

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityö ja kielet / Kielten ja kulttuurin suuntautuminen

Eini Junna

SELVITYS VIHREÄN LIKETOIMINTAMALLIN KÄYTTÖÖNOTOSTA
YRITYSPALVELUORGANISAATIOSSA

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityö ja kielet

JUNNA, EINI

Selvitys vihreän liiketoimintamallin käyttöönotosta yritys-
palveluorganisaatiossa

Opinnäytetyö

50 sivua + 4 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Päivi Korhonen

Toimeksiantaja

Wirma Lappeenranta Oy

Huhtikuu 2012

Avainsanat

vastuullinen yritystoiminta, vihreä liiketoiminta
yhteiskuntavastuuraportointi, ympäristöjärjestelmät

Tutkimuksellisen opinnäytetyöni aiheena on vastuullinen yritystoiminta ja tarkemmin yritysten ympäristövastuu liiketoiminnastaan. Aihetta on työssä lähestytty Wirma Lappeenranta Oy: ltä saadun toimeksiannon kautta, joka on selvitystyön tekeminen vihreän liiketoimintamallin käyttöönottoa varten liittyen Onnistuneesti uusille markkinoille -projektiin. Toimeksiannon mukaisesti työ kartoittaa menetelmiä ja malleja, joilla yrityspalveluorganisaatio pystyisi ottamaan toiminnassaan paremmin huomioon vihreät arvot ja tuottamaan palveluihinsa vihreää lisäarvoa.

Teoreettisena viitekehyksenä työ esittelee vihreän liiketoiminnan trendiä 2000 -luvulla, vastuullisen yritystoiminnan kenttää suomalaisesta näkökulmasta sekä kertoo ympäristöjärjestelmistä, standardeista ja sertifikaateista joilla ympäristövastuullisuuden tasoa pyritään parantamaan. Työn näkökulmaa on laajennettu hakemalla perspektiiviä maista, joissa vihreän liiketoiminnan osaaminen sekä yritysten vastuullisuus ovat Suomea edellä. Tavoitteena kartuttaa tietoa ja ideoita toteutettiin Wirma:n asiakastietorekisterin yhteystietoja hyväksikäyttäen kyselytutkimus ruotsalaisille ja saksalaisille organisaatioille aiheena Corporate Social Responsibility.

Selvitystyöni tuloksena työssä suositellaan WWF Green Office -ympäristöjärjestelmää vihreän liiketoimintamallin toteuttamisen tueksi yrityspalveluorganisaatiossa. GO -ympäristöjärjestelmä vastaa hyvin sekä projektissa asetettuihin tavoitteisiin että toimeksiantajan tarpeisiin. Lisäksi GO -ympäristöjärjestelmä on toimeksiantajan toiveiden mukaisesti helposti sovellettavissa projektissa toisena toteuttajana mukana olevan Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy:n toimintaan.

Paine vastuullisuuteen liiketoiminnassa ei lähde yksin yritysten kiinnostuksesta, vaan sitä vaativat yhä äänekkäämmin myös ympäröivän yhteiskunnan ja media. Muutos parempaan on selkeästi nähtävissä. Yritykset ovat yhä kiinnostuneempia esimerkiksi ympäristön tilasta ja työntekijöidensä hyvinvoinnista ja näkevät ennen kaikkea vastuullisuuden hyödyt omalle liiketoiminnalleen.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Multilingual Management Assistant

JUNNA, EINI

Report: introduction of green business operations
model in Business development company

Bachelor's Thesis

50 pages + 4 pages of appendices

Supervisor

Päivi Korhonen, Senior Lecturer

Commissioned by

Wirma Lappeenranta Oy

April 2012

Keywords

Corporate Social Responsibility, green business operations,
sustainability reporting, environmental management
systems

The pressure towards sustainable ways to transact business is taking place in the future. Interest towards green thinking has arisen and companies and organisations are starting to realise the inevitable benefits of corporate social responsibility.

The subject of this investigative thesis is broadly corporate social responsibility and more accurately companies' responsibility for their business operations impact on the environment. The aim of this thesis was to find the way, to successfully adopt a green business operations model and green know-how to business development of the company's operations. The commission was received from Wirma Lappeenranta Ltd as part of the Successfully to New Markets -project.

Thesis introduces methods and ideas, how to better take into account green thinking in business operations and generate additional green value to business development services. As a theoretical background thesis introduces the trend of green business of 21th century in Finland and information about environment management systems including environment standards and certificates. Perspective of the study is broadened by seeking inspiration from countries where green business is developed further than in Finland. To reach new, valuable, information the thesis includes an inquiry about Corporate Social Responsibility that was sent to Swedish and German organisations using Wirma Lappeenranta Ltd customer register.

The result recommends WWW Green Office environment management system for Wirma Lappeenranta Ltd for the organisation's purposes and objectives to build a green business operations model. In addition, GO is also a very adaptable choice to copy to Imatra Region Development Company's activities which was also part of this work.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	TUTKIMUKSEN RAJAUS JA TAVOITTEET	7
	2.1 Tutkimuksen tavoitteet	8
	2.2 Teoreettinen viitekehys ja tutkimusmenetelmät	9
3	TOIMEKSIANNON TAUSTA	10
	3.1 Organisaatiokuvaus: Wirma Lappeenranta Oy	11
	3.2 Onnistuneesti uusille markkinoille: projektokuvaus	11
4	KESKEISET KÄSITTEET	12
	4.1 Benchmarking	13
	4.2 Kansainvälistyminen	14
	4.3 Kansainvälistymispalvelut	15
	4.4 Vastuullinen yritystoiminta	15
	4.5 Yhteiskuntavastuuraportointi	17
	4.6 Ympäristöstandardit ja sertifikaatit liiketoiminnassa	18
5	YMPÄRISTÖVASTUULLINEN LIIKETOIMINTA	18
	5.1 Vihreän liiketoiminnan megatrendi	19
	5.2 Suomalainen vastuullisen yritystoiminnan kenttä	22
	5.3 Standardit ja sertifikaatit vastuullisuuden todentajina	25
6	YRITYSPALVELUORGANISAATION VIHREÄ LIIKETOIMINTAMALLI	26
	6.1 Palvelukokonaisuuden kuvaus: kansainvälistymispalvelut	26
	6.2 SWOT-analyysi vihreän liiketoimintamallin käyttöönotosta	27
	6.3 Vertailu: vaihtoehdot vihreän liiketoimintamallin toteutukseen	29
	6.4 WWF Green Office -ympäristöjärjestelmä	32
	6.4.1 Green Office askel askeleelta	34
	6.4.2 Green Officen soveltuvuus Wirman tavoitteisiin	35

6.5 Nobody wants to do business with bad companies – CSR -kyselytutkimus	36
6.6 Yhteenveto	41
6.7 Conclusions	42
7 YHTEENVETO	43
7.1 Päätelmät	45
7.2 Itsearviointi	46
LÄHTEET	47
LIITTEET	
Liite 1. Wirma Lappeenranta: Kansainvälistymispalveluiden visuaalinen kuvaus	
Liite 2. Corporate Social Responsibility – Webropol -kyselytutkimuksen saatekirje	
Liite 3. Corporate Social Responsibility – Webropol -kyselytutkimuksen kysymykset	

1 JOHDANTO

Vihreä liiketoiminta – mitä se on? Kun puhumme vihreästä liiketoiminnasta puhumme vastuusta, jota yritykset ovat heränneet parina viime vuosikymmenenä kantamaan liiketoimintansa ympäristöön aiheuttamista vaikutuksista. Vastuullisella yritystoiminnalla on monia eri muotoja ja vastuuta voidaan kantaa monella eri tasolla. Perusteet ja tarve vastuullisuudelle ovat kaikkien nähtävissä, puhuttiinpa sitten ympäristön tilasta, luonnonvarojen riittävydestä tai globaaleiden suuryritysten vastuista työntekijöitään kohtaa.

Vastuun kantamisen voisi tässä valossa helposti nähdä yksipuolisena hyväntekeväisyyteen verrattavana toimintana – sitä se ei kuitenkaan ole. Yrityksillä on monia omaa ja liiketoiminnan etua ajavia syitä vastuulliselle liiketoiminnalle. Näitä ovat muun muassa varautuminen tulevaisuuden riskeihin ja koveneviin rajoitteisiin, kulutuksen pienentämisestä syntyneet kustannussäästöt sekä vastuullisuuden luoma positiivinen vaikutus yrityskuvaan ja tämän tuoma kilpailuetu.

Vastuullisen liiketoiminnan potentiaalin ja edut on tunnistanut myös Wirma Lappeenranta Oy. Yrityksen toimeksiannosta olen tässä opinnäytetyössäni selvittänyt, kuinka kyseinen yrityspalveluorganisaatio voisi synnyttää palveluihinsa vihreää lisäarvoa sekä ottaa ympäristövastuun kysymykset paremmin huomioon toiminnassaan.

Tekemäni selvitys- ja tutkimustyön tuloksena olen yrityksen toimeksiannosta koonnut vihreän liiketoimintamallin yrityksen kansainvälistymispalvelukokonaisuudelle. Vihreä liiketoimintamalli muodostuu kokonaisuudesta jonka aloittaa yrityspalveluorganisaation Kansainvälistymispalveluiden palvelukokonaisuuden kuvaus. SWOT-analyysin kautta olen kartoittanut, millaisia ajatuksia uusi, vihreä liiketoimintamalli herättää, millaisia mahdollisuuksia tai uhkia se avaa, millaisia olisivat sen vahvuudet ja heikkoudet. Keskeinen työ liiketoimintamallin suunnittelussa on erilaisiin yritysvastuullisuuden mittareihin, järjestelmiin ja ohjeistoihin tutustuminen sekä näiden vertailu.

Vertailun kautta valikoitui menetelmistä yksi ylitse muiden: WWF:n Green Office -ympäristöjärjestelmä, jonka soveltuvuutta yrityspalveluorganisaation tarpeisiin tutkin lähemmin. Vihreää liiketoimintamallia varten tekemäni tiedonhaku- ja selvitystyön päättää suomeksi ja englanniksi kokoamani yhteenveto organisaation tarpeisiin.

Viitekehystenä vihreälle liiketoimintamallille käsittelen työssäni lisäksi laajemmin vihreän liiketoiminnan trendiä ja sitä mitä se tarkoittaa käytännössä. Työni rajaus on kotimaisessa yritystoiminnan kentässä, ja tästä näkökulmasta esittelen työssäni myös, millaisena näyttäytyy suomalainen yritys vastuullisuus 2010-luvulla.

2 TUTKIMUKSEN RAJAUS JA TAVOITTEET

Opinnäytetyöni on Wirma Lappeenranta Oy:n toimeksiannosta tehty tutkimuksellinen opinnäytetyö. Opinnäytetyöni kartoittaa ja pohjustaa vihreän liiketoimintamallin käyttöön ottoa yrityspalveluorganisaatiossa, josta esimerkkinä työssä käytetään Wirma Lappeenranta Oy:tä ja sen toimintaa. Opinnäytetyön tilaajan tarkoituksena ja toivomuksena on, että tekemääni vihreää liiketoimintamallia ja siihen tehtyä taustatyötä voidaan hyödyntää myös Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy:ssä, jolla on vastaava palvelutuotantoa.

Kimmoke vihreän liiketoimintamallin kehittämiseen ja vihreän lisäarvon tuottamiseen yrityspalveluorganisaation Kansainvälistymispalveluihin on osa Onnistuneesti uusille markkinoille -kehittämishanketta, jonka toteuttajana toimii Wirma Lappeenranta Oy. Kolmivuotinen kehittämishanke on Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR) rahoittama ja käynnistynyt toukokuussa 2011. Hankesuunnitelmassa projektin tavoitteeksi mainitaan muun muassa vihreiden ympäristöystävällisten Kansainvälistymispalveluiden jatkokehittäminen sekä yrityspalveluorganisaation vihreän osaamispääoman kehittäminen. (Projektin kuvaus 2011.)

Wirma Lappeenranta Oy:lle tekemäni kartoitustyö, vihreä liiketoimintamalli, muodostuu kuudesta osasta, jotka etenevät nykytilan kuvauksesta ideaan uusista toimintatavoista. Vihreän liiketoimintamallin sovellusesimerkkinä käytetään organisaation Kansainvälistymispalvelut-palvelukokonaisuutta. Tarkoituksena on, että vihreää liiketoimintamallia ja sen sisältämää tietoa voitaisiin jatkossa soveltaa myös laajemmin sekä Wirman että Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy:n yrityspalvelutuotantoon, joka on myös mukana Onnistuneesti uusille markkinoille -projektissa.

Vihreän liiketoimintamallin aluksi olen kuvannut yrityspalveluorganisaation Kansainvälistymispalveluiden palveluprosessin, joka antaa kuvaa siitä, millaisia toimintoja palvelukokonaisuus pitää sisällään. Palvelukokonaisuuskuvauksen avulla on helpompi muodostaa kuvaa siitä, millaisia kuormituksia ja kustannuksia näiden pal-

veluiden tuottaminen aiheuttaa. Palvelukokonaisuuden kuvauksen jälkeen olen kartoittanut SWOT-analyysin avulla mahdollisia uuden toimintamallin vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. SWOT-analyysi syntyi yhteistyössä hankkeessa mukana olevien yrityksen työntekijöiden kanssa, ja näin se sisältää sekä omia, teoreettista viitekehystä vasten peilattuja näkemyksiä että spontaaneja ajatuksia.

Yrityspalveluorganisaation tavoitteiden kannalta yksi keskeisimmistä elementeistä työssäni on tekemäni vertailu erilaisista menetelmistä, joiden avulla yritys voisi konkreettisesti lähteä toteuttamaan vihreämpää palvelutuotantoa. Tätä varten tutustuin ja keräsin tietoa erilaisista ympäristövastuullisuuden mittareista, ohjeistoista, standardeista ja hallintojärjestelmistä. Oman tutkimus ja tiedonhakutyöni sekä yrityksen mielipiteen pohjalta valitsin mielestäni parhaiten yrityspalveluorganisaation tarpeisiin soveltuvan ympäristövastuullisuutta mittaavan menetelmän.

Vaihtoehdoksi ylitse muiden nousi WWF Suomen kehittämä ja käyttöönottama Green Office -ympäristöjärjestelmä, jonka esittelyä ja tarkempaa tutustumista varten haastattelin 2.1.2012 WWF:n Green Office päällikköä Helka Julkusta. Kartoitukseni päättää lyhyt yhteenveto tiedonhakutyöni oleellisimmista kohdista sekä perusteluni vihreän liiketoimintamallin käyttöönoton hyödyistä. Suositukset ja perustelut tiivistävä yhteenveto on kirjoitettu toimeksiantajan pyynnöstä ja tarpeesta myös englanniksi.

2.1 Tutkimuksen tavoitteet

Wirman tavoitteet Kansainvälistymispalveluiden vihreän liiketoimintamallin käyttöön otolle opinnäytetyöprosessini alussa olivat:

- lisäarvon tuottaminen asiakkaille
- vihreän liiketoimintamallin tuoma kilpailuetu
- vihreän lisäarvon hyödyntäminen markkinoinnissa ja viestinnässä

Työni on tarkoitus toimia alkukartoituksena, joka antaa kuvaa vihreästä liiketoimintamallista palveluiden tuotannossa ja perustietoja mahdollisuuksista huomioida ympäristövastuullisuus liiketoiminnassa. Vihreä liiketoimintamalli on yrityspalveluorganisaation toiveiden ja tarpeiden mukaisesti koottu tietopaketti, jonka pohjalta on mah-

dollista alkaa konkreettisesti rakentaa vihreämpää palvelurakennetta ja kerryttää vihreää lisäarvoa palveluille. Työni on suuntaviivat antava kokonaisuus, ei yksityiskohmainen toimenpideluettelo. Varsinainen ”vihertämisprosessi” vaatii alan asiantuntijatahon osaamista ja toteutuksen.

Omia tavoitteitani opinnäytetyölleni prosessin alussa olivat laajaan aihealueeseen eli yritys vastuuseen kattavasti perehtyminen, monipuolinen, yrityksen tarkoituksia palvelevan tiedonkeruu ja mahdollisimman objektiivinen tiedon arviointi. Lopullisena haasteena oli kerätä oleellinen, uusia ajatuksia sisältävä ja yritystä kiinnostava tieto yhteen vihreäksi liiketoimintamalliksi.

Keskeisimmät tutkimuskysymykset, joihin opinnäytetyölläni pyrin vastaamaan ovat:

- Mitä on yritys vastuu?
- Mitä tarkoittaa vihreys tai vihreä lisäarvo liiketoiminnassa?
- Miten ja millä keinoin yritys hankkii vihreää lisäarvoa liiketoiminnalleen?
- Mitä hyötyä yritykselle on vastuullisesta liiketoiminnasta?

2.2 Teoreettinen viitekehys ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyöni on vahvasti tutkimuksellinen eikä sisällä toteutetun kyselytutkimuksen lisäksi muuta toiminnallista osuutta. Opinnäytetyöni teoreettisen viitekehysten muodostavat tiedonhakutyössäni käyttämäni painetut ja elektroniset lähteet sekä haastattelun ja kyselytutkimuksen aineisto. Tiedonhakuni tutkimuskohteita ovat olleet vastuullinen yritystoiminta, vastuullisuuden arviointi ja mittaaminen sekä kokonaisuutena vihreä, ympäristövastuullinen liiketoiminta.

