

VASTUULLISILLA VALINNOILLA KOHTI KESTÄVÄMPÄÄ LIIKETOIMINTAA

Kestävän kehityksen ja vastuullisen liiketoiminnan opas
luonnonvaroja hyödyntäville pk-yrityksille



LAPIN AMK
Lapland University of Applied Sciences



LAPIN LIITTO



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

Vastuullisilla valinnoilla kohti kestävämpää liiketoimintaa: Kestävän kehityksen ja vastuullisen liiketoiminnan opas luonnonvaroja hyödyntäville pk-yrityksille

2020

Iida Kutuniva & Juho-Pekka Niemelin (2020)

Opinnäytetyö, Restonomi (AMK)

© Kuvat: Iida Kutuniva

Sisällys

Alkusanat	4
Kestävä kehitys	5
Kestävä kehitys & vastuullinen liiketoiminta	6
Vastuullinen liiketoiminta	7
Sosiaalinen vastuullisuus	8
Taloudellinen vastuullisuus.....	9
Ekologinen vastuullisuus.....	10
Luonnonvarojen vastuullinen hyödyntäminen & ekotehokkuus.....	11
Vastuullisen liiketoiminnan toteuttaminen	12
Vastuullisen liiketoiminnan hyödyt	13
Kiertotalous	14
Kestävät liiketoimintamallit.....	15
Kestävä matkailu.....	16
Vastuullisuusviestintä	18
Kuluttajakäyttäytymisen muutokset.....	19
Yrityshaastattelu.....	20
Vinkkilista.....	22
Keskeiset käsitteet.....	23
Viitteet	24
Lähteet.....	25

Alkusanat

Kestävän kehityksen ja vastuullisen liiketoiminnan opas luonnonvaroja hyödyntäville pk-yrityksille on osa Lapin ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoiden opinnäytetyötä, jonka tavoitteena on kehittää luonnontuote-, hyvinvointi- ja matkailualan pk-yritysten liiketoiminnan kestävyttä. Opinnäytetyö toteutettiin Lappi Luxus – palveluja ja tuotteita lappilaiseen hyvinvointimatkailuun -hankkeen (Lapin liitto/EAKR/Vipuvoimaa EU:lta) toimeksiantona. Hankkeen kohderyhmänä ovat Lapissa toimivat luonnontuote-, hyvinvointi- ja matkailualan pk-yritykset, jotka hyödyntävät toiminnassaan luonnonvaroja. Hankkeen tavoitteena on tukea yrityksiä verkostoitumisen, kestävä kasvun, näkyvyyden kehittämisen sekä kansainvälistymisen osalta. Keskeisimpiin toimenpiteisiin lukeutuu yritysverkoston kokoamisen sekä Lappi Luxus -liiketoimintamallin laatiminen. Toteutuksesta vastaavat Rovaniemen koulutuskeskus REDU sekä osatoteuttajana Lapin ammattikorkeakoulu. Lappi Luxus -hankkeen arvomaailmassa korostuvat kestävä kehityksen ekologiset, sosiaaliset, kulttuuriset sekä taloudelliset osa-alueet. Hanke tukee toiminnallaan erityisesti ekologisen ja kulttuurillisen kestävyden toteutumista korostamalla luonnonvarojen kestävä hyödyntämistä sekä paikalliskulttuuria.¹

Opinnäytetyön tuotoksena laadittu kestävä kehityksen ja vastuullisen liiketoiminnan opas tarjoaa luonnonvaroja hyödyntäville pk-yrityksille tietoa vastuullisen liiketoiminnan kehittämisen tueksi. Oppaan sisältö on laadittu soveltumaan erityisesti luonnonvaroja hyödyntäville hyvinvointi-, luonnontuote- sekä matkailualan pk-yrityksille. Sisällöllisesti opas tarjoaa laaja-alaisen katsauksen kestävään kehitykseen sekä vastuulliseen liiketoimintaan ja esittää useita konkreettisia keinoja, joiden avulla yritysten on mahdollista vahvistaa liiketoiminnan kestävyttä. Keskeisimpinä teemoina oppaassa korostuu kestävä kehityksen ja vastuullisuuden osa-alueet, luonnonvarojen vastuullinen hyödyntäminen, kestävä matkailu ja vastuullisuusviestintä.

