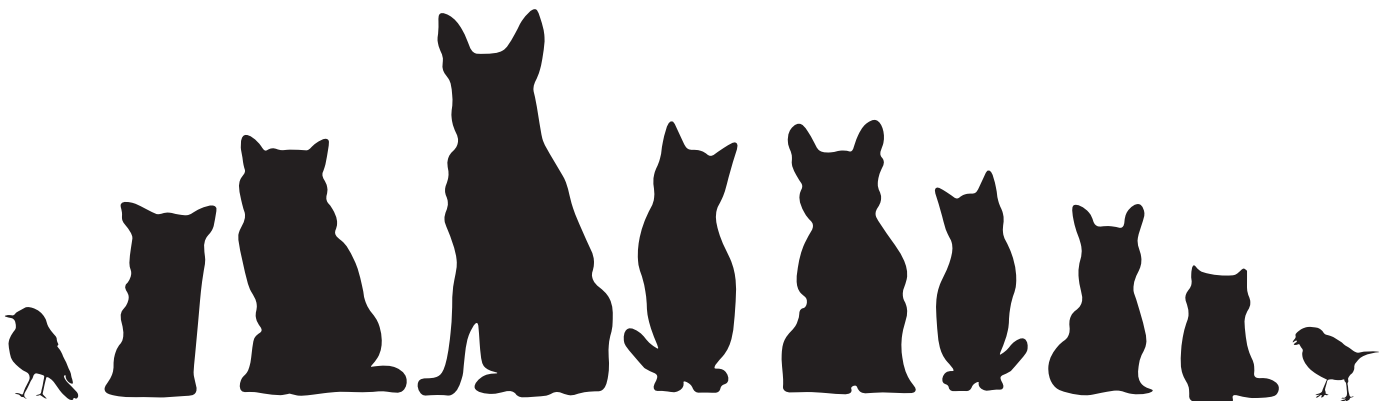


Eläinruokatehdas Lemmikki Oy:n yritysvastuun kehittäminen muotoilun keinoin

Opinnäytetyö
Savonia Ammattikorkeakoulu
Muotoilun koulutusohjelma
Sorella Thure



Tiivistelmä

Koulutusala: Kulttuuri

Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma

Työn tekijä: Sorella Thure

Työn nimi: Eläinruokatehdas Lemmikki Oy:n yritys vastuun kehittäminen muotoilun keinoin

Päiväys: 22.4.2020

Sivumäärä: 35

Ohjaaja: Hannu Oksanen

Toimeksiantaja: Eläinruokatehdas Lemmikki Oy

Tiivistelmä:

Opinnäytetyössä tutkittiin palvelumuotoilun keinoin Eläinruokatehdas Lemmikki Oy:n yritys vastuun suuntaamista kohti kestäväää kehitystä. Opinnäytetyössä tarkasteltiin kestäväää kehitystä yrityksen sidosryhmien vastuullisuusohjelmien välityksellä. Tarkastelun seurauksena tehtiin konsepti vaihtoehtoja, joiden avulla yritys voi suunnata vastuutaan kohti kestäväää kehitystä.

Opinnäytetyötä varten toteutettiin kysely yrityksen tavarantoimittajille. Kyselyn tavoitteena oli selvittää tavarantoimittajayritysten valmiutta kestäväää kehitystä kohtaan sekä selvittää millaisia ratkaisua heillä on tarjota Eläinruokatehdas Lemmikki Oy:lle uusiutuvien pakkausmateriaalien saralla.

Avainsanat: Eläinruokatehdas Lemmikki Oy, yritys vastuun, kestävä kehitys

Abstract

Field of Study: Cultures

Degree Programme: Degree Programme of Design

Author: Sorella Thure

Title of Thesis: The development of the corporate responsibility of Eläinruokatehdas Lemmikki Oy towards sustainability by service design

Date: 22.4.2020

Pages: 35

Supervisor: Hannu Oksanen

Client Organisation: Eläinruokatehdas Lemmikki Oy

Abstract:

In the thesis researched corporate responsibility of Eläinruokatehdas Lemmikki Oy towards sustainable development was studied by means of service design. The thesis surveyed sustainable development through the company's stakeholder responsibility programs. As a result of the review, concept options were developed to enable the company to focus its the corporate responsibility towards sustainable development.

For this thesis, a survey for the company's supplier was prepared a survey of the company's suppliers. The aim of the survey was to find out the readiness of supplier companies for sustainable development and to find out what kind of solution they have to offer to Eläinruokatehdas Lemmikki Oy in the field of packing materials.

Keywords: Eläinruokatehdas Lemmikki Oy, corporate responsibility, sustainable development

SISÄLLYS

1. Johdanto.....	6
2. Eläinruokatehdas Lemmikki Oy.....	7
2.1 Markkinatilanne.....	7
2.2 Yritysvastuu ja kestävä kehitys.....	8
2.3 Brändi muotoilussa.....	10
2.4 Muovi materiaalina.....	10
3.3. Tutkimusmenetelmät.....	12
3.1 Tutkimuksen muotoilun menetelmät.....	13
3.2 Tutkimusaineisto.....	14
3.3 Tutkimuksen rajoitteet.....	14
4. Muotoilun tulokset.....	16
4.1 Liikennevalo kaaviot.....	19
4.2 Muovi.....	19
4.3 Energia.....	19
4.4 Logistiikka.....	20
4.5 Kierrätettävyys.....	21
4.6 Sertifioitu soija.....	22
4.7 Sosiaalinen vastuu.....	23
4.8 Tassuliikennevalo-taulukko.....	16
5. Kyselyn tulokset.....	26
6. Johtopäätökset.....	28
7. Pohdinta.....	29
LÄHTEET.....	30
LIITE 1: Kauppaketjujen vastuullisuus taulukko.....	33
LIITE 2: Tavarantoimittajien vastuullisuus taulukko.....	33
LIITE 3: Kysely.....	34

1. Johdanto



Lemmikkien ruokinta on ollut ihmiskulttuurin osa jo kymmeniä tuhansia vuosia. Kissat ja koirat ovat todennäköisesti ensin oppineet hyödyntämään ihmisasutuksen lähetyvillä olevia jätteitä ja jyrsojita ravinnonlähteenä. Ihminen on huomannut eläinten hyödyllisyyden ja alkanut ruokkia niitä, minkä seurauksena ne ovat alkaneet kesyyntyä – koira ensin ja kissa muutama tuhat vuotta myöhemmin.

Lemmikkien ruokinta on muuttunut paljon jo vuosisadassa, sillä tämän päivän hyvinvointiyhteiskunnassa harva lemmikkikoira ruokitaan ainoastaan ruoan tähteillä tai lemmikkikissa tuoreella kalalla ja maidolla. Syynä on monet yhteiskuntamuutokset, kuten kaupungistuminen ja viimeisten vuosikymmenten aikaiset asennemuutokset.

Tämän opinnäytetyön lähtökohtana olivat kiinnostukseni kestävästä kehitystä kohtaan sekä jo vuosien ajan ollut halu hankkia oma koira. Jaoimme Eläinruokatehdas Lemmikki Oy:n toimitusjohtajan Janne Räsäsen kanssa kiinnostuksen kestävästä kehitystä kohtaan, minkä seurauksena sain toteuttaa ensin työharjoittelun yrityksessä. Harjoittelun aikana perehdyin yrityksen toimintaan muotoilun keinoin, ja luonnollisena seurauksena sain luvan tehdä myös opinnäytetyön yritykselle.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan tilaajayritystä, markkinatilannetta, kestävästä kehitystä, brändiä ja muovia. Opinnäytetyön tutkimusosuudessa käydään läpi tutkimusmenetelmät sekä perehdytään Eläinruokatehdas Lemmikki Oy:n sidosryhmien vastuullisuusohjelmiin. Tutkimuskysely laadittiin selvittämään tavarantoimittajien valmiutta ja ratkaisuja kestävästä kehityksen tavoitteisiin, erityisesti muovin osalta. Tuloksissa esitellään taustatietoa sekä visualisoidut muotoilun tulokset, joita voidaan hyödyntää Eläinruokatehdas Lemmikki Oy:n oman vastuullisuusohjelman laatimisessa.

2. Eläinruokatehdas Lemmikki Oy

Työn tilaaja opinnäytetyössä on kuopiolainen yritys Eläinruokatehdas Lemmikki Oy. Yritys perustettiin Kuopiossa vuonna 1986 ja nykyinen toimitusjohtaja Janne Räsänen alkoi johtaa yritystä vuonna 2016. Eläinruokatehdas Lemmikki Oy valmistaa ja myy eläinten ruokaa, jonka pääraaka-aineena käytetään kotimaisten teurastamoiden sivuvirta- ja hävikkimateriaaleja. Tuotevalikoima koostuu koiran- ja kissanruoista sekä luonnonlintujen ruoista, joista koiran- ja kissanruokavalikoima sisältää raakapakasteet, herkkupalat, kypsennetyt makkarat sekä kissan kuivaruoat (Eläinruokatehdas Lemmikki Oy). Eläinruokatehdas Lemmikki Oy:n liikevaihto on ollut 6,9 miljoonaa vuoden 2018 lopussa (Finder 1.). Yrityksestä käytetään opinnäytetyössä nimeä Lemmikki Oy.



Lemmikki Oy:n on omistanut vuodesta 2014 saakka ruotsalainen Serendipity Growth Systematic Growth, jonka omistuksessa on kolme muuta eläinruokaa valmistava yritystä Euroopassa. Näistä neljästä yrityksestä muodostuu Voff Group, joka on eurooppalainen premium-lemmikkiiruokamarkkinoilla toimiva konserni (Voff premium pet food).

2.1 Markkinatilanne



Talouslehden artikkelin lukujen mukaan Suomessa on paljon lemmikkejä; pelkästään koiria on 700 000 ja kissoja on 600 000 (Palmén 2020, 26.). Samassa artikkelissa kerrotaan kuinka lemmikkieläimet ovat nykyään kuin lapsen kaltaisessa asemassa perheissä. Lemmikkiomistajuudessa on menossa rakennemuutos, sillä nykyään lemmikin omistaja on enemmän lemmikkivanhempi, pet parent. Lemmikkivanhempi panostaa lemmikkiinsä kuin vanhempi lapseen, jolloin hän myös käyttää lemmikkiinsä kaksinkertaisen summan rahaa verrattuna tavalliseen lemmikkiomistajaan. (Palmén 2020, 26.)

Lemmikkien kotimaiset ruokamarkkinat ovat kasvaneet voimakkaasti viime vuosina, minkä takana on kuluttajien noussut huoli eläinten ruoka-ainesten alkuperästä (Hämäläinen 2018). Lähtösyyksinä tälle on ollut eläinlääkäri Katri Saareلمان Facebook-sivulleen tekemä vetoamus vuodelta 2018, jossa hän kertoo ”kiinalaista siipikarjaa sisältävien kuivaruoaherkkujen syöttäminen koiralle voi olla vaarallista”. Viimeisten vuosien aikana on kansainvälisesti raportoitu useita potilastapauksia, joissa Fanconin syndrooma-munuaissairaus on liittynyt Kiinassa valmistettuihin, kuivattuihin siipikarjanlihavalmisteesiin. Fanconin syndrooma oireilee yleisimmin runsaana juomisena ja virtsaamisena, painon menetyksenä ja väsymyksenä. Vaurio voi olla ohimenevä, mutta muutos voi jäädä myös pysyväksi. Vaikka kiinalaisia lihavalmisteita on tutkittu niin EU:n

sisällä kuin USA:ssa, niistä on löytynyt tutkimuksissa aina vain sallittuja määriä antibiootteja, jolloin suoraa yhteyttä munuaissairauteen ei ole voitu todistaa. Eviran ylitarkastaja antaa Ylen artikkelissa todisteiden puuttumisesta huolimatta ohjeen, jonka mukaan ruokaa ei kannata käyttää, jos koiranomistaja tai hoitava eläinlääkäri epäilee sen aiheuttavan oireita (Meritähti 2018).

