

Jasmiina Hakulinen

YRITYSVASTUU

Liikunta-alan yritysten näkökulma

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Tammikuu 2021**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Tammikuu 2021	Tekijä/tekijät Jasmiina Hakulinen
Koulutusohjelma Liiketalous		
Työn nimi YRITYSVASTUU – Liikunta-alan yritysten näkökulma		
Työn ohjaaja Ann-Christine Johnsson		Sivumäärä 32 + 4
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, kuinka liikunta-alan yritykset näkevät yritysvastuun ja millaisia keinoja heillä on toteuttaa sitä. Yritysvastuu määritellään kansallisia lakeja noudattavaksi ja lainsäädännön ylittäväksi vastuulliseksi liiketoiminnaksi, jota toteutetaan yhteiskunnan hyväksi sekä ympäristön ja ihmisten suojelemiseksi. Tietoisuus yritysvastuusta on lisääntynyt yrityksien keskuudessa viime vuosien aikana, ja vastuullisuuden nähdään vaikuttavan tulevaisuudessa yritystoimintaan merkittävästi.</p> <p>Työn teoriaosuudessa perehdytään yritysvastuuseen perinteisen kolmen pilarin mallin kautta, jossa yritysvastuu jaetaan taloudelliseen vastuuseen, sosiaaliseen vastuuseen ja ympäristövastuuseen. Työssä käydään läpi myös eri sidosryhmien merkitystä yritykselle ja tarkastellaan tulevaisuuden näkymiä kansainvälisellä tasolla.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimusosuus suoritettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena ja työssä päädyin käyttämään kyselyhaastattelun tutkimusmenetelmää. Tutkimukseen osallistui viisi yritystä Keski-Pohjanmaan ja Pohjois-Pohjanmaan alueelta ja tutkimushaastattelut suoritettiin elokuusta lokakuuhun vuonna 2020.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista voi päätellä, että yritysvastuulla on haastatelluissa yrityksissä tärkeä asema ja sen nähdään liittyvän olennaisesti liiketoiminnan toteuttamiseen. Tutkimuksen tuloksien perusteella esille kolmen pilarin mallista nousee sosiaalisen vastuun toteuttaminen. Tärkeämmäksi näkökulmaksi nousi asiakkaat, joille haluttiin tutkimuksen mukaan rakentaa mahdollisimman turvallinen ja asiakaslähtöisen harjoitteluympäristön. Vastuulliset toimintatavat nähtiin olevan kiinteä osa yrityksen toimintaa, mutta esimerkiksi vastuullisuuden saavuttaminen ympäristöön liittyvissä asioissa oli monella haastatteluun osallistuneella yrityksellä vielä puutteita.</p>		
Asiasanat Yritys vastuu, vastuullinen liiketoiminta, liikunta-ala, taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu, ympäristövastuu		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date January 2021	Author Jasmiina Hakulinen
Degree programme Business Administration		
Name of thesis CORPORATE RESPONSIBILITY - fitness industry aspect		
Supervisor Ann-Christine Johnsson		Pages 32 + 4
<p>The aim of the thesis was to find out how companies in the fitness industry see corporate responsibility and investigate which kind of means they have to implement it. Corporate responsibility is not just about complying with national laws and regulations. In fact, it is all the operations in which a company transcends these boundaries and works for the benefit of the surrounding society, the environment, and the people. Awareness of corporate responsibility has increased among companies in recent years, and responsibility is seen to have a significant impact on business in the future.</p> <p>The theoretical part of the thesis introduces corporate responsibility through the traditional three-pillar model, where corporate responsibility is divided into three sections: economic, social and environmental responsibility. The work also elaborates the significance of various stakeholders for the company and examines future prospects at the international level.</p> <p>The research part of the thesis was carried out as a qualitative research and I ended up using the research method of the questionnaire interview. Five companies from Central Ostrobothnia and Northern Ostrobothnia participated in the research, and the interviews were conducted from August to October 2020.</p> <p>From the research result, it can be concluded that corporate responsibility plays an important role in the interviewed companies and is seen to be essentially related to the business. Based on the results of the research, the most important section of the three-pillar model is social responsibility. Creating as safe and customer-oriented training place as possible was the aim of the business. And related to that, the customers are the main stakeholder in the fitness industry. Responsible acts have become an integral part of doing business in most companies, but, for example, achieving responsibility in the environmental section was still lacking in many of the companies interviewed.</p>		

<p>Key words corporate responsibility, Economic responsibility, environmental responsibility, fitness industry, social responsibility, sustainability</p>
--

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 YRITYSVASTUU	3
2.1 Mitä on yritysvastuu	3
2.2 Hyödyt ja haitat.....	4
2.3 Vastuun osa-alueet	6
2.3.1 Sosiaalinen vastuu	7
2.3.2 Ympäristövastuu	9
2.3.3 Taloudellinen vastuu	9
2.4 Sidosryhmät	11
2.5 Tulevaisuus	14
3 GLOBAALIT VAIKUTTAJAT	16
3.1 Yritysvastuuta tukevia organisaatioita	16
3.2 Yritysvastuun raportointi.....	17
3.2.1 GRI-Viitekehys	18
3.2.2 Standardit	19
3.3 Kansainvälisesti vaikuttavat tekijät	19
4 LIIKUNTA-ALAN YRITYKSET	21
5 TUTKIMUS	22
5.1 Tutkimusasetelma	22
5.2 Tutkimusmenetelmä	22
5.3 Tutkimuksen toteutus	23
5.4 Tutkimuksen tulokset	23
5.5 Tutkimuksen yhteenveto	26
6 POHDINTA	29
LÄHTEET	28

LIITTEET

KUVIOT

KUVIO 1. Kolmen pilarin malli

KUVIO 2. Taloudellisen vastuun ja hyvän hallinnon vastuuperiaatteet

KUVIO 3. Sidosryhmien analysointi

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni käsittelee yritysvastuuta ja sisältää tutkimuksen siitä, miten liikunta-alan yritykset näkevät yritysvastuunsa ja toteuttavat sitä. Yritysvastuun tiedostaminen ja sen ottaminen huomioon yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa on korostunut viimeisten vuosien, ja vuosikymmenten aikana. Parhaimmassa tapauksessa, kun yritysvastuun tärkeys ymmärretään, se voi luoda yritykselle erilaisia liiketoimintamahdollisuuksia ja kilpailuetuja. Nykypäivänä kuluttajat kiinnittävät yhä enemmän huomiota kulutuksessaan tuotteiden ja palveluiden eettisyyteen ja ympäristövaikutuksiin. Tämän takia yrityksen täytyy miettiä myös sitä, millaisia hyödykkeitä kuluttajat haluavat kuluttaa nyt ja tulevaisuudessa.

Erityisesti vastuullisuus liikunta-alalla kiinnostaa minua maailmanlaajuisten megatrendien takia. Esimerkiksi lisääntynyt ylipaino ja erilaiset elintapasairaudet ovat suuri globaali ongelma. Tähän ongelmaan jokainen liikunta-alan yrittäjä tuo oman panoksensa yhteiskunnallisella tasolla. Olipa kyseessä ryhmäliikuntatunti, fysioterapia tai ravinto-ohjaus, jokaisella toimenpiteellä on vaikutusta näiden trendien poistamiseen. On mielenkiintoista kuulla eri yrittäjien ja yritysten päättävien toimihenkilöiden mielipiteitä siitä, miten he näkevät yrityksensä aseman yhteiskunnassa, ja miten tulevaisuuden trendit näkyvät liikunta-alalla. Haluan saada vastauksia myös siihen, millaisia konkreettisia toimenpiteitä yrittäjät käyttävät, ja mitä ne pitää sisällään.

Henkilökohtainen näkemykseni on, että yritysvastuusta tai yhteiskuntavastuusta edelleen puhutaan varsin vähän, vaikka vastuullisuuden merkitys liike-elämässä on kuitenkin suuri. Sen lisäksi, että yritys on olemassa, se kuitenkin vaikuttaa ympäröivään yhteiskuntaan jo esimerkiksi luomalla työpaikkoja, maksamalla yritysvero ja tarjoamalla hyödykkeitä kuluttajille. Yrityksillä on siis suuri vaikutus myös ihmisten kulutukseen ja mahdollisuus vaikuttaa heidän valintoihinsa. Itse tutustuin yritysvastuuseen ensimmäisen kerran luettuani Terhi Koipijärven ja Sari Kuvajan teoksen *Yritysvastuu: Johtamisen uusi normaali* (2017) ja mielenkiintoni tutustua aiheeseen lisää oli herännyt. Syventyessä aiheeseen nousi halu kirjoittaa tästä myös opinnäytetyö ja mietin mille alalle haluaisin tutkimukseni suunnata. Liikunta-ala päättyi oikeaksi vaihtoehdoksi oman mielenkiinnon ja hyvien kontaktien ansiosta.

Työn tavoitteena on selvittää, miten eri liikunta-alan yritykset näkevät yritysvastuun ja siihen kuuluvia osa-alueita, ja millaisin keinon yritysvastuu toteutuu heidän toiminnassaan. Tutkimuskysymys kuuluu seuraavasti: Kuinka liikunta-alan yritykset näkevät yritysvastuun ja millaisia keinoja heillä on sen to-

teuttamiseen. Opinnäytetyön tutkimuksen tavoitteena on selvittää tutkimuskysymyksen lisäksi myös tulevaisuuden näkymiä yritysten näkökulmasta liikunta-alalla. Tutkimuksessa on mukana viisi liikunta-alan yritystä lähialueelta, joista osa toimii yksinyrittäjinä ja osa työllistää 1-30 henkilöä.

Opinnäyte työ koostuu kahdesta erillisestä osasta. Ensimmäinen osio käsittelee yritysvastuuta teoriassa, sekä siihen liittyviä sidosryhmiä ja kansainvälistä näkökulmaa. Toinen osio on itse haastattelututkimuksen läpikäyminen, toteuttaminen ja yhteenveto. Opinnäytetyön lopuksi esitän omia pohdintoja sekä yritysvastuusta, että tutkimuksen tuloksista.

2 YRITYSVASTUU

Yritysvastuu on käsite, jonka tarkka määrittäminen on haasteellista. Termillä on paljon lähikäsitteitä, joiden ajatellaan tarkoittavan samaa asiaa, yleisimpiä näistä ovat yhteiskuntavastuu ja kestävä liiketoiminta. (Niskala, Tarnamani, Puroila & Pajunen 2019, 17) Aiemmin yhteiskuntavastuu olikin yleisemmin käytetty termi yritysvastuusta, mutta se viittaa vahvemmin yrityksen vaikutusta välittömästi ympäröivään yhteiskuntaan, kuin vastuullisuuteen, joka tulee yrityksestä sisältäpäin. Yhteiskuntavastuun termi on jäänyt pois yrityksen käytöstä sillä, vastuun osa-alueet ovat tarkentuneet enemmän yrityksen tarpeiden mukaisiksi. (Juutinen 2016, 24–25.) Yritysvastuu tarkoittaa monipuolista kokonaisuutta, joka sisältää eri osa-alueita muun muassa yrityksen arvot, sisältöelementit, sekä oleellimmat sidosryhmät. (Liapis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 7).

Termi yritysvastuu kuvaa yrityksen mahdollisuuksia edistää kestävästä kehitystä, ja tämä on vaikuttanut yritysten halukkuuteen puhua kokonaisvaltaisesta yritysvastuusta yhteiskuntavastuun sijasta. Kuitenkin molemmat termit ovat edelleen yleisesti yritysten käytössä ja soveltuvat käytettäväksi nykyisessä yhteiskunnassamme. Yrityksen käyttämää termiä tärkeämpää on se, että yrityksen sisäiset toimijat ja läheisimmät sidosryhmät tietävät, mitä yritys termillä tarkoittaa. (Juutinen 2016, 24–25.)

2.1 Mitä on yritysvastuu

Yritysvastuu on kansallisten lakien noudattamista ja lainsäädännön vaatimuksen ylittävää vastuullista liiketoimintaa yhteiskunnan hyväksi sekä ympäristön ja ihmisten suojelemiseksi. Yritysvastuun voi ajatella yritysvastuuntalona, jonka seinät muodostavat vastuun osa-alueet: taloudellinen vastuu, ympäristövastuu ja sosiaalinen vastuu. Jotta nämä osa-alueet saadaan yritykselle sopiviksi, niiden täytyy olla rakentunut yrityksen arvojen, yrityskulttuurin, toimintatapojen ja päätöksenteon varaan, ja niiden mukaisesti. Nämä neljä elementtiä siis muodostavat yritysvastuutalolle perustan, jonka päälle muiden tekijöiden on helppo asettua ja määrittää yrityksen suuntaviivat. Yritys viestii vastuullisuudestaan sen tärkeimmille sidostyhmille eri viestintäkanavien kautta, jotka muodostavat katon yritysvastuutalolle. Usein tärkeimmiksi sidosryhmiksi muodostuvat, omistajat, työntekijät, asiakkaat ja sijoittajat. (Liapis ym 2019, 7–8.)