Kestävä kehitys

Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan tietoista ja tavoitteellista toimintaa, jolla pyritään turvaamaan tulevien sukupolvien mahdollisuus hyviin elinoloihin².



Kuvassa on valkoinen kukka

Kestävän kehityksen osa-alueet

Sosiaalinen kestävyys: Sosiaalisella kestävyydellä tarkoitetaan tasa-arvon sekä hyvinvointiin vaikuttavien tekijöiden, kuten toimeentulon turvaamista³. Sosiaalisessa kestävyudessa painotetaan tasa-arvon lisäksi ihmisoikeuksia⁴. Oppaassa kulttuurista kestävyyttä sekä eettisyyttä tarkastellaan osana sosiaalista kestävyyttä. Kulttuurisella kestävyydellä tarkoitetaan paikalliskulttuurin kunnioittamista ja sen elinvoimaisuuden säilymisen varmistamista⁵. Lisäksi kulttuurisella kestäväällä kehityksellä pyritään takaamaan kulttuuriperinnön säilyminen⁶. Sosiaalisen kestävyuden toteutuminen edellyttää taloudellista kestävyyttä⁷.

Taloudellinen kestävyys: Taloudellisessa kestävyudessa tavoitteena on tasainen kehitys ilman velkaantumista⁸. Taloudellisessa näkökulmassa korostuu kustannustehokkuus⁹. Keskeistä on, että toiminta toteutetaan luonnonvaroja säästämällä¹⁰.

Ekologinen kestävyys: Kestävää kehitystä tarkastellaan ekologiselta, sosiokulttuuriselta sekä taloudelliselta näkökulmalta. Kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti näkökulmat huomioidaan toiminnan lisäksi myös päätöksentekotilanteissa. Ekologinen kestävyys keskittyy luonnon monimuotoisuuden sekä ekosysteemien turvaamiseen.¹¹ Ekologisen kestävyuden osalta yhtenä tavoitteena on turvata resurssien säilyvyys tulevaisuudessa¹². Ekologisen kestävä kehityksen mukaan ihmisen toiminta tulee sopeuttaa luonnon kestävyyskykyyn ja luonnonvarojen hyödyntämisessä huomioidaan luonnon uusiutumiskyky¹³. Keskeistä on, että ihmisten toiminnan tulee tapahtua luonnon kestävyysrajoissa¹⁴.

Kestävä kehitys & vastuullinen liiketoiminta

Kestävydellä tarkoitetaan päämäärää, jota tavoitellaan, kun taas vastuullisuus on konkreettista toimintaa kohti tavoitteiden saavuttamista¹⁵. Vastuullisen liiketoiminnan ja kestävä kehityksen suhde nähdään oppaassa pyramidin muotoisena kuviona, jossa vastuullista liiketoimintaa ohjaavat pyramidin pohjalla olevat tekijät, kuten lainsäädäntö, yrityksen arvomaailma sekä liiketoiminnan kestävyttä koskevat tavoitteet. Keskeinen lainsäädäntö käsittää muun muassa ympäristölainsäädännön, tuottajavastuun sekä työlainsäädännön¹⁶. Lisäksi toimintaa ohjaa kuluttajaturvallisuuslaki¹⁷.

*"Kestävä kehitys voidaan nähdä tavoitteena, johon yritys vastuulla pyritään."*¹⁸

Yrityksen arvot ja asetetut tavoitteet ovat vastuullisen liiketoiminnan lähtökohtana¹⁹. Yrityksen arvojen tulisi olla toimintaa ohjaavia valintoja, jotka perustuvat yritykselle merkityksellisiin aihealueisiin²⁰. Arvot toimivat suunnannäyttäjinä muun muassa päätöksentekotilanteissa²¹. Pyramidikuvioilla voidaan kuvata sitä, kuinka yritys tavoittelee vastuullisen liiketoiminnan avulla tavoitteena olevaa kestävyttä ja kestävä kehityksen periaatteiden mukaisuutta sekä edistää kuvion huipulla olevan kestävä kehityksen toteutumista.