Lemmikinomistajien ilmastoahdistus on ollut esillä viime aikoina, kun on keskusteltu paljon ihmisen hiilijalanjäljen muodostumisesta. Ylen artikkelissa on kerrottu, kuinka tavallisen kotikoiran päästöistä ruoan osuus on noin puolet (Talasterä 2019). Muut päästöt koiralla syntyvät varusteiden hankkimisesta ja eläinlääkärikäynneistä. Enemmän ympäristöä rasittavat näyttelyissä käyminen ja koiraurheilun harrastaminen, jos ne kerryttävät rutkasti autoilukilometrejä. Suurin vaikutus lemmikin päästöihin on ruoan raaka-aineilla, ei niinkään ruoan pitkillä kuljetusmatkoilla. (Talasterä 2019)

Musti ja Mirri on ollut paljon julkisuudessa vuoden alusta, sillä sen omistaja Musti Group Nordic Oy kirjautui Helsingin pörssiin helmikuun 2020 alussa. Musti Group Nordic Oy:llä on myymälöitä Suomen lisäksi myös Ruotsissa ja Norjassa, minkä lisäksi yrityksellä on kivijalkakauppojen kanssa yhteistyötä tekevä verkkokauppa. Ennen pörssiin kirjautumista Musti Group Nordic Oy:n liikevaihto oli 246,6 miljoonaa euroa vuoden 2019 lopussa (Musti Group). Palmén kertoo Talouselämä-lehden artikkelissa, että lemmikkeihin liittyvien markkinoiden koon arviot Suomessa vaihtelevat 820 miljoonasta eurosta yli miljardiin (Palmén 2020, 26). Lisäksi lemmikkibisnes ei heilahtele herkästi talouden suhdanteiden mukaan, sillä vuoden 2012 brittiläisen tutkimuksen mukaan lemmikinomistajat tinkivät enemmän lämmityksestä, lomabudjetista tai polttoaineesta kuin lemmikin ruoasta tai tarvikkeista (Palmén 2020, 26).



2.2 Yritysvastuu ja kestävä kehitys

Yritysvastuu tarkoittaa useimmiten erilaisia vapaaehtoisia toimia, joilla yritys toteuttaa yhteiskuntavastuutaan sidosryhmien odotusten perusteella. Yritykset käyttävät yritysvastuu-käsitettä suunnitellessaan, arvioidessaan, kehittäessään ja ennen kaikkea viestiessään vapaaehtoisesti vastuullisuustoimistaan, jotka ylittävät lainsäädännön määräykset (Harmaala ja Jallinoja 2012, 16).

MTV Uutisissa kerrottiin 27.12.2019 heidän tekemästään kyselystä, jossa tiedusteltiin suomalaisyritysten valmiutta ilmastonmuutoksen torjuntaan. Kyselyyn vastanneista yrityksistä 83 prosenttia ovat valmiita toimiin nopeammin kuin valtion asettamat tavoitteet edellyttävät. Hanken ammattikorkeakoulun tutkija, apulaisprofessori Pia Polsa toteaa, että ”ilmaston lämpeneminen pakottaa yritykset muutoksiin, koska ilmastonmuutos on pian meidän jokaisen takapihalla.” Ilmastonmuutos vaikuttaa asiakkaiden kulutustottumuksiin. Atrian toimitusjohtaja Juha Gröhn kertoo, että Suomen elintarviketuotannossa on havahduttu kuluttajien ympäristöherätykseen. Atrialla on Seinäjoen tehtaalla Suomen

suurin aurinkopaneelivoimala, minkä lisäksi yritys on vähentänyt sähkön ja veden kulutusta sekä hävikkiä ruoanvalmistuksessa. ”Yritysten ja median olisi jo aika miettiä, miten voittoa mitataan ja miten tuloksesta raportoidaan”, tutkija Pia Polsa haastaa. ”Nykyään voittoa mitataan vain rahana, mutta joskus voitaisiin kertoa, että vaikka yhtiö ei olisikaan tuottanut tänä vuonna voittoa, se on investoinut henkilökunnan hyvinvointiin tai ilmastonmuutoksen torjuntaan.” Polsa huomauttaa, että ”tällaiset ovat voittoa yhteiskunnan kannalta. Ilmastoinvestoinnit voivat olla kalliita, mutta niiden taustalla ovat arvot. Kun toimimme arvojemme ja periaatteidemme mukaisesti, olemme tyytyväisiä myös näihin investointeihin.” (MTV Uutisten kysely 2019)

Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa, jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet (Ympäristöministeriö 1). Kestävän kehityksen määritelmän osa-alueet ovat ympäristö, ihminen ja talous, joita kutsutaan myös ekologisen, sosiaalisen sekä taloudellisen vastuun alueiksi. Nämä kaikki alueet otetaan tasavertaisesti huomioon kestävän kehityksen mukaisessa päätöksenteossa ja toiminnassa. Tässä opinnäytetyössä keskitytään Lemmikki Oy:n ekologisen vastuun alueeseen.

Agenda 2030 on YK:n jäsenmaiden, kestävän kehityksen toimintaohjelma, joka hyväksyttiin YK:n kestävän kehityksen huippukokouksessa New Yorkissa 2015. Agenda 2030 ohjaa kestävän kehityksen edistämistä vuosina 2016–2030. Tavoitteet koskevat maailman kaikkia maita, joiden pyrkimyksenä on poistaa äärimmäinen köyhyys maailmasta ja turvata hyvinvointi ympäristölle kestävällä tavalla. Valtioilla on ensisijainen vastuu Agenda 2030:n toimeenpanosta. Tavoitteiden saavuttamiseen tarvitaan kuitenkin myös paikallishallinnon, yksityissektorin, kansalaisyhteiskunnan ja kansalaisten laajaa osallistumista. Sopimukseen sisältyy 17 erilaista tavoitetta (kuva 1), jotka käsittelevät kestävästä kehitystä. Tavoitteet on tarkoitus saavuttaa vuoteen 2030 mennessä. Suomi on sitoutunut tavoitteiden saavuttamiseen sekä kotimaassa että kansainvälisessä yhteistyössä (Ulkoministeriö 2).



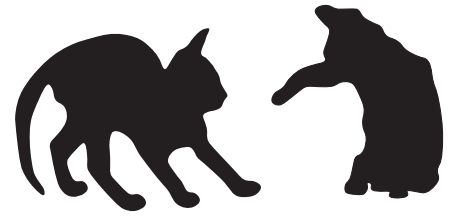
Kuva 1. Agenda 2030 (Ulkoministeriö)

2.3 Brändi muotoilussa

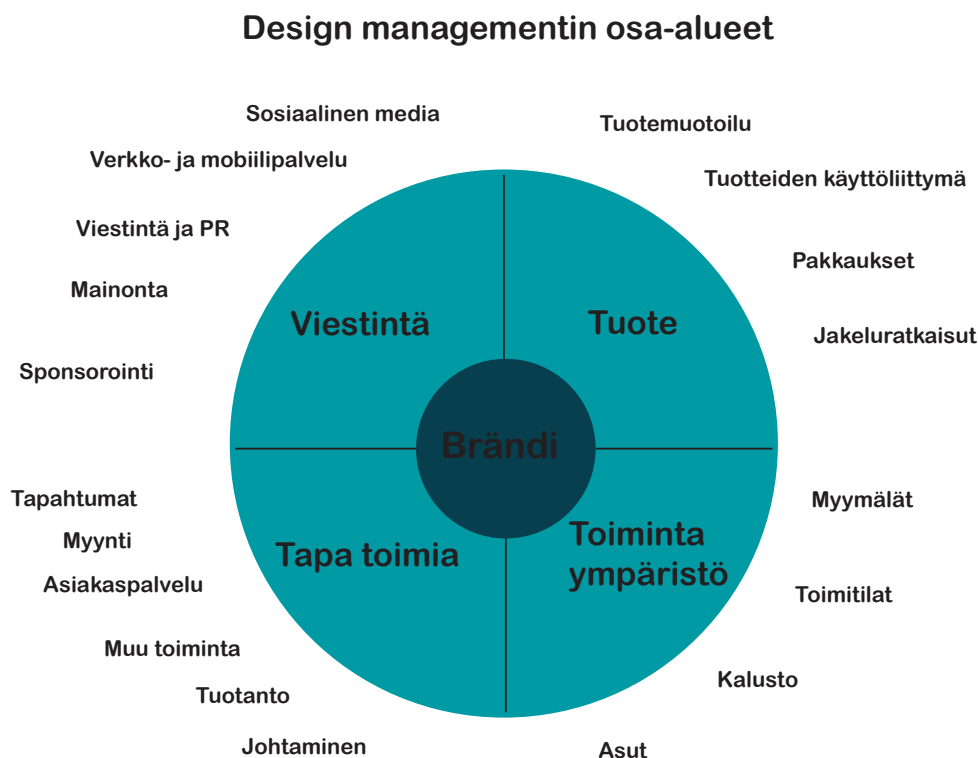
Brändi on joukko käsityksiä, jotka kuluttajalla on tietyn valmistajan tuotteista (Zimmerman ja Blythe, 175).

Brändin perustana ovat yrityksen missio, visio, arvot, tarina ja kohderyhmä. Brändäys on yrityksen strategia siitä, kuinka se pyrkii luomaan omien tavoitteiden

mukaisen mielikuvan asiakkaille. Brändi on tärkeä osa yrityksen pyrkimystä olla tunnettava sekä pysyä tunnistettavana.

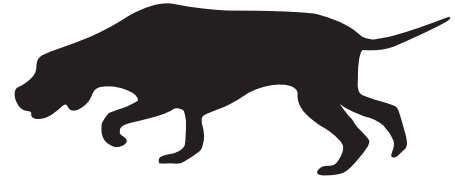


Viimeisten vuosikymmenten aikana on syntynyt yritysjohtamisen ja tuotemuotoilun työkaluksi design managementin toimintakenttä. Design managementin avulla brändiä katsellaan neljän osa alueen ympärillä (kuva 2.). Brändin ympärillä ovat yrityksen tuotteet, viestintä, toimintaympäristö ja tapa toimia. Kun alueita tarkastellaan laajasti, määritykset kattavat suuren osan yrityksen toiminnoista. Näin fyysisen tuotteen osa-alueeseen liittyvät pakkaussuunnittelun ja tuotteen visuaalisen muotoilun lisäksi myös käytettävyys, materiaalit, ekologia, tuotantotekniikka, jakelutieratkaisut ja niin edelleen. Design management -ajattelu vaatii syvää ymmärrystä asiakaskokemuksen hienosyisistäkin osa-alueista sekä yhteensovittamista ja kehittämistä analyyttisen brändivetoisen prosessin kautta. (Pohjola 2019, 30)



Kuva 2. Design managementin osa-alueet

2.4 Muovi materiaalina



Muovi on kestävä, kätevä, kevyt ja helposti muokattava materiaali. Sitä tuotetaan öljyjälöstuksen sivutuotteena, mikä tekee siitä myös edullisen materiaalin. Kuluttajamuovit eli valtamuovit ovat eniten valmistettuja muoveja ja ne vastaavat n. 80 % muovien kulutuksesta maailmassa. Suurimmat valtamuovit ovat polyeteeni (PE), polyvinyylikloridi (PVC), polystyreeni (PS), polypropeeni (PP) ja polyetyleenitereftalaatti (PET). Näitä käytetään hyvin laajalti eri käyttökohteissa tekstiileistä pakkauksiin ja teknisiin muoveihin. (Plasthouse)

Muovin hyvä ominaisuus pakkausmateriaalina on sen suojaavuus: Kun tuote säilyy hyvin valmistus-, tuotanto-, kuljetus-, varastointi- sekä toimitusvaiheissa, logistiikka helpottuu. Elintarvikkeiden suojaaminen valolta, kuivumiselta, bakteereilta ja hapelta on erityisen tärkeää ruokahävikin minimoinnin kannalta. Koska ruoan tuottamisen ympäristökuormitus on moninkertainen verrattuna pakkauksen tai pakkausjätteen hiilijalanjälkeen, ruoan syömättä jättäminen tai sen pilaantuminen on ympäristölle kuormittavampaa kuin sen pakkaaminen. (Knuuttila)

Kolvakko ja Lehtinen kirjoittaa blogissaan muovista tulee ongelma siinä vaiheessa, kun se joutuu luontoon. Se hajoaa yhä pienemmiksi kappaleiksi, mikromuoviksi, mutta ei käytännössä katoa koskaan. Mikromuovit sinällään ovat suhteellisen vaarattomia pienhiukkasia; onhan niitä jopa huonepölyssäkin, mutta ne muuttuvat ongelmalliseksi joutuessaan veteen, jolloin ne sitovat itseensä ympäristömyrkyjä. Eläinten mukana mikromuovit kumuloituvat ravintoketjussa. Lisäksi satoja tuhansia merieläimiä ja -lintuja kuolee vuosittain joko takerruttuaan muovirooskaan tai vatsalaukun tukkeuduttua muovista. (Kohvakka ja Lehtinen) Maailmanlaajuisesti meriin päätyy vuosittain 5–13 miljoonaa tonnia muovia eli 1,5–4 prosenttia muovin maailmanlaajuisesta tuotannosta (Ympäristöministeriö 2). Merten ekosysteemit ovat siis pahasti uhattuna. (Kohvakka ja Lehtinen)

Muovin joutumista luontoon pyritään ennaltaehkäisemään. Suomessa ympäristöministeriö julkaisi vähennä ja vältä, kierrätä ja korvaa - muovitiekartan vuonna 2018. Muovitiekartan toimeenpano edellyttää laaja-alaista yhteistyötä ja vuorovaikutusta eri ministeriöiden, alan toimijoiden ja sidosryhmien kesken sekä mahdollisuuksia kansalaisten osallistumiseen. Yhteistyöverkoston tehtävänä on tukea ja vauhdittaa kansallisen muovitiekartan toimeenpanoa. (Valtioneuvosto)

3. Tutkimusmenetelmät

Markkinointitutkimuksen keinoilla voidaan tutkia sidosryhmien ja yritysasiakkaiden käyttäytymistä ja mielipiteitä asiakkuuksista (Mäntyneva, Heinonen ja Wrangle 2008, 10). Opinnäytetyön tutkimuksessa on pyritty tutkimaan Lemmikki Oy:n sidosryhmien yhteiskuntavastuu käyttäytymistä ja mielipiteitä. Yhteiskuntavastuun toteuttamiseen liittyvät toimenpiteet vaikuttavat parhaimmillaan voimakkaasti brändiin (Pohjola 2019, 30).



