

Vastuullisen kongressin kehittäminen

Helinä Kyönsaari

Opinnäytetyö

Palveluliiketoiminnan ylempi amk-
tutkinto

Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma
2012



Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma (YAMK)

Tekijä Helinä Kyönsaari	Aloitusvuosi 2010
Raportin nimi Vastuullisen kongressin kehittäminen	Sivu- ja liitesivumäärä 77+5
Opettajat tai ohjaajat Meri Vehkaperä	
<p>Viimeisten vuosien aikana kongressialan ammattilaiset ovat alkaneet puhua vastuullisesta liiketoiminnasta ja sen yhdistämisestä kongressien järjestämiseen. Alan osaajat jakavat huolensa siitä, että kongresseja järjestettäessä ei välttämättä mietitä sosiaalisesti tai ekologisesti vastuullisia ratkaisuja, vaikka kongressin järjestäminen kuormittaaakin ympäristöä ja vaikuttaa monen ihmisen elämään.</p> <p>CONGREX / Blue & White Conferences Oy on helsinkiläinen kongressipalvelutoimisto. Strategiansa mukaa Congrex etsii keinoja toteuttaa kongresseja kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti. Toistaiseksi ei kuitenkaan ole ollut käytössä ohjeistusta, joka ohjaisi Congrexin henkilökuntaa ja kongressien järjestelytoimikuntia tekemään kestävämpiä ratkaisuja projektien sa aikana.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää vastuullinen kongressi, jota Congrexin henkilökunta voi käyttää päivittäisen työnsä apuna. Lisäksi sen avulla voidaan myydä ja kongressiprojektien alkaessa myös viedä eteenpäin vastuullisempaa näkökulmaa. Congrexin lisäksi vastuullista kongressia voivat hyödyntää myös muut tapahtumajärjestäjät.</p> <p>Opinnäytetyö noudattelee konstruktivisen tutkimuksen prosessia. Jotta vastuullisen kongressin kannalta olennaiset päätökset voitiin tunnistaa, tutustuttiin Congrexin nykyiseen toimintatapaan sekä olemassa olevaan tietoon vastuullisista tapahtumista. Empiiristä aineistoa kehittämistyöhön kerättiin haastatteluilla, sähköpostikyselyllä ja kyselytutkimuksella kesällä 2011 ja keväällä 2012.</p> <p>Kongressiprojektien päätösten vastuullisuutta pohdittiin kongressin vaikutuspiirien avulla. Vaikutuspiirit ovat järjestelytoimikunta, yhteistyökumppanit, osallistujat sekä kongressikaupunki ja yhteiskunta. Vastuullisen kongressin kannalta olennaisimpia päätöksiä ovat 1) yhteistyökumppaneiden valinta, 2) painotuotteiden ja muun jaettavan materiaalin tarpeellisuus, määrä ja laatu sekä 3) peruutuspäivämäärien ja muiden deadlinejen huomioiminen. Näillä kolmella päätöksellä voidaan säästää rahaa, huomioida ihmisiä ja vähentää ympäristöön kohdistuvia haittoja.</p>	
Asiasanat Kongressi, konferenssi, vastuullinen liiketoiminta, yritysvastuu, sidosryhmät, vaikutuspiiri	

<p>Author Helinä Kyönsaari</p>	<p>Year of entry 2010</p>
<p>The title of thesis Developing a responsible conference</p>	<p>Number of pages and appendices 77+5</p>
<p>Supervisor Meri Vehkaperä</p>	
<p>During the last few years Finnish professionals in the conference business have started to discuss more and more about the corporate responsibility in the conference projects. They share a common concern that during the arrangements of the conferences social and ecological responsibility is not followed thoroughly. Even though conferences have an effect on environment and on people.</p> <p>CONGREX / Blue & White Conferences Oy is a Professional Congress Organiser (PCO) in Helsinki. According to its' strategy, Congrex is searching for the ways to organize conference in a sustainable way. However, so far it has not any guidelines that could help the personnel and the customers to make more responsible decisions.</p> <p>The aim of this thesis was to develop a responsible conference, which helps Congrex' personnel in its' daily work. In addition, the model can be applied when selling and actually arranging conferences. Other professionals in meeting sector can apply the responsible conference as well.</p> <p>The thesis follows the project of the constructive research. Congrex' current procedures and existing data about the responsible events were explored in order to recognize the most essential decisions concerning the responsible conference. Empirical material was collected by interviews, an E-mail questionnaire as well as by a survey during the summer 2011 and the spring 2012.</p> <p>The responsibility of the decisions during the congress project was considered with the help of the spheres of influence that are the organizing committee, partners, congress delegates and the host city as well the society. The most essential decisions regarding the responsible conference are 1) selecting the partners, 2) necessity, amount and quality of the printed and other material delivered and 3) paying attention to the cancellation and other deadlines. With the help of these three decisions it is possible to save money, to take care of the people and to minimize the environmental impact.</p>	
<p>Key words Conference, corporate social responsibility, CSR, shareholder, sphere of influence</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	CONGREX / Blue & White Conferences Oy.....	2
1.2	Opinnäytetyön tavoite	3
1.2.1	Kehittämistyön kohderyhmät ja tarpeellisuus	4
1.3	Kongressialan termistöä	5
1.4	Suomen asema kongressimaana	6
2	Vastuullinen liiketoiminta.....	7
2.1	Syitä vastuullisuusajattelun leviämiseen.....	7
2.2	Yhteiskunta vastuullisen liiketoiminnan kannustimena	9
2.3	Mitä vastuullinen liiketoiminta on?	10
2.3.1	Taloudellinen vastuu	12
2.3.2	Sosiaalinen vastuu.....	14
2.3.3	Ekologinen vastuu	15
2.4	Vastuullisen liiketoiminnan mahdollisuudet ja vaikeudet.....	16
2.5	Sidosryhmät.....	18
2.6	Arvot ja etiikka vastuullisessa liiketoiminnassa	20
2.7	Vastuulliset ja kestävät tapahtumat.....	22
2.7.1	Tapahtumat ja taloudellinen vastuu	23
2.7.2	Tapahtumat ja sosiaalinen vastuu.....	24
2.7.3	Tapahtumat ja ekologinen vastuu	25
2.7.4	Tapahtuma-alan standardit.....	25
2.7.5	Vastuullisten kongressien manuaalit ja oppaat.....	26
2.7.6	Vastuullisiin ja kestäviin tapahtumiin liittyvät opinnäytetyöt.....	27
2.8	Congrex-ketjun vastuullisuus.....	28
3	Kehittämismenetelmät.....	30
3.1	Haastatteluaineistot	31
3.2	Sähköpostikysely Congrexin henkilökunnalle	33
3.3	Kyselytutkimus.....	33
4	Empiirisen aineiston analyysi ja tulokset	36
4.1	Sähköpostikyselyn ja haastatteluaineiston analysointi.....	36
4.2	Congrexin henkilökunnan vastausten analysointi.....	37
4.3	Congrexin asiakkaiden haastatteluaineiston analysointi	41
4.4	Congrexin asiakkaiden kyselytutkimuksen vastausten analysointi	45
5	Vastuullinen kongressi.....	48

5.1.1	Taloudellisesti vastuullinen kongressi.....	50
5.1.2	Sosiaalisesti vastuullinen kongressi	53
5.1.3	Ekologisesti vastuullinen kongressi	57
6	Pohdinta.....	62
6.1	Tavoitteen saavuttaminen	62
6.2	Vastuullisen kongressin keskeisimmät oivallukset.....	63
6.3	Opinnäytetyöprosessin arviointi	65
6.3.1	Tutkimuksellinen vaihe.....	65
6.3.2	Vastuullisen kongressin kehittäminen	67
6.4	Yhteenveto	69
	Lähteet.....	71
	Liitteet.....	78
	Liite 1: Congrexin projektiakataulu	78
	Liite 2: Haastattelurunko	79
	Liite 3: Kyselylomake.....	80
	Liite 4: Muistutusviesti.....	83
	Liite 5: Vastuullinen kongressi	84

1 Johdanto

Keväällä 2010 odottelin kollegani kanssa erään helsinkiläisen hotellin aulassa kongressin illalliselle varattujen bussien saapumista, jotta kongressiosallistujat pääsevät ravintolaan, ja oma työpäivämme vihdoinkin päättyy. Aloimme pohtia järjestämiemme kongressien aiheuttamia vaikutuksia ympäristölle. Pohdimme, miksi ohjelmakirjat ovat niin korkealuokkaisia, vaikka niillä ei kongressien jälkeen todennäköisesti ole käyttöä. Voisiko painotuotteiden laadussa ja määrässä säästää rahaa ja ympäristöä?

Samaisessa keskustelussa mietimme säästämismahdollisuuksia myös iltaohjelmissa. Kuinka tärkeitä juhlalliset ja kalliit illalliset loppujen lopuksi ovat kongressiosallistujille? Muistavatko kongressiosallistujat illallisen yksityiskohtia, jos he kiertävät vuosittain useassa kongressissa ympäri maailmaa osallistuen myös iltaohjelmiin? Käsityksemme oli, että illalliset toistavat samaa kaavaa tapahtumasta ja maasta toiseen. Voisiko illallisen korvata jollakin elämyksellisemmällä? Voisiko kongressiosallistujat viedäkin esimerkiksi Suomenlinnaan istuttamaan puita, pelaamaan mölkkyä ja paistamaan makkaraa ja vaahtokarkkeja. Voisiko siirtyminen luontoon, omilla käsillä tekeminen ja kesäillan viettäminen paikallisten tapaan tuoda osallistujille elämyksen, joka muistetaan vuosia eteenpäin?

Samoihin aikoihin pohdin pääsykokeiden ennakkotehtäväksi annettua kehittämissuunnitelmaa, joka kehittäisi myös oman organisaationi toimintaa. Siitä se ajatus sitten lähti. Kuinka kongresseissa voitaisiin huomioida enemmän ympäristöä? Vuotta myöhemmin aihe oli laajentunut koskemaan ympäristönäkökulman lisäksi myös taloudellista ja sosiaalista vastuullisuutta. Huomasin sukeltaneeni mielenkiintoisen aiheen pariin.

Kongressi- ja tapahtuma-alalla on alettu puhua paljon vastuullisista ratkaisuista tapahtumien järjestämisessä. Alan osajia kutsutaan erilaisiin vastuullisuusseminaareihin, -workshopeihin ja muihin tapahtumiin. Messujen puhujiksi kutsutaan vastuullisuuden ja kestävän kehityksen asiantuntijoita. Yrityksiä pyritään aktivoimaan toimimaan yhdessä kohti kestävämpiä ratkaisuja. On ehkä aikakin ryhtyä tekemään jotain vastuullisempien kongressien hyväksi, jotta osallistujien määrät eivät pienene, vaikka vastuullinen ajattelu ja sen arvostaminen maailman laajuisesti kasvavat.

Mielestäni hyvä esimerkki tapahtuma-alan organisaatioiden heräämisestä on pohjoismaisten alan edustajien luoma kestävän kehityksen indeksi. Se mittaa ja vertailee sosiaalista ja ekologista vastuullisuutta 16 pohjoismaisessa kaupungissa. Suomalaisista kaupungeista mukana ovat

Helsinki, Espoo, Tampere ja Turku. 45 henkilöä allekirjoitti ohjeistuksen keväällä 2012. (2012 Scandinavian Destination Sustainability Index 2012, 4.) Indeksini allekirjoittaneet ovat sitoutuneet kertomaan vastuullisista ratkaisuista eteenpäin keskustelemalla, kouluttamalla, kannustamalla ja jakamalla tietoa. He lupaavat myös suosia kestäviä ratkaisuja tapahtuman järjestämisessä, lisätä ekologisten matkustusvaihtoehtojen tarjoamista, mitata hiilijalanjälkensä ja toimia rehellisesti ja reilusti sekä huomioida myös eri sidosryhmien odotukset. (2012 Scandinavian Destination Sustainability Index 2012, 5.)

Tässä raportissa kerrotaan aivan aluksi kehittämistyön aiheen ideoinnista ja taustoista. Tämän jälkeen perehdytään vastuullisen liiketoiminnan käsitteeseen sekä olemassa olevaan tietoon vastuullisista tapahtumista. Seuraavaksi kerrotaan kehittämismenetelmistä ja kerätyn aineiston käsittelystä ja analysoinnista päätyen lopulta varsinaiseen vastuullisen kongressin kehittämiseen. Työn lopuksi kootaan yhteen kehittämistyöprosessi sekä arvioidaan sen onnistumista.

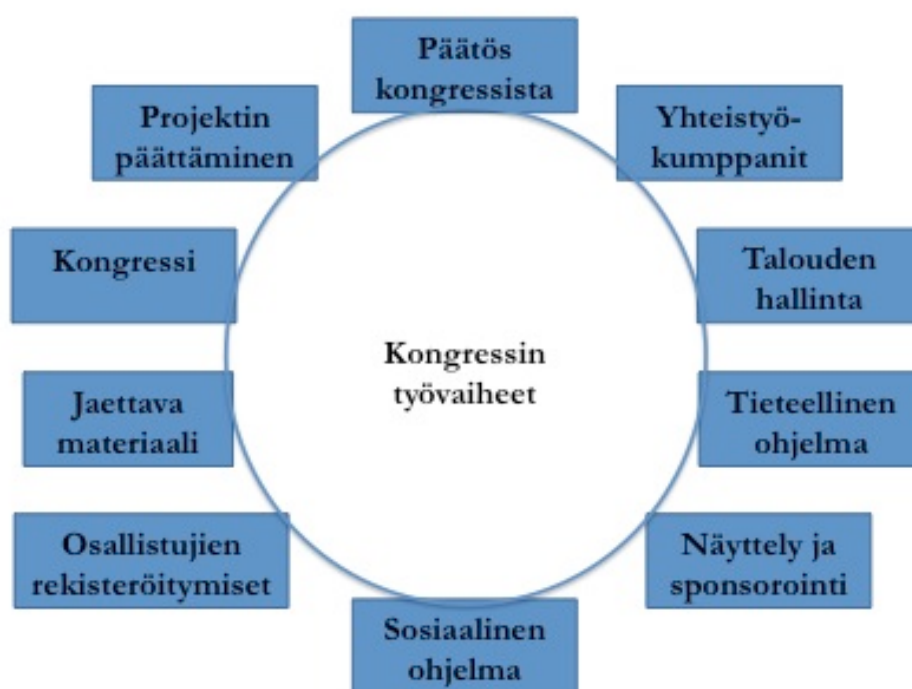
1.1 CONGREX / Blue & White Conferences Oy

Kongressitoimisto Blue & White Conferences Oy (Congrex) on perustettu vuonna 1991. Yrityksen kotipaikka on Helsinki. Congrexin omistavat toimitusjohtaja Jussi Saari ja kongressipäällikkö Mervi Toivonen, joilla molemmilla on 40 prosentin omistusosuus. Lisäksi kansainvälinen Congrex-ketju omistaa yrityksestä 20 prosenttia. Vakituksia työntekijöitä on tällä hetkellä kuusi, ja kiireisenä kongressisesonkina apuna on myös tarvittaessa töihin kutsuttavia työntekijöitä.

Congrex järjestää vuosittain parikymmentä kansainvälistä tai kotimaista kongressia eri puolilla Suomea. Kongressitoimiston tehtävä on auttaa kongressien käytännön järjestelyissä, jotta asiakas voi keskittyä kongressin varsinaisen sisällön suunnitteluun. Esimerkkejä Congrexin tarjoamista palveluista ovat projektin hallinta, ilmoittautumisten ja hotellivarausten vastaanottaminen ja käsittely, maksuliikenne sekä sosiaalisen ohjelman suunnittelu. Asiakas voi valita laajasta palveluiden ja osaamisen kokonaisuudesta ne asiat, joihin hänen oma osaamisensa tai resurssinsa ei riitä.

Congrexin toteuttamat kongressiprojektit ovat kestoaltaan useimmiten 2-4 vuotta. Projektin kulun voi tiivistää kymmeneen vaiheeseen (KUVA 1), johon on tiivistetysti koottu Congrexilla käytössä oleva projektiaikataulu (LIITE 1). Kaikki alkaa päätöksestä järjestää kongressi. Seuraavan kongressin järjestäjä on valittu useimmiten edeltävässä kongressissa. Joskus päätös on tosin tehty jo sitäkin aikaisemmin ja moneksi kongressivuodeksi eteenpäin. Tämän jälkeen

järjestelytoimikunta jatkaa kongressiprojektia valitsemalla yhteistyökumppanit, joista tärkeimpiä tässä vaiheessa ovat kongressitoimisto ja -paikka. Kongressitoimiston vallinnan jälkeen varsinainen projekti alkaa talouden ja tieteellisen ohjelman suunnittelulla, näytteilleasettajien ja sponsoreiden hankinnalla sekä sosiaalisen ohjelman suunnittelulla. Osallistujat alkavat rekisteröityä keskimäärin kuusi kuukautta ennen varsinaista kongressia. Muutamaa kuukautta ennen tapahtumaa aletaan miettiä jaettavan materiaalin määrää ja laatua. Keskimäärin noin kaksi kuukautta kongressin jälkeen tehdään lopputilitys ja projekti päätetään. Vaikka eri vaiheiden järjestys noudatteleekin osittain kongressiprojektin aikataulutusta, varsinaisen järjestelytyön aikana palataan usein aikaisempiin vaiheisiin. Kongressiprojektin työvaiheet eivät siis aina noudata lineaarista aikajärjestystä päätöksen ja varsinaisen kongressin välillä.



KUVA 1: Kongressiprojektin työvaiheet

1.2 Opinnäytetyön tavoite

Congrex etsii strategiansa mukaan keinoja järjestää kongressit kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti (Blue & White Conferences Oy 2012). Joissakin tapahtuman järjestämisen yksityiskohdissa on jo pyritty eettisiin ja ekologisiin, ehkä myös sosiaalisesti vastuullisiin ratkaisuihin. Esimerkiksi käytössä on biohajoavat nimilappukotelot, joita kerätään tapahtuman jälkeen pois käytettäväksi seuraavissa tapahtumissa. Lisäksi kotimaisia kangaskasseja suositaan kongressilaukkua valitessa. Toistaiseksi kokonaisvaltaista työkalua vastuullisten kongressien toteuttamiseen ei ole kuitenkaan ollut. Jotta Congrexin henkilökunta voi vakuuttaa asiakkaansa vastuullisen liiketoiminnan periaatteiden noudattamisen tärkeydestä, tarvitaan työkalu, jonka

avulla kongressien järjestelyjen vastuullista näkökulmaa voi myydä ja projektin alkaessa myös viedä eteenpäin.

Opinnäytetyöni tavoite on kehittää vastuullinen kongressi. Tavoitteeseen päästäkseni on tärkeää tutkia ensiksi Congrexin nykyistä toimintatapaa. Tämän jälkeen tutustutaan olemassa olevaan aineistoon sekä kerätään empiiristä tietoa haastattelujen ja kyselyiden avulla, jotta tunnistetaan olennaisimmat päätökset vastuullisen kongressin kannalta.

Vastuullisen kongressin ei ole tarkoitus olla ohje, jota noudatetaan sataprosenttisesti jokaisessa kongressiprojektissa. Aivan kuten Congrexin palvelutarjonnasta, myös vastuullisen kongressin osa-alueista asiakas voi valita ne, jotka hänen mielestään ovat kyseiselle kongressille tärkeimpiä ja tuovat hänelle ja osallistujille lisäarvoa. Vastuullinen kongressi on lisäpalvelu muiden palvelujen joukossa. Siitä ei ole missään vaiheessa tarkoitus tehdä ainoaa palvelua, sillä kaikille järjestelytoimikunnille ja kongressiosallistujille vastuullisuus ei välttämättä ole tärkein arvo. Uskon kuitenkin, että pikkuhiljaa toimintatapojen yleistyessä vastuullisuuden periaatteista voi tulla jopa automaatioita.

1.2.1 Kehittämistyön kohderyhmät ja tarpeellisuus

Kehittämistyöni kohderyhmiä ovat kaikki ne tahot, jotka haluavat järjestää kongressin tai muun tapahtuman Suomessa ja pyytävät Congrexilta tarjouksen. Tällaisia tahoja ovat kansainväliset ja kotimaiset järjestöt ja yhteisöt, virastot ja joskus myös kansainväliset tai kotimaiset yritykset. Suurin osa Congrexin järjestämistä kongresseista sijoittuu kuitenkin tieteelliseen yliopistomaailmaan. Näille kaikille tahoille vastuullinen kongressi on palvelu, joka mahdollistaa kongressin järjestämisen kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti tuoden mukanaan myös paremman mielen ja omantunnon. Olettamukseni mukaan myös kongressien järjestäjät alkavat vaatia kestävämpiä ratkaisuja vastuullisen liiketoiminnan ajatusmaailman yleistyessä. Tällöin kongressitoimiston osaaminen vastuullisen kongressin järjestämisessä toimii kilpailuetuna. Se on keino todistaa, että asiaa on pohdittu, ja sen eteen on myös tehty töitä.

Toinen kehittämistyön kohderyhmä on kongressitoimiston henkilökunta, jolle vastuullinen kongressi on keino antaa asiakkaalle uusia näkökulmia ja vaihtoehtoja. Kongressitoimiston tehtävä on opastaa ja ohjata asiakkaita kongressien järjestämisessä. Asiakkaat tekevät kuitenkin lopulliset ratkaisut tapahtuman yksityiskohdista. Heidän aikaisemmasta kokemuksesta riippuen ratkaisujen tekeminen voi olla hyvinkin itsenäistä. Toisaalta yleistä on myös se, että kongressin

järjestäminen on asiakkaalle ainutkertainen tilaisuus. Tällöin kongressitoimiston henkilökunnan rooli asiakkaan ohjaamisessa on aktiivisempaa.

Congrexin kilpailijoita ovat kaikki muut Suomen kongressi- ja tapahtumatoimistot. Vastuullisen kongressin järjestäminen voi toimia kilpailuetuna muuttuneen ajatusmaailman takia. Toisaalta tapahtuma-ala kokonaisuudessaan tarvitsee kestävämpiä ratkaisuja. Kestävän kehityksen ja vastuullisen liiketoiminnan mediahuomio saa varmasti tapahtuma-alan yrityksetkin kehittämään omia palveluitaan ennemmin tai myöhemmin. Opinnäytetyöni avulla haluan olla mukana varmistamassa, että oma organisaationi ei nuku tämän vaiheen ohi.

Vastuullinen kongressi pohjautuu Congrexin nykyiseen toimintatapaan, henkilökunnan ja asiakkaiden näkemyksiin, olemassa olevaan vastuullisia tapahtumia koskevaan aineistoon ja omaan pohdintaan. Tämä opinnäytetyö ja vastuullinen kongressi voivat toimia myös muiden tapahtuma-alan yritysten apuvälineenä ainakin soveltuvien osin, sillä vaikka kehitänkin Congrexin toimintaa, kongressi- ja tapahtumaprojekteihin kuuluu järjestäjästä huolimatta samoja elementtejä.

1.3 Kongressialan termistöä

Kokoukseksi kutsutaan ihmisten kokoontumista tiettyyn paikkaan tiettyä ajankohtana. Kokouksen kesto voi vaihdella aamukahvipalaverista usean päivän kongressiin, ja osallistujamäärä muutamasta henkilöstä tuhansiin. Olennaista kokoukselle on osallistujien välinen vuorovaikutus. (Blinnikka & Kuha 2004, 12.)

IAPCO:n (The International Association of Professional Congress Organisers) mukaan kongressi on säännöllisin väliajoin järjestettävä kokoontuminen, johon osallistuu satoja saman ryhmittymän (esimerkiksi ammattiala tai uskonto) edustajia. Kongressi järjestetään tietyn aiheen ympärille. Järjestelytoimikunta päättää kongressiin liittyvät esitykset ja keskustelujen aiheet. Kongressit kestävät useita päiviä, ja sisältävät rinnakkaisia luentoja. Kongressissa on vähintään 30 osallistujaa neljästä eri maasta. Puolet osallistujista on ulkomailta. (Blinnikka & Kuha 2004, 14.)

IAPCO:n määritelmän mukaan konferenssi on kongressia pienempi ja luonteeltaan valikoidumpi. Olennaista konferenssille on keskustelu, asioiden selvittely, ongelman ratkaisu ja konsultointi. (Blinnikka & Kuha 2004, 14.)

Tässä opinnäytetyössä tapahtumatyyppejä ei erotella IAPCON:n määritelmien mukaisesti, vaan kongressi-termillä tarkoitetaan tapahtumaa, jonka järjestelyihin Congrex osallistuu. Kyseessä voi olla joko kotimainen tai kansainvälinen tapahtuma. Osallistujamäärällä ei periaatteessa ole merkitystä, mutta Congrexin järjestämissä tapahtumissa se vaihtelee 150-2500 välillä. Omassa työssäni olen huomannut, että tapahtumatyyppien erottelu kongresseihin ja konferensseihin ei vaikuta kongressitoimiston työnkuvaan.

1.4 Suomen asema kongressimaana

Suomi sijoittuu toistuvasti maailman 20 suosituimman kongressimaan joukkoon. Suomessa järjestetään vuosittain noin 500 kansainvälistä kongressia, joihin osallistuu lähes 60 000 osallistujaa eri puolilta maailmaa. Syitä Suomen suosioon kongressikohteena on monia. Yksi niistä on tieteellisen tutkimuksen ja tieto-taidon korkea taso. Vetovoimatekijöihin voi luonnollisesti listata myös laadukkaat palvelut, turvallisuuden, ympäristön puhtauden, vuodenaikojen vaihtelun sekä matkustamisen helppouden. (Finland Convention Bureau.)

Kongressin järjestäminen hyödyttää niin järjestävää tahoja kuin myös koko yhteiskuntaa. Kyseinen ala saa kongressin aikana lisää näkyvyyttä ja järjestävä taho kansainvälistä mainetta. Kongressi tekee Suomea tunnetuksi sekä tuo valtiolle ja kunnalle verotuloja. 60 000 osallistujaa jättää Suomeen rahaa yli 70 miljoonaa euroa vuodessa. (Finland Convention Bureau; Blinnikka & Kuha 2004, 20-21.)

2 Vastuullinen liiketoiminta

Elämme hektisessä maailmassa, jossa ihmisten eriarvoisuus ja ympäristön kuormittaminen lisääntyvät päivä päivältä. Kärjistäen voisi todeta, että raha pyörittää maailmaa, ihmisistä ja ympäristöstä ei ole niin väliä. Onneksi joka päivä uusia ihmisiä ymmärtää, että ajatusmaailmaa on pakko muuttaa, jotta ihmisten ja koko maapallon hyvinvointi paranisi. Nykyisellä itsekkäällä menolla tulevaisuus ei näytä kovinkaan valoisalta.

The Economistissa julkaistu erityisraportti (2008a, 2) vastuullisesta liiketoiminnasta kertoo syitä vastuullisuuden ilosanoman leviämiseksi. Sen mukaan yksi suurimmista tekijöistä on sidosryhmien yleinen mielipide. Yritys joutuu huomioimaan toiminnassaan eri sidosryhmät ja niiden odotukset. Omistajat odottavat hyvää tulosta, asiakkaat läpinäkyvää ja rehellistä toimintaa, ja työntekijät vastuullisuutta. Vastuullinen ohjelma saattaa hyvinkin tuoda ratkaisun tähän monisäikeiseen odotusten, toiveiden ja paineiden verkkoon. (The Economist 2008a, 2.)

Yhteiskuntavastuu, vastuullinen liiketoiminta, kestävä kehitys, yrityskansalaisuus, corporate social responsibility, CSR ja niin edelleen. Yrityksen vastuullista ja kestävästä toimintaa kuvaava termistö on laaja, monimutkainen ja ehkä jopa hieman vaikeaselkoinenkin. Vastuulliselle toiminnalle on myös useita määritelmiä. Kaikkien näiden termien taustalla on kuitenkin kestävä kehityksen määritelmä, jonka mukaan yritys täyttää toiminnallaan nykyisen ihmiskunnan tarpeet niin, että myös tulevilla sukupolvilla on mahdollisuus täyttää omat tarpeensa (Ulko-ministeriö).

Tässä luvussa kerrotaan syistä vastuulliseen liiketoiminnan leviämiseen ja tarkennetaan siihen kuuluvia ulottuvuuksia. Lisäksi pohditaan vastuullisuuden mahdollisuuksia ja vaikeuksia. Näiden jälkeen tarkennetaan vielä sidosryhmä-käsitteen merkitystä. Arvojen ja etiikan yhteyttä vastuullisuuteen sivutaan lyhyesti luvun lopussa.

2.1 Syitä vastuullisuusajattelun leviämiseen

Vastuullinen ajattelu on levinnyt koskemaan yhä useampia yrityksiä ja ihmisiä. Juholin (2004a, 40) listaa kolme tekijää, jotka ovat vaikuttaneet ajattelutavan leviämiseen. Hänen mukaansa suurin tekijä on ollut *globalisaatio*, eli yritystoiminnan siirtyminen eri kulttuureihin ja toimintaympäristöihin. *Uusi teknologia* mahdollistaa tiedon saannin yhä laajemmalla alueella. Esimerkiksi sosiaalisen median kautta tieto yrityksen toiminnan epäkohdista leviää lähes kulovalkean tavoin. *Vallan keskittyminen suuryrityksille* tarkoittaa sitä, että joillakin yrityksillä on enemmän val-

taa ja rahaa kuin kyseisellä valtiolla. Tästä syystä yritykset pystyvät vaikuttamaan poliittisiin päättäjiin ja siihen, miten kyseisessä maassa toimitaan. (Juholin 2004a, 40.)

Hart & Milstein (2003, 58-59) tuovat esiin myös muita näkökulmia. Heidän mukaansa *teollistuminen* ja sitä seurannut kulutus, saastuminen ja jätteiden määrän kasvaminen ovat olleet tärkeimpiä tekijöitä vastuullisen liiketoiminnan yleistymiseen. Negatiivisten ympäristövaikutusten pienentämisestä on tullut välttämättömyys, sillä nykyisellä ympäristöä kuormittavalla toimintatavalla on pysyvät vaikutukset koko maapallon tulevaisuuteen. Tähän tavoitteeseen pääsemisessä *uudella teknologialla* on suuri merkitys. Se on parantanut myös sidosryhmien välistä yhteydenpitoa. Edunvalvojat, järjestöt ja kuluttajat ovat alkaneet valvoa yritysten toimintaa ja jopa luoda sosiaalisia ja ekologisia vaatimuksia niiden toimintaa kohtaan. Lisäksi artikkelissa mainitaan vielä *väkiluvun dramaattinen kasvu*, jonka seurauksena epätasa-arvo sekä erot rikkaiden ja köyhien välillä kasvavat jatkuvasti. (Hart & Milstein 2003, 58-59.)

Vastuullisajattelun yleistymisen syyksi voisi lisätä myös ”LOHAS”-ajattelun yleistymisen (Lifestyles of Health and Sustainability). Tripod researchin (2010) tekemän tutkimuksen mukaan LOHAS-termiä käytetään kuvaamaan kuluttajia, jotka suosivat terveitä ja kestävän kehityksen periaatteisiin pohjautuvia elintapoja. LOHAS-kuluttajat ovat kiinnostuneita kehitysyhteistyöstä, maailman kriiseistä, tuloerojen pienentämisestä sekä ruoasta ja sen eettisyydestä. Heitä pidetään tulevaisuuden edelläkävijöinä ja muutosagentteina, joiden olemassa oloa yritysten ei pitäisi unohtaa. (tripod research 2010).