Kuvassa pyramidikuvio, joka on jaettu neljään kerrokseen. Pyramidikuvioilla kuvataan sitä, kuinka yritys tavoittelee vastuullista liiketoimintaa. Alimpana on lainsäädäntö, yrityksen arvomaailma sekä tavoitteet. Toiseksi alimpana vastuullinen liiketoiminta. Toiseksi ylimpänä kestävyys ja ylimpänä kestävä kehitys.

Vastuullinen liiketoiminta

Vastuullisella liiketoiminnalla tarkoitetaan yrityksen jatkuvaa tavoitteellista, kestävän kehityksen periaatteiden mukaista toimintaa. Vastuullisen liiketoiminnan perustana on vapaaehtoisuus, mikä tarkoittaa sitä, että lakien noudattamisen lisäksi yritys toimii oma-aloitteisesti kestävän kehityksen edistämiseksi.²² Nykyään kestävän kehityksen huomioiminen on yrityksille elinehto, eikä niinkään valinta toimia vastuullisesti²³. Vastuullisen liiketoiminnan teoriassa huomio kiinnittyy käsitteiden moninaisuuteen. Vastuullista liiketoimintaa kuvataan usein käsitteillä, kuten yritysvastuu, yhteiskuntavastuu, yrityskansalaisuus sekä kestävän kehityksen mukainen yritystoiminta²⁴. Käsitteitä vastuullinen liiketoiminta, yritysvastuu ja yhteiskuntavastuu käytetään synonyymeina²⁵. Termejä voidaan käyttää synonyymeina, mutta käsitteissä on kuitenkin eroavaisuuksia esimerkiksi yritysvastuun ja yhteiskuntavastuun välillä, sillä yhteiskuntavastuun käsite keskittyy lähinnä yhteiskunnallisiin sekä julkisen sektorin toimijoihin eikä yksittäisiin yrityksiin²⁶. Vastuullisesta liiketoiminnasta käytettävien termien joukosta, yrityksen on hyvä sitoutua tiettyyn termiin, jota käyttää toiminnastaan²⁷.



Kuvassa on marjoja

Vastuullinen liiketoiminta käytännössä

Vastuullinen yritys toimii eettisesti, huomioiden toiminnasta aiheutuvat ympäristövaikutukset, eikä luo arvoa sidosryhmien tai ympäristön kustannuksella. Vastuullisen liiketoiminnan tavoitteena on taloudellisten hyötyjen saavuttaminen huomioiden toiminnan vaikutukset sidosryhmiin sekä ympäristöön. Vastuullinen liiketoiminta kasvattaa positiivisia ympäristövaikutuksia ja vähentää liiketoiminnasta aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia. Vastuullisen liiketoiminnan osa-alueet jaetaan kestävän kehityksen osa-alueiden tavoin ekologiseen, sosiaaliseen sekä taloudelliseen osa-alueeseen.²⁸ Toiminnan tulee olla kokonaisvaltaisesti vastuullista, huomioiden kaikki osa-alueet²⁹. Vastuullisesti toimiva yritys tuntee toimintaansa ohjaavan keskeisen lainsäädännön sekä tunnistaa toiminnastaan aiheutuvat ympäristövaikutukset ja liiketoimintansa kehitettävät osa-alueet. Tuotteista aiheutuu ympäristövaikutuksia koko tuote-elinkaaren ajalta.³⁰ Ympäristövaikutuksilla tarkoitetaan toiminnasta aiheutuvia ekologisia, sosiaalisia sekä taloudellisia suorita tai välillisiä vaikutuksia³¹. Tuote-elinkaari tulee hahmottaa kokonaisuutena, joka alkaa tuotteen suunnittelusta ja päättyy tuotteen hävittämiseen³². Toiminnan tulee olla vastuullista koko tuote-elinkaaren ajan³³.