Tutkimustavoitteena oli selvittää, kuinka Lemmikki Oy voi varautua kestävän kehityksen tuomiin vaatimuksiin, joita on kirjattu sidosryhmien vastuullisuusohjelmiin. Yrityksellä on pyrkimys vastata vastuullisuuslinjausten vaatimuksiin, joita voidaan pitää design managementissa esitetyn kaavion avulla brändin toimintatapojen kehittämisenä. Yritys koki haasteellisena nähdä, mitkä vastuuhjelmien linjaukset vaikuttavat heidän toimintaansa ja kuinka pian. Kyselyn osalta yritys halusi selvittää heidän tavarantoimittajiensa valmiutta kestävän kehityksen tavoitteisiin sekä tiedustella ratkaisuja muovipakkauksien vaihtoehtomateriaaleiksi. Lemmikki Oy:n tuotteiden pääsääntöinen pakkausmateriaali on sekoitemuovi polyamidista ja polyeteenistä.

Tässä laadullisessa tutkimuksessa käytetään aineistoanalyysimenetelmää, joka on sisällönanalyysi eli tekstianalyysi, joten se sopii kirjallisten tuotosten raporttien analysointiin. Tällä analyysimenetelmällä pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa (Tuomi ja Sarajärvi 2018). Tässä tutkimuksessa pyritään ymmärtämään kestävää kehitystä valikoitujen Lemmikki Oy:n sidosryhmien vastuullisuusraporteista tehtävän sisällönanalyysin avulla. Tätä selvittääkseen (kuva 3.) on perehdytty Lemmikki Oy:n sidosryhmiin, jotka valikoituivat tarkemmin ulkoisista sidosryhmistä: tavarantoimittajat ja yritysasiakkaat. Näiden tietojen pohjalta on laadittu



Kuva 3. Lemmikki Oy:n sidosryhmät

tutkimuskysely Lemmikki Oy:n tavarantoimittajille.

Tutkimuksen odotuksena oli saada tietoa siitä, millaisia vastuullisuuslinjauksia kauppaketjut ovat suunnitelleet tulevaisuuteen sekä kuinka ne vaikuttavat Lemmikki Oy:n tuotekehitykseen. Kyselyllä haluttiin lisäksi selvittää, kuinka Lemmikki Oy:n tavarantoimittajat ovat valmistautuneet kestävän kehityksen tuomiin vaatimuksiin, ja että onko heillä antaa ratkaisuja Lemmikki Oy:n tuotekehitykseen.

3.1 Tutkimuksen muotoilun menetelmät

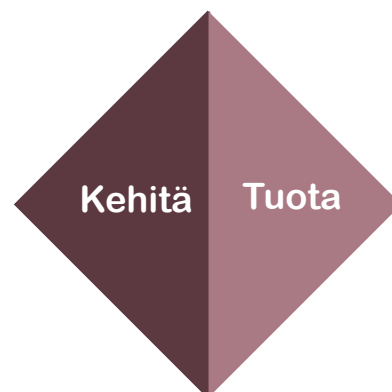
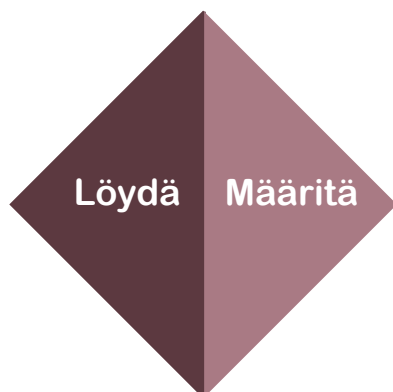


Muotoiluajattelun tarkoituksena on vastata siihen, kuinka innovoida ja luoda tarkoituksenmukaista arvoa asiakkaille. ”Palvelumuotoilu on muotoiluajatteluun perustuva muotoilun osaamisala, joka on erikoistunut palvelujen, asiakas- ja työntekijäkokemusten sekä palveluliiketoiminnan ihmislähtöiseen kehittämiseen.”(Koivisto, Säynäjäkangas ja Forsberg 2019, 35.) Palvelun käyttäjä voi olla missä tahansa roolissa; asiakkaana, asiakaspalvelijana tai yhteistyökumppanina, ja se on palvelumuotoilussa kaiken kehittämisen keskipiste. (Koivisto, Säynäjäkangas ja Forsberg 2019, 35.)

Palvelumuotoilun osalta opinnäytetyössä keskitytään palveluliiketoiminnan ihmislähtöiseen kehittämiseen. Palvelujen käyttäjän näkökulma on tässä työssä yrityksen yhteistyökumppaneiden osalta erityisesti yritysasiakkaissa. Opinnäytetyössä muotoilun -prosessina on käytetty brittiläisen Design Councilin tuplatimantti -prosessimallia (Kuva 4.). Tuplatimantti-prosessimallissa timantteja on kaksi ja niiden sisällä on kaksi työvaihetta, jotka seuraavat toisiaan. Ensimmäinen timantti on ongelman tunnistaminen -timantti, jonka sisällä ovat vaiheet: löydä ja määritä. Toinen timantti on ratkaisun kehittäminen -timantti, jonka sisällä ovat vaiheet: kehitä ja tuota.

Ongelman tunnistamis- timantti

Ratkaisun kehittämis-timantti



Kuva 4. Tuplatimantti-prosessimalli

Tämän opinnäytetyön osalta tuplatimantti -prosessimallin vaiheet ovat olleet seuraavat:

- Löydä -kohdassa on kerätty tietoa, jonka avulla on nähty, kuinka muut toimivat.
- Määritä -kohdassa kerätty tieto on sijoitettu taulukoihin ja kartoitettu tietojen taustoja. Tämän työvaiheen avulla on päästy ongelmaan, jonka ratkaisemisen avuksi on tehty kysely.
- Kehitä -kohdassa on tulkittu määritä-kohdan tuloksia taulukoiksi sekä luotu vaihtoehtoratkaisumalleja.
- Tuota -kohdassa on tehty ratkaisumalleista taulukko, joka tuo esiin ratkaisut.



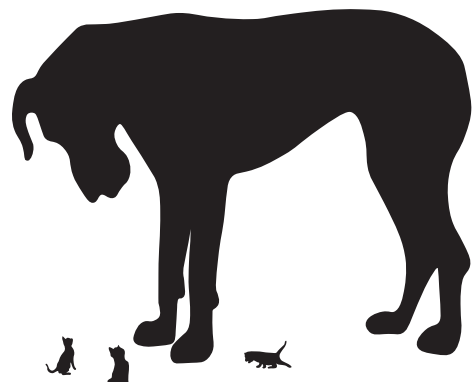
3.2 Tutkimusaineisto

Tutkimuskohteeksi valikoitiin yritykset sillä perusteella, että ne toimivat laajasti kansainvälisillä markkinoilla ja niiden vastuullisuusohjelmista on puhuttu myös mediassa. Vastuullisuusohjelmien tarkasteluun valikoituivat Suomen suurimmista kauppaketjuista SOK, Kesko, Lidl sekä halpakauppaketju Tokmanni. Lisäksi tarkasteluun valikoitui Lemmikki Oy:n sidosryhmistä Atria, HKScan ja Raisio. Vastuullisuusohjelmista sai käsityksen, millaisia vastuullisuus- ja ilmastotavoitteita yritykset ovat asettaneet itselleen ja mille aikavälille. Vastuullisuusohjelmista poimituista tiedoista on tuotettu kaksi taulukkoa, joihin on kerätty Lemmikki Oy:n kannalta oleellimmat osa-alueet. Taulukkojen tarkoituksena on tiedon visualisointi ja jäsentely, jotta lukeminen ja vertailu helpottuisivat.

Opinnäytetyön kyselyllä on pyritty selvittämään Lemmikki Oy:n tavarantoimittajien kestävän kehityksen valmiutta ja ratkaisuvaihtoehtoja Lemmikki Oy:n materiaaleille. Tutkimuskysymys kyselyn osalta on, kuinka Lemmikki Oy:n tavarantoimittajat pystyvät tulevaisuudessa vastaamaan kauppaketjujen vastuullisuusvaatimukseen. Kyselyä laatiessa alakysymyksinä olivat mitä yritykset ovat tehneet vastatakseen kauppaketjujen vaatimukseen, sekä mitä ratkaisuja yritys voi tarjota Lemmikki Oy:lle. Kysely toteutettiin Google Formin sähköpostikyselynä niin, että Lemmikki Oy lähetti laatimamme kyselyn omille tavarantoimittajilleen. Tähän päädyttiin, koska yrityksessä arveltiin, että vastaajia tulee enemmän, kun kysely lähetetään heidän sidosryhmänsä sähköpostiviestinä eikä opiskelijan kyselynä.

3.3 Tutkimuksen rajoitteet

Tutkimuksen kauppaketjut ja tavarantoimittajat ovat valikoituneet tutkimuksen kohteiksi, koska näiltä yrityksiltä löytyi vastuullisuusohjelmat heidän omilta nettisivuiltaan. Yrityksiltä löytyi vuoden 2018 vastuullisuusohjelma, lukuun ottamatta Raisiota, jolta löytyi vain vuoden 2019 vastuullisuusohjelma.



Vastuullisuusohjelmista rajattiin taulukoihin osa-alueet Lemmikki Oy:n tarpeen mukaan. Todettiin, että muovi, energia, logistiikka, kierrätettävyys, sertifioitu soija ja sosiaalinen vastuu ovat ne osa-alueet, joiden tarkastelusta on eniten hyötyä tässä tutkimuksessa.

Kyselyn suurimpana rajoitteena oli aika. Olisin mielelläni haastatellut vastaajia henkilökohtaisesti puhelimitse, näin olisin voinut esittää lisäkysymyksiä tarpeen mukaan. Lemmikki Oy toiveesta päädyin sähköpostikyselyyn, jotta tavarantoimittajilla olisi mahdollisimman matala kynnys vastata siihen. Kyselyn otanta väheni tutkimuksen aikana, sillä yritys määrittä sidosryhmäyritykset valmiin kyselyn perusteella rajatummalle alueelle.







4. Muotoilun tulokset

Taulukot näyttävät (sivut 17 - 18) eriteltyinä vastuullisuusohjelmien linjauksista kuusi osa-aluetta: muovi, energia, logistiikka, kierrätys, sertifioitu soija ja sosiaalinen vastuu. Selkeyttääkseni sitä, mihin kestävän kehityksen tavoitteeseen osa-alueet kuuluvat, olen tuonut Agenda 2030 mukaiset symbolit taulukoiden otsikoihin mukaan.



Kauppaketjujen vastuullisuus taulukko

Taulukko 1. Kauppaketjujen vastuullisuus taulukko. (Lähdetiedot löytyvät kuva- ja luettelosta.)