Maailmalla LOHAS-kuluttajista on puhuttu jo kymmenisen vuotta. Suomalaisista jopa kolmasosa tekee valintoja arjessa terveyden ja eettisyyden pohjalta. LOHAS-ajattelun yleistyminen osoittaa hyvin 30 vuoden aikana tapahtuneen arvomuutoksen hedonismista yksilöllisyyteen ja lopulta avoimuuteen, vastuullisuuteen ja osallistumiseen. Kuluttajat pystyvät vaikuttamaan maailmaan arkena tekemillään valinnoilla. (tripod research 2010). Suomalaiset toimivat kaupan kassalla kuitenkin toisin kuin tutkimuksissa väittävät. Vastuullisesti tuotettujen tuotteiden korkeampi hinta saa monet kuluttajat ostamaan halvempia, ja todennäköisesti usein myös vähemmän vastuullisia, tuotteita. Kuluttajat odottavat yrityksiltä vastuullista toimintaa, mutta eivät ole valmiita maksamaan siitä enemmän. (Linnainmaa, 2012.) Tämä ristiriita tutkimustulosten ja todellisen kulutustottumuksien välillä osoittaa, että LOHAS-ajattelu on ehkä kuitenkin vielä LOHAS-toiveajattelua, ja varsinaisen LOHAS-elämäntavan yleistymisen Suomessa vaatii vielä asennemuutosta niin kuluttajilta, yrityksiltä kuin yhteiskunnaltakin.

2.2 Yhteiskunta vastuullisen liiketoiminnan kannustimena

Yhteiskunnalla on omat keinonsa kannustaa yrityksiä kohti vastuullisempaa toimintaa. Vaikka vastuullisuuteen liittyvien päätösten taustalla onkin usein taloudelliset näkökulmat, lainsäädäntö ja verotukseen liittyvät kannustimet ja sanktiot motivoivat omalta osaltaan yrityksiä toimimaan kestävämmiin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 58 & 62.) Yksi tärkeä keino motivoida yrityksiä kohti kestävämpää toimintaa on luoda hallinnollisia valvontakeinoja, joiden avulla valvotaan säädösten noudattamista. Esimerkiksi elintarvikealalle suunnattu omavalvonta kannustaa jo sanktioidenkin takia valvomaan tuotteiden säilytyslämpötiloja. (Harmaala & Jallinoja 2012, 63.) Myös julkishallintoa itseään on pyritty kannustamaan vastuullisuuteen lisäämällä hankintalakiin mahdollisuus huomioida tarjouspyynnöissä myös eettisyys ja ekologisuus. (Reilu kauppa, 2012.)

Lainsäädännön ja säädösten vaikutukset yrityksen toimintaan voivat olla myös epäsuoria, jolloin sen avulla lisätään eettisten ja kestävien tuotteiden kysyntää. Tällöin kohderyhmänä ovatkin kuluttajat. (Harmaala & Jallinoja 2012, 62.) Vaikka kansainväliset sopimukset esimerkiksi ihmisoikeuksien kunnioittamisesta ja lapsityövoiman käytön vähentämisestä antavat tarkat suuntaviivat yrityksen toiminnalle sen hankintaketjuja myöten, opastavat ne myös kuluttajia perehtymään tarkemmin yritysten taustoihin ja toimintatapoihin. Kiinnostavammiksi tuotteiksi nousevat ne, joiden tuottajat hankintaketjuineen toimivat todistettavasti sopimusten, säädösten ja lakien mukaisesti.

Lainsäädännön vaikutukset eivät ole välttämättä aina kuitenkaan positiivisia, sillä uusi säädös saattaa vähentää, ellei jopa kokonaan lopettaa tuotteen tai palvelun kysynnän, jos esimerkiksi jokin tuotteen osa kielletään. Yhtäkkiä muuttunut laki tai säädös saattaa hetkellisesti lisätä myös tuotantokustannuksia, etenkin jos yritys ei ole huomannut hiljaisia signaaleja ja ennakoinut tulevia muutoksia. (Harmaala & Jallinoja 2012, 62.) Viime aikoina on keskusteltu siitä, pitäisikö EU:n kieltää eläinkokein testatun kosmetiikan tuonti EU-alueelle. EU:n sisällä eläinkokeet ovat kosmetiikan tuotannossa jo kiellettyjä. (Animalia, 2012.) Mikäli EU päätyy kieltämään eläinkokein testatun kosmetiikan tuonnin kokonaan, kansainvälisten kosmetiikkayritysten myynti vähenee huomattavasti, elleivät yritykset keksi nopeasti vaihtoehtoisia tapoja testata kosmetiikan vaikutuksia. Olisikin mielenkiintoista tietää, mitä EU-alueella toimivat kosmetiikkayritykset ovat tehneet sen jälkeen, kun eläinkokeet kiellettiin. Mikäli ne alkoivat kehittää korvaavia testaamiskeinoja, ovat ne todennäköisesti laajemman kiellon jälkeen voittajia.

Hallitus-ohjelman 2011-2015 tavoite on, että suomalaiset yritykset ovat vastuullisen liiketoiminnan edelläkävijöitä. Tavoitteiden ja päätettyjen linjausten toteutuksesta vastaa työ- ja teollisuusministeriö. Vastuullisuuteen liittyviä asioita käsitellään lisäksi myös ympäristöministeriössä (kestävä kehitys), ulkoasian ministeriössä (kauppa- ja kehityspolitiikka) sekä valtioneuvoston kansliassa (omistajaohjaus). Jotta vastuullisuuteen liittyvistä asioista päästään yhteisymmärrykseen, työ- ja elinkeinoministeriö pyrkii kuuntelemaan kaikkia sidosryhmiä. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2012.) Julkishallinto on asemansa takia roolimalli, joka pystyy toimintansa avulla kannustamaan ja opastamaan muita organisaatioita vastuullisemmiksi (Harmaala & Jallinoja 2012, 63). Esimerkiksi Reilun kaupan ideologiaa on pyritty levittämään julkishallintoon. Maailman 1000 Reilun kaupan kaupungista kuusi sijaitsee Suomessa. Reilun kaupan kaupungit sitoutuvat edistämään Reilua kauppaa ja tekemään hankinnoissaan eettisiä ratkaisuja. Reilun kaupan suosimisella on vaikutus myös siihen, että hankintoja aletaan kehittää kestävän kehityksen mukaisiksi. (Reilu kauppa, 2012.)

Roolimallina olemisen lisäksi julkishallinto voi tukea rahallisesti tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 63.) Sidosryhmien kuunteleminen ja joka vuosi järjestettävä vastuullisuusraportointikilpailu ovat hyviä esimerkkejä julkishallinnon keinoista kannustaa yrityksiä vastuullisimmaksi. Luonnollisesti julkishallinnon pitää toimia myös itse vastuullisesti. Koska toiminnan kustannukset katetaan valtion budjetista, toisin sanoen kansalaisten verorahoilla, on taloudellinen vastuullisuus tärkeää. Julkishallinnon aseman takia sosiaalista vastuullisuutta kaikkien suomalaisten – ja kehityspolitiikan seurauksena myös muun maailman – huomioiminen. Ympäristövaikutusten pienentämisen pitäisi joidenkin mielestä olla jo itsestäänselvyys. Julkishallinnolla on siis varsin suuri vastuullisuuden tontti hoidettavanaan verrattuna suomalaisiin yrityksiin, ja tuskin koskaan päästään tilanteeseen, jolloin sen toimintaan voi jokainen sidosryhmä olla tyytyväinen.

2.3 Mitä vastuullinen liiketoiminta on?

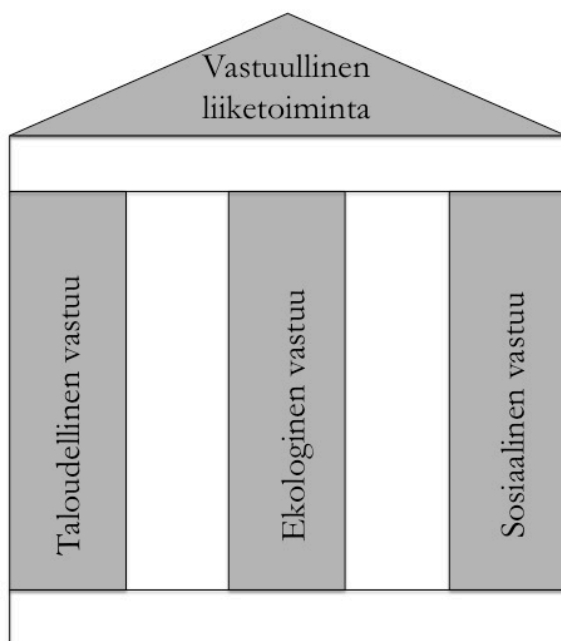
Ketola (2005, 14) ja Juholin (2004a, 15) käyttävät taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti vastuullisesta liiketoiminnasta nimeä yhteiskuntavastuu. Yrityksen toiminta on taloudellisesti kannattavaa, mutta huomio kiinnitetään myös ympäristöhaittojen vähentämiseen ja sidosryhmien kuuntelemiseen (Ketola 2005, 14; Juholin 2004a, 15). Toisin sanoen yritys tekee vapaaehtoisesti jotain sellaista, jota ei virallisesti vaadita, mutta jonka kautta se vahvistaa oikeuttaan olla olemassa ja turvaa näin myös toimintansa jatkuvuuden (Juholin, 2004a, 15). Elinkeinoelämän keskusliitto käyttää talouden, ihmiset ja ympäristön huomioivasta liiketoiminnasta termiä vastuullinen yritystoiminta. Toiminta perustuu yrityksen arvoihin ja tavoitteisiin, mutta tärkeää on

kuunnella myös sidosryhmien odotuksia sekä ottaa huomioon ympäristö ja toimintaan vaikuttavat ihmiset. Vastuullinen yritystoiminta on vapaaehtoista, ja se tukee yrityksen toimintaa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 4.) Lehtipuun & Monnin (2007, 22) mukaan vastuullinen liiketoiminta tarkoittaa sitä, että yritys osallistuu toiminnallaan taloudellisen tuloksen lisäksi myös yhteiskunnan ja globaalin hyvinvoinnin tuottamiseen.

Kuten yllä olevat kappaleet osoittavat, vastuullisen liiketoiminnan määritelmien sanamuodot vaihtelevat käyttäjittäin, mutta ne sisältävät lähes poikkeuksetta talouden, ihmisten ja ympäristön huomioimisen. Niitä ei välttämättä ole mainittu kaikissa määritelmässä yhtä selvästi, mutta tarkemmin pohtiessa kolme ulottuvuutta voidaan löytää jokaisen termin taustalta. Yhtenäistä näille kaikille määritelmille on se, että pyrkimyksenä on toteuttaa yritystoiminnassa kestävän kehityksen periaatteita. Ulkoministeriön (2012) mukaan kestävä kehitys on jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnan muuttamista niin paikallisesti kuin globaalistikin. Tavoitteena on turvata nykyisten ja tulevien sukupolvien mahdollisuudet hyvään elämään. Kestävä kehitys on työtä taloudellisen, sosiaalisen ja ekologisen hyvinvoinnin edistämiseksi. (Ulkoministeriö 2012.)

Vastuullinen liiketoiminta, yhteiskuntavastuu ja vastuullinen yritystoiminta eivät ole ainoita käytössä olevia termejä. Osa yrityksistä käyttää CSR-lyhennettä (coporate social responsibility) kuvatessaan vastuullista toimintaansa. Toiset puhuvat mieluummin yritysvastuusta tai yrityskansalaisuudesta, sillä sosiaalisuuden sisällyttäminen termiin rajoittaa ajatusmaailmaa liiaksi viitatessaan ainoastaan yhteen vastuullisen liiketoiminnan osa-alueeseen. (The Economist, 2008a, 1.) Jotkut yritykset puhuvat sustainabilitystä tai kestävästä kehityksestä yritystasolla.

Vastuullinen liiketoiminta voidaan kuvata kolmen pilarin mallilla (KUVA 2), jossa vastuullisuuden kolme ulottuvuutta muodostavat vastuullisen yritystoiminnan pilarin, perustan. Kaikki kolme pilaria ovat tärkeitä. Yritys ei voi olla vastuullisesti luotettava vain jollakin osa-alueella. Kaikkien kolmen vastuullisuuden ulottuvuuden on oltava riittävästi huomioitu, jotta yrityksen toiminta on uskottavaa ja kestävä. (Lehtipuu & Monni 2007, 71-72.)



KUVA 2. Vastuullisen liiketoiminnan kolme pilaria (Lehtipuu & Monni 2007, 67)

Ihmisten ja ympäristövaikutusten huomioimisen ajatellaan usein olevan lähes itsestäänselvyys, vaikka ne eivät välttämättä sitä päivittäisessä toiminnassa olekaan. Tästä syystä suosin mieluiten määritelmiä, jossa yleismaailmallisen hyvinvoinnin edistämisen sijaan mainitaan selkeästi ihmiset ja ympäristö. Tässä opinnäytetyössä vastuullisen liiketoiminnan edellä lueteltuja termejä käytetään synonyyminä liiketoiminnalle, jossa taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen vastuullisuus on otettu huomioon. Vastuullinen liiketoiminta kuvaa käsitteenä myös parhaiten sitä, mihin opinnäytetyössäni pyrin, eli kehittämän vastuullisen kongressin.

2.3.1 Taloudellinen vastuu

Länsimaisille yrityksille voiton tavoittelu on itsestään selvyys. Kun yritys saa voittoa, se pystyy jakamaan osinkoa ja nostamaan lisäksi myös pääoma-arvoaan. Taloudellisesti vastuulliseen toimintaan kuuluu myös vieraanpääoman takaisinmaksaminen. Voi sanoa, että omistajien ja rahoittajien pitäminen tyytyväisenä on yrityksen toiminnan elinehto, ja siksi siihen pyritäänkin ensisijaisesti kaikessa suunnittelussa. Taloudellinen vastuu ilmenee myös työllistämällä niin suoraan kuin välillisestikin, eli tuottamalla yhteiskunnalle tavaroita ja palveluja, sekä maksamalla veroja. (Ketola 2005, 32-33.) Taloudellisesti vastuullinen toiminnalle suunnan antaa lainsäädäntö. Yrityksen toiminnassa taloudellinen vastuullisuus näkyy siinä, että se noudattaa huolellisesti lakeja ja säädöksiä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 19.)

Vaikka taloudellinen tulos on merkittävä osa yrityksen toimintaa, voiton tavoittelussa kannattaa pysyä järkevissä rajoissa. Yrityksen ei pitäisi pyrkiä kasvattamaan tulosta henkilöstön, sidosryhmien tai ympäristön kustannuksella. (Ketola 2005, 34.) Tässä kohtaa taloudelliseen vastuullisuuteen yhdistyy siis myös vastuullisen liiketoiminnan kolminaisuuden kaksi muuta osaluuetta, eli sosiaalinen ja ekologinen vastuullisuus. Toisaalta yrityksen toiminnan pitää olla taloudellisesti kannattavaa, jotta se säilyy markkinoilla, pystyy tarjoamaan työpaikkoja ja palveluita tai tuotteita sekä huomioimaan muidenkin sidosryhmien tarpeita (Lehtipuu & Monni 2007, 56).

Vaikka taloudellinen vastuu yleensä nähdäänkin vain yrityksen toiminnan ylläpitämisenä ja voiton tavoitteluna omistajien pitämiseksi tyytyväisenä, voidaan sen yhteydessä puhua myös hyväntekeväisyydestä, rahan antamisesta sitä tarvitsevalle kohteelle. Tämä on keino kertoa yrityksen sosiaalisesti vastuullisesta toiminnasta, sekä saada hyvä maine sidosryhmien joukossa. Hyväntekeväisyys voidaan nähdä yrityksen keinona palauttaa jotain takaisin kohdeyhteisölle. Kritisoiijien mukaan tämäkin raha pitäisi käyttää kuitenkin joko omistajien kukkaron täyttämiseen tai tutkimukseen ja kehittämiseen. (Spackman ym. 2010, 137.) Myös Friedman (1970) toteaa vastuullisen liiketoiminnan olevan yrityksen kannalta vastuutonta toimintaa. Hänen mukaansa yrityksen olemassa olemisen ainoa syy on tuottaa omistajilleen mahdollisimman suurta voittoa. Yrityksen johtajat tekevät työtä omistajille, eivät yhteiskunnalle. Tästä syystä rahaa ei pitäisi jakaa millekään muulle taholle. Yhteiskunnasta huolehtiminen on hallitusten tehtävä. (Friedman 1970.)

Suomessa hyväntekeväisyydellä on pieni rooli. Yritykset eivät pidä hyväntekeväisyyttä ja rahan antamista yhteisölle olennaisena osana vastuullista liiketoimintaa, sillä ne osallistuvat jo veroja maksamalla yhteiskunnan toimintojen ylläpitämiseen. (Juholin 2004b, 23-24.) Aaltosen ja Junkkarin (2003, 48) mukaan hyväntekeväisyys saatetaan kokea myös kampanjaksi, jossa vedotaan kuluttajien omatuntoon. Heidän antama esimerkki on pikaruokaravintola, joka mainostaa antavansa jokaisesta ostoksesta 1 sentin köyhille lapsille. Yritys osoittaa syyttävällä sormella länsimäisten ihmisten yltäkylläiseen elämäntasoon, josta pitäisi pystyä antamaan vähän myös niille, joiden elintaso on huonompi. (Aaltonen & Junkkari 2003, 48.)

Kysynnän muutokset ovat ehkä tärkeimpiä motivaattoreita taloudellisesti vastuulliseen liiketoimintaan. Asiakkailla on uusia tarpeita, aikaisemmin pienet asiakasryhmät ovat muuttuneet kaupallisesti kiinnostaviksi, ja yritys haluaa päästä myös uusille markkinoille. Esimerkiksi ekologisten ja eettisten tuotteiden kysyntä on kasvanut merkittävästi kuluneen vuosikymmenen

aikana. (Harmaala & Jallinoja 2012, 61.) Yksi syy tähän on varmastikin jo aikaisemmin mainittu LOHAS-ajattelun yleistyminen.

2.3.2 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalisen vastuullisuuden voi jakaa sisäiseen ja ulkoiseen ulottuvuuteen. Sisäiseen sosiaaliseen vastuuseen kuuluu esimerkiksi työntekijöistä, henkilöstöresursseista, turvallisuudesta ja tasa-arvoisesta kohtelusta huolehtiminen. (Ketola 2005, 40; Euroopan Yhteisöjen Komissio 2001, 8). Ulkoiseen sosiaalisen vastuullisuuteen kuuluu yhteistyökumppaneista, asiakkaista ja muista paikallisyhteisön jäsenistä huolehtiminen (Ketola 2005, 40; Euroopan Yhteisöjen Komissio 2001, 12.) Yritys työllistää, maksaa palkkaa, tarjoaa etuuksia ja tuo verotuloja yhteisölle. Toisaalta se on myös riippuvainen paikallisyhteisön vakaudesta, varallisuudesta ja terveydestä, mikä paljastuu esimerkiksi ammattitaitoista työvoimaa tai yhteistyökumppaneita etsiessä. Sosiaalisesti vastuullinen toiminta parantaa yrityksen imagoa sekä työnantajana että palveluntarjoajana. (Euroopan Yhteisöjen Komissio 2001, 12.)

Sosiaalisesti vastuullinen yritys huomioi toiminnassaan koko ihmiskunnan. (Ketola 2005, 40.) Siihen kuuluu olennaisena osana ihmisoikeudet, joiden tärkeys on korostunut erityisesti kansainvälistyneen liiketoiminnan ja globaalien hankintaketjujen myötä. Ei riitä, että yritys huolehtii vain omasta reviiristään, vaan sen pitää pohtia myös yhteistyökumppaneidensa ja alihankkijoidensa perusarvojen ja ihmisoikeuksien toteuttamisesta. Globaali liiketoiminta asettaa yrityksille haasteen. Koko hankintaketju vaikuttaa siihen, miten vastuulliseksi kuluttajat yrityksen toiminnan, tuotteet ja palvelun kokevat. (Euroopan Yhteisöjen Komissio 2001, 13-14.) Ihmisoikeuksien merkityksestä viestii sekin, että niiden tärkeyttä korostetaan kansainvälisissä standardeissa ja säädöksissä, kuten esimerkiksi Social Accountability 8000 –standardissa ja YK:n aloittamassa kestävän kehityksen Global Compact –aloitteessa.

Yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden vastuuttomuus, kuten esimerkiksi lapsityövoiman käyttö tai ihmisoikeuksien sortaminen, saattaa vaikuttaa yrityksen maineeseen merkittävästi. Tästä on hyvä esimerkki Apple, joka toistuvasti joutuu median hampaisiin kiinalaisen alihankkijansa työturvallisuus- ja ihmisoikeusrikkomuksien takia. Myös Hennes & Mauritz –vaateketjuun kohdistuvat toistuvat syytökset Aasiassa sijaitsevien tehtaiden työntekijöiden kurjasta kohtelusta ovat lisänneet keskustelua vaatemerkin vastuullisuudesta.

Sosiaalinen vastuu oli yleistä Suomessa jo 1600-1700 luvuilla. Tehtaat olivat suuria työllistäjiä, ja henkilöstön houkuttelemiseksi ne huolehtivat myös työntekijöidensä majoituksesta, tervey-

destä ja lasten koulutuksesta. Nykyisin työnantajat vastaavat edelleenkin työntekijöiden hyvinvoinnista terveydenhuollon, liikuntaseteleiden ja muiden etujen muodossa, mutta varsinaisen yhteiskunnan ylläpitoon ne osallistuvat maksamalla veroja. (Juholin 2004b, 5.) Sosiaalisen vastuun osa-alueista moni kuuluu jo suomalaiseen lainsäädännön piiriin. Tällainen passiivinen sosiaalinen vastuu ei tarjoa kuitenkaan enää kaikille yrityksille tarpeeksi haasteita, joten ne ovat alkaneet etsiä uusia keinoja kehittää työhyvinvointia ja yhteishenkeä. Esimerkki Pekkaniska Oy kannustaa rahallisilla palkkioilla henkilökuntaa parantamaan yleiskuntoaan ja terveyttään. (Lehtipuu & Monni 2007, 69.)

Suomalaiset yritykset pitävät sosiaalista vastuuta suurimpana haasteena tulevaisuudessa. Eri-tyistä huolta aiheuttavat työntekijöiden hyvinvointi ja jaksaminen, joihin halutaankin löytää uusia ratkaisuja. (Juholin 2004b, 24.) Sosiaalinen vastuullisuus näkyy yrityksen toiminnassa niin henkilöstöpolitiikassa, laadunvalvonnassa, sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä kuin johtamiskeinoissakin (Harmaala & Jallinoja 2012, 21).

2.3.3 Ekologinen vastuu

Ekologisella vastuulla tarkoitetaan sitä, että yritys pyrkii tietoisesti pienentämään ympäristölle aiheuttamia haittoja. Niitä voidaan kutsua myös yrityksen ekologiseksi jalanjäljeksi. Ekologisen jalanjäljen koko ei kerro kuitenkaan automaattisesti ekologisen vastuun tasoa, sillä ympäristövaikutukset ovat toimialakohtaisia (Ketola 2005, 46-47). Vastuullinen yritys ymmärtää oman vaikutuksensa ympäristöönsä, tuntee lainsäädännön ja pyrkii jatkuvasti kehittämään toimintaansa ekologisesti kestävämmäksi (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 29).

Ympäristövaikutuksien vähentäminen on yrityksille usein keino saada parempi imago, ja näin hankkia lisää asiakkaita ja yhteistyökumppaneita sekä pitää muutkin sidosryhmät tyytyväisenä. Tässä vaiheessa ekologinen ja taloudellinen vastuu kohtaavat toisensa. (Ketola 2005,47; Esty & Winston 2009, 11-12.) Tutkimusten mukaan ekologisen vastuullisuuden huomioiminen lisää myös yritysten innovatiivisuutta suhteessa kilpailijoihin, sillä ne joutuvat miettivään uusia tapoja ylläpitää toimintaansa. Lisäksi niillä on taipumus huomata nousevia trendejä nopeammin. (Esty & Winston 2009, 12.)

Ekologinen vastuullisuus on laajentunut koskemaan pelkän ympäristön suojelun lisäksi tuotteen tai palvelun koko elinkaaren ympäristövaikutusten vähentämistä. Ekologisesti vastuullinen yritys ymmärtää ympäristövaikutukset, noudattaa lakeja, kehittää jatkuvasti omaa toimintaansa ja reagoi nopeasti myös muutostarpeisiin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.) Kuluttajaviraston

(2012) mukaan tuotetta voidaan nimittää ekologiseksi vain, jos sen elinkaari on perusteellisesti selvitetty. Tärkeää ei olekaan enää vain yrityksen oma ympäristöä säättävä toiminta tuotteen tai palvelun valmistamisessa, vaan sen pitäisi kannustaa koko hankintaketjuun toimimaan ekologisemmin. Esimerkiksi puhelinvalmistajat ovat alkaneetkin laskea tuotteidensa elinkaaria. Monet niistä pystyvät osoittamaan yksittäisen komponentinkin ympäristövaikutukset. Lisäksi ne ovat alkaneet uusiokäyttää kierrätettyjen puhelimiensa osia, mikä on tärkeää, sillä matkapuhelimia ostetaan yhä enemmän.

Ekologinen vastuun ensivaiheet alkoivat Suomessa 1960-luvulla. 1990-luvulle päästessä siitä tuli merkittävä osa yritysten toimintaa. Nykyisin suurimmalla osalla yrityksistä on ympäristöstrategia, joka ohjaa niiden toimintaa kohti ekologisempia ratkaisuja. (Juholin 2004b, 5.) Monta vuosikymmentä kestäneen työn takia yritysten ympäristövastuun koetaan olevan kunnossa. Ympäristöstrategioiden toteutusta seurataan, ja ympäristö huomioimista pidetään jopa itsestäänselvyytenä. (Juholin 2004b, 24.)

Itsestäänselvyys ei kuitenkaan tarkoita sitä, että ekologista vastuullisuutta toteutetaan niin hyvin kuin mahdollisuuksia olisi. Esimerkiksi jätteiden lajittelua on kehitetty Suomessa hyvin pitkälle. Jopa yksittäisten taloyhtiöissä on tarjottu mahdollisuus lajitella energia- ja biojätteen lisäksi myös metallia, lasia, pahvia ja lehtiä. Jätehuoneessa käydessä voi kuitenkin huomata, että laiskuuden tai yleisen välinpitämättömyyden takia kaatopaikalle menevät jätteasiat pursuavat yli, eikä useinkaan edes jää epäselväksi, että suurimman osan niistäkin olisi voinut lajitella. Jos taloyhtiöiden asukkaat eivät vaivaudu lajittelemaan jätteitään kotona, miksi he tekisivät sen työpaikalla? Pienemmissä toimistorakennuksissa ei välttämättä aina edes ole mahdollisuutta lajitella kuin paperia, ja kaikki muu jäte menee kaatopaikalle. Jätteiden lajittelu on vain yksi esimerkki ekologisesta vastuullisuudesta. Jos sitä on kuitenkin niin helppo vältellä, en usko, että ympäristöasioiden huomioiminen itsestäänselvyydestä huolimatta on täysin kunnossa.

2.4 Vastuullisen liiketoiminnan mahdollisuudet ja vaikeudet

Vastuullinen liiketoiminta antaa yrityksen olemassa ololle oikeutuksen ja mahdollistaa läpinäkyvän toiminnan globaalissa toimintaympäristössä. Se perustuu osittain lakiin ja osittain yrityksen arvoihin ja etiikkaan. Vastuullisuudesta seuraa usein parempi tulos ja uusia mahdollisuuksia. (Juholin 2004b, 2.) Vastuullisen liiketoiminnan ja taloudellisen menestyksen välille ei ole tutkimuksissa löydetty yhteyttä, mutta olemassa olevat menestystarina osoittavat, että ekologisuudella ja ihmisten huomioimisella voidaan saada parempi tulos esimerkiksi kustannusten vähenemisen tai kysynnän kasvun seurauksena. Energian säästämisellä ja matkustamisen vä-

hentämisellä säästetään luontoa ja rahaa. Henkilöstön motivaatiota ja koulutusmahdollisuuksia parantamalla vähennetään sairauslomia ja niihin liittyviä kustannuksia sekä parannetaan tehoa ja luovuutta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 59.) Vastuullisten toimintatapojen käyttöönotto saattaa aluksi aiheuttaa kustannuksia, mutta pidemmällä aikavälillä toimintatapojen muutokseen käytetty raha alkaa tuoda tulosta ja säästöjä.

Vastuullinen liiketoiminta saattaa olla myös yrityksen kilpailuetu. Etenkin jos kilpailijat eivät ole sitä vielä huomioineet omassa toiminnassaan, ja ovat siksi jääneet jälkeen liiketoiminnan ja tuotteiden tai palvelujen kehittämisessä. (Jones 2010, 8.) Vastuullinen toiminta voi pienentää kuluja ja riskejä, ja jopa kasvattaa markkinaosuutta ja voittoa uusien innovaatioiden seurauksena. Vastuulliset strategiat ja käytännöt voivat johtaa kestävämpään maailmaan ja lisätä samanaikaisesti sidosryhmien kokemaa arvoa. (Hart & Milstein 2003, 56-57; Esty & Winston, 2009, 14.) Vastuullisempi toiminta saattaa vaikuttaa positiivisesti myös rahoituksen saantiin, yhteistyökumppanuuksien kehittämiseen ja viranomaissuhteisiin (Harmaala & Jallinoja 2012, 60). Lisäksi vastuullinen liiketoiminta on keino hallita mainetta. Yritys osoittaa sen avulla sidosryhmilleen, että siihen voi luottaa. (Moilanen & Haapanen 2006, 4.) Elinkeinoelämän keskusliiton (2006, 17) mukaan vastuullinen liiketoiminta vaikuttaa myös potentiaalisten työntekijöiden mielikuvaan yrityksestä työnantajana sekä haluun työskennellä sille.

Vastuullisuuden näkeminen mahdollisuutena on monelle johtajalle vaikeaa. Se koetaan enemmänkin välttämättömänä ja kalliina, ulkoapäin saneltuna lakien ja sääntöjen pahana, joka nostaa yhteiskunnalle osoitetun hyvyyden taloudellisen tuloksen ja sidosryhmien kokeman arvon yläpuolelle. (Hart & Milstein 2003, 56-57; Lehtipuu & Monni 2007, 68.) Kritisoijien mukaan vastuullinen liiketoiminta on leikkimistä toisten rahoilla. Yhteiskunnan kehittäminen taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti pitäisi olla hallitusten tehtävä (The Economist 2008b, 4; Lehtipuu & Monni 2007, 54; Friedman 1970). Yritysten osuus yhteiskunnan ylläpitämisessä on verojen maksaminen. Yritykset ovat kuitenkin ottaneet aktiivisen roolin yhteiskunnan kehittämisessä, sillä hallitukset eivät ole osoittaneet riittävää mielenkiintoa tai reagoineet tarpeeksi nopeasti tehdäkseen lakeja koskemaan kestävä kehityksen periaatteiden noudattamista. (The Economist 2008b, 4.)

