. & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sano-  
maPro Oy.

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta - sanoista teoiksi. Helsinki: Edita.

Pohjola, A. & Särkelä, R. 2011. Sosiaalisesti kestävä kehitys. Vaasa: Fram.

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu - kestävä kehitystä organisaatiotasolla. Porvoo: WSOY.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Uudistettu painos.  
Helsinki: Tammi.

### Sähköiset

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Viitattu 29.11.2019.

<https://www.elliblibrary.com/book/978-951-768-385-2>

Alila, A., Gröhn, K., Keso, I. & Volk, R. 2011. Sosiaalisen kestävyuden käsite ja mallintaminen.  
Viitattu 1.12.2019.

[https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/73333/URN%3ANBN%3Afi-  
fe201504224532.pdf?sequence=1](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/73333/URN%3ANBN%3Afi-fe201504224532.pdf?sequence=1)

Clas Ohlson. 2018. Stories. Viitattu 29.11.2019

<https://about.clasohlson.com/fi/story/>

Clas Ohlson. 2019a. About Clas Ohlson. Viitattu 18.11.2019.

<https://about.clasohlson.com/fi/>

Clas Ohlson. 2019b. Liikeidea, missio ja arvot. Viitattu 22.11.2019.

[https://about.clasohlson.com/fi/tietoa-meista/hallinto-liiketoimintamalli-arvot/liikeidea-  
missio-ja-arvot/](https://about.clasohlson.com/fi/tietoa-meista/hallinto-liiketoimintamalli-arvot/liikeidea-missio-ja-arvot/)

Clas Ohlson. 2019c. Eettiset periaatteet. Viitattu 22.11.2019

[https://about.clasohlson.com/fi/tietoa-meista/hallinto-liiketoimintamalli-arvot/hallinto-  
kaytannot-ohjeistot/eettiset-periaatteet/](https://about.clasohlson.com/fi/tietoa-meista/hallinto-liiketoimintamalli-arvot/hallinto-kaytannot-ohjeistot/eettiset-periaatteet/)

Clas Ohlson. 2019d. Vastuullisuus. Viitattu 24.11.2019.

<https://about.clasohlson.com/fi/vastuullisuus>

Degerman, R. 2017. Vastuullinen kuluttaminen lisääntyy, mutta suurinta osaa kiinnostaa eniten hinta ja helppous. Viitattu 4.12.2019.

<https://yle.fi/uutiset/3-9930079>

Edwards, C. 2018. How to Increase Employee Engagement in Sustainability. Viitattu 1.12.2019.

<https://www.businessnewsdaily.com/10868-increase-employee-sustainability-engagement.html>

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2019. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. Viitattu 30.11.2019.

<https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>

Forest Stewardship Council. 2019. FSC:n periaatteet ja kriteerit. Viitattu 29.11.2019.

<https://fi.fsc.org/fi-fi/sertifiointi/periaatteet-ja-kriteerit>

Kinnunen, J. 2019. Työntekijän sitouttaminen - 3 nyrkkisääntöä. Viitattu 1.12.2019.

<https://atalent.fi/blog/nyrkkisaannot-tyontekijan-sitouttamiseen-osa-1>

Kuudes. 2016. Tiedostava kuluttaja. Viitattu 23.11.2019.

<https://kuudes.com/tiedostavakuluttaja/>

Luuppala, A., Mäkinen, K. & Räisänen, K. 2017. Tutkimusmenetelmät / Soluessee. Viitattu 25.11.2019.

<https://esseepankki.proakatemia.fi/tutkimusmenetelmat/>

Oeko-Tex. 2019. Standard 100 by Oeko-Tex. Viitattu 29.11.2019.

<https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/standard-100-by-oeko-tex>

Rantanen, L. 2008. Mikä on ekologinen jalanjälki. Viitattu 3.12.2019.

<https://www.vihrealanka.fi/node/1149>

Stevens, S. 2018. 4 reasons fewer employees are engaged in sustainability, and what to do about it. Viitattu 1.12.2019.

<https://www.greenbiz.com/article/4-reasons-fewer-employees-are-engaged-sustainability-and-what-do-about-it>

Suomen YK-liitto. 2017. Agenda 2030. Viitattu 1.12.2019.

[https://www.ykliitto.fi/sites/www.ykliitto.fi/files/media/Agenda2030\\_pikkukirjannen\\_2017.pdf](https://www.ykliitto.fi/sites/www.ykliitto.fi/files/media/Agenda2030_pikkukirjannen_2017.pdf)

Suomen YK-liitto. 2019. Agenda 2030. Viitattu 1.12.2019.

<https://www.ykliitto.fi/yk-teemat/kestava-kehitys/kestavan-kehityksen-tavoitteet>

Suomen ympäristökeskus. 2018a. Globaalit vaikutukset huomioitava myös Suomessa. Viitattu 2.12.2019.