	Sok	Kesko	Lidl	Tokmanni
<p>Muovi</p> 	<p>Oma merkki -tuotteiden pakkaukset 100 prosenttisesti kierrätettäviä vuoden 2022 loppuun mennessä.</p>	<p>Kaikki omien tuotemerkkien pakkaukset ovat kierrätettäviä, uudelleen käytettäviä tai biohajoavia vuoden 2025 loppuun mennessä. Tavoitteena on vähentää muovin määrää omien tuotemerkkiemme pakkauksissa 20 % vuoden 2025 loppuun mennessä.</p>	<p>Vähentää muovia omien merkkien tuotteissa ja pakkauksissa 20 prosentilla vuoteen 2025 mennessä. Pyrimme kaikkien omien merkkien muovipakkausten 100 % kierrätettävyyteen vuoden 2025 loppuun mennessä.</p>	<p>Pakkausmateriaalien ja -menetelmien sekä pakkausten kierrätyksen kehittäminen. Huomion kiinnittäminen raaka-aineisiin, uusiutuvat raaka-aineet, tuotteiden kierrätys ja kierrätettyjen tuotteiden myynti.</p>
<p>Energia</p> 	<p>Pyrkimyksenä on tuottaa 80 % S-ryhmän kuluttamasta sähköstä omalla uusiutuvalla energialla vuoden 2025 loppuun mennessä. Yritys on mukana energiatehokkuussopimuksessa.</p>	<p>Päästöjä pienennetään uusiutuvan energian käytöllä, kauppojen energiatehokkuudella ja tehokkaalla logistiikalla. Uusiutuva sähkö hankitaan alkuperätakuilla Pohjoismaista. Mukana kaupan alan energiatehokkuussopimuksen toimenpideohjelmassa vuosille 2017–2025.</p>	<p>Yrityksellä on käytössä ISO 50001 energiahallintajärjestelmä. Yritys on energiatehokkuussopimuksessa, sitoutuneet tavoittelemaan 7,5 prosentin vuosittaista energiakulutuksesta vuosien 2016 ja 2025 välillä. Oma tavoite on pyrkiä saavuttamaan yhteensä 10% säästön jo vuodeen 2020 loppuun mennessä.</p>	<p>Yritys pyrkii vähentämään hiilidioksidipäästöjämme uusiutuvan energian käytöllä. Tavoitteemme on olla hiilineutraali kiinteistöjen, lentomatkustamisen sekä leasingautojen päästöjen osalta vuoteen 2030 mennessä.</p>
<p>Logistiikka</p> 	<p>Yritys on ollut kehittämässä ympäristövaikutusten arviointimallia hankintaketjuissa vuodesta 2012. Mallin avulla voidaan vaikuttaa tuotannon ympäristövaikutuksiin, siksi yritys ottaa käyttöön ympäristövaikutusten arviointimallin hankintaketjuissa.</p>	<p>Logistiikan tavoitteena vuosina 2012–2020 on vähentää liikevaihtoindeksiin suhteutettuja päästöjä 10 % vuoden 2011 tasosta.</p>	<p>Yritys kasvattaa uusiutuvalla energialla kulkevien ajoneuvojen määrää. Tavoitteena on, että viidennes Lidl Suomen jakelukeskusten ja myymälöiden välillä ajavista kuljetuskalustosta käyttää joko uusiutuvaa tai muuten vähäpäästöisempää polttoainetta vuoden 2025 loppuun mennessä.</p>	<p>Yritys pyrkii kasvusta ja myymäläverkoston laajentumisesta huolimatta edelleen pitämään kuljetusten kasvihuonepäästöt vuoden 2015 tasolla liikevaihtoon suhteutettuna.</p>
<p>Kierrätettävyys</p> 	<p>Yritys pyrkii ohjamaan 80 prosentin jätteestä uusien tuotteiden ja pakkausten valmistamiseen vuoden 2025 loppuun mennessä. Oma merkki -tuotteiden pakkaukset 100 prosenttisesti kierrätettäviä vuoden 2022 loppuun mennessä.</p>	<p>Tavoitteena minimoida jätteen synty kaikessa toiminnassa ja toimittaa kaikki jätteet hyötykäyttöön. Vuoden 2025 loppuun mennessä vähennämme omien tuotemerkkien pakkausten muovimäärää, ja pakkauksista tulee kierrätettäviä. Kasvatamme kierrätysmuovista valmistettujen tuotteiden ja pakkausten määrää omilla tuotemerkeissämme.</p>	<p>Yrityksen tavoite on pitää kierrätysasteemme yli 90 prosentissa. Kierrätysasteen vaaliminen ja jatkuva parantaminen vaatii seka- ja energiajätteen määrän vähentämistä entisestään omien kierrätysprosessiimme ja kierrätysmateriaalien markkinoiden kehittymisen avulla.</p>	<p>Yritys pyrkii vähentämään pakkausmateriaalien määrää, seuraamaan aktiivisesti varastossamme ja myymälöissämme syntyvien jätteiden määriä sekä parantamaan jatkuvasti jätteiden kierrätystä.</p>
<p>Sertifioidut soija</p> 	<p>Seuraamme soijan ja soijarehun käyttöä ja sertifiointiasetta oma merkki -tuotteissa.</p>	<p>Vuoteen 2020 mennessä omien elintarviketuotemerkkiemme soijaperäiset ainesosat ja eläinperäisten tuotteiden tuotannossa käytetty soijarehu on 100 % vastuullisesti tuotettua, RTRS- tai ProTerra-sertifioitua soijaa.</p>	<p>Omien tuotemerkkien liha-, lihajaloste-, kananmuna tai maitotuotteiden tuotantoketjussa käytetty soija on Lidlin toimesta sertifioitua. Tuemme RTRS-sertifioitun soijan tuotantoa.</p>	<p>Yritys edellyttää toimittajiamme ilmoittamaan riskiraaka-aineiden (almuöljyn, puun, kalan ja puuvillan) alkuperämaan ja tuotteiden mahdolliset vastuullisuussertifioinnit sekä antamaan tarvittaessa lisätietoja raaka-aineiden alkuperästä. Raaka-aineiden alkuperän ja vastuullisen tuotannon varmistamiseksi pyrimme lisäämään sertifioidun tuotteiden määrää.</p>
<p>Sosiaalinen vastuu</p> 	<p>Hankintasopimuksissamme edellyttämme kaikilta toimittajiltamme keskeisten työ- ja ihmisoikeuksien kunnioittamista sekä tuotteiden jäljitettävyyttä raaka-aineiden alkuperään saakka.</p>	<p>Osana Keskon päivittäistavarakaupan ja ICA Global Sourcingin hankintayhteistyötä Kesko hyväksyy myös ICA Social Audit -auditoinnin. Tällöin edellyttämme tavarantoimittajan siirtymistä muun Keskon hyväksymän kolmannen osapuolen suorittaman auditoinnin piiriin viimeistään kahden ICA Social Auditin -auditoinnin jälkeen.</p>	<p>Yritys edellyttää kaikilta tavarantoimittajilta ja alihankkijoilta sitoumusta eettisiin toimintaohjeisiin.</p>	<p>Yritys seuraa tavarantoimittajiemme toimintaa omilla ja kolmannen osapuolen tekemillä auditoinneilla. Suhteemme tavarantoimittajiemme perustuu rehellisyydelle, reilulle ja molemminpuoliselle luottamukselle.</p>

Tavarantoimittajien vastuullisuus taulukko

Taulukko 2. Tavarantoimittajien vastuullisuus taulukko. (Lähdetiedot löytyvät kuvalettelosta.)

	Atria	HKScan	Raisio
<p>Muovi</p> 	<p>Aktiivisesti vähentään muovin käyttöä. Tästä konkreettisenä esimerkkinä toimii Atria Suomen uusi kuluttaja-asiakkaille suunnattu jauhelihapakkauus, joka sisältää 50 prosenttia vähemmän muovia kuin perinteiset kovat pakkaukset.</p>	<p>Ruotsin vähittäiskauppayhdistys sekä kaupan yhdistys DFL ovat ilmoittaneet, että kaikkien elintarvikkeiden muovipakkausten tulee olla kierrätettäviä vuoteen 2022 mennessä. Samoin kaikkien muovipakkausten tulee olla valmistettu uusiutuviista tai kierrätetyistä raaka-aineista vuoteen 2030 mennessä. HKScan on sitoutunut näihin tavoitteisiin Ruotsissa.</p>	<p>Tavoitteena on luopua kuluttajatuotteissa muovipakkausten käytöstä ja varmistaa kaikkien kuluttajapakkausten kierrätettävyyden vuoden 2023 loppuun mennessä.</p>
<p>Energia</p> 	<p>Energiatohokkuussopimus mukaisesti Atria on sitoutunut energiankäytön 7,5 prosentin tehostamiseen vuoden 2015 tasosta. Tehostamistoimenpiteet ovat edenneet tavoitteiden mukaisesti. Ruotsissa 2018 sähkön käyttö on kokonaisuudessaan sertifioitu vihreäksi sähköksi.</p>	<p>Tähtäämme pienempään ympäristöjalanjälkeen pienentämällä energiankulutustamme ja samalla parannamme kustannustehokkuuttamme. Yritys on asettanut konserninlaajuiseksi tavoitteekseen pienentää energiankulutustaan 20 prosentilla vuodesta 2016 vuoteen 2030. Yritys on mukana energiatohokkuussopimuksessa.</p>	<p>Raision tavoitteena on siirtyä kokonaan hiilineutraaliin energiaan vuoden 2023 loppuun mennessä. Oman energiantuotannon osuus oli noin puolet Raision kokonaisenergiankulutuksesta vuonna 2019. Raisio tuottaa energiaa Raision tehdasalueen bioenergialaitoksessa. Lisäksi energiatohokkuutta edistetään energiatohokkuussopimuksessa mukaisesti.</p>
<p>Logistiikka</p> 	<p>Konsernin hiilidioksidipäästöt ovat vähentyneet 3,6 prosenttia vuoden 2017 tasosta. Hiilidioksidipäästöjä on saatu pienennettyä tehostamalla energian käyttöä sekä polttoainevalinnoilla.</p>	<p>Yritys on asettanut tavoitteekseen pienentää 90 prosentilla tuottamiensa kasvihuonekaasujen määrää vuoteen 2030 mennessä vuoteen 2014 verrattuna.</p>	<p>Hiilineutraali tuotanto vuoden 2023 loppuun mennessä on Raision tärkein ympäristötavoite. Lisäksi energiatohokkuutta edistetään tavoitteellisesti.</p>
<p>Kierrätettävyys</p> 	<p>Elintarvikkeeksi päätyvän sivuvirta ohjataan tarkasti ja mahdollisimman korkealla arvolla takaisin elintarviketietuun. Pakkauksissaan Atria pyrkii kokonaisuuden kannalta optimaaliseen ratkaisuun, jossa pääpaino on tuotteen turvallisuuden varmistaminen. Pakkaukset suunnitellaan materiaalihokkaina ja ne ovat joko kierrätettäviä tai sopivat energia hyötykäyttöön.</p>	<p>Materiaalihokkuuteen pyritään eläinraaka-aineen eli kaikkien ruhonosien hyödyntämistä sekä pakkausten kehittämistä käytettävien materiaalien ekotehokkuuden sekä ruokajätteen minimoimisen näkökulmista. Tuotantojätteen ja ruokajätteen syntymisen minimoiminen sekä jättemateriaalien kierrätys materiaalihokkaista toimintatavoista. Toimenpiteet tuotantolaitoksissa syntyvän jätteen vähentämiseksi perustuvat jätehierarkiaan.</p>	<p>Yritys on sitoutunut elintarvikealan materiaalihokkuuden sitoumukseen. Materiaalihokkuustyön keskiössä ovat uusiutuviista materiaaleista valmistetut pakkaukset, elintarvike- ja ruokahävikin pienentäminen sekä tuotannon sivu- ja jätevirtojen parempi hyödyntäminen.</p>
<p>Sertifioidut soija</p> 	<p>Yritys pyrkii ketjussaan vähentämään soijarouheen käyttöä. A-Rehu käyttää vain joko Pro-Terra-, RTRS- tai ADM-standardin täyttävää, vastuullisesti tuotettua soijaa. Naudanrehut ovat kokonaan soijattomia.</p>	<p>Ruotsin toiminnoissa vastuullisesti tuotetun soijan käyttöön siirryttiin vuonna 2015 ja Suomessa 2017.</p>	<p>Kaikki yrityksen käyttämä soija on ollut vastuullisuussertifioitua vuodesta 2014.</p>
<p>Sosiaalinen vastuu</p> 	<p>Yritys edellyttää liikekumppaneidensa noudattavan toiminnassaan Atrian Toimintaperiaatteita vastaavia vastuullisuusperiaatteita. Lisäksi hankintasopimukset velvoittavat yhteistyökumppaneita täyttämään Atrian vaatimukset muun muassa tuotelaatuun, toimintatapaan ja toimitusketjuun liittyen.</p>	<p>Yritys velvoittaa kaikki tavarantoimittajansa sitoutumaan eettiseen toimintaohjeistoon (Supplier Guidelines) ja allekirjoittamaan sen. Tämän myötä toimittajat sitoutuvat noudattamaan ihmisoikeusperiaatteita ja olemaan maksamatta tai vastaanottamatta lahjuksia tai muita sopimattomia etuja.</p>	<p>Keskeiset työkalumme toimitusketjun vastuullisuuden edistämiseksi ovat tavarantoimittajien sitouttaminen eettisiin periaatteisiin, toimittajien auditoinnit ja itsearviointi, jäljitettävyyden varmistaminen sekä vastuullisuussertifioitujen raaka-aineiden käyttö.</p>

4.1 Liikennevalo kaaviot



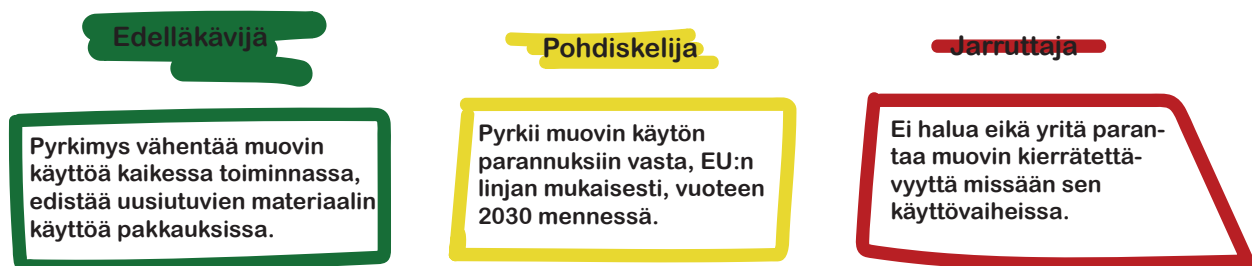
Tässä kappaleessa käsitellään edeltävien sivujen taulukoiden osa-alueet: muovi, energia, logistiikka, kierrätettävyys, serfitioitu soija ja sosiaalinen vastuu. Luvuissa kerrotaan minkälaiset määräykset ja lait vaikuttavat vastuullisuuslinjauksien taustalla. Jokaisen luvun lopussa on liikennevalokaavio, joka kertoo, kuinka Lemmikki Oy voi tulevaisuuden päätöksenteossa olla kestävä kehityksen liikennevaloissa. Kestävä kehityksen tavoitteiden liikennevalovaihtoehdot ovat jarruttaja (punainen), pohdiskelija (keltainen) tai edelläkävijä (vihreä). Yritys voi valita edistymisaskeleensa liikennevalokaaviosta osa-alueittain.