Vastuullista liiketoimintaa on kaikki vapaaehtoistyöstä ja hyväntekeväisyyteen, työntekijöiden palkkaamisesta työterveyshuoltoon ja jätteen vähentämisestä koko maailman pelastamiseen. Ei siis ihme, että monien johtajien mielestä on vaikeaa ratkaista, mitkä ovat ne olennaiset asiat vastuullisuudessa juuri oman yrityksen kannalta. On tärkeää löytää taloudellisen hyödyn tavoittelun ja muun vastuullisuuden liiketoiminnan sellainen välimalli, joka hyödyntää niin liiketoi-

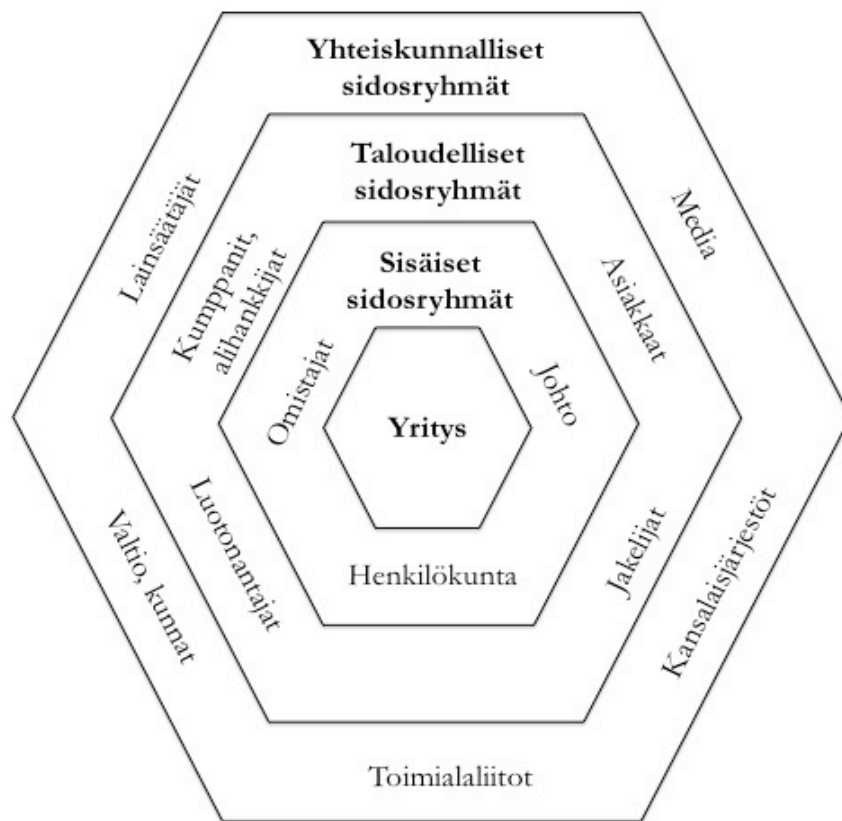
mintaa kuin sosiaalista hyvinvointia. (The Economist 2008b, 5.) Lehtipuun & Monnin (2007, 68) mukaan ongelmana on se, että ekologinen ja sosiaalinen vastuullisuus jäävät usein irralliseksi, sillä yritystoimintaa johdetaan yleisesti talouslähtöisesti.

Kuten yllä oleva tekstikin osoittaa, vastuullinen liiketoiminta on terminä vaikea. Se koetaan usein irralliseksi ja ehkä myös ristiriitaiseksi yrityksen muiden tavoitteiden kanssa. Maailmalla on siitä myös kovin erilaisia käsityksiä. Amerikassa vastuullisuutta on yksilöiden antama esimerkki ja henkilökohtainen hyväntekeväisyys muiden hyväksi. Euroopassa vastuulliseksi liiketoiminnaksi taas ymmärretään hyvän yrityskansalaisuuden periaatteiden noudattaminen, eli toiminnan läpinäkyvyys, lakien ja sääntöjen noudattaminen, tavoitteiden ja tulosten kertominen, sidosryhmien odotusten ymmärtäminen ja hyvinvoinnin kehittäminen. Japanissa yritykset ovat olleet pitkään elinikäisiä työnantajia, mikä tarkoittaa sosiaalisesti vastuullista toimintaa. (Lehtipuu & Monni 2007, 65.)

Vastuullisella liiketoiminnalla on muutamia johtajia, paljon seuraajia ja monia hidastelijoita. Johtajat etsivät uusia tapoja, luovat sääntöjä ja näyttävät tietä muille. Heidän roolinsa ei välttämättä ole pelkästään hyvä juttu. Suunnannäyttäjyyteen ja johtajuuteen sisältyy myös riski toteuttamattomista lupauksista ja seuraajien pidemmälle viedyistä tutkimuksista. Toisaalta seuraajat keskittyvät usein laatimaan raportteja ja ottamaan käyttöön monia eri tapoja vastuullisen toimintansa todistamiseksi. Heidän motivaationsa on kuitenkin useimmiten maine, ja toiminnan vastuuhenkilöinä viestintäyksiköiden työntekijät. Hidastelijat sen sijaan ovat sitä mieltä, että vastuullinen liiketoiminta voidaan ohittaa vielä tässä vaiheessa. Ajan myötä tämäkin lähestymistapa voi olla riski, etenkin jos he huomaavat vastuullisten yritysten kilpailuedun, ja ovat sen jälkeen aivan liian myöhässä kehittämässä omaa toimintaansa. (The Economist 2008c, 14.)

2.5 Sidosryhmät

Sidosryhmiä ovat kaikki ne tahot, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa, ja jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan. Jallinoja & Harmaala (2012, 65) jakavat sidosryhmät sisäisiin, taloudellisiin ja yhteiskunnallisiin sidosryhmiin riippuen niiden ja yrityksen välisestä suhteesta ja vaikutuksesta (KUVA 3).



KUVA 3. Yrityksen sidosryhmät (mukaiillen Harmaala & Jallinoja 2012, 65)

Sisimmän kehän muodostavat sisäisen sidosryhmän jäsenet, eli omistajat, johto ja henkilöstö. Niiden antama työpanos ja rahoitus auttavat yritystä saavuttamaan tavoitteensa. Henkilökuntaa ja omistajia pidetään usein yrityksen tärkeimpänä sidosryhmänä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 65.) Jokainen näistä sidosryhmistä odottaa eri asioita yritykseltä. Omistajille ja johtajille tärkeää saattaa olla vakavaraisuus ja hyvä maine. Henkilökunta arvostaa puolestaan johdonmukaista ja reilua johtamista, jotka edesauttavat työhyvinvointia ja –tyytyväisyyttä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 14.)

Taloudelliseen sidosryhmään kuuluvat asiakkaat, kumppanit ja alihankkijat, jakelijat ja luotonantajat. Tämän sidosryhmän jäsenillä on taloudellinen suhde yritykseen. Tärkeimpänä ryhmänä voi pitää asiakkaita, sillä niiden kysyntä ratkaisee myös yrityksen menestymisen ja vastuullisen liiketoiminnan toteuttamisen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 66.) Sisäisten sidosryhmien tavoin myös taloudellisen sidosryhmän jäsenillä on erilaisia odotuksia yrityksen toimintaan. Asiakkaat odottavat hyvää hinta-laatusuhdetta ja luotettavuutta. Alihankkijat, kumppanit ja tavarantoimittajat arvostavat hyvää kumppanuutta. Rahoittajille tärkeää saattaa puolestaan olla vakavaraisuus sekä luotettava taloudenhallinta. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 14.) Vastuullinen liiketoiminta on alkanut vaikuttaa nykyisin myös yrityksen mahdollisuuksiin saada ulkopuolista rahoitusta (Harmaala & Jallinoja 2012, 60).

Uloimmalla kehällä on yhteiskunnalliset sidosryhmät, joilla ei välttämättä ole taloudellista vaikutusta yritykseen, mutta jotka ovat muulla tavoin kiinnostuneita sen toiminnasta. Tähän ryhmään kuuluvat valtio ja kunta, lainsäädäntö, toimialaliitot, kilpailijat, kansalaisjärjestöt ja media. Yhteiskunnalliset sidosryhmät pystyvät vaikuttamaan yrityksen toimintaan omalla toiminnallaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 66.) Yhteiskunnalliset sidosryhmät vaikuttavat yrityksen toimintaan lakien ja sääntöjen avulla. Median ja kansalaisjärjestöjen tekemällä tarkkailulla ja aiheiden esiintuonnilla on suuri rooli siinä, millainen käsitys kuluttajilla on yrityksestä ja sen tuotteista ja palveluista.

Sidosryhmien ja yrityksen välinen avoin vuorovaikutus auttaa yritystä tunnistamaan liiketoiminnan mahdollisuuksia, ennakoimaan tahattomia ja ei-toivottuja vaikutuksia sekä välttämään maineriskejä. (Lehtipuu & Monni 2007, 42.) Yritys voi menestyä vain silloin kun sen koko toiminta ja vastuullisuus ovat riittävästi sopusoinnussa sidosryhmien odotusten kanssa (Lehtipuu & Monni 2007, 45). Vastuullinen yritys tuntee sidosryhmänsä sekä vastaa niiden odotuksiin. Vuorovaikutus sidosryhmien kanssa sekä niiden aktivoiminen yrityksen toimintaan ovat yritykselle keinoja oppia ymmärtämään eri ryhmien odotuksia ja tarpeita. (Global Reporting Initiative 2006, 11). Harmaala & Jallinoja (2012, 63) määrittelevät vastuullisen yrityksen tärkeimmäksi sidosryhmäksi ne ryhmät, jotka ovat hyvin kiinnostuneita vastuullisista toiminnoista ja joilla on suurin vaikutusvalta lukumääränsä tai toimintansa takia. Näiden ryhmien huomiominen on tärkeintä yrityksen taloudellisen tuloksen kannalta. Olennaisin esimerkki tästä ryhmästä on asiakkaat. (Harmaala & Jallinoja 2012, 63.)

Pelkät näkyvät tosiasiat (esimerkiksi hinta) eivät riitä vakuuttamaan sidosryhmiä, sillä ne arvioivat yrityksen toimintaa omien arvojensa pohjalta. Avoin vuorovaikutus yrityksen ja sidosryhmien välillä mahdollistaa luottamuksen synnyn, joka edesauttaa yritystä puolestaan säilyttämään asemansa ja hallitsemaan mainettaan. (Könnölä & Rinne 2001, 51-52.) Harmaala & Jallinoja (2012, 68) korostavat lisäksi valvonnan ja todentamisen merkitystä luottamuksen synnyssä. Sidosryhmien merkitystä osana yrityksen vastuullista liiketoimintaa on vihdoinkin alettu ymmärtää.

2.6 Arvot ja etiikka vastuullisessa liiketoiminnassa

Vastuullisen liiketoiminnan pohjalla ovat yrityksen arvot ja tavoitteet. Myös toimintaympäristö ja toiminnan luonne vaikuttavat osaltaan siihen, miten vastuullinen liiketoiminta toteutuu yrityksen arjessa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 6.) Olennaista on, että vastuullisuus näkyy niin yrityksen sisäisessä toiminnassa kuin myös kaikessa siinä, mitä se tuo itsestään ulkopuolel-

le (Spackman ym. 2010, 137). Yrityksen on hoidettava oma tehtävänsä, tai se ja vastuullisuus lakkaavat olemasta. Taloudellisen tuloksen ei pitäisi kuitenkaan olla ainoa päätösten taustalla vaikuttava arvo, vaan yrityksen olisi huomioitava myös muitakin asioita (Lehtipuu & Monni 2007, 60.) Hart & Milstein (2003, 59) listaavat tällaisiksi asioiksi esimerkiksi ekologisen jalanjäljen pienentämisen, läpinäkyvän toiminnan, uuden teknologian käyttämisen ja kehittämisen sekä köyhempien ihmisten vaurastumisen mahdollistamisen.

Aaltosen ja Junkkarin (2003, 35) mukaan etiikka kuuluu olennaisena osana vastuulliseen liiketoimintaan, sillä jokaisen päätöksen taustalla on eettinen valinta. Eettinen yritys noudattaa liike-elämän pelisääntöjä. Jos sen arvot ovat terveellä pohjalla, voiton tavoittelemisen lisäksi tärkeäksi koetaan myös sidosryhmille tuotettava hyvinvointi. Etiikan ydin on kokonaisuuden hahmottamisessa ja valintojen tekemistä niiden hyväksi. Tällöin viivan alle jäävä luku ei välttämättä olekaan enää tärkein. (Aaltonen & Junkkari 2003, 43.)

Eettinen liiketoiminta ei ole ainoastaan väärän toiminnan varomista, vaan asioiden tekemistä oikein ja hyvin. Se on tietoisia valintoja hyvän ja pahan välillä sekä toimintaa yhteiseksi hyväksi, vaikka liiketoiminnalle olisi usein kannattavampaa valita itsekkäästi. (Aaltonen & Junkkari 2003, 53, 62-63). Yritykselle saattaa aiheutua vastuullisten toimintatapojen käyttöönotossa kustannuksia. Taloudellisesti kannattavampaa olisi jatkaa entisellä toimintatavalla, etenkin jos siinä on noudatettu ainakin olemassa olevia lakeja. Oikein ja hyvin tekemisestä seuraa kuitenkin myös hyvä maine sidosryhmien keskuudessa, kuten tässä opinnäytetyössä on aikaisemminkin mainittu. Eettisesti oikeat ratkaisut vaikuttavat varmasti myös yrityksen ilmapiiriin. Hyvällä mielellä on helpompi tehdä töitä. Toisaalta vaikka yrityksen maine olisikin hyvä, kuluttajat eivät ole aina kuitenkaan valmiita ostamaan eettisesti tuotetusta tuotteesta tai palvelusta, jos sen hinta on kalliimpi (Linnainmaa, 2012).

Yritysetiikalla tarkoitetaan hyvän ja pahan, oikean ja väärän pohtimista valintatilanteessa. Pohdinnan taustalla vaikuttavat yksilöiden ja yrityksen sisäisten sidosryhmien arvot. Vastuullinen liiketoiminta on ennen kaikkea tuloksellista toimintaa, mutta myös aseman saamista vastaamalla sidosryhmien odotuksiin. Vastuullinen liiketoiminta pohjautuu ulkoisten sidosryhmien tarpeiden ja odotusten kuuntelemiseen, avoimeen vuorovaikutukseen sekä yrityksen oman toiminnan jatkuvaan arviointiin. (Könnölä & Rinne 2001, 17-18.)

Vastuullisessa liiketoiminnassa yritys asettaa omat ja sidosryhmiensä arvot rinnakkain. Se joutuu päättämään, jatkaako toimintaansa omien arvojensa pohjalta, vaikka ne olisivatkin ristiriidassa sidosryhmien odotusten kanssa. Ideaalitalanteessa ristiriitaa ei ole. Eri sidosryhmät

odottavat yritykseltä kuitenkin eri asioita, jolloin hyvien ja pahojen, tai oikeiden ja väärin valintojen pohtimisesta tulee entistäkin tärkeämpää. Lakien noudattaminen on yksi osa vastuullisuutta. Etiikka ja valintojen pohtiminen tuovat vastuulliseen liiketoimintaan syvemmän näkökulman. Omantunnon sekä yksilön ja yrityksen sisäisten arvojen avulla vastuullinen liiketoiminta muuttuu inhimillisemmäksi ja ehkä sitä kautta myös vakuuttavammaksi.

2.7 Vastuulliset ja kestävät tapahtumat

Tapahtumia järjestettiin pitkään suurimmaksi osaksi ympäristönäkökulmasta. Sen huomioiminen oli helppoa, sillä aihe oli esillä päivittäin, ja saatavilla oli useita oppaita ja ohjeita parhaista käytännöistä. Ympäristövaikutuksia oli myös helppo mitata ja arvioida. (Smith-Christensen 2009, 25.) Nykyisin tapahtuma-ala on maailmanlaajuisesti hyvin merkittävä, sillä tapahtumat liikuttavat miljoonia ihmisiä vuosittain. Koko alan ja sen toimijoiden on huolehdittava siitä, että tapahtumat järjestetään kestävästi kehityksen periaatteiden mukaisesti, sillä nykyinen ala on nopeasti yksi syyllinen ympäristön tuhoutumiseen ja luonnon resurssien loppumiseen. (Jones 2010, 4.)

Vastuullisen tapahtuman tavoitteena pitäisi olla maksimoida positiiviset ja minimoida negatiiviset vaikutukset. (Smith-Christensen 2009, 23-24.) Olennaista on se, että hankintoja tehdessä pohditaan niiden alkuperää ja elinkaarta. Vastuullisuus otetaan siis kokonaisvaltaisesti mukaan tapahtuman järjestämiseen kierrätyksen, uusiokäytön, yhteistyökumppaneiden tarkan valinnan, uusien toimintatapojen ja korkeiden tavoitteiden avulla. Vastuullisuusnäkökulmat saadaan mukaan koko projektiin aina alun suunnittelusta, toteutukseen ja loppuraportointiin asti, kun ne on otettu osaksi strategiaa. Mittareiden ja raportoinnin avulla voidaan parantaa omaa toimintaa entisestään. (Musgrave & Raj 2009, 6.) Jones (2010, 3) kehottaa kaikkia tapahtumajärjestäjiä arvioimaan jokaisen toiminnan ja hankinnan tärkeyden, jolloin kestävämpi ja vastuullisempi tapahtuma on lähempänä.

Vastuullisuuden hyväksyminen osaksi tapahtumien järjestämistä saattaa luoda alalle työntekijöiden uuden sukupolven. (Musgrave & Raj 2009, 11.) Suomessa tapahtuma-alalla on tapahtunut jo jonkinlainen sukupolvenvaihdos alan pitkäaikaisten osaajien siirryttyä eläkkeelle ja nuorempien tullessa heidän tilalleen. Uskon, että tämä nuorempi sukupolvi on valmis tarttumaan myös kestävyden haasteeseen yhä aktiivisemmin.

2.7.1 Tapahtumat ja taloudellinen vastuu

Tapahtumien järjestämisestä on hyötyä kohdekaupungille. Se saa niiden avulla media-näkyvyyttä ja apua myös markkinoinnissa. Osallistujat tuovat rahaa alueen muille palveluyrityksille, sillä he tarvitsevat majoituksen, ruokaa ja juomaa sekä aktiviteetteja vapaa-ajalle. Tapahtumat ovat myös ikään kuin turistinähtävyyksiä, jotka tuovat vierailijoita kohdekaupunkiin myös varsinaisen matkailusesongin ulkopuolella. (Raj & Musgrave 2009, 58-60.) FCB:n mukaan esimerkiksi vuonna 2011 Suomessa järjestettiin 417 kansainvälistä kongressia, joissa oli yhteensä 59 390 osallistujaa. Yksi kongressiosallistuja viipyi Suomessa noin 4,9 vuorokautta kuluttaen noin 207 € vuorokaudessa. Kongressiosallistujien ja -järjestäjien aiheuttama matkailutulo oli näin lähes 70 miljoonaa euroa. (FCB 2012.)

Tapahtumien taloudellisiin vaikutuksiin liittyy riski. Kohdeyhteisön virastoille taloudellisen hyödyn merkitys saattaa olla niin suuri, että ympäristönäkökulmia ja ekologista vastuullisuuden merkitystä aliarvioidaan usein. Työllistäminen, kaupankäynnin aktivoituminen, markkinointihyöty ja lisäverotulot ovat usein päällimmäinen syy sille, että tapahtuman järjestämiselle annetaan lupa. (Raj & Musgrave 2009, 60.) Ympäristön ja ihmisten huomiointia ei edes pohdita. Taloudellisen tilanteen vaihtelut tekevät tapahtumasta riskin myös rahoittajille (Musgrave & Raj 2009, 10).

Kongressiprojekteissa liikkuva raha on kongressin järjestelytoimikuntien omaisuutta. Kongressitoimistojen tehtävä on ohjeistaa järjestelytoimikuntia kongressin budjetin rakentamisessa ja esittää taloudellisesti kannattavia ratkaisuja. Yhdenkään järjestetyn tapahtuman tavoite ei varmastikaan ole ollut jäädä lopputuloksessa miinukselle. Yleisempää lienee pyrkiä edes nol-latulokseen, tai saada jonkinlainen voitto, josta voidaan korvata esimerkiksi järjestelytoimikunnan edustajien tekemää työtä kongressin eteen. Yleinen käsitys vaikuttaa olevan, että kestävät ratkaisut ovat kalliimpia. Jones (2010, 8) toteaa, että säästöjä voidaan kuitenkin tehdä monilla valinnoilla. Tapahtuman järjestäjien pitää vain pystyä todistamaan vastuullisen toiminnan aikaansaamat säästöt. Konkreettiset laskelmat ovat hyvä keino vakuuttaa asiakkaat.

Jotta tapahtuma-alan businesskäytäntöjä voitaisiin muuttaa maailmanlaajuisesti kestävämmäksi, huomio pitäisi siirtää rahasta ihmiskunnan hyvinvointiin. Yksittäisessä tapahtumassa se tarkoittaa samalla huomion siirtämisestä resurssien kuluttamisesta niiden kuluttamisen vähentämiseen. (Musgrave & Raj 2009, 11.)

2.7.2 Tapahtumat ja sosiaalinen vastuu

Tapahtuma toteutetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Jotta sen tehtävä toteutuu, osallistujan pitää tulla paikalle ja kuluttaa tuote (tapahtuma). Tapahtuma on sekä osallistujille että paikalliselle väestölle keino kohdata vieraita kulttuureita ja sitä kautta laajentaa omia näkökulmia. (Tassiopoulos & Johnson 2009, 77.)

Kaikkien sidosryhmien aktivoiminen ja mukaan ottaminen projektin aikana on tärkeää. Erityisesti oma organisaatio ja yhteistyökumppanit pitää sitouttaa tapahtuman vastuullisiin toimintaperiaatteisiin. (Jones 2010, 38.) Ei siis riitä, että tapahtumajärjestäjä keskittyy vain oman tonttinsa vastuullisuuteen, vaan samaa pitää vaatia myös yhteistyökumppaneilta ja tapahtuman sponsoreilta. Mitä enemmän niille esitetään vaatimuksia, sitä nopeammin ne alkavat muuttamaan toimintaansa ja tuotteitaan tai palveluitaan. (Jones 2010, 9.) Sidoryhmät vaikuttavat tapahtuman kestävyteen omalla toiminnallaan, mistä syystä avoin viestintä ja ohjeistus ovat tärkeitä. Tavoitteena on, että jokainen ryhmän jäsen pystyy tekemään kestävimmän mahdollisen ratkaisun tapahtumaa varten. (Jones 2010, 46.)

Vastuulliset näkökulmat eivät kuitenkaan sovi jokaisella osallistujaryhmälle. Toisille vihreys on tärkeää, toisia tarvitsee hieman lämmitellä. Järjestelytoimikuntien edustajilla onkin suuri rooli vastuullisuuden rajoja ja toimenpiteitä pohtiessa, sillä he tuntevat tapahtuman kohderyhmän parhaiten. (Jones 2010, 61.) Kongressitoimistojenkaan ei kannata tyrkyttää vastuullisuusnäkökulmia joka käänteessä, jos alusta lähtien on selvää, että ne eivät kiinnosta järjestelytoimikuntaa.

Tapahtumajärjestäjän oman toiminnan muuttaminen on tärkeää, mutta tapahtumat ovat myös keino opettaa ja levittää vastuullisuuden näkökulmia. Vastuullisista ratkaisuista kannattaa siis kertoa heti projektin alkuvaiheista lähtien. (Jones 2010, 5.) Niistä on tärkeä kertoa myös siitä syystä, että ihmiset ovat yhä kiinnostuneempia vastuullisuudesta, ja kongressiosallistujatkin osaavat äänestää lompakollaan. (Jones 2010, 8.) Smith-Christensen (2009, 26.) mukaan viestinnässä on kuitenkin vielä paljon parannettavaa, sillä osallistujat ja sponsorit ovat usein epävarmoja tapahtuman vastuullisuudesta. Viestiessä vastuullisuudesta kannattaa pysyä kohtuudessa. Liika hehkuttaminen saattaa vaikuttaa tapahtuman asemaan, brändiin ja imagoon negatiivisesti. (Jones 2010, 38.)

2.7.3 Tapahtumat ja ekologinen vastuu

Tapahtumat vaikuttavat kohdepaikan ympäristöön. Matkustaminen, hotellit ja catering edesauttavat päästöillensä ilman laadun huononemista. Jätteet ja roskaaminen pilaavat maisemia, mutta saattavat aiheuttaa myös myrkyllisiä kaasuja. Jätevesien huolimattomalla käsittelyllä saattaa olla kohtalokkaitakin vaikutuksia lähistön vesialueisiin. Uhkana on myös uusiutumattomien luonnonresurssien loppuun käyttäminen. Mitä pidempi tapahtuma on, ja mitä enemmän sillä on osallistujia, sitä suuremmat ovat vaikutukset ympäristölle. (Dávid 2009, 67-68.) Musgrave & Raj (2009, 10) ovat sitä mieltä, että suurin riski on luonnon- ja kulttuuriympäristön tuhoaminen. Ihmisillä on epäsuora vaikutus ympäristöön jo siinä vaiheessa, kun he päättävät matkustaa tapahtumapaikalle (Dávid 2009, 66).

Tapahtuman ekologinen jalanjälki on lihava, sillä sen toteuttamiseen vaaditaan paljon tavaroita sekä niiden ja ihmisten kuljettamista. (Jones 2010, 17.) Onkin tärkeää, että tapahtumaa järjestäessä kontrolloidaan resurssien käyttöä ja pyritään siihen, ettei niitä ylikäytetä (Dávid 2009, 74; Jones 2010, 17). Näihin tavoitteisiin päästään, kun ympäristönäkökulmia pohditaan projektin alkuvaiheista lähtien. Koko järjestelytoimikunnan pitäisi sisäistää vastuullisuuden periaatteet. (Dávid 2009, 74.)

2.7.4 Tapahtuma-alan standardit

Maailmalla ilmenneiden vastuulliseen liiketoimintaan liittyvien väärinkäytösten ja skandaalien takia on alettu lisätä valvontaa ja kehittää yhteisiä pelisääntöjä ja standardeja. Nykyisin raportointi on jo vastuullisen liiketoiminnan tärkein työkalu. (Lehtipuu & Monni 2007, 84.) Jones (2010, 11) pitää standardeja ja malleja hyvinä ohjeina myös tapahtuma-alalla, sillä ne ohjaavat järjestäjä oikeille raiteille. Ymmärtääkseni standardien merkitystä alalla sekä saadakseni näkökulmia vastuullisen kongressin kehittämiseen tutustuin tapahtuma-alalla käytössä oleviin tärkeimpiin standardeihin, jotka mielestäni ovat ISO 26000 (ISO 20121 syksyn 2012 jälkeen), BS 8901 sekä GRI (The Global Reporting Initiative).

ISO (International Organization for Standardization) luo parhaillaan kansainvälistä standardia kestävien tapahtumien järjestämiseksi. Aihe tuli ajankohtaiseksi, kun Lontoo voitti vuoden 2012 kesäolympialaisten isännöyden, ja se halusi järjestää tapahtuman niin kestävästi kuin mahdollista. **ISO 20121** –standardi toimii työkaluna ja apuna kaikille tapahtuman järjestämisessä mukana oleville tahoille. Standardi määrittelee tarkasti, mitkä kaikki osa-alueet vastuullisuu-

desta on otettava tapahtumassa huomioon. ISO 20121 oli tarkoitus julkaista Lontoon olympialaisten yhteydessä. (ISO, 2010.)

BS 8901 Sustainable Event Management System on brittiläinen tapahtuma-alalle luotu standardi. Se soveltuu kaikenlaisten ja -kokoisten tapahtumien järjestämiseen sekä mukanaolevien toimijoiden työkaluksi. Tämä standardi ei ole muistilista, vaan tarkka ohjeistus strategisesti kestävästä tapahtuman järjestämisestä, jossa on huomioitu niin taloudellinen, ekologinen kuin sosiaalinenkin vastuullisuus. (BSI Management Systems.)

The Global Reporting Initiative (GRI) on kansainvälinen, voittoa tavoittelematon organisaatio, jonka tavoitteena on kannustaa organisaatioita raportoimaan luomansa yhteiskuntavastuuraportointimallin avulla taloudellisesti, ekologisesti ja sosiaalisesti vastuullista toimintaa. Raportti toimii mittarina ja yhteenvetona, sekä välineenä kertoa sidosryhmille ja yhteiskunnalle vastuullisesta toiminnasta. GRI-yhteiskuntavastuuraportti on kansainvälisesti käytössä, ja se sisältää niin yleisiä kuin toimialakohtaisiakin määritelmiä. (Global Reporting Initiative.)

2.7.5 Vastuullisten kongressien manuaalit ja oppaat

YK järjestää useita kongresseja, kokouksia ja tapahtumia niin kansainvälisesti kuin paikallisestikin, ja on siksi ehkä yksi maailman suurimmista tapahtumajärjestäjistä (Anglada, Clement, Schraffl & Zimmermann 2009, 5). Tästä syystä YK:n ympäristöohjelma (UNEP) on tehnyt **Green meeting -oppaan** kestävien tapahtumien järjestämisestä. Opas noudattelee samaa mallia kuin useat muut internetistä löydettävät manuaalit, eli se antaa yksityiskohtaisesti neuvoja siihen, miten ja missä yksityiskohdissa tapahtuman suunnittelussa, järjestelyssä ja toteutuksessa vastuullisia ja kestäviä ratkaisuja voi tehdä. Oppaassa keskitytään pääosin ympäristöön. Sosiaalinen ja taloudellinen vastuullisuus mainitaan vain lyhyesti.

Bigwoodin (29.10.2010) mukaan Tanska ja Ruotsi ovat kestävien ja vastuullisten kongressien edelläkävijöitä maailmanlaajuisesti. **Copenhagen Sustainable Meeting Protocol** -manuaali (CSMP) pohjautuu Kööpenhaminassa vuonna 2009 järjestetyn Yhdistyneiden Kansakuntien Ilmastokonferenssiin (COP15), joka pyrittiin järjestämään niin vastuullisesti kuin mahdollista. CSMP toimii ohjenuorana siihen, miten systemaattinen ja strateginen lähestyminen vastuullisuuden kongresseissa voi johtaa pitkällä aikavälillä parempaan tulokseen (Bigwood & Luehr 2010, 4). Protokollan lähtökohtana on käytetty Sustainable event management –käsitettä (SEM), joka tarkoittaa sitä, että tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa on huomioitu kestävä kehityksen kaikki kolme osa-aluetta. (Bigwood & Luehr 2010, 6.)

Saksalaisen **Guidelines for sustainable organisation of the events** –opas on ohje siihen, miten kestävän kehityksen vaatimukset huomioidaan tapahtumissa. Oppaan ajatuksena on myös tehdä kestävän kehityksen periaatteista tiedostetumpia järjestäjien, alihankkijoiden ja osallistujien keskuudessa, ja kannustaa kaikkia tekemään vastuullisia ratkaisuja projektin alusta lähtien. (Dubrikow, Jaeckel, Schmidt-Räntsch, Eggers & Kase 2010, 4-5.) Myös tässä oppaassa keskitytään listaamaan ohjeet kaikista niistä tapahtuman järjestämisen osa-alueista, joissa taloudellisen, ekologisen ja sosiaalisen vastuun voi huomioida.

Valtioneuvoston kanslian tekemä **Kokousta vastuullisesti – Työkalu Suomen EU-puheenjohtajuuskauden järjestelyihin –opas** osoittaa, että valtiollisten tapahtumien järjestelyissä kestäviä ratkaisuja on pohdittu Suomessa melko monipuolisesti. Oppaassa on listattu kaikki tapahtuman järjestämiseen olennaisimmat yksityiskohdat ja se, miten kestäviä periaatteita niiden kohdalla voisi noudattaa. Opas on oikeastaan enemmän muistilista vastuullisista yksityiskohdista kuin malli siitä, miten tapahtuma voidaan järjestää vastuullisesti.

Finland Convention Bureau (FCB) toimeksiannosta TravelCon loi kokousalan toimijoille oppaan, jonka avulla kokouksia voidaan toteuttaa kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. **Ympäristövastuullisen kokoustapahtuman manuaali** antaa tarkat ohjeet ja työkalut ekologisesti vastuullisen kongressin toteuttamiselle.

Tutustuin edellä mainittuihin oppaisiin ja manuaaleihin saadakseni käsityksen siitä, mitä vastuullisten kongressien ja/tai tapahtumien suhteen maailmalla ja Suomessa on jo tehty. Kuten tässä luvussa jo useasti mainitsen, suurin osa oppaista toimii ennemminkin muistilistana siitä, mitä ratkaisuja vastuullisissa tapahtumissa tulisi tehdä kuin laajempaan ohjenuoraan siihen, miten vastuullisuus huomioidaan koko projektin ajan. Huomionarvoista on myös se, että oikeastaan vain CSMP oli ohjeistuksena sellainen, jossa vastuullisuus on otettu mukaan strategiasta lähtien. Suomesta vastaavanlaista ohjeistusta ei ilmeisesti ole vielä olemassa. Tästäkin näkökulmasta vastuullisen kongressin kehittäminen on ajankohtainen ja tarpeellinen aihe Suomessa.