[https://www.syke.fi/fi-FI/Suomi\\_ja\\_kestava\\_hyvinvointi/Planeetan\\_reunaehdot\\_on\\_otettava\\_huomioon/Globaalivaikutukset\\_huomioitava\\_myos\\_Suo\(47893\)](https://www.syke.fi/fi-FI/Suomi_ja_kestava_hyvinvointi/Planeetan_reunaehdot_on_otettava_huomioon/Globaalivaikutukset_huomioitava_myos_Suo(47893))

Suomen ympäristökeskus. 2018b. Planeetan reunaehdot on jo osin ylitetty. Viitattu 1.12.2019.

[https://www.syke.fi/fi-FI/Suomi\\_ja\\_kestava\\_hyvinvointi/Planeetan\\_reunaehdot\\_on\\_otettava\\_huomioon/Planeetan\\_reunaehdot\\_on\\_jo\\_osin\\_ylitetty\(47892\)](https://www.syke.fi/fi-FI/Suomi_ja_kestava_hyvinvointi/Planeetan_reunaehdot_on_otettava_huomioon/Planeetan_reunaehdot_on_jo_osin_ylitetty(47892))

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto. 2019. Energiamerkintä. Viitattu 29.11.2019.

<https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/sahkolaitteet/energiamerkinta>

Valtioneuvoston kanslia. 2019. Mitä kestävä kehitys on. Viitattu 2.12.2019.

<https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys>

Ympäristöhallinto. 2016. Ympäristömerkit. Viitattu 29.11.2019.

[https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus\\_ja\\_tuotanto/Tuotesuunnittelu\\_ja\\_tuotteet/Ymparistomerkit](https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Tuotesuunnittelu_ja_tuotteet/Ymparistomerkit)

Ympäristömerkintä Suomi Oy. 2016. Toukokuun merkkituote: Clas Ohlsonin Joutsenmerkki-tuotteet. Viitattu 29.11.2019.

<https://joutsenmerkki.fi/toukokuun-merkkituote-clas-ohlsonin-joutsenmerkki-tuotteet/>

Ympäristömerkintä Suomi Oy. 2019a. EU-ympäristömerkki. Viitattu 29.11.2019.

<http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/>

Ympäristömerkintä Suomi Oy. 2019b. Kriteerit. Viitattu 29.11.2019.

<https://joutsenmerkki.fi/kriteerit/>

Ympäristöministeriö. 2017. Mitä on kestävä kehitys. Viitattu 1.12.2019.

[https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Kestava\\_kehitys/Mita\\_on\\_kestava\\_kehitys](https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Kestava_kehitys/Mita_on_kestava_kehitys)

WWF. 2019. Ylikulutus. Viitattu 3.12.2019.

<https://wwf.fi/uhat/ylikulutus/>

## Kuviot

Kuvio 1: Planeetan reunaehdot (Suomen ympäristökeskus 2015.).....	10
Kuvio 2: Kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta (Harmaala & Jallinoja 2012, 17.).....	13
Kuvio 3: Yrityksen sosiaalinen vastuu. (Harmaala & Jallinoja 2012, 21.).....	17
Kuvio 4: Miten kestävä kehitys koettiin. ....	37
Kuvio 5: Mitä muutosehdotuksia tuli esille.....	38
Kuvio 6: Yhteenveto tuloksista. ....	39

## Kuvat

Kuva 1: Suomessa kulutettujen elintarvikkeiden vaatima maa-ala eri puolilla maailmaa. (Kastner, Kauppi, Sandström & Scherer, 2017.).....	15
Kuva 2: Joutsenmerkki (Ympäristömerkintä Suomi Oy 2019.).....	25
Kuva 3: Euroopan ympäristömerkki. (Ympäristömerkintä Suomi Oy 2019.) ....	26
Kuva 4: Pölynimureiden energiamerkintä. (Motiva Oy 2019.) ....	27
Kuva 5: FSC 100 % -merkki. (Forest Stewardship Council 2019.).....	27
Kuva 6: Oeko-Tex STANDARD 100 -merkki. (Oeko-Tex 2019.).....	28

## Liitteet

Liite 1: Kyselyn kysymykset .....	46
-----------------------------------	----

Liite 1: Kyselyn kysymykset

1. Mitä uskot kestävän kehityksen sisältävän? Valitse yksi tai useampi.

A) taloudellinen vastuu

B) sosiaalinen vastuu

C) yrityksen vastuu omasta toiminnastaan

D) kulttuurinen vastuu

E) ekologinen vastuu

2. Miten mielestäsi kestävä kehitys näkyy työssäsi? Ohjaako se toimintaa tai tavoitellaanko sitä työpaikallasi?

3. Miten voit vaikuttaa kestävään kehitykseen työssäsi? (Esim. fyysisesti, suullisesti, sähköisesti)

4. Mitä muutoksia haluaisit kestäväan kehityksen suhteen?

5. Mitä muutoksia haluaisit kestäväan kehitykseen vaikuttamisen suhteen?

6. Lopuksi, onko sinulla jotain lisättävää aiheeseen liittyen?