Olen pyrkinyt työssäni lähteiden monipuoliseen käyttöön ja etsinyt lähteitä, jotka antaisivat mahdollisimman ajanmukaista tietoa työni aihealueeseen liittyen. Työni käsittelee aihetta, joka kehittyy nopeasti ja josta kirjoitettu teoriatieto myös vanhenee nopeasti. Tästä syystä hyödynnän työssäni laajasti erilaisia elektronisia lähteitä, kuten julkaisut, asiantuntijatahojen www-sivustot, oppaat ja artikkelit, jotka tarjoavat usein painettuja tekstejä ajanmukaisempaa tietoa.

Teoreettista viitekehystä tukemaan toteutin yrityksen kiinnostuksesta kyselytutkimuksen, jossa haluttiin kartoittaa Wirma Lappeenranta Oy:öön verrattavissa olevien organisaatioiden vihreitä toimintatapoja ja liiketoiminnan malleja. Corporate Social Responsibility -kyselytutkimus toteutettiin englanninkielisenä Webropol-kyselynluontiohjelmalla tammikuussa 2012 ja lähetettiin 406 vastaanottajalle, joiden yhteystiedot saatiin Wirman asiakasrekisteristä sekä julkisilta www-sivustoilta. Kyselyn kohderyhmä eli kyselyyn vastaajat valittiin selektiivisesti yrityksen kansainvälisestä kontaktiverkostosta. Vastaajien joukko muodostui ruotsalaisista ja saksalaisista toimijoista.

Kyselytutkimuksen organisaatioiden lisäksi haastattelin vertailumateriaaliksi vihreistä toimintatavoista myös kansainvälisyysjohtaja Tea Laitimoa ja projektiassistentti Katja Makeevaa Imatran Seudun Kehitysyhtiöstä. Sekä toteuttamani kysely että työssäni tekemät haastattelut edustavat kvalitatiivista eli laadullista tiedonkeruuta. Kohdejoukko on rajattu ja sisältää selektiivisesti valittuja yksilöitä. Kysymyksissä on paljon ei-strukturoituja eli avoimia kysymyksiä, eikä haastattelulla pyritä keräämään tarkkaa numeerista tietoa. (Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot 2011.)

Kyselytutkimuksen ja haastatteluiden tarkoituksena on monipuolistaa ja laajentaa työni näkökulmaa ja kerätä ajankohtaista, juuri Wirma Lappeenranta Oy:tä kiinnostavaa tietoa. Kyselyn ja haastatteluiden innoittajana toimi benchmarking-menetelmä, jossa tarkoituksena on oppia menestyviltä omaan yritystoimintaan verrattavissa olevilta edelläkävijätoimijoilta ja heidän tavastaan toimia.

Opinnäytetyöprosessini etenemisessä ja valmistumisessa oli merkittävä rooli myös tapaamisilla projektipäällikkö Eeva Pihlajanimen (Wirma Lappeenranta Oy) kanssa. Opinnäytetyöprosessini aikana tapasimme useita kertoja, ja nämä tapaamiset ohjasivat työtäni yhteisen suunnittelun, arvioinnin ja ideoinnin kautta.

3 TOIMEKSIANNON TAUSTA

Tässä luvussa esittelen lyhyesti opinnäytetyöni toimeksiantajana toimineen yrityksen ja Onnistuneesti uusille markkinoille -hankeprojektin, johon opinnäytetyöni kytkeytyy. Erilaiset hankkeet ja projektit ovat kiinteä osa Wirma Lappeenranta Oy:n toimintaa: niiden kautta pyritään lisäämään seudun vetovoimaisuutta sekä synnyttämään alueelle uutta liiketoimintaa

3.1 Organisaatiokuvaus: Wirma Lappeenranta Oy

Wirma Lappeenranta Oy on Lappeenrannan ja ympäristökuntien (Lemi, Luumäki, Savitaipale, Suomenniemi, Taipalsaari) omistama julkinen elinkeinoyhtiö. Yrityksen toimitilat sijaitsevat Lappeenrannassa. Yrityksen toimenkuvana on huolehtia alueen yrittäjien palveluista sekä matkailun kehittämisestä ja matkailijoiden palveluista. Toiminnan tavoitteena on saada alueelle uusia yrityksiä ja näin uusia työpaikkoja. (Yrityspalvelut 2011.)

Yrityksille ja yrittäjille suunnattu peruspalveluneuvonta on kaikille yrityksille alasta riippumatta maksutonta. Näitä peruspalveluita ovat esimerkiksi aloittavan yrityksen palvelut, rahoitusneuvonta, sijoittautumispalvelu, kansainvälistymispalvelut ja rekrytointipalvelut. Yrityksille suunnatut palvelukokonaisuudet palvelevat yrityksiä ja yrittäjiä eri yritystoiminnan vaiheissa, kaikissa yrityksen elinkaaren vaiheissa. (Yrityspalvelut 2011.)

Yrityksen palvelukokonaisuuksia täydentävät erilaiset yhteistyökumppaneiden kanssa toteutetut kehittämisprojektit. Kehittämisprojektit ovat julkisin varoin rahoitettavia projekteja, joiden sisältöön ja teemoihin yritys ottaa vastaan projekti-ideoita alueellisilta yrityksiltä. Kehittämisprojektit ovat usein monivuotisia ja toteutetaan joko kansallisella tai EU-tasoisella tuella. Nämä kehittämisprojektit tarjoavat alueen yrityksille esimerkiksi koulutusta yritystoiminnan eri osa-alueilta, tuotteiden jatkokehitys- ja markkinointipalveluja sekä markkinatutkimuksia. (Kehitysprojektit – kasva, kehity, kansainvälisty 2011.)

3.2 Onnistuneesti uusille markkinoille: projektikuvaus

”Onnistuneesti uusille markkinoille” on Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR) rahoittama ja Wirma Lappeenranta Oy:n toteuttama kehittämisprojekti, joka on alkanut toukokuussa 2011 ja päättyy joulukuussa 2013. Projektin suunniteltu julkinen rahoitus on yhteensä 392 741 euroa. Projektin toteutusalueena on Etelä-Karjala, ja sen varsinaisena kohderyhmänä ovat Lappeenrannan ja Imatran seutukuntien pienet ja kesisuuret yritykset. (Projektin kuvaus 2011.)

Projekti on suunnattu edellä mainitun alueen pk-yrityksille, jotka hakevat kasvua ja kilpailukykyä kansainvälisestä liiketoiminnasta valituilla kohdemarkkinoilla hyvien

liikenneyhteysklien päässä. Tavoitteena on tunnistaa uusia kansainvälisen liiketoiminnan kohdealueita ja tutustuttaa yrittäjiä näihin kohdealueisiin. Tavoitteena on myös löytää uusia mahdollisuuksia vihreän kansainvälisen kilpailukyvyen kasvattamiseksi. (Projektin kuvaus 2011.)

Käsitteellä ”kansainvälisyys” tarkoitetaan tässä projektissa kokonaisvaltaista kansainvälistymistä, joka kattaa erilaisia liiketoiminnan muotoja.

Projektilla on kolme keskeistä tavoitetta ja niihin liittyviä toimenpiteitä:

- alueen yritysten kansainvälistyminen ja liiketoiminnan kasvu
- vihreiden ympäristöystävällisten kv-palveluiden jatkojalostaminen
- yrityspalveluorganisaation vihreän osaamispääoman kehittäminen

(Projektin kuvaus 2011).

Kansainvälistymisen ja liiketoiminnan kasvun tavoitteeseen liittyviä toimenpiteitä ovat muun muassa yritysten verkostoitumisen lisääminen ja markkinoiden laajentaminen uusiin kohteisiin. Vihreiden ja ympäristöystävällisten kv-palveluiden jatkojalostamisen tavoitteella tarkoitetaan muun muassa palveluinnovaatioiden synnyttämistä, jossa arvonluontilogiikka muuttuu tuotetusta palvelusta asiakas- ja ympäristölähtöiseen ratkaisuun. Yrityspalveluorganisaation vihreää osaamispääomaa halutaan kehittää lisäämällä henkilöstön tietopääomaa erilaisten kurssien, seminaarien ja muiden koulutusmahdollisuuksien avulla. (Projektin kuvaus 2011.)

Opinnäytetyöni liittyy erityisesti vihreiden ja ympäristöystävällisten Kansainvälisyyspalveluiden jatkojalostuksen tavoitteen ja sen toimenpiteiden piiriin. Projektin päättymisen jälkeen vuonna 2013 uusien palveluinnovaatioiden ja vihreän toimintamallin on tarkoitus jäädä osaksi seudullisten toimijoiden toimintaa.

4 KESKEISET KÄSITTEET

Tässä luvussa esittelen työni kannalta oleelliset käsitteet. Benchmarking -metodi on ollut innoittajana kyselytutkimuksen ja haastatteluiden toteuttamisessa, vaikkei sitä suoranaisesti ole työssä käytetty. Avaan tässä luvussa myös hiukan kansainvälistymi-

sen ja kansainvälistymispalveluiden käsitteitä, koska ne ovat oleellisia Wirma Lappeenranta Oy:n toiminnan ja palveluiden hahmottamisen kannalta. Vastuullinen yritystoiminta, yhteiskuntavastuuraus ja liiketoiminnan ympäristöstandardit ja sertifikaatit ovat vihreän liiketoimintamallin avainkäsitteitä.

4.1 Benchmarking

Termi ”benchmark” tarkoittaa sananmukaisesti kiintopistettä. Benchmarking-käsitteen suomennoksena on käytetty termiä ”vertailujohtaminen”. Liiketaloustieteessä käsitteellä kuvataan tavoitetta tai normia, joka pyritään saavuttamaan jonkin toiminnan osa-alueen, palvelun tai tuotteen kohdalla. (Karlöf, Lundgren & Edenfelt Froment 2003, 35.) Benchmarking-metodin keskeisiä tavoitteita ovat toiminnan tehokkuuden lisääminen, toiminnan kehittäminen ja näiden kautta kilpailukykyyn parantaminen.

Käsite ”benchmarking” on syntynyt 1970-luvun lopulla. Kopiokoneiden valmistajana tunnettu Xerox Corporation huomasi, että yrityksen japanilaiset kilpailijat myivät kopiokoneitaan hinnalla, jolla Xerox ei kyennyt koneita valmistamaan. Xerox halusi ymmärtää ja oppia, miten kilpailevat yritykset Japanissa pystyivät tähän, ja alkoi opetella näiltä kilpailijoiltaan parhaimpia ja tehokkaimpia toimintamalleja liiketoiminnalleen. Tämä toiminnan malli on synnyttänyt tänä päivänä laajasti käytetyn benchmarking-metodin. (The Concise Blackwell Encyclopedia of Management 1998, 40 - 41.)

Metodin keskeisin ajatus on siis, että oman liiketoiminnan tehokkuutta ja tasoa pyritään nostamaan ja parantamaan vertaamalla omaa toimintaa esimerkiksi samoilla markkinoilla toimivaan, hyvin menestyvään kilpailijayritykseen tai yrityksiin. Karlöf ym. mukaan metodin tärkeimpiä osia ovat

- tutkimus eli se, miten toimimme nyt,
- vertailu eli se, miten muut toimivat,
- ymmärtäminen, eli se, mikä selittää suoritusten välisen kuilun ja
- parannukset eli toteutus ja oppiminen.

Vertaamisen tarkoituksena voi olla myös kerätä virikkeitä ja inspiraatiota ympäristöstä, jolla voidaan ruokkia omaa luovaa ajattelua ja synnyttää uusia ideoita. ”Benchmarking” ei siis tarkoita mekaanista kopiointia tai plagiointia. (Karlöf, ym. 2003, 38-39.)

Juuri tästä näkökulmasta olen käyttänyt metodia osana vihreän liiketoimintamallin rakentamista. Kyselytutkimuksen ja haastatteluiden kautta olen kerännyt tietoa ja uusia ajatuksia yritysten vastuullisemmasta palvelutuotannosta ja vihreistä näkökulmista palveluprosesseihin. Kyselytutkimuksen ja haastatteluiden tuloksia käsittelen tarkemmin luvussa kuusi.

4.2 Kansainvälistyminen

Kansainvälistyminen on käsitteenä laaja, ja sitä kuvaamaan voidaan käyttää erilaisia määritelmiä. Yritykselle liiketoiminnan laajentaminen kotimaan markkinoilta kansainvälisille markkinoille asettaa uusia vaatimuksia tuotteille ja palveluille sekä henkilöstön osaamiselle, edellyttää uuden markkinointistrategian luomista ja rahoituslähteiden etsintää, sekä luo tarpeen uusien yhteistyökumppaneiden löytämiselle ja verkostojen luomiselle kohdemarkkinoilla. Kansainvälistyminen on muutos, joka koskettaa kaikkia yritystoiminnan alueita ja koko organisaation rakennetta.

Äijö (2008, 41) määrittelee kansainvälistymisen olevan yrityksen kokonaisvaltainen oppimis- ja muutosprosessi, jonka tuloksena yritys laajentaa toimintaansa kansainvälisille markkinoille. Äijö korostaa, että kansainvälistyminen ei näin ole sarja erillisiä strategioita tai operaatioita vaan yhtenäisenä etenevä prosessi. Kansainvälistyminen voi käytännössä tarkoittaa monia erilaisia muutoksia yrityksen toiminnassa. Kansainvälistymistä voi olla ulkomaisten työntekijöiden palkkaaminen yritykseen ja näin työyhteisön monikulttuurisuutta, yrityksen työkielen vaihtoa, tuontia ulkomailta tai omien tuotteiden vientiä tai ulkomaisia yhteistyökumppaneita (Ahokangas & Pihkala 2002, 15).

Perinteisen pohjoismaisen tavan mukaisesti yritysten kansainvälistyminen on Ahokankaan ja Pihkalan (2002, 15 - 16) sanoin tapahtunut noudattaen pienimmän vastuksen lakia. Kansainvälisiin operaatioihin on sitouduttu ja niitä on laajennettu vähitellen. Yrityksen ovat aloittaneet kansainvälistymisensä markkinoilta joihin on ollut matalin kynnys astua ja helpoin laajentua. Näin edeten luonnollisia ensimmäisiä askeleita ovat olleet Ruotsin, Viron ja Venäjän markkinat. Uusien yritysten toiminnassa on kuitenkin Ahokankaan ja Pihkalan (2002, 15 – 16) sanoin havaittavissa muutos: kansainvälistyminen aloitetaan suurimmilta markkinoilta, joilla on suurin potentiaali mutta myös suurin kilpailu. Tämä pätee etenkin business to business -markkinoilla, jossa tunnettuus ja imago syntyvät aikaisempien referenssien kautta. On viisainta aloittaa vaati-

vimmista asiakkaista ja näin osoittaa oma potentiaalinsa ja kyvykkyytensä, minkä jälkeen voidaan siirtyä muillekin markkinoille. (Mts. 2002, 15 - 16.)

4.3 Kansainvälistymispalvelut

Wirma Lappeenranta Oy tarjoaa kansainvälistymisosaamistaan sekä vasta kansainvälistä liiketoimintaa suunnitteleville että jo kansainvälisesti toimiville yrityksille. Wirma Lappeenranta Oy tukee kansainvälisistä liiketoimintamahdollisuuksista kiinnostuneita yrityksiä vaihe vaiheelta. Kansainvälistymispalveluiden palvelukokonaisuuden rakenne ja toiminnot käyvät ilmi tarkemmin luvussa 6 sekä liitteestä 1.

Yritys esittelee kansainvälistymispalveluidensa sisältöä kotisivuillaan seuraavasti: *Yhtiömme neuvo kansainvälistyviä yrityksiä myös markkinointi- ja viestintäasioissa sekä edunvalvonnassa, etsii käännös- ja tulkkauspalveluja ja auttaa valitsemaan oikeat liiketoimintavaihtoehdot. Kauttamme löytyy myös juridista neuvontaa sekä apua taloushallinnon, lupien, sertifikaattien ja tullauksen hoitoon.* (Kansainvälistymispalvelut 2011.)

4.4 Vastuullinen yritystoiminta

Kansainvälistyminen (globalisaatio) sekä vihreiden arvojen nousu ympäristön haasteiden ja tilan tajuamisen myötä ovat vaikuttaneet kaikkiin elämän alueisiimme ja toimintaamme. Myös yritystoimintaa on tämän kehityksen myötä tarkasteltu jo muutama vuosikymmen uudesta näkökulmasta: häikäilemätön voitontavoittelu hinnalla millä hyvänsä on kyseenalaistettu ja yritysten toiminnalle on asetettu uudenlaisia, eettisiä ja moraalisia vastuita.

Yrityksen yhteiskuntavastuu on vastuun ottamista yritystoiminnan vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan, ympäristöön ja yrityksen sidosryhmiin. Yhteiskuntavastuun käsite voidaan jakaa kolmeen eri vastuun osa-alueeseen joita ovat taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuu. (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2009, 19.)

