



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Karoliina Hautamäki

---

## Vastuullisuuden edelläkävijäyritykset Etelä-Pohjanmaalla

Opinnäytetyö  
Kevät 2022  
Tradenomi (AMK)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Tutkinto-ohjelma: Liiketalous

Tekijä: Karoliina Hautamäki

Työn nimi: Vastuullisuuden edelläkävijäyritykset Etelä-Pohjanmaalla

Ohjaaja: Emilia Kangas

Vuosi: 2022

Sivumäärä: 54

Liitteiden lukumäärä: 1

---

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin kuuden Etelä-Pohjanmaalla toimivan pienen ja keskisuuren yrityksen yritys vastuuta. Kyseiset yritykset valikoituivat tutkimukseen, koska ne ovat vastuullisuuden edelläkävijöitä alueella. Valittujen yritysten toiminnassa on huomioitu yritys vastuuta jo pidemmän aikaa sekä tehty monia muutoksia ja kehittämistoimenpiteitä vastuullisuuden parantamiseksi. Tehtävänannon opinnäytetyölle antoi Seinäjoen ammattikorkeakoulun toteuttama ESR-hanke Pienet vastuulliset yritykset – vastuullisuudesta kilpailukykyä koronan jälkeen. Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia, millaisia toimenpiteitä ja valintoja eteläpohjalaiset edelläkävijäyritykset ovat tehneet kehittäessään yritys vastuutaan. Lisäksi kartoitettiin, millaisia haasteita ne ovat vastuullisuustyössään kohdanneet.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käydään läpi yritys vastuun käsitettä ja sen eri osa-alueita. Yritys vastuuta on laaja käsite, ja opinnäytetyön tietoperustassa pyritään avaamaan se lukijalle mahdollisimman laajasti. Opinnäytetyön aineisto on kerätty teemahaastatteluilla. SeAMKin tutkimusryhmä suoritti haastattelut, ja opinnäytetyön tekijä sai haastattelut ääninauhotteina, minkä jälkeen hän litteroi ne. Litteroitujen tekstien perusteella opinnäytetyöhön syntyi kootut tekstit haastatteluista ja käsitekartta, jonka avulla yritysten vastuulliset toimintatavat koottiin yhteen. Haastatteluiden avulla selvisi, että yritykset ovat tehneet valtavasti työtä vastuullisuuden osa-alueella ja haluavat kehittyä jatkuvasti maailman mukana, vaikka se välillä olisikin negatiivista yritystoiminnalle.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi koosteet kuuden eteläpohjalaisen yrityksen vastuullisuustyöstä sekä pohdintoja edelläkävijäyritysten yhtäläisyyksistä ja eroavaisuuksista. Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi ymmärrys eteläpohjalaisten edelläkävijäyritysten yritys vastuun toimintatavoista, ja nämä voivat toimia kannustimina alueen muille yrityksille, jotka pyrkivät kehittämään omaan yritys vastuutaan.

<sup>1</sup> Asiasanat: Yritys vastuuta, PK-yritykset, Vastuullisuus

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Thesis abstract

Degree programme: Business Management

Author: Karoliina Hautamäki

Title of thesis: South Ostrobothnian companies pioneering in responsibility

Supervisor: Emilia Kangas

Year: 2022

Number of pages: 54

Number of appendices: 1

---

This thesis examined the corporate responsibility of six small and medium-sized enterprises operating in South Ostrobothnia. Those companies were selected for the study because they are pioneers in corporate social responsibility in the region. The operations of the selected companies had considered corporate responsibility for a longer period of time and had made many changes and taken development measures to improve corporate social responsibility. The assignment for the thesis was given by an ESR project called Small Responsible Firms – Competitiveness through Responsibility in the Post-Covid World, carried out by Seinäjoki University of Applied Sciences. The aim of the study was to examine the measures and choices South Ostrobothnia-based pioneer companies have made in developing their corporate responsibilities. The study also identified the challenges they had faced in their responsibility work.

The theoretical part of the thesis studies the concept of corporate responsibility and its various elements. Corporate responsibility is a broad concept, and the knowledge base of the thesis seeks to clarify it to the reader as widely as possible. The data for the thesis was collected through semi-structured interviews. The SEAMK research team conducted the interviews, and the thesis author received the interviews as audio recordings, after which she transcribed them. Based on the transcribed texts, compiled texts from the interviews emerged for the thesis, and a conceptual map to bring together the responsible practices of companies. The interviews revealed that the companies had done a huge amount of work in the area of responsibility and wanted to continuously develop together with the world, even if it were negative for the business operations at times.

The thesis resulted in a compilation of the responsibility work of the six South Ostrobothnian companies and reflections on the similarities and differences between the pioneer companies. The end result of the thesis was an understanding of the corporate responsibility practices of the pioneer companies in Southern Ostrobothnia, and they can serve as incentives for other companies in the region seeking to develop their corporate responsibility.

<sup>1</sup> Keywords: corporate responsibility, small and medium-sized companies, responsibility

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä .....	1
Thesis abstract .....	2
SISÄLTÖ.....	3
Kuva-, kuvio- ja taulukkuuettelo .....	5
1 JOHDANTO .....	6
2 YRITYSVASTUU .....	8
2.1 Vastuullisuuden historia .....	9
2.2 Yritysvastuu .....	11
2.2.1 Taloudellinen vastuu .....	11
2.2.2 Ekologinen vastuu .....	12
2.2.3 Sosiaalinen vastuu .....	15
2.3 Yritysvastuun johtaminen .....	16
2.4 Vastuullisuudesta viestiminen ja markkinointi .....	17
2.5 Yritysvastuun raportointi.....	18
3 KEHITTÄMISTEHTÄVÄ .....	20
3.1 Tutkimusaineisto .....	20
3.2 Aineiston analyysi.....	21
3.3 Edelläkävijäyritykset.....	21
3.3.1 Yritys 1 .....	21
3.3.2 Yritys 1 vastuullisuustyö .....	21
3.3.3 Yritys 2 .....	25
3.3.4 Yritys 2 vastuullisuustyö .....	25
3.3.5 Yritys 3 .....	27
3.3.6 Yritys 3 vastuullisuustyö .....	27
3.3.7 Yritys 4 .....	31
3.3.8 Yritys 4 vastuullisuustyö .....	32
3.3.9 Yritys 5 .....	34
3.3.10 Yritys 5 vastuullisuustyö .....	34

3.3.11	Yritys 6 .....	36
3.3.12	Yritys 6 vastuullisuustyö .....	37
4	TULOKSET .....	40
4.1	Yritysvastuun alkaminen .....	40
4.2	Konkreettiset vastuullisuustoimet .....	41
4.3	Vastuullisuuden eri osa-alueet.....	42
4.4	Vastuullisuusviestintä .....	45
4.5	Vastuullisuuden hyödyt ja haasteet .....	46
4.6	Vastuullisuus opit .....	47
4.7	Yritysvastuun kehitys tulevaisuudessa .....	47
5	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	49
6	POHDINTA .....	51
	LÄHTEET.....	52
	LIITTEET .....	54

**Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo**

Kuva 1. Keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki.....	14
Kuva 2. Sosiaalinen, taloudellinen ja ekologinen ajattelu edelläkävijä yrityksissä.....	45
Kuvio 1. Kolmen pilarin malli.....	16
Kuvio 2. Hallintajärjestelmät laatuajattelun laajentajina.....	19

# 1 JOHDANTO

Vastuullisuus on nykyään entistä enemmän esillä ja se koskettaa yrityksiä sekä yksittäisiä kuluttajia. Tänä päivänä kuluttajat ovat hyvin tietoisia siitä, mitä he tulevaisuudessa haluavat ja vaativat yrityksiltä. Minkälaisia toimenpiteitä yritysten tulisi tehdä, että niihin tuloksiin päästään? Tässä opinnäytetyössä käydään läpi vastuullisuutta historiasta nykypäivään, sekä sitä miten vastuullinen toiminta näkyy kuuden Etelä-Pohjalaisen pk-yrityksen arjessa, jotka ovatkin vastuullisuuden edelläkävijöitä.

Varjan ja Tienarin (2022, s. 4–10) mukaan vastuullinen toiminta on tänä päivänä edellytys yrityksen menestymiselle, koska ihmiset ovat entistä tietoisempia maailman ongelmista ja haluavat kehittää toimintatapoja siihen suuntaan, että jälkipolvilla olisi vielä puhdas maapallo missä asua. Useilla Suomalaisilla yrityksillä vastuullisuus on iskostettu heidän strategiaan tai muuten päivittäiseen toimintaan. Erityisesti pienet ja keskisuuret Suomalaiset yritykset kiinnittävät entistä enemmän huomiota vastuullisuuteen. Vastuullisuus on yrityksissä kokonaisvaltaista ja melkeinpä edellytys tämän hetkessä maailmassa. Yrityksen vastuullisuuden kehittymisen kannalta onkin tärkeää, että yritys pystyy ymmärtämään kaikki yritys vastuun osa-alueet ja pystyy hyödyntämään jokaista niistä omassa yritystoiminnassaan. Yrityksen on tärkeää määrittää omat arvonsa ja omat toimintatavat vastuullisuuden kehittämiseen. Se mikä toimii toisella yrityksellä, ei välttämättä toimi toisella. Yritysvastuu onkin yrityksissä erittäin laaja kokonaisuus. Se voidaan yhdistää myös etiikkaan ja moraaliin sekä myös yrityksen arvot ovat tärkeässä osassa mietittäessä yritys vastuun kokonaisuutta.

Yritysten vastuullisuus on tärkeää myös pienille ja keskisuurille yrityksille (Yrittäjät, i.a.). Vastuullisuutta mietittäessä yrityksen täytyy huomioida mihin heidän toiminnallaan on vaikutuksia. Vaikutukset voivat kohdistua ympäristöön, ihmisiin sekä yhteiskuntaan. Yritykset voivat vastuullisuustoimilla parantaa yrityksensä mainetta, mutta vastuullisuus teoilla voi olla paljon muitakin hyötyjä yritykselle kuten: toiminnan kehittyminen, haasteisiin vastaaminen ja kilpailukykyvyn lisääminen.

Tämä opinnäytetyö on tehty SeAMKin tekemän hankkeen pohjalta ja tueksi. Hankeprojekti on nimeltään **Pienet vastuulliset yritykset: vastuullisuudesta kilpailukykyä koronan**

**jälkeen**, joka on alkanut syksyllä 2021 ja päättyy vuonna 2023. Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia ja tarkastella edelläkävijä yritysten vastuullisuutta Etelä-Pohjanmaalla.

Edelläkävijä yrityksiin valittiin kuusi Etelä-Pohjanmaalla toimivaa pientä- ja keskisuurta yritystä, joille yritys vastuuseen ja vastuullisuuteen ylipäättään on kiinnitetty laajasti huomiota ja tehty toimenpiteitä sen edistämiseksi.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia haastatteluiden kautta, mitä minkälaisia toimenpiteitä yritys vastuun edelläkävijä yrityksissä on tehty ja minkälaisia vaikutuksia niillä on ollut heidän yritystoimintaansa.

## 2 YRITYSVASTUU

Harmaalan ja Jallinojan (2012, s. 16–17) mukaan yritysvastuu liitetään yhteiskunnan ja yrityksen väliseen vuorovaikutukseen. Yritysten toimet ovat yhteydessä ympäröivään maailmaan ja ympäristöön, mutta myöskin toisinpäin eli maailma ja ympäristö vaikuttaa monin eri tavoin yritystoiminnan edellytyksiin. Yritysvastuu jaetaan useasti sosiaaliseen, taloudelliseen ja ympäristövastuuseen. Tänä päivänä on a entistä enemmän alettu ajattelemaan ja puhumaan jaetusta yhteisen arvon luonnista. Silloin taloudellinen arvo osakkeenomistajille ja itse yritykselle syntyy niin, että lisäarvoa saadaan myös ympäröivälle yhteiskunnalle. Silloin yritys vastuuta voidaan pitää keskeisenä osana yrityksen ansaintalogiikkaa. (Niskala ym. (2013, s. 19–21) kertovat, että yritys vastuulla yleensä tarkoitetaan yrityksen toimia, jotka ovat vapaaehtoisia. Nämä ovat yritysten toimia, joita he tekevät vahvistaessaan oman toimintansa vastuullisuutta yhteiskunnassa

Koipijärven ja Kuvajan (2017, s. 17) mukaan vastuullista yritystoimintaa lähdettiin toteuttamaan varsinkin aluksi negaation kautta, jolloin vastuullinen yritys yritti minimoida toimiansa aiheuttamat negatiiviset vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan sekä ympäristöön. Tällaisen ajattelumaailman omaavassa maailmassa asetetaan päästöille rajoja, saastutetaan aiempaa vähemmän sekä myönnetään ympäristölupia. Myöhemmin määritelmään mukaan tuli pyrkimys myönteisten asioiden maksimointi, joka johti siihen, että alettiin tutkimaan entistä enemmän, sitä millaisia vaikutuksia yritysten toimilla on ympäröivään yhteiskuntaan. Nykyään katse on käännetty laajasti eri yhteiskunnallisiin teemoihin.

Sajaniemen (2012, s. 11) mielestä yhteiskunta vastuulla on erilainen merkitys erilaisille ihmisille. Yhteiskuntavastuuta ei lueta hyväntekeväisyydeksi eikä yleishumaaniseksi toiminnaksi. Yhteiskuntavastuuksi luetaan yrityksessä ne toimet ja vastuut, joita yritys ottaa heidän toimintansa vaikutuksista maailmalla. Yhteiskuntavastuuseen liitetään yhtiön talous, yhtiön poliittinen toiminta, yhtiön suhtautuminen paikalliseen yhteisöön ja ympäristö. Talous on laaja käsite ja se onkin laajempi osa kokonaisuus, kuin toiminta voiton tuottamiseen yhtiön osakkeenomistajille sekä suhtautuminen asiakkaisiin, työntekijöihin ja kumppaneihin. Vastuullinen yritys ajatuksia siitä, miten köyhyyden ja vaurastumisen luomiseen maailmassa. Yhtiöt harjoittavat politiikkaa jokaisessa tilanteessa

käyttäessään vaikutusvaltaansa ja voimiansa hallitusten välisiin toimielimiin tai hallitukseen itseensä. Yhtiöiden suhtautuminen yhteisöihin, asiakkaisiin ja ympäröivään maailmaan toimipaikallaan. Yritysten yhteiskuntavastuu merkitsee pienten ja suurten yritysten vastuuta kestävästä kehityksestä.

Rohweder (2004, s. 77) kertoo, että useasti yritys vastuusta puhuttaessa sekaannusta aiheuttaa sen käsitteiden käyttö. Yritys saattaa liittää vastuulliseen liiketoimintaan paljon eri käsitteistöä kuten: ”sosiaalinen vastuu”, ”yhteiskuntavastuu”, ”yrityskansalaisuus” ja ”vastuullinen yritystoiminta”, nämä käsitteet nousivat pinnalle varsinkin 2000-luvulla. Käsitteet levisivät laajasti eri yritysten ja sidosryhmien käyttöön sekä tietoisuuteen. Yleisesti käytössä oleva termi *yhteiskuntavastuu* aiheuttaa välillä sekaannuksia. Joissakin yrityksissä termillä viitataan kaikkiin kestävästä kehityksen ulottuvuuksiin, kun taas osassa yrityksiä termiä käytetään ainoastaan puhuttaessa sosiaalisesta ulottuvuudesta.

Ketola (2005, s. 19–20) kertoo, kuinka yhteiskuntavastuu jaetaan käsitteiden ideologioiden kautta kolmeen ryhmään: Omistajalähtöinen, sidosryhmälähtöinen ja laajan vastuun ideologiaan. Omistajalähtöinen ideologia on useasti toiminnan perustajana ja tähän yhtälöön liitetään usein myöskin asiakkaat sekä omistajilleen tuottama lisäarvo. Yrityksen asiakaslähtöisyys ei riitä onnistumiseen, sillä yrityksillä on useita kymmeniä eri sidosryhmiä. Sidosryhmälähtöisessä ideologiassa yritykset tyydyttävät sidosryhmien tarpeita sidosryhmäteorian oppien mukaan. Laajan vastuun yrityksiä täytyy toden teolla etsiä, sillä heidän päätavoitteenaan ei ole taloudellisen voiton saavuttaminen, vaan heille on tärkeää yhteiskunnan hyvinvoinnin parantaminen.

## 2.1 Vastuullisuuden historia

Liappiksen ym. (2019, s. 12) mukaan Vastuullisuus ei ole mikään uusi käsite.

Vastuullisuutta on käsitelty jollain tapaa jo vuonna 1800. Silloin keskustellut ovat liittyneet lähinnä siihen, miten liiketoiminta vaikutti ihmisten elämään ja yhteiskuntaan.