2.7.6 Vastuullisiin ja kestäviin tapahtumiin liittyvät opinnäytetyöt

Suomessa vastuullisuutta tapahtumien yhteydessä on tutkinut esimerkiksi Tauriainen opinnäytetyössään, jossa käsitellään hyväntekeväisyyttä kongressien yhteydessä. Hän tutkii tapahtuman järjestäjien mielipiteitä hyväntekeväisyyden sisällyttämisestä kongressien ohjelmaan. Hyväntekeväisyyttä kongressin oheisohjelmana voisi harkita, jos kohde hyötyisi siitä oikeasti, ja toimintaohjeet olisivat selkeät niin tapahtuman järjestäjälle kuin kongressiosallistujillekin. (Tauriainen

2006, 41.) Toisaalta kokousalan ammattilaiset olivat sitä mieltä, että hyväntekeväisyysohjelmat eivät sovellu Suomeen, mutta esimerkiksi kehitysmaissa niille olisi käyttöä, sillä avuntarve on olemassa (Tauriainen 2006, 35-36.) Kokousalan ammattilaisten näkökulma tukee käsitystä siitä, että suomalaiset yritykset eivät koe hyväntekeväisyyttä olennaisena osana vastuullista toimintaa, sillä he osallistuvat yhteiskunnan ylläpitämiseen maksamalla veroja (Juholin 2004b, 23-24).

Räisänen (2008, 1-2) opinnäytetyössä keskittyy pienen 15-20 osallistujan kokouksen järjestämiseen vastuullisen liiketoiminnan ympäristönäkökulma huomioiden. Opinnäytetyön mukaan tapahtumajärjestäjät ovat riippuvaisia yhteistyökumppaneista, aikataulusta ja osallistujien asenteista ja odotuksista järjestäessään tapahtumaa kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. He eivät voi tehdä vastuullisia päätöksiä toisten puolesta. (Räisänen 2008, 36.)

Maula (2010, 28) tutki opinnäytetyössään Provinssirockin sisältävää kestävästä kehityksestä keskitetyt kuitenkin lähes yksistään ekologiseen vastuullisuuteen. Myös Koskisen opinnäytetyössä (2011, 17) kestävästä kehityksestä tutkittiin ekologisesta näkökulmasta ulkoilmafestivaalin yhteydessä.

2.8 Congrex-ketjun vastuullisuus

Koska Congrex-ketju omistaa Suomen Congrexista 20 prosenttia, mielestäni oli tärkeää tutustua heidän tapansa toimia vastuullisesti. Vaikka Suomen Congrex saakin toimia varsin omatoimisesti omistusenemmistönsä takia, mielestäni oli olennaista tutustua myös ketjun vastuulliseen toimintaan.

Congrex-ketju haluaa ottaa voiton lisäksi huomioon myös sosiaalisen vastuullisuuden näkökulman. Heidän SCR-ohjelmansa ideana on, että jokainen Congrex-toimisto valitsee hyvää tekevän järjestön, jonka toimintaa sitten taloudellisesti tukee. Congrex haluaa toiminnallaan osoittaa, että se välittää ihmisistä niin paikallisista kuin koko maapallonkin asukkaista. (Congrex 2012a). Ketju keskittyy toiminnassaan siis taloudellisen vastuullisuuden lisäksi sosiaalisen ulottuvuuteen. Ympäristöön liittyviä toimenpiteitä ei internetsivuilla varsinaisesti erikseen eritelty. Syynä saattaa olla jo aikaisemminkin mainittu ympäristönäkökulmien itsestäänselvyys kaikessa toiminnassa.

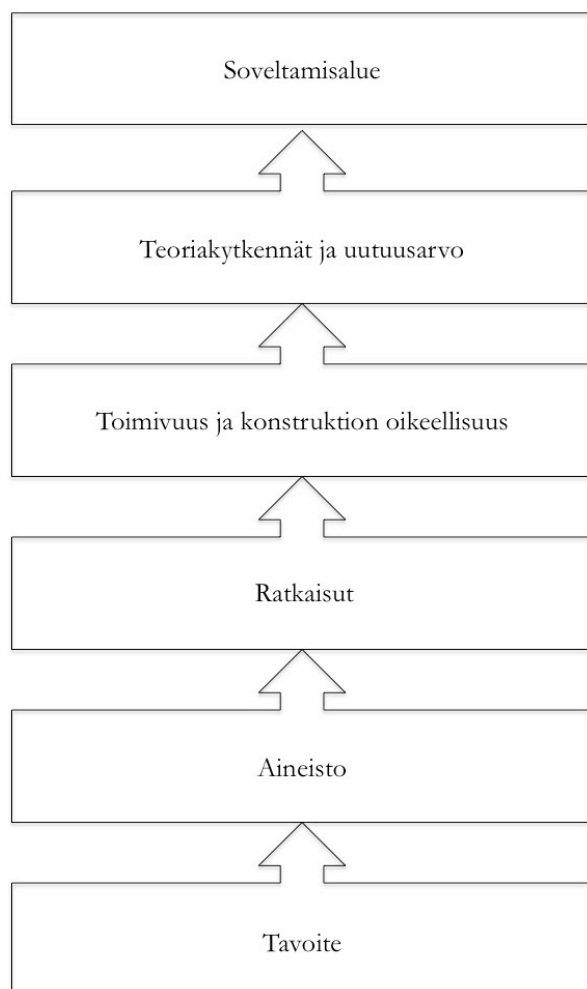
Congrexin Ruotsin toimisto on päättänyt kuitenkin tarttua ympäristöasioihin aktiivisemmin huomattuaan, että kestävä kehitys on tärkeä asia myös kongressialalla. Toimisto järjesti marraskuussa 2011 kongressikeskusten johtajille seminaarin, jossa heitä opastettiin ympäristöasioi-

den huomioimisesta tapahtumien yhteydessä. (Congrex 2012b.) Internetsivujen perusteella en löytänyt tietoa varsinaisesta vastuullisesta tai kestävästä kongressista, joten tämä kehittämistehävä olisi myös ketjun sisällä jotain uutta.

3 Kehittämismenetelmät

Opinnäytetyöni on kehittämistutkimus, jonka menetelmänä käytän konstruktivistista tutkimusta. Konstrukttiivinen tutkimusmenetelmä soveltuu kehittämistutkimukseen silloin, kun luodaan jokin suunnitelma, mittari tai malli. Uuden luomisen pohjana käytetään olemassa olevaa teoriaa sekä käytännön työssä hankittavaa tietoa. Ongelmaa ja ratkaisuja pohditaan teorian pohjalta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 65.)

Kehittämistutkimukseni prosessi noudattelee soveltuvin osin Kasanen, Lukan & Siitosen Konstrukttiivisen tutkimuksen prosessia (KUVA 4), joka sisältää kuusi askelmaa: 1) Ongelman etsiminen, 2) Aineiston hankinta, 3) Ratkaisujen laadinta, 4) Toimivuuden ja konstruktion oikeellisuuden todistaminen, 5) Teoriakytkentöjen ja uutuusarvon osoittaminen sekä 6) Soveltamisalueen laajuuden tarkastelu (Ojasalo ym. 2009, 67). Tässä luvussa keskitytään toiseksi alimpaan portaaseen, eli aineiston hankintaan. Prosessin alin porras, tavoite, käsiteltiin johdannon luvussa 1.2.



KUVA 4. Konstrukttiivisen tutkimuksen prosessi (mukaillen Kasanen ym. 1991, teoksessa Ojasalo ym. 2009, 67.)

Käytän kehittämistyön tietoperustana vastuullisen liiketoimintaan ja kestäviin tai vastuullisiin tapahtumiin liittyviä artikkeleita ja kirjoja, vastuullisen kongressin oppaita ja aiheesta tehtyjä opinnäytetöitä. Empiirisen aineiston keräämisen aloitin haastattelemalla Congrexin järjestämien kongressien järjestelytoimikuntien edustajia. Lisäksi lähetin Congrexin henkilökunnalle sähköpostikyselyn, jolla halusin kerätä heidän ajatuksiaan vastuullisesta liiketoiminnasta ja sen yhdistämisestä kongresseihin. Congrexin käynnissä olevien kongressiprojektien järjestelytoimikuntien edustajille tein kirjallisen kyselytutkimuksen.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuskysymys, se mihin tutkimuksella haetaan vastausta, määrittelee miten aineistoa hankitaan (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a). Koska halusin selvittää, miten kongressitoimiston henkilökunta ja asiakkaat suhtautuvat vastuulliseen liiketoimintaan kongressien yhteydessä, sekä saada ideoita siihen, millainen vastuullinen kongressi on, oli mielestäniärkevintä kohdistaa haastattelut ja kyselyt kollegoilleni sekä Congrexin asiakkaille. Valitsin nämä ryhmät myös siksi, että tunnen Congrexin tavan toimia ja myös monia sen asiakkaita, joten voin hyödyntää omia kokemuksiani tulkinnassa. Toisten kongressitoimistojen henkilökunnan ja asiakkaiden mielipiteiden saaminen olisi ollut kilpailutilanteen takia varmastikin vaikeaa. Saaranen-Kauppisen & Puusniekan (2006a) mukaan yllä kuvattu aineiston ja tutkittavien kriteerien määrittely tarkoittaa, että aineisto on kerätty harkinnanvaraisella otoksella.

3.1 Haastatteluaineistot

Kesällä 2011 tein haastattelukierroksen silloisten asiakkaidemme keskuudessa. Valitsin haastateltavaksi aluksi kolmen eri kongressiprojektin edustajia, joiden kanssa Congrex oli toteuttanut kongressin kesien 2010 ja 2011 aikana. Rajasin haastateltavat henkilöt koskemaan vain Congrexin asiakkaita, sillä mielestäni heillä on paras näkemys siitä, millainen käytössä oleva kongressiprojekti on. Kongressin järjestäneenä he pystyvät myös kertomaan näkemyksiään siitä, miten vastuullisuus voisi sopia mukaan projektiin. Ajattelin, että mikäli heiltä keräämäni aineisto ei ole riittävää, voin tehdä uuden haastattelukierroksen myöhemmin. Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää jotain ilmiötä sen sijaan, että haetaan määrällisiä tuloksia. Tästä syystä aineiston määrä voi olla paljon pienempi kuin määrällisissä tutkimuksissa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a.) Koska vastuullisen kongressin kehittäminen koskee ennen kaikkea Congrexin ja järjestelytoimikuntien sisäistä suunnittelua ja päätösten tekemistä, yhteistyökumppaneiden ja muiden alan ammattilaisten haastatteleminen ei mielestäni olisi tuonut työhöni lisäarvoa vielä tässä vaiheessa.

Haastattelumenetelmäksi valitsin puolistrukturoidun haastattelun. Se tarkoittaa, että haastattelulle on valittu teemat ja mietitty myös tarkkoja kysymyksiä (LIITE 1). Jokaiselle haastateltavalla esitetään suurin piirtein samat kysymykset lähes samassa järjestyksessä. Puolistrukturoidun haastattelun avulla haastateltavilta kerätään tietoa vain tietyistä teemoista, eikä heille anneta kovin paljon vapautta haastattelutilanteissa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006b.) Haastattelun kolmen kongressiprojektin edustajia heidän työpaikoillaan. Haastattelujen kestot olivat 55 minuutista 1 tuntiin ja 10 minuuttiin. Haastateltavat antoivat suostumuksensa haastattelujen nauhoittamisen, mikä helpotti haastatteluihin palaamista myös myöhemmin kirjoitusprosessin aikana. Lisäksi haastattelujen nauhoittaminen mahdollisti niiden litteroinnin.

Haastateltava A on järjestänyt Congrexin kanssa useita projekteja viime vuosien aikana. Hän kiertää vuosittain eri puolilla maailmaa markkinoimassa organisaationsa järjestämiä kongresseja. Valitsin haastateltavakseni hänet juurikin pitkäaikaisen asiakassuhteen ja työkokemuksen takia. Ajattelin, että hänellä on kokemusta ja näkemystä niin kotimaisten kuin kansainvälistenkin kongressien järjestämisestä. Oletin, että hän on saattanut törmätä vastuullisuuteen ja kestävään kehitykseen osallistuessaan eri tapahtumiin.

Ryhmähaastatteluun B osallistui kolme henkilöä, jotka edustivat puolestaan hieman erilaista kongressia. Kyseessä ei ollut tieteellinen, vaan enemmänkin kaupallinen tapahtuma, jossa käytävissä oleva budjetti oli aivan toista luokkaa kuin tieteellisissä kongresseissa. Järjestetty kongressi ostettiin päästöttömäksi kaikilta niiltä osin, joihin järjestelytoimikunta Suomessa vaikutti. Kongressille tunnusomaista oli korkealuokkaiset painotuotteet ja iso näyttely. Haastattelemani henkilöt edustavat suomalaista organisaatiota, jolle vastuullisuus on osa päivittäistä toimintaa.

Haastateltava C oli mukava järjestämässä pienempää eurooppalaista konferenssia. Tälle konferenssille ominaista oli monivuotinen perinne sekä järjestelytoimikunnan kansainvälisten edustajien aktiivinen osallistuminen myös käytännön järjestelyihin. Ohjelmalehtisen painatuskuluissa säästettiin, mikä osoittaa jonkinasteista taloudellista ja ekologistakin vastuullisuutta. Toisaalta konferenssin aikana kuuluvat illalliset sisältyivät osallistumismaksuun, mikä puolestaan saattoi aiheuttaa jonkin verran ”hukkaa” no show –tapausten takia. Tämän konferenssin aikana aloin pohtia tapahtumien kestävästä kehityksestä ja erityisesti ympäristön huomioimista, josta myöhemmin tulikin pääsykokeiden ennakkotehtäväni aihe ja lopulta myös opinnäytetyöni.

3.2 Sähköpostikysely Congrexin henkilökunnalle

Syksyllä 2011 kartoitin Congrexin henkilökunnan käsityksiä vastuullisesta liiketoiminnasta lähettämällä jokaiselle sähköpostikyselyyn. Päädyin sähköpostikyselyyn, jotta jokainen kollegoitani sai rauhassa ja syvällisemmin miettiä vastauksia. Mielestäni sähköpostikyselyn etu oli myös se, että silloin kollegoillani oli mahdollisuus suhtautua minuun opinnäytetyöntekijänä, ei työka-verina.

Sähköpostikysely sisälsi kaksi kysymystä:

1. Millainen on vastuullinen kongressi?
2. Miten vastuullisuus näkyy / voisi näkyä työssämme?

Congrexin henkilökunnalle lähetetyllä sähköpostiviestillä halusin selvittää kollegoideni käsityksiä vastuullisen kongressin ominaispiirteistä sekä siitä, mitä voisimme tehdä jatkossa vastuullisemman toiminnan eteen. Tausta-ajatukseni oli myös kartoittaa, mikä on henkilökunnan nykyinen tieto siitä, mitä vastuullinen liiketoiminta on. Ennakkokäsitykseni oli, että käsite ei ole vielä kovin tuttu.

Lähetin sähköpostikyselyn kuudelle Congrexin työntekijälle, eli kaikille kollegoilleni. Lopulta sain vastauksen viideltä työntekijältä. Vain yksi vastauksista tuli saman kuukauden aikana. Loppuja kollegoitani jouduin muistuttamaan kyselystä muutaman kerran vielä keväällä 2012. Muistutusajankohta oli viestien saatekirjeiden pohjista päätellen kiireinen. Vastaajat itsekin myönsivät, että resurssit eivät riittäneet vastausten perusteelliseen pohtimiseen.

3.3 Kyselytutkimus

Varmistaakseni useamman Congrexin asiakkaan mielipiteen huomioimisen tekemieni kolmen haastattelun lisäksi, päädyin laatimaan kyselylomakkeen (LIITE 2) kevään 2012 aikana. Kyselylomaketta oli tarkoitus jakaa niin Congrexin nykyisille kuin potentiaalisillekin asiakkaille. Kokemukseni mukaan kevät on kongressiprojekteissa hyvin kiireistä aikaa. Asiakkaat järjestävät usein kongresseja päivätyönsä ohessa, jolloin on vaikeaa löytää pelkästään järjestelytoimikunnan kokouksille sellainen ajankohta, joka sopii kaikille. En halunnut joutua tilanteeseen, jossa asiakkailta keräämäni aineisto olisi rajoittunut vain kolmeen haastatteluun sen takia, että sopivia ajankohtia lisähaastatteluille ei ollut löytynyt. Kyselylomakkeen avulla oli tarkoitus sel-

vittää asiakkaiden kokemuksia vastuullisuudesta ja kestävästä kehityksestä kongressien yhteydessä, sekä toiveita vastuullista kongressia kohtaan, jotta siitä olisi hyödyllinen myös heille.

Lomakkeen aluksi pyrin saamaan tietoa siitä, onko Congrexin asiakkailta jo kokemusta vastuullisesta liiketoiminnasta, ja jos on, niin miten se on näkynyt. Ajattelin, että mahdolliset esimerkit voisin ottaa osaksi vastuullista kongressia. Enne kaikkea halusin saada asiakkailta ideoita siihen, mitä (jo käytössä olevia) yksityiskohtia vastuulliseen kongressiin voisi kuulua.

Lomake sisälsi myös kysymyksiä siitä, mitä mieltä järjestelytoimikuntien edustajat ovat ylipäänsä vastuullisten ratkaisujen käytöstä kongressin yhteydessä. Lukemani lähdekirjallisuuden mukaan vastuullisuus ei ole kaikille ryhmille tärkeää, eikä sitä kannata väkisin niille syöttääkään. Kysymyksellä halusin saada käsityksen siitä, onko vastuullisuudella merkitystä kongressin alaan katsomatta, sekä vaikuttaako vastuullisen kongressin tai vastaavan palvelun tarjoaminen kongressitoimiston valintaan positiivisesti.

Lomakkeella kartoitin myös sitä, onko kongressitoimiston henkilökunnan syytä perehtyä vastuullisiin ratkaisuihin, eli onko vastuullisen kongressille todellinen tarve. Lisäksi halusin saada tarkempaa ohjeistusta siihen, millaisiin vastuullisiin ratkaisuihin opastusta kaivataan. Mielestäni ei ole järkevää aloittaa vastuullisten ratkaisujen läpikäyntiä esimerkiksi sähköisestä materiaalista, jos se on järjestelytoimikunnalle itsestään selvyys.

Lomakkeen loppupuolen kysymyksillä halusin yksinkertaisesti saada Congrexin asiakkaiden ideoita siihen, millainen vastuullinen kongressi on. Kuten jo kyselylomakkeen saatekirjeessä kerron, asiakkaiden mielipiteen kuuleminen oli mielestäni tärkeää vastuullisen kongressin kehittämisen onnistumista. Lisäksi halusin saada vahvistuksen sille, onko hinnalla todella merkitystä, jos tuote tai palvelu on toteutettu vastuullisesti. Lukemani lähdekirjallisuuden ja tekemiäni haastattelujen perusteella että asiakkaat eivät ole valmiita tekemään asioita vastuullisesti, jos se vaikuttaa merkittävästi myös hintaan.

Lomakkeen kolme viimeistä kysymystä liittyivät vastaajien taustatietoihin. Näiden tarkoituksena oli tutkia, onko sukupuolella ja iällä tai aikaisemmalla kokemuksella merkitystä siihen, miten vastaajat suhtautuvat vastuulliseen liiketoimintaan ja sen yhdistämiseen kestäväan kehitykseen.

Kyselylomakkeessa oli sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Avoimilla kysymyksillä halusin saada selville asiakkaiden omia näkemyksiä ja mielipiteitä liian johdattelemisen sijaan. Monivalintakysymyksillä halusin saada selvän ja portaistetun reaktion kysymykseen sen

sijaan, että avoimessa kysymyksessä lukisi vain ”kyllä” tai ”ei”. Lähtökohtani kyselylomaketta tehdessä oli, että sitä jaettaisiin sekä nykyisille asiakkaille että potentiaalisille asiakkaille tarjouspalavereiden yhteydessä. Olin tässä vaiheessa jo sitä mieltä, että vastuullisuus-näkökulman osoittaminen jo tarjouspalavereissa saattaisi toimia Congrexin kilpailuetuna.

Esimieheni jakoivat kyselylomaketta, sillä he tapasivat asiakkaita kasvokkain, jolloin heillä oli myös mahdollisuus kertoa kyselyn syistä tarkemmin. Loppujen lopuksi kyselylomake jaettiin kuudelle asiakkaalle, joista viisi edusti vuoden 2012 kongressia ja yksi vuoden 2013 kongressia. Lomake jaettiin näille henkilöille siksi, että kongressiprojekti heidän kanssaan oli joko loppusuoralla tai juuri alkanut.

Huhtikuun alussa vastauksia oli tullut vain kaksi, joten lähetin kaikille lomakkeen saajille muistutusviestin (LIITE 3). Lopullinen vastausmäärä jäi neljään. Alkuperäinen lähtökohtani jaettujen lomakkeiden määrästä oli suurempi kuin kuusi, sillä Congrexilla oli käynnissä tai käynnistymässä useampia kongressiprojekteja. Koska olin kyselylomaketta jaettaessa opintovapaalla, minulla ei ollut mahdollisuutta osallistua järjestelytoimikuntien kokouksiin, ja kertoa opinnäytetyöstäni tarkemmin. Annoin esimiehilleni ohjeen vain siitä, että olisi hienoa saada vastaus mahdollisimman monesta käynnissä olevasta projektista. Toisaalta kerroin myös luottavani siihen, että esimiehilläni on käsitys siitä, kenelle lomaketta kannattaa jakaa. Kokemukseni mukaan järjestelytoimikunnat ovat kovin erilaisia. Toiset ovat avoimia uusille ajatuksille, toiset haluavat keskittyä vain kongressin järjestämiseen ilman ylimääräisiä pohdintoja. En halunnut, että kyselylomaketta jaetaan sellaiselle taholle, joka kokee sen epämiellyttävänä ja varsinaista työtä häiritsevänä. Ensisijaisesti Congrexin tehtävä on kuitenkin olla asiakkaidensa tukena kongressien toteuttamisessa. Yhtä kollegaani lainaten: ”Business is always personal”. Uskon, että osallistumiseni kyselylomakkeen jakoon paikan päällä olisi nostanut vastausten määrää.

4 Empiirisen aineiston analyysi ja tulokset

Tässä luvussa kerrotaan, miten kerätty aineisto käsiteltiin ja analysoitiin, ja millaisia tulkintoja aineiston pohjalta tehtiin. Empiirinen aineistoni sisältää jo järjestettyjen kongressien järjestelytoimikuntien edustajien haastattelut (3 kpl), Congrexin henkilökunnan vastaukset (5 kpl) ja kyselytutkimuksen Congrexin asiakkaille (6 kpl).

4.1 Sähköpostikyselyn ja haastatteluaineiston analysointi

Ryhdyin käsittelemään Congrexin henkilökunnan vastauksia koodaamalla. Se tarkoittaa tekstin käsittelyä ja merkitsemistä esimerkiksi eri väreillä tai merkeillä. Tämä on keino selvittää, mitä tutkimusaiheeseen liittyvää aineistossa on. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006c.) Koska koko opinnäytetyöni pohjautuu vastuullisen liiketoiminnan käsitteeseen, merkitsin vastauksista eri väreillä taloudelliseen, ekologiseen ja sosiaaliseen vastuullisuuteen sekä yleisesti vastuullisen liiketoimintaan liittyvät kohdat.

Haastattelujen käsittelyn aloitin litteroimisella. Se tarkoittaa puhemuotoisen aineiston kirjoittamista puhtaaksi, jotta sen jatkokäsittely ja analysoiminen olisi helpompaa (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006g). Koska analyysissä ei ollut tarkoitus keskittyä kieleen tai sen vivahde-eroihin, vaan tutkia tutkimusongelman mukaisesti Congrexin asiakkaiden käsityksiä vastuullisuudesta kongressien yhteydessä, en litteroinut haastatteluja sanatarkasti, vaan keskityin olennaisiin osiin. Tämän jälkeen koodasin aineiston eri väreillä samaan tyyliin kuin Congrexin henkilökunnan vastaukset.

Koodauksen jälkeen aloin analysoida aineistoa perusteellisemmin. Analysoimisen tarkoituksena on tiivistää aineistoa entisestään, jotta yksittäisistä vastauksista löytyy jotain yleisempää ja suu-
rempaa. Aineiston pohtiminen myös tietoperustan, käytännön ja oman ajattelun pohjalta on olennaista. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006d.) Analysoinnin avulla pyrin löytämään aineistosta olennaisimman tiedon opinnäytetyöni ja vastuullisen kongressin kannalta. Menetelmänä käytin teemoittelua. Teemoittelun avulla aineistosta etsitään esimerkiksi eri vastauksia yhdistäviä tai erottavia seikkoja tai käytetään tietoperustaan pohjautuvaa teemoittelua. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006e.) Jaottelin vastaukset neljän otsikon alle: 1) Vastuullisuus yleensä, 2) Ympäristö, 3) Ihmiset ja 4) Raha. Teemoittelussa auttoi aikaisemmin tekemäni värikoodaus. Teemojen taustalla oli vastuullisen liiketoiminnan kolme ulottuvuutta.

Vaikka kyseessä olikin laadullinen tutkimus, otin avukseni myös Excel-taulukon, ja aloin laskea, montako kertaa tietyt esimerkit vastuullisen kongressin ominaispiirteistä ja vastuullisesta toiminnasta tuli vastauksissa esiin. Määrällisen tutkimuksen menetelmän mukaan ottaminen laadulliseen analysointiin saattaa tuoda tulkintoihin uusia näkökulmia, ja mahdollisesti estää myös niiden jäämisen olettamuksiksi tai tuntemuksiksi (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006f).

Listasin ensiksi ylös kaikki vastauksissa esiintyvät teemat, jonka jälkeen yhdistin samantyyllisiä vastauksia yhteen ja aloin siirtää niitä viiden eri otsikon alle: 1) Vastuullinen liiketoiminta, 2) Ympäristö, 3) Sosiaalinen, 4) Talous ja 5) Muut. Päädyin ottamaan mukaan myös Muut- vaihtoehdon, sillä kaksi vastaajista ymmärsi vastuullisuuden oman työn organisoimisen ja henkilökohtaisen vastuunottamisen kautta.

Tein laskelmat kysymyskohtaisesti Congrexin henkilökunnan vastauksista, koska kysymyksiä oli vain kaksi, ja siitä syystä aineiston määrää oli helppo hallita. Haastattelut käsittelin kokonaisuutena, sillä niiden aikana palattiin useaan kertaan jo käsiteltyihin kysymyksiin.

Kyselylomakkeen vastaukset kokosin yhteen Excel-taulukkoon. Tämän jälkeen tutkin suodattimien avulla, löytyykö vastauksista eroavuuksia ja yhtäläisyyksiä, tai jotain erityistä tutkimuskysymyksen huomioiden. Koska palautuneita lomakkeita oli vain neljä, niiden käsittely oli helppoa. Excel-taulukon suodattimet toimivat koodauksen ja teemoittelun apuvälineenä haastattelujen ja henkilökunnan vastausten käsittelyssä käytettyjen värikoodien ja alaotsikoiden sijaan.

4.2 Congrexin henkilökunnan vastausten analysointi

Congrexin henkilökunnalta saamistani vastauksista löytyy yhtäläisyyksiä ja eroavuuksia, ehkä jopa yllätyksiäkin. Yksi vastaajista toi vastauksissaan useasti esiin vastuullisuuden kaikki kolme ulottuvuutta. Myös hänen esimerkkinsä ja ehdotuksensa vastuullisen kongressin ominaispiirteiksi olivat laajoja ja yleisiä, kuten esimerkiksi vesien, maaperän ja ilmaston suojeleminen ja luonnonvarojen säästeliäs käyttö. Muiden vastauksissa puolestaan keskityttiin enemmän konkreettisiin esimerkkeihin ja ehdotuksiin, jotka suurimmilta osin olivat jo kongressiprojektien aikana käytössä olevia toimintatapoja, kuten esimerkiksi kongressilaukun jatkokäytön pohtiminen, sekä nimilappukoteloiden ja kaulanauhojen takaisin kerääminen. Varsinaisia uusia ideoita vastauksissa ei ollut.

Yksi vastaajista toi esiin taloudellisen vastuun ja se merkityksen muiden vastuullisuuden ulottuvuuksien huomioimisessa. Se että muut eivät tuoneet taloudellista näkökulmaa esiin, saattaa johtua siitä, että rehellistä taloudenhallintaa pidetään itsestäänselvyyttenä, sillä kongressiprojekteissa liikkua raha on kongressin ja näin ollen järjestelytoimikuntien omaisuutta.

Taloudelliseen vastuullisuuteen kuuluu lähinnä kongressin taloudellisesta kannattavuudesta huolehtiminen sekä järjestäjän taloudellisiin odotuksiin vastaaminen. Jos kongressin talous ei ole kunnossa, sillä ei ole edellytyksiä huolehtia sosiaalisesta ja ympäristövastuustaan.

Ympäristönäkökulmat tulivat esiin neljän henkilön vastauksissa. Tätä selittänee osittain se, että ekologisella vastuullisuudella vaikuttaa olevan pääpaino kestävästä kehitystä käsittelevissä artikkeleissa ja myös kongressialan suomenkielisissä oppaissa. Myös yksi vastaaja huomioi ympäristönäkökulman yleisyyden, kuten alla oleva sitaatti osoittaa.

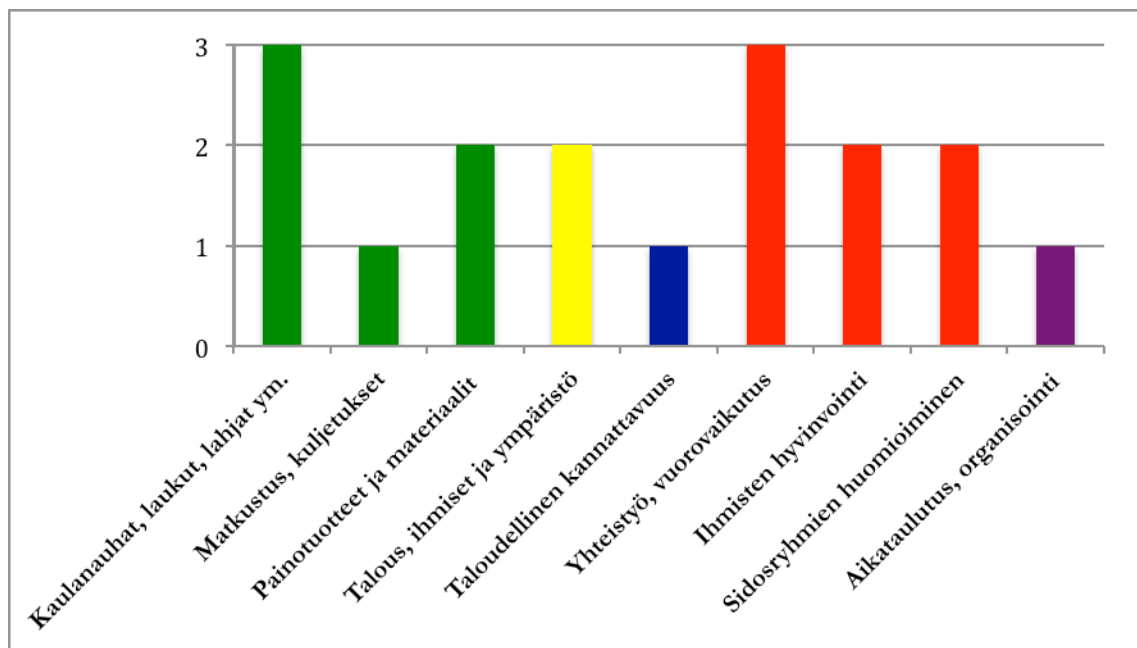
Ympäristövastuullisuuden merkitys taas on vähitellen korostunut viime vuosien aikana ja monesti vastuullisuus ymmärretäänkin nykyään suppeammin lähinnä ympäristönäkökulman kautta, jolloin taloudellinen ja sosiaalinen elementti saattavat vuorostaan jäädä pienemmälle huomiolle.

Konkreettisissa ekologisen vastuun esimerkeissä erottui painotuotteiden järkevyyden ja määrän pohtiminen, kuljetusten tarpeellisuus sekä kongressilaukkujen ja -lahjojen jatkokäyttö. Materiaalin jakamista sähköisessä muodossa pidetään yhtenä ratkaisuna, johon Congrex on jo useissa kongressiprojekteissa siirtynytkin ainakin lähes kaikessa ennen kongressia lähetettävässä informaatiossa. Yksi vastaajista huomioi kongressipaikan sijainnin merkityksen osana vastuullista toimintaa.