Kansainvälisen Global Reporting Initiative -organisaatio esittää seuraavasti perusteet yritykselle kohti kestävämpää liiketoiminnan mallia:

”...to meet the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”.

(Sustainability Reporting Guidelines 2000 - 2011, 2).

Yritysten yhteiskuntavastuun käsite on Lehtipuun ja Monnin mukaan syntynyt 1980-luvun lopulla YK:n alaisuuteen perustetun Ympäristön ja kehityksen maailmankomission raportin ”Yhteinen tulevaisuutemme” myötä. Termi ”yhteiskuntavastuu” on nyttemmin muotoutunut ”yritysvastuuksi” (2007, 62) ja yhä edelleen puheessa ja kirjallisuudessa ”vastuulliseksi yritystoiminnaksi”. Näillä kaikilla termeillä kuvataan siis jokseenkin samaa asiaa ja niitä kaikkia käytetään keskusteltaessa aiheesta.

Yritysvastuun käsitteen ovat synnyttäneet Lehtipuun ja Monnin (2007, 66) mukaan globalisaatio sekä ajatus kestävästä kehityksestä. Yritykset ja yhteiskunta ovat heränneet siihen, että taloudellisen kasvun rinnalla on huolehdittava myös sosiaalisesta ja ekologisesta kestävydestä. Sekä Lehtipuu ja Monni että Niskala, Pajunen ja Tarnamani (2009) määrittelevät teoksissaan yritysten taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun hyvin samoilla tavoin.

Taloudellinen vastuullisuus on huolehtimista yrityksen liiketaloudellisesta kestävydestä ja sidosryhmiin kohdistuvista taloudellisista vaikutuksista. Sidosryhmiin kohdistuvat vaikutukset voivat olla joko suoria, esimerkiksi palkkojen maksu työntekijöille ja verojen maksu yhteiskunnalle, tai välillisiä. Välillisiä taloudellisia merkityksiä ovat esimerkiksi yritystoiminnan laajemmat vaikutukset kansantalouteen tai sijoittamispäätösiin liittyvät taloudelliset vaikutukset. Sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat huolehtiminen henkilöstön hyvinvoinnista ja sen osaamispääoman kehittäminen, tuotevastuu- sekä kuluttajan suojakysymykset sekä laajemmin ihmisoikeuksien kunnioittaminen. Ympäristövastuu on nimensä mukaisesti vastuuta ekologisesta ympäristöstä, jossa korostuvat luonnonvarojen säästäminen, vesien, ilman, maaperän ja luonnon monimuotoisuuden suojelu ja näin ollen ilmastonmuutoksen torjunta. (Niskala, ym. 2009, 19.)

Opinnäytetyössäni rajaan yritysvastuun aiheen tarkastelun toimeksiantoni mukaisesti yritystoiminnan ympäristövastuun tarkasteluun. Ympäristön huomioiminen ja sen korostaminen, niin sanottu vihreä tietoisuus, yrityksen tuotteissa ja palveluissa on tullut 2000-luvulla erittäin näkyväksi osaksi yritysten toimintaa ja siirtynyt marginaalista

suurille markkinoille. Kehitys ei kuitenkaan ole pysähtynyt vain tuotekehityksen tasolle, vaan käsitys ympäristövastuusta on alkanut kattaa yhä laajemman osan yrityksen toiminnoista.

4.5 Yhteiskuntavastuuraportointi

Pakollisten taloudellisesta toiminnasta ja suorituskyvystä kertovien raporttien (tilinpäätös ja toimintakertomus) ohella yritykset voivat raportoida vapaaehtoisesti eri toimintansa osa-alueistaan. Yhteiskuntavastuuraportoinnilla tarkoitetaan edellä käsittelemistäni yrityksen eri vastuun aloista raportoimista (ympäristö, sosiaalinen, taloudellinen) eli kuvausta siitä, kuinka nämä osa-alueet huomioidaan yrityksen toiminnassa.

Yhteiskunnallisesta vastuusta (ympäristö, sosiaalinen, taloudellinen) käytetään suomeksi yleisimmin nimitystä *yhteiskuntavastuuraportti* tai *ympäristövastuuraportti*, riippuen raportoinnin painopisteestä ja sisällöstä. Englanninkielinen vastine näille on useimmiten *sustainability report*.

Yritykset voi tehdä tällaisen raportoinnin joko erillisenä kokonaisuutenaan tai integroida sen muun lakisääteisen raportointinsa kanssa. Raportointi on mahdollista tehdä joko kirjallisena tai vain www-julkaisuna. Raporttien sisältö, painopiste ja laajuus vaihtelevat huomattavasti organisaatiosta riippuen. (Iansen-Rogers & Molenkamp 2007, 337 - 338.)

Yhteiskuntavastuuraportointi on käynyt läpi nopean ja kiivastempoisen muutoksen 1990-luvulta lähtien. Aikaisemmin raportoinnin sisältö oli pääosin ympäristönsuojelussa ja vihreissä arvoissa, mutta tänä päivänä raportoinnin suunta on laajentunut kestävän ja kokonaisvaltaisesti vastuullisen yritystoiminnan kuvaamiseen. (Iansen-Rogers & Molenkamp 2007, 337.) Vihreiden arvojen rinnalle ovat siis nousseet myös kysymykset esimerkiksi työhyvinvoinnista, yritystoiminnan lokaaleista ja globaaleista vaikutuksista sekä toimintatavoista.

Yrityksen lakisääteisen raportoinnin ja vapaaehtoisen yhteiskuntavastuullisen raportoinnin välillä on kaksi merkittävää eroa. Yhteiskuntavastuuraportteille ei toistaiseksi ole määritelty virallista muotoa tai kaavaa jonka mukaisesti raportointi tulisi tehdä. Toiseksi yhteiskuntavastuun raportti ei vaadi ennen julkaisuaan ulkopuolisen kolmannen tahon hyväksyntää tai varmennusta. (Iansen-Rogers & Molenkamp 2007, 339.)

Näin ollen yritykset voivat vielä toistaiseksi kertoa yhteiskunnallisten seikkojen huomioimisesta toiminnassaan siinä laajuudessa ja siinä muodossa kuin haluavat – mahdollista on myös jättää raportoimatta seikoista, joita ei haluta julkisuuteen.

4.6 Ympäristöstandardit ja sertifikaatit liiketoiminnassa

Yritykset voivat halutessaan ottaa käyttöönsä tuotteisiin, palveluihin tai toimintoihin tarkoitettuja merkkejä tai sertifikaatteja, joiden tarkoitus on kertoa vastuullisesta toimintatavasta ja vaikuttaa positiivisesti yrityksen kilpailukykyyn. Näillä viestitään tuotteiden, palveluiden tai toimintatapojen ympäristöystävällisyydestä (Green Office, Joutsenmerkki), sosiaalisten näkökulmien huomioimisesta (Reilu kauppa) tai ne voivat olla tahdonilmaisu vastuullisen toiminnan kannattamisesta (WWF:n Panda-merkki, Suomen luonnonsuojelu-liiton Norppa-merkki). (Rohweder 2004, 181.)

Sertifiointi tarkoittaa vapaaehtoista vaatimusten mukaisuuden osoittamista todistuksella (sertifikaatti) tai merkillä. Tämä on Suomessa kaupallista toimintaa ja perustuu usein standardeissa esitettyjen vaatimusten täyttämiseen. (SFS-käsikirja 1, standardit ja standardisointi 2011, 28.)

Erilaiset standardit edellyttävät yrityksiltä vähintään lainnoudattamistrategiaa. Osa standardeista kannustaa jatkuvaan toimintatapojen kehittämiseen ja parantamiseen, mutta ne eivät rohkaise yrityksiä edelläkävijöiksi. (Ketola 2005, 155.) Esimerkkejä Suomessa ja kansainvälisesti tunnetuista ympäristöstandardeista ovat muun muassa ISO 14000 standardisarja sekä EMAS eli Eco-Management and Audit Scheme -järjestelmä. Kansainvälisesti ehkä tunnetuin laajemmin yritysvastuuseen kannustava ohjeisto on Global Reporting Initiative (GRI).

5 YMPÄRISTÖVASTUULLINEN LIIKETOIMINTA

Tiedostava ja vastuullinen liiketoiminta ovat tämän päivän ja todennäköisesti myös tulevaisuuden trendejä. Ilmiö ei ole syntynyt muusta maailmasta erillään, vaan on osa laajempaa, kaikkia elämän alueita koskettavaa suunnan muutosta, johon sisältyy tiedostavuuden ja kriittisyyden kasvu.

Esittelen tässä luvussa lyhyesti viitekehyksen, josta myös Wirma Lappeenranta Oy:lle tekemäni vihreä liiketoimintamalli on saanut inspiraationsa. Vihreä ja tiedostava liike-

toiminta on Suomessa 2000-luvun megatrendi, joka koskettaa kaikkia aloja ja toimijoita. Esittelen myös lyhyesti, millaista on suomalaisorganisaatioiden vapaaehtoinen ympäristö- ja yhteiskuntavastuuraportointi nykyisin. Kappaleen viimeisessä alaluvussa 5.3 tarkastelen vastuuraportointiin läheisesti liittyvää standardointia sekä sertifiointia.

5.1 Vihreän liiketoiminnan megatrendi

Vihreä kasvu, vihreä talous, vihreä liiketoiminta - siinä sanoja, joita käytetään nykyisin monilla foorumeilla sekä kotimaassa että kansainvälisesti. Puhutaan myös vihreästä työstä ja osaamisesta, vihreästä energiasta ja infrastruktuurista, vihreästä kuluttamisesta, vihreästä teknologiasta ja innovaatioista sekä vihreästä verotuksesta... (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010).

Ote on Elinkeinoelämän keskusliiton syyskuussa 2010 julkaisemasta Yritykset vihreän talouden eturintamassa -julkaisusta ja määrittelee hyvin sen, kuinka laajasti ympäristökysymyksiä liike-elämässä ja nyky-Suomessa tarkastellaan. EK:n mukaan yrityksillä on ratkaiseva rooli vihreässä taloudessa, koska ne pystyvät vaikuttamaan toimintansa ympäristövaikutuksiin, tuottamaan kuluttajille ympäristöä säästäviä tuotteita ja palveluja sekä tarjoamaan ratkaisuja toisten yritysten ympäristövaikutusten pienentämiseen (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010). Vihreä liiketoiminta ei ole sidoksissa liiketoiminnan alaan tai rajoitu vain tiettyihin aloihin. Kaikki toimialat ovat vihreitä, sillä jokaiseen toimialaan kohdistuu jonkinlaisia ympäristövaatimuksia joko asiakkaiden, lainsäädännön tai muun regulaation kautta (Antila 2010, 121).

Vihreän liiketoiminnan ja talouden mallin mukaan kasvua, työtä ja hyvinvointia luodaan niin, että ympäristölle, ilmastolle ja luonnolle aiheutuu siitä mahdollisimman vähän haittaa. Tavoitteena on talouden kasvun irtikytkeminen luonnonvarojen käytöstä ja päästöistä. Tällä tarkoitetaan, että talouden kasvu ei kasvata samassa suhteessa luonnonvarojen kulutusta ja päästöjen syntyä vaan parhaimmassa tapauksessa kulutus ja päästöt pienenevät talouden kasvun myötä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010.)

Energia- ja materiaalitehokkuuden parantaminen, vihreä tapa toimia, hyödyttää yrityksiä kolmella tavalla. Vihreä toimintamallilla ja ajattelulla voidaan pienentää kustannuksia sekä parantaa tuottavuutta. Toisena merkittävänä hyötynä ovat uudenlaiset mahdollisuudet parantaa myyntiä, ainakin pitkällä aikavälillä. Kolmanneksi liiketoi-

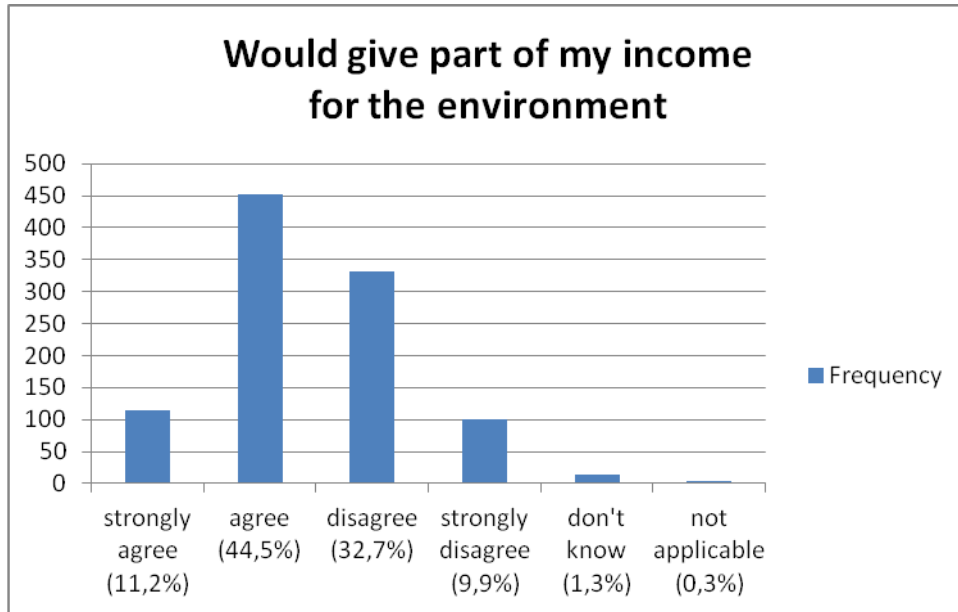
minnan vihertäminen auttaa riskien hallinnassa, sillä sen avulla voidaan varautua jo ennakkoon tulevaisuuden koveneviin rajoitteisiin ja säännöksiin. (Antila 2010, 122.)

Vihreys on 2000-luvun megatrendi. Vihreiden toimintamallien etsintää ja käyttöönottoa yrityksissä ovat vauhdittaneet kysyntä ja yleinen kiinnostus, yhä kasvava tiedostava kuluttaminen sekä uudet vihreät innovaatiot. Jopa vuonna 2008 alkunsa saanut maailmanlaajuinen talouskriisi on nähty mahdollisuutena ja eteenpäin vievänä voimana vihreän trendin kannalta. Taantumana kautta on huomattu, että talous- ja ympäristöongelmien ratkaisut voivat kulkea käsi kädessä: taloutta voidaan jälleenrakentaa tavalla, joka vähentää päästöjä ja säästää luonnonvaroja. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010.)

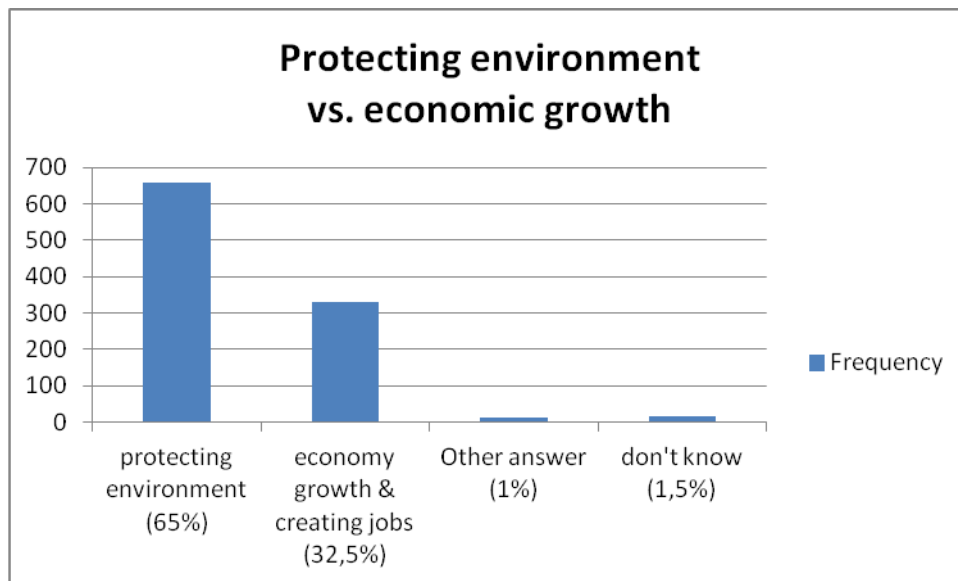
Ympäristöongelmat ovat luoneet kysyntää ja kiinnostusta kehittää ja ottaa käyttöön toimintatapoja, jotka vähentävät ympäristön kuormitusta ja lisäävät ekotehokkuutta. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010). Vihreän tiedostavuuden nousu on tänä päivänä alkanut ohjata myös ihmisten kulutustottumuksia ja valintoja. Ihmiset ovat kiinnostuneita tuotteiden ja palvelujen vaikutuksista niin omaan hyvinvointiinsa kuin laajemmin ympäristön hyvinvointiin. Yrityksiltä vaaditaan toiminnassaan läpinäkyvyyttä ja vastuullisia toimintatapoja.