Elinvoimaisen ja menestyvän yrityksen täytyy pitkällä tähtäimellä panostaa vastuullisuuteen ja kestävyteen työssään. Tällöin yritys säilyy kannattavana, ja on kilpailukykyinen tekijä markkinoilla ja liiketoimintasektorillaan. Jatkuva toiminnan kehittäminen kohti resurssitehokkuutta ja ympäristön kielteisten vaikutuksien minimoimista ovat lähtökohtana vastuun kasvattamiseen yrityksen sisältäpäin. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2020.) Parhaimmassa tapauksessa yrityksen toiminta vahvistaa myönteistä vaikutusta yhteiskuntaan ja ympäristöön, mahdollisten haittavaikutuksien poistamisen lisäksi. Tällaisen vastuullisuustyön edellytys on sitouttaa yritys vastuu osaksi liiketoimintasuunnitelmaan ja löytää kilpailuetu vastuullisuuden mukaan. Parhaimmassa tapauksessa voidaan puhua vastuullisuusstrategiasta yrityksessä. Jotta vastuullisuustyö näkyisi yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa, se täytyy jalkauttaa koko organisaatioon ja saada yrityksen johto tukemaan vastuullisuuden periaatteita. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 195–196.)

Pelkkä sisältäpäin tuleva vastuun kasvattaminen ei kuitenkaan aina riitä, vaan globaalissa maailmassa vastuu on kannettava myös ulkoisesti (Elinkeinoelämän keskusliitto 2020). Yrityksen täytyy osoittaa olevansa tärkeä ympäröivälle yhteiskunnalle, ei ainoastaan sen asiakkaille tai henkilöstölle. Tämä tarkoittaa sitä, ettei ihmisten työllistäminen ja verojen maksaminen yritystoiminnasta vielä täytä yritys vastuun määritelmää (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 195–196.) Tarvitaan jotakin enemmän ja sen löytämiseen yritykset voivat käyttää apunaan eri fokuksia, joiden mukaan tehdään vastuullisuuden priorisoinnit. Yrityksen on suositeltavaa keskittyä ensiksi oman toiminnan kannalta oleellisimpiin kysymyksiin eli niihin asioihin, joihin yritys pystyy toiminnallaan eniten vaikuttamaan. (Liappis ym. 2017, 10.) Näiden painopisteiden määrittämiseen vaikuttaa esimerkiksi yrityksen koko, toimiala, sidosryhmät sekä toimintaympäristö (Elinkeinoelämän keskusliitto 2020).

Sidosryhmätoiminta ja toimitusketjujen vastuullisuus ovat myös vastuullisuuden tarkastelun kohteena. Yritysvastuusta raportointi lisää läpinäkyvyyttä yrityksessä ja se antaa yritykselle itselle tärkeää palautetta toiminnastaan, sekä sen avulla kommunikoidaan sidosryhmille vastuullisuustyön etenemisestä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2020.)

2.2 Hyödyt ja haitat

Yritysvastuu on osana kannattavaa ja kestävästä yritystoimintaa. Vastuu näkyy monien tutkimuksien perusteella yrityksen tunnusluvuissa (Liappis ym. 2019, 25). FIBS:in tekemän tutkimuksen mukaan 81% tutkimukseen vastanneista yrityksistä piti vastuullisuuden liiketoiminnan hyötyjen olevan suurempia

kuin resurssit, joita siihen käytetään. Näin ollen vastuullinen toiminta vaikuttaa suoraan yrityksen kannattavuuteen ja sitä kautta tunnuslukuihin. Tutkimus on julkaistu vuonna 2018 ja siihen vastasi 185 suomen 1000 suurimmasta yrityksestä. (FIBS 2018.)

Vastuullisuuden pääperiaatteena on pitää huolta ihmisistä, ympäristöstä, yrityksen kannattavuudesta ja varallisuudesta. Näiden tekijöiden tasapaino on avainasemassa, kun puhutaan yrityksen vakaasta talouspohjasta, työntekijöiden motivoimisesta ja resurssien tehokkaasta käytöstä. Vastuullinen yritys turvaa oman liiketoiminnan jatkuvuuden, koska se saa ammattitaitoisen henkilöstön, sitoutuneet asiakkaat, pitkäaikaisia sijoittajia, markkinoilta edullisemman pääoman ja yleisen hyväksynnän yhteiskunnassa. (Liappis ym. 2019, 25–27.)

Yritysvastuusta saatua hyödyn voi jakaa viiteen eri kategoriaan, mutta kaikkia niistä ei ilmene jokaisen yrityksen kohdalla. Hyödyn määrittäminen katsotaan aina tapauskohtaisesti, ja sen oletetaan olevan riippuvainen yrityksen nykytilasta. Ensimmäinen yritysvastuusta saatava hyöty on resurssien tehokkaampi käyttö ja siitä saatavat suorat kustannussäästöt. Toinen hyödyn kategoria koskee toimimista ja kommunikointia sidosryhmien kanssa. Yhteistyökustannukset voivat pienentyä eri sidostyhmien kanssa, kun vastuullisuusasioihin kiinnitetään huomiota. (Halme & Lankoski 2011, 35.) Yhteistyöllä ja tiiviillä kommunikaatiolla sidostyhmien kanssa yritys pystyy ennakoimaan paremmin ja reagoimaan nopeammin ympäristöä koskeviin taloudellisiin, yhteiskunnallisiin ja sääntelyyn vaikuttaviin muutoksiin (Liappis ym. 2019, 28).

Kolmantena taloudellisen vastuullisuuden huomioiminen lisää mahdollisuuksia erilaistaa tuotteita ja palveluita. Parhaimmassa tapauksessa tämä johtaa kilpailuetuun tiettyjen hyödykkeiden markkinoilla. Tässä hyödyssä tuotteen kysyntä kasvaa ja lisäarvon ansiosta yrityksellä on mahdollisuus kasvattaa hyödykkeestä saamaa voittoa. Neljännen hyötytekijän ansiosta yritykselle saattaa avautua uusia markkina-alueita, joille laajentaminen on osana vastuullisuusasetusten määritelmää. Viimeinen hyötytekijä on mahdollisuus uudenlaisen liiketoiminnan luomiselle. (Halme & Lankoski 2011, 35.) Eri haasteet, joita tulevaisuudessa yhteiskuntamme ja koko maapallo joutuu kohtaamaan, luo erinomaisen alustan yritysten uusille liiketoimintamahdollisuuksille. (Liappis ym. 2019, 31).

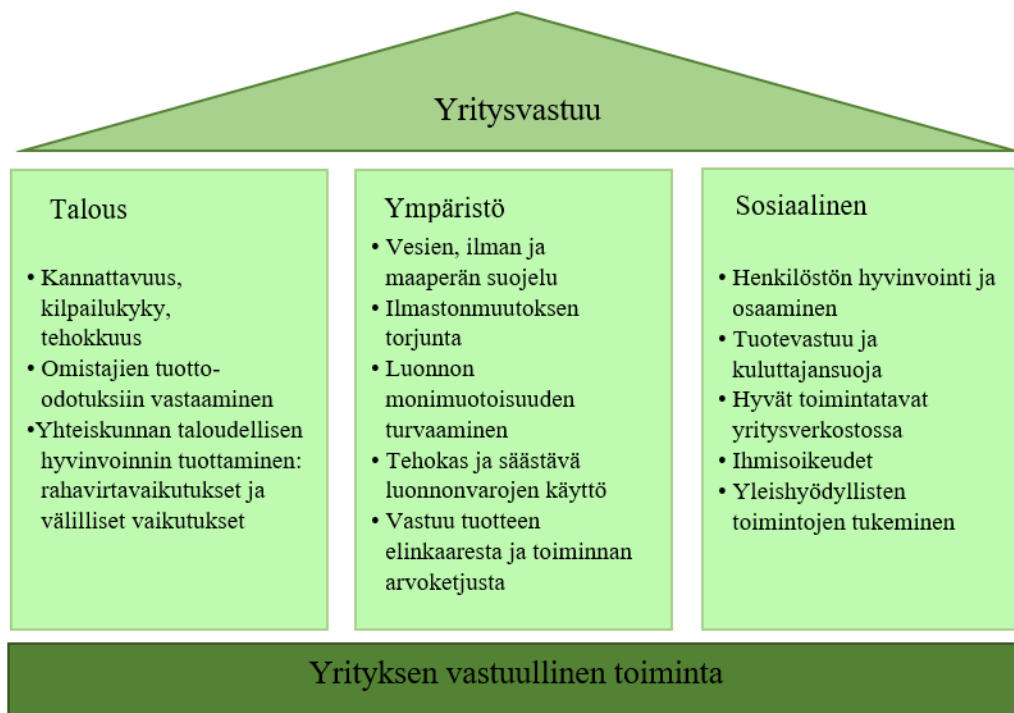
Vastuullisuudesta voi yritykselle koitua kolmenlaisia haittavaikutuksia, erityisesti sen taloudelle. Ensimmäinen näistä on kasvavat tuotantokustannukset. Vastuullisemman tuotteen tai palvelun raaka-aineet voivat olla kalliimpia, tai prosessin tuottaminen voi olla yritykselle kalliimpaa kuin se aiemmin on ollut.

Toisena tuottavuus voi hetkellisesti heikentyä uusien toimintamallien käyttöönoton takia. Kolmas haittavaikutus on tuotteen mielikuvan muuttuminen asiakkaalle. Tämä voi johtua esimerkiksi muuttuneesta ulkonäöstä tai laadusta. (Halme & Lankoski 2011, 35–36.)

2.3 Vastuun osa-alueet

Yrityksen vastuun jakaminen kolmeen eri osa-alueeseen on lähtöisin 1990–2000-lukujen taitteessa, jolloin John Elkington kehitti kolmen pilarin mallin. Kyseisessä mallissa vastuu rakentuu sosiaalisen, taloudellisen ja ympäristöstä koostuvien pilareiden tasapainoon. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 18.) Tässä yksinkertaistetussa mallissa kuvataan yritysvastuuta yrityksen liiketoiminnan ekologisina, sosiaalisina ja taloudellisina vaikutuksina yhteiskunnalle ja sidosryhmille (Juutinen 2016, 25). Vastuullisen yritystoiminnan voidaan ajatella minimoivan toiminnassaan kielteiset vaikutukset yhteiskuntaan ja sidosryhmiin, ja pyrkii samalla maksimoimaan positiiviset vaikutukset. Esimerkiksi pyrkimys saastuttaa vähemmän ympäröivää luontoa ja samalla maksimoida kierrättäminen yrityksessä. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 17.)

Kolmen pilari mallia (KUVIO 1) voidaan käyttää myös tarkasteltaessa eri toimenpiteiden ja tapojen merkitystä yrityksen nykytilalle ja jatkuvuudelle taloudellisesta, ekologisesta ja sosiaalisesta näkökulmasta katsottuna. Miten jokin muutos vaikuttaa yrityksen hyödykkeen laatuun, hintaan tai saatavuuteen? On tärkeä miettiä, miten muutokseen vastataan, kuinka nopeasti siihen pystytään reagoimaan. Ympäristön muutokset ovat haaste liiketoiminnan jatkuvuudelle ja erityisesti luonnonvarojen hupeneminen, ja ilmaston lämpeneminen täytyvät ottaa huomioon liiketoiminnassa. (Juutinen 2016, 26–27.) Yrityksen johdon on tärkeä tunnistaa eri vastuullisuusalueiden merkittävimmät tekijät, lajitella ne pilareiden mukaisesti kolmeen osa-alueeseen ja miettiä dynamiikkaa myös pilareiden sisällä. Tässä tuleekin esille mallin haastavuus, kaikkia vastuullisuusalueita ei voi yksiselitteisesti laittaa vain yhteen osa-alueeseen, sillä niihin liittyy usein monia kestävyyskysymyksiä. Kolmen pilarin malli (KUVIO 1) on kuitenkin hyvä ja yksinkertainen viitekehys ymmärtämään yritysvastuun eri osa-alueita. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 20.)



KUVIO 1. Kolmen pilarin malli (Mukaillen Kuvaja & Koipijärvi 2017)

2.3.1 Sosiaalinen vastuu

Yritystoimintaa ei synny ilman ihmisiä. Tästä syystä sosiaalinen vastuu yritystoiminnassa on erityisen tärkeää. Sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan yritystoiminnan vaikutusta ihmisiin ja vastuunottoa näistä vaikutuksista. Vastuun ytimessä on ihmisoikeuskysymykset ja niiden päälle rakentuvat muut sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat elementit, kuten hyvin varmistettu työhyvinvointi, laadukas asiakaspalvelu, työturvallisuus ja tasa-arvo työpaikalla. Peruskäsitys on se, että ihmiset huomioidaan, heitä arvostetaan ja kohdellaan hyvin. (Liappis ym. 2019, 128–129.)

Yritystoiminta vaikuttaa aina jollakin tavalla ihmisiin, joten väistämättä tulee esille ihmisoikeuksiin liittyvät kysymykset. Ihmisoikeudet ovat hyväksytyt kansainvälisen oikeuden piirissä, ja ne löytyvät valtioiden kansainvälisesti hyväksymistä ihmisoikeusasiakirjoista. Ihmisoikeudet kuuluvat kaikille eikä niitä voi viedä keltään pois viitaten esimerkiksi kulttuuriin tai resurssien puutteeseen. Ihmisoikeudet lähtevät perusasioista, siitä että jokaisella on oikeus elämään ja uskonnonvapaus. Lisäksi on erilaisia muita vapauksia ja oikeuksia, kuten oikeus opetukseen ja terveyteen, sekä perheeseen ja vapaus mielipiteeseen, sekä sananvapaus. Ihmisoikeus myös osaltaan määrittää työntekijän oikeuksia, kieltää lapsityövoiman

ja orjuuden. Ihmisoikeudet eivät sido yrityksiä, vaan valtioita. Ihmisoikeusnormit tulevat yrityksille merkityksellisiksi sitten, kun ne ovat viety kansallisiin lakeihin. (Liappis ym. 2019, 139–141.)