Vastuullinen kongressi järjestetään paikassa, jonne (ainakin suurimmalla osalla) kongressin osallistujilla on järkevä matka.

Kaksi vastaajista piti tärkeänä työntekijöiden ja järjestäjien hyvinvoinnin huomioimista kongressin aikana. Myös yhteistyö järjestäjien ja muiden sidosryhmien kanssa sekä ihmisoikeudet koettiin tärkeiksi. Yksi vastaajista mainitsi Congrexin toiminnan vastuullisena työnantajana. Käyttämäni kvantifiointi vahvisti sen, että Congrexin henkilökunta on vastausten perusteella sisäistänyt ympäristönäkökulman lisäksi sosiaalisen vastuullisuudenkin. Kuvan 5 mukaisesti vastuullisen kongressin ominaisuuksia kuvaillessa ympäristöön liittyviä esimerkkejä (merkitty vihreällä) annettiin yhteensä 6 kappaletta, ja useimmin mainittiin kaulanauhojen, nimilappujen,

laukkujen ym. materiaalin kierrätys ja jatkokäyttö, sekä painotuotteiden ja muun materiaalin määrän rajoittaminen ja sähköisen aineiston tarjoaminen. Sosiaaliseen vastuuseen ja ihmisten hyvinvointiin liittyviä esimerkkejä (merkitty punaisella) annettiin 7 kappaletta, joista useimmin mainittiin yhteistyö ja vuorovaikutus. Vastuullisen liiketoiminnan kokonaisuus sisältäen kaikki kolme ulottuvuutta (merkitty keltaisella) mainittiin vastauksissa kahdesti, kun taas pelkkä taloudellinen vastuullisuus (merkitty sinisellä) vain yhden kerran, ja se jäi näin vähimmälle huomiolle. Lisäksi mukana on aikataulutus ja organisointi (merkitty lilalla), jotka yksi vastaajista mainitsi vastuullisen kongressin ominaisuuksiksi.



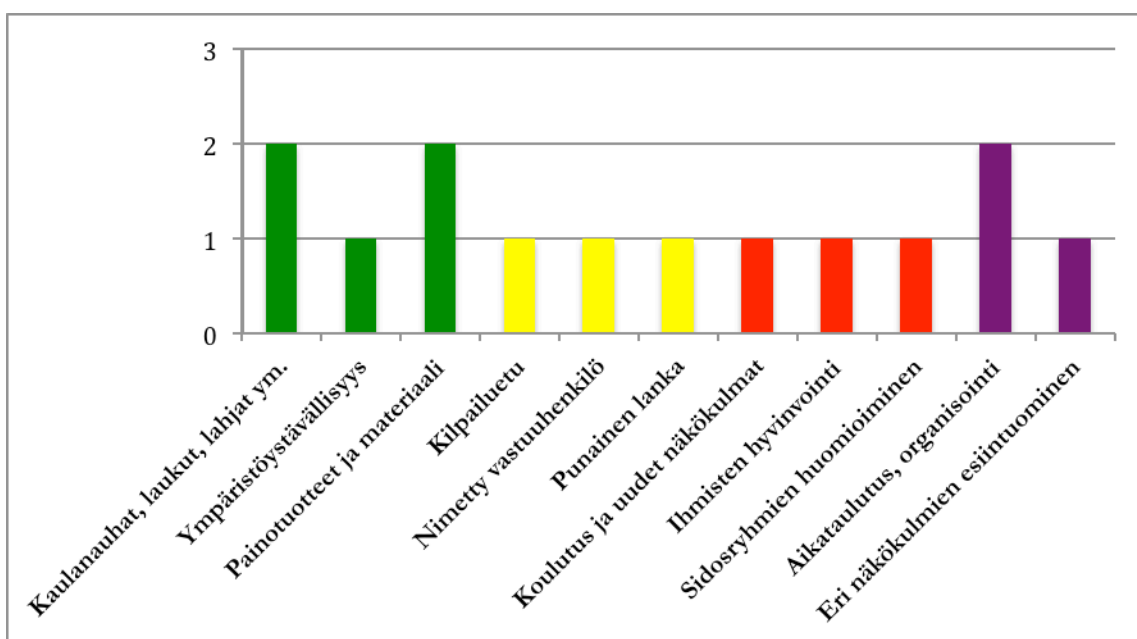
KUVA 5. Vastuullisen kongressin ominaisuuksien mainitsemiskerrat Congrexin henkilökunnan vastauksissa

Kvantifiointi osoittaa myös, että Congrexin toiminnassa ympäristön huomioimiseen liittyvien esimerkkien (KUVA 6) antaminen oli vastaajille helppoa, sillä maatuvat ja takaisin kerättävät nimilappukotelot ovat osa jokaista kongressiprojektia, ja myös asiakkaita opastetaan pohtimaan esimerkiksi laukkujen jatkokäyttöä. Myös kongressipaikoille teetettyjä opasteita pyritään käyttämään uudestaan, mitä kukaan vastaajista ei kuitenkaan maininnut yhtenä esimerkkinä.

Lisäksi sosiaalinen vastuullisuuskin hahmotetaan osaksi Congrexin toimintaa. Esimerkiksi kongressien järjestelyihin osallistuvien ihmisten hyvinvointia, järkeviä työaikoja taukoineen sekä avointa vuoropuhelua pidettiin tärkeänä.

Congrexin toiminnan vastuullisuudesta kysyttäessä ympäristön huomioimiseen liittyviä esimerkkejä (merkitty vihreällä) mainittiin viidesti, ja ihmisiin liittyviä kolmesti (merkitty punaisella). Taloudellinen vastuullisuus jäi tässä kohtaa huomiotta. Toisaalta kuitenkin yleisesti vastuul-

liseen liiketoimintaan liittyviä esimerkkejä (merkitty keltaisella) annettiin kolmesti. Kaksi vastaajista ajatteli vastuullisuudeksi oman työn organisoimisen ja aikataulutuksen ja eri näkökulmien huomioimisen kongressiprojektin eri vaiheissa (merkitty lilalla). Suomenkielinen termi ”vastuullisuus” viittaa myös vastuunottamiseen, jonka voidaan ajatella olevan henkilökohtaiseen toimintaan liittyvää. Heidän antamat esimerkit eivät kuulu vastuullisen liiketoiminnan alle, vaan ovat ennemminkin oman toiminnan taustalla olevia arvoja ja ihanteita.



KUVA 6. Vastuullisuuden nykyhetken ja tulevaisuuden mahdollisuuksien mainitsemiskerrat Congrexin henkilökunnan vastauksissa

Aineiston analysoimisen jälkeen vaikuttaa siltä, että vastuullisen liiketoiminnan kokonaisuus on Congrexin henkilökunnalle vielä epäselvää, minkä takia onkin tärkeää perehdyttää kaikki vastuulliseen liiketoimintaan ja niihin liittyviin ratkaisuihin kongresseissa ennen kuin vastuullisia kongresseja aletaan järjestää.

Yhden vastaajan ehdottama vastuullisuuden vastuhenkilö kongressiprojektiin vaatii henkilökunnan koulutusta ja perehtymistä asiaan. Haasteena on, miten koko henkilökunta saadaan innostumaan asiasta kiireisen työpäivän aikana. Tässä tehtävässä johdolla on suuri vastuu, kuten myös Sammallahti (2009, 84) toteaa. Vastuullisella liiketoiminnalla on huomattavasti enemmän painoarvoa yrityksen sisäisessä toiminnassa, kun organisaation johto on sitoutunut sen ylläpitämiseen. Sammallahden mukaan henkilökunnan sitouttaminen uuden palvelun käyttöönotossa on tärkeää. Uudistus on pystyttävä kokemaan aidosti, pelkkä lukeminen intranetistä tai sähköpostista ei tee uudistuksesta todellista. (Sammallahti 2009, 64) Seuraava lainaus osoit-

taa, että Congrexin henkilökunnan edustajankin mielestä vastuullisuuden ulottuvuuksien ja uusien toimintatapojen omaksuminen vaatii koulutusta.

Osa vastuullisuuteen liittyvistä "perinteisemmistä" elementeistä toimivat niiden tiedostamisen myötä lähes automaation tasolla. Uudempien käsitteiden, kuten ympäristövastuullisuuden huomioiminen taas vaatii vielä koulutusta ja uusia näkökulmia toimintatapoihin, joilla voidaan edistää ympäristövastuullisuuteen liittyviä toimenpiteitä.

4.3 Congrexin asiakkaiden haastatteluaineiston analysointi

Jo Congrexin asiakkaille tekemiäni haastattelujen alussa kävi ilmi, että haastateltavat tuntevat vastuullisuuden kolme ulottuvuutta. He totesivat kuitenkin, että yleensä kestäväällä kehityksellä ja vastuullisuudella tarkoitetaan pelkästään ympäristöasioita. Suurimman huomion haastatteluissa sai kuitenkin ympäristö, jota saattaa osaltaan selittää artikkeleiden ja kirjojen keskittyminen ympäristönäkökulmaan. Toisaalta myös Juholinin (2004b, 5) näkemys ympäristöstrategioiden yleistymisen aiheuttamasta ekologisen vastuullisuuden itsestäänselvydestä monissa yrityksissä saattaa selittää ympäristöesimerkkien yleisyyden tekemissäni haastatteluissa.

Haastateltavat pitivät kaiken toiminnan lähtökohtana taloutta, jolloin ekologinen ja sosiaalinen vastuullisuus jäävät vähemmälle huomiolle. Yritys ei voi olla uskottavasti vastuullinen, ellei sen talous ole kunnossa. Se ei pysty huolehtimaan ihmisistä ja ympäristöstä ilman rahaa. (Lehtipuu & Monni 2007, 71-72.)

Haastateltavat ovat valmiita tarttumaan vastuullisiin ja kestäviin ratkaisuihin vain, jos hinta ei ole kovin paljoa kalliimpi, sillä myös kongressin liiketoiminta perustuu rahalle. Kukaan haastatelluista ei olisi valmis suorilta käsin valitsemaan vastuullisen kongressia, jos se on hinnaltaan kalliimpi kuin toinen vaihtoehto. Toisaalta jokainen heistä piti kuitenkin vastuullisuusohjelmaa uskottavana kilpailuetuna kongressitoimistolle. Mikäli hinta kahden kongressitoimiston välillä on suurin piirtein sama, vastuullinen kongressi vaikuttaisi positiivisesti valintatilanteessa. Nykyisin on vielä vaikea perustella eettisillä syillä kalliimman vaihtoehdon valitsemista, kuten seuraava lainauskin osoittaa.

... Tää on sitte taas just semmonen, että ”Oletko valmis maksamaan luomusta enemmän?”. ...Musta tuntuu, että harva tässä vaiheessa vielä laittaa sen niinku päällimmäiseksi kriteeriksi. ... Jos on tasavahvoja toimijoita keskenänsä, niin sitten se jolla on tarjota sellainen ylimääräinen, ylimääräinen etu... Semmonen on helppo ratkaista sitten sellaisen toimijan hyväksi... Tietysti sitten, jos on siis on osoitettavissa ihan, että... jos

se kääntyy sillä tavalla, että kun tehdään tällä tavalla, niin tässä säästyy rahaa, esimerkiksi. Niin silloinhan se on jo sitte niinku selkee tämmönen plussa-argumentti.

Kaikki haastateltavat korostivat kongressitoimiston henkilökunnan osaamisen merkitystä talouden hallinnassa ja taloudellisesti vastuullisessa toiminnassa. Kongressitoimisto on se, joka pystyy kokemuksensa perusteella antamaan ohjeita sellaisiin toimenpiteisiin, joilla rahaa voidaan säästää. Talouden tasapainoisuus on tärkeää kongresseissakin, ja kongressitoimisto pyrkii vastaamaan asiakkaidensa taloudellisiin odotuksiin.

Kongressiosallistujilla on taipumus ilmoittautua jokaiseen ilmaiseen tapahtumaan. Kongressin aikana on kuitenkin helppoa jättää ilmainen tapahtuma väliin, sillä osallistuja ei ole useinkaan maksanut tilaisuudesta näkyvää hintaa. Yleisten iltatilaisuuksien, esimerkiksi avajaisten tarjoilut sisällytetään usein kongressin osallistumismaksuun. Jos järjestäjä tilaa ruokaa kaikille ilmoittautuneille, ruokaa heitetään todennäköisesti paljon pois tilaisuuden jälkeen. Haastateltavat olivat sitä mieltä, että kongressitoimiston edustajilla on vastuu opastaa järjestelytoimikuntia järkevien ruoka-määrien tilaamisessa. Pienempi määrä tarkoittaa vähemmän jätettä, mutta myös enemmän säästöjä.

... Mikä mua itteeni inhottaa ihan hirveesti on se, että ihmiset ilmoittautuu, varsinkin silloin kun puhutaan ilmaisesta tilaisuudesta, ja sit ne ei tuu paikan päälle. ... Se on must yks semmonen ihan selkeesti ekologinen valinta, et, et tämmösiä ilmaisia karsitaan, laite-taan se nimellinen maksu vaikka, et me saadaan ne ilmoittautumiset.

Ja sanotaan, että jos sulla on kokematon kongressijärjestäjä, niin eihän se uskalla tehdä sitä ratkaisua. Eihän se uskalla vetää mitään lukumääriä alakanttiin. Et mä luulen, että tolla puolella... kongressitoimistojen kokemus on niinkö aika tärkeä sille asiakkaalle, koska se on sille asiakkaalle ihan suoraan rahaa.

Suomalainen hanavesi on puhdasta ja raikasta. Kuitenkin kongressien tarjoiluissa näkee vieläkin usein pullovetä, joka ei ole ollenkaan ekologinen ratkaisu. Haastateltavat kritisoiivat kongressikeskusten ja ravintoloiden taipumusta tarjota pullovetä kansainvälisille vieraille. Haastateltavat B nostivat esiin hyvän esimerkin Scandic Grand Marinan omista vesipulloista, jotka täytetään suodatetulla hanavedellä. He olivat sitä mieltä, että tällaisen veden juominen ei ulkomalaisen kongressiosallistujan mielestä välttämättä ole niin epämiellyttävää kuin vesikannussa tarjottava vesi.

Jokainen haastateltava puhui myös päästöistä ja niiden kompensoimisesta. He olivat samaa mieltä kuin Jones (2012, 126) siinä, että kaikkien kongressiin liittyvien päästöjen kompensoiminen on vaikeaa, sillä kaikkia maailmalla tapahtuvia kongressiin liittyviä päästöjä on mahdollista kartoittaa. Tästä syystä järkevämpää olisikin esimerkiksi kompensoida päästöt vain niiden ratkaisujen osalta, joita järjestelytoimikunta on tehnyt. Lisäksi kongressiosallistujia voisi opastaa etukäteen siinä, miten he voivat itse kompensoida matkustamisen aiheuttamat hiilidioksidipäästöt.

Haastateltavien käsitys virtuaalisista kokouksista oli, että osan kokouksista voi korvata tekniikan avulla. On kuitenkin tärkeää miettiä, milloin tapaaminen kasvokkain on olennaista. Virtuaalisuus säästää aikaa ja rahaa, sekä vähentää energian kulutusta ja päästöjä. Ihmiset matkustavat kongresseihin verkostoitumaan, mistä syystä virtuaalisuus ei voi korvata kaikkea ihmisten välistä kanssakäymistä kongressin yhteydessä vastuullisuuden näkökulmien yleistymisestä huolimatta.

Jotkut esiintyjät voitaisiin ihan hyvin korvata tämmösellä... av-teitse välitettävällä viestillä... Ei varmastikaan kaikkia konferensseja... voi korvata virtuaalikonferensseilla, kun se aina se osa sitä vitsiä on, että sä tapaavat kollegoja, ja siinä on se kanssakäyminen. Ja samalla tapaa... osaa niinku näistä esitelmänpitäjistä ei voi korvata virtuaaliversiolla, että jos on semmosia, josta niinku halutaan keskustella, josta tiedetään, että ne on semmosia, jotka aiheuttaa keskustelua tai tärkeitä teemoja. ...Tiedetään hyväksi puhujiksi, jotka saa keskustelua aikaiseksi, niin silloinhan tietysti se on ihan korvaamatonta, että se ihminen on itse siellä paikan päällä ja käytettävissä. ...Et ehkä siinä vaiheessa, kun päästään tämmöseen elokuvaversioon... että ilmestyy tämmönen kolmiulotteinen hahmo sinne puhujapönttöön puhumaan ja sitten se niinku pystyy jopa keskustelemaan siinä sun kanssa, niin sitte... Se on eri juttu!

Haastateltavien antamat esimerkit sosiaalisen vastuun osa-alueista olivat samantyyllisiä kuin Congrexin henkilökunnalla. Sosiaalisesta vastuusta keskusteltaessa haastateltavien mielestä suurin paino pitäisi olla sidosryhmien, etenkin kongressiosallistujien huomioimisessa. Esimerkiksi eri uskontojen ja kulttuurien huomioimisen kongressin ohjelmajärjestelmää ja tarjoiluja suunniteltaessa on tärkeää.

Mikäli kongressiin suunnitellaan sosiaalisen vastuun ohjelmaa yhdeksi ohjelmanumeroksi, haastateltavien mielestä sen sisältö pitäisi pohtia kohderyhmän mukaisesti. Joillekin ryhmille rahan antaminen on helpompaa, kun taas jotkut haluavat tehdä jotain elämyksellistä ja hyvää yhdessä. Edelleenkin on syytä kuitenkin muistaa, että kongressiin tullaan verkostoitumaan,

tapaamaan kollegoita sekä jakamaan kokemuksia ja uusinta tutkimustietoa. Sosiaalisen vastuun ohjelmat eivät saisi viedä tilaa kongressin olennaisemmalta annilta.

... Jos aattelee paljon matkustavia ihmisiä, niin kyllä se loppujen lopuksi usein se on... Se on mielinpainuvampi, muistuvampi kokemus se, jossa tehdään jotakin... muiden ihmisten kanssa, että muodostuu side siihen paikkaan kuin se, että vaan istutaan bussissa ja katsotaan bussin ikkunasta ulos... Kun tietyllä tapaa jalkautuu ja tulee semmonen oma kokemus.

Haastateltavat pitivät sosiaalista vastuuta olennaisena osana kannattavaa liiketoimintaa, mutta sen yhdistäminen kongressiinkin on tärkeää. Osa sosiaalisesta vastuusta kongressien yhteydessä oli heidän mielestään jo lähes itsestään selvää, kuten esimerkiksi työntekijöiden hyvinvoinnista huolehtiminen sekä yhteistyökumppaneiden valinta ja hyvä yhteistyö heidän kanssaan. Sosiaalisen vastuun ohjelmat sekä hyväntekeväisyys ovat useissa Suomessa järjestetyissä kongresseissa vielä lapsen kengissä. Haastateltava A kertoi, että eräässä hänen järjestämässään konferenssissa oli mahdollisuus lahjoittaa rahaa kansainväliselle hyväntekeväisyysjärjestölle. Loppujen lopuksi lahjoitettu rahamäärä oli vajaat 200 €. Kuten Tauriainenkin (2006, 35-36) toteaa, hyväntekeväisyyttä ei koeta merkitykselliseksi Suomessa järjestettävissä kongresseissa, mutta kehitysmaissa rahalle on oikeasti tarve.

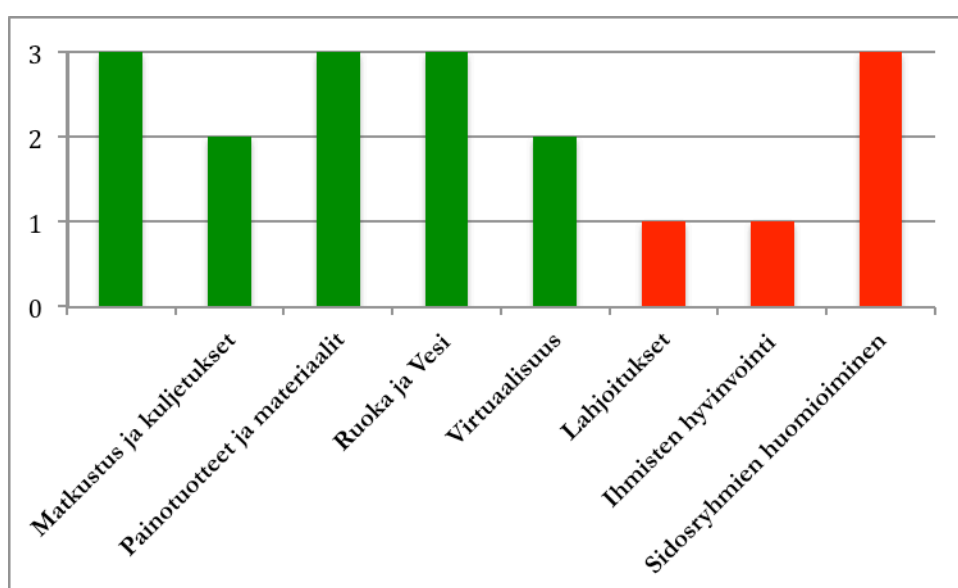
Kaikki haastateltavat pitivät vastuullisuuden yhdistämistä kongresseihin tärkeänä. Kuten jo aikaisemmin tässä opinnäytetyössä on todettu, osa vastuullisuuden periaatteista on jo lähes itsestäänselvyksiä ja automaattisia. Kongressilaukut, painotuotteet ja kierrätys ovat kongresseissa kuitenkin pieniä yksityiskohtia. Jotta vastuullisuusajattelu saataisiin leviämään myös kongressien välityksellä, asennekasvatusta pitäisi tehdä suuremmilla kokonaisuuksilla. Pelkkä yhden pienen yksityiskohdan huomioiminen ei tee kongressista vastuullista. Haastateltavien B sanoin nyt olisi tuotekehittelyn ja uusien innovaatioiden aika. Tuotteiden ja palveluiden pitäisi olla sellaisia, että vastuullisten kongressien järjestäminen ei vaatisi paljoa lisätyötä perusjärjestelyiden lisäksi.

Tietysti, mitä konkreettisempaa se on... Että lähetään niinku isoista ja sit tullaan... Hirveen helposti se menee sit siihen, että onko se meidän kongressikassi kierrätettyä materiaalia vai ei. Mutta itse asiassa onhan ne niinku isompia kysymyksiä sit laajemmin... Että se lähtee niinku isompien asioiden asennekasvatuksesta.

Kyllä se varmasti, niin, lähtee aikatavalla sieltä konferenssin järjestäjän kyvystä tarjota vaihtoehtoja taikka malleja, taikka jotain väyliä sille... Pystyy antamaan harkittavaksi /

mietittäväksi, että ”Entäs jos tehtäisiinkin tällä tavalla? Meillä olisi tässä malli / konsepti siihen.”.

Haastateltavat toivat esiin samoja esimerkkejä vastuullisten kongressien ominaisuuksista kuin Congrexin henkilökunta (KUVA 7). Heidän antamistaan vastuullisen kongressin ominaisuuksista seitsemän liittyy ympäristön huomioimiseen (merkitty vihreällä). Sosiaalisen vastuullisia esimerkkejä annettiin viisi (merkitty punaisella), joista tärkeimmäksi koettiin sidosryhmien huomioiminen. Taloudellinen vastuullisuus tai vastuullinen liiketoiminta kokonaisuutena jäi puuttumaan heidän kertoessaan vastuullisen kongressin ominaisuuksia. Haastateltavien ja Congrexin henkilökunnan vastauksissa oli siis myös eroavuuksia.



KUVA 7. Vastuullisen kongressin ominaisuuksien mainitsemiskerrat haastatteluissa

4.4 Congrexin asiakkaiden kyselytutkimuksen vastausten analysointi

Palautuneiden kyselylomakkeiden määrä jäi alhaiseksi, sillä sain niitä vain neljä. Toisaalta kyselylomake jaettiin alun perin vain kuudelle asiakkaalle, jolloin vastausprosentti on silloin aika korkea 66.7 %. Toisaalta kyselylomakkeiden jaettiin niin vähän, että saamani vastaukset eivät ole missään tapauksessa yleistettävissä, mutta Congrexin nykyisten asiakkaiden näkökulmaa ne kuvaavat mielestäni jo ihan kohtuullisesti. Vastaukset täydensivät hyvin haastatteluista saatua materiaalia. Vastaajista kaksi oli miehiä ja kaksi naisia. Miehet olivat iältään yli 60-vuotiaita, ja naisten ikä sijoittui 31 ja 50 väliin. Vastaajista jokainen oli osallistunut aikaisemminkin kansainvälisen kongressin järjestämiseen. Yksi heistä oli ollut mukana myös kotimaisen tapahtuman järjestelyissä.

Kumpikaan miehistä ei ollut kuullut aikaisemmin vastuullisuudesta ja kestävästä kehityksestä kongressien yhteydessä. He pitivät niiden huomioimista kongressin käytännön järjestelyissä kuitenkin erittäin tärkeänä ja halusivat kuulla kongressitoimiston edustajilta vinkkejä siihen, miten ne voitaisiin huomioida heidän tapahtumissa. He olivat myös sitä mieltä, että vastuullisten ratkaisujen tarjoaminen on tärkeä tekijä kongressitoimistoa valittaessa.

Naisvastaajista molemmat olivat kuulleet vastuullisuudesta ja kestävästä kehityksestä kongressien yhteydessä. Heistä toinen piti niiden huomioimista käytännön järjestelyissä melko tärkeänä. Hän halusi kuulla lisää vastuullisuudesta kongressitoimiston edustajilta, ja piti vastuullisia ratkaisuja tärkeänä tekijänä kongressitoimistoa valittaessa. Toinen naisvastaaja ei pitänyt vastuullisuuden huomioimista kongressin käytännön järjestelyissä ollenkaan tärkeänä, eikä hän ole kiinnostunut kuulemaan ratkaisuista lisää.

Naisvastaajat kaipasivat apua muun muassa kongressin talouden hallinnassa, sisällön suunnittelun ja järjestämisen saattamisessa balanssiin sekä materiaaleissa ja tarjoiluvalinnoissa. Toinen miesvastaajista toi esiin turvallisuuden, asiakaspalvelun sekä jätteiden käsittelyn ja kierrätyksen tärkeyden. Toinen miesvastaaja ehdotti sähköpostitse jaettavaa opasta, josta selviäisi, mitä kongressin järjestelyissä voi ottaa huomioon.

Vastaajien mukaan kongressi on vastuullinen, kun tieteellinen ohjelma on valmisteltu huolella. Tällöin osallistujien kotiin viemä viesti ylittää odotukset. Tätä voidaan mitata osallistujille jaettavalla arviointilomakkeella. Kongressin aikana pitäisi pysyä luomaan myös edellytyksiä seuraavan kongressin rakentamiselle.

Yhden vastaajan mukaan myös kongressitoimiston sitoutuminen tapahtumaan, sosiaalisen vastuullisuuden huomioiminen ja kommunikointi ovat vastuullisen kongressin ominaisuuksia. Tärkeänä pidettiin myös ympäristöön vaikuttavien tekijöiden huomioimista, esimerkiksi kierrätystä, tuhlauksen välttämistä ja kunnollista jätehuoltoa. Myös henkilöturvallisuuteen haluttiin kiinnittää huomiota.

Miesvastaajat suhtautuivat kokonaisuudessaan naisia positiivisemmin vastuullisuuteen. Tämä on mielenkiintoista, sillä Torniaisen (2009, 40) tutkimusten mukaan vastuullisuus ja eettisyys ovat naisille tärkeämpiä. Palautuneiden vastauksien joukossa yksi nainen oli selkeästi sitä mieltä, että vastuullisuusnäkökulmalla ei ole mitään tekemistä kongressin kanssa. Toisaalta hän kuitenkin antaa esimerkiksi laukun ekologisuuden ja esitteiden kierrätysmahdollisuuden.

Miehet olivat valmiita maksamaan jonkin verran enemmän, jos kongressi on järjestetty kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti. Naisista kumpikaan ei ollut valmis maksamaan enemmän. Tämä vahvistaa haastattelujen kautta saamaani käsitystä siitä, että kongresseja järjestetään taloudesta käsin, ja kalliimpia ratkaisuja on vaikea perustella.

5 Vastuullinen kongressi

Ei yksi kestävästi tehty kongressi maailmaa muuta, mutta kun se toimintamalli yleistyy kaikenlaisessa toiminnassa: mietitään, miten tehdään asioita mielekkäämmin ja paremmin, ja ehkä eri tavalla, niin se lopputulos on kaikkien kannalta parempi.

Yllä oleva lainaus oli haastateltava C:n viimeinen kommentti. Myös Musgrave ja Raj (2009, 2) ovat sitä mieltä, että yksi suunnitelma ja yksi toiminto eivät voi muuttaa kaikkia maailman ongelmia. Tapahtuma-ala saa vuosittain liikkeelle miljoonia ihmisiä. Yritysten pitää alkaa ottaa tapahtuman hallinnassa myös vastuulliset toimintatavat huomioon, sillä suurten ihmisjoukkojen liikuttamisesta seuraa väistämättä jätteitä, päästöjä ja koko maapallon resurssien käyttöä. (Jones 2010, 4-5.) Tapahtuman koolla ei ole merkitystä, vaan jokainen niistä pitäisi suunnitella, järjestää ja toteuttaa kestävien periaatteiden mukaisesti (Anglada ym. 2009, 11).

Suomessa palvelutapahtuman tuotteistamiseen tai omanlaisen palvelutavan ja –kielen luomiseen suhtaudutaan vielä arkaillen. Usein ajatellaan, että liika suunnittelu ja ohjeistus vie yksilöiltä luovuuden ja persoonallisuuden. Ihmiset kuitenkin luovat palvelun, joten erilaisista palvelutilanteista selviämiseksi on luonnollista kouluttaa ja motivoida henkilökuntaa. Mallit ja ohjeistukset eivät ole toiminnalle luotuja rajoituksia, vaan työntekijöille tarjottu resurssi töistä selviämiseksi ja tuloksen laadukkuuden varmistamiseksi. (Sammallahti 2009, 79.)

Kasasen ym. (teoksessa Ojasalo ym. 2009, 67) konstruktivisen tutkimuksen prosessissa ja kehittämistutkimukseni prosessin vaiheissa kolmas askelma on ratkaisujen laatiminen (KUVA 3, sivu 18). Tässä luvussa kerron, miten laadin vastuullisen kongressin ja mitä elementtejä siihen kuuluu.

Kestävän kehityksen tai vastuullisen liiketoiminnan perusteita noudattavat yritykset vaativat samoja käytäntöjä myös yhteistyökumppaneiltaan. Yritys joutuu pohtimaan vastuullisessa liiketoiminnassaan niin alihankkijoitaan ja yhteistyökumppaneitaan kuin myös asiakkaitaan. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 21.) Näistä syistä otin vastuullista kongressia kehittäessäni huomioon Congrexin asiakkaat haastattelemalla ja keräämällä heidän mielipiteitään kyselylomakkeella. Pyysin mielipiteitä vastuullisesta toiminnasta myös Congrexin henkilökunnalta.

Jonesin (2010, 62) mukaan pyörää ei tarvitse keksiä uudestaan, mutta uusi ja raikkaampi näkökulma voi luoda uusia mahdollisuuksia ja innovaatioita tapahtuman järjestämiseen, sekä mahdollistaa myös pääsyn asetettuihin vastuullisuuden tavoitteisiin. Opinnäytetyöni tavoite on

kehittää vastuullinen kongressi. Tavoitteeseen päästäkseni tutkin ensiksi Congrexin nykyistä projekti aikataulua (LIITE 1), jonka tiivistettiin kymmeneen vaiheeseen (KUVA 1). Tavoitteenani oli hahmottaa kongressiprojektin kulku sekä kaikki ne yksityiskohdat, joissa vastuullisuuden pystyy huomioimaan. Tämän jälkeen tutustuin olemassa olevaan aineistoon sekä keräsin empiristä tietoa haastattelujen ja kyselyiden avulla, joiden avulla pyrin tunnistamaan vastuullisen kongressin kannalta olennaisimmat päätökset. Pyrin kehittämään Congrexille vastuullisen kongressin, joka ei ole selaamieni oppaiden kopio tai muistilista siitä, mitä vastuullisessa kongressissa pitää ottaa huomioon, vaan ennemminkin ohje siihen, miten nykyisiä toimintatapoja voi kehittää vastuullisimmiksi.