Suomalaisten arvoja ja uskomuksia on selvittänyt laajasti muun muassa World Values Survey Association. WVS on kansainvälinen organisaatio, joka tutkii ja vertailee eri kulttuurien ja maiden sosiokulttuurisia ja poliittisia muutoksia. World Values Survey 2005 - 2008 esittelee yhteensä 57 eri maan tutkimustulokset, ja mukana on myös mielenkiintoista tietoa suomalaisten asenteista muun muassa ympäristöä ja ympäristön suojelua kohtaan.

Alla olevista, esimerkkinä esiin nostamistani diagrammeista käy ilmi, kuinka tärkeiksi koetut ympäristöarvot ja taloudellinen kasvu ovat vuorovaikutussuhteessa toisiinsa tutkimukseen haastateltujen vastauksissa. Vastauksissa korostuu näkemys siitä, että taloudellista kasvua ei haluta tuotettavan hinnalla millä hyvänsä. Suurin osa vastaajista kokee myös, että olisi valmis tukemaan ympäristön hyvinvointia henkilökohtaisilla tuloillaan.



Kuva 1. ”Olisin valmis antamaan osan tuloistani luonnon hyväksi”. Diagrammi osoittaa että 55,7 % suomalaisista oli vuonna 2005 valmis antamaan osan tuloistaan ympäristön hyväksi. Kysymykseen vastasi 1014 ihmistä.
(World Values Survey 2005 - 2008.)



Kuva 2. ”Luonnon suojeleminen vastaan taloudellinen kasvu”. Diagrammi osoittaa että 65 % suomalaisista on vuonna 2005 pitänyt luonnon suojelemista tärkeämpänä arvona kuin taloudellista kasvua. Kysymykseen vastasi 1014 ihmistä.
(World Values Survey 2005 - 2008.)

Luonto ja ympäristöarvot ovat olleet aina suomalaisille tärkeitä arvoja. 2000-luvulla ympäristötietoisuus ja arvostus näkyvät yhä enemmän myös teoissa ja toiminnassa.

Tämä on myös osaltaan auttanut ja vauhdittanut muun muassa vihreää tuotekehitystyötä.

Puhuttaessa vihreistä innovaatioista (ekoinnovaatiot) ajatellaan monesti suppeasti vain teknologisia innovaatioita, jotka tähtäävät energia- ja materiaalitehokkuuden lisäämiseen. Ekoinnovaatioissa on kuitenkin kysymys paljon laajemmasta uuden löytämisestä. Ekoinnovaatioita voivat olla uudet, ekotehokkaat tuotantomenetelmät, tuotteet ja palvelut, prosessit tai järjestelmät tai toimintatavat, jotka edistävät laajasti ympäristötehokkuutta. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010.)

Suomen elinkeinoelämän suurista julkisen sektorin toimijoista myös Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus (TEKES) tunnistaa vihreän liiketoiminnan potentiaalin ja edistää vihreän liiketoiminnan kehitystä. TEKESin keväällä 2011 käynnistämä Green Growth – Tie kestävään talouteen -ohjelman tavoitteena on synnyttää ja tukea innovaatioita, jotka vievät energia- ja materiaalitehokkuutta eteenpäin. TEKES näkee, että yritysten toimintaympäristö muuttuu nopeasti kun ilmastonmuutosta pyritään hillitsemään ja luonnonvarat vähenevät. Kestävästä kehityksestä ja vastuullisesta liiketoiminnasta on näin tulossa ”uusi normaali”. (Suortti 2011.)

5.2 Suomalainen vastuullisen yritystoiminnan kenttä

Edelläkävijäyritykset ovat Suomessa raportoineet vapaaehtoisesti ympäristöasioistaan jo 15 vuoden ajan ja sosiaalisesta vastuustaankin jo usean vuoden ajan. Suomalaisten yritysten ja julkisten toimijoiden ympäristöraportointia on arvioitu vuosittain vuodesta 1996, ja vuonna 2001 arviointi laajeni yhteiskuntavastuuraportointiin. Vuonna 2011 järjestetyssä Vastuullisuusraportointikilpailussa riippumaton palkintolautakunta valitsi vuoden 2010 raportointitietojen perusteella voittajaksi Kesko Oyj:n ja antoi tuomariston kunnia maininnan Outotec Oyj:lle. (Valtion ympäristöhallinto 2011.)

Kilpailun tavoitteena on seurata vastuullisuusraportoinnin tilaa ja kehityssuuntia sekä lisätä kiinnostusta yhteiskuntavastuuta ja -raportointia kohtaan. Kilpailussa käytetty raportoinnin arviointikriteeristö on sovellettu kansainvälisen Global Reporting Initiative (GRI) G3 -raportointiohjeistosta. Yrityksille ja julkisille organisaatioille tarkoitettuun avoimeen ja maksuttomaan kilpailuun osallistui vuonna 2011 kaikkiaan 149 toimijaa. (Vastuullisuusraportointikilpailu 2011.) Alkukarsintavaiheessa arvioitiin yh-

teensä 129 Helsingin pörssin päälistalla olevan yrityksen ja 20 yhtiön vastuuraportointi. (Valtion ympäristöhallinto 2011.)

Vastuullisuusraportoinnin järjestäjäryhmään kuuluu yhtenä toimijana Suomessa vuodesta 2002 toiminut vastuullisen yritystoiminnan verkosto Finnish Business Society (FIBS) Ry. FIBS on voittoa tavoittelematon yhteiskuntavastuualan yhdistys, jonka tarkoituksena on edistää taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti vastuullista yritystoimintaa Suomessa. Verkosto kokoaa yhteen lähes 170 jäsenyritystä ja -yhteisöä, joiden yhteen laskettu liikevaihto on yli 70 miljardia euroa ja jotka työllistävät yhteensä yli 170 000 ihmistä. Jäsenmäärältään FIBS on alansa suurimpia verkostoja Euroopassa. (Fibsin jäsenet 2011.) FIBS:n puheenjohtajana toimi vuonna 2011 toimitusjohtaja Ahti Manninen Etelä-Karjalan Osuuskaupasta.

Keskeinen osa verkoston toimintaa ovat erilaiset tilaisuudet, joissa välitetään tietoa alan parhaista käytännöistä ja viimeisimmistä tutkimuksista. Toimintaa rahoitetaan jäsenmaksuilla sekä työ- ja elinkeinoministeriön myöntämällä avustusrahoilla (Hallinto ja toiminta 2011). FIBS toimii osana yhteiskuntavastuualan virallisia ja epävirallisia verkostoja sekä on mukana erilaisissa työ- ja ohjausryhmissä. FIBS on jäsenenä myös useissa kansainvälisissä järjestöissä kuten CSR Europessa ja Global Reporting Initiative. (Fibs on vastuullisen yritystoiminnan verkosto 2011.)

FIBS:n mission ja vision mukaan yhteiskuntavastuullisuus lisää yritysten innovatiivisuutta, kilpailukykyä sekä riskienhallintaa. Lisäksi vastuullinen yritystoiminta tukee kestävä kehitystä ja tukee näin liiketoiminnan kannattavuutta pitkällä aikavälillä. FIBS nimeää yhdeksi tavoitteekseen saada yritykset omaksumaan ja integroimaan yhteiskuntavastuuraportointi osaksi strategista suunnitteluaan. (Fibs on vastuullisen yritystoiminnan verkosto 2011.)

Kiinnostuksen vastuullista yritystoimintaa ja yhteiskuntavastuuta kohtaan voidaan siis sanoa olevan laajaa suomalaisessa yritysmaailmassa. Useat yritykset ovat kiinnostuneita ympäristövastuuraportoinnista ja sitoutuneet raportoimaan tästä toimintansa osa-alueesta vuosittain. Myös suomalaisten yritysten toimintaa ovat viime vuodet koetelleet kova talouden turbulenssi ja epävarmat ajat maailman laajuisen talouskriisin kautta. Näitä haastavia aikoja ovat leimanneet toistuvat ja laajat joukkoirtisanomiset, lomautukset sekä uutiset toimintojen supistamisesta ja tuotantolaitosten siirtämisestä pois Suomesta. Tämä on aiheuttanut ristiriidan yritysten kauniiden sanojen ja aikeiden

sekä tekojen välillä ja johtaneet vääjäämättä epäluottamuksen lisääntymiseen yritysten todellista vastuullisuutta kohtaan.

Kauppatieteiden tohtori Maria Joutsenvirta esittää Talouselämän artikkelissaan näkökulman, että hyvien tapojen ja lakien noudattamisen suhteellistuessa yritysvastuuta säätelevät tulevaisuudessa yhä enemmän konfliktit. Globaali markkinatalous mahdollistaa kansainvälisille yrityksille paljon liikkumavaraa ja tämän liikkumavaran puitteissa kansainväliset yritykset voivat tehdä liiketoimintansa kannalta optimaalisimmat ratkaisut esimerkiksi ympäristö- ja henkilöstökysymyksissä. Kun globaalissa markkinataloudessa ei ole yhteisesti jaettuja arvoja tai normeja, jotka säätelisivät yritysten toimintaa, konfliktit osoittavat hyvän ja eettisesti kestävämmän toiminnan rajat. Konfliktit kuten esimerkiksi megaluokan irtisanomiset ovat johtaneet usein intressiryhmien, viranomaisten ja median painostukseen, jonka kautta yritysten on ollut pakko etsiä eettisesti kestävämpiä ratkaisuja toiminnassaan. (Joutsenvirta 2009.)

Samaa ristiriitaa yritysten sanojen ja tekojen välillä nostaa esille myös Raija Hallikainen Tekniikka & Talous -lehden artikkelissaan ”Yritysvastuu on paljon sanoja ja vähän tekoja” (2005). Hallikaisen mukaan ristiriita sanojen ja tekojen välillä on johtanut Suomessa luottamuspulaan siitä, että yritykset tuntisivat aidosti vastuuta työpaikoista ja henkilöstöstään. Hallikainen perustelee kantaansa viittaamalla SAK:n, STTK:n ja AKAVAn yhteisesti TNS Gallupille vuonna 2005 teettämään työilmastotutkimukseen. Tutkimukseen haastatelluista tuhannesta yli 15-vuotiaasta 68 prosenttia oli sitä mieltä, että yrityksillä ei ole aitoa vastuuta henkilöstöstään. (Mts. 2005.)

Hallikainen on poiminut artikkeliinsa sanojensa tueksi myös muutaman esimerkin suomalaisista yrityksistä, joiden julkaisemat yhteiskuntavastuutavoitteet eivät ole samassa linjassa todellisen toiminnan kanssa. Yhtenä esimerkkinä on kansainvälisesti toimiva suomalainen konepajateollisuuden pörssiyhtiö Wärtsilä. Hallikainen siteeraa muun muassa, että Wärtsilä on lausunut julkisesti *luovansa taloudellista lisäarvoa omistajilleen ja edistää hyvinvointia paikallisissa yhteisöissä joissa se toimii. Wärtsilän tavoitteena on myös luoda ja ylläpitää hyvä ja turvallinen työympäristö henkilöstölleen. Tavoitteiden saavuttamiseksi Wärtsilä tarvitsee osaavaa ja motivoitunutta henkilöstöä.* Käytännössä Wärtsilä lopetti vuonna 2004 Turun moottoritehtaan tuotannon ja siirsi tuotannon Italiaan, mikä merkitsi satojen työpaikkojen katoamista Turussa. (Hallikainen 2005.)

Voidaan siis todeta, että kasvanut kiinnostus yhteiskuntavastuuta kohtaan, FIBS:n kaltaisten verkostojen toiminta tai lisääntynyt yhteiskuntavastuuraportointi eivät vielä itsessään todista muutoksen tapahtumisesta. Jotta yhteiskuntavastuun käsitteellä olisi arvoa ja raporteilla todellista merkitystä, yritysten on sitouduttava arvoihinsa ja arvojen on siirryttävä sanoista tekoihin. Kuten edellä esittämistäni esimerkeistä käy ilmi, ongelmallisimpia tilanteita syntyy tänä päivänä useimmin monikansallisten yritysten toiminnasta ja toiminnan vastuuttomuuden vaikutuksista, kun taas kansallisille toimijoille näyttäisi olevan helpompaa sitoutua monipuolisesti vastuun kantamiseen yritystoiminnastaan.

5.3 Standardit ja sertifikaatit vastuullisuuden todentajina

Viimeisimmän vuosikymmenen keskeisimmät vapaaehtoisuuteen perustuvat ohjeistot ja standardit voidaan jakaa karkeasti kolmeen luokkaan, joita ovat sitoumustyyppiset aloitteet, toimintajärjestelmiä koskevat standardit ja ohjeistot sekä raportointiohjeistot (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2009, 42). Tässä opinnäytetyössäni olen toimeksiantoa varten keskittynyt toiminnanohjausjärjestelmiä koskeviin standardeihin ja ohjeistoihin sekä raportointiohjeistoihin.

Suomessa standardisointia ohjaa Suomen Standardisointiliitto SFS ry. Yhdistyksen tarkoituksena on edistää Suomen kilpailukykyä ja tähän se pyrkii luomalla edellytykset standardisoinnille, välittämällä tietoa yrityksille ja muille sidosryhmille sekä tarjoamalla mahdollisuuksia vaikuttaa kansainvälisten standardien sisältöön. Standardisointiliitto ei harjoita sertifiointitoimintaa muutoin kuin ympäristömerkinnän osalta. (SFS-käsikirja 1, standardit ja standardisointi 2011, 22, 28.)

Miten yritykset ja organisaatiot sitten hyötyvät standardoinneista tai sertifiointeista? Erilaiset ulkopuolisen, kolmannen tahon myöntämät ”maininnat” ja hyvien toimintatapojen todentaminen lisäävät kuluttajien ja sidosryhmien luottamusta ja vaikuttavat näin ollen positiivisesti yrityksen kilpailukykyyn.

Erilaisten standardien ja sertifikaattien merkitys kasvaa, mikäli yritys toimii kansainvälisillä markkinoilla, joilla yritysosapuolet tai yritys ja sen potentiaaliset asiakkaat eivät tunne toisiaan. Kansainvälisesti tunnettu standardi tai sertifikaatti toimii takeena ennestään tuntemattoman toimijan tuotteiden tai palveluiden laadusta ja luotettavuudesta. Yhteiskunta- tai ympäristövastuusta kertovien standardien ja sertifikaattien luo-

tettavuus syntyy siitä, että ne ovat kolmannen, puolueettoman osapuolen lausunto yrityksen toiminnasta. Näin niillä on enemmän painoarvoa kuin yrityksen itse tuottamalla markkinoinnilla tai viestinnällä voi koskaan olla.

6 YRITYSPALVELUORGANISAATION VIHREÄ LIIKETOIMINTAMALLI

Tässä luvussa esittelen selvitystyöni vihreän liiketoimintamallin käyttöönotosta Wirma Lappeenranta Oy:ssä ja sen palvelutuotannossa. Palvelutuotannon esimerkkinä työssä käytetään Kansainvälistymispalvelut-palvelukokonaisuutta. Aloitan Kansainvälistymispalvelut-palvelukokonaisuuden kuvauksella, jotta lukija saa kokonaiskuvan tutkimuksen kohteesta. Vihreän liiketoimintamallin suunnittelun aloitin kartoittamalla SWOT-analyysin avulla toimeksiantajan ajatuksia uuden liiketoimintamallin hyvistä ja heikoista puolista. Tämän jälkeen siirryin tutkimaan, kartoittamaan ja vertailemaan erilaisia ympäristömittareita sekä -järjestelmiä sekä näiden soveltuvuutta yrityksen tarpeisiin.

Tutkimus-, kartoitus- ja vertailutyön tuloksena esittelen WWF:n Green Office -ympäristöjärjestelmän vaihtoehtona vihreän liiketoimintamallin käyttöönottamiseksi yrityksessä. Täydennän tässä luvussa omaa pohdintaani ja tiedonhakutyötäni vihreästä ja vastuullisesta liiketoiminnasta toteuttamani Corporate Social Responsibility -kyselytutkimuksen tuloksilla. Tutkimuksen tuloksena sain ajatuksia herättäviä ja monipuolisia vastauksia kohderyhmänä olleiden ruotsalais- ja saksalaisorganisaatioiden ympäristövastuullisuudesta. Kotimaista vertailupohjaa saadakseni haastattelin vihreän ja vastuullisen liiketoiminnan malleista myös Imatran Seudun Kehitysyhtiöt Oy:tä

Luvun päätteeksi kokoan yhteen tekemäni selvitystyön vihreän liiketoimintamallin käyttöönotosta yrityksessä: perustelen yritykselle kantani siitä, miksi sen kannattaa valita käyttöönsä WWF:n Green Office -ympäristöjärjestelmä. Wirma Lappeenranta Oy:n toivomuksesta olen kääntänyt yhteenvedon myös englanninkielelle, jotta se palvelisi paremmin yrityksen tarpeita.

6.1 Palvelukokonaisuuden kuvaus: kansainvälistymispalvelut

Yrityspalveluorganisaatio (Wirma Lappeenranta Oy) tarjoaa omaa ja yhteistyökumppaniverkostonsa asiantuntemusta yritysten kansainvälistymisen tueksi. Erityisosaa-alueena on Venäjän kaupan ja Venäjän markkinoiden asiantuntemus. Palvelun

kautta suunnitellaan ja organisoidaan asiakasyrityksille yksilöityjä tutustumismatkoja, messuosallistumisia ja tapaamisia potentiaalisten yhteistyökumppaneiden ja asiakkaiden kanssa.