Yhdysvalloissa toisen maailmansodan jälkeen termi *corporate social responsibility* yleistyi ja yrityksiltä odotettiin entistä enemmän toimia yhteiskunnan päämäärien puolesta.

Euroopassa toimet ovat olleet hieman erilaiset. Koipijärven ja Kuvajan (2020, s. 18)

mukaan yritys vastuusta tunnettiin ennen paremmin termillä yhteiskuntavastuu. Yritys vastuusta

on alkanut näkymään yritysten toiminnassa paremmin 1990 luvun loppupuolella. Silloin Yritysvastuuta tarkasteltiin usein Kolmen pilarin mallilla, jonka on kehittänyt John Elkington. Mallissa vastuullisuus jaoteltiin kolmeen kategoriaan eli taloudelliseen, sosiaaliseen ja ekologiseen vastuuseen, joista lukeekin tarkemmin aiemmassa osiossa.

Ketola (2005, s. 15–18) kertoo vastuullisuuden kehittymistä suomalaisissa yrityksissä. Vastuun kehittymisessä on paljon eroja ekologisen, sosiaalisen ja taloudellisen vastuun suhteen. 1900–1950 välillä elettiin teollistumisen alkuaikoja ja silloin yrityksiä johtivat niiden omistajat. He tahtoivat hyvää tuottoa, mutta kantoivat kuitenkin vastuuta taloudesta sekä näkivät itsensä taloudellisen kehityksen edelläkävijöinä. Yritysten omistajat pitivät huolta paikallisyhteisön ja työntekijöidensä sosiaalisista tarpeista. Ihmisoikeuksia, tasa-arvosta tai työehdoista ei kyseiseen aikaan vielä tiedetty. Luonnon voimavaroista ei myöskään huolehdittu. Luontoa pidettiin vapaasti käytettävänä kaatopaikkana ja resurssina. Ympäristön kuluttamista pidettiin välttämättömänä seurauksena. 1960 luvulla Suomessa elettiin teollistumisen toista vaihetta. Uusia yrityksiä alettiin rakentamaan logistisesti järkeville sijainnille kuljetusten, raaka-aineiden ja muiden syiden takia. Ihmiset alkoivat muuttamaan kylistä kaupunkiin ja yritykset tarjosivatkin muuttajille sosiaalisia palveluita ja parempia palkkoja. Yritysten yhteiskuntavastuun ajatus pysyi hyvin samanlaisena 1900-luvun alusta, jopa 1970-luvulle saakka. Silloin yhteiskunnan verkostot alkoivat kehittymään kunnolla. Yrityksiin asetettiin erilaisia lakisääteisiä velvoitteita, jotka liittyivät henkilöstöön. Yhteiskunta otti suurempaa roolia kansalaistensa hyvinvoinnista, joten yritykset pystyivät parantamaan liiketaloudellista asemaansa. Suurin osa yrityksistä muuttui osakeyhtiöiksi, jolloin kuilu omistajuuden ja johtajuuden välille kasvoi. Saasteisiin alettiin kiinnittämään entistä enemmän huomiota ja kansalaiset perustivat ensimmäisiä luonnonsuojelujärjestöitä.

Ketolan (2005, s. 15–18) mukaan 1980 luvulla huoli ympäristöstä ja luonnonsuojelusta oli levinnyt yhteiskuntaan ja ympäristölakeja alettiin perustamaan. Yrityksille asetettiin erilaisia velvoitteita ekologisiin velvoitteisiin vedoten. Laman saapuessa vuonna 1990 yritykset joutuivat huolehtimaan koko Suomen talouden tilasta. Yritykset eivät halunneet huolehtia henkilöstön sosiaalisesta vastuusta. 2000-luvun alkuun mennessä EU:n lainsäädäntä on luonut erilaisia ympäristösäädöksiä, jotka kuitenkin olivat lievempiä Suomalaiseen lainsäädäntöön verrattuna, joten se ei vaatinut paljoa toimenpiteitä. Sosiaalisen vastuun

puolella yritykset olivat 2000-luvulla hieman hankalia. Yritykset halusivat kuitenkin olla hyviä yrityskansalaisia, joten he eivät voineet vaatimuksia täysin sivuuttaa. (Ketola, 2005, s. 15–18).

Niskala ym. (2013, s. 60) mukaan yritys vastuun johtaminen on kehittynyt huomattavasti edellisen kymmenen vuoden aikana. Useissa yrityksissä aloitettiin vastuulliseen yritystoimintaan liittyvien toimintaperiaatteiden kartoitus vuosituhannen alussa. Tänä päivänä vain harva yritys ajatellut yritys vastuun strategiseksi tekijäksi ja yhtenä osana ydinliiketoimintaa. (mts.60). Jussilan (2010, s. 7–8) mukaan yhteiskuntavastuulla on juuria jo pitkältä ajalta, mutta nykyisen yhteiskuntavastuun katsotaan alkaneen vuonna 1999, jolloin YK:n alainen UNEP julkaisi ensimmäisen yritysten vastuullisuus raportointi ohjeistuksen. Myöhemmin tästä oheistuksesta muokkautui GRI (*Global Reporting Initiative*) ohjeistus. GRI on ollut suuressa osassa yksittäisten yritysten yhteiskuntavastuun määrittelijänä. GRI ei ainoastaan mittaa yhteiskuntavastuun tuloksia, raportointia ja viestintää, vaan sen merkitys yritysten yhteiskuntavastuun piirissä on huomattavasti suurempi. GRI on yrityksissä edelleen käytössä ja ohjaa yritysten edistymistä yhteiskuntavastuun saralla. Suomessa elinkeinoelämän keskusliitto EK, teki vuonna 2001 oppaan GRI:n pohjalta, jossa käytiin läpi yhteiskuntavastuun peruskäsitteistöä suomen kielellä.

## **2.2 Yritysvastuu**

Niskala ym. (2013, s. 17) mukaan yritys vastuun on yhteiskunnan ja yritysten välistä kanssakäymistä ja yritys vastuun käsitteenä jaetaan usein kolmeen eri osa-alueeseen eli taloudelliseen, ekologiseen ja sosiaaliseen vastuullisuuteen.

### **2.2.1 Taloudellinen vastuu**

Niskala ym. (2013, s. 17–18) mukaan taloudellinen vastuu yhdistetään usein siihen, kuinka yritystoiminnan luoma taloudellinen lisäarvo jakautuu yrityksen sidosryhmien sekä itse yrityksen kesken. Näitä sidosryhmille taloudellista lisäarvoa tuovia toimia voi olla mm. suorat rahavirtavaikutukset, kuten ostot toimittajilta, verojen maksu ja palkkojen maksu työntekijöille. Sidosryhmien taloudelliset vaikutukset voivat olla myös välillisiä, jolloin

voidaan miettiä innovaatioiden yhteiskunnallista vaikuttavuutta, toimialan kansantaloudellista merkittävyyttä ja sijoittamispäätöksiin liittyviä taloudellisia vaikutuksia. Taloudellista vastuuta mietittäessä täytyy ottaa huomioon myös ilmastonmuutoksen aiheuttamat riskit yritystoiminnalle pitkällä aikavälillä.

Rohwederin (2004, s. 98) mukaan yrityksissä taloudellisesti vastuullisia toimia tarkastellaan tilinteko- ja raportointi velvollisuuden avulla. Ne ovat määritelty kirjanpito-, osakeyhtiö-, vero- ja arvopaperimarkkinalainsäädännössä. Hämmennystä usein aiheuttaa se, että sosiaaliin ja ympäristö ulottuvuuksiin liitettäviä asioita ei voida täysin taloudellistaa. Ketola (2005, s. 34) kertoo, että taloudellisessa vastuussa tulee vastaan myös negatiivisia näkökulmia, jotka eivät aina ole kaikille osapuolille mieluisia. Vastuullinen liiketoiminta tarkoittaa yrityksissä sitä, että voiton tavoittelullakin on rajat ja ne tulisi pystyä asettamaan. Yritykset eivät saisi parantaa oman pääomansa arvoa väärin keinoin ja tehdä voittoa kyseenalaisin keinoin.

### 2.2.2 Ekologinen vastuu

Liappis ym. (2019) kertovat kuinka ekologinen vastuu yrityksissä lähtee liikkeelle siitä, kun yritykset tekevät vapaaehtoisia toimia ympäristönsuojelun tueksi. Yrityksillä on suuri rooli ympäristönsuojelun kannalta nykymaailmassa, sillä planeettaamme kohdistuu suuri paine luonnonvarojen kohtaan. Jokaisen yrityksen tulee tehdä muutoksia toimintatapoihinsa, sekä luoda enemmän kestävämpiä tuotteita, että tulevaisuutemme maapallolla on kirkas. Maailmalla toimiva järjestö *Global Footprint Network* laskee vuosittain maapallon ylikulutuspäivän. Ylikulutuspäiväksi, kutsutaan sitä päivää, jolloin ihmisten ekologinen jalanjälki menee maapallon biokapasiteetin yli. Käytännössä se tarkoittaa sitä, että maapallolla ei ole enää kykyä tuottaa uusiutuvia luonnonvaroja eikä käsitellä kasvihuonepäästöjä, jotka syntyvät fossiilisten polttoaineiden käytöstä.

Rohwederin (2004, s. 15) mukaan ekologinen vastuu liittyy vahvasti luonnon rahkeiden kartoittamiseen. Ekologisella vastuulla pyritään turvaamaan luonnon riittäminen ja luonnon voimavarojen käyttö siten, että tulevilla sukupolvillekin on mahdollisuus samanlaiseen elintasoon ja ympäristöön, kuin nykypolvilla. Luonnonvarojen suunniteltu käyttö, ongelmien havaitseminen ja nykyisistä ympäristö ongelmista selviäminen edesauttaa luonnon

turvaamiseen ennaltaehkäisevästi. 2000-luvulla alettiin kiinnittämään entistä enemmän luonnonvaroihin ja tajuttiin se, että nykyisillä toimintatavoilla luonnonvarat eivät kestä enää pitkään.

Rohwederin (2004, s. 46) ajatuksena myös ympäristö eettiset näkökulmat voidaankin jakaa kolmeen eri näkökulmaan, näitä ovat antroposentrinen, ekosentrinen ja teknosentrinen. Antroposentrinen ympäristöetiikka käsittelee sitä, kuinka ihmiset kiinnostuvat vain niistä ympäristöasioista, jotka ovat näkyviä vaikutuksia, olivat ne sitten kielteisiä tai myönteisiä. Ajatellaan, että luonnossa elävillä olennoilla ja itse luonnolla on arvoa ihmiselle, liittyy kuitenkin antroposentriseen ympäristöetiikkaan arvoihin sidoksissa olevia asioita, jotka sitten rajoittavat ihmisen toimenpiteitä luontoa kohtaan.

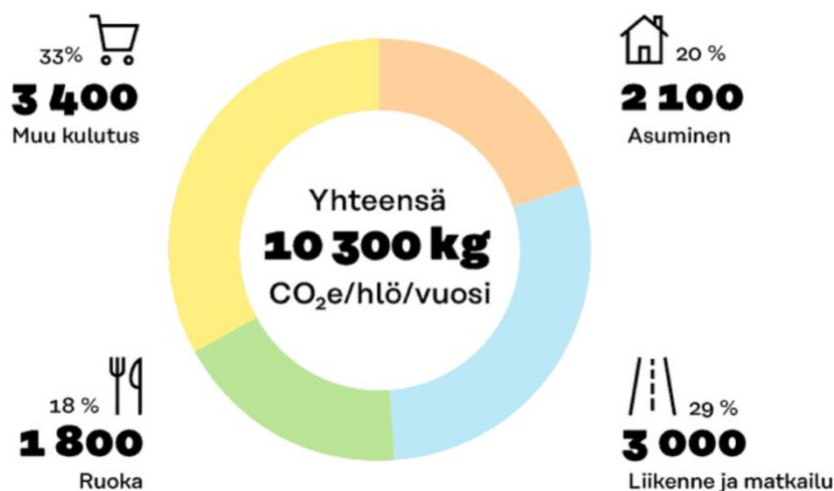
Rohweder (2004, s. 45) kertoo, että luontokeskeinen ajattelutapa eli ekosentrisessä näkökulmassa ihmiset ja luonto ovat saman arvoisina. Nyky-yhteiskunnassa on vaikeaa toteuttaa ekosentristä näkökulmaa. Teknosentristä näkökulmaa pidetään taas ekosentrisen ajattelutavan vastakohtana. Teknosentrisessä ajattelutavassa ajatellaan, että luonnonvarat ovat rajoittamattomat. Luontoa ei haluta pitää lisääntyvään kulutukseen kohteena. Verkostot ja lisääntynyt tiedon saanti on lisännyt ihmisten tietoisuutta luonnosta ja sen resursseista. Informaation myötä, yhä useampi ihminen ajattelee taloudellisen toiminnan pitää pysyä luonnon ehtojen mukaisena. Tänä päivänä ihmisten ajattelu ympäristönsuojelusta perustuu pääosin antroposentriseen ympäristöetiikkaan.

Ekologisen vastuullisuuteen voidaan liittää myös hiilijalanjälki ja hiilijalanjälki. Sitran (2018) mukaan Hiilijalanjälki tarkoittaa ihmisen elämisestä syntyviä hiilidioksidipäästöjä, joiden suuruuteen voidaan vaikuttaa omalla toiminnallaan. Hiilijalanjälki yleisesti ilmoitetaan hiilidioksidiekvivalenteina (CO<sub>2</sub>e). Hiilijalanjälki ja sen laskeminen ei kosketa ainoastaan ihmisiä, vaan hiilijalanjälki voidaan laskea myös tuotteelle, organisaatiolle sekä yrityksille. Arvion mukaan noin puolet hiilidioksidipäästöistä syntyy hyödykkeiden valmistuksesta ja materiaalien hallinnasta. Siksi kiertotalouden merkitys yhteiskunnalle on todella tärkeää ja kiertotalouden avulla yhteiskunnan hiilijalanjälkeä saadaan pienennettyä.

Fortum (2020) kertoo nettisivuillaan, että hiilijalanjäljen myötä pystytään selvittämään paljonko sen kuluttaminen, hävittäminen ja tuottaminen aiheuttaa kasvihuonepäästöjä.

Hiilijalanjäljen selvittäminen auttaa tekemän luonnon kannalta parempia hankintoja ja päätöksiä. Kun hiilijalanjälki on tiedossa, ihmiset pystyvät paremmin pienentämään päästöjään ja sitä kautta suojelemaan ilmastoa sekä siirtymään kohti kiertotaloutta. Valtiolla ja yrityksillä on omat vastuunsa, mutta kuluttaja pystyy vaikuttamaan pienillä muutoksilla elämässään suuresti ilmastotavoitteisiin. Suomalaisten hiilijalanjälki koostuu pääosin ruoasta, liikkumisesta ja asumisesta. Seuraavassa kuvassa (Kuva 1.) ilmenee, kuinka keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki jaottuu eri kategorioihin.

## KESKIVERTOSUOMALAISEN HIILIJALANJÄLKI



Kuva 1. Keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki (Sitra, 2018).