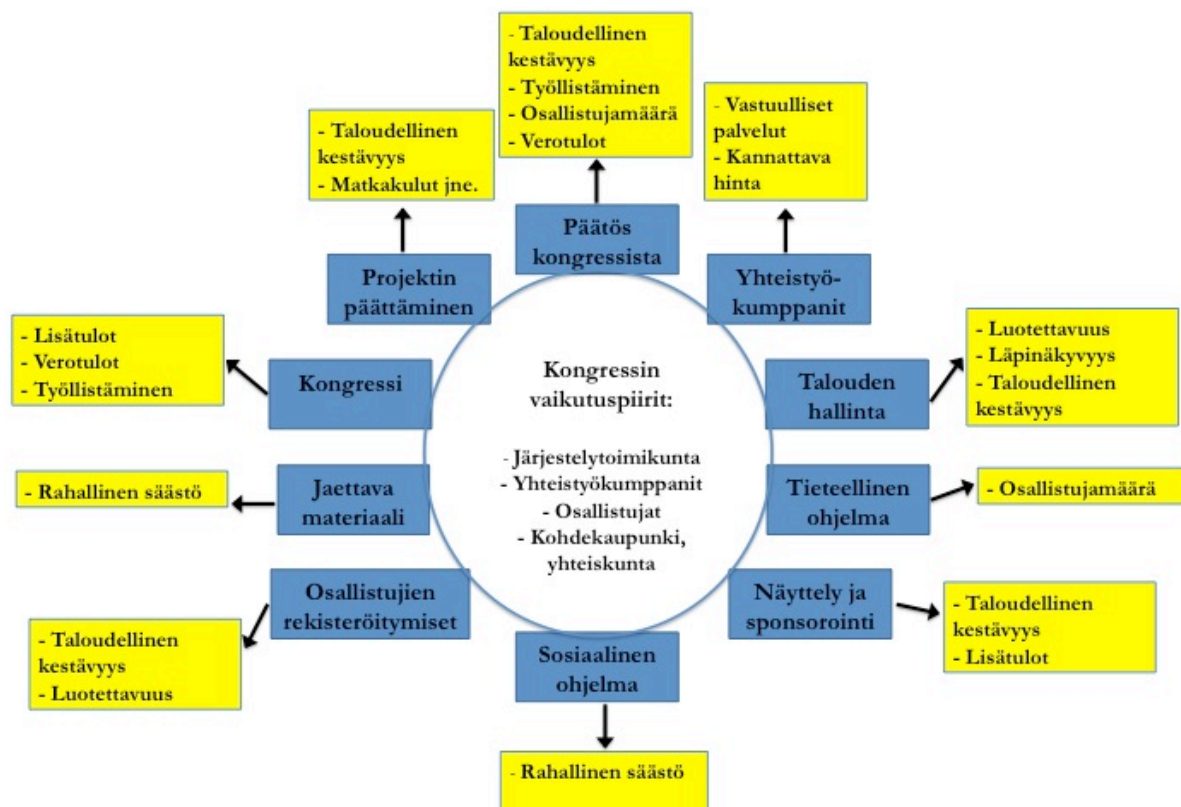
Projekti aikataulua tutkiessa aloin pohtia vastausta kysymykseen: ”Mitä pitää ottaa huomioon, jotta kongressia voi kutsua vastuulliseksi?”. Listasin asioita kolmen vastuullisuuden ulottuvuuden alle. Kongresseihin kuuluvat vastuullisuuden osa-alueet liittyivät usein niin taloudelliseen, sosiaaliseen kuin ekologiseen vastuullisuuteenkin. Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että vastuullista liiketoimintaa ei ole, ellei jokainen ulottuvuus ole otettu toiminnassaan huomioon. Vastuullisuudessa kaikelle on yhteys kaikkeen. Seuraavissa luvuissa kuvailen sen, mitä ominaisuuksia on taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti vastuullisella kongressilla

The CLOBAL Compact käytti ensimmäisenä vaikutuspiiri-termiä (sphere of influence), jolla tarkoitetaan kaikkia niitä tahoja, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa (Henriques, 1). Vaikutuspiiri kuuluu myös ISO 26000-standardiin. Sen mukaan sosiaalinen vastuullisuus ulottuu organisaation ja sen käytäntöjen lisäksi myös yrityksen vaikutuspiireihin. (ISO Central Secretariat 2010, 6.) Halusin lisätä kongressiprojektin vaiheisiin (KUVA 7) mukaan myös kaikkien osa-alueiden vaikutuspiirit, joista kerrotaan tarkemmin seuraavissa alaluvuissa. Käsittelen kongressin ja kongressitoimiston vastuullisuutta rinnakkain, sillä niiden välille on vaikea tehdä eroa. Vaikutuspiirien lisäksi otin vastuulliseen kongressiin mukaan myös tavoitteen, sen mihin jokaisen projektin työvaiheen vastuullisemmalla tekemisellä voisi pyrkiä.

Mitä kauempana vaikutuspiiri on varsinaisesta organisaation ytimestä, sitä pienempi vaikutus organisaatiolla siihen on (Henriques, 3). Mitä kauempana vaikutuspiirit ovat kongressin ytimestä, eli kongressiprojektista, sitä pienempi vaikutus kongressilla siihen on. Vaikutuspiirien sijaintia pohtiessa apunani oli yrityksen Jallinojan & Harmaalan (2012, 65) sidosryhmän määritelmä (KUVA 2, s. 15). Kongressin vaikutuspiirit lähimmästä kaukaisimpaan ovat järjestelytoimikunta (sisäinen sidosryhmä), yhteistyökumppanit (taloudellinen sidosryhmä), osallistujat (taloudellinen sidosryhmä) sekä kohdekaupunki ja yhteiskunta (yhteiskunnallinen sidosryhmä).

5.1.1 Taloudellisesti vastuullinen kongressi

Tässä opinnäytetyössä on jo käsitelty taloudellista vastuullisuutta yrityksen toiminnan osana. Kun kongressiprojektin kymmenessä työvaiheessa (KUVA 8) tehdään niin vastuullisia ratkaisuja kuin mahdollista, on sillä taloudellisia vaikutuksia niin kongressin järjestäjiin (järjestelytoimikunta), yhteistyökumppaneihin, osallistujiin, yhteistyökumppaneihin kuin kohdekaupunkiin ja yhteiskuntaankin.



KUVA 8. Kongressin taloudelliset vaikutuspiirit ja vastuullisen toiminnan tavoitteet

Jo pelkkä päätös kongressin järjestämisestä on järjestelytoimikunnalle ennemminkin vaatimus siitä, että kongressin ympärille luodaan sellainen työryhmä, että kongressin järjestäminen on taloudellisesti mahdollista. Tuleville yhteistyökumppaneille ja muille sidosryhmille se on lupaus työllistamisestä ja näin ollen myös verotulojen kerryttämisestä. Päätös vaikuttaa myös kongressin osallistujiin, sillä tuleva kongressi tarkoittaa heille osallistumis-, majoitus- ja matkakustannuksia. Myös tulevalle kongressikaupungille ja sen matkailu- ja ravitsemispalveluille kuten myös muille yrityksille päätös kongressista on lupaus lisätuloista, sillä kongressiosallistujat syövät, majoittuvat ja tutustuvat kaupunkiin vapaa-ajalla.

Kongressin taloudellista vastuullisuutta voi parantaa kilpailuttamalla kongressipaikat ja -toimistot, hotellit ja muut yhteistyökumppanit, jotta tilattavat palvelut olisivat mahdollisimman vastuullisia, ja miksei myös kannattavan hintaisia. Alhaisin hinta ei välttämättä aina tarkoita laadukkainta ja toimivinta palvelua vastuullisuudesta puhumattakaan, mutta kuten haastattelemani asiakkaatkin totesivat, kalliimman vaihtoehdon valitsemista on vielä nykyisin vaikea perustella. Kuljetuksia kannattaa järjestää vain silloin kun se on oikeasti olennaista. Helsingin keskustassa kaikki hotellit ja muut kongressin liittyvät kohteet ovat yleensä kävelymatkan päässä, mikä on hyvä syy välttää ylikuljettamista. Lisäksi kaupungilta voi anoa julkisen liikenteen matkakortteja kongressiosallistujille, jolloin järjestettyjen kuljetusten tarve vähenee entisestään, ja kongressi säästää rahaa.

Kongressitoimiston toiminnassa olennaista on sekä omasta taloudellisesta tilanteesta huolehtiminen yrityksen toimintakyvyn takaamiseksi että kongressien järjestelytoimikunnan edustajien neuvominen ja auttaminen kongressin talouden hallinnassa. Sisäisen tehtävän toteuttaminen tarkoittaa lakien ja sääntöjen noudattamista, laskujen, palkkojen ja muiden kulujen maksamista sekä kongressitoimiston palvelujen realistista ja oikeutettua hinnoittelua.

Kongressiin liittyen on tärkeää muistaa se, että kongressissa liikkuva raha on asiakkaiden, ei kongressitoimiston omaisuutta. Tämä tarkoittaa automaattisesti rehellistä ja luotettavaa tilinhallintoa. Kuten yksi Congrexin henkilökunnan edustajakin totesi, kongressitoimiston tehtävä on vastata asiakkaiden taloudellisiin odotuksiin, jolloin budjetoinnissa, osallistumismaksujen määrittelyssä ja yhteistyökumppaneiden valinnassa hankitulla ammattitaidolla saattaa olla suuri merkitys kongressin taloudellisessa lopputuloksessa. Projektin alkuvaiheissa harkintaan voisi esimerkiksi laittaa eritasoisten osallistumismaksujen tai stipendien tarjoamisen köyhimpien maiden osallistujille, jotta heilläkin olisi mahdollisuus päästä kongressiin. Vaikka lopullisen ratkaisun osallistumismaksuista tekevät asiakkaat, kongressitoimisto voi kertoa hintaporrastuksen tuomista eduista, joka tässä liittyisi suoraan jo sosiaalisen vastuullisuudenkin huomioimiseen.

Vaikka kongressille valittu teema ja aihealueet eivät kuulostakaan merkityksellisiltä kongressin taloudellista kannattavuutta ajatellen, ajankohtaiset ja houkuttelevat aiheet ovat keinoja kutsua paikalle enemmän osallistujia. Osallistujamäärä puolestaan vaikuttaa kongressin budjettiin. Mitä enemmän osallistujia, sitä enemmän tuloja, ja sitä avokätisimmin voidaan korvata vaikkapa kutsuttujen puhujien antama panos tieteelliseen ohjelmaan kongressin aikana tai valita illallisella tarjottavaksi menuksi kalliimpi vaihtoehto.

Tieteellisissä kongresseissa järjestetään yleensä näyttely, johon pyritään hankkimaan alan yrityksiä näytteilleasettajiksi ja sponsoreiksi. Työ vaatii aktiivista otetta järjestelytoimikunnan edustajilta, sillä he tuntevat yrityksen edustajat henkilökohtaisesti, mikä on neuvotteluissa oiva valtti. Kongressitoimiston edustajien tehtävä on ohjata järjestelytoimikuntia oikeaan suuntaan näyttely- ja sponsoripakettien hinnoittelussa. Potentiaalisten sponsoreiden ja näytteilleasettajien taloudellinen panos riippuu täysin alasta. Esimerkiksi lääkefirmat osallistuvat suuremmilla summilla alansa kongressien näyttelyihin kuin maatalousalan yritykset.

Nykyisin monille yrityksille on luotu tarkat säännöt siitä, millä summilla näyttelyyn voidaan osallistua, jottei toiminta mene lahjonnan puolelle. Joka tapauksessa näytteilleasettajat ja sponsorit tuovat kongressille rahaa, joka mahdollistaa esimerkiksi kohtuullisemmat osallistumismaksut kongressiin ja iltatilaisuuksiin, mikä puolestaan saattaa kasvattaa osallistujamääriä. Sponsoreille ja näytteilleasettajille kongressi ja siellä luodut kontaktit ovat lupaus työllistämistä ja rahasta myös pidemmällä aikavälillä.

Sosiaalista ohjelmaa suunniteltaessa kannattaa miettiä, onko iltaohjelmille tarvetta ja kysyntää. Vaikka erilaisten retkien ja illan viettojen tarjoaminen kongressiosallistujille toisikin lisää tuloja kongressille, nykyisin vaikuttaa siltä, että osallistujat tutustuvat kaupunkiin mieluummin itse. Get-together -illanvietto ja kongressi-illallinen ovat usein riittävä sosiaalinen ohjelma kongressin ohjelmassa. Samaa pätee nykyisin myös seuralaisohjelmaan. Seuralaisten rekisteröiminen ei ole enää kovin yleistä, joten heille suunnitellun ohjelman tarve kannattaa pohtia perusteellisesti.

Kongressitoimiston tehtäviin kuuluvat myös osallistujien rekisteröitymisten laskuttaminen ja tarvittaessa karhuaminen kongressin maksukyvyyn ylläpitämiseksi, tietoturvallisuus luottokorttimaksujen käsittelyssä sekä hotelli- ja muiden varausten peruutusehdoista huolehtiminen. Myös henkilömäärien tarkennuksissa kongressitoimiston ammattitaidolla on merkitys kongressin taloudelle. Kaikki rekisteröityneet ovat harvoin yhtä aikaa kongressipaikalla, joten henkilömäärien tarkentaminen hieman alakanttiin tuo kongressille säästöjä. Täsmällinen ja tarkka toiminta varmistaa sen, että kongressille ei koidu ylimääräisiä kustannuksia. Kongressin aihealueisiin liittyvien abstraktien, eli tutkimusten tiivistelmien kerääminen, arviointi ja sisällyttäminen tieteellisen ohjelmaan vaikuttavat usein merkittävästi kongressin osallistumismääriin ja näin ollen myös taloudelliseen tilanteeseen.

Painotuotteiden ja muun kongressissa jaettavan materiaalin määrällä ja laadullakin voidaan vaikuttaa kongressin talouteen. Esimerkiksi päätös sähköisestä abstraktikirjasta tarkoittaa sääs-

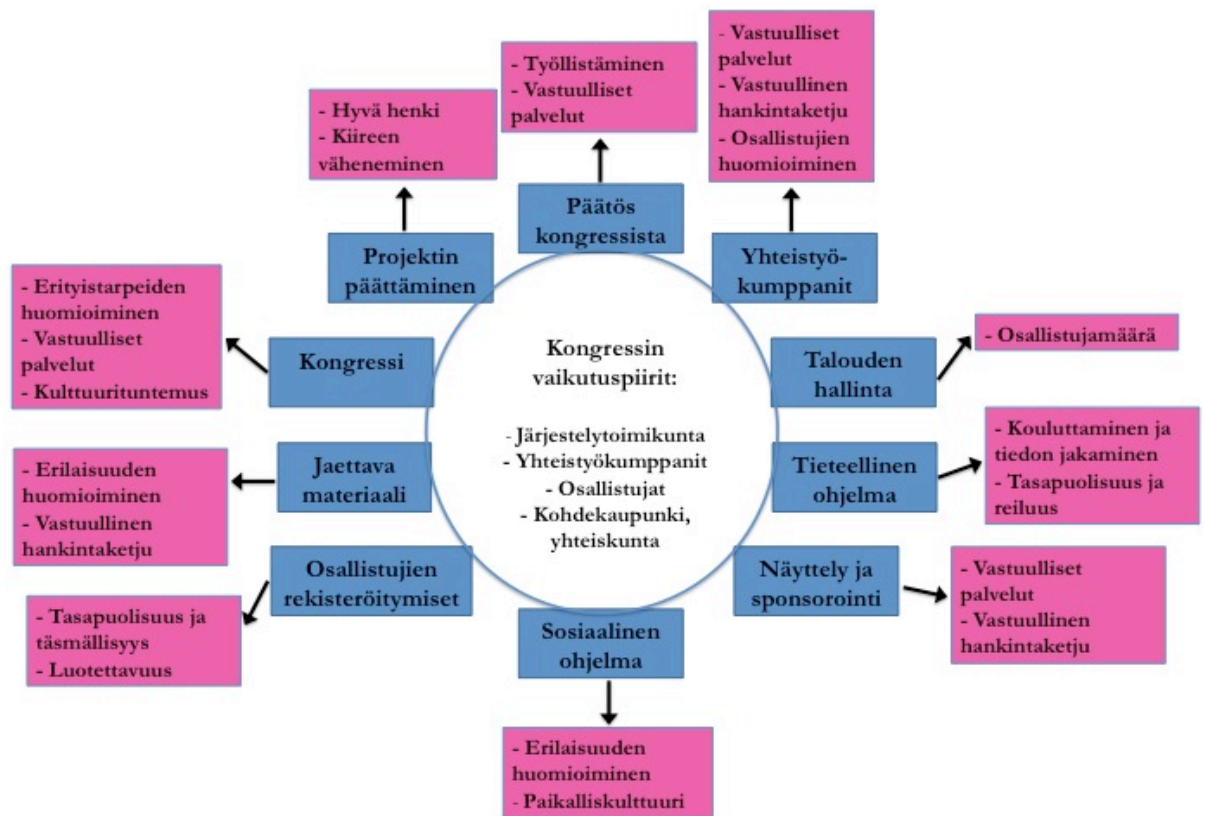
töjä painatuskuluissa ja kuljetuksissa. Myös kaiken muun jaettavan materiaalin olennaisuutta kannattaa pohtia, sillä osallistujat haluavat harvoin viedä mukaan laukkukaupalla kongressimateriaalia. Mitä vähemmän jaettavaa, sitä vähemmän kustannuksia kongressille tulee. Mitä vähemmän jaettavaa, sitä vähemmän jätteitä ja niiden käsittelyyn liittyviä kustannuksia kongressin järjestämisestä seuraa.

Varsinainen kongressi ja osallistujat tuovat kongressille tuloja. Tapahtuman aikana työllistyy myös paljon ihmisiä niin suoraan kuin myös yhteistyökumppaneiden ja muiden sidosryhmien kautta. Myös kohdekaupungin matkailuelinkeino saa kongressin myötä lisätuloja ja yhteiskunta verotuloja. Av-tekniikka, opasteet ja koristeet kongressipaikalla ovat kongressille kuluja. Niiden olennaisuus kannattaa pohtia. Toisaalta kongressin graafinen ilme kongressipaikalla esimerkiksi opasteissa tekee kongressista kokonaisuuden. Avustajana työskentely on joillekin alan opiskelijoille tai ammattilaisilla ainoa mahdollisuus päästä kuuntelemaan alan luentoja. He antavat työpanoksensa, jolloin kongressiin ei tarvitse palkata ulkopuolista henkilökuntaa avustajien tehtäviin.

Kongressien tilinhallintaan kuuluu tärkeinä osina laskujen hyväksyttäminen asiakkaalla ja niiden maksaminen ajoissa. Kongressin päätyttyä lopputilitysraportin täytyy vastata toteutunutta rahaliikennettä, minkä voi todistaa rekisteröitymisjärjestelmästä saatavilla raporteilla ja tilitahtumien tarkalla kirjaamisella. Lopputilityksen ja kongressin päättämisen tavoitteena on saada kongressin taloudellinen tilanne tuloineen ja maksuineen valmiiksi. Viimeistään tässä vaiheessa voidaan pohtia myös mahdollisten matkakulujen ja luentopalkkioiden maksamista esimerkiksi kutsutuille puhujille tai avustajille.

5.1.2 Sosiaalisesti vastuullinen kongressi

Myös kongressin sosiaalisen vastuullisuuden kuuluu niin kongressitoimiston sisäinen toiminta kuin kongressin toteuttama vastuullisuus (KUVA 9). Päätös kongressin järjestämisestä toimii myös sosiaalisen vastuun näkökulmasta työllistämisen lupauksena. Järjestettävä kongressi tuo työtä niin kongressitoimiston ja -paikan kuin myös hotellien ja muiden yhteistyökumppaneiden välille koko kongressiprojektin ajan, sekä esimerkiksi esiintyjille ja avustajille varsinaisen tapahtuman aikana.



KUVA 9. Kongressin sosiaaliset vaikutuspiirit ja vastuullisen toiminnan tavoitteet

Kongresseissa sosiaalinen vastuullisuuden ulottuvuudet ovat moninaiset, sillä kongressiin läheisesti liittyviä kohderyhmiä ovat niin asiakkaat kuin kongressiosallistujat, yhteistyökumppanit ja kohdeyhteisön jäsenetkin. Sosiaalisesti vastuullinen kongressi valitsee yhteistyökumppaneikseen vain sellaisia tahoja, jotka toimivat lakien ja sääntöjen mukaisesti. Valittujen yhteistyökumppaneiden sosiaalisesti vastuullista toimintaa on vaikea kuitenkin todentaa. Pohdittavaksi voisikin laittaa, riittääkö vastuullisen kongressin määritelmäksi se, että kongressiprojektin läheisimmin osallistuvat sidosryhmät, eli järjestelytoimikunta ja kongressitoimisto, noudattavat yleisesti hyväksytyjä säädöksiä ihmisten hyvinvoinnin takaamiseksi. Yhteistyökumppaneiden valinnalla järjestelytoimikunta osoittaa myös ympärillä oleville ihmisille ja kohdekaupungille, että se arvostaa lakien, sääntöjen ja ohjeistusten noudattamista.

Yhteistyökumppaneiden valinnalla on vaikutus myös varsinaisiin kongressiosallistujiin. Esimerkiksi riittävien hotelli- ja ravintolapalveluiden varaaminen eritasoisista hotelleista takaa sen, että osallistujat pystyvät varmistamaan majoituksensa kongressikaupungissa tapahtuman aikana. Tarjolla pitäisi myös olla liikuntaesteisille, allergikoille ja perheille sopivia majoitusvaihtoehtoja ainakin jos osallistuja niitä pyytää.

Kongressitoimiston toiminnassa sosiaalinen vastuullisuus voisi tarkoittaa henkilöstön hyvinvoinnista huolehtimista. Tämän alle voi listata ainakin tasapuolisen ja reilun palkkauksen ja kohtelemisen, työterveyshuollosta, lomista ja tauoista huolehtimisen sekä riittävän osaamisen ja työvoiman varmistamisen jokaiseen kongressiprojektiin. Kongressitoimiston asiakkaihin, eli kongressien järjestelytoimikunnan edustajiin kohdistuva sosiaalinen vastuullisuus tarkoittaa sitä, että jokaiselle kongressiprojektille on nimetty vastuuhenkilöt, jotka ovat selvillä käytännön järjestelyjen kulusta koko ajan.

Tasapainoiseksi ja realistiseksi rakennettu budjetti ja osallistumismaksujen määrittely vaikuttavat suoraan siihen, kuinka vetovoimaiseksi osallistujat kongressin kokevat. Ajankohtainen ja mielenkiintoinen aihe saattaa tuntua vähemmän houkuttelevalta, jos osallistuminen kongressiin on tehty liian kalliiksi. Jo edellisessä luvussa mainitut porrastetut osallistumismaksut esimerkiksi opiskelijoille ja köyhempien maiden edustajille ovat osoitus sosiaalisesta vastuullisuudesta. Kongressia ei ikään kuin ole suljettu niiltä, joiden kuukausipalkka ei yllä länsimaisen tasoon. Porrastetut hinnat, stipendit ja muut avustukset ovat joidenkin maiden edustajille ainoita mahdollisuuksia päästä näyttämään omaa osaamistaan tieteen saralla.

Valittu teema ja aihealueet ovat merkityksellisiä sosiaalisen vastuullisuuden kannalta. Kongressin tehtävä on jakaa uusinta tutkimustietoa alan ammattilaisille sekä tarjota heille areena keskustelulle ja verkostoitumiselle. Tarkkaan pohdittu teema ja aihe edesauttavat kongressin houkuttelevuutta ja rekisteröitymisvilkkautta. Tieteellisen ohjelman suunnittelussa sosiaalisen vastuullisuuden voi huomioida valitsemalla kutsutuiksi puhujiksi niin miehiä kuin naisia kaikista maanosista. Sama pätee myös hyväksytyihin abstrakteihin, minkä lisäksi suullisia esityksiä olisi hyvä antaa myös köyhempien maiden edustajille, vaikka tieteellisen tutkimuksen ajatellaankin usein olevan korkeampitasoista länsimaissa.

Sponsoreita ja näytteilleasettajia valittaessa pätee oikeastaan samat säännöt kuin muitakin yhteistyökumppaneita kohtaan. Niidenkin pitäisi noudattaa ihmisoikeuksia, sekä toimia tasavertaisesti ja luotettavasti. Sosiaalisesti vastuullinen liiketoiminta ulottuu sponsoreille ja näytteilleasettajillakin koko hankintaketjuun.

Sosiaalisen ohjelman suunnittelussa sosiaalisesta vastuullisuudesta viestii ruokavalioiden ja uskontojen huomioiminen sekä esteettömyys ja tarvittaessa myös kuljetuksen järjestäminen. Avajaisten tai muiden kongressiin kuuluvien sosiaalisten tapahtumien järjestämisessä voisi huomioida paikallisen yhteisön tarjoamat mahdollisuudet, jolloin paikallista kulttuuria ja elin-

tapaa on mahdollista tuoda esiin. Esimerkki tällaisesta huomioimisesta on lapsikuoron esiintyminen lapsi- ja nuorisopsykiatrian kongressissa.

Seuralaisille suunnitellaan nykyisin yhä vähemmän ohjelmaa, sillä heidän osallistumisintonsa on vuosien saatossa vähentynyt. Puolisot tulevat kongressikaupunkiin turistina, ja viettävät aikaa ilmeisesti mieluummin itsenäisesti kuin toisiin puolisoihin tutustuen. Mikäli seuralaisille tarjotaan jonkinlaista suunniteltua ohjelmaa, houkuttelevin ohjelmavaihtoehto liittyisi varmastikin paikalliseen kulttuuriin. Helsingissä valttina toimii usein design ja arkkitehtuuri. Kohderyhmän huomioiminen seuralaisten suhteen on vaikeaa, sillä ryhmä on usein hyvin heterogeeninen. Keski-Euroopassa yleistyneet sosiaalisen vastuullisuuden ohjelmat eivät ole vielä rantautuneet Suomeen. Niiden vetovoiman testaaminen joko varsinaisten osallistujien tai seuralaisten joukossa olisi mielenkiintoista, mutta se vaatisi ensiksi perusteellisen kehittelytyön yhdessä matkailualan palveluntarjoajien kanssa.

Kongressiosallistujien joukko koostuu varsinaisista osallistujista, jotka tulevat kuuntelemaan tieteellisiä luentoja, kutsutuista puhujista, hyväksytyin abstraktin jättäneistä suullisten tai posteresitysten pitäjistä, seuralaisista, avustajista sekä näytteilleasettajien ja sponsoreiden edustajista. Heidän kohdallaan kongressitoimiston osoittamaa sosiaalista vastuullisuutta on rekisteröitymisten viipymätön, tasapuolinen ja reilu käsittely sekä kutsukirjeiden lähettäminen viisumihakemusta varten.

Kiireisen kongressisesongin aikana tulevien vuosien kongresseilla on taipumus jäädä vähemmälle huomiolle, jolloin asiakkaat saattavat kokea olevansa yksin projektinsa kanssa. Tärkeää olisikin, että kongressitoimistolla on riittävästi käsipareja huolehtimaan myös tulevien vuosien kongresseista. Tämän takia sesongin aikana apuna onkin lisätyövoimaa. Sosiaalisen vastuun kannalta projektinhallintaan voisi kiinnittää tarkempaa huomiota esimerkiksi projektiakataulun ja työnjaon tarkentamisella heti kongressiprojektin alkaessa.

Myös graafikko voi omalla ammattitaidollaan helpottaa osallistumista kongressiin esimerkiksi internet-sivujen ja painotuotteiden helppolukuisuudella ja selkeydellä. Sosiaalisesti vastuullista ei ole myöskään tilata kongressilaukuiksi lapsityövoimalla teetettyjä laukkuja Kiinasta, koska ne ovat halvempia kuin kotimaiset designlaukut. Jaettavan materiaalin pitäisi täyttää sosiaalisen vastuullisuuden vaatimukset sen tuottamista ja hankintaketjua myöten.

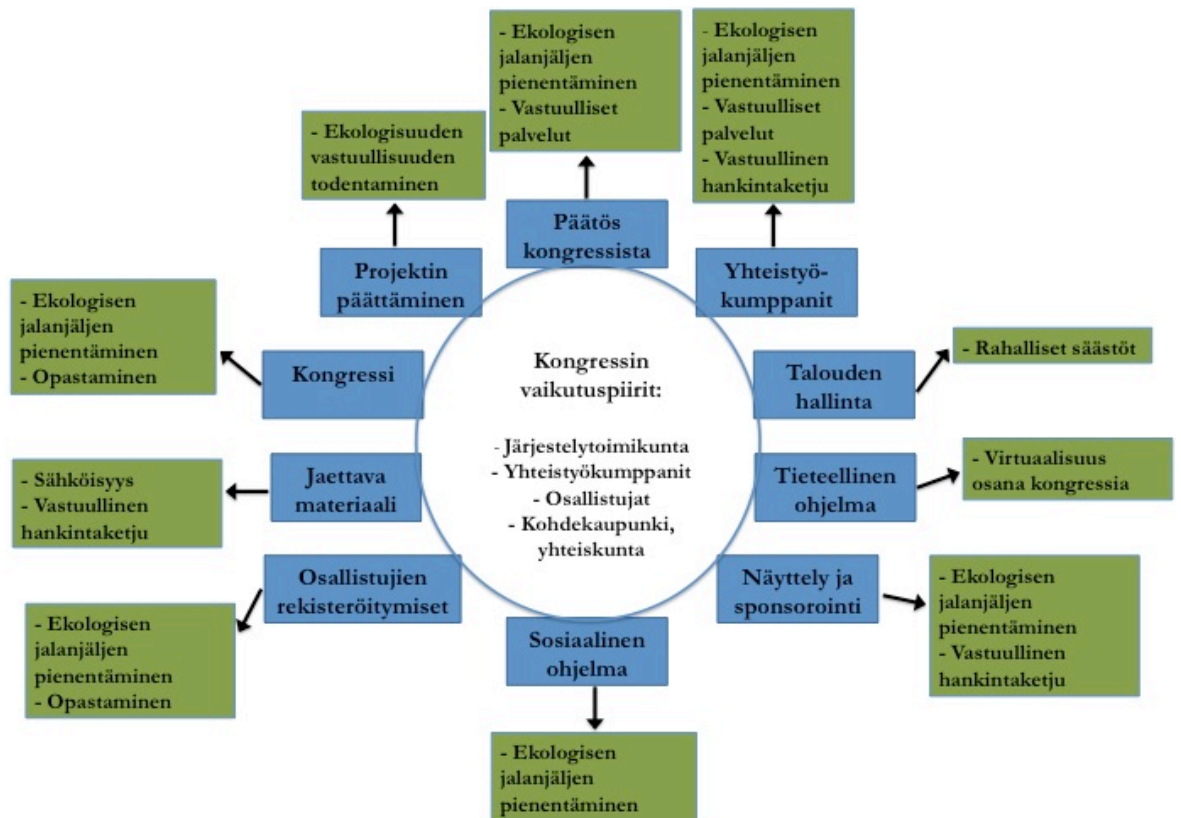
Varsinaisen kongressin sosiaalinen vaikutuspiiri koskettaa niin järjestelytoimikunnan edustajia, osallistua kuin kaikkia yhteistyökumppaneiden työntekijöitä. Kongressipaikalla osallistujien

olemista voi helpottaa opasteilla ja av-tekniikalla. Esimerkiksi valkokankaiden ja mikrofonien käytöllä voidaan parantaa heikkonäköisten ja huonokuuloisten osallistumisen mielekkyyttä. Usein näitä asioita pidetään itsestään selvyytenä, ja niiden pohtiminen jää vähemmälle huomiolle. Avustajiksi rekrytoidaan usein alan opiskelijoita, joilla ei välttämättä muuten olisi mahdollista osallistua kongressin tieteelliseen ohjelmaan. Avustajat antavat oman työpanoksensa, saavat pienen korvauksen ja ennen kaikkea pääsevät kuuntelemaan alansa huipputaajia. Lisäksi kohdeyhteisön ihmiset saavat tapahtumasta oman osansa. Heille tarjoutuu esimerkiksi mahdollisuus tutustua vieraisiin kulttuureihin kaupungilla tai kuulla uutisista jonkin lääketieteen alan uusista parannuskeinoista. Lisäksi joskus suuren tapahtuman ohjelmat sulkevat ravintolan tai jonkin muun yrityksen toimitilat muulta yleisöltä.