Palvelu ohjaa kansainvälistyviä yrityksiä markkinoinnissa ja viestinnässä sekä edunvalvontakysymyksissä. Palvelun kautta on mahdollista etsiä käänös- ja tulkkauspalveluja sekä saada apua oikeiden liiketoimintavaihtoehtojen valinnassa. Palvelun kautta asiakasyritykset saavat myös juridista neuvontaa sekä apua taloushallinnon, lupien, sertifikaattien ja tullauksen hoitoon. Palvelukokonaisuuden tukena toimivan yhteistyöverkoston kautta välitetään kansainvälistä asiantuntijaosaamista eri liiketoimintaan liittyviltä aloilta kuten logistiikka, toimitilat, henkilöstö, rahoitus ja riskianalyysit.

Palvelukokonaisuuteen kuuluu myös ulkomaisten yritysten avustaminen etabloitumisessa maakuntaan ja tähän liittyvissä käytännön järjestelyissä avustaminen. Ulkomaisia yrityksiä varten yhteistyöverkostosta löytyy apua muun muassa tulkkaus- ja käänöspalveluiden järjestämiseen sekä yritysten sijoittumispaketti. Erilaiset kehitysprojektit tukevat ja monipuolistavat kansainvälistymispalvelukokonaisuutta.

Liitteestä 1 käy ilmi yksityiskohtainen palveluprosessin kuvaus vaiheittain. Kaaviossa näkyvät palvelukokonaisuuden rakenne sekä eri vaiheisiin liittyvät konkreettiset toimet ja sidosryhmät. Tämä muusta yrityksen toiminnasta irrotettu ja rajattu palvelukokonaisuus on vihreän toimintamallin arvioinnin ja suunnittelun kohde.

6.2 SWOT-analyysi vihreän liiketoimintamallin käyttöönotosta

SWOT-analyysitaulukko on koostettu yhteistyössä projektiryhmän jäsenten kanssa tapaamisessa 7.12.2011. Kokosin ensin taulukon rungon omien havaintojeni ja tiedonkeruuni pohjalta, minkä jälkeen kolme projektiryhmän jäsentä mietti uuden liiketoimintamallin mahdollisia vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • vihreys megatrendi nyt ja tulevaisuudessa • lisäarvo viestintään ja markkinointiin • vahvistaa yrityksen imagoa (innovatiivisuus) • kustannussäästöt • toiminnan avoimuuden lisääminen (asiakkaat, sidosryhmät) • yhteiskuntavastuun kantaminen • tukee Lappeenrannassa vireillä olevaa Green Campus -hanketta (Lappeenranta University of Technology, Skinnarila) 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • aloitus vaatii resursseja (esim. uusia työvälineitä, uutta tekniikkaa) • aloitus tuo kustannuksia • muutosprosessi vie aikaa • vaatii henkilöstöltä sitoutumista, muutoskykyä ja halukkuutta • vaatii johdolta sitoutumista ja henkilöstön sitouttamista
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • tulevaisuuden riskien hallinta ja varautuminen ennakkoon • myönteinen imago vaikutus: innovatiivisuus ja edelläkävijyys • kustannussäästöt • lisäarvo viestintään ja markkinointiin • myynnin lisäys, peruste palveluiden hinnoittelulle 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> • henkilöstön vastustus, innottomuus • vihreän toimintamallin tuloksia ja arvoa ei osata hyödyntää • ei resursseja • jos käyttöönotto epäonnistuu, on vaarana kehityksestä jälkeen jääminen

Kuva 3. SWOT-analyysi

Kuvasta käy ilmi, että suurimpina vihreän toimintamallin vahvuuksina pidetään vihreän ajattelun markkinoinnillista arvoa. Tähän liittyvät kommentit yrityksen imagon vahvistumisesta, markkinoinnin ja viestinnän lisäarvosta sekä myös näkemys yrityksen toimien kytkeytymisestä laajemmin kaupungin muihin hankkeisiin (Lappeenranta University of Technology:n Green Campus -hanke). Vihreän liiketoimintamallin antama lisäpotku nähdään myös mahdollisuutena yrityksen innovatiivisuutta ja edelläkävijyyttä korostavaan imagoon.

Vihreässä liiketoimintamallissa nähdyt heikkoudet ja uhat olivat mielestäni tyypillisiä suurien muutosten yhteydessä esiin nousevia haasteita. Näitä olivat henkilökunnan vastustus tai innottomuus sekä muutoksen vaatimat rahalliset ja ajalliset resurssit. Uhkana nähtiin myös, että mikäli hankkeen toteutuksessa epäonnistutaan, se voi johtaa kehityksestä jälkeen jäämiseen alalla.

Mielestäni SWOT-analyysin kokoaminen ja läpikäyminen projektiryhmässä oli hyödyllistä kahdesta syystä. Analyysin kautta saatiin konkretisoitua sitä, mitä vihreällä

liiketoimintamallilla tarkkaan ottaen ollaan tavoittelemassa, mitä sillä halutaan konkreettisesti saavuttaa. Lisäksi se antoi osallistujille tietoa siitä, mitä prosessin läpivieminen tulee kysymään organisaatiolta ja sen henkilöstöltä.

6.3 Vertailu: vaihtoehdot vihreän liiketoimintamallin toteutukseen

Alla olevaan vertailutaulukkoon on koottu yhteensä viisi erilaista menetelmää, joiden soveltuvuutta olen tarkastellut ja tutkinut yrityspalveluorganisaation vihreän liiketoimintamallin toteuttamiseksi. Menetelmät ovat GRI-raportointijärjestelmä, Hiilijalanjälki-mittaus, WWF Green Office -ympäristöjärjestelmä (GO), ISO 14000 -standardisarja ja EMAS-ympäristöjärjestelmä. Nämä menetelmät olen valinnut tarkasteltavaksi aihealueeseen tekemäni perehtymisen ja tiedonhaun perusteella. Taulukkoon valitut menetelmät ovat kaikki Suomessa sekä kansainvälisesti tunnettuja, tunnustettuja ja käytettyjä menetelmiä ja ovat kaikki sovellettavissa lähtökohtaisesti yrityspalveluorganisaation toimintamuotoon ja tarpeisiin.

Taulukossa 1. olen arvioinut näitä menetelmiä neljän eri kriteerin (pystyssä oikealla) kannalta, jotka on määritelty yrityspalveluorganisaation intressien, hankkeen tavoitteiden ja käytännön tarpeiden pohjalta. Jokaisen menetelmän kohdalla on arvioitu sen soveltuvuutta organisaation toimintamuotoon ja sen vihreälle toimintamallille asettamiin tavoitteisiin. Menetelmän soveltuvuutta on arvioitu myös keskeisten sidosryhmien tarpeiden kannalta. Lisäksi on arvioitu menetelmän tunnettavuutta kansainvälisesti, mikä on yrityspalveluorganisaation toiminnassa tärkeä elementti.

Arviointi on toteutettu pisteyttämällä jokainen menetelmä kriteerikohtaisesti asteikolla 1 -5, jossa arvo 1 on alin pistemäärä. Olen toteuttanut pisteytyksen ja tätä kautta arvioinnin subjektiivisesti keräämäni tiedon ja aineiston sekä toimeksiantajan kanssa käytettyjen keskusteluiden perusteella. Vertailun tulokset eivät pohjautu mihinkään jäljitettävissä olevaan yksiselitteisesti todistettuun tai numeeriseen tietoon, vaan menetelmistä julkaistuihin aineistoihin, oppaisiin ja edustajien sekä palveluntarjoajien omiin www-sivustoihin. Taulukkoa varten hyväksikäyttämäni kaikki aineisto on mainittu lähdeluettelossa.

Syy ja peruste tällaiselle subjektiiviselle arvioinnille ovat työn luonne: arvioinnin kohteena olevia kriteereitä on vaikeaa, jopa mahdotonta vertailla täysin objektiivisesti. Vertailu sisältää paljon tekijöitä ja muuttujia, joita ei voida laittaa yksiselitteisesti pa-

remmuusjärjestykseen. Näin kokonaiskuvan hahmottamisella ja subjektiivisella arvioinnilla on suurempi merkitys tässä kyseisessä toimeksiannossa. Laajemman ja perusteellisemmän selvityksen tekeminen olisi kysynyt aikaa ja resursseja, joita ei tässä tapauksessa nähty tarkoituksen mukaisiksi.

Taulukko 1. Vaihtoehtoja vihreäksi liiketoimintamalliksi.

	Kriteeri			
	1	2	3	4
Menetelmä	Pisteet			
GRI -raportointi Kansainvälinen ohjeistus joka asettaa periaatteet ja toiminnan mittarit, joita organisaatiot voivat hyödyntää mitataksaan ja raportoidakseen yhteiskuntavastuutaan	5	2	3	5
Hiilijalanjälki -mittaus Organisaation, tuotteen tai palvelun ilmastovaikutus – eli se kuinka paljon kasvihuonekaasuja toiminta aiheuttaa. Laskennan tuloksia voidaan hyödyntää mm. strategisessa ja operatiivisessa suunnittelussa, hankinnoissa ja viestinnässä.	5	4	5	5
WWF Green Office -ympäristöjärjestelmä Toimistoille tarkoitettu ympäristöjärjestelmä, jonka tavoitteena on toimiston ekologisen jalanjäljen pienentäminen ja kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen.	5	5	5	4
ISO14000 -standardisarja Laaja järjestelmä jota on mahdollista soveltaa yrityskohtaisesti. Antaa työkaluja mm. kustannustehokkuuteen, prosessien tehostamiseen, ja ympäristövaikutusten huomiointiin palveluprosessissa. Auditointien kautta mahdollisuus sertifikaattiin.	5	3	4	5
EMAS -järjestelmä EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) on organisaation ympäristöjohtamisen väline, jonka avulla ympäristöasiat otetaan järjestelmällisesti huomioon toiminnassa ja sen suunnittelussa. Keskeinen ero ISO 14001 -standardiin on suhtautuminen avoimuuteen ja ympäristölainsäädännön noudattamiseen. EMAS edellyttää julkista ympäristöselontekoa. Kiinnittää erityistä huomiota henkilöstön osallistumiseen ja ympäristönsuojelun tason jatkuvaan paranemiseen.	5	3	3	4

Vertailutaulukon kriteerit:

1) Soveltuvuus organisaation toimintamuotoon, joka on julkinen yrityspalveluorgani-

saatio.

- 2) Soveltuvuus organisaation tavoitteisiin. Pää tavoite vihreälle liiketoimintamallille on kilpailuetu markkinoilla sekä asiakkaille tuotettu lisäarvo.
- 3) Soveltuvuus sidosryhmien tarpeisiin. Yrityksen toiminnasta kiinnostuneita keskeisiä sidosryhmiä ovat asiakkaat, omistajat sekä oma henkilöstö.
- 4) Tunnettuus kansainvälisesti. Valitun menetelmän tulee olla tunnettu kansainvälisillä markkinoilla.

Perustelut

GRI-raportointi soveltuu hyvin organisaation toimintamuotoon ja on erittäin tunnettu kansainvälisesti. GRI-raportointi on kuitenkin erittäin laaja ohjeisto, ja paljon sen sisällöstä keskittyy sellaisen vastuun arviointiin, joka ei ole yrityspalveluorganisaation vihreän liiketoimintamallin tavoite. GRI-raportoinnin toteutus vaatii erittäin paljon organisaation henkilöstöltä. Ohjeisto on toteutettu niin, että organisaatiot itse suunnittelevat ja toteuttavat liiketoiminnan vastuullistamiseen liittyvät toimenpiteet GRI-raportointiohjeiston avulla ilman ulkopuolista tukea. Raportin julkaisun yhteydessä organisaatioiden on ilmoitettava viitekehyksen hyödyntämisestä GRI-organisaatiolle.

Hiilijalanjälki-mittaus soveltuu hyvin organisaation toimintamuotoon ja on erittäin tunnettu kansainvälisesti. Tukee hyvin yrityspalveluorganisaation tavoitteita, joita vihreälle liiketoimintamallille on asetettu, eli keskittyy ympäristövastuullisuuden mittaamiseen. Hiilijalanjälki on paljon yritysten markkinoinnissa ja viestinnässä hyödynnetty mittari ja osoitus vastuullisuudesta. Hiilijalanjäljen mittausta tarjoavat monet konsultaatioyritykset, eli palvelu on helppo ostaa ulkoa. Näin se ei vaadi henkilöstöltä yhtä paljon kuin esimerkiksi GRI-raportointi.

Green Office -ympäristöjärjestelmä eli GO -ympäristöjärjestelmä soveltuu monipuolisesti erilaisille toimijoille. Järjestelmä tukee hyvin vihreälle liiketoimintamallille asetettuja tavoitteita ja täyttää lisäksi yhden hankkeen päätavoitteista, joka on henkilökunnan vihreän tietopääoman lisääminen (järjestelmä sisältää seminaareja ja koulutuksia). Järjestelmä antaa valmiit työkalut vihreämpään liiketoimintaan ja asiantuntijatukena (opastus, tarkastukset). GO on markkinoinnissa ja viestinnässä erittäin käytetty hyödynnetty merkki Suomessa. Järjestelmä on Suomen WWF:n kehittämä ja sen tunnettuus kansainvälisesti on kasvussa.

ISO 14000 -standardisarja soveltuu hyvin organisaatiomuotoon ja on erittäin tunnettu kansainvälisesti. Erittäin laaja kokonaisuus, josta on asiantuntijatahon kanssa mahdollista räätälöidä mittaristo palveluille. Standardisarja on palveluorganisaatioiden markkinoinnissa ja viestinnässä vähemmän hyödynnetty kuin esimerkiksi Hiilijalanjälki tai GO.

EMAS-järjestelmä on EU-alueella tunnettu ympäristöjärjestelmä. Mittarit noudattavat ISO 14000 -standardisarjaa. Järjestelmä on markkinoinnissa ja viestinnässä vähemmän hyödynnetty ja vaikeammin hyödynnettävissä (palveluorganisaatioiden kohdalla) kuin esim. Hiilijalanjälki tai GO. Pääpainoon on julkisessa raportoinnissa, johon organisaatio sitoutuu, erona muihin järjestelmiin, joissa raporttien ja tulosten julkaisu on vapaaehtoista.

6.4 WWF Green Office -ympäristöjärjestelmä

Edellä tarkastelluista menetelmistä olen päätenyt suositteluun WWF:n Green Office -ympäristöjärjestelmää vihreän liiketoimintamallin toteuttamiseksi. GO on toimistoympäristöille tarkoitettu maksullinen, käytännönläheinen ympäristöhallintajärjestelmä. Sen kolme päätavoitetta ovat:

- luonnonvarojen kulutuksen vähentäminen kehittämällä toimistojen ekotehokkuutta
- kestävien elämäntapojen edistäminen lisäämällä työntekijöiden ympäristötietoisuutta
- ilmaston muutoksen hidastaminen muun muassa suosimalla uusiutuvien energialähteiden käyttöä (Green Office – ekotehokkaat toimistot menestyvät säästämällä 2011.)

GO pyrkii vähentämään toimistotyön aiheuttamia ympäristövaikutuksia. Tähän pyritään konkreettisilla toimenpiteillä eli vähentämällä paperin, veden, sähkö- ja lämpöenergian kulutusta sekä hankinnoista ja liikkumisesta syntyviä päästöjä. Esimerkiksi vuonna 2010 GO-toimistot säästivät 412 368 euroa sähkönkulutusta pienentämällä (Green Office – achievements and activities 2010).

GO:n hyötyjä jäsenorganisaatiolle ovat kustannussäästöt materiaali- ja muissa kuluissa. Järjestelmä myös kannustaa työntekijöitä ympäristöystävällisempään elämäntapaan ja on motivoinnin väline. Sertifioitujen GO-toimistojen käytössä on Green

Office -logo, jota voidaan käyttää sekä sisäisen että ulkoisen markkinoinnin ja tiedottamisen tukena. (Green Office – achievements and activities 2010, 5.)

GO tarjoaa jäsenorganisaatioilleen malleja, työkaluja sekä tietoa ja tukea ympäristötyön tueksi. GO avustaa toimiston oman ympäristöjärjestelmän rakentamisessa ja tarjoaa sähköisiä työkaluja tavoitteiden ja indikaattorien asettamiseen ja seuraamiseen. Järjestelmään kuuluvat säännölliset toimistotarkastukset jäsenorganisaatioihin ja sähköisöt GO-vinkit. Lisäksi jäsenorganisaatioille järjestetään säännöllisiä verkostotapaamisia ja organisaatiot saavat GO-merkin käyttöoikeuden (1. tarkastuksen jälkeen). (Green Office – Ekotehokkaat toimistot menestyvät säästämällä 2011.)

GO on maksullinen ympäristöpalvelu. Maksuilla tuetaan WWF:n ympäristötyötä. Maksu muodostuu liittymismaksusta sekä vuosimaksusta ja määräytyy organisaation henkilöstön lukumäärän mukaan. Liittymismaksu maksetaan liittymisen yhteydessä ja vuosimaksu ensimmäisen kerran, kun toimistolle on myönnetty GO-merkin käyttöoikeus ja tämän jälkeen vuosittain. Liittymis- ja vuosimaksujen suuruus käy ilmi oheisista taulukoista (Palvelut ja maksut 2011.)