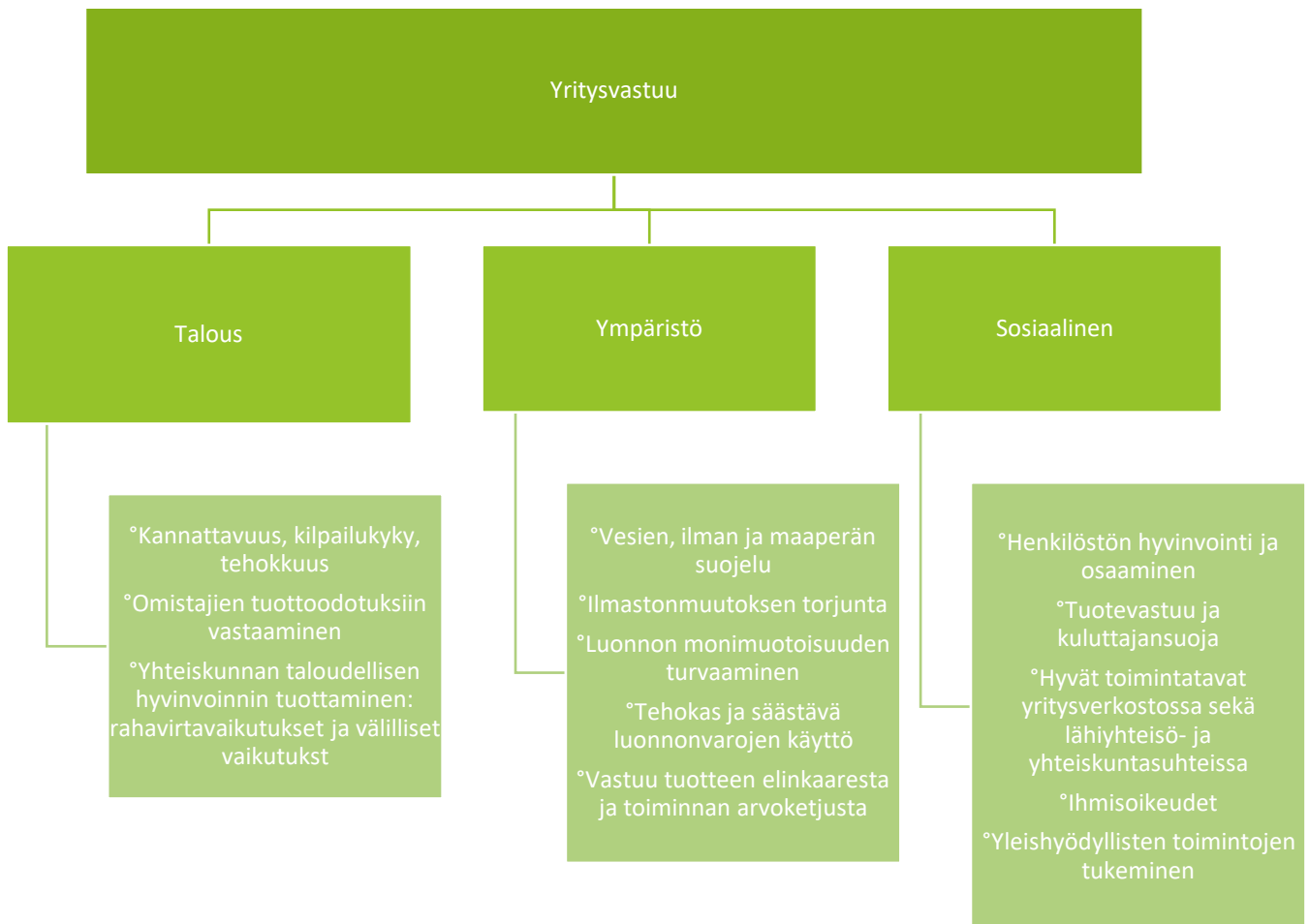
Hiilikädenjalki (i.a.) -sivuston mukaan hiilijalanjälki koostuu pääsääntöisesti negatiivisista toimista, mutta hiilikädenjäljessä tarkastellaan yritysten positiivisia vastuullisuustoimia. Hiilijalanjälkeä halutaan yrityksissä pienentää mahdollisimman pieneksi, mutta hiilikädenjäljessä on juuri toistenpäin. Mitä suurempi hiilikädenjälki yrityksessä on, sitä parempi. Hiilikädenjälkeen pystytään reagoimaan hyvin samoilla keinoilla, kuin hiilijalanjälkeen. Keinoja voi olla mm. pakkausmateriaalien tarkastelu, energiatehokkuus, hukan minimointi ja tuotteiden käyttöiän kasvattaminen.

### 2.2.3 Sosiaalinen vastuu

Liappis ym. (2019, s. 128) kertovat, että ilman ihmisiä eri yrityksillä ei olisi toimintaa eikä asiakkaita. Yritysten palveluiden ja tuotteiden loppukäyttäjänä ovat ihmiset. Sosiaalinen vastuullisuus tarkoittaa tuotteiden ja palveluiden vaikutuksista ihmiskuntaan ja erityisesti vastuunotosta vaikutuksiin. Sosiaalinen vastuu on iso kokonaisuus, mutta sen ydin on hyvin yksinkertainen. Ytimenä voidaan pitää ihmisten arvostamista, hyvää kohtelua sekä huomioimista. Sosiaalinen vastuullisuus on isossa roolissa, kun mietitään yritysten hyvää työturvallisuutta, erinomaista työkulutturia ja kaikkien huomioon ottamista. Ihmisoikeudet ja niihin liittyvät kysymykset ovat olleet pinnalla aiemminkin, kun sosiaalista vastuullisuutta on käsitelty, mutta selvästi nousut näkyviin enemmän 2010-luvulla.

Harmaalan ym. (2012, s. 22) mukaan sosiaalisen vastuullisuuden toimet kohdistuvat pääsääntöisesti yrityksen omaan henkilöstöön. Asiakkaiden näkökulmasta katsottuna yrityksillä on todella suuri vastuu kuluttajan suojan kehityksessä ja tuoteturvallisuuden tutkimisessa. Myös vuorovaikutus eri sidosryhmien kanssa ja yhteistyön parantaminen ovat tärkeitä osia sosiaalista vastuullisuutta.

Rohwederin (2004, s. 103) mukaan työntekijöihin liittyvien vastuullisuustekojen lisäksi yrityksen sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluu myös vastuu heidän tuottamiansa tuotteista ja palveluista. Yrityksen täytyy huolehtia asianmukaisesta markkinoinnista, asianmukaisista tuotemerkinnöistä, tuotteiden turvallisuudesta sekä kuluttajien valitusten tarkasta käsittelystä. Välillinen vastuu ympäristöä kohtaan muuttuu yrityksen toiminnan mukana paikallisvastuusta ihan globaalille tasolle saakka. Paikallinen välillinen vastuu koostuu päällimmäisenä kouluyhteistöistä ja liikunnan tukemisesta. Globaali välillinen vastuu on yhteydessä monikansallisiin yrityksiin, jotka miettivät hyvinvoinnin alueellista kehittymistä esimerkiksi investointi päätösten perusteella. Kuviossa 1. on tarkemmin jaoteltu kolme yritys vastuun osa-alueita eli talous, ympäristö ja sosiaalisuus.



Kuvio 1. Kolmen pilarin malli (muokattu Koipijärvi ym., 2017, s. 19).

### 2.3 Yritysvastuun johtaminen

Koipijärvi ja Kuvaja (2017, s. 84) kertovat yritysvastuun johtaminen pitää tulla ylhäältä, ihan korkeimmasta johdosta. Yrityksien johtoryhmässä voi olla henkilö nimeltä yritysvastuujohtaja tai sitten yritysvastuun johtoon liittyvät asiat ovat osana yhden johtoryhmän jäsenen muita vastuualueita. Pää vastuu on kuitenkin aina yrityksen toimitusjohtajalla, joten hänellä pitää olla tietoa ja taitoa ymmärtää ja käsitellä vastuullisuutta. Jokaisen johtoryhmän jäsenen tulisi ymmärtää vastuullisuuden merkitys omassa liiketoiminnassaan, sillä varmistetaan vastuullisuuden jalkauttaminen myös seuraavalle tasolle. Vastuullisuuteen perehtyneellä johtoportaalalla on motivaatiota

keskustella vastuullisuudesta työntekijöidensä sekä vastuullisuuteen perehtyneiden ammattilaisten kanssa ilman välikäsiä. Silloin vastuullisuutta johdetaan parhaalla mahdollisella tavalla, kun tieto tulee johdolle suoraan alan ammattilaisilta. Niskala ym. (2019, s. 48-49) mukaan yritys vastuun sisällyttäminen osaksi yrityksen jokapäiväistä toimintaa on haastavaa. Yritys vastuun käsite on laaja ja sen kaikkien eri osa-alueiden ja kokonaisuuden ymmärtäminen on vaativaa.

Jussila (2010, s. 43) kertoo, että johtamisen tärkeys yhteiskuntavastuussa on todella tärkeä ja keskeinen asia. Yhteiskuntavastuu vaatii yritykseltä muutoksia ja se onkin vielä aika uusi ilmiö. Uusien asioiden omaksuminen ja niiden vaatimien muutosten toteuttaminen ovat suuria haasteita johtajille. Hyvin johdettu yhteiskuntavastuu luo luotettavuutta ja taas vastavuoroisesti huonosti johdettu yhteiskuntavastuu ei toimista huolimatta saa asiantuntijoiden keskuudessa arvoa. Toimiva johtaminen yhteiskuntavastuussa on laaja kokonaisuus. Yhteiskuntavastuun johtamisen peruslähtökohtana on perusjohtamisen ja hyvän liiketoiminnan kiinteä suhde. Yrityksen yhteiskuntavastuun johtaminen muodostuu useasta eri osasta. Yhteiskuntavastuun johtamisesta pystytään erottelamaan ainakin yhteiskuntavastuun osa-alueiden johtaminen, yhteiskuntavastuun yleinen johtaminen, yhteiskuntavastuun kokonaisvastuu ja tuotteiden, liiketoiminnan sekä palveluiden yhteiskuntavastuullinen johtaminen.

## **2.4 Vastuullisuudesta viestiminen ja markkinointi**

Viime vuosikymmeninä teknologia on mahdollistanut tiedon levittämisen entistä globaalimmin (Juutinen & Steiner, 2010, s. 81). Laajemman ja paremman tiedon saaminen on muokannut myös ihmisten vaatimuksia siitä, mitä he haluavat yrityksestä ja tuotteesta tietää. Jussilan (2010, s. 136) mukaan yhteiskuntavastuu sisältää paljon viestintää ja siihen sidottua toimintaa. Yhteiskuntavastuuseen on vahvasti yhteydessä sidosryhmävuorovaikutus, joka on vuorovaikutteista viestintää. Kehityshankkeet ja toimet vaativat yrityksiltä reilusti informaatiota onnistuakseen. Toimenpiteet yhteiskuntavastuun kehittämisessä ovat yleensä sellaisia, joihin sidosryhmien on vaikea päästä mukaan ilman erillistä perustelua tai kuvausta. Viestintä ja yhteiskuntavastuu kävelevät käsi kädessä ja useasti yhteiskuntavastuu onkin organisaatioissa vahvasti viestintään. Tämä saattaa

aiheuttaa yrityksissä ongelmia, mikäli yritysvastuun kehittäminen muuttuu liian viestintälähtöiseksi.

Kuvaja ja Malmelin (2008, s. 25) kertovat yleisesti yritysvastuun viestimisen pohjana on yrityksen strategia, arvot ja toimintatavat. Kun yritykset suunnittelevat yritysvastuun viestintää, heidän pitää ymmärtää, että he voivat viestiä ainoastaan jo olemassa olevista teoista, asenteista ja arvoista. Yrityksen viestiessä vastuullisesta liiketoiminnasta, täytyy työntekijöillä ja johdolla olla käsitys siitä, miten yritys toimii sillä hetkellä ja miten se haluaa toimia tulevaisuudessa. Viestiminen yritysvastuussa nähdään yhtenä osana yrityksen selontekoa siitä, miten se on käyttänyt yhteiskunnan vapauksia ja luonnonvaroja.

Harmaala ym. (2012, s. 145–155) kertovat, että markkinoinnin päätavoitteena on tuoda yritykselle voittoa ja asiakkaille tietoa. Markkinoinnissa keskitytään vanhojen asiakkaiden aktivointiin ja uusien asiakkaiden hankintaan. Vastuullisuusmarkkinointi voidaan liittää vastuullisuusiin tuotteisiin ja palveluihin tai tavallisten tuotteiden markkinointia vastuullisilla argumenteilla. Ympäristömarkkinointi on yksi osa vastuullisuusmarkkinointia.

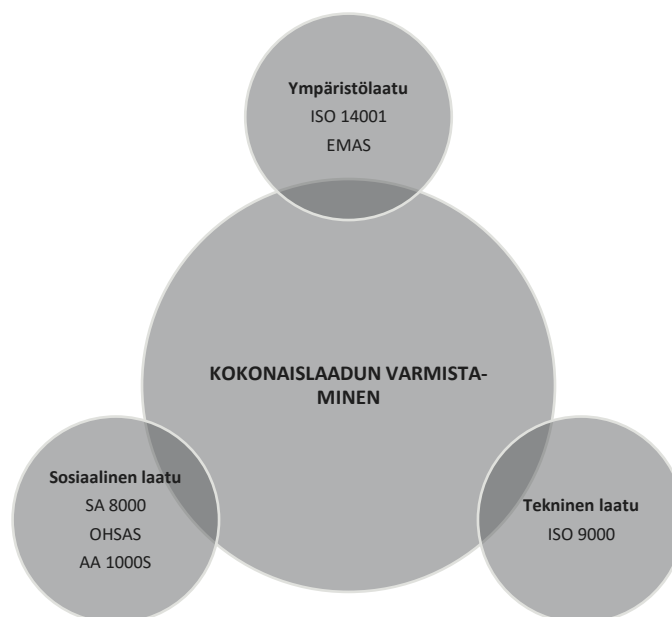
Ympäristömarkkinoinnissa keskitytään palvelun tai tuotteen positiivisten ympäristöominaisuuksien mainostamiseen sekä tuotetta profiloimaan ympäristöystävälliseksi tuotteeksi.

## **2.5 Yritysvastuun raportointi**

Jussilan (2010, s. 144) mielestä raportointi on yksi tärkeä ja kiinteä osa yhteiskuntavastuuta tarkasteltaessa. Yhteiskuntavastuun lähtökohtina onkin avoimuus ja mitattavuus. Raportoinnin tarkoituksena on saada kuvaus yritysten yhteiskuntavastuun toimenpiteistä ja lopputuloksista. Keskeisimpinä työvälineinä yhteiskuntavastuun raportointia tarkastellessa nousee esille GRI-raportointiohjeisto. Yrityksillä on myös paljon muitakin raportointiohjeistoja käytössä, mutta GRI on ylivoimaisesti suosituin. Raportointiohjeistojen tavoitteena on vertailtavuus ja mitattavuus.

Rohweder (2004, s. 166–167) kertoo, että yritysvastuuseen liitettävät hallintajärjestelmät ovat työkaluja hyvään operatiiviseen johtamiseen sekä tukena vastuullisten toimien siirtämisessä käytäntöön. Hallintajärjestelmien tavoitteena on myös luoda yhteyksiä

operatiivisen johtamisen ja strategisen johtamisen väliin. Yrityksillä on vaihtoehtona käyttää valmiita hallintajärjestelmiä tai luoda omia. Hallinta järjestelmää, joka käsittelisi kaikkia yritys vastuun ulottuvuuksia ei ole vielä kehitetty. Hallintajärjestelmistä tunnetuimmat, jotka käsittelevät ympäristöasioita ovat: Euroopan Unionin asetuksiin perustuva vapaaehtoinen hallintajärjestelmä EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) sekä Kansainvälisen standardisoimisliiton ISO:n (International Organization for Standardization) ISO 14001 -standardi. Sosiaaliseen vastuuteen liitettäviä standardeja on taas OHSAS-standardi, joka keskittyy työterveys ja turvallisuus asioihin sekä SA 8000-standardi, joka käsittelee työelämän oikeuksia. Sosiaaliseen vastuuteen liitetään myös AA1000S-standardisarja. Yritysvastuuseen keskittyvien hallintajärjestelmien pohjana voidaan pitää ISO-sarjan laatuajatteluja. ISO 9000 on teknisen laadun ulottuvuus.



Kuvio 2. Hallintajärjestelmät laatuajattelun laajentajina Rohwederin mukaan (2004, s. 167).

### 3 KEHITTÄMISTEHTÄVÄ

Hanketta ja tutkimusta varten on valittu kuusi Etelä-Pohjanmaalla toimivaa vastuullisuuden edelläkävijäyritystä. Näissä yrityksissä vastuullisuustoimet ja vastuullisuus on iso osa yritysstrategiaa. Yritykset ovat kiinnittäneet pidemmän aikaa huomiota yrityksensä vastuullisuuteen ja sen kehittämiseen. Projektiin valitut yritys vastuun edelläkävijä yritykset haluavat pysyä nimettömänä, joten opinnäytetyössä he esiintyvät nimillä: **Yritys 1, yritys 2, yritys 3, yritys 4, yritys 5 ja yritys 6.**

#### 3.1 Tutkimusaineisto

Tuomen ja Sarajärven (2009 s. 72–73) mukaan haastattelun idea on hyvin yksinkertainen. Kun halutaan tietää, miksi toimitaan tietyllä tavalla tai miksi ajatellaan juuri tiettyjä asioita, on silloin hyvä kysyä asiaa asianomaisilta. Haastattelun etuna pidetäänkin sen joustavuutta. Haastattelun aikana on mahdollista oikaista väärinkäsityksiä, sekä toistaa kysymyksiä ja käydä myöskin vapaata keskustelua aiheesta. Haastattelut mahdollistavat kysymysten esittämisen tutkijan mukaan järkevimmissä järjestyksessä. Haastatteluissa on pääprioriteettina saada mahdollisimman laajasti tietoa ja siksi usein haastattelu kysymykset toimitetaan haastateltaville etukäteen.