Sosiaalinen vastuullisuus

Sosiaalisessa vastuullisuudessa keskitytään siihen, miten yritystoiminta vaikuttaa sidosryhmiin, kuten yrityksen henkilöstöön, paikalliseen väestöön, asiakkaisiin sekä yhteistyökumppaneihin. Sosiaalinen vastuullisuus näkyy muun muassa työ- ja tuoteturvallisuuden kehittämisenä.³⁴ Vastuullinen yritys varmistaa työntekijöiden asianmukaiset työolosuhteet ja osallistaa henkilöstöä³⁵. Sosiaalinen vastuullisuus voi näkyä myös kesätyöntekijöiden ja harjoittelijoiden työllistämisenä sekä henkilöstön hyvinvoinnin edistämisenä³⁶. Kuluttajaan kohdistuva sosiaalinen vastuullisuus voi näkyä vastuullisena markkinointina sekä toimitusketjun jäljitettävyytenä³⁷. Vastuullinen markkinointi on todenmukaista ja rehellistä³⁸. Sosiaalisessa vastuullisuudessa oleellista on myös kuluttajansuojan toteutuminen³⁹. Yritysten on mahdollista kasvattaa sosiaalista vastuullisuutta hyödyntämällä paikallisia raaka-aineita⁴⁰. Sosiaalinen vastuullisuus voi näkyä liiketoiminnassa siten, että yritys toimii yhteistyössä samoja arvoja korostavien sidosryhmien kanssa, hyödyntää lähiruokaa sekä korostaa paikalliskulttuuria viestinnässään⁴¹. Vastuullinen liiketoiminta on paikalliskulttuuria, historiaa, kohdealueen erityispiirteitä sekä perinteitä kunnioittavaa⁴². Kulttuurista kestävyttä on mahdollista kehittää korostamalla totuudenmukaisen tiedon merkitystä kulttuuriin nojaavissa palveluissa⁴³. Kulttuurinen vastuullisuus voi näkyä yrityksen toiminnassa myös tarinallistamisena⁴⁴. Ekologisen, taloudellisen sekä sosiokulttuurisen näkökulman lisäksi vastuullisessa liiketoiminnassa huomioidaan turvallisuus ja toiminnan eettisyys⁴⁵. Yrityksen tulee huomioida turvallisuus koko asiakkaan prosessin ajan⁴⁶. Eettinen vastuullisuus tarkoittaa tasa-arvon sekä asianmukaisten työolosuhteiden ja palkan turvaamista⁴⁷. Eettinen vastuullisuus näkyy yrityksen toiminnassa siten, että yritys huomioi eettisen näkökulman päätöksentekotilanteissa⁴⁸.

Sosiaalinen vastuullisuus käytännössä

- Sosiaalisten ympäristövaikutusten tunnistaminen
- Työ- ja tuoteturvallisuuden kehittäminen
- Asianmukaisten työolosuhteiden sekä palkan varmistaminen ja henkilöstön osallistaminen
- Henkilöstön hyvinvoinnin edistäminen
- Kesätyöntekijöiden ja harjoittelijoiden työllistäminen
- Vastuullinen markkinointi ja toimitusketjun jäljitettävyyden varmistaminen
- Kuluttajansuojan toteutuminen
- Paikallisten raaka-aineiden ja lähiruoan hyödyntäminen
- Yhteistyö samoja arvoja korostavien sidosryhmien kanssa
- Paikalliskulttuurin korostaminen viestinnässä
- Paikalliskulttuurin, historian, kohdealueen erityispiirteiden sekä perinteiden kunnioittaminen
- Eettinen liiketoiminta ja eettisen näkökulman huomiointi päätöksentekotilanteissa
- Tasa-arvon turvaaminen
- Turvallisuuden kehittäminen

Taloudellinen vastuullisuus

Taloudelliseen vastuullisuuteen liittyy ajatus siitä, että yritys tuo positiivisia taloudellisia vaikutuksia myös toimintaympäristölleen. Yritystoiminnan tulee olla kannattavaa pitkällä tähtäimellä, jotta yrityksellä on mahdollista toimia vastuullisesti.⁴⁹ Kannattavuudella tarkoitetaan tilannetta, jolloin tuotot ylittävät kustannukset. Yrityksen toimintakyvyn, kilpailukyvyn ja kannattavuuden turvaamisen lisäksi taloudelliseen vastuuseen liittyy toiminnasta sidosryhmille aiheutuvien taloudellisten vaikutusten huomiointi sekä verojen maksaminen.⁵⁰