Taulukko 2. WWF Green Office -liittymismaksu (ei sis. alv. 23%)
(Palvelut ja maksut 2011).

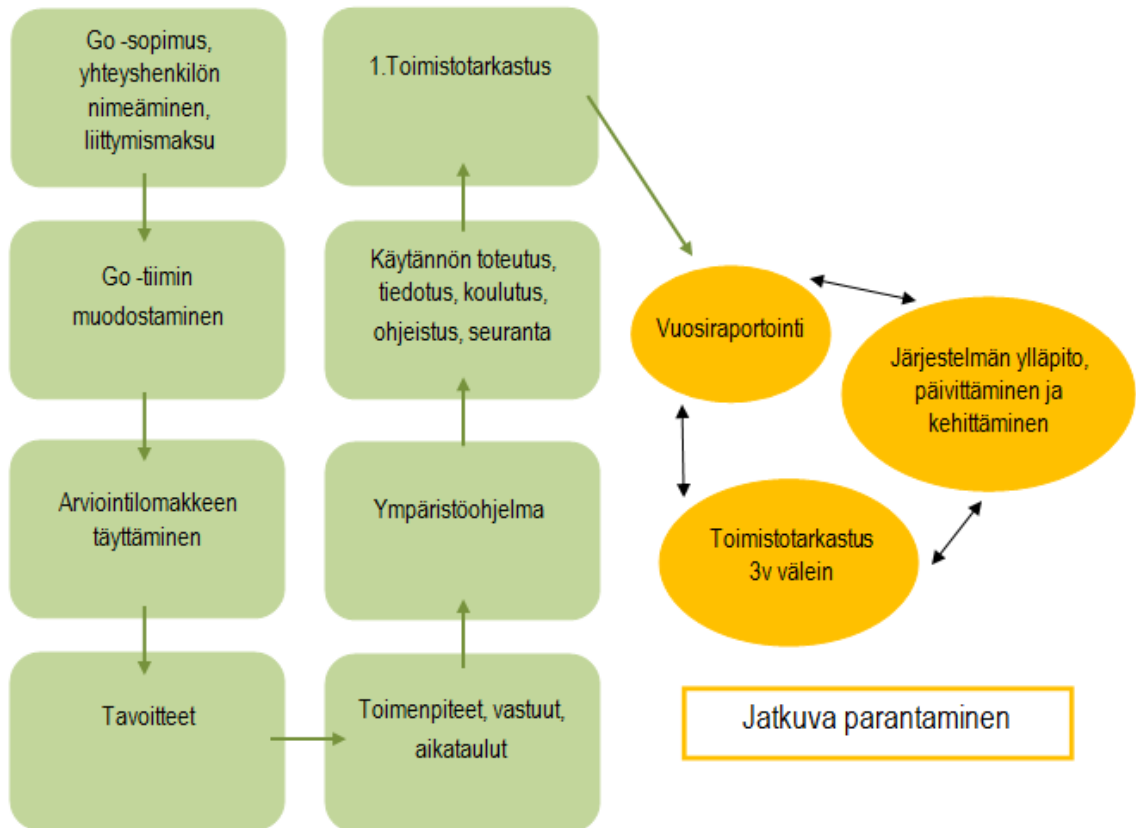
Henkilöstön lukumäärä	Liittymismaksu
1 - 30	1500 €
31 - 60	2000 €
61 - 100	2500 €
101 - 300	3000 €
301 - 700	4000 €
701 - 1200	5000 €
1201 - 2000	6000 €
yli 2000	sovitaan erikseen

Taulukko 3. WWF Green Office -vuosimaksu (ei sis. alv. 23%)
(Palvelut ja maksut 2011).

Henkilöstön lukumäärä	Vuosimaksu (suurin toimisto)
1 - 30	2200 €
31 - 60	3500 €
61 - 100	4000 €
101 - 300	4800 €
3001 - 700	5800 €
701 - 1200	7500 €
1201 - 2000	8500 €
yli 2000	sovitaan erikseen

6.4.1 Green Office askel askeleelta

GO-ympäristöjärjestelmän rakentaminen vie WWF:n arvion (Green Office – Ekotehokkaat toimistot menestyvät säästämällä 2011.) mukaan noin 7 - 10 kuukautta. Järjestelmän kehittämisen ja rakentamisen askeleet käyvät ilmi oheisesta kuvasta 4. Toimiston ympäristöjärjestelmän rakentaminen lähtee Go-sopimuksen solmimisesta WWF:n kanssa ja liittymismaksun maksamisesta. Tämän jälkeen toimisto muodostaa oman Go-tiimin joka on vastuussa ympäristöjärjestelmän rakentamisesta, raportoinnista ja eteenpäin viemisestä. Vasta ensimmäisen (hyväksytyin) toimistotarkastuksen jälkeen toimisto voi hyödyntää Green Office -nimikettä, brändiä ja logoa liiketoiminnassaan. Hyväksytyksi tulemisen jälkeen toimisto sitoutuu toimintansa jatkuvaan seuraamiseen, kehittämiseen ja raportointiin. WWF suorittaa toimistotarkastuksen 3 vuoden välein.



Kuva 4. Green Office -askeleet

6.4.2 Green Officen soveltuvuus Wirman tavoitteisiin

Saadakseni kattavampaa tietoa GO -järjestelmästä ja sen soveltuvuudesta Wirma Lappeenranta Oy:n tavoitteisiin haastattelin sähköpostitse Green Office päällikkö Helka Julkusta WWF:ltä.

Yksi tärkeistä kysymyksistä Wirman tavoitteita ajatellen on, kuinka organisaatiot voivat hyödyntää GO-logoa viestinnässään ja markkinoinnissaan. Julkusen sanoin, kun toimisto on läpäissyt hyväksytysti WWF:n toimistotarkastuksen, se voi käyttää sille myönnettyä GO-merkkiä ulkoisessa viestinnässään. Esimerkkejä käyttötavoista viestinnässä ovat muun muassa lehdistötiedote, toimintakertomuksen osio, jossa kerrotaan GO:sta, www-sivujen osio tai yrityksen esite, jossa esitellään GO:a ja ympäristö vastuuta tai artikkelit ja tiedotteet asiakas- ja sidosryhmälehdissä. GO:n painoarvo kansainvälisessä liiketoiminnassa on Julkusen mukaan tällä hetkellä pieni, mutta kasvaa koko ajan. (Julkunen 2012.)

GO-merkin käytössä on myös rajoitteita. GO ei ole koko organisaation kaiken toiminnan kattava sertifikaatti vaan keskittyy toimistoympäristön vastuullisuuden kuvaamiseen. Merkkiä ei saa käyttää esimerkiksi myyntituotteissa, lomakepohjissa, käyntikortteissa, liikelahjoissa, mainosmateriaaleissa eli yhteyksissä, jotka eivät suoraan liity GO:n tai toimiston ympäristövastuuseen. Tilanteissa, joissa merkin käyttö ei ole sallittua, voidaan GO:sta kertoa sanallisesti esimerkiksi tarjouspyynnössä tai sähköpostin allekirjoituksessa (yritys X on mukana WWF:n Green Office verkostossa). (Julkunen 2012.)

GO eroaa muista ympäristöjärjestelmistä siinä, että sen avulla organisaatio voi kertoa tekevänsä yhteistyötä kansainvälisen ympäristöjärjestön kanssa. GO soveltuu erityisesti yrityksille, joiden toiminta tapahtuu pääosin toimistoympäristössä. Konkreettista kilpailuetua ympäristöjärjestelmästä voi Julkusen mukaan olla esimerkiksi kilpailutus-tilanteessa, jossa kaikilla osallistuvilla yrityksillä ei ole ympäristöjärjestelmää tai -ohjelmaa. (Julkunen 2012.)

Ympäristöjärjestelmän keskeisenä osa-alueena on yritysten henkilöstön osallistuttaminen. Käytännössä tämä tarkoittaa Julkusen sanoin, että organisaatiolla tulee olla GO-yhteyshenkilö ja GO-tiimi. Näille henkilöille on varattava työaika GO-ohjelman kehittämiseen ja toteuttamiseen. Tähän kuluvaan työajan määrä vaihtelee suuresti riippuen organisaation koosta. GO:n järjestämä koulutus näille vastuuhenkilöille on vapaaehtoista ja maksutonta. Henkilöstön perehdyttäminen järjestelmään on kuitenkin pakollista, ja sen toteutuminen tarkistetaan toimistotarkastusten yhteydessä. (Julkunen 2012.)

GO-ympäristöjärjestelmällä on vaikutusta myös organisaation sidosryhmiin kuten yhteistyökumppaneihin ja asiakkaisiin. Julkusen mukaan tietoisuus organisaation ympäristövastuullisuudesta kasvattaa ympäristötietoisuutta myös yhteistyökumppanien ja asiakkaiden keskuudessa. Lisäksi GO-toimistot edellyttävät useasti toimittajiltaan ja alihankkijoiltaan aikaisempaa suurempaa ympäristötoimintaa ja -vastuullisuutta. (Julkunen 2012.)

6.5 Nobody wants to do business with bad companies – CSR -kyselytutkimus

Corporate Social Responsibility -kyselytutkimus (liite 3) lähetettiin Webropol -kyselytutkimuksena 406 ruotsalais- ja saksalaisorganisaatiolle tammikuussa 2012.

Vastaajat valittiin selektiivisesti hyödyntäen Wirma Lappeenranta Oy:n asiakasrekisterin sekä www-sivujen julkisia yhteystietoja. Kyselyyn vastasi 21 yritystä ja kyselyn vastausprosentti oli 5 %.

Kyselyyn vastasi kaksi (2) saksalaisyritystä ja yhdeksäntoista (19) ruotsalaisyritystä. Kyselyyn vastaajista suurin osa (60 %) edusti suuryritystä (yli 250 hengen organisaatio). Henkilömäärältään 51 - 250 työntekijän yrityksiä oli kyselyssä 10 %, 11 - 50 hengen yrityksiä 20 % ja alle 10 hengen yrityksiä 10 %. Kyselyyn vastanneet yrityksen edustivat laajasti eri liiketoiminnan aloja: eniten vastaajien joukossa oli eri teollisuuden alojen yrityksiä (metalli, paperi) ja julkisen sektorin toimijoita mukaan lukien kaupunkien ja alueelliset elinkeino-yhtiöt. Vastaajissa oli myös useampi energiateknologian yritys ja liike-elämän konsulttiyhtiö. Kyselyyn yrityksen puolesta vastanneet henkilöt edustivat pääosin esimies- eli johtajatasoa (CEO, Vice President, Manager, Project leader). Vastaajien joukossa oli myös vastaajia, jotka ilmoittivat statukseensa muun muassa Head of Corporate Social Responsibility ja Sustainability Manager.

Kyselyyn vastaajista 65 % (13) ilmoitti raportoivansa yhteiskuntavastuustaan. Näistä vastaajista 61,5 % (8) ilmoitti raportoineensa yhteiskuntavastuustaan yli 5 vuotta, 23,1 % (3) 2 - 5 vuotta ja 15,4 % (2) vuoden. Ympäristövastuusta raportoiminen kuului osaksi kaikkien yhteiskuntavastuustaan raportoivien yritysten yhteiskuntavastuureporttia. Ympäristöasioiden lisäksi sosiaalisesta ja taloudellisesta vastuusta raportoi 10 yritystä (76,9 %). Tulos osoittaa, että yhteiskuntavastuuraportoinnin pääpiste on raportointia suorittavissa yrityksissä ympäristövastuun kantamisessa ja huomion kiinnittämisessä kulutuksen pienentämiseen.

Kysymyksessä numero 8 pyysin vastaajia kertomaan, kuinka vihreät arvot näkyvät yrityksen liiketoiminnassa. Kysymyksen asetelussa olin antanut sekä valmiita vastausvaihtoehtoja että mahdollisuuden kertoa omin sanoin. Suurin osa vastuksista (66,7 %) osoitti, että yhteiskuntavastuullisista ja vihreistä tavoitteista keskustellaan ja niitä suunnitellaan yrityksen sisällä erilaisissa tilanteissa. Hyvin usein (57,1 %) yhteiskuntavastuulliset ja vihreät tavoitteet kirjataan myös yhteiskuntavastuuraporttiin. 61,9 % vastaajista ilmoitti, että kestävyysnäkökulma ja vihreät arvot pyritään ottamaan huomioon käytännössä, arkipäivän toiminnassa. Kyselyyn vastanneista yrityksistä suurin osa suunnittelee ja toteuttaa yhteiskuntavastuullisuuttaan ilman ulkopuolista

apua tai asiantuntemusta. 28,6 % vastaajista ilmoitti käyttäneensä ulkopuolista asiantuntija-apua yhteiskuntavastuullisten tai vihreiden toimintamallien suunnittelussa.

Tämän kysymyksen vastauksissa nousi esiin myös, että yritykset kokivat edistävänsä ja tukevansa vihreitä arvoja edustamallaan liiketoiminnalla, jonka tarkoituksena on tarjota tuotteita ja palveluja, joilla voidaan vähentää asiakasyritysten ympäristövaikutuksia tai kulutusta. Esimerkkejä tällaisesta liiketoiminnasta ovat esimerkiksi yritys, joka tuottaa teollisuuden yrityksille välineitä, joilla voidaan pienentää ympäristövaikutusta, sekä yritys joka markkinoi ruotsalaisia energiatehokkuus- ja energiasäästöohjelmia Venäjälle.

Kysymyksessä 9 pyysin vastaajia erittelemään syitä, miksi yritykset ovat kiinnostuneita yhteiskuntavastuullisista ja vihreistä arvoista toiminnassaan. Kysymyksen asettelussa olin antanut sekä valmiita vastausvaihtoehtoja että mahdollisuuden kertoa omin sanoin. Ylivoimaisesti suurimmaksi syyksi vastuulliselle liiketoiminnalle ilmoitettiin asiakkaiden kiinnostus (87,5 %). Myös yrityksen sisältä kumpuava motivaatio vastuulliselle toiminnalle oli voimakas: 71,4 % ilmoitti omistajien ja sijoittajien pitävän asiaa tärkeänä. Seuraavaksi voimakkaimmiksi vaikuttimiksi vastuullisuudelle nousivat vastuullisen liiketoiminnan arvo yrityksen viestinnässä ja markkinoinnissa (61,9 %) sekä vihreiden liiketoimintamallien mahdollistamat kustannussäästöt (61,9 %).

Henkilöstön kiinnostuksen vastuullista liiketoimintaa ja vihreyttä kohtaan sekä näiden tuoman kilpailuedun markkinoilla koki tärkeäksi syyksi noin puolet vastaajista (47,6 %). Pienin motivaatio vastuulliselle ja vihreälle liiketoiminnalle oli vastaajien keskuudessa varautuminen tulevaisuuden riskeihin (33,3 %). Muiksi syiksi mainittiin jäsenyritysten vaade vastuulliseen liiketoimintaan, henkilökohtainen kiinnostus sekä vastuullisten ja vihreiden liiketoimintatapojen kuuluminen osaksi organisaatiokulttuuria. Yksi vastaaja näki myös, että kaikkien yritysten jotka haluavat olla markkinoilla 10 vuoden kuluttua, on noudatettava vastuullisia ja vihreitä toimintatapoja.

Viimeisenä kysymyksenä pyysin vastaajia kertomaan omin sanoin, minkälaista hyötyä vihreä ja vastuullinen ajattelu tuo yritystoimintaan. Vastaukset tähän kysymykseen heijastelivat aiemmissä kysymyksissä esiin nousseita teemoja ja seikkoja mutta nostivat esiin myös joukon uusia näkökulmia.

Useimmin mainittuja vastuullisen ja vihreän liiketoiminnan hyötyjä olivat asiakkaiden kiinnostus, vastuullisuuden arvo imagolle sekä näiden merkitys työntekijöiden motiivinnissa ja uusien työntekijöiden houkuttelussa. Vastuullisen liiketoiminnan koettiin lisäävän myös työntekijöiden kokemaa ylpeyttä työnantajastaan sekä osakkeenomistajien ylpeyttä yrityksestä. Vastuullisten ja vihreiden liiketoimintamallien kautta halutaan profiloitua vihreäksi yritykseksi, joka tuo etua kilpailuun markkinoilla ja / tai avaa uusia markkinoita. Riskien hallinta, kustannussäästöt ja liiketoimien motivaattorina toimiminen mainittiin myös vastuullisen ja vihreän liiketoiminnan eduksi.

Useampi vastaaja vastasi tähän kysymykseen myös, että vastuullisuus on yritysten moraalinen velvollisuus yhteiskuntaa ja ympäristöä kohtaan ja näin ollen vastuullisuuden tulisi kuulua itsestään selvänä osana yrityksen toimintaan. Yksi vastaaja koki vastuullisuuden ja vihreyden osaksi yrityksen harjoittamaa ”goodwill-toimintaa”. Yksi vastaaja taas koki valitettavana, että vihreys ja yhteiskuntavastuu sekoittuvat usein toisiinsa. Vastaajan mielestä yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan muun muassa liiketoiminnan etiikkaa sekä ihmisoikeuksista huolehtimista. Vastaajan mielestä vihreys ei ole monenkaan yrityksen suurin haaste tai kehityskohta, vaan sitä ovat juuri liiketoiminnan etiikka ja ihmisoikeudet.