Tämän opinnäytetyön tutkimusaineisto on kerätty haastattelemalla edelläkävijä yritysten edustajia. Osa haastatteluista on toteutettu Microsoft Teams -puheluiden välityksellä, osa taas pystyttiin suorittamaan paikan päällä. Vallitseva koronatilanne jonkun verran vaikutti negatiivisesti tilanteeseen ja siksi kaikkia haastatteluista ei pystytty toteuttamaan kasvotusten. Haastattelut ovat suoritettu puolistrukturoituna teemahaastatteluna ja kaikki haastattelut suoritettiin samalla kysymyspohjalla. (Liite 1.) Haastattelut suoritti SeAmkin tutkimusryhmä. Jokaisessa yrityksessä tehtiin yksi haastattelu, haastateltavana oli joko omistaja, yrittäjä tai henkilö, jonka vastuulla yritys vastuuasiat ovat yrityksessä. Haastattelut nauhoitettiin, jonka jälkeen opinnäytetyöntekijä litteroi haastattelut ja koosti jokaisesta yrityksestä kertomuksen, jossa kuvaillaan kunkin yrityksen vastuullisuustyötä.

## **3.2 Aineiston analyysi**

Aineiston analyysi oli kaksi vaiheinen. Ensiksi haastattelut litteroitiin ja kirjoitettiin auki opinnäytetyöntekijän toimesta. Tämän jälkeen opinnäytetyöntekijä kirjoitti haastattelujen ja internet lähteiden perusteella kuvaukset jokaisen edelläkävijäyrityksen vastuullisuustyöstä. Tässä hyödynnettiin sisällönanalyysin keinoja. Sisällönanalyysi on tekstianalyysia. Tuomen ja Sarajärven (2018, s. 117) mukaan sisällönanalyysin menetelmällä voidaan tutkia dokumentteja objektiivisesti ja systemaattisesti. Kyseisellä analysointi menetelmällä pyritään saamaan kuvaus tutkittavasta kohteesta yleisessä ja tiivistetyssä muodossa.

Toisessa vaiheessa haastatteluja analysoitiin käsitekartan avulla, jossa käytettiin apuna haastattelu kysymyksiä. Käsitekarttaan sijoitettiin valitut yritykset sekä haastatteluteemat. Tämän jälkeen lähdettiin ranskalaisin viivoin lisäämään vastauksia jokaiseen kysymykseen lukemalla haastatteluja uudelleen läpi. Käsitekartan avulla saatiin koottua yhteen yritysten toimintatapoja ja mikä heitä mahdollisesti yhdisti ja mikä erotti. Käsitekartta auttoi näkemään kokonaiskuvan ja mahdollisti myös yritysten erilaisten toimintatapojen vertailun.

## **3.3 Edelläkävijäyritykset**

### **3.3.1 Yritys 1**

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

### **3.3.2 Yritys 1 vastuullisuustyö**

Haastattelussa Yritys 1 yrittäjä kertoo että, ympäristövastuu on ollut yrityksen toiminnassaan alusta alkaen keskeisessä roolissa ja toisin sanoen vastuullisuus on heidän DNA: ssaan. Vuonna 2016 heillä tapahtui suurimmat muutokset vastuullisuuden saralla, kun yrityksen strategia päivitettiin ja vastuullisuus kirjattiin strategiaan yritystoiminnan ytimeksi. Vastuullisuus oli silloin jo keskeisenä osana heidän toimintaansa, mutta he halusivat vielä lähteä parantamaan näkökulmia ja kehittämään vastuullisuus osaamista entisestään. Yritys 1:ssä halutaan tehdä asioita oikein, siksi he ovat vastuullisuuden edelläkävijöitä.

Yrityksessä on otettu mukaan kehitystoimintaan Suomen tekstiili ja muoti Ry:n asiantuntijat, koska he halusivat olla mahdollisimman hyvin perillä siitä, mitä vastuullisuus tarkoittaa sillä hetkellä heidän toimialallaan. Tietysti he ovat hyötäneet siitä, että muotialalla vastuullisuus kysymykset ja ajatukset ovat olleet pinnalla jo pidempään ja muotiala on vahvasti sidoksissa tekstiiliteollisuuteen. Tekstiilialan vastuullisuus näkemykset ovat globaaleja, sillä suurin osa raaka-aineista tulee muualta kuin suomesta. Yritys 1 alettiin yhdessä helsinkiläisen strategia yrityksen kanssa miettimään visiota, missiota ja heidän omaa vastuullisuustyötä. Heille vastuullisuus tarkoittaa kaikkea kolmea vastuullisuuden näkökulmaa eli ekologista, - sosiaalista ja taloudellista vastuuta. Yritys 1 on tammikuun loppupuolella valmistumassa ensimmäinen vastuullisuuskatsaus sekä samaan aikaan heillä lasketaan ensimmäistä kertaa hiilijalanjälki. Konsultin mukaan yritys on jo täysin hiilineutraali yritys, joten tavoitteet pitää nostaa korkeammalle.

Yritys 1:ssä uuden strategian tekemiseen osallistui välillä koko henkilökunta ja välillä pienempi työryhmä. Heille oli tärkeää tehdä se päätös, että vastuullisuus on tärkeä osa heidän toimintaansa ja osa strategiaa. Heillä on pieniä sekä isoja vastuullisuus tekoja, joista kokonaisuus koostuu. Työntekijät ovat omaksuneet vastuulliset toimintatavat hyvin jokapäiväiseen tekemiseen ja jatkuvasti myös työntekijöiden puolelta tulee uusia ehdotuksia, miten vastuullisuutta voitaisiin vielä kehittää yrityksessä.

Yrittäjän mukaan sosiaalinen vastuu näkyy erityisesti siinä, kun he haluavat edistää kotimaista tekstiili tuotantoa, sekä tuotteiden valmistusta suomessa. Yritykselle on tärkeää, että he pystyvät työllistämään kotimaassa ja varmistaa sitä kautta toimialan säilyminen Suomessa. Yritys 1 on osa suomalaista huoltovarmuusketjua ja tavoitteena on kasvaa vastuullisella tavalla ja pitää huolta työhyvinvoinnista sekä turvallisuudesta. Alihankinnan vähentäminen ulkomaista auttaa heitä lisäämään työpaikkoja kotimaassa, jonka myötä he pystyvät parantamaan Suomen työllisyys tilannetta. Yritys 1 edellytetään vastuullisia toimintatapoja myös heidän yhteistyökumppaneiltansa suomessa, sekä ulkomailla. Tavarantoimittajilta he vaativat sosiaalisen vastuun sertifikaatin ja tavarantoimittajilla työskentelevillä työntekijöillä pitää olla tehtailla kohtuulliset palkat ja työolot. Jokaisen tavarantoimittajan työoloja he eivät voi aina käydä tarkastamassa, mutta se on minimivaatimus, millä he voivat edes vähän parantaa asioita.

Suurin osa vastuullisuuden kehittämisen toimenpiteistä lähtee tällä hetkellä kuluttajien vaatimuksista ja arvoista. Kuluttajat vaativat nykyään entistä vastuullisempaa tarjontaa ja myöskin yritystoiminnan läpinäkyvyyttä. Yritys 1 ollaan valmiita myös siihen, että he voivat lähteä vierailemaan pakistanilaisella kangastehtaalla ja katsomassa onko siellä sellaiset olot, kuin he ovat luvanneet.

Yritys 1 työyhteisö on monikulttuurinen ja he työllistävät tälläkin hetkellä maahanmuuttajia, joilla on kokemusta vastaavista tehtävistä kotimaastaan. He ovat kiinnostuneita työllistämään myös maahanmuuttajia, joilla ei ole kovin hyvä kielitaito, sillä muu työyhteisö on jo tottunut monikulttuurisuuteen ja kielitaidon puutteeseen. He luottavat siihen, että työntekijät oppivat kielen työn ohessa.

Yritys 1:ssä halutaan toimia myös taloudellisesti vastuullisesti. Heille taloudellinen vastuu tarkoittaa sitä, että he työllistävät suomessa ja maksavat veronsa Suomeen. Kaikessa tekemisessä on mukana taloudellinen ajattelu ja sen ajattelun myötä yrityksessä on säästetty yrityksen kuluissa, sekä asiakkaiden jätekuluissa. Yrityksessä on hyödynnetty kiertotaloutta jo pitkään ja he ovatkin osanneet hyödyntää erinomaisesti teollisuuden sivuvirtoja omassa tekemisessään.

Suurin osa yrityksen tuotteista on valmistettu kierrätetyistä materiaaleista. Heidän ydinosaamisensa on pehmusteissa. Pehmusteissa käytetään pääosin polyesterikuitua, vaahtomuovilastuja ja höyheniä. Esimerkiksi polyesterikuitua he käyttivät viime vuonna noin 20 tonnia ja siitä noin 90 % oli kierrätyspolyesteriä, joka valmistetaan muovipulloista. Tässäkin heillä on tarkoitus hipoa täydellisyyttä ja päästä sataan prosenttiin eli kaikki heidän kuitunsa olisivat kierrätysmateriaalista. Vaahtomuovilastut tulevat heillä huonekalujen ja patjateollisuuden leikkuureunoista, kun taas höyhenet ovat elintarviketeollisuuden sivuvirtaa. He kokevat, että ovat saaneet tuotannon puolella paljon hyvää aikaiseksi ja päässeet erinomaisiin tuloksiin. Tällä hetkellä kiinnostus on biopohjaisissa sekä puupohjaisissa kuiduissa, joita he voisivat vielä hyödyntää tuotannossaan. Edellä mainittujen saatavuus on vielä heikkoa, mutta selvitystyö on koko ajan käynnissä. Yritys 1:ssä yritetään aina löytää vastuullisin vaihtoehto, ja he vaihtavatkin materiaaleja sitä mukaan vastuullisempiin, kuin niitä tulee markkinoille.

Muita ekologisia toimia tehtaalla on useita. LED-lamput ovat vaihdettu tehtaisiin ja kattoremontin yhteydessä heillä olisi tarkoitus asentaa myös aurinkopaneelit.

Muovipakkauksia on pyritty vähentämään rutkasti ja esimerkiksi päiväpeitteet myydään siistissä vetoketju kassissa, joista ostettaessa asiakkaalle mainitaan, että pussia kannattaa hyödyntää esimerkiksi säilytyksessä.

yritys 1:ssä vastuullisuus näkyy myös viestinnässä. He ovat vasta uusineet heidän nettisivunsa, joissa on enemmän tietoa heidän vastuullisuustoimistansa. Myös vastuullisuusraportti on julkaisun jälkeen kaikkien nähtävillä. Tehtaalla vastuullisuudesta puhutaan jatkuvasti, se on arkinen puheenaihe. Heillä on myös viikoittain oleva kokous, johon koko henkilöstö osallistuu. Kokouksessa käydään läpi arkisia tapahtumia ja myös uusia vastuullisuus oppeja ja ajatuksia. Jo henkilöstön rekrytointivaiheessa puhutaan paljon vastuullisuudesta ja yrityksen arvoista, että hakija saisi heti mahdollisimman hyvän käsityksen yrityksestä.

Isoimmat vaikutukset vastuullisuus toimilla on ollut työnantajakuvaan ja sitä kautta henkilöstön saatavuuteen, se on tässä työmarkkina tilanteessa erittäin suuri kilpailuetu. Yritys 1 on saanut lisää asiakkaita sellaisista yrityksistä, joilla on samanlaiset arvot. Yritys 1:ssä he haluavat kirittää ja innostaa heidän asiakkaitaan vastuullisuuteen ja pyrkiä jakamaan sitä tietoa eteenpäin, mitä heillä on. Nykyään yritys 1 kokee pystyvänsä myymään paremmin itseään ja perustelemaan paremmin tuotteitaan. Heille vastuullisuus tarkoittaa sitä, että he pystyvät tarjoamaan asiakkaille pitkäkestoisia tuotteita.

Sopivien materiaalien löytäminen on heillä ollut hankalaa. Pehmustepuolella he ovat vastuullisuuden kannalta todella pitkällä, mutta varsinkin kankaissa ei ole paljon vastuullista tarjontaa. Toinen hankalaksi koettu asia on julkiset hankinnat. Julkisissa hankinnoissa mennään usein hinta edellä tai sitten epätietoisuus vastuullisista valinnoista ei ole hyvällä tasolla. Yritys 1:stä kerrotaan, että ovat myös menettäneet kauppoja vastuullisuuden takia, mutta se on heidän tämänhetkinen toimintatapansa ja näin he haluavat toimia.

Heidän toimialallaan on vaikea päästä täydellisyyteen ja sen ymmärtäminen onkin todella tärkeää. Välillä joudutaan käyttämään sellaisia materiaaleja, mitä ei haluisi, mutta

vastuullisempaa vaihtoehtoa ei ole vielä saatavilla. Vastuullisuus yrityksessä ei saisi olla päälle liimattua, vaan sellaista, joka on sisällytetty arkipäiväiseen tekemiseen.

Lähitulevaisuuden suunnitelmat yrityksellä on vastuullisuusraportin teko ja hiilijalanjäljen laskeminen.

### **3.3.3 Yritys 2**

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

### **3.3.4 Yritys 2 vastuullisuustyö**

Yrittäjä kertoo haastattelussa, että hän on matkustellut paljon ja kokee, että haluaa antaa omaa osaamistaan eteenpäin, siksi vastuullisuustyö on noussut tärkeäksi osaksi yritystoimintaa. Hän tajusi, että Yritys 2 on se kanava, mitä kautta voi vaikuttaa Suomessa ja paikallisesti. Yritys 2:lla on Nepalissa tällä hetkellä yksi käynnissä oleva kohde, jossa he teettävät korujaan. Vaikeassa työ- ja rahatilanteessa tilanteessa olevat naiset tekevät heille siellä koruja. He siirtävät tuotantoa myös Turkkiin, tehtaalle, jossa he tietävät saavansa positiivisia vaikutuksia aikaan. Yritys 2 on kehitteillä myös yhteistyöhanke Fida hyväntekeväisyys ketjun kanssa. Hankkeen tavoitteena on aloittaa korujen valmistus Putanissa. Putanissa naisten köyhyys on todella haastavaa ja naiset ei juurikaan käy töissä, joten korujen valmistuksella saataisiin parannettua elinoloja ja työllisyyttä. Edellä mainitut ovat asioita, joiden avulla yrittäjä kokee pystyvänsä vaikuttamaan muualla maailmassa. Suomessa Yritys 2 pyrkii työllistämään myös ulkomaalaistaustaisia henkilöitä, ja heillä on aiemminkin ollut TE-keskuksen kautta useampia kieliharjoittelun tekijöitä sekä palkkatukilaisia.

Yritys 2 tuotteissa on ajateltu vastuullisuutta. Kaikki metallit ovat kierrätettävissä ja myöskin lähetyspakkaukset. Pakkaukset ovat kotimaista tuotantoa ja esimerkiksi muovit ovat suurilta osin kierrätettyä materiaalia. Yritys 2 on suunnitteilla korujen jäljittämisen mahdollisuus, jolloin korun ostaja saisi qr-koodin tai vastaavan, jonka avulla ostaja saisi tietoonsa missä tuote on valmistettu ja kenen tekemänä.

Yrityksessä koetaan, että vastuullisuus on jo siellä heidän DNA:ssaan ja arvojen kautta vielä korostuu ja vahvistuu. He jatkuvasti tietoisemmin miettivät, miten voivat kulkea haluamaansa suuntaan vastuullisuuden saralla. Yritys 2:ssa pyritään mahdollisimman avoimesti kertomaan, että he ovat yritystoiminnan alussa ja he eivät voi vielä sanoa, että kaikki heidän hankkeensa olisivat vastuullisia. Tämä ei aina johdu yrityksestä itsestään, sillä he eivät voi taata, että muualla maailmassa tehtailta saadut tiedot olisivat täysin paikkansa pitäviä.

Yrityksessä on työskennelty oppisopimuksella, palkkatuella ja kielikoulutusten kautta. He pyrkivät olemaan kaikille työntekijöille mahdollisimman joustavia, että jokaisen elämäntilanne sopisi työhön. Välillä he joutuvat kertaamaan suomalaisen työyhteisön sääntöjä, mutta niistäkin he ovat selvinneet, mutta se on ollut sosiaalisen tasa-arvon kannalta välillä hieman haastavaa. Yritykseen ei ole kertaakaan jouduttu hakemaan työntekijöitä. Kaikki heillä työskentelevät ovat hakeneet heille suoraan töihin. Yritys on välillä saanut negatiivista palautetta siitä, että heillä on töissä vain naisia, mutta heille ei ikinä ole mies hakenut töihin, joten siksi tilanne on tämä ja sukupuoli tasa-arvo ei toteudu.