Liiketoiminnassa taloudellinen vastuullisuus näkyy myös riskienhallintana. Riskienhallinta määritellään suunnitelmalliseksi toiminnaksi, jonka tavoitteena on vähentää riskien toteutumisen todennäköisyyttä sekä negatiivisia vaikutuksia.⁵¹ Taloudellisessa vastuullisuudessa korostuu ajatus siitä, että yritys suosii kestävyttä kertakäyttöisten resurssien hankinnan sijaan⁵². Lisäksi taloudellinen vastuullisuus voi näkyä yhteistyönä paikallisten toimijoiden kanssa⁵³. Yritysten on mahdollista kehittää taloudellista kestävyttä kiinnittämällä huomiota tuotteiden ja palveluiden hinnoitteluun sekä kehittämällä yrityksen saavutettavuutta⁵⁴. Vastuulliseen liiketoimintaan liittyy olennaisesti toiminnan läpinäkyvyys. Yrityksen on mahdollista lisätä toimintansa läpinäkyvyyttä läpinäkyvällä hinnoittelulla sekä tiedottamalla kuluttajaa avoimesti tuotteiden alkuperästä.⁵⁵

Taloudellinen vastuullisuus käytännössä

- Toiminnan kilpailukyvyn ja kannattavuuden turvaaminen
- Positiivisten ympäristövaikutusten luominen kohdealueelle
- Toiminnasta sidosryhmille aiheutuvien vaikutusten huomiointi
- Riskienhallinta
- Kestävyyden suosiminen kertakäyttöisten resurssien sijaan
- Yhteistyö paikallisten toimijoiden kanssa
- Liiketoiminnan läpinäkyvyys
- Huomion kiinnittäminen hinnoitteluun
- Saavutettavuuden kehittäminen

Ekologinen vastuullisuus

Ekologisella vastuullisuudella tarkoitetaan toiminnasta aiheutuvien positiivisten ekologisten ympäristövaikutusten edistämistä ja negatiivisten vähentämistä. Ekologisen vastuullisuuden tavoitteena on luonnon monimuotoisuuden, eli biodiversiteetin suojeleminen, esimerkiksi hyödyntämällä luonnonvaroja kestäväällä tavalla. Tuotteen ympäristövaikutukset tulee huomioida jo tuotteen suunnitteluvaiheessa, sillä esimerkiksi tuotteen kierrätettävyyteen voidaan vaikuttaa materiaalien valinnalla. Suorien ekologisten ympäristövaikutusten lisäksi yritysten tulee huomioida yhteistyökumppaneiden kautta syntyvät välilliset vaikutukset.⁵⁶

Ekologinen vastuu näkyy liiketoiminnassa luonnonvarojen kestäväenä hyödyntämisenä, tuotteiden kierrätettävyyden mahdollistamisena, ekologisten pakkausten suosimisena sekä toimintana, jonka tavoitteena on torjua ilmastonmuutosta ja suojella ympäristöä sekä luonnon biodiversiteettiä. Lisäksi yritysten tulee huomioida kuljetuksesta aiheutuvat ympäristövaikutukset suunnitellessaan vastuullista liiketoimintaa.⁵⁷ Yritysten on mahdollista toteuttaa ekologista vastuullisuutta uusiokäyttämällä kierrätysmateriaaleja, jolloin tavoitteena on vähentää syntyvän jätteen määrää⁵⁸. Ekologinen vastuullisuus voi tarkoittaa myös toiminnasta syntyvän hävikin vähentämistä resurssitehokkuuden avulla⁵⁹. Lisäksi ekologinen vastuullisuus näkyy vedenkulutuksen pienentämisenä⁶⁰. Yrityksillä on myös mahdollista kiinnittää huomiota energiankulutukseen⁶¹.