Suomalaisessa hyvinvointivaltiossa on valmiiksi lakeja, joiden noudattaminen vaikuttaa sosiaaliseen vastuuseen. Esimerkiksi työlainsäädäntö turvaa henkilöstön oikeudenmukaisuuden ja inhimillisen kohtelun työelämässä. Eri alat ovat laatineet myös työehtosopimukset, jotka määrittävät työnantajan ja työntekijän välistä suhdetta. Suomessa naisten ja miesten välistä tasa-arvoa edistää siihen säädetty laki, joka säättää myös mahdollisesti tapahtuvaa sukupuolista häirintää. Lakien noudattamista valvoo eri viranomaiset ja työntekijä voi ajaa oikeuksiaan nostamalla kanteen toista osapuolta kohtaa, jos he kokevat oikeuksiensa tulleen loukatuksi. (Harmaala & Jallinoja 2012.) Lakien noudattaminen ei vielä itsessään ole sosiaalisen vastuun ottamista, vaan vähimmäismääräysten noudattamista. Yrityksen on huomioitava, että se täyttää myös ihmisoikeusvastuunsa. Siihen sisältyy monet muut ihmisten hyvään kohteluun liittyvät elementit kuten henkeen ja terveyteen liittyvät kysymykset. (Liappis ym. 2019, 136.)

Sosiaalisen vastuun lähtökohtana on siis aina pyrkiä varmistamaan vastuullinen toiminta ja erityisesti se, ettei toiminta aiheuta yrityksen sidosryhmille negatiivisia vaikutuksia. Parhaimmassa tapauksessa yritys pyrkii maksimoimaan positiivisia vaikutuksia ihmisiin ja erityisesti sen tärkeimpiin sidosryhmiin. Laajassa kuvassa, kansainvälisesti voidaan sosiaalisella vastuulla tarkoittaa työstä maksettavan korvauksen suorittamista, joka riittää kattamaan elämisestä johtuvat kulut. Muita ajankohtaisia sosiaaliseen vastuuseen liittyviä kysymyksiä ovat esimerkiksi informaatiovaikuttaminen, teknologian avulla kerätty ja ylläpidetty tieto ja teknologian kehitys. (Liappis ym. 2019, 129–130.)

Yrityksen tärkeimpiä sosiaalisen vastuun vaikuttajia ovat asiakkaat ja työntekijät. Heihin vaikuttaa eniten yrityksen vastuulliset valinnat. (Liappis ym. 2019, 130.) Työturvallisuus, työhyvinvointi ja jaksaminen työpaikalla ovat työntekijöiden kannalta tärkeimpiä keinoja osoittaa yritys vastuuta. Monet lait ja säädökset ohjaavat edellä mainittuja työpaikkaan liittyviä osatekijöitä, mutta käytännön toimet näissä yletyvät syvemmälle yritys vastuuta, kuin pelkkä lakien noudattaminen. Yrityksen henkilöpolitiikkaan liittyy oletus työntekijöiden odotusten tunnistamisesta ja niihin vastaamisesta. (Juutinen 2016, 222–223). Mahdollisuus vaikuttaa omaan työhön, työtehtävien selkeys, organisaation arvopohjan ja kannustavan esimiestyön vaikuttaa positiivisesti työntekijöiden motivaatioon töissä ja sitä kautta työhyvinvointiin. Henkilöstön työkyvyllä on suora vaikutus yrityksen menestymiseen kilpailussa, ja hyvinvointi näkyy yrityksen tunnusluvuissa, kuten tuottavuudessa ja korkeana palvelunlaatuna. (Juutinen & Steiner 2010, 179.)

2.3.2 Ympäristövastuu

Lain mukaan vastuu luonnosta ja sen monimuotoisuudesta, ympäristöstä ja kulttuuriperinnöstä kuuluu kaikille. Julkinen valta myös määrittää, että jokaiselle on turvattava oikeus terveelliseen ympäristöön ja mahdollisuus vaikuttaa elinympäristöön koskevaan päätöksen tekoon. Nämä laessa määrätyt velvoitteet ovat minimi vaatimus ympäristövastuullisuuteen. Varsinaisesti lakien noudattaminen ei ole vielä ympäristöstä vastuun ottamista, vaan yrityksen erilaiset vapaaehtoiset toimet ympäristösuojelun ja esimerkiksi luonnonvarojen kestävä käytön edistämiseksi ovat todellista ympäristövastuuta. Ympäristömme on tällä hetkellä jatkuvan ylikuormituksen alaisena, ja yrityksiin kohdistuu suuret odotukset vähentää tai ainakin hillitä ylikuormitusta. (Liappis ym. 2019, 99–100.)

Ympäristövastuu on osana kestävä kehityksen tavoitteita, joiden päämääränä on tyydyttää ihmiskunnan tämänhetkiset perustarpeet ja mahdollistaa samat olosuhteet tuleville sukupolville. Ympäristövastuullisuuden elementtejä ovat: maapallon suojele ja ilmastonmuutoksen torjuminen, luonnon moninaisuuden turvaaminen, sekä kestävä ja säästävä luonnonvarojen käyttö. (Viitala & Jylhä 2011, 357.) Vastuullinen yritys tuntee toiminnassaan tapahtuvat ympäristövaikutukset, sekä mahdolliset muutostarpeet, ja on valmis kehittämään toimintaansa muutoksien tapahtumiseksi. Ympäristövastuuta toteutetaan läpi koko yrityksen prosessien mahdollistamalla esimerkiksi energian, materiaalien säästävän ja tehokkaan käytön, jätteiden määrän vähentämisen ja mahdollisen kierrätyksien, kasvihuonepäästöjen vähentämisen ja vesien, ilman ja maaperän suojele. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 28.)

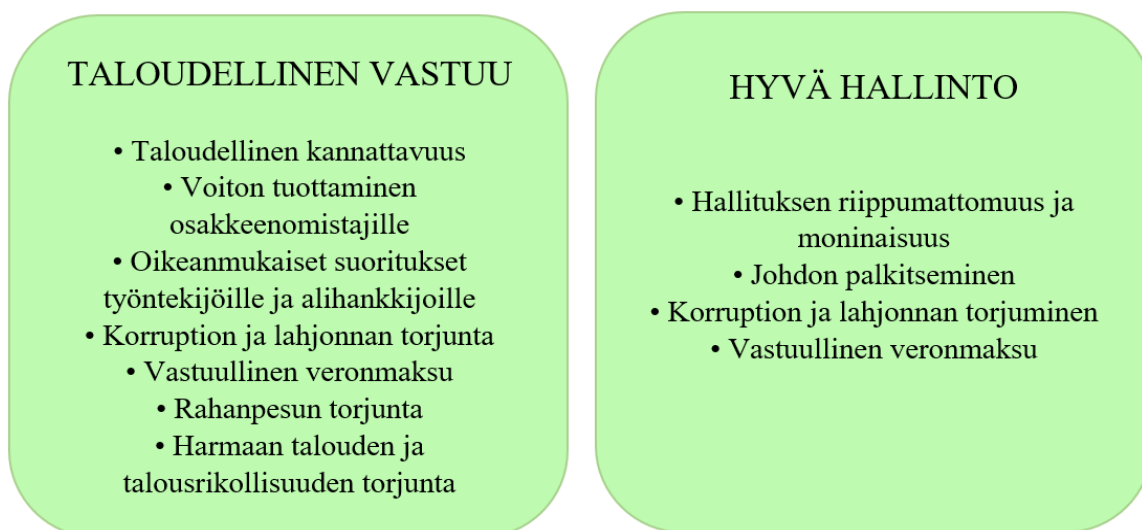
2.3.3 Taloudellinen vastuu

Yritysvastuussa on ensimmäiseksi kyse siitä, millaisin tavoin ja toimintakeinoin yritys tavoittelee taloudellista kannattavuutta. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 26) Yritystoiminnan täytyy olla kannattavaa, jotta se voi tuottaa taloudellista hyvinvointia yhteiskunnalle. Lisäksi on tärkeä toimia vastuullisesti sekä paikallisella tasolla, että kansainvälisesti. Yritysvastuu taloudellisesta näkökulmasta perustuu yrityksen kilpailukyvyyn ja taloudellisen suorituskyvyn kannattavuuteen ja tehokuuteen. Taloudellinen vastuu jaetaan taloudelliseen vastuuseen ja hyvään hallintoon. Jaosta huolimatta osa asiakokonaisuuksista sijoittuvat molempiin osa-alueisiin, joten käsitellessä taloudellista vastuuta on mietittävä myös toimivan ja oikeudenmukaisen hallinnon periaatteita. (Liappis ym. 2019, 72.)

Yrityksen tarkoitus on olla taloudellisesti kannattava, mutta voittoa ei ole tarkoitus kasvattaa maksimaalisesti lyhyellä aikavälillä, vaan yhtiön arvon kasvattamista ja voiton tuottamista pitkällä aikavälillä. Tarkoitus on tehdä pitkäjänteistä kehitystä ja kasvua kohti tulevaisuutta. Yrityksen menestyminen ja kehittyminen tulee tapahtua maan lakeja noudattaen ja siinä on käytettävä yhteiskunnallisesti hyväksytyjä toimintatapoja silloinkin, kun lainsäädäntö ei siihen velvoita. Taloudellisen kannattavuuden rakentaminen tapahtuu parhaillaan vastuullisesti ympäröivän yhteiskunnan ja muiden sidosryhmien hyväksymällä tavalla. On tärkeää hahmottaa, miten yritys vaikuttaa niihin omalla toiminnallaan. (Liappis ym. 2019, 73.)

Hyvän hallinnon käsite kulkee taloudellisen vastuun mukana käsikädessä. Vastuullisen sijoittamisen ohjeistukset ja listayhtiöille tarkoitetut hallinnointikoodit ovat periaatteita hyvään hallintoon. (Liappis ym. 2019, 73.) Listayhtiöiden hallintakoodin mukaan yrityksen hallituksen on arvioitava joka vuosi toimintaansa ja työskentelytapojaan. Hyvään hallintoon kuuluu lisäksi johdon palkitseminen, jonka huomioiminen on vahva viesti johdolta yritysvastuun toteuttamisesta. Yritysvastuu tulisi ottaa mukaan pidemmän tähtäimen osakepohjaiseen palkitsemiseen. (Juutinen 2016, 50.)

Taloudellinen vastuu ja hyvä hallinto ovat kokonaisuus, jonka avulla hahmotetaan yrityksen toiminnan välittömät ja välilliset taloudelliset vaikutukset yhteiskuntaan, sekä sisäisiin ja ulkoisiin sidosryhmiin. Taloudellisen vastuun ja hyvän hallinnon peruselementit ovat lueteltu kuviossa 2. Näistä lähtökohdista voidaan ajatella, että taloudellisen toiminnan tarkoitus on tuottaa voittoa osakkeenomistajille. Samalla täytyy huomioida muut taloudelliset vaikutukset ja yrityksen asema vallankäytössä. (Liappis ym. 2019, 73.)



KUVIO 2. Taloudellisen vastuun ja hyvän hallinnon vastuuperiaatteet (mukaiillen Liappis ym. 2019)

2.4 Sidosryhmät

Yrityksen sidosryhmällä tarkoitetaan ryhmää, tahoja tai henkilöä, jonka toiminnalla on tai on mahdollisesti vaikutuksia yrityksen toimintaan ja menestymiseen. Yritys ei periaatteessa ole olemassa itseään varten, sillä hyödykkeiden tarjoajana se tyydyttää omistajien asiakkaiden ja yhteiskunnan tarpeita. Tämän takia onkin tärkeää kuunnella sidosryhmiä, jotta toiminta on turvattu nyt ja tulevaisuudessa. Sidosryhmien kuuntelun lisäksi on osattava havainnoida yhteiskunnallisia sekä kansainvälisiä vahvoja ja heikkoja signaaleja. Näitä keinoja käyttämällä selviää, millaisia tuotteita tai palveluita halutaan, ja millaisia toimintaa ja kehitystä yritykseltä odotetaan erityisesti tulevaisuudessa. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 120.)

Joustavuus, näkemyksellisyys ja vuorovaikutuksellisuus ovat avainasemassa sidosryhmätyötä tehdessä. Joustavan yrityksen on pystyttävä reagoimaan sidosryhmien odotuksiin ja näkemyksiin sekä ymmärtää, miten ulkopuolinen maailma ja toimintaympäristömuutokset vaikuttavat yrityksen toimintaan. Liiketoiminnan ymmärtäminen ja ympäristön havainnointi tarkoittavat yrityksen näkemyksellisyyttä, ja yritys pyrkii tuomaan omaa kantaansa esille. Vuorovaikutuksellisuus altistaa yritystä keskustelulle, jonka pohjalta sen on helpompi tehdä muutoksia toimintaansa. Tämä tarkoittaa myös sitä, että yrityksellä on mielipiteitä, joita se kokee tarpeelliseksi jakaa sidosryhmilleen. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 120–121.)