Ekologinen vastuullisuus nousee heillä usein esille materiaalien kautta. He lämmittävät maalämmöllä ja heidän kaikki valaistus on LED-valoja. Heidän tuotteensa ovat pääosin terästä ja se on samaa terästä kuin veitset ja haarukat eli kierrätys mahdollisuus on todella hyvä. Terästuotanto maailmassa yleisesti on hyvin vähäpäästöistä. Terästä pystyy hyvin kierrättämään ja siitä jää hyvin vähän hukkaa, jonka ansiosta sen hiilijalanjälki on vain muutamia grammoja.

Yrityksessä työntekijöitä on vielä niin vähän, joten he käsittelevät paljon asioita päivittäisen tekemisen yhteydessä. He pyrkivät kuitenkin pitämään palavereita, joissa käydään läpi käynnissä olevia projekteja sekä arvoja. Yritys 2:ssa koetaan, että se on enemmän jokapäiväistä vuorovaikutusta.

Yritys 2 isoin kanava on jälleenmyyjäverkosto. Jälleen myyjille toimitetaan kuukausittain informaatiota ja heillä on myös muutamia suljettuja Facebook-ryhmiä jälleen myyjä varten, joissa he käyvät asioita läpi. Yrityksessä tehdään mainokset valmiiksi jälleen myyjille, joten he saavat vain toteuttaa myyntiä. Yritys kirjoittaa itse myös tuotekuvaukset, jotka

jälleenmyyjä saa sitten käyttöönsä. Heille on erityisen tärkeää, että kuluttaja saa kaiken tarvittavan tiedon tuotteesta ja he toivovat, että reilunkaupan korulogojen avulla kuluttajalle siirtyy tieto siitä, miten vastuullisesti tuote on valmistettu.

Vastuullisuus on yritys 2 henkilökohtainen valinta ja siihen vaikuttaa myös henkilökohtaiset arvot. Heillä on sellaisia jälleen myyjiä, jotka ovat mukana juuri vastuullisen toiminnan takia. Vastuullisuus välillä myös rajoittaa yritystoimintaa ja yksi päällimmäisenä esiin nouseva asia on juuri tavarantoimittajien valinta. Yrityksellä on vahva käsitys siitä, mikä on heidän tyylinsä ja sitä kautta he etsivät kumppaneita, joilla vastuullisuus on hyvällä tasolla ja liiketoimintaa on mietitty. Valintoja ei tehdä aina vastuullisuus edellä, vaan on myös tärkeää, että yrityksen muut perusasiat ovat kunnossa.

Konseptina yritys 2 on uniikki. He tuottavat vastuullisesti tuotteita ja heillä ei ole Suomessa paljoa kilpailijoita. Vaikka he tuottavat vastuullisesti ja laadukkaasti, ei heidän hintansa ole kuitenkaan korkeita. He lupaavat kuluttajalle kestävyyttä, vuoden takuun tuotteelle sekä reilunkaupan leiman. Heillä kaikki myyntitoiminta on puhtaasti jälleen myyjillä.

Tulevaisuuden suunnitelmissa heillä on lisätä omaa suunnittelua ja sitä kautta vähentää riippuvuutta muihin suunnittelijoihin. Oman suunnittelun myötä he saisivat omistuksen myös mallien oikeuksiin. Yritys 2 on suunnitteilla uusi pinnoitus materiaali, joka toisi kilpailuetua ja säästöä. He suunnittelevat laajentavansa myyntiä tulevaisuudessa Suomen rajojen ulkopuolelle, sillä kasvamisen raja tulee Suomessa vastaan parin vuoden sisällä.

### **3.3.5 Yritys 3**

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

### **3.3.6 Yritys 3 vastuullisuustyö**

Yritys 3 vastuullisuustyö on lähtenyt liikkeelle heidän omasta halustaan kehittää toimintaa ja tehdä vastuullisia tuotteita. Hirsitalot ovat hiilijalanjäljeltään ekologinen tapa rakentaa ja jo hirsitalon rakentaminen on hyvin vastuullista toimintaa.

Yrityksessä on tehty paljon pieniä vastuullisuustekoja. Suurimpana kuitenkin tulee se, että yrityksessä kaikki raaka-aineet tulevat Suomesta, vastuullisesti tuotetuista metsistä. Tehdas löytyy Töysästä ja oma saha Lehtimäeltä. Raaka-aineet tulevat mahdollisimman läheltä keskisuomalaisista metsistä, joten kuljetusmaksut, matkat ja sitä kautta myös kuorma ympäristölle on todella vähäinen.

Mitä sitten tulee tuotannon vastuullisuuteen, niin yrityksen omat tuotantolaitokset ovat lämmitetty omalla ylijäämällä hakkeella ja purulla. Heillä on oma lämpökeskus, joka lämmittää tuotantolaitokset tällä niin sanotulla ylijäämällä. Tämä tapa on ollut heillä käytössä pitkään ja se on todettu tehokkaaksi vaihtoehdoksi, sillä ylijäämää tulee välillä yli omienkin tarpeiden ja sitä on jouduttu välillä myymään myös ulkopuolisille. Kaluston puolella yritys 3 löytyy trukkeja, jotka toimivat bio-öljyllä. Näillä trukeilla hoidetaan tehtailla sisäisesti eri logistiikan tehtäviä. Heidän vastuullisuutensa on yksi iso kokonaisuus. Puu sitoo hiiltä ja metsät sitovat hiiltä, ja metsät ovat yrityksen pääasiallinen raaka-aine. Tilanne koetaan usein niin, että tuote sitoo hiiltä koko sen elinkaaren ajan ja se on myös uudelleen käytettävissä. Tässä on suuri syy sille, miksi hirsirakentaminen on hyvin ekologinen ja ympäristöystävällinen tapa rakentaa.

Yritys 3:ssa halutaan tarjota pidempää ja parempaa asumista perheille ja maailmalle. Heillä halutaan tuotteen välityksellä antaa edellytykset edellä mainitulle. Hirsitalot ovat hengittäviä rakennuksia ja sisäilman kosteus niissä pysyy optimina ympäri vuoden ja on sitä kautta todella turvallinen valinta homeita ja muita epäpuhtauksia vastaan. Talojen kautta he pystyvät tarjoamaan pidempää ja parempaa elämää ihmisille ja myös aiemmin mainittujen hiilijalanjälki asioiden myötä myös maapallolle. Edellä mainittujen asioiden kautta sosiaalinen vastuu näkyy vahvasti heidän toiminnassaan. Kansainvälisyys on myös suuressa osassa, vaikka kotimainen osuus on yllättävän suuri. Aiemmin markkinat ovat olleet aika lailla puolet kotimaassa ja puolet ulkomailla. Tällä hetkellä kuitenkin kotimaan markkinat ovat kasvaneet huomattavasti ja tällä hetkellä kotimaan osuus on noin 70 % myynnistä. Koronalla tietenkin vaikutusta, sillä vienti ollut haastavampaa.

Toimituksia tehdään ympäri maailmaa ja myyntiedustajia yrityksellä on myös jokaisessa maassa, joihin he toimittavat. Pohjanmaan tehtaalla työskentelee pääosin saksalaisia ja ranskalaisia henkilöitä, myös muutama Sri Lankasta. Pääosin työvoima on ollut Keski-

Euroopasta ihan kielitaidon takia, sillä toimintaa on paljon Saksaan ja he palvelevat suoraan tehtaalta asiakkaiden suuntaa. Silloin pitää pystyä hoitamaan asiat asiakkaan vaatimalla kielellä.

Sosiaalinen vastuu koetaan yrityksessä tärkeäksi ja se kulkee käsikädessä ympäristövastuun kanssa. Yritys 3 ovat rakentaneet uuden pääkonttorin heidän henkilöstölleen ja tietenkin omasta tuotteesta eli hirrestä. He haluavat tarjota heidän henkilöstölleen terveellisen ja turvallisen työympäristön. Turvallisessa työympäristössä henkilöstö pystyy työskentelemään mahdollisimman terveellisissä olosuhteissa ja sitä kautta pysymään terveenä. Yritys 3:lla on paljon pitkiä työsuhteita ja työnantajan näkökulmasta pitkät työsuhteet ovat erittäin tärkeitä. Pitkien työsuhteiden aikana ammattitaito työhön kehittyy erinomaiseksi. Työntekijöitä heillä on suomalaisia ja ulkomaalaisia, mutta kaikki ovat heille yhdenvertaisia. He arvostavat jokaista työntekijää, oli heidän työtehtävänsä mikä tahansa. He haluavat painottaa työntekijöilleen, että heidän jokainen työntekijä on tärkeä ja jokaisen työtehtävällä on suuri merkitys tuotteen lopputuloksessa, vaikka se ei aina tuntuisikaan siltä. He tekevät kuitenkin ihmisten koteja.

Asiakkaan tyytyväisyyttä pidetään yrityksessä kaikista tärkeimpänä asiana. Oli kyseessä sitten asiakas, joka on ostanut talon tai myyntiedustaja, sillä hekin ovat yritykselle periaatteessa asiakkaita. He haluavat asiakkaille aina hyvää ja se näkyykin vahvasti heidän toiminnassaan. He ovat tehneet asiakastyytyväisyyskyselyitä Suomessa ja ulkomailla ja niiden tulokset ovat olleet erinomaisia.

Sisäinen viestintä yrityksessä on tällä hetkellä, jopa pieni kehittämiskohde. Koronan vaikutukset näkyvät edelleen tehtaalla ja koko henkilöstön kattavia tilaisuuksia ei ole uskallettu järjestää. Koko henkilöstön tilaisuuksissa he pysyisivät esittelemään valmiita kohteita ja se varmasti auttaisi työntekijöitä myös ymmärtämään, kuinka tärkeää ja hyvää työtä he tekevät.

Yritys 3:lle puun hankinta on yksi tärkeimmistä vastuullisuuskeinoista. He ostavat paljon raaka-aineita metsänhoitoyhdistyksiltä. Heillä on muutenkin paljon eri sidosryhmiä, niistä yksi on talojen pystyttäjät. Yritys 3 eivät ole rakennusliike, joten he tarvitsevat ammattitaitoisia käsiä rakennus ja pystytys puolelle. Hirsitaloja rakentaessa täytyy olla

osaavaa ammattitaitoa, että kaikki menee varmasti oikein, koska se on suorassa yhteydessä asiakastyytyväisyyteen. Asentajat, pystyttäjät ja rakennusliikkeet ovat niitä, joiden kanssa yritys tekee tiivistä yhteistyötä ja totta kai myös heidän myyntiedustajien kanssa, sillä ilman heitä tehtaalla ei tarvitsisi tehdä mitään.

Yritys 3 markkinointijohtaja kertoo haastattelussa myynnin ja markkinoinnin näkökulmasta ajateltuna, että yrityksessä halutaan mahdollisimman pienellä markkinointi määrällä mahdollisimman iso myynti. Heillä on tarkat markkinointisuunnitelmat sekä myyntibudjetit, joiden avulla he vievät asioita eteenpäin. Heillä on mietitty huolella myös tuotanto ja toimintaprosessit, että ne olisivat mahdollisimman järkeviä ja toiminta olisi kannattavaa. Yleensä se on toiminnan lähtökohta. Yritykselle on erittäin tärkeää luoda laadukas tuote, vaikka se olisikin hieman kalliimpi toteuttaa. Heillä on käytössä maan parhaita raaka-aineita, koska he haluavat, että heidän tuotteensa kestävät sukupolvelta toiselle.

Yritys 3:ssa mietitään tarkasti heidän hankintojaan esimerkiksi markkinointi materiaalien saralla. Mistä ostavat ja missä teettävät, koska se on heille suuri kuluerä. He tarkastelevat hankinnoissa hintaa ja laatua. Heille on tärkeä löytää paras mahdollinen vaihtoehto ja missä täyttyy myös heidän asettamat laatuksiteerit. Puhuttaessa heidän lopputuotteistansa ja siihen käytetyistä raaka-aineissa, niissä ei säästellä yhtään. He haluavat tarjota niin laadukkaan hirsitalon, kuin tästä maailmasta on mahdollista tuottaa.

Yrityksessä he pyrkivät tuomaan esille heidän arvojaan ja ideologiaan. Raaka-aine asiat ja kaikki talojen laadukkuuteen liittyvät asiat ovat tärkeässä asemassa. He painottavat kuluttajille erityisesti talojen design yksityiskohtia, kestävyyttä, ekologisuutta ja hirsitalon taloudellisia hyötyjä. Näitä asioita he pyrkivät tuomaan esille nettisivuillaan ja sosiaalisessa mediassa. Päivittäin yrityksessä on kommunikointia asiakkaidensa kanssa ja selvittelevät heidän ongelmatilanteitansa. Heille on tärkeää, että asiakas jää mahdollisimman tyytyväiseksi ja pystyy jatkossa myös käyttämään heidän palveluitaan ja suosittamaan yritystä myös eteenpäin.

Taloudellisen vastuun näkökulmasta yritys 3:ssa nähdään koko hirsitalon rakentaminen vastuullisena tekona. Hirsitalon elinkaari on todella pitkä ja nykyään taloja joudutaan remontoimaan jo 20 asumisvuoden jälkeen ja se on katastrofaalista taloudelliselta

kannalta. Hirsi on turvallinen yksi aineinen rakenne ja hometurvallinen. Hirsitalon elinkaari on niin pitkä, että se on hyvä investointi ja taloudellisen vastuun kannalta paras tapa rakentaa. Hirsitalot pysyvät hyvänä pitkään ja niiden arvo säilyy.

Tuotannon lopputulosta mietittäessä keskeistä on suunnitelmallisuus. Talot ovat juuri sellaisia, kuin niiden on ajateltu olevan eli mahdottoman hienoja ja se ei ole itsestäänselvyys. Siihen on tehty valtava työ ja vaadittu ammattitaito, sekä yhteistyö tehtaan ja pystyttäjien kanssa. Se vaatii valtavasti ponnisteluita ja suunnittelua, että kaikki saadaan vietyä vielä käytäntöön. Kilpailuetuna yrityksen markkinointijohtaja pitää erityisesti heidän tapaansa ajatella. He pyrkivät jatkuvasti kehittämään toimintaa, tuotetta ja vastuullisuutta.

Vastuulliset toimintatavat ovat tuoneet myös negatiivisia vaikutuksia yritystoimintaan. Suomessa on totuttu siihen, että kaikki tehdään mahdollisimman halvalla, siksi he joutuvat välillä paljonkin perustelemaan asiakkaillensa sitä, miksi he käyttävät parhaita raaka-aineita ja miksi tuotteen hinta on kalliimpi.

Vastuullisuustyön avulla he ovat oppineet pitkäjänteisyyttä. Vastuullisuusprojektit ovat pitkiä, joissa ei kannata oikoa, eikä edes aina pysty. Kaikki täytyy tehdä kerralla kunnolla, jos haluaa toimia vastuullisesti. Yritys 3:ssa haluavat luoda asiakkaillensa luottamusta siihen, että he ovat miettineet kaikki asiat talonrakennusta ajatellen vastuullisesti ja kunnolla. Tulevaisuudessa on varmasti vielä paljon tehtävää ja jatkuvaa kehittymistä tapahtuu. Energia puolella he kokevat pystyvänsä tekemään parannuksia ja miettimään, miten he toimisivat mahdollisimman vastuullisesti. Raaka-aineen kanssa he eivät enää pysty pääsemään vastuullisemmaksi, koska hukkakkin jo hyödynnetään. Virallista suunnitelmaa tulevalle kehitykselle ei ole, mutta suunnitelmat ovat päässä.

### **3.3.7 Yritys 4**

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

### 3.3.8 Yritys 4 vastuullisuustyö

yritys 4 vastuullisuustyö on alkanut heti perustamisesta. Alkoholilla ei heti liitetä vastuulliseksi toiminnaksi, mutta yritys 4 tavoitteena on ollut muuttaa ihmisten mielikuvaa, ja tavoitteena onkin ollut koko alkoholikulttuurin muuttaminen vastuullisemmaksi. Heidän tavoitteenaan on ollut muuttaa ihmisten käsitystä ja alkoholin kulutusta enemmän määrällisestä kulutuksesta laadulliseen vastuullisempaan kulutukseen.

Yritys 4 strategia kirjoitettiin puhtaaksi ensimmäistä kertaa vuonna 2019, jolloin myös vastuullisuus liitettiin strategiaan mukaan. Vastuullisuus ajattelu lähtee kaikkien viiden perustajan omista arvomaailmoista ja myöskin yritys 4 asiakaskunta on hyvin vastuullista, joten vastuullisuus yrityksessä ei ole mitenkään päälle liimattua.