Lopputilitys ja projektin päättäminen vaikuttaa eniten sekä järjestelytoimikuntaan että kongressitoimistoon. Järjestelytoimikunnan edustajat saavat pääosin hyvässä hengessä konkreettisen päätöksen monen vuoden projektille. Kongressitoimiston henkilökunnalle projektin päättäminen tarkoittaa usein pientä hengähdystaukoa kiireen jälkeen sekä aikaa keskittyä enemmän tuleviin kongressiprojekteihin.

5.1.3 Ekologisesti vastuullinen kongressi

Myös kongressin ekologisessa vastuullisuudessa kulkevat rinnakkain kongressitoimiston ympäristöön vaikuttava toiminta ja kongressin ympäristöön vaikuttava toiminta (KUVA 10). Ekologisen vastuullisuuden näkökulmasta päätös kongressin järjestämisestä ei ole lupaus, vaan uhka. Se on uhka päästöistä, ilman saastumisesta sekä energian ja resurssien kulutuksesta. Uhan ehkä tärkein vaikutuspiiriin kuuluva ryhmä on järjestelytoimikunta, joka päätöksillään voi vaikuttaa uhan toteutumiseen tai vastaavasti lupaukseen ympäristövaikutusten pienentämisestä. Järjestelytoimikunnan ekologiset päätökset vaikuttavat suoraan kohdeyhteisöönkin.



KUVA 10. Kongressin ekologiset vaikutuspiirit ja vastuullisten ratkaisujen tavoitteet

Tässä vaiheessa myös potentiaaliset osallistujat tekevät alustavia ratkaisuja matkustamisesta kongressiin. Järjestelytoimikunnan päätöksillä on siis vaikutus myös osallistujiin, sillä kongresseissa suurimman ympäristövaikutuksen aiheuttaa matkustaminen. Kongressia ei ole ilman matkustamista. Kongressipaikka pitäisikin valita hyvien kulkuyhteyksien varrelta, jotta mahdollisimman moni pääsee paikalle nopeasti ja mahdollisimman päästöttömästi. Kongresseissa päästötön matkustaminen ei ehkä kuitenkaan ole kovin realistista, sillä suurin osa osallis-
tujista käyttää kaikesta huolimatta lentokoneita saapuessaan Suomeen.

Matkustaminen ei rajoitu pelkästään varsinaiseen kongressiin, vaan myös sitä edeltävään työhön. Joskus voisi harkita, pystyttäisiinkö järjestelytoimikunnan kokoukset pitämään videoneuvotteluna, jolloin säästyisi matkustusaika sekä välttyttäisiin siihen liittyviltä päästöiltä. Toistaiseksi kokoukset pidetään usein kasvotusten, sillä käytännön järjestelyjen tilannetta on helpompi käydä läpi kasvotusten. Syy kasvokkain kokouksiin saattaa tosin olla myös tottu-
muksessa.

Jos kongressi päätetään järjestää mahdollisimman kestävästi, ekologisia periaatteita pitää vaatia myös yhteistyökumppaneilta, eli kongressipaikalta ja -toimistolta, hotelleilta, graafikolta ja painotalolta. Elleivät ne pysty todentamaan ekologisia ratkaisuja toiminnassaan, tilalle löytyy var-

masti tahoja, jotka voivat. Kuten tässä työssä aikaisemminkin on kerrottu, kun yhteistyökumppaneilta vaatii tietynlaista toimintaa, ne alkavat pikkuhiljaa noudattaa niitä jopa automaattisesti. Mitä ekologisemmin toimivia yhteistyökumppaneita kongressilla on, sitä vähemmän ympäristövaikutuksia kohdeyhteisö joutuu kongressin seurauksena kokemaan. Kongressitoimisto pystyy toimimaan ekologisemmin vähentämällä sähkön, energian ja paperin kulutusta, lajittelemalla jätteitä sekä opastamalla myös asiakkaita ekologisempiin ratkaisuihin.

Teemaa, aihealueita ja kutsuttuja puhujia pohtiessa järjestelytoimikunta joutuu ehkä jopa ristiriitaisen valinnan äärelle. Ajankohtainen ja mielenkiintoinen aihe houkuttelee osallistujia matkustamaan kongressiin eri puolilta maailmaa, mikä puolestaan aiheuttaa päästöjä. Myös ympäri maailmaa matkustavat kutsutut puhujat luovat matkustamisellaan päästöjä, mutta tuovat paikalle myös osallistujia ja sitä kautta kongressille rahaa. Ei olekaan kovin realistista karsia puhujia kotimaan perusteella tai rajoittaa osallistujamäärää muutenkaan, sillä kongressien tarkoitus on jakaa alan uusinta tietoa. Ehkä ainoa toimiva ekologinen ratkaisu tieteellistä ohjelmaa suunniteltaessa on pohtia, voisiko joidenkin kansainvälisten luennoitsijoiden esityksen hoitaa virtuaalisella tekniikalla, jolloin välttyttäisiin matkustamisesta koituvista päästöistä heidän osaltaan. Tällä on kongressin ekologisen vastuullisuuden kannalta kuitenkin varsin pieni vaikutus, jolloin kongressiprojektin muissa työvaiheissa tehdyillä ekologisilla ratkaisuilla on suuri merkitys.

Budjetin kohdalla voidaan käytännössä todistaa, että jossain tapauksissa ekologisilla ratkaisuilla saadaan oikeasti säästöjä, vaikka ne ehkä aluksi tuntuvatkin kalliilta. Tässä tehtävässä kongressitoimiston työntekijöillä on mahdollisuus opastaa ja neuvoa. Se ei kuitenkaan onnistu, ellei ekologisten ratkaisujen vaikutusta budjettiin ole etukäteen tutkittu.

Sponsorien ja näytteilleasettajien sekä muiden yhteistyökumppaneiden valinta vaikuttaa järjestelytoimikuntiin. Niiden pitää pystyä kannustamaan ja ohjeistamaan jokaista tahoja tekemään mahdollisimman ekologisia ratkaisuja. Kongressi ei voi olla ekologisesti vastuullinen, jos järjestelytoimikunta ei ole sisäistänyt ympäristönäkökulmaa yhtenä arvona, ja vaadi sitä myös kaikilta niiltä sidosryhmiltä, jotka kongressin toteuttamiseen osallistuvat. Jotta näytteilleasettajat ja sponsorit eivät toimittaisi ständirakenteitaan ympäri maailmaa, niille voidaan tarjota ständipaketteja, joka mahdollistaa sekä näyttelyn yhtenäisen ilmeen että vähentyneet kuljetuspäästöt ja jätteet. Näytteilleasettajia ja sponsoreita pitäisi myös kannustaa pohtimaan sitä, mikä määrä painotuotteita tai jaettavaa materiaalia on oikeasti järkevää, ja voisiko kaiken korvata sähköisellä materiaalilla.

Myös ruoka – ja juomatarjoilulla voidaan vaikuttaa ekologisen jalanjäljen suuruuteen. Valitsemalla lähiruokaa kuljetusmatkat vähenevät. Valitsemalla luomua, ympäristön rehevöityminen vähenee. Tarkentamalla tilattavien ruokien määriä, ehkä jopa hieman alakanttiin, voidaan vähentää hukkaa ja samalla säästää myös kongressin rahaa. Esimerkiksi illallispaikkaa valittaessa menuvaihtoehtojen kartoituksella voidaan jo vaikuttaa illallisen ekologiseen jalanjälkeen. Onko järkevää tarjota Suomessa brasilialaista härkää kotimaisen riistin sijaan? Edellisessä luvussa mainittu sosiaalisen vastuullisuuden toteuttaminen paikalliskulttuurin esiintyjiä hyödyntäessä on myös kestävä vaihtoehto. Vähemmän kuljetuksia ja matkustamista tuo vähemmän päästöjä.

Varsinaisen kongressipaikalle matkustamisen lisäksi päästöjä syntyy järjestetyistä kuljetuksista. Vastuullisissa kongressissa shuttle-bussit ja muut kuljetukset voidaan korvata julkisen liikenteen matkakortilla tai opastetuilla kävelyreiteillä, mikä tuo osallistujille myös lisäelämyksen kohdekaupungista. Pääkaupunkiseudulla on mahdollista anoa ilmaisia matkakortteja kongressiosallistujien käyttöön.

Abstraktien, rekisteröitymistien, hotellivarausten ja maksuliikenteen hoitamisessa suurin vastuu on kongressitoimiston henkilökunnalla. Sähköisen viestinnän käyttäminen kongressiosallistujien kanssa kaikessa kongressia edeltävässä kirjeenvaihdossa on keino vähentää ympäristön kuormitusta sekä nopeuttaa informaation kulkua. Laskujen ja vahvistuskirjeiden lähettäminen sähköpostitse vähentää huomattavasti myös postituskuluja.

Vaikka matkustustapa on kongressiosallistujan oma päätös, kongressitoimisto voisi opastaa heitä etukäteen esimerkiksi matkasta aiheutuvien päästöjen kompensoimisessa tai vaihtoehtoisissa matkustusmuodoissa. Vaihtoehtoisesti järjestelytoimikunta voi päättää, kompensoivansa tietyllä summalla koko osallistujajoukon matkustamisen, mikä tosin tarkoittaisi päästöarviota osallistujien maajakauman pohjalta. Helpompi vaihtoehto olisi kompensoida esimerkiksi vain kutsuttujen puhujien matkat, sillä heidän lentokilometrien tarkistaminen olisi matkalaskujen pohjalta mahdollista. On tärkeää kuitenkin muistaa, että päästöjen kompensoiminen ei poista päästöjä. Niiden ostaminen ei tarkoita sitä, että ympäristölle aiheutettu haitta olisi pienempi. Ekologiset ratkaisut ovat silti tärkeämpiä, ja niitä pitäisi tehdä kongresseja järjestäessä yhä useammin. (Jones 2010, 121.)

Kongressiin liittyvän jaettavan materiaalin määrän pohtiminen osana ekologista vastuullisuutta auttaa sekä vähentämään paperin kulutusta ja vähentämään jätteiden määrää. Materiaali jaetaan paljon myös muuten. Kongressilaukun, osallistujalahjojen, esitteiden ja muun jaettavan materiaalin olennaisuutta ja tarpeellisuutta on syytä pohtia. Laukun suhteen kongresseissa on menty

paljon eteenpäin. Vielä kuitenkin näyttää siltä, että sähköiseen materiaaliin ei uskalleta kokonaan tarrua, vaan esimerkiksi ohjelma- ja abstraktikirjoja painetaan edelleen ja kongressilaukuihin pakataan esitteitä. Jos painotuotteista halutaan pitää edelleen kiinni, niiden tilausmäärät voisi pitää minimissä. Vaikka 350 ohjelmakirjan tilaus ei eroa paljoa 300 kirjan tilauksen hinnasta, ekologisesti ajateltuna ei ole perusteita tilata suurempaa määrää 280 hengen kongressiin. Jos painotuotteita tilataan todellista tarvetta enemmän, jonain päivänä tulee se hetki, jolloin ylimääräiset päätetään heittää varaston perältä roskikseen. Tarvittava määrä olisi vapauttanut tilaa varastosta, vähentänyt jätteiden ja näin myös jätehuollon aiheuttamien kustannusten määrää.

Varsinaisen kongressin aikana ekologisen vastuullisuuden vaikutuspiiriin kuuluvat niin järjestelytoimikunta, osallistujat kuin yhteistyökumppanitkin. Järjestelytoimikunnan tehtävä on varmistaa, että kongressin aikana kaikki on niin kestävää kuin on annettu etukäteen ymmärtää. Sama pätee myös kaikkiin yhteistyökumppaneihin. Osallistujien kohdalla ekologisuus näkyy esimerkiksi jätteiden lajitteluna, hanaveden tarjoamisena ja mahdollisuutena kompensoida omia matkoja, tai ainakin saada siitä tietoa. Ekologiset ratkaisut ovat myös keino opettaa osallistujia, yhteistyökumppaneita ja tulevia kongressijärjestäjiä.

Lopputilityksen ja projektin päättämisen aikana niin järjestelytoimikunta kuin yhteistyökumppanit voivat tehdä raportin siitä, kuinka ekologista oma toiminta todellisuudessa olikaan. Raportointi on hyvä keino kehittää omaa toimintaa ja kannustaa myös muita tahoja kestävämpään toimintaan.

6 Pohdinta

Tässä luvussa kokoan yhteen opinnäytetyöprosessiin liittyvät tekemiseni, kokemukseni sekä saadut oivallukset ja ideat. Pohdin ensiksi asettamani tavoitteeseen pääsemistäni. Tämän jälkeen kerron mielestäni keskeisimmät näkökulmat vastuullisissa kongresseissa sekä arvioin vastuullisen kongressin kehittämisen onnistumisen. Lopuksi arvioin opinnäytetyöprosessini.

6.1 Tavoitteen saavuttaminen

Opinnäytetyöni tavoite oli kehittää vastuullinen kongressi. Tavoitteeseen päästäkseni oli tärkeää tutkia ensiksi Congrexin nykyistä toimintatapaa. Tämän jälkeen tutustuin olemassa olevaan aineistoon sekä keräsin empiiristä tietoa haastattelujen ja kyselyiden avulla, jotta tunnistaisin olennaisimmat päätökset vastuullisen kongressin kannalta. Jotta Congrexin henkilökunta voisi vakuuttaa asiakkaansa vastuullisen liiketoiminnan periaatteiden noudattamisen tärkeydestä, tarvitaan työkalu, jonka avulla kongressien järjestelyjen vastuullista näkökulmaa voi myydä ja projektin alkaessa myös viedä eteenpäin.

En halunnut muuttaa olemassa olevia toimintatapoja perin pohjin, sillä oman kokemukseni mukaan nykyistä toimintaa koskevat uudet käytännöt on helpompi sisäistää, jos ne on jollain tapaa yhdistetty totuttuun toimintamalliin. Tästä syystä päätin lisätä vastuullisen liiketoiminnan ulottuvuudet nykyiseen kongressiprojektiin (KUVA 1). Vastuullisen kongressin avulla Congrex voi kehittää tuotteitaan ja palveluitaan sekä lisätä asiakkaidensa ja henkilökuntansa tuntemusta vastuullisen liiketoiminnan periaatteista.

Konstrukttiivisen tutkimuksen prosessin (KUVA 3) neljäs askelma on toimivuuden testaus. Vastuullinen kongressi on lisäpalvelu, jota Congrex alkaa testata ja kehittää yhdessä asiakkaidensa kanssa. Vastuullisen kongressin testaaminen rajattiin opinnäytetyön ulkopuolelle. Yksi kongressiprojekti kestää keskimäärin kolme vuotta, joten minun olisi pitänyt alkaa kehittää vastuullista kongressia heti opiskelujeni alusta lähtien. Testaaminen olisi voinut oikeastaan alkaa vasta syksyllä 2012 käynnistyvissä projekteissa, testaamisen tuloksia olisin päässyt pohtimaan kahden-kolmen vuoden kuluttua, ja tämän jälkeen olisi todennäköisesti ollut vielä tarve kehittää vastuullista kongressia saatujen tulosten pohjalta. Tästäkin syystä on siis järkevämpää, että vastuullisen kongressin testaaminen ja kehittäminen jatkuu organisaatiossamme yhteistyössä asiakkaidemme kanssa.

Vastuullista kongressia ei kannata ottaa heti käyttöön, sillä kongressitoimiston henkilökunnan kouluttaminen vastuullisuuden periaatteisiin on tärkeää. Vasta sen jälkeen palvelun myyminen ja tuottaminen voi olla uskottavaa niin organisaation sisällä kuin sen ulkopuolellakin. Tämä opinnäytetyö on kuitenkin jo ennen varsinaista käyttöönottoa todistus siitä, että Congrexissa on pohdittu vastuullisia näkökulmia.

Vastuullista kongressia ei ole tarkoitus noudattaa sataprosenttisesti jokaisessa Congrexin projektissa. Asiakkaalle täytyy antaa mahdollisuus valita osa-alueista vain ne, jotka hän kokee tärkeimmiksi ja olennaisimmiksi itselleen ja kongressin kohderyhmälle. Tapahtuma-alan nykytilanteessa, jossa vastuullisuuteen on vasta alettu kiinnittää huomiota, olisi vastuullisen kongressin tarjoaminen ainoa palveluvaihtoehtona suorastaan riski, joka saattaisi samalla tarkoittaa sitä, että kongressitoimisto on pelannut itsensä pois ainakin kyseisen tapahtuman tarjouskilpailusta.

Myös haastattelemani asiakkaat totesivat, että vastuullisen kongressin esittelyssä kannattaa huomioida asiakasryhmä. Kaikille kestävät näkökulmat eivät yksinkertaisesti ole tärkeitä, jolloin niiden tarjoamiseen ja asiakkaiden opastamiseen ei kannata käyttää kauheasti energiaa. Kielteisesti vastuullisuuteen suhtautuvia voisi kannustaa pohtimaan esimerkiksi kongressilaukun jatkokäyttöä ja sähköisiä materiaaleja. Asiasta innostuneemmille vastuullisuudesta ja kestäväydestä kannattaa kertoa enemmänkin.

6.2 Vastuullisen kongressin keskeisimmät oivallukset

Vastuullisen kongressissa Congrexin vastuullinen toiminta kulkee rinnakkain kongressin vastuullisuuden ja siihen liittyvien järjestelyjen kanssa. Näitä kahta on vaikea erottaa toisistaan, sillä kongressitoimiston ja kongressin toiminnot nivoutuvat tiiviisti yhteen kongressin alkumetreiltä lähtien.

Mielestäni tärkeimmät päätökset kongressiprojekteissa vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta ovat:

- 1) Yhteistyökumppaneiden valinta
- 2) Painotuotteiden ja muun jaettavan materiaalin tarpeellisuus, määrä ja laatu
- 3) Peruutuspäivämäärien ja muiden deadlinejen huomioiminen

Yhteistyökumppaneiden kilpailuttamisella ja valinnalla voidaan varmistua siitä, että tilattavat palvelut ovat mahdollisimman vastuullisia, ja ehkä myös kannattavan hintaisia. Vaikka yhteis-

työkumppaneiden vastuullisuus saattaa olla kokonaisuudessaan vaikea todentaa, järjestelytoimikunnan asettama vaatimus vastuullisista palveluista saattaa kuitenkin pikkuhiljaa muuttua kannusteeksi ja automaatioksi. Lähtökohtana voi aluksi olla lakien ja sääntöjen noudattaminen, mutta yhteistyökumppaneiden tultua tutummaksi niiltä voi alkaa vaatia myös lakien ja sääntöjen yli meneviä toimia, kuten esimerkiksi sähköisen materiaalin tarjoamista tai hankintaketjun kaikkien työntekijöiden ihmisoikeuksien kunnioittamista. Tässä kohtaa voi miettiä alustavasti periaatteita myös sille, hyväksytäänkö kongressin sponsoreiksi ja näytteilleasettajiksi kaikki kiinnostuneet yritykset, vai asetetaanko niidenkin osallistumisen ehdoksi vastuullinen toiminta.

Painotuotteiden ja muun jaettavan materiaalin tarpeellisuuden, määrän ja laadun pohtimiselle voidaan säästää niin rahaa kuin ympäristöä. Esimerkiksi abstraktikirjojen sähköisyys tuo säästöjä painatuskustannuksissa sekä vähentää kongressi jätemäärää. Mitä vähemmän kongressissa on jaettavaa materiaalia, sitä vähemmän on kustannuksia ja jätteitä. Kongressilaukuissa kannattaa suosia kotimaisuutta, jolloin hankintaketjun vastuullisuus on helpompi todentaa, ja lyhemmat kuljetusmatkat tuovat säästöjä. Esimerkiksi Marimekon Hopeamitalikassilla on käyttöä usein kongressin jälkeenkin. Vaikka laukun hinta on kalliimpi kuin esimerkiksi Kiinassa valmistetun repun, ekologinen ja sosiaalinen vastuullisuus on helpommin todistettavissa pienemmän jätemäärän ja vastuullisen hankintaketjun takia.

Peruutuspäivämäärien ja muiden deadlinejen huomioimisella tarkoitetaan erityisesti kongressitoimiston tehtäviä. Jotta sille itselleen ja kongressin järjestelytoimikunnalle ei tule ylimääräisiä kustannuksia, on peruutuspäivämäärien huomioiminen tärkeää. Esimerkiksi hotellikiintiöille ja retkille on sovittu päivämääriä, jolloin tarvittavien varausten määrää tarkennetaan, ja tarvittaessa huoneita vapautetaan tai retkiä perutaan. Deadlinet on usein myös kaikilla ruoka- ja juomatarjoiluilla, joiden tarkka määrä pitää vahvistaa sovittuun päivämäärään mennessä. Kokemattomat kongressijärjestäjät eivät välttämättä uskalla vahvistaa tarjoilumääriä alakanttiin, minkä takia kongressitoimiston ammattitaito ja kokemus henkilömäärien vahvistamisessa saattaa tuoda kongressille huomattaviakin säästöjä. Kaikki osallistujat ovat harvoin yhtä aikaa kongressipaikalla, joten pienemmällä tarjoilumäärällä säästetään jälleen rahaa ja ympäristöä.

Vaikka vastuullisia ratkaisuja ei tehtäisikään järjestelmällisesti koko kongressiprojektin ajan, nämä kolme päätöstä ovat sellaisia, joiden avulla vastuullisia näkökulmia voi tuoda kongresseihin huomaamattakin. Päätösten vaikutukset ovat myös nopeasti nähtävissä kongressin budjetissa. Lisäksi jokaisen päätöksen avulla vaikutetaan niin omaan kuin yhteistyökumppaneidenkin vastuulliseen toimintaan sekä säästetään ympäristöä. Näissä päätöksissä kongressitoimiston edustajien ammattitaito on avainasemassa. Mielestäni nämä ovat myös tarpeeksi pieniä askel-

mia sellaisille järjestelytoimikunnille ja kongressiosallistujille, joille vastuullisuus ei ole ennestään tuttu. Pienistä askelmista voi pikkuhiljaa siirtyä kohti suurempia kokonaisuuksia, aivan kuten lumihiihtäjästä voidaan pyörittää lumipallo ja koota lopulta lumiukko.

Jotta Suomi voisi säilyttää asemansa kahdenkymmenen suosituimman kongressimaan joukossa vastuullisuusajattelun ja kestävä kehityksen arvojen yleistyessä, kongresseja ei voi järjestää vain taloudellisista lähtökohdista. Tehdyt oppaat osoittavat, että vastuullisuusnäkökulmaa on alettu pohtia kongressialalla ammattitaitoisemmin. Oppaiden avulla tuodaan esille parhaita käytäntöjä, case-esimerkkejä, ohjeita ja neuvoja sekä käytännönläheisiä ratkaisuja kuin myös osoitetaan se, että tapahtumilla on vaikutuksia myös kohdeyhteisölle (Musgrave & Raj 2009, 4).

6.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi

Konstruktiiivisen tutkimuksen prosessin (KUVA 3) viides askelma on teoriakytöntöjen ja uuteusarvon osoittaminen. Opinnäytetyöni aiheen rajaaminen tuntui aluksi vaikealta. Vastuullisesta liiketoimintaa käsitteleviä kirjoja ja artikkeleita on paljon. Välillä oli vaikeaa saada kiinni siitä, mikä on opinnäytetyöni kannalta olennaista, ja minkä voin ohittaa asiaan kuulumattomana tietona. Vastuullisen liiketoiminnan ja tapahtumien järjestämisen yhteyttä ei ole vielä tutkittu kovin paljon, mutta kaksi vuotta kestäneen opinnäytetyöprosessin aikana oli jo selkeästi huomioitavissa, että aiheesta alettiin kirjoittaa artikkeleita, kirjoja ja oppaita.

Luettuani olemassa olevia malleja ja oppaita, huomasin yhä selkeämmin sen, että vastuullisen kongressille on Suomessa tarve. Olemassa olevissa oppaissa keskitytään vain ympäristönäkökulmaan tai ne ovat enemmän muistilistoja kuin varsinaisia malleja. Lisäksi niissä mielestäni usein unohdetaan se, että jokaisella kongressijärjestäjällä on omat toimintatapansa, ja jokaisella kongressiprojektilla omat, ainutlaatuiset piirteensä, minkä takia yleinen ehdotus ei välttämättä toimi kaikille. Tästä syystä omalle organisaatiolle suunniteltu ohjeistus saattaakin olla järkevä ja toimivampi ratkaisu.

6.3.1 Tutkimuksellinen vaihe

Kyselin kesällä 2011 kollegoiltani ajatuksia siihen, keitä järjestelytoimikunnan edustajia minun heidän mielestään kannattaisi haastatella. He ehdottivat haastateltaviksi henkilöitä, joita itsekin olin pohtinut. Harkitsin valitsemieni kolmen haastateltavan lisäksi tekeväni toisen haastattelukierroksen myöhemmin, mutta se jäi toteuttamatta.

Sen sijaan päätin tehdä kirjallisen kyselylomakkeen, jota esimieheni voisivat jakaa asiakkaillemme. Lomakkeen saatekirjeessä pyrin avaamaan vastuullisen liiketoiminnan ja kestävän kehityksen käsitteet, jotta vastaajat ymmärtäisivät kysymykset ja jotta saisin vastauksista vastuullisen kongressin kannalta olennaista tietoa. Vastauksista ilmeni, että käsitteet eivät olleet vastaille tuttuja, ja olisinkin todennäköisesti saanut enemmän vinkkejä ja ideoita useamman haastattelun avulla.

Vastausmäärän pienuuden takia Congrexin asiakkaiden mielipiteitä olisi kannattanut kerätä vain haastatteleamalla. Loppujen lopuksi kuusi lisähaastattelua eivät olisi lisänneet työmäärääni liiaksi. Lisäksi haastattelun avulla olisin varmasti saanut syvällisemmän käsityksen siitä, mitä mieltä nyt lomakkeen lähettäneet henkilöt vastuullisesta liiketoiminnasta ja sen yhdistämisestä kongresseihin olivat.

Kyselylomakkeista palautui vain neljä, joka on mielestäni harmittavan vähäinen. Toisaalta aktiivisesti työstettäviä kongressiprojekteja keväällä 2012 oli vähän yli kymmenen, joten lomaketta ei ollut edes mahdollista jakaa kovin monelle. Osasin odottaa alhaista vastausmäärää, sillä asiakkaat osallistuvat kongressien järjestämiseen oman työnsä ohella. Maalis-huhtikuu on tulevan kesän kongressin järjestelyissä todella hektistä aikaa, ja ymmärrän oikein hyvin, jos työn ja kongressin järjestelyjen lisäksi intoa kyselylomakkeen täyttämiseen ei ollut. Kyselylomakkeiden jakamisen ja vastausaktiivisuuden nostamista olisi pitänyt suunnitella paremmin. Ideaalitilanne olisi ollut se, että lomakkeiden tekijänä olisin ollut jakamassa niitä itse.

Haastattelut ja kyselylomakkeet yhteenlaskettuna minulla oli kuitenkin seitsemän asiakkaan mielipiteitä aineistona, joka oli mielestäni jo ihan tyydyttävä tilanne. Näin jälkepäin ajateltuna toinen haastattelukierros olisi voinut olla paikallaan, sillä valitsemani haastateltavat olivat kaikki lähes saman ikäisiä naisia, ja heidän vastauksensakin olivat samantyyllisiä. Miesasiakkaiden haastattelu olisi tuonut tutkimukselle enemmän luotettavuutta. Olen kuitenkin tyytyväinen haastattelujen kautta saamistani vastauksista ja ideoista. Haastateltavat tunsivat vastuullisen liiketoiminnan merkityksen, joten haastatteluissa pystyi menemään nopeasti suoraan asiaan.

Keräsin myös kollegoiltani ajatuksia vastuullisista kongresseista ja Congrexin toiminnan vastuullisuudesta. Tämän vaiheen työstämiseen olisin voinut käyttää enemmän aikaa, sillä ainakin näin jälkepäin tuntuu siltä, että valitsin kysymykset hätäisesti ja niiden pohjalta saamani aineisto ei ollut riittävää. Ajatukseni oli viestiä lähettäessäni se, että en avaa vastuullisuuden käsitettä kollegoilleni etukäteen, jotta vastauksissa näkyy selkeämmin se, miten he ymmärtävät vastuullisen toiminnan. Ehkä juuri tämän päätökseni takia, kaksi vastaajista käsitti vastuulli-

suuden enemmänkin henkilökohtaisena vastuunottamisena ja siihen liittyvinä toimintatapoina kuin taloudellisena, sosiaalisena ja ekologisena vastuullisuutena. Aiheen ja käsitteiden avaamisella ja kysymysten tarkemmalla suunnittelulla olisin todennäköisesti saanut työni kannalta olennaisempaa tietoa ja aktivoinut Congrexin henkilökuntaakin paremmin kehittämistyön ratkaisujen tekemiseen.

Yritin päästä opintovapaani aikana haastattelemaan ranskalaisten kongressitoimiston edustajia. Useasta sähköpostiviestistä ja puhelusta huolimatta haastattelut eivät onnistuneet. Tästä syystä alun perin suunnittelemani suomalaisten ja ranskalaisten kongressien vastuullisuuden vertailu ja benchmarkaus jäivät tästä opinnäytetyöstä puuttumaan. Tämä harmittaa minua jonkin verran, sillä kahden eri maan käytäntöjen vertaaminen olisi tuonut opinnäytetyöhön myös kansainvälisen näkökulman.

Suunnittelin opinnäytetyöprosessini alussa myös Congrexin yhteistyökumppaneiden vastuullisuuden kartoittamisesta, mutta päädyin rajaamaan sen opinnäytetyöni ulkopuolelle. Tämän vaiheen toteutus on mielestäni tärkeää tehdä yhdessä henkilökunnan ja asiakkaiden kanssa siinä vaiheessa, kun palvelua aletaan testata.

Aineiston hankinnan suunnittelussa ja keräämisessä olisi siis ollut kehitettävää. Toisaalta pystyin kuitenkin kehittämään vastuullisen kongressin aineiston määrän ja laadun puutteista huolimatta. Yritys empiirisen aineiston hankinnassa oli kuitenkin mielestäni hyvä, sillä monen eri aineistonhankintatavan ja näkökulman avulla tavoitteenani oli saada mahdollisimman luotettava ja monipuolinen näkemys Congrexin asiakkaiden ja henkilökunnan ajatuksista vastuullisuuden ja kongressien yhdistämisessä. Pyrin saamaan tietoa niin haastattelujen, kyselytutkimuksen kuin Congrexin henkilökunnalle suunnatun sähköpostikyselyn avulla. Lisäksi tutkin Internetin välityksellä sitä, miten Congrex-ketju toteuttaa vastuullista liiketoimintaa.

6.3.2 Vastuullisen kongressin kehittäminen

Mielestäni oli tarpeellista kehittää Congrexin nykyistä kongressiprojektia niin, että siitä konkreettista apua omassa ja kollegoideni päivittäisessä työssä. Kongressiprojektin vaiheita ei kannattanut keksiä uudestaan, koska sellaiset olivat jo olemassa. Uskon, että vastuullisesta kongressista on enemmän hyötyä, kun yksinkertaistin Congrexin olemassa olevaa projekti aikataulua ja lisäsin vastuullisuuden ulottuvuudet sen ympärille.