Jokainen yritys luonnollisesti määrittelee itselleen tärkeät sidosryhmät omista lähtökohdistaan. On kuitenkin tahoja ja organisaatioita, jotka ovat olennaisia lähes kaikille yrityksille. Näitä ovat ainakin:

1. Henkilöstö. Työntekijät ovat osana yritystä, ei se toiminnan kohde. Vastuullinen yritys pitää hyvää huolta työntekijöistään ja tarjoaa heille kehittymisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksia. Vastineeksi yritys voi odottaa lojaaliutta, sitoutuneisuutta ja korkeaa motivaatiotasoa.
2. Omistajat ja sijoittajat. Näiden sidosryhmien vaikutus yritykseen on suuri. Yritysten vastuullista toimintaa painottavien sijoittajien määrä ja merkitys on kasvanut viime vuosien aikana, ja yritysten odotetaan kykenevän raportoimaan muun muassa vastuullisen toiminnan tuomista liiketoimintahyödyistä entistä tarkemmin. Vastuullinen sijoittaminen on viime vuosina noussut arvoonsa myös Suomessa.

3. Asiakkaat. Ilman asiakkaita yritystä ei ole, joten asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen ja niiden täyttäminen on yrityksen olemassaolon edellytys. Yrityksen täytyy tietää, mitä asiakas haluaa ja millaisia vastuullisuussitoumuksia heillä on.

4. Media. Yrityksen täytyy tunkea tiedotusvälineet, joiden avulla viestiä sen omille kohde-ryhmilleen. Tiedotusvälineet uutisoivat asioita niin hyvässä kuin pahassa. Sosiaalinen media toimii myös yrityksen omana kanavana viestiä asioita sen sidosryhmille ja tuoda esille yrityksen toiminnan kannalta oleellisia mielipiteitä ja julkaisuja.

5. Kansalaisjärjestöt. Kansalaisjärjestöt ovat olleet ja ovat aktiivisia yritysten toiminnan haastajia sekä vastuullisuustyön kirittäjiä, mutta yhä useammin myös yhteistyökumppaneita.

6. Poliittiset päättäjät ja viranomaiset. ”Poliittiset päättäjät” viittaa heihin, jotka vaikuttavat yritysten toimintaympäristöön lakeja, sopimuksia, suosituksia ja ohjeita laatimalla. Yrityksellä täytyy olla kansallisia ja kansainvälisiä kontakteja, asioihin vaikuttamiseen.

7. Tavarantoimittajat ja alihankkijat. Toimintaketjut ovat yleensä pitkiä ja globaaleja. Lähimmät tavarantoimittajat ja alihankkijat voidaan nähdä enemmänkin yhteistyökumppaneina kuin sidosryhminä. Vastuullisuuden näkökulmasta keskeistä on, että ketjun kaikki toimijat jakavat saman näkemyksen valmistettavien tuotteiden laatu-, ympäristö- ja muista vastuullisuuskriteereistä.

8. Paikallisyhteisöt. Kyläläiset, kuntalaiset sekä asukas- ja luontoyhdistykset ovat esimerkkejä paikallisyhteisöistä, joiden kanssa on syytä käydä aktiivista ja ennakoivaa vuoropuhelua esimerkiksi investointihankkeiden tai alueen asukkaiden elämään muuten merkittävästi vaikuttavien muutostöiden yhteydessä. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 125–132.)

Sidosryhmät vaikuttavat tai voivat vaikuttaa yritykseen negatiivisesti tai positiivisesti. Omistajat ja heidän toimintapäätöksensä ovat suoraan vaikutuksessa yrityksen toimintaan. Muita samankaltaisia sidosryhmiä ovat asiakkaat, henkilöstö ja alihankkijat. (Juutinen & Steiner 2010, 83.)

Yrityksen menestyminen näkyy monille sidosryhmille suoraan tai epäsuorasti. Sidosryhmätoimintaa ei voi kuitenkaan ajatella toteuttavan vain taloudellisesta näkökulmasta, vaan huomioon täytyy ottaa myös

monia muita asioita. Ympäristöasiat vaikuttavat yrityksen maineeseen, asiakastyytyväisyys luo toiminnan jatkuvuutta ja toimintaketjulla on omat periaatteet toimintaansa. Eri sidosryhmien vaikutusta yritykseen voidaan mitata yksinkertaisella matriisimallilla (KUVIO 3), jossa arvioidaan yrityksen kiinnostusta yritystä kohtaan ja samalla heidän mahdollisia vaikutuksiaan yritykseen. (Juutinen & Steiner 2010, 85–86.)

Suuri	Matala vaikutus, suuri kiinnostus	Keskitasoinen vaikutus, suuri kiinnostus	Suuri vaikutus, suuri kiinnostus
Keskitasoinen	Matala vaikutus, keskitasoinen kiinnostus	Keskitasoinen vaikutus, keskitasoinen kiinnostus	Suuri vaikutus, keskitasoinen kiinnostus
Vähäinen	Matala vaikutus, vähäinen kiinnostus	Keskitasoinen vaikutus, vähäinen kiinnostus	Suuri vaikutus, vähäinen kiinnostus
	Matala	Keskitasoinen	Suuri

KUVIO 3. Sidosryhmien analysointi (mukaillen Juutinen 2016)

Ne sidosryhmät, joilla on suuri kiinnostus ja suuri vaikutus ovat yrityksen avainsidosryhmiä. Näiden toimijoiden odotuksiin vastaaminen on ratkaisevaa yrityksen menestymisen kannalta. Seuraavalla vyöhykkeellä olevien toimijoiden tyydyttäminen on tärkeää yrityksen toiminnan kannalta. Osa vyöhykkeellä toimijoista on passiivia, mutta niiden vaikutusta yritykseen kannattaa selvittää. Hyvä yritys nimittäin ennakoit tulevaan ja on valmis toimimaan nopeasti muutoksen edessä. (Juutinen & Steiner 2010, 86 – 87.)

Yllä olevan kuvion avulla yrityksen on helppo analysoida ja tunnistaa eri sidosryhmien aktiivisuusasetta, sekä heidän potentiaaliensa yrityksen kannalta. Systemaattinen lähestymistapa auttaa hahmottamaan eroja eri sidosryhmien välillä ja samalla helpottamaan yrityksen näkemystä siitä, keiden kanssa vuorovaikutuksessa oleminen on tärkeää yrityksen toiminnan jatkumisen näkökulmasta. Suuri kiinnostus ja vaikutus tarkoittaa yrityksen kannalta sidosryhmää, jonka kanssa kannattaa aloittaa yhteistyö ja mahdollinen kumppanuus. Kun vaikutus tai kiinnostus on suuri ja toinen on keskitasoa, tai molemmat ovat keskitasolla puhutaan vuoropuhelusta. Tällöin yritys ja sen sidosryhmä jakavat mielipiteitä ja odo-

tuksia säännöllisesti. Sidosryhmä saa suoraa tietoa yritykseltä sen toiminnasta ja mahdollisesta tulevaisuuden muutoksista. Matala vaikutus tai vähäinen kiinnostus tarkoittaa avointa tiedotusta yrityksen toiminnasta sen sidosryhmille. Tiedottaminen on ennakoivaa ja yksipuolista yrityksen puolelta. Monitorointi tapahtuu tilanteessa, jossa vaikutus on suuri, mutta kiinnostus vähäistä. Sidosryhmän aktivoituminen voisi vaikuttaa suuresti yrityksen toimintaa ja tämän takia yritys tekee toimia sidosryhmän kiinnostuksen herättämiseksi. (Juutinen 2016, 129–131.)

2.5 Tulevaisuus

Koipijärvi ja Kuvaja (2017) kuvaa teoksessaan, kuinka yritysvastuu ei ole trendi, vaan uusi normaali yrityksiä toiminnassa. Se vahvistaa asemaansa entisestään osana liiketoiminnan strategiaa ja kilpailuedun löytämisenä ja sen hyödyntämisenä. Yksi tulevaisuuden vaikuttavimmista tekijöistä on kustannustehokkuuden saavuttaminen ja sen sisällyttäminen yrityksen strategiaan. Kustannustehokkuus toteutetaan luonnonresurssien ja henkilöstöresurssien viisaammalla käytöllä, jolla tähdätään kustannussäästöihin. Erilaiset klusterit, jotka auttavat yrityksiä pienentämään luonnonvarojen kulumista auttavat myös asiakkaita säästämään menoissa. Henkilöstöresursseihin investointi lisää kustannustehokkuutta, sillä henkilöstö voi paremmin ja on sitoutunut työhönsä. Kustannustehokkuus on suoraan nähtävissä tunnusluvuissa vähentyneenä työntekijävaihtuvuudella ja henkilöstön tyytyväisyytenä työhönsä. (Kaskinen 2013.)

Yhteiskuntamme on uusien haasteiden edessä. Talouttamme seuraa levottomuus, luonnonresurssit vähenevät ja hyvinvoinnin ylläpitäminen luo erilaisia haasteita tulevaisuudessa. Haasteen toinen puoli on aina mahdollisuus ja yritysmaailman tulevaisuus näyttäytyy haasteiden kääntämiseksi kilpailueduksi (Kaskinen 2013). Kansainvälisessä liiketoiminnassa sosiaalisia ongelmia ovat erityisesti lapsityövoima, orjuus, alhaiset työolosuhteet, työelämäoikeus ja järjestäytyminen, turvallisuuden puute ja esimerkiksi uskonnon vapauden puuttuminen. (Rohweder 2004, 73). Menestyminen liiketoiminnassa tarvitsee edelläkävijyyttä. Se on rohkeutta poiketa normaalista ajattelu- ja toimintatavasta ja luoda sen tilalle uusia toimintamalleja, jotka antavat yritykselle kilpailuetua. Yrityksellä ei välttämättä itsellään ole tällaisia ominaisuuksia, vaan ne lähtevät yksilöstä. Tulevaisuudessa yritysmaailma tarvitsee siis edelläkävijöitä johtamaan liiketoimintaa yhä vastuullisempaan ja kestävämpään suuntaan. (Kuvaja & Koipijärvi 2017, 195.)

Nyt ja tulevaisuudessa yrityksien on tärkeä pystyä vastaamaan asiakkaiden tavoiteisiin saavuttaen heidän omat kestävyystavoitteensa ja samalla pyrkiä vaikuttamaan heidän kestävyysajatteluunsa. Asiakkaiden lisäksi on keskityttävä kasvattamaan liiketoimintaa ilman kielteisiä ympäristövaikutuksia ja lisäämään kasvun tuottamia myönteisiä vaikutuksia, niin yrityksen sisällä kuin koko toimialalla ja arvoketjussa. Tämän lisäksi on pyrittävä tuotekehityksessä siihen, että tuotteista tulee ratkaisuja, joita myydään asiakkaiden tarpeisiin. Vastuullisuusajattelu on nouseva trendi niin yritysten kuin asiakkaidenkin keskuudessa. Yrityksillä on tällä hetkellä otollinen aika päivittää oma vastuullisuusstrategia ja miettiä, mikä on heidän paikkansa maapallolla, ja mitä kyseinen yritys pystyisi tekemään maapallon ja sen asukkaiden elinolosuhteiden ja hyvinvoinnin turvaamiseksi. (Kuvaja & Koipijärvi 2017, 197.)

3 GLOBAALIT VAIKUTTAJAT

Kansainvälisesti on monia eri toimijoita, jotka antavat erilaisia ohjeistuksia ja vapaaehtoisia aloitteita yrityksille yritysvastuun määrittämiseen ja kestävän kehityksen edistämiseen. Tunnetuimpia näistä aloitteista ja ohjeistuksista on OECD:n toimintaohjeet kansainvälisille yrityksille, YK:n yritystoimintaa ja ohmisoikeuksia koskevat periaatteet, YK:n Global Compact -aloite ja yritysvastuun kansainväliset ohjeet eli GRI-viitekehys. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 38.)

3.1 Yritysvastuuta tukevia organisaatioita

Taloudellisen kehityksen ja yhteistyön järjestö OECD julkisti monikansalliselle yritykselle toimintaohjeet, jotka on viimeksi päivitetty vuonna 2011. Vapaaehtoiset valtioiden esittämät ohjeet ovat luotu varmistamaan yritysten toiminnan olevan sopusoinnussa valtioiden harjoittaman politiikan kanssa. Yhteiset ohjeet myös vahvistavat luottamusta yrityksiä ja niiden toimintaympäristön muodostavan yhteiskunnan välillä. Muita saatavia hyötyjä on lisätä ulkomaisille sijoituksille suotuisaa ilmapiiriä ja tukemaan monikansallisten yritysten osallistumista kestävän kehityksen edistämiseen. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 38.)

Myös YK on julkaissut omat yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevat ohjaavat periaatteet (UN Guiding Principles on Business and Human Rights). Nämä ohjeet ovat julkaistu vuonna 2011 ja perustuvat kolmen peruskäsityksen varaan, jotka ovat: valtion velvollisuus suojella ihmisoikeuksia, yritysten vastuulle kunnioittaa ihmisoikeuksia ja ihmisoikeusloukkauksien uhreilla täytyy olla pääsy korjaavien toimenpiteiden piiriin ja korjauksien pitää toimia tehokkaasti. Kyseiset ohjeet eivät ole oikeudellisesti sitovia, mutta niistä on tullut ihmisoikeuksia koskeva toimintatapa kansainvälisessä liiketoiminnassa. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 179.)