Ekologisen vastuullisuuden näkökulmasta on tehty yrityksessä paljon toimenpiteitä ja siellä ollaan päässyt jo hyviin lopputuloksiin. 99,9 % käytetystä energiasta tulee uusiutuvista energialähteistä. Tehtailla käytetään muun muassa tuulienergiaa sähkölle ja lämmitysenergia tulee biokaasusta, joka tulee läheltä Jepualta. Puhtaan veden käyttö tehtaalla on pystytty tiputtamaan ihan murto-osaan ja jäähdytyspuolella heille on rakennettu oma pumppaamo, josta jäähdytysvesi otetaan käyttöön. Edellä mainitun myötä he ovat pystyneet tiputtamaan puhtaan veden käyttöä ihan minimiin.

Yritys 4:ssä on laskettu volyymituotteiden hiilijalanjälki ja sieltä tehtyjen löydösten perusteella he ovat lähteneet tekemään parannuksia. Tuotannon puolella hiilijalanjälki on hyvin pieni, mutta lasipakkausten valmistuksessa ja rukiin viljelyssä on vielä parantamisen varaa. Tuotannon puolella heillä on käynnissä jatkuva parantaminen ja varsinkin materiaali hukkaa on pyritty vähentämään. Jo tehtyjen toimenpiteiden valossa tuotannon puolella on päästy hyviin tuloksiin ja onnistuttu vähentämään hukkaa ja sitä kautta jätemääriä. Kaikki tuotannon sivuvirrat pyritään ottamaan käyttöön.

Yrityksessä käytetään raaka-aineina paljon lähituotantoa, mutta jonkin verran pitää myös tilataan ulkomailta. Ulkomailta tilauksen suurimpana ja ainoana syynä on se, että kotimaista tuotetta ei ole saatavilla tarvittavia määriä. Heille on tärkeää toimittajia valittaessa, että myös heillä kiinnitetään huomiota vastuullisuuteen.

Sosiaalista vastuullisuutta mietittäessä esille nousee ainakin tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden tukeminen. Yritys 4 on mukana tukemassa Pride-toimintaa sekä heillä on yksi yhteistyö kuvio, jonka avulla pyritään kasvattamaan erityishenkilöiden työllistymistä. Yrityksessä on myös tehty omasta toiminnasta tasa-arvo selvitys ja heillä on myös tasa-arvo valtuutettu, joka pitää huolen siitä, että kaikki asiat menevät niin kuin pitää. He ovat palkanneet työntekijöitä paikallisesta työttömien työpajalta sekä tukeneet vähävaraisia perheitä. Yrityksessä tehdään myös laajaa oppilaitosyhteistyötä ja heille on tehty erilaisia projekteja ja lopputöitä, he kannustavat myös omaa henkilökuntaa kouluttautumaan ja tälläkin hetkellä useampi työntekijä tekee työn lomassa eri tutkintoja.

Yritys 4:ssä on huomattu, että alan osaajia ei tahdo Suomesta löytyä. Alan koulutuksen omaavat löytyvät suomen rajojen ulkopuolelta, joten he tekevät rekrytointia myös ulkomailla. Yrityksen virallinen kieli on myös hiljattain vaihdettu englanniksi, koska laajeneminen kansainvälisesti jatkuu koko ajan. Taloudellisen vastuun näkökulmaa mietittäessä, heillä on oma tuotanto alusta loppuun. Heille on alusta asti ollut tärkeää se, että tuotetaan kaikki alusta asti itse. He ovatkin alun alkaen lähteneet rakentamaan brändiä, joka muuttaa maailmaa, ei nopeiden voittojen tavoittelua.

Yritys 4:llä on käytössä bonusohjelma, joka on sidottu yrityksen tulokseen. Osakkeen omistajat eivät ole vielä kertaakaan nostaneet osinkoja, vaan kaikki on laitettu yrityksen kehittämiseen. Uusia omistajia etsittäessä on heille todella tärkeää, että ketä otetaan sijoittajaksi. Viidellä perustajajäsenellä on yrityksestä 50 % omistus yrityksestä. Heillä on hyvä maksuvalmuis ja nopea kyky reagoida muuttuviin tilanteisiin.

Liikevaihto yritys 4:llä pyörii kuuden miljoonan euron ympärillä ja henkilöstöä on vaihtelevasti 30–35. Heille on alusta alkaen ollut tärkeää maksaa työntekijöillensä hieman työehtosopimusta parempaa palkkaa. Tuotannon puolella kaikki työntekijät ovat kokopäiväisiä, mutta tehtaan yhteydessä olevan ravintolan puolella on myös osa-aikaisia työntekijöitä.

Viestintä on yritykselle sellainen asia, jossa koetaan jääneensä hieman jälkeen. Yrityksessä ollaan tehty paljon asioita, mutta eivät ole niistä tehneet erikseen mitään numeroa. Vuodelle 2022 vastuullisuusviestintä on nostettu yhdeksi kehityskohteeksi.

Vastuullisuus on kuitenkin niitä tekoja ja viestintää. He ovat aiemmin ajatellut, että se vastuullisuus on niin syvällä siellä heidän DNA:ssa, eikä sitä ole siksi haluttu erikseen korostaa. Nyt asiat nähdään toisin ja kertomalla vastuullisuustoimista, he toivovat sen innoittavan myös muita toimijoita. Vastuullisuus on merkitty heille strategiaan ja strategia on jalkautettu yritykseen. Strategia on jaettu eri organisaatiotasolle, ihan sinne henkilöstötasolle asti. He seuraavat toimenpiteitä tarkasti ja heillä on viikoittain palaveri, jossa on koko henkilöstö paikalla. Yritys 4:ssä he antavat hyvin vapaita käsiä tehdä muutoksia siellä ihan siellä tiimitasolla asti. Heillä on tietyt budjetit tuotantotiimien tasolla, ja he pystyvät paljon tekemään asioita myös itsenäisesti.

Yritys 4 ei olisi sama yritys ilman vastuullisuustyötä. Vastuullisuus on syvällä heidän brändissään ja heidän on vaikea kuvitella edes mitä se olisi ilman vastuullisuutta. Vastuullisuustyö on mukana heidän jokaisessa rekrytinnissa. He kiinnittävät huomiota hakijan arvoihin ja miten hän sopii Yritys 4 kulttuuriin. He kokevat olevansa hyvin kiinnostava yritys ja he saavatkin paljon työhakemuksia.

Yritys 4:ssä pystytään hyvin vaikuttamaan omaan toimintaansa, mutta haasteet koostuvat sitten siellä alihankinta ketjuissa ja alkutuotannossa. Sinne he eivät pysty suoraan vaikuttamaan, mutta he kokevat kuitenkin itsensä onnekkaita hyvien yhteistyökumppaneiden ja toimittajien kautta. Tulevaisuudessa yritys kokee kehityskohteiksi ympäristöpuolen asiat sekä hiilijalanjäljen laskemisen ja seuraamisen.

### **3.3.9 Yritys 5**

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

### **3.3.10 Yritys 5 vastuullisuustyö**

Vastuullisuus on ollut aina tärkeässä osassa Yritys 5:ssä. Jo yrityksen perustamisesta lähtien yrityksessä on ollut selkeä visio siitä, että kaikki tehdään hyvin. Siihen aikaan vastuullisuus on ollut hyvin erilaista, mutta se on ollut aina mukana arkisessa tekemisessä ja muokkaantunut vuosien saatossa. Syksyllä 2020 he alkoivat työstämään dokumenttia

vastuullisuudesta, heille oli tärkeää, että se on kirjallisena, vaikka se on ollutkin suuri osa toimintaa jo alkuajoista lähtien.

Aina, kun yritykseen tulee uusi työntekijä, heille on erittäin tärkeää, että työnkuvaan perehdytyksen lisäksi hänen kanssansa käydään perinpohjaisesti läpi myös yrityksen arvot, vastuullisuus sekä toimintatavat. Kaikessa heidän tekemisessään lähtökohtana on jo se, että kaikki tehdään vastuullisesti ja eettisesti oikein. Yritys 5:ssä halutaan pitää työntekijöistä hyvää huolta ja esimerkiksi heillä on laajin mahdollinen paketti työterveyteen ja mikäli sieltä löytyy joku kohta mitä se ei kata, niin se katetaan muulla tavoin. Heillä on erikseen myös työsuojelulautakunta työntekijöiden tukena.

Sosiaalisen vastuun näkökulmasta keskiöön yrityksessä nousee heidän osallisuutensa erilaisissa yhteisöissä, jotka tukevat monenlaista toimintaa. Yritys 5:llä on myös paljon erilaisia sidosryhmiä, kuten kumppaneita, toimittajia ja päämiehiä. Suomessa toimivista yhteistyökumppaneista suurin osa on pienempiä yrityksiä, mutta heillä ei ole vielä erikseen ole tarkkoja kriteereitä yhteistyö kumppaneita valittaessa. Heille on kuitenkin erityisen tärkeää se, että heidän arvonsa kohtaavat. Usein myös arvojen ollessa oikeat, on myös vastuullisuuteen liittyvät asiat tehty hyvin. He kokevat, että heidän ei kannata tulla nähdyksi sellaisessa yhteydessä, mikä ei ole heidän omien arvojensa mukaista. Myös henkilöstön rekrytoinneissa pyritään kartoittamaan hakijan arvomaailmaa, oli kyseessä sitten vakituisen työntekijän tai harjoittelijan rekrytointi.

Yrityksessä vastuullisuustoimet ovat nivottu strategiaan ja ne ovat siellä jo ihan heidän arvojen pohjalta. He haluavat, että se paistaa strategian lukijalle, minkälainen yritys he ovat. Taloudellisesta vastuusta nousee esiin hallinto. Heillä on johtamisjärjestelmä ja he noudattavat hyvän johtamisen periaatteita. He ovat osakeyhtiö, joten kannattavuus tulee jo lainsäädännöstä. Ekologista vastuullisuutta heillä on ajateltu arjen tasolla. He pyrkivät tekemään vastuullisia valintoja, joilla on mahdollisimman vähän kuormitusta ympäristölle, yhtenä esimerkkinä he nostavat esille toimiston valoautomaatiikan.

Vastuullisuus näkyy heillä enemmän sisäisessä viestinnässä, kuin ulkoisessa. He käyvät strategiaa läpi säännöllisesti heidän eri liiketoimintansa yksiköiden kanssa ja siinä samalla käsittelevät vastuullisuutta. Ulkoisessa viestinnässä he eivät suoraan hehkuta

vastuullisuus dokumentointia, mutta se on kuitenkin julkaistu heidän nettisivuillaan. He eivät halua lähteä markkinoimaan itseään vastuullisuuden avulla, ainakaan vielä.

Yritys 5:llä on pitkiä työsuhteita sekä asiakassuhteita. Se kertoo jo siitä, että he tekevät asioita oikein. Heillä on välillä ollut kiperiä tilanteita, joihin ei ole voinut mennä rahan kuvot silmissä. On ollut asiakkaita, joiden kanssa he eivät ole halunneet tehdä yhteistyötä syystä tai toisesta, mutta tällaiset tilanteet ovat olleen onneksi heillä harvassa. Näissä tilanteissa he haluavat toimia vastuullisesti ja toimia omien periaatteiden mukaisesti.

Kannattavuuden ja vastuullisen toiminnan kautta tullaan siihen, että raha ei saa ohjata liikaa liiketoimintaa. Lyhyessä juoksussa, tämä saattaa toimia, mutta pitkällä aikavälillä saattaa kostautua yritykselle jopa menetettyinä euroina. Vastuullisuus on aina yrityksen oman näköinen, vaikka yritykset toimivat samalla toimialalla. Vastuullisuuden on tärkeää toimia arjessa ja sen pitää myös näkyä siellä. On tärkeää, että asiat, jotka eivät toimi otetaan esille jo varhaisessa vaiheessa ja käydään yhdessä läpi.

Arjessa he tarkastelevat päivittäin vastuullisuustyötä ja seuraavat miten se toteutuu. Koska vastuullisuus on heillä osana strategiaa he tarkastelevat sitä vuosittain ja seuraavat maailman tilannetta, että onko tapahtumassa jotain, mikä tulisi ottaa huomioon tulevassa toiminnassa. Sijoittamalla uusiin laitteisiin, he pystyvät säästämään paljon. Mitä uudemmat laitteet, sitä vähemmän ne kuluttavat, oli kyse sitten päätelaitteista tai IT-puolen laitteista.

Vastuullisuus varmasti kehittyy heillä jatkuvasti ja enemmän sitä kautta, kun he huomaavat itse omassa toiminnassa kehitystarpeita. Jos he havaitsevat muutostarpeita, he alkavat suunnittelemaan ja tehdään muutoksia vaarantamatta yritystoimintaa.

### **3.3.11 Yritys 6**

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

### 3.3.12 Yritys 6 vastuullisuustyö

Yritys 6 on käyty paljon strategisia keskusteluja vastuullisuudesta jo vuosia sitten, mutta vastuullisuus on muokkautunut heillä vuosien saatossa asiakaskunnan arvoja kuunnellessa ja omasta halusta kehittää vastuullisuutta omassa toiminnassaan.

Yrityksessä on aina toimittu yritystoiminnassa läpinäkyvästi ja jo yli 10 vuotta sitten, he ovat tehneet ensimmäisiä vastuullisuustekoja ihan huomaamattaan. Läpinäkyvyys on heille pitkään ollut tärkeä osa liiketoimintaa, eikä siitä ole aiemmin osattu edes puhua erikseen, koska se on ollut osa jokapäiväistä tekemistä. Nykyään läpinäkyvyys yritystoiminnassa on selkeä kilpailuetu markkinoilla. Heillä on oma tuotanto ja siitä he pystyvät avoimesti kertomaan ja mainostamaan kuluttajille.

Ympäristö vastuullisuuden eteen he ovat lähteneet laskemaan yrityksensä hiilijalanjälkeä. He oppivat prosessista paljon ja se oli silmiä avartava. Hiilijalanjäljen laskemisen aikana he ymmärsivät sen, kuinka suuri osa heidän hiilijalanjäljestään tulee raaka-aineiden kuljetuksista. Silloin he alkoivat miettimään, miltä kehräämöiltä heidän kannattaa raaka-aineita hankkia. Prosessi avasi heidän silmiään niinkin paljon, että tällä hetkellä yritykselle rakennetaan omaa kehräämöä. Yritys 6:ssa pyritään hiilineutraalisuuteen, mikä vaatii yrityksessä kompensointia. Nykyisessäkin rakennusprojektissa on otettu vastuullisuus hyvin huomioon, sillä lämmitys otetaan maalämmöstä ja vedestä otetaan lämpöenergiaa.

Pakkauksien kanssa he ovat tehneet jo pitkään töitä ja ovat niistä ensimmäisenä poistaneet turhan muovijätteen. Tässäkin tilanteessa he eivät pääse täydellisyyteen. He toimittavat tuotteita kauas ja kuljetus tapahtuu usein laivalla. Ainoastaan muovipakkaukset pärjäävät tällä hetkellä laivakuljetuksissa ja heille on kuitenkin tärkeää se, että tuote pysyy ehjänä. Tähän he eivät ole löytäneet vielä korvaajaa. Nämä asiat ovat heille vähän tasapainottelua ja näissä pitää tehdä kompromisseja.

Yrityksellä on vastuu alan kehittäjänä ja tietotaidon siirtämisellä. Heiltä on ihmisiä mukana Suomen tekstiili ja muotialan hallituksessa. Siellä he ovat tehneet paljon työtä sen eteen, että Suomeen saataisiin Tekstiili insinööri koulutus ja se on edennyt siihen pisteeseen, että Tampereella alkaa kyseinen koulutus vuosien tauon jälkeen. He tekevät yhteistyötä myös Aalto yliopiston kanssa. Heidän yhteistyönsä on jatkunut miltei 20 vuotta. Opiskelijat ovat

päässeet kutomolle tutustumaan ja oppimaan. Tämä heillä nähdään osana tietotaidon pysymisen edistäjänä.

He rakentavat tällä hetkellä viimeistelylaitosta, johon tulee viimeistely tekniikkaa, mitä ei ole vuosiin ollut enää saatavilla Suomessa. He kokevat sen niin, että niin kauan, kun heillä on vielä ihmisiä, jotka ovat olleet näiden tekniikoiden ja koneiden kanssa tekemisissä on nyt viimeisiä hetkiä palauttaa, sitä tietotaitoa takaisin Suomeen.