4.2 Muovi

Muovin kierrätyksestä on tehty muovistrategia Euroopan parlamentissa vuonna 2018, jonka tavoitteena on, että vuoteen 2030 mennessä kaikki EU:ssa myytävät muovipakkaukset tulevat olemaan uudelleenkäytettäviä tai kierrätettäviä (Euroopan parlamentti 1). Tämä näkyy taulukossa 1 niin, että kaupoista SOK, Kesko ja Lidl ovat asettaneet omille merkkituotteilleen vuoden, johon mennessä he pyrkivät joko kokonaan tai prosentuaalisella määrällä vähentämään muovin määrää pakkauksissaan. Tavoitevuodet ovat välillä 2022–2025, mikä tarkoittaa sitä, että tavoitteisiinsa päästyään kaupat olisivat usean vuoden etujassa EU:n linjauksesta.

Tokmanni, jolla ei ole vuosimääritelmää, vaan toteamus pakkausmateriaalien ja -menetelmien sekä pakkausten kierrätyksen kehittämistä, on enemmän samassa linjassa tavarantoimittajien taulukon kanssa (taulukko 2). Tavarantoimittajista (taulukko 2) puolestaan Atria lupaa vähentää muovin määrää, kun taas HKScan on sitoutunut Ruotsin vähittäiskauppayhdistyksen ja kaupan yhdistyksen mukaisiin vaatimuksiin. Näiden vaatimusten mukaan kaikkien elintarvikkeiden muovipakkausten tulee olla kierrätettäviä vuoteen 2022 mennessä. Raisio täsmentää omassa linjauksessa, että kierrätykseen pyritään kuluttajatuotteissa vuoteen 2023 mennessä.

Muovi liikennevalot kaavio



4.3 Energia

Puhdas maapallo kaikille -strategian ja puhdasta energiaa kaikille eurooppalaisille -säädospaketti ovat olleet EU:n viime vuosien ilmastopolitiikkaa. Puhdas maapallo kaikille

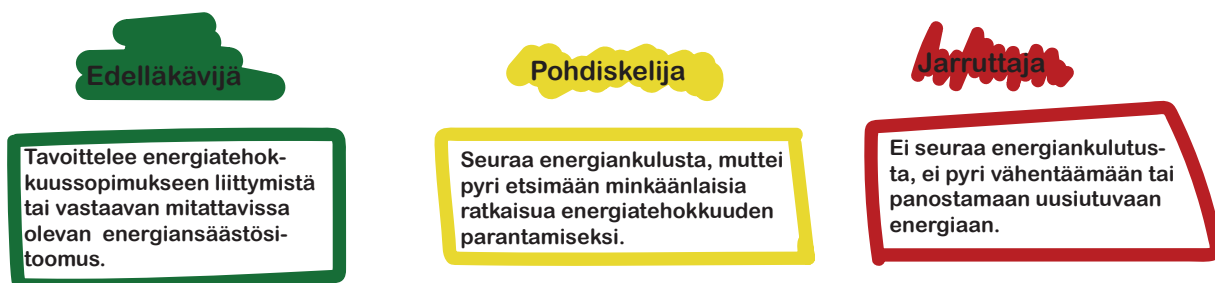
-strategia, vuodelta 2018, on strateginen visio EU:n tulevasta ilmastopolitiikasta (Euroopan komissio). Strategian tarkoituksena on ollut luoda visiota, näyttää suuntaa, edistää suunnitelmia, herättää innostusta ja tarjota sidosryhmille, tutkijoille, yrittäjille sekä kansalaisille mahdollisuuksia kehittää uusia ja innovatiivisia teollisuudenaloja, yrityksiä ja työpaikkoja (Euroopan komissio). Puhdasta energiaa kaikille eurooppalaisille -säädös vuodelta 2019 antaa EU:lle edellytykset säännellä puhtaaseen energiaan siirtymistä ja pohjustaa sen tietä kohti Pariisin sopimuksen sitoumusten täytäntöönpanoa.

Taulukoissa olevat kaupat ovat lupautuneet energian osalta panostaa uusiutuvan energian käyttöönottoon. Koska vastuullisuusohjelmat ovat vuodelta 2018, ja tämä opinnäytetyö on tekeillä vuoden 2020 alussa, useat kaupat ovat jo ehtineet tehdä töitä lupaustensa eteen. Kauppaketjut ovat ottaneet käyttöön joko uusien tai vanhojen kauppojen katoilla aurinkopaneeleja.

Kaikki yritykset Tokmannia lukuun ottamatta ovat mukana vuosille 2017–2025 laaditussa energiatehokkuussopimuksessa. Sopimukseen sitoutuneet yritykset pyrkivät vähentämään energiankulutustaan 7,5 %. Energiatehokkuussopimukset ovat osa Suomen energia- ja ilmastostrategiaa ja ensisijainen keino edistää energian tehokasta käyttöä Suomessa. Vastuullinen ja tehokas energiankäyttö vähentää ilmastonmuutosta aiheuttavia hiilidioksidipäästöjä (Motiva 1).

Tavarantoimittajista Atria on myös ottanut käyttöönsä aurinkopaneeleja niin ruoka- kuin rehutehtaillakin (Kettumäki 2019). Raisio-konserni on ottanut bioenergialaitoksen käyttöön Raision tehdasalueella vuonna 2017, minkä myötä tehdasalueesta on tullut hiilineutraali (Raisio). HKScan mainitsee vastuullisuusohjelmassaan käyttävänsä Suomen, Ruotsin ja Tanskan uusiutuvista lähteistä tuotettua sähköä, joka on ostettu hankkimalla alkuperätakuut. Alkuperätakuut koskivat biopolttoaineita, vesivoimaa ja tuulivoiman avulla tuotettua sähköä vuonna 2018.

Energian liikennevalot kaavio



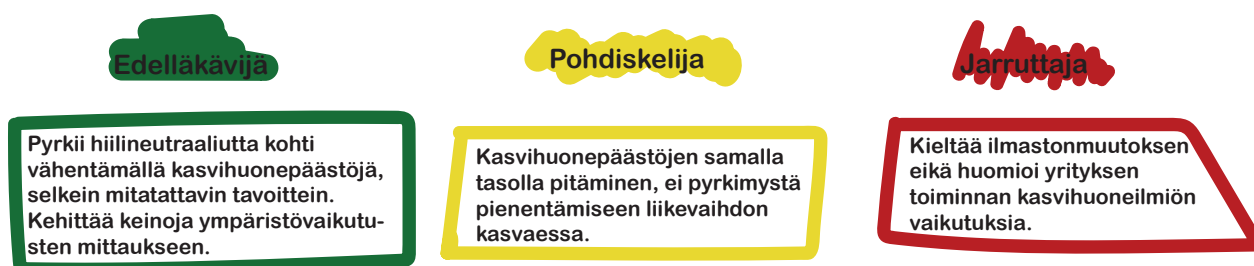
4.4 Logistiikka

Pariisin ilmastopimuksen tavoite on pitää maapallon keskilämpötilan nousu alle 2 °C:ssa suhteessa esiteolliseen aikaan. Sopimus astui voimaan marraskuussa 2016, ja se koskee

2020 vuoden jälkeistä aikaa. Suomessa energia- ja ilmastotiekartta 2050 on strategisen tason ohje pitkällä aikavälillä siitä, kuinka Suomi pyrkii kohti hiilineutraalia yhteiskuntaa. Suomen kasvihuonekaasupäästöistä noin 80 % syntyy energiantuotannosta ja -kulutuksesta, kun mukaan lasketaan liikenteen käyttämä energia. (Energia- ja ilmastotiekartta 2050, 13)

Logistiikan osalta yhtenäistä yrityksillä on se, että kaikki pyrkivät vähentämään kasvihuonepäästöjä logistiikassa, mutta hyvin erilaisin linjauksin. Osalla yrityksistä on selkeä vuosi tulevaisuudessa, johon mennessä pyritään prosentuaaliseen päästöjen vähennykseen tietyn vuoden tasolle suhteutettuna liikevaihtoon. Taulukossa on myös mainittuna uusiutuvien tai vähäpäästöisten polttoaineiden käytön lisääminen.

Logistiikan liikennevalot kaavio



4.5 Kierrätettävyys

Ympäristöministeriön tavoitteena on nostaa Suomi kiertotalouden kärkimaaksi jätelainsäädännön uudistuksella. Jätelainsäädännön uudistus liittyy EU:ssa kesällä 2018 hyväksytyyn jätesäädöspaketin toimeenpanoon Suomessa. EU:n jätesäädöspaketin keskeisinä tavoitteina on vähentää jätteen määrää ja lisätä uudelleenkäyttöä ja kierrätystä. Uudistetun jätedirektiivin mukaan yhdyskuntajätteestä tulee kierrättää 55 % vuonna 2025 ja 65 prosenttia vuonna 2035 (Ympäristöministeriö 3). Tilastokeskuksen tietojen mukaan vuonna 2018 Suomen jätteistä suurin osa käytettiin energian hyödyntämiseen (57 %) ja materiaalin hyödyntämisen (42 %), kun taas kaatopaikoille meni n. 0,7 %. (Tilastokeskus)

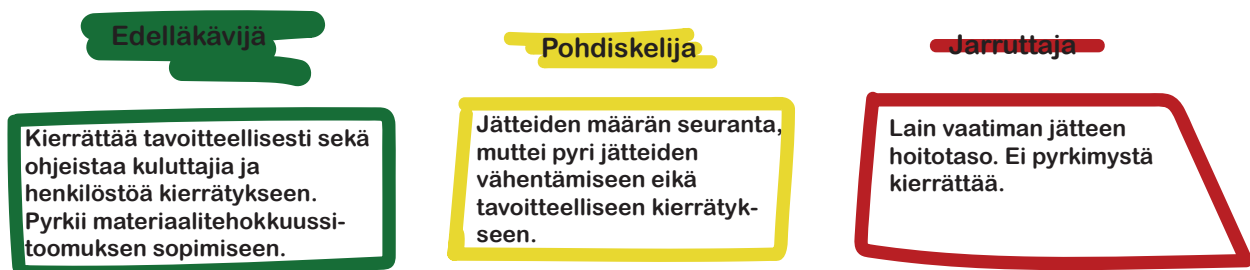
Kaikki taulukoiden yritykset pyrkivät tekemään muutoksia jätehuollon parantamiseksi, ja jokainen niistä on luonut omien raamien mukaiset tavoitteet. SOK ja Kesko ovat ilmaisseet selkeästi, että heidän omien tuotemerkkiensä pakkausten tulisi olla kierrätettäviä vuoteen 2022 (SOK) tai 2025 (Kesko) mennessä. Lidl ja Tokmanni huomioivat keinoja, joilla ne voivat pyrkiä kierrätettävyyden parantamiseen, kuten jätteiden määrän seurantaan ja kierrätyksen tehostamiseen.

Tavarantoimittajien yhteneväisyyksiin kuuluu sivuvirtojen hyötykäyttö ja pakkausmateriaalien kehittäminen. Atria korostaa linjauksessaan pakkaussuunnittelun kokonaisvaltaisuutta, jossa heillä on pääpainona tuotteen turvallisuuden varmistaminen.

HKScan nostaa esiin jätehierarkian tuotantolaitoksissa syntyvän jätteen vähentämisen. EU-säännöissä on määritelty jätehuollolle hierarkia, jonka mukaan jätteen syntymisen ehkäisy ja sen uudelleenkäyttö ovat parhaita vaihtoehtoja. Näiden perässä tulee kierrätys ja muu hyötykäyttö, esimerkiksi jätteen polttaminen energiaksi. Viimeisenä keinona on loppukäsittely, esimerkiksi kaatopaikalle vieminen, joka on ympäristön kannalta haitallisin mutta usein edullisin tapa käsitellä jätettä (Euroopan parlamentti 2.).