YK:n toimintaohjeiden mukaan yrityksellä yrityksen täytyy laatia ihmisoikeussitoumus, sekä täyttää ihmisoikeuskysymyksiä koskeva huolellisuusvelvoite. Jos yritys tunnustaa kielteisiä vaikutuksia ihmisoikeuksissa omassa toiminnassaan, sen täytyy aloittaa korjaustoimenpiteet ihmisoikeuksien täyttämiseksi. Kyseiset periaatteet koskevat kaikkia yrityksiä riippumatta niiden toimialasta, koosta, rakenteesta, omistussuhteista tai toimintaympäristöstä. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 180–181.)

ILO eli International Labour Organization on järjestö, jonka jäsenmaita 187 valtiota. Se toimii itsenäisesti kansainvälisesti, mutta on tehnyt YK:n kanssa yhteistyösopimuksen ja toimii YK:n järjestelmässä, niin kutsuttuna YK:n erityisjärjestönä. Sen toimintaan kuuluu työelämän ja työolosuhteiden säätely, sosiaaliturva, sosiaalipolitiikka ja näihin osa-alueisiin oleellisesti liittyvät ihmisoikeuskysymykset. Vuonna 1998 on julkaistu neljä työntekijöiden suojaamiseen liittyvää peruskysymystä, joita ovat:

1. Yhdistymisvapauden ja kollektiivinen neuvotteluoikeuden tehokas tunnistaminen
2. Pakkotyön poistaminen
3. Lapsityövoiman tehokas poistaminen
4. Sytjinnän poistaminen työmarkkinoilta.

Tuorein ILO:n tekemä säätely on vuodelta 2019, jolloin hyväksyttiin väkivaltaa ja häirintää työssä koskeva sopimus. Sopimus tulee kansainvälisesti voimaan kesäkuussa 2020, kun kaikki sen jäsenmaat ovat hyväksyneet sopimuksen. (Liappis ym. 2017, 51–52.)

3.2 Yritysvastuun raportointi

Vastuullisuusraportointi on kiinteä osa yrityksen raportointia, jolloin sitä tulee toteuttaa osana liiketoiminnan kokonaisuutta, eikä jättää irralleen tästä kontekstista. Yrityksen raportoimisen voi karkeasti jakaa kahteen osaa: taloudelliseen ja ei-taloudelliseen raportointiin. Osa yrityksen raporteista on lakisääteistä informaatiota ja näin ollen pakollista. Vastuullisuudesta raportoiminen on yleensä vapaaehtoista raportointia, joka tulee pakollisia ei-taloudellisia ja taloudellisia raportteja. Vapaaehtoisissa raporteissa yrityksellä on oikeus valita, mitä ja miten raportoidaan. (Juutinen & Steiner 2010, 197–199.)

Yritysvastuusta raportoi globaalisti yhä useampi yritys. Raportoitijien määrä on vuosittain kasvanut ja niiden sisältö on laajentunut. Parhaassa mahdollisessa tapauksessa raportti pitää sisällään kaikki kolme yritysvastuun osa-aluetta, mutta yrityksen oman valinnan mukaan raportointi voi kohdistua vain tiettyyn alueeseen. Johtavia raportoinnin periaatteita on avoimuus, läpinäkyvyys ja tehokas kommunikointi, mutta tämä ei tarkoita, että raportoidaan kaikki kaikesta. Olennaisuustarkistelu käytetään apuna, kun mietitään asioiden merkitsevyyttä yrityksen toiminnalle. Yritykset haluavat raportoida asioista, jotka ovat heidän toimintansa kannalta oleellisempia ja vaikuttavat sidosryhmien kannalta laajimmin ja tätä toimintaa he tarkastelevat olennaisuustyökalun läpi. (Juutinen & Steiner 2010, 200–202.)

Prosessi yritysvastuusta raportoimiseen on dynaaminen kokonaisuus, jonka tavoitteena on esittää eri osa-alueiden asetettujen tavoitteiden saavuttamisen asteesta. Raportoinnissa ei ole kysymys etsiä yritysvastuun osatekijöitä toiminnan staattisesta pysäytyskuvasta, vaan antaa kuvan siitä, missä yritys menee vastuullisuuden näkökulmasta katsottuna. (Juutinen & Steiner 2010, 202.)

Läpinäkyvyys kuvaa myös vastuullisen yrityksen viestintää. Vastuullisuuden raportoinnissa avataan lähtökohtia ja tavoitteita vastuullisuudelle. Raportissa kerrotaan avoimesti, mitä raportointiajan puitteissa saavutettiin ja perustellaan, miksi jostakin tavoitteista jäätiin. Lisäksi on hyvä katsoa tulevaisuuteen miltä se näyttää ja mitä mahdollisia liiketoiminta mahdollisuuksia tai uhkia on odotettavissa. Tavoitteena on vastata sidosryhmien odotuksiin ja tarpeisiin. Hyvä raportointi tukee myös yrityksen johdon ja liiketoiminnan suunnittelua ja tarpeita. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 38.)

3.2.1 GRI-Viitekehys

Global Reporting Initiative eli GRI on maailmanlaajuisesti hyväksytty globaali yritysvastuun raportointiohjelmisto, jonka perusideana on muodostaa yleisesti hyväksytty viitekehys vastuullisuusraportoinnin taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristötoiminnan osa-alueille. GRI-ohjelmiston luominen alkoi vuonna 1997 YK:n ympäristöohjelman UNEP:ön ja Coalition for Environmentally Responsible Economies-järjestön yhteistyöstä. Ensimmäiset ohjeistukset otettiin käyttöön 2000 ja sen jälkeen viitekehystä on päivitetty viimeksi 2016. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 42.) GRI-ohjelmiston keskeinen ajatus yhdenmukaistaa yritysten raportointi, jotta niiden vertailu olisi helpompaa kansainvälisellä tasolla. Tämän lisäksi ohjelmisto pyrkii raporttien käytettävyyteen, mutta viitekehys jättää myös joustavuutta eli antaa yrityksille vapautta raportoida heille olennaisista asioista. (Juutinen & Steiner 2010, 241–242.)

Ohjelmiston periaatteet voidaan ryhmitellä kahteen: Raportin sisällön määrittelyperiaatteisiin ja raportin laadun määrittelyperiaatteisiin. Vakiosisältönä raportissa on myös organisaation peruskuvauus, jossa kerrotaan yleiskuva yrityksen toiminnasta ja raportin sisällöstä. Raportin sisällön määrittelyperiaatteisiin kuuluu esimerkiksi olennaisuus ja kattavuus. Vastaavasti laadun määrittelyperiaatteita ovat tasapainoisuus ja oikeellisuus. Yrityksen kuvauksessa olisi hyvä tulla esille organisaation liiketoiminta-alueet ja tärkeimmät hyödykkeet, sekä oleelliset tiedot raporttiin vaikuttavista tekijöistä. GRI-ohjeistus painottaa tietojen oleellisuutta raportoinnissa. Tämä helpottaa yritystä pistämään voimavarat asioihin, joilla on eniten vaikutusta sidosryhmille. (Juutinen & Steiner 2010, 242–244.)

3.2.2 Standardit

ISO eli International Organization for standardization on maailmanlaajuisesti vaikuttava kansallisten standardisoimisjärjestöjen liitto. Se toimii yhdessä International Electrotechnical Commission eli IEC:n sekä eri organisaatioiden ja viranomaisten kanssa yhteistyössä luodakseen kansainvälisiä standardeja. Yksi tärkeimmistä ISO-standardeista yritysvastuun kannalta on kansainvälinen ISO 26000 -standardi. Kyseinen standardi käsittelee yritysvastuun periaatteita, tunnistamista, sidosryhmien osallistamista, sekä yritysvastuun ydinasioita. (SFS, 2019.) ISO 2600 -standardi ei ole tarkoitettu käytettäväksi sertifiointissa, vaan sen tarkoituksena on kuvata mistä yrityksen yhteiskuntavastuutyö koostuu. Se rakentuu seitsemästä keskeisestä ydinaiheesta: Ihmisoikeuksista, työelämän käytännöistä, ympäristöstä, oikeudenmukaisista toimitavoista, kuluttaja-asioista, yhteisön toimintaan osallistumisesta ja yhteisön kehittämisestä ja organisaation hallintatavoista. (Kuvaja & Koipijärvi 2018, 72.)

Osaltaan yritysten yritysvastuuraportointia ohjaa AccountAbility-instituutin laatimat sarjan AA1000-standardit. Kyseisten standardien tarkoituksena on ohjata vastuullisia liiketoimintakäytäntöjä ja toiminnan läpinäkyvyyttä. AA1000 Principles Standard on keskeisin näistä standardeista, sillä se sisältää periaatteet yritysvastuun ymmärtämisestä, hallinnoinnista, jalkauttamisesta ja arvioinnista, sekä yritysvastuusta kommunikoinnissa. (Juutinen & Steiner 2010, 233–234.)

Yksi maailman tunnetuimmasta sosiaalisen vastuun järjestelmistä on SA8000. Sen on kehittänyt Social Accountability International ja SA8000-järjestelmässä sertifioidaan tuotantolaitoksia ja -tiloja ja sen rakenteellista yhteensopivuutta seuraavien standardien kanssa: ISO 9001, ISO 14001 JA OHSAS18001. SA8000 perustuu YK:n ihmisoikeusjulistuksen ja ILO:n peruseriaatteisiin ihmis- ja työelämäoikeuksista. Standardin soveltaminen onnistuu kaikenkokoisille yrityksille, eikä maantieteellisellä sijainnilla ole standardille merkitystä. Sen yhdeksään osa-alueeseen kuuluvat esimerkiksi: syrjintä, työaika, kurinpitotoimet, palkat ja palkkiot, pakkotyö sekä terveys ja turvallisuus. (Kuvaja & Koipijärvi 2018, 73.)

3.3 Kansainvälisesti vaikuttavat tekijät

Liiketoimintojen kansainvälistymisestä on seurannut positiivisia vaikutuksia talouteen ja kehittymiseen maailmanlaajuisesti. Se on luonut uusia työpaikkoja useisiin eri maihin, kehittänyt tuotantoa osassa

maista, lisännyt erityisesti naisten työmahdollisuuksia, sekä vähentänyt köyhyyttä globaalisti. Kansainvälistyminen on tuonut mukanaan myös haasteita, esimerkiksi tuotannon siirtämistä halvemmän työvoiman maihin, mikä on johtanut länsimaissa työttömyyteen. Lisäksi ero köyhien ja rikkaiden maiden välillä on lähtenyt kasvuun, ja ympäristön vahingoittaminen on lisääntynyt kaikkialla maapallolla. Iso globaali harppaus tapahtui 1990-luvun aikana ja sen jälkeen, kun tietoliikenneyhteyksien voimakas kehittyminen vauhditti datan ja rahan liikkumista ympäri maailman reaaliaikaisesti. (Liappis ym. 2017. 15–16.)

Megatrendit ovat globaaleja suuntauksia, jotka vaikuttavat joko välillisesti tai välittömästi kaikkiin toimialoihin ja kaikenkokoisiin yrityksiin. Yritysvastuun kehittämisessä on yhtymäkohtia megatrendeihin, sillä ne usein jossakin määrin vaikuttavat maailman kehitykseen ja määrittävät suuntaviivoja. Tällä hetkellä yksi näkyvimmistä megatrendeistä on ilmastonmuutos, ja sen vaikutukset ovat selvästi nähtävillä yritysvastuun eri osa-alueilla. (Juutinen 2016, 82–83.)

Joka tammikuu World Economic Forum julkaisee riskiraporttinsa globaaleista riskeistä. WEF:n raportit käsittelevät globaaleja riskejä kahdesta näkökulmasta. (Juutinen 2016, 83–84). Ensimmäinen näkökulma on tehty riskien todennäköisyyden kannalta ja vuoden 2020 listalla olivat seuraavat viisi tekijää: luonnonkatastrofit, ilmastotoimien epäonnistuminen, ihmisten aiheuttamat ympäristötuhot, luonnon monimuotoisuuden katoaminen ja sään ääri-ilmiöt. Toinen näkökulma antaa tietoa riskin vaikutuksen suuruuden kautta. Tälle listalle nousi myöskin ilmastotoimien epäonnistuminen, luonnon monimuotoisuuden katoaminen ja sään ääri-ilmiöt. Näiden lisäksi WEF nosti listalle vesikriisin ja joukkotuhoaseet. (World Economic Forum 2020.)

4 LIIKUNTA-ALAN YRITYKSET

Maailmanlaajuisesti on olemassa yli 180 000 kuntosalia, joilla on yhteensä 145 miljoonaa jäsentä. Itse kuntosalialalle katsotaan kuuluvan kuntokeskukset, kuntosalit ja kuntoilustudiot. Ne tarjoavat erilaisia palveluita, tiloja, laitteita tai koulutusta jäsenmaksua vastaan. Perinteisesti jäsenmaksua vastaan pääsee kuntoilemaan kuntosalille erilaisilla laitteilla, mutta palveluita on laajennettu, ja osaan jäsenyksistä sisältää esimerkiksi oman kuntoilustudion tai personal trainerin. Kun palveluiden tarjonta kasvaa, myös kuukausimaksu kasvaa samalla. Lähtökohtana on kuitenkin, että kuntosalialalla löytyy toimijoita jokaisessa hintaluokassa ja jokainen asiakas pystyy valitsemaan palveluita hänelle sopivasta luokasta. (Sena 2020.)