Ekologinen vastuullisuus käytännössä

- Luonnonvarojen kestävä hyödyntäminen
- Tuotteen ympäristövaikutusten huomiointi suunnitteluvaiheessa
- Ekologisten pakkausten hyödyntäminen
- Kuljetuksesta aiheutuvien päästöjen huomiointi
- Materiaalien uusiokäyttö
- Syntyvän jätteen, vedenkulutuksen ja hävikin vähentäminen
- Energiankulutuksen huomiointi
- Resurssitehokkuus
- Uusiutuvien luonnonvarojen suosiminen
- Kiertotalouden periaatteiden noudattaminen
- Tuotteiden kestävyden kehittäminen
- Uusiokäytön ja kierrätettävyyden mahdollistaminen

Luonnonvarojen vastuullinen hyödyntäminen & ekotehokkuus



Kuvassa on lehdenpäällä leppäkerttu.

Ekologiseen vastuullisuuteen lukeutuu luonnonvarojen vastuullinen hyödyntäminen⁶². Luonnonvarojen vastuullisella hyödyntämisellä tuetaan luonnon monimuotoisuuden sekä ekosysteemipalveluiden, kuten luonnosta saatavien raaka-aineiden säilymistä. Samalla mahdollistetaan luonnonvarojen hyödyntäminen yritystoiminnassa tulevaisuudessakin. Vastuullisessa luonnonvarojen hyödyntämisessä korostuu luontoon keskittyvien negatiivisten vaikutusten vähentäminen, resurssitehokkuus, kierrätys sekä uusiutuvien luonnonvarojen ja kiertotalouden suosiminen.⁶³ Luonnonvarojen vastuullisessa hyödyntämisessä tavoitteena on hyödyntää mahdollisimman vähäisiä luonnonvaroja mahdollisimman tehokkaasti⁶⁴.

Ekotehokkuus

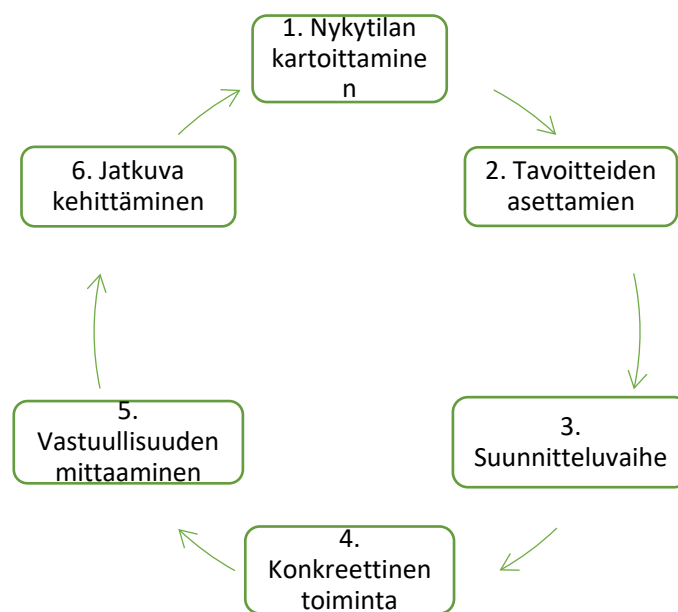
Luonnonvarojen vastuullisen hyödyntämisen yhteydessä puhutaan ekotehokkuudesta. Ekotehokkuus edellyttää tuote-elinkaaren sekä toiminnasta aiheutuvien ympäristövaikutusten tuntemusta. Liiketoiminnassa ekotehokkuus voi näkyä tuotteiden kestävyden kehittämisenä sekä uusiokäytön ja kierrätettävyyden mahdollistamisena. Ekotehokkuuden keskiössä on haitallisten ympäristövaikutusten minimointi sekä resurssitehokkuus.⁶⁵ Resurssitehokkuus määritellään toiminnaksi, jossa luonnonvaroja sekä tarvittavia resursseja hyödynnetään tehokkaasti tuotteiden valmistusprosessissa⁶⁶. ”Ekotehokas toiminta voidaan tiivistää kahteen sanaan: enemmän vähemmästä.”⁶⁷