Raisio on mukana materiaalitehokkuuden sitoumuksessa, jolla vähennetään ruoan valmistuksen, jakelun ja kulutuksen ympäristövaikutuksia. Materiaalitehokkuuden sitoumus on elinkeinoelämän ja valtionhallinnon välinen vapaaehtoinen toimintamalli, jonka tavoitteena on parantaa yritysten kannattavuutta ja pienentää ympäristövaikutuksia. (Motiva 2).

Kierrätettävyyden liikennevalot -kaavio

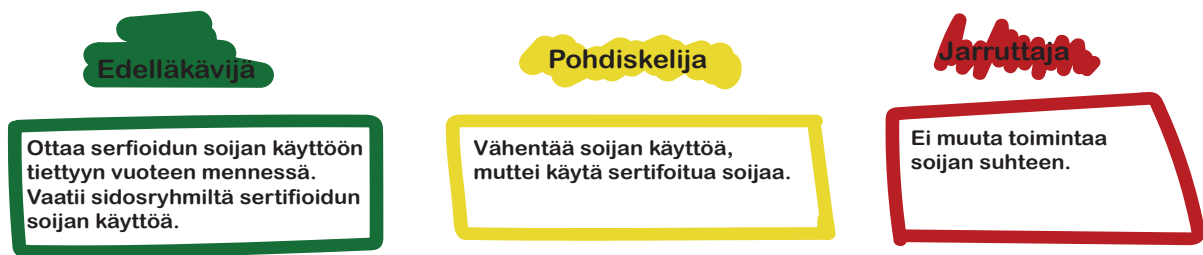


4.6 Sertifioitu soija

Soija on laadukasta kasviproteiinia. Se on ravitsemuksellisesti mainio tuote niin ihmisten kuin eläinten ravinnoksi. (WWF 1) Soijan tuotanto kasvaa maailmalla nopeasti. Suurin osa käytetystä soijasta on peräisin Etelä-Amerikasta, jossa soijan tuotannon kasvu asettaa haasteita luonnon monimuotoisuudelle, ja sen pelätään myös lisäävän metsäkatoa ja kasvihuonekaasupäästöjä (S-ryhmän sata vastuullisuustekoa). Yritysten soija sitoumus vähentää soijan tuotannon ympäristövaikutuksia tuottajamaissa. Sertifiointi koskee soijan alkuperää ja tuotantoketjua, ja sen suorittaa riippumaton, kolmas osapuoli.

Taulukoista näkee, että yritykset pyrkivät käyttämään sertifioitua soijaa tai ovat pyrkimässä vähentämään sen käyttöä. Suomalaisen soijasitoumuksen jäsenet sitoutuvat siihen, että vuoteen 2020 mennessä kaikki niiden omien tuotteiden tuotantoketjussa käytetty soija on vastuullisesti tuotettua, Roundtable on Responsible Soy (RTRS)- tai ProTerra-sertifioitua soijaa (WWF). Tutkimuksen yrityksistä Kesko ja HKScan ovat suomalaisen soijasitoumuksen perustajajäseniä, minkä lisäksi Raisio käyttää ainoastaan vastuullisuussertifioitua soijaa.

Sertifioidun soijan liikennevalot kaavio

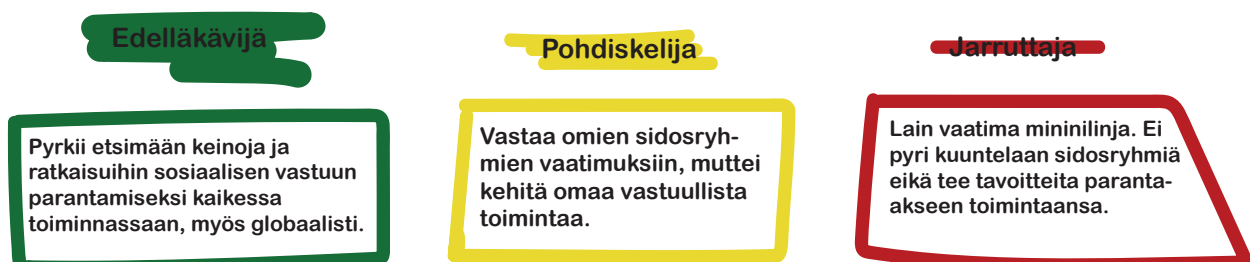


4.7 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuullisuus on yrityksen sitä toimintaa, jotka kohdistuvat ihmiseen. Näitä vastuualueita ovat ihmis- ja työoikeudet, työturvallisuus ja työhyvinvointi, jotka on säädetty laissa hyvinvointivaltioissa. Työelämän pelisäännöistä neuvotellaan myös yritysten sekä julkisen vallan ja ammattiyhdistysliikkeiden välillä. Monet hyvinvointivaltion yritykselle määrittelemät velvollisuudet ovat kehittyneissä maissa yrityksen vapaaehtoisuuden piirissä. Sosiaalisen vastuullisuuden painopisteet kehittyvissä maissa toimivilla yrityksillä ovat työolosuhteiden kehittämisessä, peruspalkkatason määrittämisessä ja lapsi- ja orjatyövoiman ehkäisyssä. (Harmaala ja Jallinoja 2012,16)

Vastuullisuusohjelmissa sosiaalisen vastuun osalta mainittiin usein tavarantoimittajien ja alihankkijoiden keskinäiset sopimukset. Vaatimuksena on usein yritysten eettisten toimintaohjeiden allekirjoittaminen ja noudattaminen. Kansainvälisillä markkinoilla olevat yritykset myös kertovat suorittavansa auditointeja. Auditoinneilla tarkoitetaan arviointia sen havaitsemiseksi, onko auditoinnin kohteelle asetetut vaatimukset täytetty. Raaka-aineiden jäljitettävyyden on mainittuna joillain yrityksillä tässä osa-alueessa. Se on tärkeä osa raaka-aineen turvallisuutta, koska sen avulla tuotteiden alkuperä voidaan jäljittää sen koko elinkaaren aikana.

Sosiaalisen vastuun liikennevalot kaavio



4.8 Tassuliikennevalot-taulukko

Tassuliikennevalot-taulukko (sivu 5) esittelee muotoilutyön tulokset samassa kaaviossa. Sen tarkoituksena on selkeyttää ja tiivistää tietoa lukemisen ja ymmärtämisen helpottamiseksi. Taulukosta yritys näkee, missä vaiheessa kussakin osa-alueessa yritys on ja kuinka pyrkiä edelläkävijän rooliin.

Tassuliikennevalot-taulukko

Taulukko 3. Tassuliikennevalot-taulukko

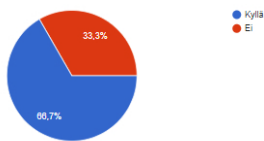
			
<p>Muovi</p> 	<p>Pyrkimys vähentämään muovin käyttöä kaikessa toiminnassa, edistää uusiutuvien materiaalien käyttöä.</p>	<p>Pyrkii muovin käytön kierrätettävyyteen vasta EU linjan mukaisesti, vuoteen 2030 mennessä.</p>	<p>Ei halua eikä yritä parantaa muovin kierrätettävyyttä missään sen käyttövaiheissa.</p>
<p>Energia</p> 	<p>Tavoittelee energiatehokkuussopimukseen liittymistä tai vastaavan mitattavissa olevan energiansäästösitoumus.</p>	<p>Seuraa energiakulutusta, muttei pyri etsimään minkälaisia ratkaisuja energiatehokkuuden parantamiseksi.</p>	<p>Ei seuraa energiankulutusta, ei pyri vähentämään tai panostamaan uusiutuvaan energiaan.</p>
<p>Logistiikka</p> 	<p>Pyrkii hiilineutraaliutta kohti vähentämällä kasvihuonepäästöjä, selkein mitattavien tavoittein. Kehittää keinoja ympäristövaikutusten mittaukseen.</p>	<p>Kasvihuonepäästöjen samalla tasolla pitäminen, ei pyrkimystä pienentää päästöjä liikevaihdon kasvaessa.</p>	<p>Kieltää ilmastonmuutoksen eikä huomioi yrityksen toiminnassa kasvihuoneilmion vaikutuksia.</p>
<p>Kierrätettävyys</p> 	<p>Kierrättää tavoitteellisesti sekä ohjeistaa kulluttajia ja henkilöstöä kierrätykseen. Pyrkii materiaalitehokkuussopimuksen sitomiseen.</p>	<p>Jätteiden määrän seuranta, muttei pyri jätteiden vähentäiseen eikä tavoitteelliseen kierrätykseen.</p>	<p>Lain vaatima jätteenhoitotaso. Ei pyrkimystä kierrättää.</p>
<p>Sertifioidut soija</p> 	<p>Ottaa sertifioidun soijan käyttöön tiettyyn vuoteen mennessä. Vaatii sidoryhmiltä sertifioidun soijan käyttöä.</p>	<p>Vähentää soijan käyttöä, muttei käytä sertifioitua soijaa.</p>	<p>Ei muuta toimintaa soijan suhteen.</p>
<p>Sosiaalinen vastuu</p> 	<p>Pyrkii etsimään keinoja ja ratkaisua sosiaalisen vastuun parantamiseksi kaikessa toiminnassaan, myös globaalisti.</p>	<p>Vastaa omien sidosryhmien vaatimuksiin, muttei kehitä omaa sosiaalisen vastuun toimintaa.</p>	<p>Lain vaatima linja, ei pyri kuuntelemaan sidosryhmiä eikä tee muutoksia parantaakseen toimintaansa.</p>

5. Kysely

Kysely lähetettiin neljälle Lemmikki Oy:n tavarantoimittajalle, joista kolmelta saatiin vastaukset. Kyselyssä oli kolme osiota, joista ensimmäinen kartoitti vastaajien taustamuuttujia. Vastaajiin kuului kaksi myyntipäällikköä ja yksi toimitusjohtaja.

Seuraava osa oli valmistautuminen-otsikon alla, ja siinä kysyttiin yrityksen yritysvastuun valmistutumista. Tämän osion kaksi ensimmäistä kysymystä olivat monivalintakysymyksiä, vastausvaihtoehdoilla kyllä tai ei. Kysymykseen ”onko yrityksellä vastuullisuusohjelmaa” kaksi vastaajaa vastasi myöntävästi ja yksi kieltävästi. Jatkokysymykseen ”onko yritys sitoutunut muovin kierrätykseen” kaikki vastasivat myöntävästi.

Onko yrityksellä vastuullisuusohjelma?
3 vastausta



Kuva 5. Kysymys vastuullisuusohjelma

Onko yrityksenne sitoutunut muovin käytön vähentämiseen?
3 vastausta



Kuva 6. Kysymys muovin kierrätykseen sitoutuminen

Valmistumis osa-alueessa kysyttiin vielä kaksi avointa kysymystä, joista ensimmäisessä kysyttiin, millä keinoin muovin käyttöä pyritään vähentämään. Kaikki mainitsevat vastauksissa muovin ohentamisen, ja kaksi vastaajaa tuovat esiin myös muovin kierrätettävyyden. Lisäksi vastaajat ovat maininneet tuotannon optimoinnin ja automatisoinnin, uudelleenkäytön omissa prosesseissa sekä vaihtoehtoiset ja uusiomateriaalit. Valmistautumisosion viimeinen kysymys kysyy, onko yrityksen tuotekehityksessä otettu huomioon kauppaketjujen muovilinjauksia. Vastaajista yksi vastasi myöntävästi. Kaksi muuta vastaajaa täsmentävät tarkemmin sitä, että tulee huomioida myös pakattavien tuotteiden pakkausvaatimukset; muovi suojaa nimittäin hyvin ja on jo materiaalina ruokahävikkiä vähentävä tekijä, minkä lisäksi se on logistiikan kannalta kevyt. Esiin on nostettu myös muovin kierrätettävyyden ylläpitäminen.

Seuraavat kysymykset on kategorisoitu ratkaisut-osa-alueen alle, jossa on kolme kysymystä ja ne kaikki ovat avoimia kysymyksiä. Ensimmäisenä kysyttiin, mitä keinoja yrityksellä on tarjota Lemmikki Oy:n materiaalihävikin vähentämiseksi. Vastauksissa nostettiin esiin Lemmikki Oy:n tuotteiden vaativuutta, minkä vuoksi yksittäismateriaalit (monomateriaalit) eivät käy tuotteiden pakkauksiksi. Lemmikkien ruoantuotannon prosessi ja itse tuotteet ovat vaativia, jolloin monomateriaalit, joissa muovilaatua yksinkertaistetaan, eivät sovellu pakkausmateriaaleiksi. Vastauksissa on tarjottu myös vaihtoehtoa, että pakkausmateriaalien raaka-ainesta osa voisi olla kasvipohjaista materiaalia tai post-consumer-materiaalia. Kasvispohjaisilla materiaaleilla tarkoitetaan uusiutuvia muovimateriaaleja, jotka valmistetaan sokeriruokoteollisuuden sivuvirtauksesta eli kasviantolista. Post consumer -materiaalilla tarkoitetaan kuluttajan kierrättämistä materiaaleista valmistettua uusiomuovia.