Liikuntaa harrastamalla kuluu suurin osa suomalaisten vapaa-ajasta ja heidän kiinnostuksensa liikunta-alan palveluita kohtaan on ollut nousussa vuodesta 1980 alkaen. Urheilukeskeisestä ajattelutavasta siirryttiin tällöin vapaa-ajan harrastus-, terveys-, ja ennalta ehkäisevän liikunnan ymmärtämiseen. Hyvinvoinnin tavoittelu näkyy nykyisin niin vapaa-ajalla kuin työelämässä ja sen takia eri palveluiden kysyntä alalla on kasvanut. Liikunta-alan ympärille on muodostunut kokonainen elämäntapa ja kulutuskulttuuri, jonka vahvistuminen on havaittavissa nyt ja tulevaisuudessa. Hyvinvointi on noussut teemaksi, joka näkyy niin yksilöiden kuin yhteiskunnan tasolla, sillä ihmiset ohjaavat kehitystä valinnoillaan. (Viitasaari 2015, 7.)

Terveyden ja hyvinvoinnin ylläpitämisestä ja edistämisestä on tullut tärkeä trendi nykypäivänä. Liiketoiminta liikunta-alalla on kehittynyt ja palveluissa otetaan huomioon eri kohderyhmät. Liikunnan osa yhteiskunnassa on muuttunut ja se on tullut osaksi yhteiskunnallista hyvinvointipolitiikkaa. Liikuntalaki on päivittynyt, ja liikuntaa on tarkoitus lisätä kouluissa. Lisäksi on tullut WHO:n määräykset ennalta ehkäisevän liikunnan roolista sairauksien hoidoissa. Liikunnan hyödyistä opitaan koko ajan lisää, joten trendi jatkaa kehittymistään ja palvelut laajenevat entisestään tulevaisuudessa. (Viitasaari 2015, 7–8.)

5 TUTKIMUS

Tämä luku käsittelee opinnäytetyöhön kuuluvan tutkimuksen tekemistä ja toteuttamista. Tutkimuksen tarkoituksena oli perehtyä yritysvastuuseen liikunta-alan yrityksissä ja samalla selvittää, millaisia keinoja yrityksellä on vastuullisuuden toteuttamiseen yrityksen sisällä ja sen ympäröivässä yhteiskunnassa. Haastattelujen yhteydessä käytiin läpi myös tulevaisuuden haasteita ja mahdollisuuksia liikunta-alalla ja, niiden vaikutuksia haastateltavien yritysten toimintaan. Lopuksi tarkastellaan tutkimuksen tuloksia, ja pohdin nykyhetken vaikutusta tutkimuksen tuloksiin.

5.1 Tutkimusasetelma

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka liikunta-alan yritykset näkevät yritysvastuun ja millaisia keinoja heillä on vaikuttaa siihen. Lisäksi tarkoitus on selvittää, miten hyvin yritykset tuntevat yritysvastuun eri osa-alueet ja miten vastuullisuus näkyy yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa. Koska opinnäytetyössä käsitellään myös tulevaisuuden aikaperspektiiviä, tutkimus osaltaan selvittää myös siihen osallistuneiden yritysten tulevaisuuden näkymiä omassa toiminnassaan kuin koko alan tulevaisuuden suuntaviivoja.

5.2 Tutkimusmenetelmä

Suoritin opinnäytetyössäni tehtävään tutkimukseen kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää, jolloin tiedonkeruuseen voidaan käyttää haastattelumenetelmää. Otos on pieni, sillä tutkimus tähtää laadulliseen tutkimustulokseen, jossa tutkittavan mielipiteillä, taustoilla ja kokemuksilla on merkitystä haastattelun lopputuloksiin. Haastattelu on vuorovaikutuksellista keskustelua, jossa haastatteliija suunnitelmallisesti johtaa keskustelua ja haastateltava on keskustelun toisena osapuolena. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 106). Haastattelutilanteeseen liittyy inhimilliset tekijät, kuten haastateltavan motiivit, tunteet ja asenteet. Vastaavasti kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija ei saa sekoittaa haastatteluun tai sen suorittamishetkeen omia asenteita tai uskomuksia tutkimuskohteeseen, vaan tavoitteena on päästä vuotovaikutukseen haastateltavan kanssa ja ymmärtää niitä näkökulmia, joita haastateltava tuo julki. (Tuomi & Sarajärvi, 2018.)

Haastattelututkimuksen etuna on saada mahdollisimman nopeasti syvällistä tietoa tutkittavasta aiheesta. Haastattelumenetelmiä on erilaisia ja niiden käyttö vaihtelee tutkimusongelman ja -tavoitteen mukaan.

Päädyin puolistrukturoituun haastatteluun tapaan, joka mahdollistaa ennalta laaditut kysymykset, mutta haastattelutilanteessa mahdolliset muutokset kysymys järjestykseen ja sanamuotojen vaihtamiseen. (Ojasalo ym. 2014,106–108.) Lisäksi haastattelun etuna on sen joustavuus. Haastattelijalla on mahdollisuus toistaa kysymys tarvittaessa, esittää tukikysymyksiä, oikaista väärin ymmärryksiä ja käydä keskustelua haastateltavan kanssa. (Tuomi & Sarajärvi, 2018.)

5.3 Tutkimuksen toteutus

Toteutin haastattelun kyselyhaastatteluna kasvokkain kunkin haastateltavan sopimassa paikassa. Haastateltavat eivät tienneet kysymyksiä etukäteen, sillä näin haastattelijana minun on mahdollista huomata ensi reaktion kysymykseen, ja pystyn tulkitsemaan myös ilmeitä ja eleitä haastattelun aikana. Haastattelut suoritettiin elokuussa ja syyskuussa 2020 ja yksittäiseen haastatteluun aikaa kului noin 45 minuuttia. Haastattelussa käytin kysymyspohjaa, joka löytyy opinnäytetyön lopusta liitteenä (LIITE 1). Lisäksi haastatteluun osallistujat allekirjoittivat suostumuksen haastatteluun (LIITE 2). Haastattelun tarkoituksena oli mahdollistaa avointa keskustelua kysymyksestä, jolloin haastattelijana käytin erilaisia tukikysymyksiä, joko haastateltavan vastauksen helpottamiseksi tai keskustelun luomiseksi. Joissain tilanteissa tukikysymykset olivat tarpeellisia myös kysymyksen täsmentämiseen ja oikeinymmärryksen kannalta.

Tutkimuksen tulokset kokosin yhteen tiedostoon, jokaisen kysymyksen alle kaikkien haastateltavien vastaukset ja kirjoitin yhteenvedon jokaisesta kysymyksestä erikseen, jonka jälkeen varmistin nauhoitteelta osan vastauksista ja tein lopullisen yhteenvedon. Seuraavassa kappaleessa analysoidaan tutkimustulokset ja työn liitteenä (LIITE 3) löytyy yhteenveto tutkimuksen tuloksista, jotka lähetin jokaiselle tutkimukseen osallistuneelle yritykselle.

5.4 Tutkimuksen tulokset

Haastateltavien näkemykset yritysvastuusta olivat hyvin samankaltaisia. Selvästikin kolmen pilarin mallista vahvimaksi nousi sosiaalinen vastuu. Erityisesti asiakkaille turvallisuuden tunteen tuottaminen, ja liiketoiminnan toteuttaminen asiakas edellä, yhdisti haastateltavien vastauksia. Lisäksi korona-aika on nostanut esille puhtaanapidon tehostamista, joka vahvistaa asiakkaiden luottamusta siihen, että toi-

mitiloissa on turvallista treenata epidemia-aikana. Luottamuksen osoituskeinona nähtiin niin ikään ammattitaitoinen henkilökunta, joka pystyy ohjaamaan ja neuvomaan asiakkaita erilaisissa tilanteissa ja varmistamaan turvallisuus ohjatuilla tunneilla.

Lähes jokainen haastateltava otti esille taloudelliset tekijät liiketoiminnassa. Se nähtiin verojen ja palkkojen maksamisena ja sinä, että mainonta ja tarjonta vastaavat toisiaan. Tutkimuksesta nousi selkeästi esille hintojen asettaminen asiakkaille sopiviksi ja erilaisten lisäpalveluiden tuottaminen, joilla yritys pystyy lisäämään kassavirtaa. Kuitenkin vain kolme haastatteluun osallistunutta yritystä toi esille toimintatapoja, joissa taloudellinen näkökulma selvästi ylittää lain säädännölliset rajat ja näin aidosti täyttää vastuullisuuden teoreettisen määritelmän. Näissä yrityksissä kannattavuus näkyy yrityslähtöisenä työntekijöiden kouluttamisena, hyväntekeväisyytenä ja urheiluseurojen tukemisena.

Ympäristövastuuta haastateltavista kukaan ei nähnyt kovin tärkeänä osana liiketoimintaansa. Liikunta-alalla selvästikin keskitytään asiakkaiden hyvinvoinnin tuottamiseen ja ympäristövastuu nähdään hyvin pienenä osana sitä.

Osa haastatteluun osallistuneista oli yksinyrittäjiä ja hankkivat tuntien ohjauksia ostopalveluina tai alihankintana. Kahdella tutkimukseen osallistuneista yrityksistä työntekijöitä 5–20. Yrityksissä, joissa työskenteli ohjaajia ja valmentajia työntekijöinä perehdyttäminen ja arvojen jalkauttaminen henkilöstöön nähtiin tärkeänä osana vastuun kantamista. Haastateltavat kertoivat yritysvastuun näkyvän työhyvinvoinnissa ja työntekijöiden jaksamiseen kiinnitetään myös huomiota. Yritysvastuuta oman henkilöstön omaavissa yrityksissä nähtiin kasvattavan hyvä työyhteisö, joka varmistaa työntekijöiden ajattelevan yrityksen parasta ja mahdollistaa mahdollisimman pitkä työsuhte. Työntekijöille halutaan tuottaa arvokas tunne, jotta he jakavat myös yrityksen arvoja eteenpäin.

Ostopalveluna toteutettavan toiminnan vastuullisuutta nähtiin edistävän ostopalveluyritys, jolla oli valmiiksi ammattitaitoiset ja luotettavat ohjaajat valmiina tuntien pitämiseen. Ostopalvelun kautta kaikki tunnit pyrittiin tuuraamaan, joten asiakkaille luvatut tunnit täyttyivät lähes poikkeuksetta. Alihankintana tapahtuvien ohjauksien hyödyt nähtiin samansuuntaisina kuin ostopalveluina tulevien ohjauksien. Alihankintaketjussa korostui henkilöiden tapaamiset säännöllisesti ja vastuullisuutta nähtiin kasvattavan yrittäjän täysi keskittyminen omaan työhönsä. Sekä ostopalveluissa ja alihankintana toteutettavissa ohjauksissa haastattelujen yhteydessä korostettiin toimitilojen ja laitteiden toimimista, jotta laadukas ohjaustyö on näin mahdollista.

Yhteistyökumppaneiden kanssa toimiessa esille nousivat yrityksen arvot ja toimintaperiaatteet. Yhteistyöhön etsitään toimintakumppaneita, joiden arvot rakentuvat oman yrityksen kanssa samalle pohjalle ja vastuullisuutena nähtiin myös yhteistyön lopettaminen, jos vastuullisuus ajattelu ei toteudu yhteistyöyrityksessä. Avoimuus ja avoin kommunikaatio nähtiin edellytyksenä yhteistyötoimivuudelle ja kolme tutkimukseen vastanneista kertoi henkilökemioiden vaikuttavan myös yhteistyökumppaneiden valintaa. Yrityksen ostotuotteissa laadukkuuden ja vastuullisten toimittajien arvostuksen esille haastatellutilanteessa toivat kaksi haastateltavaa. Yritykset pystyvät valitsemaan tuotteensa kysynnän mukaisesti ja vaikuttamaan siihen, mistä ne hankitaan. Tämä hankintaketjun eettisyys ja vastuullisuus nähtiin yhtenä tärkeimpänä keinosta vaikuttaa yritys vastuun kantamiseen. Parhaan mukaan suosittiin Suomalaisia valmistajia ja toimittajia, ja ulkomailta toimittaessa pyrittiin varmistamaan tuotteen todellinen alkuperä ja valmistusmaa.

Asiakkaiden kanssa vastuu nähtiin lähtevän siitä, että asiakas saa sellaista palvelua, jota hänelle on luvattu. Jokainen yrityksestä mainitsi palvelulupauksen pitämisen jossakin määrin, sekä palveluiden ja mainonnan kohtaamisen. Yksi vastanneista näki erityisen tärkeäksi liikunnan mahdollistamisen kaiken ikäisille ja halusi mahdollistaa turvalliset treenipuitteet myös nuorille. Vastuullisuutena nähtiin luottamus yrityksen ja sen asiakkaiden välillä. Tämä saavutetaan avoimen kommunikoinnin avulla. Asiakkaat uskaltavat antaa palautetta ja olla vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa. Lisäksi jokainen alan yritys halusi tarjota asiakkaille mahdollisimman laajat palvelut omalla toimintasektorillaan. Yritykset yksilöivät palveluita juuri heidän asiakkaillensa sopiviksi ja parhaalla mahdollisella tavalla vastaavat asiakkailta tuleviin toiveisiin palveluissa ja tuotteissa.