Corporate Social Responsibility -kyselytutkimuksen lisäksi haastattelin vihreiden arvojen merkityksestä myös Wirma Lappeenranta Oy:n yhteistyökumppania ja kotimaista verrokkiyritystä Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy:tä. Kysymyksiini vastasivat kansainvälisyysjohtaja Tea Laitimo ja projektiassistentti Katja Makeeva. Imatran KEHY:n toiminta on hyvin samankaltaista kuin Wirma Lappeenranta Oy:n liiketoiminta: myös KEHY tarjoaa asiakkailleen monipuolisia yrityspalveluja ja maksutonta neuvontapalvelua. Kansainvälistymispalvelut ovat myös KEHY:n toiminta-alaa. (Laitimo & Makeeva 2012.)

Vaikka Imatran KEHY ei raportoikaan yhteiskuntavastuustaan, eikä yrityksellä ole käytössään ympäristöjärjestelmää tai ohjeistoa, vihreitä arvoja on mietitty organisaatiossa Wirmaa pidemmälle. Vihreistä arvoista ja ympäristöä säästävistä käytännöistä on keskusteltu organisaation sisäisesti henkilöstöpalavereissa ja vihreyttä ilmennetään arkisissa käytännöissä. Laitimon ja Makeevan (2012) mukaan henkilökunta muun muassa suosii työmatkaliikenteessä julkisia kulkuneuvoja henkilöautojen sijaan, sähköistä tiedonvälitystä suositaan pyrkien välttämään turhaa tulostamista, ja toimiston kierrä-

tysjärjestelmästä on huolehdittu. Matkailun ja uusien matkailutuotteiden kehittämisessä pidetään tärkeänä paikallisia luonnonarvoja. (Laitimo & Makeeva 2012.)

Laitimo ja Makeeva (2012) näkevät, että KEHY voi omalla esimerkillään neuvontatilanteissa ohjata asiakasyrityksiään huomioimaan vihreät arvot ja vastuullisuuden yritystoiminnassaan. Vihreiden ja vastuullisen arvojen etuina Laitimo ja Makeeva mainitsevat taloudelliset säästöt ja näiden asioiden henkiset arvot sekä niiden myönteisen vaikutuksen yrityksen imagoon.

Yhteenvetona kyselytutkimuksen ja haastattelun perusteella voi mielestäni sanoa, että vihreän ja vastuullisen liiketoiminnan mallit on omaksuttu ja omaksutaan ensin suurissa, kansainvälisissä ja monikansallisissa yrityksissä joista kiinnostus leviää pienempiin yrityksiin. Suuryritykset ja monikansalliset yritykset ovat osoittaneet räikeämpää piittaamattomuutta vastuullisen liiketoiminnan arvoja kohtaan, ja näin suuryritysten toimintatavoista ollaan kiinnostuneempia ja niitä kohtaan ollaan kriittisempiä kuin pienempien yritysten. Suuryritykset raportoivat yhteiskuntavastuullisuudestaan pienempiä yrityksiä useammin ja ovat investoineet resursseja parantaakseen vastuullisuuden tasoaan – syitä tähän löytyy niin asiakkaiden ja osakkeenomistajien kiinnostuksesta kuin yhteiskunnan paineesta ja vaatimuksesta kohti vastuullisempaa yritystoimintaa.

Kyselytutkimuksessa saatujen vastausten perusteella näyttää siltä, että puhuttaessa vastuusta ympäristökysymykset ajavat sosiaalisen ja taloudellisen vastuullisuuden edelle. Huoli ympäristöstä ja ympäristötietoisuus ovat tällä hetkellä korostetusti esillä kaikilla elämän aloilla, puhuttiinpa sitten taloudesta, teollisuudesta, politiikasta, kuluttamisesta, yhteiskunnallisesta keskustelusta tai vapaa-ajasta ja elämäntyylistä. Yritykset ovat huomioineet vihreyden arvon markkinoilla – vihreäksi ja vastuulliseksi halutaan profiloitua, jotta herätetään asiakkaiden kiinnostus, voidaan laajentua uusille markkinoille, parantaa imagoa ja houkutella parhaita työntekijöitä. Lainaten erästä vastaajaa ”Nobody wants to do business with bad companies”. Vastuullisuudesta ja vihreydestä piittaamattomat yritykset voidaan tulevaisuudessa kokea ”huonoksi seuraksi”, joiden kanssa ei haluta työskennellä, etteivät oma maine ja markkina-arvo kärsisi.

Kyseisessä vastauksessa kiteytyvät myös mielestäni perimmäinen syy, joka motivoi kyselyyn suurinta osaa vastanneita yrityksiä vihreyteen – vihreyden markkinallinen

arvo. Tämä ei kuitenkaan pätenyt kaikkien vastanneiden kohdalla: vastuullisuus ja vihreys nähtiin myös arvoiksi itsessään, moraalisisina velvollisuuksina ympäristöä ja yhteiskuntaa kohtaan. Tällä hetkellä koetaan yleisesti, että vastuullisuus ja vihreys ovat yrityksen oma valinta, toimintaa joka on arvokasta ja tavoiteltavaa mutta vielä kuitenkin jotakin ylimääräistä, vapaaehtoista. Kyselytutkimuksen vastauksissa oli nähtävissä ajattelutapa, jonka mukaan perimmäinen syy vastuullisuudelle ja vihreydelle ei tulisi olla eduntavoittelu vaan itsestään selvänä nähty velvollisuus, kuten esimerkiksi palkan maksaminen työntekijälle.

Vastauksista näkyi, että vastuullisuutta ja vihreyttä voidaan toteuttaa ja edistää monella eri tasolla ja monella eri tavalla. Kysymys ei välttämättä ole vain siitä, mitä tehdään yrityksen sisällä, vaan vastuullisuutta ja vihreyttä voidaan edistää myös vaikuttamalla muiden toimijoiden toimintaa. Tästä olivat esimerkkeinä muita organisaatioita ja toimijoita ”viherryttävät” liiketoiminnan muodot, joiden määrä kasvaa varmasti tulevaisuudessa. Kokonaisuudessaan vastuullisuuden ja vihreyden merkitys tulee kasvamaan tulevaisuuden liiketoiminnassa, olivatpa syyt vastuullisuuteen sitten moraaliset tai taloudelliset.

6.6 Yhteenveto

Vihreän liiketoimintamallin positiiviset vaikutukset ovat kiistämättömät yrityspalveluorganisaation liiketoiminnalle muun muassa kustannussäästöjä ja imago vaikutusta ajatellen. Ympäristöhallintajärjestelmän, kuten WWF Green Office, käyttöönotto tulee monella tapaa Onnistuneesti uusille markkinoille -projektissa asetettuja tavoitteita, joita ovat muun muassa vihreiden kansainvälistymispalveluiden jatkojalostus ja yrityspalveluorganisaation vihreän osaamispääoman kehittäminen.

Green Office on toimistoympäristöön tarkoitettu ympäristöjärjestelmä, jonka käyttöönotolla pystytään vaikuttamaan tuotettujen palvelujen ympäristöystävällisyyteen. Täyttämällä GO-kriteerit organisaatio vähentää toimintansa ympäristövaikutuksia toimistossa tapahtuvan toiminnan osalta. Mikäli palvelut tuotetaan pääasiallisesti toimistoympäristössä, vastuullisuus lisääntyy huomattavasti. GO:n kantavana ajatuksena on yrityksen henkilökunnan osallistuttaminen ja henkilökunnan tiedon lisääminen ympäristövastuusta. Tähän GO pyrkii tarjoamalla GO-verkoston asiakkailleen erilaisia työkaluja, neuvontaa ja koulutusta seminaarien ja luentojen muodossa.

Vihreän liiketoimintamallin avulla Wirma Lappeenranta Oy:llä on mahdollisuus julkisen sektorin organisaationa toimia esimerkkinä muille alueen yrityksillä ja näin vahvistaa innovatiivisen edelläkävijän imagoaan. Ottamalla vihreyden yhdeksi toimintansa kulmakivistä, Wirmalla on mahdollisuus olla askel edellä muita toimijoita ja olla mukana käynnistämässä laajempaa muutosta paikallisten yritysten toiminnassa ja tavassa ajatella yritys vastuuta. Wirman ydintoiminta-ala ovat yrityspalvelut tarkoittaen, että se tarjoaa yrityksille asiantuntemusta ja tukea kaikissa yrityksen elämänkaaren vaiheissa. Vihreä toimintatavan tuntemus voisi tulevaisuudessa olla uusi, innovatiivinen alue, jolla Wirma neuvoo ja ohjaa asiakasyrityksiään.

6.7 Conclusions

The positive impacts of a green business operations model are indisputable according to the cost savings and the favourable influence on the company image in Wirma Lappeenranta Ltd. Introduction of an environmental management system like WWF Green Office would sustain in many ways the goals of the Successfully to New Markets project, including further development of green internationalisation services and the organisation's green thinking and know-how.

WWF Green Office is an environmental management system designed for an office-environment that influences the eco-friendliness of produced services. By fulfilling the GO criteria the organisation can reduce the environmental impact of its business actions (made at the office) on the environment. If these actions to produce services take place mainly in the office-environment, the rate of responsibility increases significantly.

Leading ideas in the GO environment management system are personnel's active participation to the organisations environment-work and aim to increase personnel's knowledge in green thinking and corporate social responsibility. GO aims to reach these objectives by providing its customers with tools, support and consulting and organising educational seminars and lectures.

With the help of a green business operations model Wirma Lappeenranta Ltd, as a public sector organisation, has a chance to lead the way for its customers as well as the other regional organisations and companies in the field of corporate social respon-

sibility. With the help of green business operations model Wirma can also strengthen its image as an innovative, trendsetting organisation.

By taking the green thinking and knowledge as a new keystone of business operations, Wirma can be one step ahead of other operators and be part of greater change in green thinking and corporate social responsibility in the South Karelian region. The principal business action of Wirma is business development services and support which it provides to its customers in every phase and situation in business life. In the future, Green know-how might just be the next possible, innovative addition to Wirmas services in the area where the organisation could advise and sustain its customers.

7 YHTEENVETO

Vastuullinen yritystoiminta on trendi, joka on noussut vahvasti esille ja saanut painoarvoa liike-elämässä tällä vuosituhannella. Kun katsoo ympärilleen, seuraa eri medioiden tarjoamia uutisia tai mainoksia, ei voi välttyä huomaamasta, että yritysmaailman kuumin väri on tällä hetkellä vihreä.

Liike-elämässä on herätty kokemaan vastuuta muustakin kuin tilinpäätöksestä ja voiton tuottamisesta osakkaille – tätä on lyhyesti sanottuna yritysvastuu. Paine vastuullisuuden, sosiaalisten ja ympäristöllisten näkökulmien huomioimiseen, ei lähde pelkästään yrityksistä itsestään, vaan sitä vaativat yrityksiltä myös yhä äänekkäämmin ympäröivä yhteiskunta sekä mediat. Muutosta parempaan on selkeästi tapahtunut ja nykyään yritykset ovat yhä kiinnostuneempia esimerkiksi ympäristön tilasta tai työntekijöidensä hyvinvoinnista ja näkevät vastuullisen toiminnan hyödyt omalle liiketoiminnalle.

Olisi kuitenkin naivia tai liian optimistista ajatella, että vihreän ja vastuullinen liiketoiminnan ympärilleen luoma noste ja näkyminen julkisuudessa vastaisivat täysin todellisuutta. Tänä päivänä tapahtuu paljon niin sanottua tuotteiden ja palveluiden ”viherpesua” (vihreä väri, pakkausten ulkoasu, eko- ja luonnonmukainen -sanojen perusteeton käyttö...). Yritykset myös asettavat toiminnalleen vastuullisia ja vihreitä tavoitteita, mutta sanat eivät konkretisoidu tekojen tasolle tai ovat jopa ristiriidassa todellisen toiminnan kanssa. Vihreydellä ja vastuullisuudella on tällä hetkellä markkina-arvoa, ja siitä otetaan kaikki hyöty irti.

Vihreyttä tai vihreää lisäarvoa liiketoimintaan eivät tuo nokkela markkinointi, yksittäiset tempaukset tai tuotekehitys joka halutaan saada vain näyttämään ympäristöetel-ta. Todellinen vihreä lisäarvo liiketoiminnalle saavutetaan toimintatapoja ja ajatusmal-leja muuttamalla. Mikäli yritys haluaa todella olla vihreä, sen on tarkasteltava liike-toimintaansa kokonaisuudessaan, sen kaikkia osa-alueita. Yritysten on kiinnitettävä huomiota ja otettava selvää toimintansa aiheuttamasta kuormitukseen ympäristölle se-kä ympäristöön kohdentuvasta kulutuksesta. Yrityksen ja sen henkilöstön on muutet-tava usein totuttuja ajatustapoja, ja tämä voi viedä aikaa ja resursseja sekä vaatii eh-dottomasti yhteistä tahtoa.

Vihreä lisäarvo liiketoiminnassa tarkoittaa mielestäni sitä, että yritys tiedostaa liike-toimintansa ympäristövaikutukset sekä esittää todistettavasti kantavansa vastuuta näis-tä vaikutuksista. Vihreä lisäarvo parantaa yrityskuvaa ja kertoo yrityksen muutosky-vystä, avoimuudesta uusille tuulille sekä katseen suuntaamisesta tulevaisuuteen. Vih-reä lisäarvo voi joissain tapauksissa merkitä myös konkreettista kilpailuetua verratta-essa yrityksiä, jotka ottavat vastuullisuuden toiminnassaan huomioon, ja yrityksiä jot-ka, eivät näin tee.

Olen tässä työssäni esitellyt lyhyesti Suomessa tunnetuimpia vastuullisen liiketoimin-nan mittareita, ohjeistoja ja järjestelmiä. Vaikka näiden eri työkalujen peruseriaatteen ovat lähtökohdiltaan samoja, niiden välillä on myös eroja. Eroja on esimerkiksi paino-tuksissa: toiset, esimerkiksi GRI-raportointiohjeisto, painottavat vahvasti sosiaalisen vastuun aspektia, kun taas esimerkiksi Hiilijalanjälkimittaus mittaa yksiselitteisesti tuotteiden ja palveluiden ympäristökuormitusta. Yrityksen, joka haluaa ottaa huomi-oon vastuullisuuden liiketoiminnassaan, on tutustuttava näihin työkaluihin punnittava niiden soveltuvuutta omaan toimialaansa, liiketoimintamuotoon ja omiin tavoitteisiin. Suuren teollisuuskonsernin ja pienen asiantuntijaorganisaation lähtökohdat ja tavoit-teet vastuulliseen liiketoimintaan eivät ole samat.

Eri vaihtoehtoihin tutustuminen ja näiden vaihtoehtojen punnitseminen on ollut työni idea selvittäessäni, kuinka Wirma Lappeenranta Oy voisi ottaa toiminnassaan käyt-töön vihreän liiketoimintamallin ja mitä se käytännössä tarkoittaisi. Työni yhtenä osana oli myös ollut perustella yritykselle, mitä hyötyä vihreästä liiketoimintamallista olisi käytännössä ja miksi siihen kannattaisi panostaa aikaa ja resursseja.

7.1 Päätelmät

Ainut tie konkreettisesti vastuulliseen liiketoimintaan kulkee avoimuuden ja sitoutumisen kautta. Vastuullisuuteen on sitouduttava ja se on pystyttävä todistamaan sitomalla seurattavat muuttujat erilaisiin mittareihin. Toinen kriteeri todelliselle vastuullisuudelle on avoin tiedottaminen vastuullisuudesta esimerkiksi yhteiskuntavastuuraportoinnin kautta. Tämä tarkoittaa, että kaikesta tiedosta, myös yrityksen kehityskohdista kertovasta, tiedotetaan yhteiskuntavastuuraportissa avoimesti. Tällä hetkellä monet ympäristöjärjestelmät ja raportointiohjeet eivät edellytä tietojen julkaisemista joten yritysten ei ole pakko julkaista itselleen epämieluisia tietoja. Tämä antaa teoriassa mahdollisuuden siihen, että julkaistaan ainoastaan kunnianhimoiset tavoitteet, eikä kerrota siitä, mitä on todellisuudessa saavutettu.

Työvälineitä toimintatapojen ja liiketoimintamallin vastuullistamiseen ovat tässä työssäni esittelemät erilaiset ympäristöjärjestelmät, mittarit ja raportointiohjeistot. Näiden kaikkien työkalujen periaatteena on mitata esimerkiksi ympäristöystävällisyydestä tai kulutuksesta kertovia muuttujia ja näin näyttää, missä voitaisiin säästää tai miten prosesseja tai toimintoja voitaisiin parantaa, jotta päästäisiin haluttuihin tavoitteisiin.