Suomalaisten raaka-aineiden vastuullisuus on tärkeänä osana heidän toimintaansa. Heidän pääraaka-aineensa on ollut vuosia pellava, joka onkin hyvin ympäristöystävällinen raaka-aine verrattuna esimerkiksi puuvillaan. Pellava pystytään valmistamaan kokonaan kasvista kankaaksi Euroopassa, mikä on todella positiivinen asia. Villan toimitusmaa riippuu hieman siitä, minkä eläimen villaa halutaan. He olisivat jo vuosia sitten halunneet tehdä suomen lampaan villasta tuotteita, mutta suomen lampaan villaa ei yksinkertaisesti ole ollut tarpeeksi saatavilla. He ovat nyt tehneet useamman vuoden töitä asian eteen ja ovatkin saaneet kerättyä villaa lähialueilta. He ovat saaneet tehtyä yhteistyötä suoraan lampureiden kanssa, joka on edesauttanut suomalaisen villan saantia tulevaisuudessa. Suomalaista villaa heillä on kerätty useampi vuosi ja koe eriä on kehrutettu muilla, mutta tulevaisuudessa he pystyvät tekemään sen itse. He ovat ostaneet vanhat kehruu koneistot, jotka ovat tällä hetkellä entisöinnissä.

Yritys 6 materiaalitoimittajat ovat enimmäkseen eurooppalaisia kehräämöitä. Eurooppalaiset toimittajat ovat jo valveutuneita ja heillä on myös tarjota ekologisempia vaihtoehtoja. Yrityksessä tehdään tuotteet valmiiksi asti, joten heillä ei hirveästi jää hukkaa. Tuotteet kudotaan suoraan oikeaan kokoon. Heillä on eri kokoisia koneita, joiden avulla pystyvät kutomaan tuotteen valmiiksi jo halutun kokoiseksi. Vähän heillä saattaa kuitenkin jäädä reuna hapsuja, mutta nekin kerätään talteen.

Yritys 6 on monimuotoinen työntekijä joukko. Heillä on työntekijöinä myös ulkomaalaistaustaisia henkilöitä ja he ovatkin pyrkineet avarakatseisuuteen. Heidän mielestään se on erittäin tärkeä asia tämän päivän yhteiskunnassa. Työolot ovat kaiken kaikkiaan heille tärkeitä ja niitä pyritäänkin jatkuvasti parantamaan. Tämä korostuu vielä entisestään pienessä yrityksessä, koska siellä ollaan kuin yhtä pientä perhettä.

Yritys 6 ovat pitkään olleet tulosta tekevä yritys. He näkevät verojen maksussa yhteiskuntavastuun. Hekin tekevät Vientiä paljon, joten kansantalouden merkitys nousee suureksi osaksi. Heidän tuotteissaan lukee "Made in Finland", joten Suomi on vahvasti näkyvissä kaikessa markkinoinnissa ja sillä on suuri merkitys koko Suomen brändikuvaan.

Ulkoisessa viestinnässä vastuullisuus näkyy sillä tavalla, että heillä on esimerkiksi sosiaalista mediaa varten erilaisia hashtagia, joiden avulla he ovat pyrkineet tuomaan asioita esiin eri kanteilta. Pienen yrityksen ongelmana on sisäinen viestintä. Sisäinen viestintä ei heillä ole kovin systemaattista, se on siinä arkisessa tekemisessä mukana.

Yritys 6 ovat myös tehneet erilaisia projekteja vastuullisuuden eteen. He ovat tehneet mm. kansallismuseon kanssa yhteisprojektin, projektin Itämeren hyväksi ja keräykset Saimaan norpan suojelemiseksi. Näillä projekteilla he kokevat saavansa kiinnitettyä kuluttajan huomion tärkeisiin asioihin.

Uusia haasteita tulee eteen jatkuvasti. Vastuullisuus on loputon työ, jossa on koko ajan kehitettävää. Vastuullisuus on jatkuvaa oppimista. Oli kyseessä sitten materiaalit tai valmistus menetelmät, niin täytyy miettiä minkälainen vaikutus niillä, on ympäristöön tai kestävyYTEEN. Vastuullisuus kehittyy heillä jatkuvasti ja uusia projekteja tulee koko ajan. He kannustavatkin kaikkia yrityksiä miettimään vastuullisuutta.

## 4 TULOKSET

Tässä kappaleessa käydään läpi kuuden Etelä-Pohjanmaalla sijaitsevan edelläkävijäyrityksen haastatteluiden myötä koottuja vastauksia heille esitettyihin kysymyksiin. Tulokset ovat jaettu seitsemään ala otsikkoon: yritysvastuun alkaminen, konkreettiset vastuullisuus toimet, vastuullisuuden eri osa-alueet, vastuullisuusviestintä, vastuullisuuden hyödyt ja haasteet, vastuullisuus opit sekä yritysvastuun kehitys tulevaisuudessa.

### 4.1 Yritysvastuun alkaminen

Useammassa edelläkävijäyrityksessä vastuullisuus on ollut osa toimintaa alusta alkaen ja sitä on sitten kehitetty vuosien varrella ja siten se on saanut suuremman roolin yritystoiminnassa. Haastatteluissa selvisi, että yritysvastuu on alkanut edelläkävijäyrityksissä eri aikaan. Yritysvastuuseen kiinnittämisen alkamista ei välttämättä ole aina edes tiedostettu ja siksi sen alkamisajankohtaa ei pystytä määrittelemään. Yritykset ovat tehneet heidän alkuaikoinaan paljon vastuullisia tekoja, mutta vasta jälkeinpäin ajateltuna, he ovat tiedostaneet nämä vastuullisuusteoksiksi. Edelläkävijäyritykset ovat hyvin eri tyyliisiä yrityksiä, erilaisilla taustoilla ja kokemuksilla. Toiset ovat toimineet alalla useita kymmeniä vuosia ja toiset taas vuosikymmenen tai vähemmän. Kaikkia viittä edelläkävijäyritystä yhdistää sama päämäärä eli toimia mahdollisimman vastuullisesti. Vastuullisuus on osassa edelläkävijä yrityksistä lisätty myös yrityksen strategiaan, jolloin sen toteutuminen varmistetaan entistä paremmin. Pääsääntöisesti vastuullisuustyön aloittaminen yrityksissä on lähtenyt puhtaasti halusta tehdä asioita oikein.

Vastuullisuuden edelläkävijäyrityksissä nousi suuresti esille se, että he haluavat luoda sellaisia tuotteita ja palveluita, jotka ovat vastuullisia ja joiden takana he pystyvät seisomaan sataprosenttisesti. Tuotteiden ja palveluiden kautta yritykset pystyvät toteuttamaan vastuullisuutta sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti. Kaikilla yrityksillä vastuullisuus työ on lähtenyt liikkeelle omasta halusta toimia vastuullisesti ja tehdä asiat sillä saralla mahdollisimman hyvin. Usean yrityksen oli vaikea nimetä tiettyä vuotta tai kuukautta,

milloin vastuullisuus työ on heillä alkanut, koska ensimmäiset vastuullisuustoimet ovat tehty huomaamatta tai vastuullisuus on ollut mukana aina.

## 4.2 Konkreettiset vastuullisuustoimet

Vastuullisuustoimet ovat yrityksissä hyvin eri tilanteissa, koska ylipäätään vastuullisuus toteutui yrityksissä osittain eri tavoin. Kaikki yritykset pystyivät kuitenkin hyvin erottelemaan heidän jo tehtyjä vastuullisuustoimiansa sekä niitä, jotka ovat tällä hetkellä käynnissä. Vastuullisuustoimien suuruuteen vaikuttaa tietysti myös yrityksen koko ja eri toimet saattavat olla eri mittakaavoilla yrityksille todella suuria panostuksia.

Haastatteluissa nousi esille erityisesti yhden yrityksen kohdalla se, että he ovat ottaneet vastuullisuustyön edistämiseen mukaan ulkopuolista apua. Kyseisen yrityksen vastuullisuustyön tutkimiseen ja sen kehittämiseen on otettu yrityksen ulkopuolisia asiantuntijoita, joiden avulla päästään näkemään yrityksen vastuullisuutta ulkopuolisen silmin. Tämä edesauttaa näkemään paremmin kokonaisuutta. Samaisessa yrityksessä lähitulevaisuuden konkreettisia toimia ovat hiilijalanjäljen laskeminen ja vastuullisuusraportin teko.

Suurin osa haastatelluista yrityksistä on luonut edellisen kymmenen vuoden aikana uuden päivitetyn strategian, johon myös vastuullisuus on sisällytetty. Jokaisesta yrityksestä löytyy pieniä sekä isoja vastuullisuustekoja vaihtelevasti, mutta he eivät aina edes itse tiedosta niitä. Huomaamattaan yrityksissä tehdään konkreettisia vastuullisuustekoja, koska ne ovat yrityksissä jo niin arkipäivää.

Tuotteiden osalta edelläkävijä yrityksissä on tehty eniten konkreettisia vastuullisuustekoja. Yrityksien tavoitteena on, että heidän tuotteensa olisivat kierrätettävissä mahdollisimman hyvin ja raaka-aineita olisi mietitty mahdollisimman pitkälle. Ajatuksissa heillä on ollut myös kysymys, miten saadaan mahdollisimman pieni hukka ja mistä saadaan mahdollisimman vastuullisesti tuotettuja raaka-aineita. Useamman yrityksen täytyy lähettää tuotteitansa ympäri maailmaa, joten on myös tärkeää, että pakkaukset ja lähetykseen käytettävät välineet ovat vastuullisia. Raaka-aineiden vastuullisuuden

mieltäminen yhdessä yrityksessä meni jopa niin pitkälle, että he perustivat uuden tuotantolaitoksen vähentääkseen kuljetus päästöjä ja kustannuksia.

Yksi edelläkävijäyrittäjä nousi hieman esille muista, heidän konkreettiset vastuullisuustoimensa olivat painottuneet vahvimmin sosiaalisen vastuun osa-alueella. Tälle edelläkävijäyrittäjälle oli erittäin tärkeää, että uusi työntekijä perehdytetään talon toimintatapoihin ja omaan työnkuvaan perusteellisesti. Lisäksi he korostivat haluaan pitää jo olemassa olevista työntekijöistä mahdollisimman hyvää huolta, esimerkiksi todella kattavan työterveyshuollon avulla.

### 4.3 Vastuullisuuden eri osa-alueet

Osassa edelläkävijäyrittäjistä vastuullisuuden kolme osa-aluetta (sosiaalinen, ekologinen ja taloudellinen) oli tiedostettu paremmin ja osassa taas vähän vähemmän.

**Sosiaalinen vastuu** näkyi yrityksissä eri tavalla ja siihen on monia eri syitä, kuten yrityksen koko, toimiala ja toimintatavat. Sosiaaliseen vastuuseen vaikuttaa hyvin paljon se, onko yrityksessä yksi työntekijä vai useita kymmeniä. Sosiaalisen vastuullisuuden toimia, joita haastatteluissa nousivat esille, olivat kotimaisen tuotannon kehitys, suomalainen tuotanto, työpaikkojen lisääminen Suomessa, tiukka alihankkijoiden tarkastelu, ulkomaalaisten työllistäminen, tasa-arvo- ja yhdenvertaisuus sekä työolot.

Edellä mainittuja sosiaalisen vastuullisuuden toimenpiteitä huomioitaessa sosiaaliseen vastuullisuuteen suhtaudutaan hieman eri tavalla kaikissa yrityksissä. Edelläkävijäyrittäjät pitävät eri asioita tärkeinä omassa toiminnassaan ja näin se kuuluukin olla. Tärkeintä on kuitenkin se, että he pystyvät tunnistamaan ja kehittämään omia toimintojaan.

Ainoastaan yksi yrityksistä mainitsi, kuinka he ovat tehneet toimenpiteitä yhdenvertaisuuden ja tasa-arvon kehittämiseen. Tämä on mielenkiintoista, koska tasa-arvo ja yhdenvertaisuus työelämässä on tällä hetkellä yksi keskustelluimmista asioista yhteiskunnassa. Toisaalta ulkomaalaisten työllistäminen nousi myös esille useammassa yrityksessä. Yrityksissä työskentelee jo tälläkin hetkellä useita ulkomaalaistaustaisia

henkilöitä, mutta heidän työpanostaan tarvitaan jatkossakin, sillä Suomesta loppuvat osaajat ja työntekijät.

**Ekologinen vastuullisuus** näkyy yrityksissä erilaisina toimenpiteinä. Kaikilla edelläkävijä yrityksillä ei esimerkiksi ole tuotantolaitoksia, joten tuotantolaitoksien ekologisia toimia ei tarvitse edes miettiä. Ekologinen vastuullisuus on tämän päivän yrityksille tärkeää ja sen huomasi myös haastateltavien yritysten näkökulmista. Ekologisen vastuullisuuden toimenpiteitä yrityksissä oli muun muassa: raaka-aineet, kierrätysmateriaalit, tehtaiden valaistus, luonnonmukaiset polttoaineet, lähituotanto, tuotannon sivuvirtojen hyödyntäminen, pakkaukset ja kuljetukset. Useampi yritys mainitsi kotimaisen tuotannon kehittämisen ja toteuttamisen. Tämä on toinen todella tärkeä toimenpide, koska maailman tilanne on ollut useamman vuoden hyvin epävakaa ja siksi yrityksissä nousee esille, se kuinka tärkeä on olla mahdollisimman omavarainen.

Ekologinen vastuullisuus on kaikissa yrityksissä hyvin paljon pinnalla ja sen eteen ollaankin tehty paljon toimenpiteitä. Kaikki lähtee yrityksissä raaka-aineista, joihin kaikki yritykset, joilla niitä käytetään, on kiinnittänyt todella paljon huomiota. Heille avain kysymyksiä varmasti on: mistä raaka-aine tulee ja miten se on valmistettu. Muutama yrityksistä käyttää paljon omien tuotteidensa valmistuksesta syntyviä sivuvirtoja. Sivuvirtoja käytetään omien muiden tuotteiden valmistukseen tai annetaan eteenpäin, jolloin niitä voidaan hyödyntää johonkin muuhun tarpeelliseen. Tuotantolaitoksissa on kiinnitetty paljon huomiota sen ekologisuuteen esimerkiksi valaistuksien, lämmityksen ja työkoneiden suhteen.

Osa yrityksistä joutuvat painimaan tuotteiden pakkausten ja kuljetusten ekologisuuden kanssa, sillä he toimittavat Suomen rajojen ulkopuolelle, jolloin on tärkeää, että pakkaukset ovat sellaisia, että ne kestävät kuljetuksen. Tällöin joudutaan turvautumaan sellaisiin pakkausmateriaaleihin, mihin ei välttämättä haluttaisi, mutta halutaan kuitenkin, että tuote pysyy kuluttajalle asti ehjänä.

### **Taloudellinen vastuullisuus**

Taloudellinen vastuu jäi haastatteluissa vähemmälle huomiolle. Se oli osa-alue, mihin yrityksissä ei osattu nimetä niin paljoa konkreettisia toimenpiteitä, mitä yrityksissä on

toteutettu. Tämä voi johtua siitä, että taloudellisen vastuun kysymykset olivat näille yrityksille niin luonnollinen osa normaalia liiketoimintaa, etteivät he osanneet hahmottaa niitä erikseen vastuullisiksi. Tunnistetut taloudellisen vastuullisuuden toimenpiteitä yrityksissä olivat: työllistäminen Suomessa, verojen maksu Suomeen, taloudellinen ajattelu, tuotteen elinkaaren tarkastelu, oma tuotanto, hyvä maksuvalmius, kansantalous, hallinto ja hyvät johtamisen periaatteet.

Kaikki edelläkävijäyritykset halusivat panostaa Suomessa työllistämiseen ja tuotannon säilyttämisen pääasiassa Suomessa. Osalle oli tärkeää tehdä sellainen tuote, joka on itsessään ostajalle taloudellinen sijoitus. Suurimpana yhtäläisyytenä esille nousi omavaraisuus ja sen tehostaminen, sitä kautta yritykset pystyvät kehittämään myös muita yrityksen vastuullisuuden osa-alueita, kuten ekologista vastuullisuutta. Yksi yritys nousi erityisesti esille, koska he nimesivät yhdeksi taloudellisen vastuullisuuden osa-alueeksi heidän toiminnassaan hyvän hallinnon ja hyvät johtamisen periaatteet. Se on aineetonta, mutta erittäin tärkeä osa yrityksen kannattavuutta.

Sosiaalinen	Taloudellinen	Ekologinen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kotimaisen tuotannon kehitys</li> <li>• Suomalainen tuotanto</li> <li>• Työpaikkojen lisääminen</li> <li>• Alihankkijoiden tarkastelu</li> <li>• Tasa-arvo, yhdenvertaisuus ja työolot</li> <li>• Ulkomaalaisten Työllistäminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Työllistäminen Suomessa</li> <li>• Verojen maksu Suomeen</li> <li>• Taloudellinen ajattelu</li> <li>• Tuotteen elinkaaren tarkastelu</li> <li>• Oma tuotanto</li> <li>• Kansantalous</li> <li>• Hallinto ja hyvä johtaminen</li> <li>• Maksuvalmius</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raaka-aineet</li> <li>• Kierrätysmateriaalit</li> <li>• Tehtaiden valaistus</li> <li>• Luonnonmukaiset polttoaineet</li> <li>• Lähi tuotanto</li> <li>• Tuotannon sivuvirtojen hyödyntäminen</li> <li>• Pakkaukset ja kuljetukset</li> </ul>

Kuva 2. Sosiaalinen, taloudellinen ja ekologinen ajattelu edelläkävijä yrityksissä.