Ympäristövastuun kantaminen liikunta-alan yrityksissä nähtiin haastavana. Jokainen haastateltava toi esille siivoukseen käytettävien aineiden luonnonmukaisuuden ja kierrätyksen parhaalla mahdollisella tavalla. Ympäristövastuun keinot nähtiin hyvin vähäisinä ja sen korostaminen nähtiin monessa haastateltavassa yrityksessä tulevaisuuden mahdollisuutena. Tämän hetken mahdollisuudet ovat keskittyä kotimaiseen ja mahdollisesti lähituotantoon tuotteissa ja kulutustavaroissa ja muoviroskan vähentäminen. Yhdessä yrityksessä sähkön tuottaminen on osittain järjestetty aurinkopaneeleilla, joka on yrityksen askel kohti ekologista sähköntuotantoa.

Konkreettisia keinoja vaikuttaa ympäröivään yhteiskuntaan nähtiin tutkimusyryksissä monenlaisia. Kysymyksen vastaukset erosivat paljon toisistaan. Yksi haastateltavista näki vaikutuksen yhteiskuntaa olevan taloudellista verojen ja muiden maksujen, sekä hankintojen muodossa. Osa toi esille vaikuttami-

sen mahdollisuudet esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Kaksi yritystä mainitsi erilaisien hyvinvointipalveluiden tukemisen kaupunkilaisille olevan vaikutuksellista. Näihin kuului esimerkiksi maksuttomien jumppien pitäminen ja urheiluseurojen tukeminen, sekä maksuttomien palveluiden järjestämisen vähävaraisille. Yhteistä osassa haastateltavien vastauksista oli näkyvyys ja kilpailu asetelman rakentaminen paikkakunnille.

Kaikki tutkimukseen osallistuneet henkilöt olivat jokseenkin samaa mieltä siitä, että yritysvastuu voidaan nähdä kilpailuetuna. Yksi vastanneista täsmensi, ettei halua käytettävän sanaa kilpailuetua, sillä jokainen vastaa omalla tavalla yrityksestään. Etuna pienissä yrityksissä nähtiin välittömän viestinnän asiakkailta yrittäjälle, ilman välikäsiä ja mahdollisuuden reagoida asioihin nopeasti. Lisäksi yrittäjät näkivät oman persoonansa olevan valttikortti ja eduksi liiketoiminnalle.

Tulevaisuuden ison muutos haastateltavien mukaan tulee näkymään palveluiden digitalisaationa. Näin vastasi neljä viidestä haastatteluun osallistuneesta. Tulevaisuudessa online-treenaaminen tulee ajankohtaiseksi ja kilpailussa mukana pysyminen vaatii tuotteiden ja palveluiden tarjoamista etäyhteyksien kautta. Osa haastateltavista näki nykyisen palveluiden tarjoamisen kasvotusten häviävän seuraavien vuosikymmenten aina. Toiset taas uskoivat myös näiden palveluiden tarjonnan vahvistuvan tulevaisuudessa ja perustelivat näkemyksiään ihmisen sosiaalisuuden ja joukkoon kuulumisen perusteella.

5.5 Tutkimuksen yhteenveto

Tutkimusta ei ole tilattu opinnäytetyön tekijältä, vaan opinnäytetyön ideointi ja tutkimuksen toteuttaminen lähtivät tekijän omasta halusta tehdä tutkimus kyseisestä aiheesta. Jokaiselle tutkimukseen osallistuneelle yritykselle lähetettiin työn valmistumisen jälkeen yhteenveto tuloksista, joka löytyy liitteestä 3. Tätä tutkimusta ei voida pitää täysin validina, vaikka se selvittää yritys vastuun merkitystä ja keinoja sen toteuttamiseen tehokkaasti kohdeyrityksissä. Tutkimus kuitenkin selvitti lisäksi yritysten näkemyksiä tulevaisuuden liikunta-alasta, mikä ei ole tutkimuskysymyksen pohjalta validia tietoa. Tämä kuitenkin vaikuttaa yrityksen toimintaan pitkällä tähtäimellä, ja kehittyvällä alalla tulevaisuuden heikkojen ja vahvojen signaalien näkeminen on tärkeää. Liiketoiminnan pohjimmainen tavoite on mahdollistaa toiminnan jatkuminen tulevaisuuteen ja tästä syystä tulevaisuuden hahmottaminen on tärkeää jokaiselle yritykselle.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten liikunta-alan yritykset näkevät yritysvastuunsa ja millaisia keinoja heillä on sen toteuttamiseen. Kuten tutkimuksen tuloksista voidaan nähdä, sosiaalinen vastuu nousi tärkeämmäksi osa-alueeksi yritysvastuusta jokaisen tutkimukseen osallistuneen yrityksen kohdalla. Vastuu nähdään selkeästi asiakkaiden kautta, ja siitä että heillä on turvallista treenata yritysten toimitiloissa. Lisäksi ammattitaitoiset yhteistyökumppanit ja henkilöstö ovat isona osana yritysvastuuta haastateltavien mielestä. Suurin kehityskohta selvisi heti haastattelujen alussa, sillä ympäristövastuuseen ei kiinnitetty huomiota juuri ollenkaan tai hyvin vähäisesti. Kysymys nousi esille yritysten kanssa, kun keskustelimme toiminnan kehityksestä, kilpailuedusta ja tulevaisuuden trendeistä. Ympäristö asioihin puuttumiseen neljä viidestä yrityksestä sanoi tulevaisuudessa tekevänsä parannuksia ja kantavansa vastuuta enemmän tästä tulevaisuudessa.

Taloudellinen vastuu oli jokaisessa haastattelussa esillä, ja toiminnan läpinäkyvyyden koettiin oleva tärkeä keino kantaa vastuuta yrityksissä. Kun toiminta kestää tarkastelua, sen lisää vastuullisuutta sidosryhmissä. Vastuu raportointi on tästä seuraava askel toiminnan kehittämiseksi vastuullisempaan suuntaan. Nyt kukaan yrityksistä ei tehnyt vastuullisuus raportointia, vaikka osa heistä koki selvästi raportoinnista olevan hyötyä yrityksen toiminnalle.

Suurin eroavaisuus yritysten välillä oli vastauksien monipuolisuudessa ja laajuudessa. Osa yrityksistä katsoi vastuun koostuvan vain tietyistä asioista ja osittain vastaukset jäivät lyhyiksi tai haastateltavalle täytyi esittää lisäkysymyksiä, jotta keskustelu aiheesta pysyi yllä. Tämä voi kertoa siitä, ettei yritysvastuusta tiedetä riittävästi, asioita ei haluta tuoda julki tai niiden merkitystä ei pidetä yrityksen toiminnan kannalta merkityksellisenä. Vastaukset olivat kuitenkin hyvin saman suuntaisia, yritysvastuun keinot olivat samanlaisia, mutta siinä oli jonkin verran eroja. Osa korosti ammattitaidon tärkeyttä, kun toisille puhtaus ja välitön kommunikaatio asiakkailta yrittäjälle olevan parhaita keinoja vaikuttaa yritysvastuun toteutumiseen.

Lopuksi voidaan todeta tutkimusosion ja teoriaosion vastaavan toisiaan suurimmassa määrin. Vastuun osa-alueet tulevat jokaisessa haastattelussa selville, sekä erilaisia keinoja vaikuttaa niihin. Sidoryhmät nousevat suureen rooliin liikunta-alalla, ja erityisesti siellä korostuvat asiakkaat. Digitalisaatio, joka on yksi maailman johtavimmista trendeistä, tuo uusia mahdollisuuksia ja haasteita myös liikunta-alalle, online-palvelut yleistyvät ja yrityksen on päätettävä, mihin suuntaan se haluaa lähteä kulkemaan. Valitseeko se verkossa tapahtuvien palveluiden tien vai jatkaako palveluiden tarjoamista perinteiseen malliin. Haastattelujen pohjalta voin todeta, että osa yrityksistä haluaa yhdistää palveluiden ruudun välityksellä

tapahtuvia vaihtoehtoja ja osa jatkaa perinteisellä linjalla. Millään haastatteluun osallistuneista yrityksistä ei ole tarkoitus viedä liiketoimintaansa vain digitaaliseen ympäristöön.

Tällä hetkellä koronavirus puhuttaa koko maailmaa, ja sen painoarvoa haastattelujen vastauksissa on vaikea arvioida. Epidemia-ajan jälkeen tehtävä samanlainen tutkimus antaisi viitteitä siitä, onko sosiaalinen vastuu ja puhtaanapito todellisuudessa niin tärkeässä roolissa yrityksille, kun se tämän tutkimuksen mukaan on. Hygieenisuus ja puhtaanapidon merkitys korostuvat tämän hetken maailmassa ja, se luo luottamusta ja välittämistä yrityksen ja asiakkaan välille.

6 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, kuinka liikunta-alan yritykset näkevät yritysvastuun ja millaisia vaikutuskeinoja heillä on sen toteuttamiseen. Haastatteluun valikoitui yrityksiä lähialueelta heidän oman mielenkiintonsa mukaan osallistua kyseiseen tutkimukseen. Tässä huomasin ensimmäisen haasteen työtä tehdessä, sillä yrityksien tavoittaminen oli hyvin hankalaa. Lopuksi koin helpommaksi ja varmemmaksi tavaksi lähestyä yrityksiä puhelimitse tai sosiaalisessa mediassa, sillä sähköpostiviestit olivat menneet monilla roskaposti-kansioon. Yrityksien halukkuus osallistua tutkimukseen oli odotettua matalampi ja, jouduin ottamaan yhteyttä kymmeneen yrityksiin, joista viisi halusi mukaan tutkimukseen.

Yritysvastuusta löytyy kirjallisuutta ja tietoa loputtomiin. Toiseksi haasteeksi koin tiedon rajaamisen teoriaosuudessa tarpeeksi suppeaksi. Halusin keskittyä perusasioihin ja sellaisiin seikkoihin, jotka oletin haastatteluissa tulevan ilmi. Siksi esimerkiksi osiota sidosryhmistä ja yritysvastuun hyödystä ja haitoista koen tuovan työlleni lisäarvoa ja laajuutta teoriaosuuteen. Tein myös tietoisin valinnan ottaessani esille yleisimpiä kansainvälisiä toimijoita ja organisaatioita, sillä haastatteluja tehdessäni huomasin monen haastattelemani yrityksen hankintaketjun usein ylettyvän ulkomaille. Lisäksi tulevaisuuden aikaperspektiivin ottaminen esille oli tietoinen valinta, sillä liikunta-alalla erityisesti kuntosalibisnes on aloittanut kasvamisen vasta 1980-luvulla ja, suurin kehitys on vielä todennäköisesti edessäpäin. Tällöin tulevaisuuden megatrendit ovat osana myös liikunta-alan kehityksessä ja ovat suuressa roolissa siinä, mihin ala etenee vuosien aikana.

Olen tutkimuksen lopputulokseen tyytyväinen ja, minusta se antaa hyvän yleiskuvan siitä, kuinka yritysvastuu nähdään liikunta-alalla. Mielestäni ympäristövastuun kehittäminen liikunta-alalla on toivottavaa ja se varmasti luo mahdollisuuksia tulevaisuuteen. Lisäksi yritysvastuu saavutetaan vasta siinä vaiheessa, kun määräysten ja lakien asettamat rajat yritetään ja ympäristöasioiden edistäminen sidotaan osaksi yrityksen strategiaa. Tähän pisteeseen pääsemiseen liikunta-alalla riittää vielä paljon töitä. Pääpiirteittäin voisi sanoa, että vastuullisuus yritystoiminnassa otetaan vakavasti liikunta-alalla, mutta ehkä tietoa ja uskallusta ei ole vielä tarpeeksi lähteä toteuttamaan, sitä esimerkiksi vastuullisuusstrategiaan asti. Kaikki yritykset jakoivat tietoa itsestään ja kommunikoiivat sidosryhmien kanssa aktiivisesti, mikä kertoo yritystoiminnan läpinäkyvyydestä ja toiminnan vastuunottamisesta. Jokaisella tutkimuksessa mukana olleella yrityksellä oli selkeä käsitys, miten vastuu näkyy heidän yrityksessään ja siinä, millaisia voimavaroja omalla yrityksellään on.

Kaiken kaikkiaan työtä oli mukava ja mielenkiintoista tehdä. Opin paljon uusia asioita, erityisesti haastattelututkimuksen tekemisestä ja tuloksien läpikäynnistä. Suurin toiveeni työtä kohtaan, on lisätä ihmisten kiinnostusta yritysvastuuta kohtaan ja koen saavuttaneeni haluamani, jos joku tutkimukseen osallistuneista yrityksistä kehittää toimintaansa vastuullisempaan suuntaan tutkimuksen innoittamana tai joku opinnäytetyöni luettuani saa kiinnostuksen yritysvastuuta kohtaan.