Yrityksillä on monia syitä siihen, miksi niiden kannattaisi kiinnittää tulevaisuudessa enemmän huomiota toimintansa vastuullisuuteen. Kuten olen työssäni esittänyt, tällä tavoin yritykset voivat saavuttaa selkeitä kustannussäästöjä, varautua ennakkoon tulevaisuuden tiukentuviin säädöksiin koskien ympäristöämme sekä saavuttaa parempia tuloksia huolehtimalla henkilöstönsä hyvinvoinnista ja asiantuntemuksesta. Näiden yleisessä tasolla lueteltujen etujen lisäksi vastuullinen liiketoiminta vaikuttaa positiivisesti monella pienemmällä, yksilöllisemmällä tasolla, kuten kappaleen kuusi yhteenvedossa olen Wirma Lappeenranta Oy:n kohdalla esittänyt.

Nykyistä vastuullisemman yritystoiminnan tie on tulevaisuudessa ainut tie niin paikallisesti kuin globaalisti toimiville yrityksille, kaikilla aloilla. Kysymys on vain siitä, kuinka nykyiset ja tulevaisuuden yritykset haluavat ja pystyvät sopeutumaan muutoksiin joita se vaatii.

7.2 Itsearviointi

Opinnäytetyöprosessini perustui suurimmaksi osaksi itsenäiseen tutkimustyöhön, tiedonhakuun ja kirjoittamiseen – työ ei siis sisältänyt toiminnallista osuutta tekemäni kyselytutkimuksen sekä haastatteluiden lisäksi. Tämän aspektin puuttumisesta huolimatta työ ei missään vaiheessa alkanut pitkästyttää tai tuntua yksitoikkoiselta. Mielestäni tämä johtuu ennen kaikkea siitä, että olin koko prosessin ajan tiiviisti yhteydessä toimeksiantajayritykseen sekä opinnäytetyölleni nimettyyn ohjaajaan – työn tekeminen oli näin ollen hyvin vuorovaikutteista.

Kaiken kaikkiaan koen, että juuri tämä vuorovaikutteisuus, tiivis ajatusten, ideoiden ja mielipiteiden vaihto oli koko prosessia ajatellen yksi koko opinnäytetyöprosessin antoisimpia puolia. Opinnäytetyöprosessini aikana minulle tuli tunne, että sain olla osana toimivaa, asiantuntevaa ja innostunutta ryhmää enkä ollut yksin työni kanssa. Työni voi siis sanoa olleen myös ryhmätyötaitoja hiova.

Opinnäytetyöni syntyi melko lyhyessä ajassa, ja alussa pelkäsin hieman, että tiivis aikataulu verottaa työn laatua. Jälkeenpäin pystyn kuitenkin toteamaan, että tiivis aikataulu ei ollut haitaksi, vaan jopa ennemminkin toi työhön intensiivisyyttä ja keskityneisyyttä.

Työssä erityisen inspiroivaa oli se seikka, että aihealueeseen ei ollut aiemmin perehdytty organisaatiossa. Pystyin siis opinnäytetyölläni todella välittämään uutta, toimintaa edesauttavaa tietoa. Erittäin motivoivaksi koin sen, että tekemäni työ hankkeeseen kirjattujen tavoitteiden valossa aidosti tarpeellista.

Koen, että tämän opinnäytetyöni kautta olen saanut uuden kokemuksen laajemmasta tiedonhalu ja tutkimustyöstä jota olen aiemmin tehnyt pienemmässä mittakaavassa. Olen opinnäytetyöni kautta oppinut lisää systemaattisesta ja monipuolisesta tiedonkeruystä, joka on välttämätöntä erilaisissa hankkeissa, projekteissa tai uusia suunnitelmia luotaessa. Erilainen tiedonkeruu ja analysointi on yksi tyypillisistä assistenttien työtehtäväkokonaisuuksista, joten koen, että opinnäytetyöprosessi on tukenut ammatillista kehitystäni ja lisännyt valmiuksiani vaativiin assistentin töihin.

LÄHTEET

Ahokangas, P. & Pihkala, T. 2002. Kansainvälistyvä yritys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Antila, K. 2010 Kaikki toimialat ovat vihreitä. Pienennä päästöjä – paranna tulosta. Helsinki: Talentum.

The Concise Blackwell Encyclopedia of Management. Toim. Cooper, Cary L. & Agyris, Chris 1998. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2010. Yritykset vihreän talouden eturintamassa. EK julkaisu. Saatavissa: <http://www.ek.fi/ek/fi/ajankohtaista/julkaisut/index.php?y=2010> [viitattu 18.11.2011].

Fibsin jäsenet. 2011. FIBS Ry. Saatavissa: <http://www.fibsry.fi/jasenyriitykset>. [viitattu 6.12.2011].

Fibs on vastuullisen yritystoiminnan verkosto. 2011. FIBS Ry. Saatavissa: <http://www.fibsry.fi/fibs-on-vastuullisen-yritystoiminnan-verkosto-4>. [viitattu 6.12.2011].

Green Office. 2011. WWF Suomi. Saatavissa: <http://wwf.fi/maapallomme/vaikuta/greenoffice>. [viitattu 1.12.2011].

Green Office – achievements and activities in 2010. Toim. Tahkokallio, L. 2011. Saatavissa: <http://wwf.fi/mediabank/1414.pdf>. [viitattu 22.12.2011].

Green Office – Ekotehokkaat toimistot menestyvät säästämällä. WWF. 2011. Saatavissa: <http://wwf.fi/mediabank/1699.pdf>. [viitattu 22.12.2011].

Hallikainen, R. 19.5.2005. Yritysvastuu on paljon sanoja ja vähän tekoja. Tekniikka & Talous. Talentum lehtiarkisto. Saatavissa: <http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalex-ng.kyank.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=733850>. [viitattu 6.12.2011].

Hallinto ja toiminta. 2011. FIBS Ry. Saatavissa: <http://www.fibsry.fi/hallinto>. [viitattu 6.12.2011].

Hiilijalanjälki - laskeminen ja keventäminen. 2011. Bionova Consulting Oy.

Saatavissa: <http://www.bionova.fi/hiilijalanjalki.html> [viitattu 1.12.2011].

Iansen-Rogers, J. & Molenkamp, G. 2007. Non-financial reporting. Teoksessa Visser, W., Matten, D., Pohl, M., Tolhurst, N (toim.) The A to Z of corporate social responsibility: a complete reference guide to concepts, codes and organizations. GBR, Chichester: John Wiley & Sons Ltd. Elektroninen aineisto.

ISO 14000 standardisarja. 2011. Suomen Standardisoimisliitto SFS ry.

Saatavissa: <http://www.sfs.fi/iso14000/index.html> [viitattu 1.12.2011].

ISO 14001 -standardi. 2011. Valtion ympäristöhallinto. Saatavissa:

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=1516&lan=fi> [viitattu 1.12.2011].

Joutsenvirta, M. 2009. Yritysvastuu vaatii poliittista osaamista. Talouselämä. 9.1.2009

Talentum lehtiarkisto. Saatavissa: <http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalex->

kyamk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=1464258 [viitattu 6.12.2011].

Julkunen, H. Kysymykset koskien WWF Green Office ympäristöjärjestelmää. Kes-

kusteluryhmässä nerri.kyamk.fi 2.1.2012 [viitattu 2.1.2012].

Kansainvälistymispalvelut. Lappeenrannan Seudun Yrityspalvelut Oy. 2011. Saatavis-

sa: <http://www.lsy.fi/?deptid=16427> [viitattu 11.11.2011].

Karlöf, B., Lundgren, K. & Edenfelt Froment M. 2003. Ota oppia parhaista! Tehoa vertailuoppimisesta. Helsinki: Talentum.

Kehitysprojektit – kasva, kehity, kansainvälisty. 2011. Lappeenrannan Seudun Yrityspal-

velut Oy. Saatavissa: <http://www.lsy.fi/?deptid=16403> [viitattu 28.12.2011].

Ketola, T. 2005 Vastuullinen liiketoiminta. Sanoista teoiksi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot. 2011. Suomen tilastokeskus. Saatavissa:

<http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/> [viitattu 14.12.2011].

Laitimo, T. & Makeeva, K. Kysymyksiä vihreydestä –Imatran KEHY Oy. Keskusteluryhmässä nerri.kyamk.fi 9.1.2012 [viitattu 11.1.2012].

Niskala, M., Pajunen, T. & Tarna-Mani, K. 2009. Yhteiskuntavastuun raportointi - raportointi ja laskentaperiaatteet. Helsinki: KHT Pro.

Palvelut ja maksut, Green Office. WWF. 2011. Saatavissa: <http://wwf.fi/maapallomme/vaikuta/greenoffice/palvelut-maksut/> [viitattu 22.12.2011].

Projektin kuvaus. Euroopan aluekehitysrahasto EAKR. 2011. Saatavissa: <https://www.eura2007.fi/rrtiepa/projekti.php?projekтикoodi=A31712> [viitattu 11.11.2011].

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatiotasolla. Wsoy.

SFS-käsikirja 1, standardit ja standardisointi. 2011. Suomen Standardisimisliitto SFS ry. Saatavissa: <http://www.sfs.fi/standardisointi/tietopaketteja> [viitattu 1.12.2011].

Suorti, T. Green Growth – Tie kestäväan talouteen. 2011. Ohjelman esittelykalvot. Saatavissa: <http://www.tekes.fi/ohjelmat/Kestavatalous/Aineistot> [viitattu 16.12.2011].

Sustainability Reporting Guidelines, version 3.1. 2000 – 2011. Global Reporting Initiative. Pdf -raportointiohje. Saatavissa: <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/ReportingFrameworkDownloads> [viitattu 18.11.2011].

Valtion ympäristöhallinto. 2011. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuun raportoinnin vertailu. Saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=1698&lan=fi> [viitattu 25.11.2011].

Vastuullisuusraportointikilpailu 2011. Vuoden 2010 parhaat vastuullisuusraportit. Pdf -julkaisu. Saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=1698&lan=fi> [viitattu 25.11.2011].

What is GRI? 2011. Global Reporting Initiative. Saatavissa:

<http://www.globalreporting.org/AboutGRI/WhatIsGRI> [viitattu 1.12.2011].

World Values Survey 2005 - 2008 2011. World Values Association. Saatavissa:

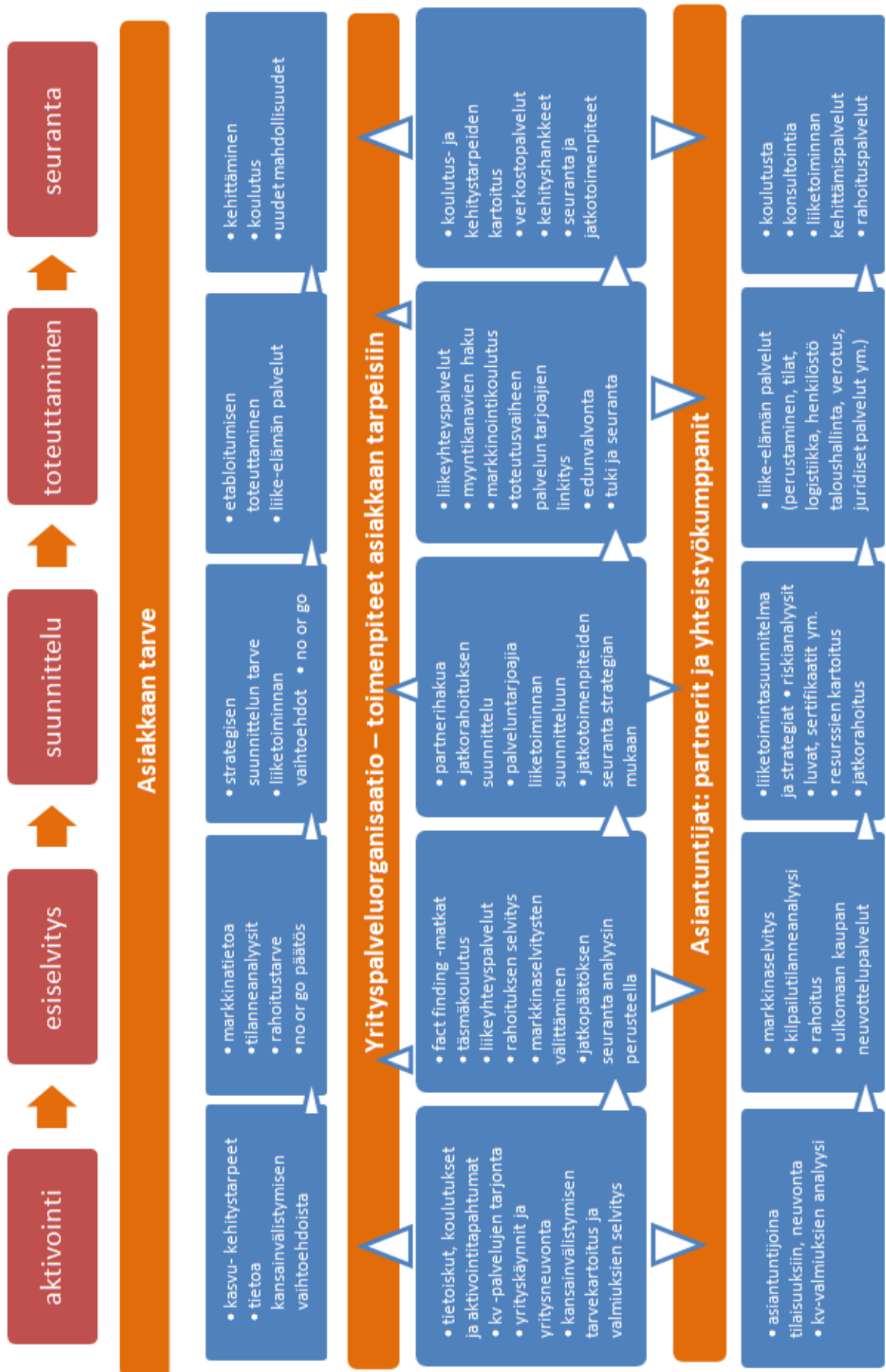
<http://www.wvsevsdb.com/wvs/WVSanalyzeIndex.jsp> [viitattu 5.12.2011].

Yrityspalvelut. 2011. Lappeenrannan Seudun Yrityspalvelut Oy. Saatavissa:

<http://www.lsyyp.fi/?depid=16402> [viitattu 28.12.2011].

Äijö, T. 2008. Kilpailukyky huippukuntoon. Suomalaisyritys kansainvälistyy.
Wsoy Pro.

Kansainvälistymispalvelut – palvelukokonaisuuden kuvaus



Corporate social responsibility – Webropol -kyselytutkimuksen saatekirje

Dear Sir / Madam

With this inquiry, we gather valuable information about the corporate social responsibility and “Green thinking” in Your organization. All answers will be handled as confidential.

This inquiry is part of my Bachelor’s degree study at Kymenlaakso University of Applied Sciences and is arranged as a part of Successfully to New Markets -project which is administrated by Lappeenranta Business Development Ltd together with Imatra Region Development Company.

As a public organization, Lappeenranta Business Development Ltd wants to inspire regional enterprises and other interest groups with its own example to pay closer attention to sustainable business actions environmentally, economically and socially.

By answering these questions You can help us to develop our green practices and increase knowledge in our region on green thinking. As a result, we hope to discover new ideas and ways to operate our policies.

We would greatly appreciate, if You would spend couple of minutes of Your time by answering these questions. We have received Your contact information from Lappeenranta Business Development customer register and public websites.

Sincerely Yours

Eini Junna

Student of Bachelors degree

Kymenlaakso University of Applied Sciences

Corporate social responsibility - Webropol kyselytutkimuksen kysymykset

Background information

1. Country
2. Your position in company
3. Company's field of business and short description of business actions
4. Number of employees in Your company
under 10
11-50
51-250
more than 250

Questions about corporate social responsibility

5. Does Your Company report about corporate social responsibility in some level?
If Your answer is no, please proceed to question number 8.
6. How long (in years) has Your Company reported about corporate social responsibility?
1 year
2-5 years
more than 5 years
7. What aspects of responsibility does Your Company's report include? Choose one or more suitable options.
 - environmental aspects (e.g. reduction of consumption, increase of efficiency in processes and actions)
 - aspects of social responsibility (e.g. welfare of personnel and personnel training)
 - aspects of economical responsibility (e.g. sustainable development of business operations)

8. How does ethical and / or green values show in Your Company's business operations? Choose one or more suitable options.

- objectives have been written into sustainability / environment report
- there has been discussion and planning about ethical / environmental objectives inside company
- green and / or other ethical values are taken into account in everyday actions
- Company has used consultant or other outside expertise help in planning of sustainable or green operation model
- in some other way, how?

9. Which are the main reasons in Your Company for the sustainable and / or green business operations? Choose one or more suitable options.

- customers interest towards sustainable and responsible business operations
- stakeholders and owners interest towards sustainable and responsible business operations
- personnel's interest towards sustainable and responsible business operations
- environment friendly and sustainable business operations value in competition and market
- environment friendly and sustainable business operations value in marketing and communication
- preparation for future risks and risk-management
- cost savings (energy, materials, resources)
- some other reason, what?

10. In Your opinion, what benefits does "green thinking" and sustainable operations bring to Your company?