#### 4.4 Vastuullisuusviestintä

Vastuullisuusviestinnän osa-alueella oli eniten puutteita ja kehitettävää melkein jokaisessa yrityksessä, ja he itse myös tiedostavat sen. Tähän on vaikuttanut suuresti maailman laajuinen korona pandemia, joka on edellyttänyt yrityksiltä erilaisia toimenpiteitä.

Vallitsevan korona pandemian aikana viestintä täytyi viedä ihan uudelle tasolle, koska rajoitukset vallitsivat ja tietämättömyys viruksen leviämisestä/vakavuudesta oli kaikkien ajatuksissa. Tilanne eteni Suomessakin todella nopeasti, joten yritysten oli mahdoton reagoida tähän ja keksiä nopealla aikataululla uusia toimintatapoja sisäiseen- ja ulkoiseen viestintään. Sisäinen viestintä yrityksissä tapahtuu pääosin viikoittaisten palaverien kautta, jossa käydään läpi yrityksen viimeaikaisia tapahtumia. Sisäisen viestinnän puutteet koronan aikana koettiin erittäin negatiivisena asiana osassa yrityksiä. He eivät pystyneet

kasvotusten kertomaan kaikille työntekijöille, kuinka tärkeää työtä he tekevät. Tämän edelläkävijäyritykset kokivat erityisen tärkeänä työntekijöiden motivaation kannalta.

Haastatteluissa nousi esille myös vaatimattomuus. Yritykset eivät koe heidän vastuullisuustoimiansa ”hehkutuksen” aiheena, siksi he eivät ole sitä nostaneet jalustalle viestinnässä. He kokevat, että vastuullisuus on jokaisen velvollisuus ja sitä halutaan noudattaa, että meillä on tulevaisuudessakin puhdas maapallo, jossa elää. Ulkoinen viestintä vastuullisuudesta tapahtuu tällä hetkellä edelläkävijäyrityksissä pääosin verkkosivujen ja sosiaalisen median kautta. Sosiaalisen median käyttö nykyajan viestinnässä ja mainonnassa on suosittua ja siksi myös edelläkävijäyritykset ovat lähteneet tähän mukaan. Ulkoinen viestintä kokonaisuudessaan oli myös vastuullisuuden osa-alue, jota edelläkävijäyrityksissä halutaan jatkossa kehittää vielä enemmän.

#### **4.5 Vastuullisuuden hyödyt ja haasteet**

Vastuullisuustyön myötä yrityksissä on noussut esille hyvin erilaisia hyötyjä ja haasteita. Suurimmaksi hyödyksi, mikä nousi esille useammassa edelläkävijä yrityksessä, oli työvoima. Vastuullisuuden myötä he ovat saaneet paljon työhakemuksia ja useat työntekijät ovat olleen kiinnostuneet työllistymään heille nimenomaan heidän vastuullisuustoimien myötä. Suomessa työntekijä tilanne on todella huono, joten tämä on hyvä kilpailuetu. Vastuulliset toimintatavat ovat vaikuttaneet myös yrityksiä asiakaskuntaan ja jälleenmyyjiin. Jälleenmyyjät haluavat tuotteita myyntiin juuri vastuullisuuden takia ja asiakkaat haluavat ostaa juuri tiettyjä tuotteita, koska ne ovat vastuullisesti tuotettuja. Useat yrityksistä ovat saaneet myös uusia asiakkaita vastuullisuustoimien myötä.

Haasteita vastuullisuustyötä mietittäessä nousee esille useampia. Yrityksille, jotka tuottavat tuotteita nousee suurimmaksi ongelmaksi oikeanlaisten materiaalien saatavuus. Jokaiseen käytössä olevaan materiaaliin ei ole löytynyt korvaajaa, joten he joutuvat joissain määrin käyttämään ”ei vastuullisia” raaka-aineita. Vastuullisuuteen panostaessa tämä pitää hyväksyä, koska vastuullisuustyö on jatkuvaa oppimista ja muutosta. Joissain yrityksistä nousi myös kauppojen menettäminen vastuullisuuden takia. Nämä menetykset saattoivat johtua yrityksen omasta halusta tai sitten kuluttajan halusta. Yritykset eivät halua

tehdä yhteistyötä sellaisten toimijoiden kanssa, joiden myötä he joutuisivat huonoon valoon ja heidän arvonsa eivät kohtaisi keskenään. Kuluttajien puolelta kauppoja on menetetty liian korkeiden hintojen takia, mutta päätös toimintatavoista on tehty, joten tämän kanssa eletään.

#### **4.6 Vastuullisuus opit**

Suurin osa yrityksistä nosti esille opeiksi vastuullisuuden ymmärtämisen ja sen, että täydellisyyttä on tällä osa-alueella vaikea tavoitella. Täytyy ymmärtää omat kehityskohteensa ja välillä joudutaan käyttämään sellaisia materiaaleja ja palveluita, mitä ei haluaisi, mutta on valittava siinä kohtaa paras mahdollisen ratkaisu yritystoiminnan jatkumisen varmistamiseksi.

Vastuullisuustyön myötä yrityksissä on opittu pitkäjänteisyyttä, joka auttaa yritystoiminnassa pitkälle. Vastuullisuus ei ole mikään päivän projekti, vaan tilanne saattaa elää useita vuosia samana ja muutokset eivät aina ole heti näkyviä. Välillä oma työn tulosten näkemystä voidaan joutua odottamaan pidempäänkin, siksi on todella tärkeää toimia pitkäjänteisesti ja varsinkinkin vastuullisuuden saralla. Edelläkävijäyritykset kokevat, ettei vastuullisuuden ja sen kehittämisen kanssa ei tule oikoa ja on tärkeää, että kaikki tehdään aidosti oikein.

#### **4.7 Yritysvastuun kehitys tulevaisuudessa**

Kaikilla viidellä edelläkävijäyrityksellä oli paljon erilaisia tulevaisuuden suunnitelmia vastuullisuuden saralla. Pääpiirteittäin suunnitelmat olivat hyvin maltillisia ja hyvin toteutettavissa lähivuosina. Hiilijalanjälki ja hiilikädenjälki ja niiden laskeminen nousivat esille kahdessa yrityksessä. Yritykset haluavat nostaa omaa tietoisuuttaan ja myös muiden tietoisuutta toiminnastaan siksi myös erilaisten raporttien teko on useammassa yrityksessä lähivuosien suunnitelmissa. Myös omavaraisuus ja omiin tekoihin ja niiden seurauksien myötä esille on noussut tuotteiden suunnittelun/valmistumisen siirtämistä itselle ja sitä kautta riippuvuuden väheneminen muihin toimijoihin vähenee. Suunnitelmissa oli myös myynnin kasvattaminen Suomen rajojen ulkopuolelle, koska Suomessa tulee raja vastaan.

Kaikki yritykset eivät pystynyt nimeään tarkasti tulevaisuuden suunnitelmiaan vastuullisuuden osalta, kun taas toisilla oli tarkat suunnitelmat ja ne oli kirjattu ylös. Tähän vaikuttaa tietysti myös se, että yritykset ovat vastuullisuustyönsä eri vaiheissa ja siksi aina ei välttämättä ole tiettyä tulevaisuuden suunnitelmaa. Yrityksiä kuitenkin yhdistää se, että kaikki tietävät sen, että vastuullisuuden kehittyminen on jatkuvaa ja työ sen saralla ei lopu ikinä. Uusien innovaatioiden, tuotteiden ja materiaalien myötä jokaisen yrityksen ajatukset kehittyvät. Esille nousi vahvasti ekologinen vastuullisuus ja sen kehittäminen. Ekologisen vastuullisuus on osa-alue, joka kehittyy jatkuvasti ja sen myötä myös yritykset saavat mahdollisuuden kehittyä sen mukana, mikäli haluavat.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimustulosten perusteella huomataan, että edelläkävijä yrityksissä on paljon yhtäläisyyksiä, mutta myös paljon eroavaisuuksia. Jokaisella yrityksellä on huomioutu yritysvastuu omassa toiminnassaan ja jatkuvaa kehitystä sen suhteen on havaittavissa. Yritysvastuu on kehittynyt yrityksissä heidän oman yritystoimintansa rinnalla, joka on mahdollistanut vastuullisuuden muokkautumisen juuri kyseisen yrityksen näköiseksi ja toimintatapoihin sopivaksi. Niskala ym. (2019, s.48-49) kertovat kuinka yritys vastuun sisällyttäminen jokapäiväistä toimintaa on hyvin haastavaa. Yritys vastuu on käsitteenä laaja, joten kaikkien osa-alueiden sisäistäminen ja käytäntöön pano vaatii yrityksissä osaamista ja tietotaitoa.

Haastatteluaineistoja tulkittaessa huomataan, kuinka yritykset ovat paneutuneet heidän vastuullisuuteensa ja sen kehittämiseen. Jokaisessa yrityksessä johtaminen on huippuluokkaa, mikä mahdollistaa vastuullisuuden kehittämisen. Kehittäminen lähtee johdosta, joten on tärkeää, että halu kehittyä on strategiassa mukana. Koipijärven ja Kuvajan (2017, s. 84) mukaan yritys vastuun johtaminen pitääkin tulla ylhäältä, ihan korkeimmasta johdosta onnistuakseen. On tärkeää, että kaikki yrityksessä tietävät tavoitteet ja pelisäännöt, silloin päästään parhaaseen lopputulokseen.

Niin kuin teoria osuudessa nouseekin esille, että yritys vastuu voidaan jakaa kolmeen eri osioon eli sosiaaliseen vastuullisuuteen, ekologisen vastuullisuuteen ja taloudelliseen vastuullisuuteen, niin edelläkävijä yritykset ovat erinomaisesti osanneet hyödyntää jokaista osa-aluetta. Yritykset ovat ajatelleet vastuullisuutta hyvin laajalti ja perehtyneet siihen toden teolla, miltei jokaiselta yritykseltä löytyivät teoriassa käsitellyt toimenpiteet jo tehtynä tai suunnittelussa.

Kuvaja & Malmelin (2008, s. 25) kertovat, että yritys vastuun viestimisen pohjalla on yrityksen toimintatavat, arvot ja strategia. Vastuullisuuden viestintä ja markkinointi on myös isossa roolissa, varsinkin tämän hetken yhteiskunnassa. Vaikka yrityksissä olikin puutteita ja kehityskohteita juuri viestinnän osalta, he kuitenkin osasivat tunnistaa ongelmansa ja olivatkin tehneet jo suunnitelmia kummankin kehittämiseen. Viestintä ja vastuullisuus

kulkevat käsi kädessä, joten sillä on todella tärkeä rooli mietittäessä yrityksen vastuullisuutta.

## 6 POHDINTA

Syksyllä 2021 alkoi opinnäytetyön aiheen mietintä, jolloin samoihin aikoihin SeAmkin oppilaille lähetettiin sähköpostia käynnissä olevista TKI-hankkeista, joihin etsittiin opinnäytetyöntekijää mukaan. Katsoin aiheet läpi ja yksi aihe muiden joukosta nousi ylitse muiden, sen ajankohtaisuudellaan ja siksi päätinkin laittaa hakemusta kyseisen aiheen tekijäksi. Aiemmin keväällä olin käynyt jo kurssi, jossa käsiteltiin yritys vastuuta ja sen luomia mahdollisuuksia ja jo silloin kiinnostukseni aihetta kohtaan heräsi.

Olin varannut opinnäytetyön tekemiseen noin 6 kuukautta, joka oli omasta mielestäni realistinen aikatavoite. Työskentelin täysipäiväisesti opinnäytetyön tekemisen ohessa, joten hyvä aikataulutus oli tärkeässä roolissa opinnäytetyötä tehdessä. Vaikka opinnäytetyön tekeminen työnteon ohella tuotti välillä haasteita, koen projektin erittäin opettavaiseksi. Paljon asioita olisi varmasti voinut tehdä toisin, mutta koen, että työssä menttiin vaikeuksien kautta voittoon. Jälkikäteen ajateltuna vielä tarkempi aikataulutus olisi varmasti helpottanut opinnäytetyön valmistumista. Opinnäytetyötä tehdessä oppi paljon uutta mielenkiintoisesta aiheesta sekä myöskin opiskelu tavoista, joita varmasti hyödynnän työelämässä tulevaisuudessa.

## LÄHTEET

- Fortum. (2020). *Mikä on hiilijalanjälki ja miten pienennät sitä?* <https://yhdedessa.fortum.fi/mika-on-hiilijalanjalki-ja-miten-pienennat-sita>
- Harmaala, M., & Jallinoja, N. (2012) *Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta*. Alma Talent Oy.
- Hiilikädenjälki. (i.a.). *Hiilikädenjälki on positiivinen viesti*. <https://www.hiilikadenjalki.com>
- Jussila, M. (2010). *Yhteiskuntavastuu: Nyt*. Infor Oy.
- Juutinen, S., & Steiner, M. (2010). *Strateginen yritysvastuu*. WSOYpro Oy.
- Ketola, T. (2005). *Vastuullinen liiketoiminta: Sanoista teoiksi*. Edita Prima Oy.
- Koipijärvi, T., & Kuvaja, S. (2017). *Yritysvastuu: Johtamisen uusi normaali*. Kauppakamari.
- Kuvaja, S., & Malmelin, K. (2008). *Vastuullinen yritysviestintä: Kilpailuetua vuoropuhelusta*. Edita Prima Oy.
- Liappis, H., Pentikäinen, M., & Vanhala, A. (2019). *Menesty yritysvastuulla: Käsikirja kokonaisuuteen*. Edita Publishing Oy.
- Lillberg, P., & Mattila, R. (2020). *Kestävä markkinointi: Ilmaston muutosopas Brändeille*. Alma Talent Oy.
- Niskala, M., Pajunen, T., & Tarna-Mani, K. (2013). *Yritysvastuu: Raportointi- ja laskentaperiaatteet*. KHT-Media Oy.
- Niskala, M., Tarna-Mani, K., Puroila, J., & Pajunen, T. (2019). *Yritysvastuu: Raportointi- ja laskentaperiaatteet*. ST-AKATEMIA.
- Rohweder, L. (2004). *Yritysvastuu: Kestävää kehitystä organisaatiotasolla*. Wsoy.
- Sajaniemi, S. (2012). *Mitä on yritysten yhteiskuntavastuu? Opas ay-aktiiveille*. Into Kustannus Oy.
- Sitra. (15.02.2018). *Keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki*. <https://www.sitra.fi/artikkelit/keskivertosuomalaisen-hiilijalanjalki/>
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi.

Varja, L., & Tienari, J. (2022). *Vastuullisuus yritysten hallitusten päätöksenteossa*. FIBS, Perheyrittäjienliitto. <https://www.fibsry.fi/ajankohtaista/tutkimusraportti-vastuullisuus-yritysten-hallitusten-paatoksenteossa/>

Yrittäjät. (i.a.) *Yritysvastuu*. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/yritysvastuu/>

## LIITTEET

Liite 1. Edelläkävijä yritysten haastattelurunko

### Teemahaastattelun runko

1) Mistä oman yrityksen vastuullisuustyö alkoi?

- Pakottava tekijät
- Kilpailutilanne
- Oma oivallus tai halu kehittää vastuullisuustyötä

2) Mitä konkreettisia vastuullisuustoimia olette tehneet yrityksessänne?

3) Miten vastuullisuuden eri osa-alueet näkyvät yrityksessänne?

a. Sosiaalinen vastuullisuus (ihmiset ja sidosryhmät)

a. henkilöstöjohtaminen

b. arvot ja yrityskulttuuri

c. yhdenvertaisuus

d. suhtautuminen sidosryhmiin

b. Taloudellinen vastuullisuus (hallinto ja kannattavuus)

c. Ekologinen vastuullisuus (ympäristö ja luonto)

4) Miten vastuullistyö näkyy ulkoisessa ja sisäisessä viestinnässänne?

5) Millä tavalla vastuullisuustyö on vaikuttanut yrityksenne toimintaa?

6) Mitä hyötyjä vastuullinen toiminta on tuonut yrityksenne?

7) Oletteko kokeneet haasteita vastuullisuustyössä?

- Esteitä

- Rajoitteita

- Ristiriitoja

8) Mitä olette oppineet vastuullisuudesta?

9) Miten yrityksenne vastuullisuustyö kehittyy tulevaisuudessa?

- Oma arvio tai suunnitelma