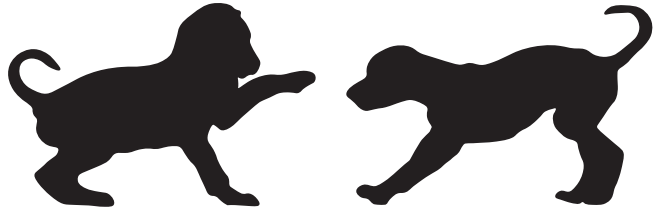
Ohennuksien, levennyksien ja vetopituuksien optimointi annettiin myös yhtenä vastausvaihtoehtona. Lisäksi vastauksissa kerrotaan, kuinka voidaan tarjota henkilökunnalle koulutusta, jotta voidaan taata muovin oikea säilytys, käsittely ja käyttö. Koulutuksen avulla voidaan vähentää muovihävikkiä. Toisena keinona muovihävikin vähentämiseksi tarjottiin tuotantokoneiden oikea-aikaista huoltoa.

Toinen ratkaisut-osa-alueen kysymys on, mitä ratkaisuja yritys voi tarjota Lemmikki Oy:n tuotteiden pakkausmateriaalien kierrätettävyyden parantamiseksi. Tämän kysymyksen osalta olivat vastaukset osittain ristiriitaisia, sillä yksi vastaaja oli vastannut, että monomateriaalit voisivat olla vaihtoehtoinen materiaali huolimatta siitä, että sama vastaaja on todennut ja korostanut aikaisempaa kysymykseen vastatessaan, etteivät monomateriaalit käy. Osallistumista, muovin kierrätyksen ja käsittelyn kehittämiseksi yhteiskunnan tasolla ehdotettiin yhdeksi ratkaisuksi.

Viimeisenä kysyttiin, onko yrityksellä tarjota Lemmikki Oy:lle vaihtoehtoisia materiaaleja. Kaksi oli vastannut myöntävästi ja kolmas viittaa aiempien kysymyksiin vastauksiinsa.

6. Johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka Lemmikki Oy voi varautua kestäväen kehityksen tuomiin vaatimuksiin, jotka on kirjattu sidosryhmien vastuullisuusohjelmissa. Kauppaketuista ja tavarantoimittajista tehdyistä taulukoista



yritys sai selville, miten Lemmikki Oy:n tulee kehittää omia investointeja ja tuotekehitystä kauppaketjujen vastuullisuuslinjauksien mukaisesti, sekä kuinka pian sen tulee varautua linjauksiin. Muovin osalta tiedoista oli hyötyä Lemmikki Oy:lle, sillä he tuottavat kauppaketjujen omia merkkituotteita. Sosiaalinen vastuu kiinnosti yritystä, sillä se pohti, kuinka tiukat vaatimukset sidosryhmille on kirjattu vastuullisuusohjelmiin tällä hetkellä. Lemmikki Oy:ssä oltiin hiukan yllättyneitä siitä, ettei vastuullisuusohjelmat antaneet tarkempia vaatimuksia heidän osaltaan.

Lemmikki Oy on kiinnostunut toteuttamaan tulevaisuudessa oman yhteiskuntavastuunsa ohjelmaa. Yritys koki kauppaketuista ja tavarantoimittajista tehdyt taulukot hyvinä esimerkkeinä, jotka toimivat heidän oman vastuullisuusohjelmansa tekemisen tukena. Monet tutkitut yritykset ovat tehneet omat vastuullisuusohjelmat Global Reporting Initiative (GRI) -ohjeiston avulla. GRI on itsenäinen säätiö, jonka tavoitteena on luoda toimintamalli yhteiskuntavastuureportointiin.

Muotoilun työn tuloksista voidaan nostaa esiin tassuliikennevalot-taulukko, jossa on visualisoinnin keinoin koostettuna tutkimustiedon johtopäätökset. Taulukosta yritys näkee, missä vaiheessa osa-alueittain yritys on, ja kuinka pyrkiä edelläkävijän rooliin.

Kyselyn osalta yrityksessä haluttiin selvittää tavarantoimittajien kestäväen kehityksen valmiutta sekä ymmärtää, mitkä ovat haasteet erityisesti muovipakkauksissa. Kyselyn tuloksista voidaan todeta, että tavarantoimittajayritykset ovat sitoutuneet muovin vähentämiseen riippumatta siitä, että onko heillä vastuullisuusohjelmaa. Yritykset pystyivät esittämään ratkaisuja muovin käytön vähentämiseksi sekä pystyivät vastaamaan kestäväen kehityksen tavoitteiden mukaiseen tuotekehitykseen. Kyselyn ratkaisuista nousi esiin Lemmikki Oy:n ruokatuotteiden pakkaamisen haasteellisuus, jossa tulee ottaa ensisijaisesti huomioon tuotteen säilyvyys, joka rajoittaa tuotteelle sopivien uusiutuvien pakkausmateriaalien soveltuvuutta.

7. Pohdinta

Muotoilun menetelmänä käytetty tuplatimantti-prosessimalli toimi mielestäni hyvin opinnäytetyössäni. Työvaiheet selkeytyivät minulle, sillä prosessimallin avulla pystyin jäsentämään kunkin työvaiheen timanttien otsikoiden alle.

Kyselyn laatiminen olisi vaatinut enemmän tutkimuskysymysten muotoilua. Kyselyn vastauksia analysoidessa huomasin kysymyksissä epätarkkuutta.

Vastaajat olivat ymmärtäneet kahden viimeisen kysymyksen kysyvän samaa asiaa, vaikka tarkoituksena oli, että viimeinen kysymys täydentää edeltävää kysymystä.



Tutkimuksen avulla yritys sai tietoa siitä, kuinka sen tulee varautua kestävän kehityksen tuomiin vaatimuksiin, joita on kirjattu sidosryhmien vastuullisuusohjelmiin. Taulukot auttoivat jäsentämään tietoa vastuullisuusohjelmista, ja tassuliikennevalo-tilausta antaa useita vastauksia tutkimuskysymykseen ”kuinka muotoilun keinoin voi kehittää Lemmikki Oy:n yritysvastuuta kestävän kehityksen suuntaan.”

Yritys antoi palautetta esiteltyäni työn tulokset heille. Heidän mielestään tutkimus selvensi hyvin asioita, ja he pitivät taulukoiden jäsentelystä, sillä ne ovat selkeitä yhden sivun tiedostoja. Tassuliikennevalo-tilausta he aikoivat kääntää englanniksi, mikä kertoo siitä, että työlleni tulee olemaan yrityksen sisällä kansainvälistä merkitystä. Muovin osalta yritys harkitsee uusiutuvien muovimateriaalien tai kierrätetyn muovin käyttöönottoa pakkauksissa, mutta siihen voidaan pyrkiä vasta Voff Groupin yhteispäätöksen mukaisesti. Päätökseen vaikuttaa se, että materiaalikustannusten arvioidaan nousevan 20–30 %. Yritys kertoi alkavansa selvittää tutkimuksessa nousseiden osa-alueiden nykytilaa ja seurantaa, muidenkin kuin tässä tutkimuksessa tehdyn muovin osalta. Selvitysten myötä yritys voi alkaa pyrkiä, edelläkävijän tavoin, kohti tavoitteellisia muutoksia.

Opinnäytetyötutkimus tukee Lemmikki Oy:n brändin kehittämistä kestävän kehityksen suuntaan. Tutkimuksessa on otettu vaikutteita sidosryhmiltä sekä heijastettu sidosryhmien mielikuvia Lemmikki Oy:n vastuullisuusohjelman kehittämiseen. Seuraava askel yrityksen kestävän kehityksen tutkimuksessa voisi olla olennaisuusanalyysin tekeminen, joka tehdään suuremmalle joukolle, sidosryhmää haastattelulla tai kyselyllä sekä arvoluonnin kartoituksella. Analyysin tarkoituksena on saada ymmärrys sidosryhmien näkemyksistä koskien vastuullisuutta. Sidosryhmien näkemysten kuunteleminen ja huomioon ottaminen on tärkeä osa brändäystä.

Koin visuaalisen ilmeen lisäämisen kuvituksin tärkeäksi työlle, koska tutkimussisältö on asiatäyteinen. Kuvituksessa olen halunnut tuoda esiin linnut, lemmikit ja niiden leikkimielisyytensä, sillä ne ovat keskeinen osa opinnäytetyön tilaajayrityksen liiketoimintaa.

Minulle opinnäytetyöni merkitsee sitä, että olen päässyt seuraamaan, kuinka yritys pyrkii kohti kestäväen kehityksen tavoitteita, sekä auttamaan heitä ammattitaidollani. Opinnäytetyötäni tehdessä olen oppinut kestävästä kehityksestä, yritys vastuusta ja muotoilusta. Olen ymmärtänyt, mistä lemmikinomistajan hiilijalanjälki syntyy ja kuinka siihen voi vaikuttaa lemmikinomistajana. Kaiken oppimani perusteella ymmärrän nyt, että olisin omalle koiralle kuin lemmikkivanhempi. Antaisin kaikkeni lemmikille, jopa oman hyvinvointini kustannuksella. Tämän tiedon sisäistäessäni tajusin, etten toistaiseksi voi sitoutua hankkimaan ja rakastamaan koira.

LÄHTEET

Eläinruokatehdas Lemmikki Oy:n www-sivut. Meistä. [Viitattu 2020-03-23] Saatavissa: <https://www.elainruoka.com/meista/>

Energia- ja ilmastotiekartta 2050 [Viitattu 2020-04-10] Saatavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/2628105/Energia+ja+ilmastotiekartta+2050.pdf/1584025f-c5c7-456c-a912-aba0ee3e5052>

Euroopan komissio. 2018 Komissio haluaa Euroopasta ilmastoneutraalin vuoteen 2050 mennessä* [Viitattu 2020-04-09] Saatavissa: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_18_6543

Euroopan parlamentti 1. 2018 Muovijäte ja kierrätys EU:ssa [Viitattu 2020-04-07] Saatavissa: <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/society/20180830STO11347/eu-n-strategia-muovijatteen-vahentamiseksi>

Euroopan parlamentti 2. 2018 Jätehuolto EU:ssa faktoina ja lukuina [Viitattu 2020-04-07] Saatavissa: <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/society/20180328STO00751/jatehuolto-eu-ssa>

Finder 1. Finder netti sivut [Viitattu 2020-04-06] Saatavissa: <https://www.finder.fi/EI%C3%A4intarvike+ja+el%C3%A4inkauppa/EI%C3%A4inruokatehdas+Lemmikki+Oy/Kuopio/yhteystiedot/13149>

HARMAALA, M. ja JALLINOJA N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma Pro Oy

HÄMÄLÄINEN, V. 2018. Yle: Lemmikkieläimille on pian entistä paremmin tarjolla ruokaa Suomesta – seuraavaksi kauppoihin tulee kokonaan kotimainen kuivaruoka kissoille. [Viitattu 2020-02-24] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10385753>

KETTUMÄKI A. 2019 Yle: Atria ottaa käyttöön yhden megawattitunnin akuston aurinkosähkön varastointiin – Fingrid: ”Se on jo paikallisesti kunnan yksikkö” [Viitattu 2020-04-09] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11050523>

KOIVISTO M. SÄYNÄJÄKANGAS J. ja FORSBERG S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent.