LÄHTEET

- Elinkeinoelämän keskusliitto. 2020. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. Saatavissa: <https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>. Viitattu 5.8.2020
- FIBS. 2018. Yritysvastuu-2018. Saatavissa: https://www.fibsry.fi/wp-content/uploads/2018/05/FIBS_Yritysvastuu2018_Tiivistelma.pdf. Viitattu 25.10.2020
- Halme, M. & Lankoski, L. 2011. Vastuullisuuden vaikutukset globaalissa taloudessa. Helsinki: Gaudeamus.
- Harmaala, M. & Jallinoja, M. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. 1., painos. Sanoma Pro. Saatavilla: [https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ezproxy.centria.fi/teos/FABBIXGTFF#kohta:YRITYSVASTUU\(\(20\)JA\(\(20\)MENESTYV\(\(c4\)\(\(20\)LIIKETOIMINTA\(\(20\)piste:b0](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.ezproxy.centria.fi/teos/FABBIXGTFF#kohta:YRITYSVASTUU((20)JA((20)MENESTYV((c4)((20)LIIKETOIMINTA((20)piste:b0). Viitattu 9.9.2020.
- Juutinen, S. 2016. Strategisen yritysvastuun käsikirja. Helsinki: Talentum Pro.
- Juutinen, S. & Steiner, M. 2010 Strateginen yritysvastuu. Helsinki: WSOYpro
- Kaskinen, T. 2013. Kolme kestävän kehityksen polkua yrityksen menestykseen. Sitra. Viitattu: 14.9.2020. Saatavilla: <https://www.sitra.fi/artikkelit/kolme-kestavan-kehityksen-polkua-yrityksen-menestykseen/>. Viitattu 12.9.2020.
- Koipijärvi, T. & Kuvaja S. 2017. Yritysvastuu: johtamisen uusi normaali. 1., painos. Kauppakamari. Saatavilla: [https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.centria.fi/ammattikirjasto/teos/yritysvastuu-johtamisen-uusi-normaali-2017#kohta:Miten\(\(20\)jatkamme\(\(20\)t\(\(e4\)st\(\(e4\)](https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.centria.fi/ammattikirjasto/teos/yritysvastuu-johtamisen-uusi-normaali-2017#kohta:Miten((20)jatkamme((20)t((e4)st((e4)). Viitattu 9.9.2020.
- Liappis, H., Pentikäinen, M. & Vanhala, A. 2017. Menesty yritysvastuulla. Keuruu: Edita.
- Niskala, M. Tarna-Mani, K. Puroila, J. & Pajunen. T. 2019. Yritysvastuu: Raportointi- ja laskentaperiaatteet. 3. p. uud. p. Helsinki: ST-Akatemia.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro.
- Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu – kestävä kehitystä organisaatiotasolla. Porvoo: WSOY.
- Sena, M. 2020. Fitness Industry Analysis 2020 - Cost & Trends. Franchise Help. Saatavissa: <https://www.franchisehelp.com/industry-reports/fitness-industry-analysis-2020-cost-trends/>. Viitattu 4.11.2020
- SFS. 2019. ISO 26000 Yhteiskuntavastuu. Saatavissa: https://www.sfs.fi/files/3770/ISO_26000_Yhteiskuntavastuu_web.pdf. Viitattu 10.9.2020.
- Tevameri, T., Lappi, J. & Martikainen, J. 2018. Sosiaali- ja terveystalouden yritykset – epävarmoista tulevaisuuden näkymistä hyvinvoinnin kasvuun? Toimialaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriön

julkaisuja. 38/2018. Helsinki. Saatavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161154/TEMjul_38_2018_Sote.pdf?sequence=1&isAllowed. Viitattu 11.9.2020

Tuomi, J., & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Helsinki: Tammi. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789520400118>. Viitattu 10.9.2020

Viitala, R., & Jylhä, E. 2011. Liiketoimintaosaaminen. 1.-5. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Viitasaari, J. 2015. Liikunta-alan korkeakoulutuksen tarveselvitys. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Saatavilla: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/99014/Liikunta-alan%20korkeakoulutuksen%20tarveselvitys.pdf?sequence=1>. Viitattu 4.11.2020

World Economic Forum. 2020. The global Risks Report 2020. Saatavilla: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf. Viitattu 10.9.2020.

LIITE 1

Haastattelukysymykset:

Mitä yritysvastuu tarkoittaa ja mitä se merkitsee teille/yritykselle, jossa työskentelette?

Kuinka vastuullisuus näkyy yrityksen toiminnassa?

Kuinka huomioitte yritysvastuun henkilöstönne kanssa?

Miten huomioitte yritysvastuun yhteistyökumppaneiden kanssa?

Kuinka yrityksen kantama vastuu näkyy asiakkaille, jotka vierailevat yrityksessä?

Kiinnitetäänkö yrityksen toiminnassa huomiota ympäristövastuuseen?

Millaisia konkreettisia keinoja yrityksellä on vaikuttaa ympäröivään yhteiskuntaan?

Kuinka helppoa yritysvastuuta on tuoda esille liikunta-alanyrityksessä, mitä pidätte sen vahvuuksina kilpailuetuna?

Toteutattekko yritysvastuuraportointia?

Mikä on tulevaisuudessa isoin haaste yritysvastuun toteuttamiselle?

Millaisia kehityskohteita näette omassa vastuutoiminnassa?

LIITE 2

Haastattelusopimus

Haastattelu kuuluu osana tradenomiopiskelija Jasmiina Hakulisen Centrian ammattikorkeakoulun opinnäytetyöhön; yritysvastuu - hyvinvointiyrityksien näkökulmasta.

Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa tietoa siitä, miten eri hyvinvointiyritykset näkevät yritysvastuun, sen osa-alueet ja keinot vaikuttaa siihen. Tutkimuksen haastattelut toteutetaan nimettöminä ja haastateltavat pysyvät anonyymeina. Työssä ei mainita tutkittavan nimeä, eikä yritystä, jossa hän työskentelee.

Tutkimus toteutetaan haastatteluna, joka taltioidaan nauhurilla. Tutkimusaineisto tuhoetaan opinnäytetyön valmistuttua ja työskentelyvaiheessa siihen perehtyvät opinnäytetyötä tekevä opiskelija ja ohjaava opettaja. Tutkimuksen haastattelut toteutetaan kohde yrityksen liiketilassa.

Opinnäytetyöntekijä sitoutuu salassapitovelvollisuuteen. Opinnäytetyössä ei näy haastateltavien tunnistetietoja. Tämä takaa sen, että haastattelu tapahtuu niin sanotusti ”anonyyminä”; raportissa ei tule olemaan mitään, josta haastateltavan tunnistaisi. Haastattelijat ovat sitoutuneet noudattamaan henkilötietolain (523/99) määräyksiä.

Ystävällisin terveisin,

Jasmiina Hakulinen

Jasmiina.hakulinen@centria.fi

Suostumus haastatteluun

Annan suostumukseni siihen, että haastattelumateriaalia voidaan käyttää Centria ammattikorkeakoulun opiskelijoiden opinnäytetyöhön.

Haastateltavan nimi: _____

Haastateltavan allekirjoitus: _____

Päiväys ja paikka _____ / _____ / 2020 _____

LIITE 3

Yhteenvedo tutkimukseen osallistuneille yrityksille

Seuraava raportti koskee opinnäytetyöni Yritysvastuu liikunta-alan yrityksissä yhteenvedoa haastateltaville henkilöille. Haastatteluun osallistui viisi liikunta-alan yritystä Keskipohjanmaan ja Pohjois-Pohjanmaan alueelta. Haastattelut järjestettiin elokuussa ja syyskuussa 2020 ja seuraavassa käyn läpi tutkimuksen tuloksia osallistuneiden yritysten näkökulmasta, ja esittelen kehitysideoita heille tulevaisuuteen.

Pääsääntöisesti yritys vastuun keskiössä nähtiin olevan asiakas ja päämääränä rakentaa heille mahdollisimman edistysellinen treeniympäristö. Haastattelujen pohjalta voidaan todeta, että sosiaalinen vastuu on otettu erityisen hyvin huomioon liikunta-alalla. Aikakauteen liittyen koronaepidemia nousi esille jokaisessa haastattelussa ja erityisesti, miten eri yrityksissä huomioidaan asiakkaiden turvallisuus ja toimitilojen puhtaus epidemia-aikana.

Teoreettisesti katsottuna yritys vastuussa yhdistyy taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu ja ympäristövastuu. Lisäksi pelkkä kansallisten lakien noudattamista ja lainsäädännön toteuttamista ei lasketa yritys vastuuksi vaan, se on näiden rajojen ylittävää liiketoimintaa yhteiskunnan hyväksi sekä ympäristön ja ihmisten suojelemiseksi (Liappis ym 2019, 7). Tästä perspektiivistä katsottuna sosiaalinen vastuu toteutuu jokaisella tutkimukseen osallistuneista yrityksistä moitteettomasti. Taloudellinen vastuu nousi esille jokaisessa haastattelussa, mutta vain muutamalla yrityksellä oli selvästi nähtävissä lainsäädännön ylittävää toimintaa. Esimerkiksi hyväntekeväisyyttä, seuratoiminnan tukemista ja yrityksen kannattavuuden parantamista laadullisilla tekijöillä mainittiin kolmen haastattelun yhteydessä.

Asiakkaille pyritään mahdollistamaan monipuoliset palvelut, jotka tukevat yrityksen omaa identiteettiä ja arvomaailmaa. Jokaisessa haastattelussa tulivat esille vastuu tilojen ja laitteiden toimivuudesta, sekä viestinnästä ja markkinoinnissa käytettyjen lupauksien pitämisestä. Tärkeänä koettiin se, että asiakkaat saavat heille sopivaa palvelua yrityksessä, ja kommunikointi on avointa asiakkaiden ja yrityksen välillä. Myös asiakkaiden hyvinvointi nostettiin esille. Palautumisen tärkeys ja omien voimavarojen tunteminen nähtiin tärkeänä osana vastuullista työskentelyä asiakkaiden parissa, samoin kuin ammattitaitoinen henkilöstö ja oikeankokoiset ryhmät eri tunneille

Tällä hetkellä siivous ja kierrätys on asioita, jotka otetaan huomioon ympäristön näkökulmasta. Muutamassa yrityksessä ympäristö on huomioitu enemmän, esimerkiksi sähkön tuotannossa, mutta pääsään-

töisesti ympäristö vastuuseen kiinnitettiin vain vähän huomiota. Kehityskohdiksi monet mainitsivat ympäristövastuun ja tulevaisuudessa myös liikunta-alalla ympäristön huomioiminen toiminnassa tulee olemaan isommassa roolissa. Globaalit riskit esimerkiksi World Economic Forum:in listalla vuonna 2020 liittyivät kaikki ympäristöön, joten jokaisen yrityksen tulisi jo alkaa miettiä, miten toimintaa pystyisi kehittämään entistä ympäristöystävällisemmäksi. Haastatteluissa nousi esille joutsen merkityt tuotteet, lähialueen palveluiden käyttäminen ja mahdollinen lähituotanto, sekä muovijätteen minimointi. Näistä keinoista on hyvä lähteä liikkeille, mutta tulevaisuudessa ympäristövastuun kantaminen tarkoittaa isompia parannuksia kohti ekologisempaa liiketoimintaa.

Tulevaisuuden haasteet nähtiin erityisesti online-treenaamisessa ja tavanomaisten liikuntapalveluiden kulutuksen vähenemisessä. Tämä muutos nähtiin pitkällä aikavälillä, eikä tapahtuvan vielä lähitulevaisuudessa. Lisäksi haasteita liikunta-alalla tulee olemaan ammattitaitoisen työvoiman löytäminen ja väestön ikääntyminen. Tulevaisuuden ongelmat liikunta-alalla ovat konkreettisesti nähtävissä jo kansainvälisesti, mutta samalla liikunta-alalla on tulevaisuudessa paljon mahdollisuuksia. Ylipaino on globaali ongelma tällä hetkellä ja trendi on kasvava tulevaisuuteen, samoin kuin eri kansantautien lisääntyminen, joita voidaan ennaltaehkäistä liikunnalla ja terveellisillä elämäntavoilla. Kilpailu liikunta-alalla kovenee vuosi vuodelta ja nuorena alana, sen kehitysvauhti niin Suomessa kuin kansainvälisesti on huima.

Kaiken kaikkiaan lopputuloksista voidaan todeta, että yritys vastuun olevan yritysten tietoudessa hyvin. Taloudellisen vastuun, sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun painoarvot ovat vielä keskittyneet vahvasti ainoastaan sosiaaliseen vastuuseen. Kun liiketoiminta on kannattavaa ja kassavirta vakaa, on hyvä lähteä miettimään toiminnan vastuullisuutta myös kahdesta muusta näkökulmasta. Jokainen haastateltava vastasi yritys vastuun tuovan kilpailuetua ja sen saavuttamiseen tarvitsee edelläkävijyyttä. Kun sosiaalinen vastuu on hyvässä kunnossa, voi liiketoimintaa lähteä tarkastelemaan muilta osa-alueilta. Mitä ympäristövastuulliset teot tekisivät yrityksen imagolle, tai saisiko siitä mahdollisesti etua alan markkinoilla? Kun yrityksen toiminta on pitkällä aikavälillä kannattavaa ja kassavirta tasaista on hyvä lähteä miettimään isompia suuntaviivoja tulevaisuuteen, miten vastuullisuuden kautta omasta liiketoiminnasta voisi tulla vielä kannattavampaa.

Ystävällisin terveisin,

Jasmiina Hakulinen