”Millainen vastuullinen kongressi on?” –kysymys pyöri mielessäni varmaankin koko opinnäytetyöprosessin ajan. Ideoita kongressin liittyvistä kestävästä ratkaisusta ilmestyi muistiinpanoihin pikkuhiljaa. Tehokkainta kehittämistyön kannalta oli kuitenkin kesä 2012, jolloin palasin opintovapaalta töihin ja pääsin takaisin kongressiprojektien vaiheisiin. Konkreettisia oivalluksia vastuulliseen kongressiin liittyen alkoi syntyä vasta kongressiprojekteihin osallistuessa.

Varsinaisen vastuullisen kongressin kirjoittaminen puhtaaksi oli mielestäni opinnäytetyöprosessini vaikein vaihe. Olin lukenut internetistä löytämiäni oppaita ja ohjeistuksia joiden seurauksena pelkäsin kopioivani niitä omaan kehittämistyöhöni. Olemassa olevien oppaiden suuri määrä heilautti hetkellisesti uskoani koko opinnäytetyöni merkityksellisyyteen ja uutuusarvoon. Olen tyytyväinen vastuullisesta kongressista tekemään kuvaan (LIITE 5), johon otin mukaan vaikutuspiirit ja vastuullisen toiminnan tavoitteet. Kuvan avulla Congrex voi osoittaa, että lähes jokaisessa vaiheessa tehdyllä ratkaisulla - olipa se sitten taloudellinen, sosiaalinen tai ekologinen päätös - on vaikutuksia niin järjestelytoimikuntaan, osallistujiin, yhteistyökumppaneihin kuin koko yhteiskuntaankin. Kuva auttaa myös vastuullisen kongressin esittelyssä kongressitoimiston henkilökunnalle, asiakkaille ja yhteistyökumppaneille.

Kehittämistyön alkuvaiheissa minulla oli ajatuksena, että sen kuvaamisessa tuon mahdollisimman monta ideaa siitä, miten kongressin kestävyyttä voi parantaa. Tällöin kongressin vaikutuspiirien ja vaikutusten sijaan kuvissa olisikin listauksia taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti järkevistä ratkaisuksista. Mielestäni eri toimintavaihtoehtojen listaaminen olisi ollut turhaakin, sillä uusia ideoita löytyy joka päivä, ja vastuullisen kongressin ideat olisivat saattaneet vanhentua hyvinkin nopeasti. Tärkeämpää on mielestäni jatkaa toimintavaihtoehtojen pohtimista Congrexin henkilökunnan ja asiakkaiden kanssa yhdessä, jolloin jokaisen kongressiprojektin ainutlaatuiset piirteet voidaan ottaa huomioon.

Huomioin kehittämistyössäni keräämäni aineiston. Congrexin henkilökunnan aktivoimisen ja sitouttamisen kannalta, vastuullista kongressia olisi kannattanut pohtia yhdessä. Tässä kehittämistyössä aktivoiminen kohdistui vain itseeni, minkä takia minua hieman mietityttääkin, miten Congrexin koko henkilökunnan saa mukaan kehittämään vastuullista toimintaa niin omassa työssä kuin kongresseissakin.

Vaikka opinnäytetyössä keskityinkin kehittämään Congrexin kongressiprojektia, niin saamiani tuloksia voivat hyödyntää myös alan muut yritykset. Eri yritysten välillä on varmastikin eroja kongressien toteuttamisessa, mutta kongressiprojektin vaiheet (KUVA 1) ovat olennaisia jokaisessa tapahtumassa.

Keräämäni empiirisen aineiston ja kehittämäni vastuullisen kongressin pohjalta mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe olisi, kantaako vastuullisuus koko kongressiprojektin läpi vastuullisen kongressiprojektin avulla. Lisäksi mielenkiintoista olisi tutkia muutaman vuoden kuluttua sitä, onko Congrex muuttanut tapaansa toteuttaa kongresseja yhdessä järjestelytoimikuntien kanssa vastuullisemmaksi, vai jatkuuko toiminta samanlaisena kuin se oli ennen kehittämistyötä. Tämä tosin vaatisi sen, että joku taho kirjaisi ylös konkreettisesti sen, millainen Congrexin projektin toteuttaminen on nykyisellään. Lisäksi huomio pitäisi kiinnittää siihen, että kongressiprojektit eivät kulje yhtenäisen kaavan mukaisesti, vaan jokaisella niistä on yksilöllisiä piirteitä. Osassa niistä saattaa jo nykyisin olla huomattavissa merkittävää vastuullisuuden elementtien huomioimista.

6.4 Yhteenveto

Mielestäni tapahtuma-alalla vellova into, keskustelu ja ideointi vastuullisista käytännöistä ovat turhia niin kauan, kun asiakkaat, järjestelytoimikunnat ja muut tapahtumasta vastaavat tahot eivät osallistu siihen aktiivisesti. Opinnäytetyössäni aikaisemminkin todettu sidosryhmien aktiivisuus, mukaan ottaminen ja kuunteleminen on tärkeää. Konsepteja, standardeja ja ohjeistuksia kannattaa laatia, mutta niiden tehokkuutta voidaan testata vasta siinä vaiheessa, kun koko järjestelytoimikunta on ymmärtänyt, miten taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen vastuu liittyvät tapahtumien järjestämiseen, ja millaisia vaikutuksia yhdellä kongressilla voi olla koko ympäröivään maailmaan. Edelleenkin koko kongressitoimiston henkilökunnan kouluttaminen vastuullisuusajatteluun on tärkeää, sillä heillä on mahdollisuus opastaa asiakkaita ja vaikuttaa myös heidän ratkaisuihin.

Kongresseja järjestetään varmasti vielä monia vuosia ilman suurempaa taustalla vaikuttavaa vastuullisuusideologiaa, vaikka aihe onkin ajankohtainen. Myös kongressitoimistoja johdetaan taloudesta lähtien, mikä tarkoittaa, että uusien kongressiprojektien saaminen on tärkeää. Yritystä kannata pelata tarjouskilpailuista pelistä liian ehdottomalla ”me teemme kongresseja kestävästi” –missiolla.

Uskon kuitenkin, että jatkan kongressien ja vastuullisen liiketoiminnan yhdistämisen kehittämistä tämän opinnäytetyön jälkeenkin. Koen aiheen tärkeäksi niin oman työurani kuin koko tapahtuma-alankin kannalta. Tästä eteenpäin jatkamme vastuullisen kongressin testaamista ja kehittämistä yhdessä kollegoideni, asiakkaidemme ja yhteistyökumppaneidemme kanssa.

Wikström (2012) kirjoittaa *Hidasta Elämää* -sivustolla NLP-koulutuksessa saamistaan kokemuksista ja oivalluksista. Hän kertoo näkemästään kuvasta, jossa keskellä on ihmisen voimavara-akku. Akkuun suunnatut nuolet kuvastavat niitä toimintoja ja tekijöitä, joista yksilö saa voimavaroja ja energiaa jaksaa arkea, kuten esimerkiksi harrastukset ja ihmissuhteet. Akusta pois-päin suunnatut nuolet kuvastavat niitä toimintoja, jotka kuluttavat ihmisen voimavaroja ja vähentävät jaksamista. Tällaiset tekijät aiheuttavat usein negatiivisia tunteita. Lopuksi hän kysyy lukijalta, karsiiko hän kiireessä ensimmäisenä energian tuojista ja sen viejistä.



KUVA 11. Kongressin päätösten vastuullisuus

Entäpä jos samaa ajatusmaailmaa käyttäisi pohdittaessa kongressin päätösten vastuullisuutta (KUVA 11)? Tällöin keskellä oleva akku kuvastaisikin koko maailmaa, ihmisiä, ympäristöä ja taloutta. Keskustaan suuntautuvat nuolet olisivat ne ratkaisut, jotka mahdollistavat maapallon hyvinvoinnin ja kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti antaisivat mahdollisuuden myös tuleville sukupolville tyydyttää tarpeensa. Maapallosta pois-päin suuntautuvat nuolet ovat niitä ratkaisuja, jotka vähentävät ihmisten ja ympäristön hyvinvointia. Millaisia ratkaisuja sinä tekisit, jos järjestäisit kongressin?

Lähteet

Aaltonen, T. & Junkkari, L. 2003. Yrityksen arvot & etiikka. 5. Painos. WSOY yritysulkaisut. WSOY. Helsinki.

Anglanda, M., Clement, S., Schraffl, F. & Zimmermann, M. 2009. Green Meeting Guide 2009. Roll out the Green Capet for your Participants. United Nations Environmenta Programme. Paris. Luettavissa: <http://www.unep.org/pdf/GreenMeetingGuide.pdf>. Luettu: 20.2.2012.

Animalia. 2012. 242 000 allekirjoittajaa vaatii kosmetiikan eläinkokeiden täyskieltoa. Luettavissa: <http://www.animalia.fi/uutiset/yli-242-000-allekirjoittajaa-vaatii-kosmetiikan-eläinkokeiden-täyskieltoa>. Luettu: 6.11.2012.

Bigwood, G. 29.10.2010. President Green Meeting Industry Council, Gouop Sustainability Director MCI Group. Sustainable meetings & events –signaalisession alustus. Helsinki.

Bigwood, G. & Luehr, M. 2010. Copenhagen Sustainable Meeting Protocol. Sharing best practice and leadership strategies. Copenhagen Sustainable Meetings Coalition (CSMC). Luettavissa: <http://www.e-pages.dk/visitdenmark/467/>. Luettu: 19.2.2012.

Bigwood, G. 2012. 2012 Scandinavian Destination Sustainability Index. Assessing and reporting on the sustainability performance of Scandinavian major meetings destinations. The Scandinavian Chapter of the International Congress & Convention Association (ICCA) & MCI. Luettavissa: http://iceworld.com/dbs/scandinavian_chapter/files/pictures/2012%20Scandinavian%20Destination%20Sustainability%20Index3.pdf. Luettu: 21.7.2012.

Blinnikka, P & Kuha, M. 2004. Ideasta kokoukseksi. Asiakaslähtöisten kokousten ja kongressien järjestäminen. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Blue & White Conferences Oy. Meistä. Luettavissa: <http://www.congrex.fi/fi/meista>. Luettu: 5.3.2012.

BSI Management Systems. BS 8901 Sustainability Management Systems for Events. Luettavissa: <http://www.bsigroup.co.uk/en/Assessment-and-Certification-services/Management-systems/Standards-and-Schemes/BS-8901/>. Luettu: 20.2.2012.

- Congrex. 2012a. Corporate Social Responsibility. Luettavissa:
http://www.congrex.com/aboutus/corporate_social_responsibility.aspx. Luettu: 23.3.2012.
- Congrex. 2012b. Congrex Sweden take initiative on environmental and safety issues. Luettavissa: http://www.congrex.com/news/news_details/11-11-01/Congrex_Sweden_take_initiative_on_environmental_and_safety_issues.aspx. Luettu: 23.3.2012.
- Dávid, L. 2009. Environmental Impacts of Events. Teoksessa Raj, R. & Musgrave J. (toim.). Event Management & Sustainability. p. 66-75. CAB International. United Kingdom.
- Dubrikow, K-M., Jaeckel, U., Schmidt-Räntsch, A., Eggers, H. & Kase, D. 2010. Guidelines for Sustainable Organisation of the Events. 2nd revised edition. Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety (BMU) & Federal Environment Agency. Berlin.
- Elinkeinoelämän keskusliitto 2006. Vastuullinen yritystoiminta – käytäntöjä suomalaisissa yrityksissä. Elinkeinoelämän keskusliitto. Helsinki. Luettavissa:
http://www.ek.fi/ek/fi/tutkimukset_julkaisut/arkisto/2006/Vastuullinen_yritystoim.pdf.
Luettu 19.1.2012
- Esty, D. & Winston, A. 2009. Green to Gold. How Smart Companies Use Environmental Strategy to Innovate, Create Value, and Build Competitive Advantage. Wiley. USA.
- Euroopan Yhteisöjen Komissio. 2001. Vihreä Kirja. Yritysten sosiaalisen vastuun eurooppalaisten puitteiden edistämistä. Bryssel 18.7.2001. KOM (2001) 366 lopullinen. Belgia.
Luettavissa: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/fi/com/2001/com2001_0366fi01.pdf.
Luettu 5.11.2012.
- FCB. 2012. Kongresseista Suomelle lähes 70 miljoonaa euroa vuodessa. Luettavissa:
<http://www.fcb.fi/?pageid=120&parent0=4&parent1=120&newsid=219>. Luettu: 29.11.2012.
- Finland Convention Bureau. Why Finland? Luettavissa:
<http://www.fcb.fi/?pageid=42&parent0=6&parent1=42>. Luettu: 12.3.2012.

Friedman, M. 1970. The Social Responsibility of Business is to increase its Profits. The New York Times.

Global Reporting Initiative. Suomenkieliset verkkosivut. Luettavissa:
<https://www.globalreporting.org/languages/Finnish/Pages/default.aspx>. Luettu: 20.12.2012.

Global Reporting Initiative. 2006.RG. Yhteiskuntavastuun raportointiohjeistus. Global Reporting Initiative. The Netherlands.

Harmaala, M. & Jallinoja N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Hart, S. & Milstein, M. 2003. Creating Sustainable Value. The Academy of Management Executive (1993-2005). May 2003. Vol. 17, No. 2. p. 56-67.

Henriques, A. ISO 26000 and the Concept of "Sphere of Influence". Luettavissa:
<http://www.henriques.info/downloads/Sphere%20of%20Influence%20-%20Ruggie%20analysis.pdf>. Luettu: 5.9.2012.

ISO Central Secretariat. 2010. ISO 26000 project overview. ISO Central Secretariat. Switzerland. Luettavissa: http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview.pdf. Luettu: 8.11.2012.

ISO 2010. Iso to develop sustainable event standard in run-up to 2012 Olympics. Luettavissa:
<http://www.iso.org/iso/news.htm?refid=Ref1281>. Luettu: 20.12.2012.

Jones, M. 2010. Sustainable Event Management. A Practical Guide. Earthscan. UK.

Juholin, E. 2004a. Cosmopolis. Yhteiskuntavastuusta yritys-kansalaisuuteen. Inforviestintä Oy.

Juholin, E. 2004b. A Finnish Approach to Corporate Social Responsibility. A Case Study. Conference Papers. International Communication Association. p 1-28.

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta. Sanoista teoiksi. Edita. Helsinki.

Koskinen, L. 2011. Kestävä kehitys tapahtumatuotannossa. Festivaalien ekologisuus tuottajan näkökulmasta. Amk-opinnäytetyö. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Turku. Luettavissa: https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/28734/koskinen_laura.pdf?sequence=1. Luettu: 5.3.2012.

Kuluttajavirasto. 2012. Yleistää voi vain, jos on selvittänyt tuotteen elinkaaren. Luettavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/yritykselle/markkinointi-ja-mainonta/ymparistovaihtamat/elinkaari-selvitettava/>. Luettu: 8.11.2012.

Könnölä, T. & Rinne, P. 2001. Elinehtona eettisyys. Vastuullinen liiketoiminta kilpailuetuna. Kauppakaari. Helsinki.

Lehtipuu, P & Monni, S. 2007. Synergia. Vastuullisen yritystoiminnan menestysmalli. Talentum. Helsinki.

Linnainmaa, L. 2012. Onko yhteiskuntavastuu vain yritysten käsissä? Luettavissa: <http://kauppakamari.fi/2012/01/27/onko-yhteiskuntavastuu-vain-yritysten-kasissa/>. Luettu: 6.11.2012.

Maula, I. 2010. Kestävää kehitystä tapahtumatuotannossa: Vihreät haasteet ja tulevaisuus Provinssirock festivaaleilla. Amk-opinnäytetyö. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Seinäjoki. Luettavissa: http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/22825/Maula_Iina.pdf?sequence=1. Luettu 5.3.2012.

Moilanen, L. & Haapanen, A. 2006. Yhteiskuntavastuun sosiaalinen ulottuvuus. Hyvät käytännöt yrityksen arjessa. Työpoliittinen tutkimus nro 299. Työministeriö. Helsinki.

Musgrave, J. & Raj, R. 2009. Introduction to a Conceptual Framework for Sustainable Events. Teoksessa Raj, R. & Musgrave J. (toim.). Event Management & Sustainability. p. 1-12. CAB International. United Kingdom.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOYpro Oy. Helsinki.

Raj, R. & Musgrave, J. 2009. The Economics of Sustainable Events. Teoksessa Raj, R. & Musgrave J. (toim.). Event Management & Sustainability. p. 56-65. CAB International. United Kingdom.

Reilu kauppa. 2012. Reilun kaupan kaupunkien ja -kuntien määrä halutaan viisinkertaistaa. Luettavissa: <http://www.reilukauppa.fi/medialle/uutiset/uutinen/article/reilun-kaupan-kaupunkien-ja-kuntien-maerae-halutaan-viisinkertaistaa/>. Luettu: 8.11.2012.

Räisänen, L. 2008. Sustainable Development in Meeting Management. Case: Polaris-network meeting. Bachelor's Thesis. Jyväskylä University of Applied Sciences. Jyväskylä. Luettavissa: https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4016/Raisanen_Laura.pdf?sequence=1. Luettu: 5.3.2012.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006a. 6.2 Aineiston määrä ja tutkittavat. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto, verkkojulkaisu. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Tampere. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2.html. Luettu: 29.3.2012.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006b. 6.3.3. Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto, verkkojulkaisu. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Tampere. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html. Luettu: 3.10.2012.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006c. 7.2.2 Koodaus. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto, verkkojulkaisu. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Tampere. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_2.html. Luettu: 29.3.2012.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006d. 7.3 Analyysi ja tulkinta. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto, verkkojulkaisu. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Tampere. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3.html. Luettu: 29.3.2012.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006e. 7.3.4 Teemoittelu. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto, verkkojulkaisu. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Tampere. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html. Luettu: 29.3.2012.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006f. 7.3.3 Kvantifiointi. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto, verkkojulkaisu. Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. Tampere. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_3.html.
Luettu: 2.4.2012.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006g. 7.2.1 Litterointi. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto, verkkojulkaisu. Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. Tampere. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_1.html. Luettu 11.4.2012.

Sammallahti, T. 2009. Konseptisuunnittelun supersankari. Sammallahti, T. 2009. Konseptisuunnittelun supersankari. Books on Demand DmbH. Helsinki.

Smith-Christensen, C. 2009. Sustainability as a Concept within Events. Teoksessa Raj, R. & Musgrave J. (toim.). Event Management & Sustainability. p. 22-31. CAB International. United Kingdom.

Spackman, A., Ross, C., Donaldson, C., Feldman, L., Griffis, P., Stephan, E., Bridges, L., Krkoska, B., Lin, T. & Siciliano, M. 2010. Clean, Green, and Not so Mean. Can Business Save the World. Reference & User Services Quarterly. Winter 2010. Volume 50, issue 2, p. 135-140.

Tassiopoulos, D. & Johnson, D. 2009. Social Impacts of Events. Teoksessa Raj, R. & Musgrave J. (toim.). Event Management & Sustainability, p. 76-89. CAB International. United Kingdom.

Tauriainen, H. 2006. Hyväntekeväisyys kongressien ohjeohjelmana. Amk-opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu. Lahti. Luettavissa: <http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/11441/2007-04-12-05.pdf?sequence=1>. Luettu: 17.2.2012.

The Economist 2008a. Just good business. A special report on corporate social responsibility. The Economist, January 19th 2008, p. 1-3.

The Economist 2008b. The next question. Does CSR work. A special report on corporate social responsibility. The Economist, January 19th 2008, p. 4-5.

The Economist 2008c. Do it right. Corporate responsibility is largely a matter of enlightened self-interest. A special report on corporate social responsibility. The Economist, January 19th 2008, p. 13-14.

Torniainen, M. 2009. Eettinen kuluttaminen – tieto ja asenne kuluttajan valinnoissa. Maisteritutkielma. Taloustieteenlaitos. Helsingin yliopisto. Helsinki. Luettavissa: <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/16506>. Luettu 8.11.2012.

Travelcon Oy 2009. Ympäristövastuullisen kokoustapahtuman manuaali. Finland Convention Bureau. Helsinki.

Luettavissa: http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/Ymparistovastuu_manuaali.pdf.
Luettu: 19.2.2012.

tripod research 2010. Vastuullisia kuluttajia on jo yli miljoona – ei mitään ekohörhöilyä vaan tietoon perustuvaa vastuullisten valintojen tekemistä. Luettavissa: <http://www.tripod.fi/fi/uutiset/91-lohas>. Luettu: 22.7.2012.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. Yhteiskunta- ja yritysvastuu. Luettavissa: <https://www.tem.fi/index.phtml?s=3232>. Luettu: 7.11.2012.

Ulkoministeriö. 2012. Kestävä kehitys Suomen ulkopolitiikassa. Luettavissa: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=32099&contentlan=1&culture=fi-FI>.
Luettu 13.3.2012.

Wikström, S. 2012. Oivalluksia: Herkkänä sille, mistä kiireessä karsii. Luettavissa: <http://hidastaelamaa.fi/2012/08/oivalluksia-herkkana-sille-mista-kiireessa-karsii/>. Luettu 4.9.2012.

Liitteet

Liite 1: Congrexin projekti aikataulu

Tasks	Jan-Jun		Jul-Dec		Jan-Jun		Jul-Dec		Jan-Jun		Jul-Dec	
	Year	Year	Year	Year	Year	Year	Year	Year	Year	Year	Year	
Reservation of congress venue												
Selection of the professional congress organiser (PCO)												
Preliminary planning schedule												
Meetings of the organising committee	1-2	1-2	1-2	1-2	2	3-5	1					
Printed matters for marketing purposes												
Production of the congress website												
Selection of theme, topics and invited speakers												
Reservation and checking of hotel allotments												
Budgeting and follow-up of finances												
Marketing and sales of exhibition and sponsorship												
Dinner and possible other venue reservations												
Application for Helsinki City Reception												
Setting of registration fees												
Possible tour programme arrangements												
Programme for accompanying persons												
Possible insurances												
Transportation arrangements												
Abstract handling												
Registrations from participants												
Payments from participants and exhibitors												
Recruiting and training of assistants												
Technical equipment (audiovisual equipment etc.)												
Signage and decorations												
Other subcontracting arrangements												
Congress bags and other materials												
Congress												
Final report and financial status												
Tasks	Jan-Jun	Jul-Dec	Jan-Jun	Jul-Dec	Jan-Jun	Jul-Dec	Jan-Jun	Jul-Dec	Jan-Jun	Jul-Dec	Year	Year

Liite 2: Haastattelurunko

- Mitä vastuullinen liiketoiminta mielestänne on?
- Tehdäänkö asioita vastuullisesti oikeista tarkoituseriaatteista vai vain sen takia, että muutkin tekevät? Onko taustalla oikeasti hyvä ajatus?
- Vastuullisuudesta puhutaan paljon. Mitä mieltä olette sen yhdistämisestä kongresseihin?
- Millainen on vastuullinen kongressi? Mitä ekologinen, sosiaalinen ja taloudellinen vastuullisuus voisivat kongresseissa tarkoittaa?
- Onko hyväntekeväisyys ollut jollain tapaa käytössä tapahtumissa, joihin olette osallistunut? Miten se oli toteutettu? Miten osallistujat suhtautuivat?
- Mitä mieltä olette, yleistyvätkö hyväntekeväisyys ja muut sosiaalisen vastuun osa-alueet tulevaisuudessa kongresseissa?
- Miten vastuullisuus voisi näkyä työssä ennen kongressia? Entä kongressipaikalla?
- Voisiko vastuullisuuden huomioiminen / vaihtoehtojen tarjoaminen vaikuttaa kongressitoimiston valintaan positiivisesti? Voiko se olla kilpailuetu? Mitä haluaisitte kongressitoimiston kertovan vastuullisuudesta?
- Jos vastuullisen kongressin konseptin valitseminen tarkoittaisi lisää hintaa, paljonko olisitte valmiita maksamaan? 5 %, 10 %, 20 % jne...
- Miten Suomessa järjestetyt kongressit sijoittuvat muihin kongresseihin nähden (ekologinen / sosiaalinen vastuu?)
- Kuinka pitkälle vastuullisuuden voi viedä? Onko helppo määritellä raja? Missä vaiheessa raja ylittyy?
- Kannattaako hyvä mieli?

Liite 3: Kyselylomake

VASTUULLISUUS, KESTÄVÄ KEHITYS JA KONGRESSIT / KONFERENSSIT Kysely kongressin / konferenssin järjestäjien kokemuksista ja mielipiteistä.

Hyvä vastaanottaja,

Opiskelen palveluliiketoiminnan ylempää ammattikorkeakoulututkintoa Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa. Olen opintovapaalla projektipäällikön tehtävistäni Congrexilta kesäkuun loppuun asti. Tämän kevään aikana tavoitteenani on kirjoittaa opinnäytetyöni, jonka aiheena on vastuullisuus kongresseissa. Opinnäytetyöni lopputuloksena luon vastuullisen kongressin konseptin, jota toivottavasti pääsemme myöhemmin hyödyntämään kongressien ja konferenssien järjestämisessä.

"Kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa." Näillä sanoilla Yhdistyneiden Kansakuntien komission johtaja Gro Harlem Brundtland määritteli kestävä kehityksen vuonna 1987.

Vastuullisuus ja kestävä kehityksen mukaiset ratkaisut ovat nousseet viime vuosien aikana tärkeiksi puheenaiheiksi myös kongressialalla. Vastuullisuus mielletään usein pelkästään ympäristön huomioimiseksi, mutta olennaisia osa-alueita ovat myös taloudellisen vastuun huomioiminen sekä ympärillä olevista ihmisistä huolehtiminen.

Opinnäytetyöhöni liittyy kongressien ja konferenssien järjestelytoimikuntien edustajille suunnattu kyselylomake. Kyselyn tavoitteena on kartoittaa mielipiteitä ja käsityksiä vastuullisuudesta ja kestävästä kehityksestä tapahtumien yhteydessä sekä kiinnostusta vastuullisen kongressin konseptia kohtaan.

Mielestäni vastuullisen kongressin konseptin suunnittelussa myös teidän mielipiteidenne huomioiminen on tärkeää. Vastauksenne olisivat merkittävä osa opinnäytetyöni ja konseptin onnistumista. Toivonkin, että voisitte käyttää hetken aikaanne vastaamalla liitteenä olevan lomakkeen kysymyksiin.

Palautattehan täytetyn kyselylomakkeen oheisella kirjekuorella 16.4.2012 mennessä.

Vastaan mielelläni opinnäytetyötäni ja kyselylomaketta koskeviin kysymyksiin.

Ystävällisin terveisin,

Helinä Kyönsaari
CONGREX & Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
sähköposti
puhelinnumero

VASTUULLISUUS, KESTÄVÄ KEHITYS JA KONGRESSIT / KONFERENSSIT
Kysely kongressin / konferenssin järjestäjien kokemuksista ja mielipiteistä.

VASTUULLISUUTTA, KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ JA KONGRESSIA / KONFERENSSIA KOSKEVAT KYSYMYKSET

1. Oletteko kuullut aikaisemmin vastuullisesta liiketoiminnasta tai kestävästä kehityksestä kongressin / konferenssin yhteydessä? Rengastakaa kokemustanne kuvaava vaihtoehto.
 - ✓ Kyllä, olen kuullut aikaisemmin vastuullisesta liiketoiminnasta ja kestävästä kehityksestä kongressin / konferenssin yhteydessä.
 - ✓ Ei, en ole kuullut aikaisemmin vastuullisesta liiketoiminnasta ja kestävästä kehityksestä kongressin / konferenssin yhteydessä.
2. Mikäli olette kuullut vastuullisesta liiketoiminnasta ja kestävästä kehityksestä kongressin / konferenssin yhteydessä, millä tavalla niistä on kerrottu?

3. Kuinka tärkeäksi koette kestävien ja eettisten ratkaisujen toteuttamisen kongressinne / konferenssinne käytännön järjestelyissä? Rengastakaa mielipidettänne kuvaava vaihtoehto.
 - ✓ Erittäin tärkeäksi
 - ✓ Melko tärkeäksi
 - ✓ Ei kovin tärkeäksi
 - ✓ Ei ollenkaan tärkeäksi
4. Haluaisitteko kuulla kongressitoimiston edustajilta ohjeita vastuullisista ja kestävästä ratkaisusta kongressinne / konferenssinne käytännön järjestelyjen osalta? Rengastakaa mielipidettänne kuvaava vaihtoehto.
 - ✓ Kyllä, haluaisin kuulla vastuullisista ja kestävästä vaihtoehdoista.
 - ✓ Ei, en halua kuulla vastuullisista ja kestävästä vaihtoehdoista.
5. Mikäli haluatte kuulla vastuullisista ja kestävästä vaihtoehdoista kongressitoimistolta, minkälaisiin asioihin kaipaatte apua?

6. Mitkä asiat mielestänne tekevät kongressista / konferenssista vastuullisen ja kestävän? Mainitkaa vähintään kolme asiaa.

7. Kuinka paljon enemmän olisitte valmis maksamaan, jos kongressinne / konferenssinne toteutettaisiin vastuullisen liiketoiminnan ja kestävä kehityksen periaatteita noudattaen? Rengastakaa mielipidettänne kuvaava vaihtoehto.
 - ✓ 20 %
 - ✓ 10 %
 - ✓ 5 %
 - ✓ En olisi valmis maksamaan enemmän
8. Onko vastuullisten ja kestävien ratkaisujen tarjoaminen tärkeää valitessanne kongressitoimistoa kongressillenne / konferenssillenne? Rengastakaa mielipidettänne kuvaava vaihtoehto.
 - ✓ Kyllä, vastuullisten ja kestävien ratkaisujen tarjoaminen on tärkeää valitessamme kongressitoimistoa.
 - ✓ Ei, vastuullisten ja kestävien ratkaisujen tarjoamisella ei ole merkitystä valitessamme kongressitoimistoa.

VASTUULLISUUS, KESTÄVÄ KEHITYS JA KONGRESSIT / KONFERENSSIT
Kysely kongressin / konferenssin järjestäjien kokemuksista ja mielipiteistä.

TAUSTATIEDOT VASTAUSTEN TILASTOINTIA VARTEN

9. Oletteko ollut aikaisemmin mukana kongressin / konferenssin järjestelyissä? Rengastakaa kokemustanne kuvaava vaihtoehto.

- Kyllä, olen ollut mukana kansainvälisen kongressin / konferenssin järjestelyissä.
- Kyllä, olen ollut mukana kotimaisen kongressin / konferenssin järjestelyissä.
- Ei, en ole ollut mukana kongressin / konferenssin järjestelyissä.

10. Sukupuoli:

- Nainen
- Mies

11. Ikä:

- Yli 60 vuotta
- 51 – 60 vuotta
- 41 – 50 vuotta
- 31 – 40 vuotta
- alle 30 vuotta

Kiitos vastauksistanne! Palauttakaa lomake oheiselle kirjekuorella 16.4.2012 mennessä.

Liite 4: Muistutusviesti

Hyvä vastaanottaja,

Olette saanut maaliskuun aikana Congrexin henkilökunnalta kyselylomakkeen, jonka tarkoituksena on kartoittaa asiakkaiden käsityksiä vastuullisesta liiketoiminnasta ja kestävästä kehityksestä kongressien ja konferenssien yhteydessä. Kyselylomake on osa ylemmän ammattikorkeakoulun opinnäytetyötäni, jonka yhteydessä luon Congrexille vastuullisen kongressin mallin.

Vastauksillanne olisi suuri merkitys opinnäytetyöni ja mallin onnistumisessa. Vastausaikaa on vielä 16.4.2012 asti, ja toivonkin, että käyttäisitte hetken vastaamalla lomakkeen kysymyksiin.

Mikäli olette jo vastannut ja palauttanut lomakkeen takaisin Congrexille, tämä muistutusviesti on aiheeton.

Vastaan mielelläni opinnäytetyötäni ja kyselylomaketta koskeviin kysymyksiin.

Hyvää kevään jatkoa!

Ystävällisin terveisin,

Helinä Kyönsaari

CONGREX & Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

sähköposti

puhelin