KOLVAKKA J. JA LEHTINEN L. Hyvä, paha muovi. [Viitattu 2020-04-20] Saatavissa: <https://www.viite.fi/2018/03/03/hyva-paha-muovi/>

KNUUTTILA M. Muovipaniikkia [Viitattu 2020-04-20] Saatavissa: <https://www.iltalehti.fi/asumisartikkelit/a/e00d80da-fc99-4117-9a6b-f656dbf7ba8f>

MERITÄHTI P. 2018 Yle: Eläinlääkärit levittävät Facebookissa varoitusta kiinalaista kanaa sisältävien herkkupalojen vaaroista koirille – Evira: Näyttöä ei ole [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10223555>

Motiva 1. Energiatehokkuussopimukset [Viitattu 2020-04-08] Saatavissa: https://www.motiva.fi/julkinen_sektori/energiatehokkuussopimukset

Motiva 2. Materiaalitehokkuuden sitoumukset. [Viitattu 2020-04-08] Saatavissa: https://www.motiva.fi/ratkaisut/materiaalitehokkuus/materiaalitehokkuuden_sitoumukset

Mtv3 uutisten nettisivut. MTV Uutisten kysely: Monet suomalaisyritykset ovat valmiita toimimaan ympäristön hyväksi: ”Ilmastonmuutos on pian meidän jokaisen takapihalla” [Viitattu 2020-03-23] Saatavissa: <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/mtv-uutisten-kysely-monet-suomalaisyriytkset-ovat-valmiita-toimimaan-ympariston-hyvaksi-ilmastonmuutos-on-pian-meidan-jokaisen-takapihalla/7673306#gs.0tewg6>

Musti Group [Viitattu 2020-04-06] Saatavissa: <https://www.mustigroup.com/fi/sijoittajat/taloustietoja/>

MÄNTYNEVA, M. HEINONEN, J. WRANGE, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy

PALMÉN J. 2020. Talouselämä: Vartalon mukaan muovautuva tyyny, päivähoidopaikka ja fysioterapiaa – eläimistä tuli perheenjäseniä, ja kauppiaat ovat huomanneet tämän. s 26 [Viitattu 2020-02-24]

Plasthouse Valtamuovit [Viitattu 2020-04-20] Saatavissa: <https://plasthouse.fi/muovit/mita-muovit-on/valtamuovit/>

POHJOLA J. 2019. Brändin ilmeen johtaminen [Viitattu 2020-02-24] Saatavissa: [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.savonia.fi/teos/DAEBHXDTEB#piste:tBU/kohta:1\(\(20\)BR\(\(c4\)NDIN\(\(20\)ILME\(\(20\)OSANA\(\(20\)ORGANISAATION\(\(20\)VIESTINT\(\(c4\)\(\(c4\):Asiakaspolku\(\(20\)ja\(\(20\)kohtaamiset](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.savonia.fi/teos/DAEBHXDTEB#piste:tBU/kohta:1((20)BR((c4)NDIN((20)ILME((20)OSANA((20)ORGANISAATION((20)VIESTINT((c4)((c4):Asiakaspolku((20)ja((20)kohtaamiset)

Raisio. Raisio-konsernin tehdasalue Raisiossa muuttuu hiilineutraaliksi. [Viitattu 2020-04-09] Saatavissa: https://www.raisio.com/fi_FI/raisio-konsernin-tehdasalue-raisiossa-muuttuu-hiilineutraaliksi#

S-ryhmän www-sivut. S-ryhmän sata vastuullisuustekoa. [Viitattu 2020-03-20] Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/100-tekoa/>

TALASTERÄ J. Aiheuttaako lemmikin omistaminen ilmastoahdistusta? Kerro miten olet pienentänyt hiilitassunjälkeä! [Viitattu 2020-03-24] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11000777>

Tilastokeskus. Yhdyskuntajätettä kertyi vuonna 2018 aiempia vuosia enemmän [Viitattu 2020-04-13] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/jate/2018/jate_2018_2020-01-15_tie_001_fi.html

TUOMI J. ja SARAJARVI A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Ulkoministeri 1. Ulkoministeriön nettisivut. Mitä on kestävä kehitys. [Viitattu 2020-04-06] Saatavissa: https://www.ym.fi/fi-fi/ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys

Ulkoministeriö 2. Ulkoministeriön nettisivut. Agenda 2030- kestävä kehityksen tavoitteet. [Viitattu 2020-04-06] Saatavissa: <https://um.fi/agenda-2030-kestavan-kehityksen-tavoitteet>

Valtioneuvosto Muovitiekartta [Viitattu 2020-04-20] Saatavissa: <https://valtioneuvosto.fi/hanke?tunnus=YM009:00/2019>

Voff premium pet food www-sivut. Home. [Viitattu 2020-03-24] Saatavissa: <https://voff.pet/>

WWF 1 WWF:n www-sivut. Soija syynissä: ruuaksi, rehuksi vai boikottiin? [Viitattu 2020-03-20] <https://wwf.fi/uutiset/2020/01/soija-syynissa-ruuaksi-rehuksi-vai-boikottiin/>

WWF 2 WWF:n www-sivut. Suomalainen soijasisitumus [Viitattu 2020-03-20] Saatavissa: <https://wwf.fi/suomalainen-soijasisitumus/>

Ympäristöministeriön 1 Mitä on kestävä kehitys. [Viitattu 2020-03-23] Saatavissa: https://www.ym.fi/fi-fi/ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys

Ympäristöministeriö 2 [Viitattu 2020-04-22] Saatavissa: https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Muovit/Kysymyksiä_ja_vastauksia_muoveista

Ympäristöministeriö 3 Jättesäädöspaketti [Viitattu 2020-04-10] Saatavissa: <https://www.ym.fi/jatesaadospaketti>

ZIMMERMAN A. ja BLYTHE J. 2018 Business to business marketing management. New York: Routledge

KUVAT

Kuva 1. Agenda 2030, Sijainti: <https://mediabank.finland.fi//DXQf8r7DhrV2/f/7nws>

Kuva 2. Design managementin osa-alueet, POHJOLA J. 2019. Brändin ilmeen johtaminen

Kuva 3. Lemmikki Oy: sidosryhmät, (Sorella Thure)

Kuva 4. Tuplatimantti-prosessimalli, POHJOLA J. 2019. Brändin ilmeen johtaminen

Kuva 5. Kysymys vastuullisuusohjelma, Google Forms kysely tavarantoimittajille

Kuva 6. Kuva 6. Kysymys muovin kierrätykseen sitoutuminen, Google Forms kysely tavarantoimittajille

LIITE 3 : Kysely

Valmistautuminen:

Mikä on asemasi yrityksessä? Lyhyt vastaus

Onko yrityksellänne vastuullisuusohjelma? Kyllä/ Ei

Onko yrityksenne sitoutunut muovin käytön vähentämiseen? Kyllä/ Ei

Millä keinoilla muovin käyttöä pyritään vähentämään? Avoin vastaus

Onko yrityksenne tuotekehityksessä otettu esimerkiksi huomioon kauppaketjujen muovilinjauksia? Muovilinjaus on se, kun pakkauksista pyritään kierrätettäviä, uudelleen käytettäviä tai biohajoavia vuoden 2025 loppuun mennessä. Avoin vastaus

Ratkaisut:

Mitä keinoja yrityksellä on tarjota Lemmikki Oy:n materiaalihävikin vähentämiseksi? Avoin vastaus

Mitä ratkaisuja yritys voi tarjota Lemmikki Oy:n tuotteiden pakkausmateriaalien kierrätettävyyden parantamiseksi? Avoin vastaus

Onko yrityksellänne tarjota Lemmikki Oy:lle vaihtoehtoisia materiaaleja? Avoin vastaus

VASTAUS 1.

Mikä on asemasi yrityksessä? Toimitusjohtaja

Onko yrityksellänne vastuullisuusohjelma? Kyllä

Onko yrityksenne sitoutunut muovin käytön vähentämiseen? Kyllä

Millä keinoilla muovin käyttöä pyritään vähentämään?

Tehdas, jota edustamme ja jolta jälleenmyymämme muovikuoret tulevat on automatisoinnin ja tuotannon optimoinnin kautta vähentänyt tuotannossa syntyvän ns. ylimääräisen muovijätteen minimiin. Tälle on myös taloudelliset perusteet. Lisäksi tehdas panostaa tuotekehitykseen ja mm. kehittää jatkuvasti menetelmiä, joilla muovikuoresta saisi ohuempaa (muovin käytön väheneminen) ja silti muovin suojaavat ominaisuudet säilyttävää. Muovimme ovat kaikki kierrätettäviä. Tehokkaasti kierrätettynä muovin kokonaisympäristökuorma voi olla jopa pienempi kuin sitä korvaavien materiaalien.

Onko yrityksenne tuotekehityksessä otettu esimerkiksi huomioon kauppaketjujen muovilinjauksia?

Otamme huomioon kauppaketjujen muovilinjaukset. Kuten mm. Keskon omassa muovilinjauksessa todetaan on muovi edelleen monelle elintarvikkeelle erinomainen pakkausmateriaali, joka suojaaa tuotteen tehokkaasti ja vähentää ruokahävikkiä. Lisäksi muovi keveytensä puolesta pienentää logistiikan ympäristökuormaa. Kaikki myymämme muovimateriaalit - ns. muovikuoret - ovat kierrätettäviä.

Mitä keinoja yrityksellä on tarjota Lemmikki Oy:n materiaalihävikin vähentämiseksi?

Laadukkaat ja toimivat materiaalit, jotka sopivat kuhunkin käyttökohteeseensa eivätkä näin ollen rikkoudu. Materiaalin oikea säilyttäminen ja oikea käyttö vähentävät hukkaa joka syntyisi mm. epäkurantiksi menneestä materiaalista (kuivuminen tai hapertuminen johtuen vääristä säilytysolosuhteista - liian kuuma/ kylmä tai liian pitkä säilytysaika). Lisäksi tehdään henkilökunnan kouluttaminen muovin oikeaan käsittelyyn (liotus/ ei liotusta) ja muovin käyttäytymiseen. Tuotantokoneiden oikea-aikainen huoltaminen jolla vältetään koneist johtuva muovin hukka.

Mitä ratkaisuja yritys voi tarjota Lemmikki Oy:n tuotteiden pakkausmateriaalien kierrätettävyyden parantamiseksi?

Kaikki kuoremme ovat kierrätettäviä. Muovi ei kuulu luontoon ja kannamme vastuumme muovin kierrätyksen osalta mm. osallistamalla aktiivisesti yhteiskunnalliseen keskusteluun muovin kierrätettävyydestä ja käsitteystä. Viime vuonna olimme ainoana muovitoimittajana keskustelemassa muovimateriaalien kierrätettävyydestä Lihakeskusliiton järjestämässä tilaisuudessa, jonne oli kutsuttu tavarantoimittajia ja tehtaiden edustajia.

Onko yrityksellänne tarjota Lemmikki Oy:lle vaihtoehtoisia materiaaleja?

Viitaten yllä olevaan kauppaketjun linjaukseen on muovi edelleen monelle elintarvikkeelle erinomainen pakkausmateriaali, joka suojaa tuotteen tehokkaasti ja vähentää ruokahävikkiä. Lisäksi muovi keveytensä puolesta pienentää logistiikan ympäristökuormaa.

VASTAUS 2

Mikä on asemasi yrityksessä? Myyntipäällikkö

Onko yrityksellänne vastuullisuusohjelma? Ei

Onko yrityksenne sitoutunut muovin käytön vähentämiseen? Kyllä

Millä keinoilla muovin käyttöä pyritään vähentämään?

Tarjoamalla ohennettuja pakkausmateriaalia, sekä vaihtoehtoisia ja uusiutuvia materiaaleja.

Onko yrityksenne tuotekehityksessä otettu esimerkiksi huomioon kauppaketjujen muovilinjauksia?

Kyllä ja pystymme vastaamaan haasteisiin. Pitää tuki huomioida pakkaavan teollisuuden konekanta, pakattavat tuotteet ja yleiset vaatimukset pakkauksille.

Mitä keinoja yrityksellä on tarjota Lemmikki Oy:n materiaalihävikin vähentämiseksi?

Lemmikin kalvojen paksuudet on jo nyt optimoitu. Prosessi ja tuotteet ovat erittäin vaativat, joten kierrätettävät monomateriaalit eivät tule kyseeseen. Osa pakkausmateriaalien raaka-aineina voidaan käyttää kasvipohjaisia (uusiutuvia) materiaaleja ja pintafilminä post consumer-materiaalia.

Mitä ratkaisuja yritys voi tarjota Lemmikki Oy:n tuotteiden pakkausmateriaalien kierrätettävyyden parantamiseksi?

Ilman kemiallista kierrätysprosessia ei saada nykymateriaalia kierrätettyä. Kuten aiemmin kerroin prosessin ja tuotteiden vaatimuksista, ei kierrätettävä monomateriaali tule kyseeseen.

Onko yrityksellänne tarjota Lemmikki Oy:lle vaihtoehtoisia materiaaleja?

On

VASTAUS 3

Mikä on asemasi yrityksessä? Myyntipäällikkö

Onko yrityksellänne vastuullisuusohjelma? Kyllä

Onko yrityksenne sitoutunut muovin käytön vähentämiseen? Kyllä

Millä keinoilla muovin käyttöä pyritään vähentämään?

Tuoteportfolion muutokset, ohennus, kierrätys, uudelleen käyttö omissa prosesseissa

Onko yrityksenne tuotekehityksessä otettu esimerkiksi huomioon kauppaketjujen muovilinjauksia?

Kyllä on

Mitä keinoja yrityksellä on tarjota Lemmikki Oy:n materiaalihävikin vähentämiseksi?

Ohennus, leveyksien ja vetopituuksien optimointi

Mitä ratkaisuja yritys voi tarjota Lemmikki Oy:n tuotteiden pakkausmateriaalien kierrätettävyyden parantamiseksi?

Monomateriaalit: PE tai PP rakenteet

Onko yrityksellänne tarjota Lemmikki Oy:lle vaihtoehtoisia materiaaleja?

Kyllä on