Pääpointit

- Negatiivisten ympäristövaikutusten vähentäminen
- Resurssitehokkuus
- Uusiutuvien luonnonvarojen hyödyntäminen
- Kiertotalouden periaatteiden mukaisen toiminnan suosiminen
- Elinkaariajattelu
- Tuotteiden uusiokäytön ja kierrätettävyyden mahdollistaminen

Vastuullisen liiketoiminnan toteuttaminen

Vastuullista liiketoimintaa suunnittelevan yrityksen tulee tunnistaa kaikki sidosryhmät, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa. Lisäksi olennaista on liiketoiminnan vastuullisuuden nykytilan arviointi, jossa kiinnitetään huomiota vastuullisuuden kaikkiin osa-alueisiin.⁶⁸ Yritysten tulisi myös analysoida toiminnasta aiheutuvia ympäristövaikutuksia⁶⁹. Bärlund ja Perko (2013) kuvaavat vastuullisen liiketoiminnan kehittämistä kolmivaiheisena prosessina. Prosessin ensimmäisessä vaiheessa pohditaan sitä, kuinka kestävä kehitys voidaan huomioida yrityksen liiketoiminnassa sekä luodaan toiminta- ja viestintäsuunnitelma. Toisessa vaiheessa keskitytään konkreettisiin tekoihin, kun taas viimeinen vaihe on toiminnan jatkuva kehittäminen.⁷⁰ Vastuullisen liiketoiminnan kehittämisen prosessi nähdään oppaassa syklinä, jonka pääperiaatteena on toiminnan jatkuva kehittäminen kohti kestävyttä. Vastuullisen liiketoiminnan kehittämisen prosessia kuvataan kuviossa, joka on laadittu soveltaen Hitchcockin ja Willardin (2008), Bärlundin ja Perkon (2013) sekä Juutisen ja Steinerin (2010) näkemyksiä.



1. Nykytilan kartoittaminen

Prosessi käynnistyy nykytilan kartoittamisella, jonka avulla yritys tunnistaa kehitettävät osa-alueet.

2. Tavoitteiden asettaminen

Kestävyyttä koskevien tavoitteiden asettaminen nykytilakartoituksen pohjalta

3. Suunnitteluvaihe

Kestävyyttä varten laadittavan suunnitelman laatiminen on hyödyllistä silloin, kun yritykseltä puuttuu pitkän aikavälin suunnitelma kestävyyttä koskevien tavoitteiden saavuttamiseksi. Yksityiskohtaisen suunnitelman laatiminen soveltuu myös yrityksen vision selkeyttämiseen.⁷¹

4. Konkreettinen toiminta

Suunnitteluvaiheen jälkeen suunnitelma toteutetaan käytännössä

5. Vastuullisuuden mittaaminen

Vastuullisuuden toteutumista on mahdollista seurata sisäisellä valvonnalla⁷². Yrityksen on mahdollista seurata mittareita, kuten energiankulutusta, työntekijöiden vaihtuvuutta ja toiminnasta syntyviä päästöjä⁷³. Lisäksi on mahdollista seurata vedenkulutusta ja syntyvän jätteen määrää⁷⁴.

6. Jatkuva kehittäminen

Koska vastuulliselle liiketoiminnalle on luonteenomaista jatkuva kehittäminen, tulee yrityksen kartoittaa uudestaan vastuullisuuden nykytilaa kehityskohteiden löytämiseksi.

Vastuullisen liiketoiminnan hyödyt



Vastuullisesta liiketoiminnasta voi olla yrityksille useita etenkin taloudellisia hyötyjä. Ohessa olevasta listauksesta käy ilmi, millaisia moninaisia hyötyjä vastuullinen liiketoiminta voi tuoda yrityksille, jotka pyrkivät kehittämään liiketoimintansa kestävyyttä.

Hyödyt

- Resurssitehokkuus vähentää toiminnasta syntyvää hävikkiä⁷⁵.
- Hävikin vähentäminen ja sosiaalisesti vastuullinen toiminta, kuten työturvallisuuden kehittäminen tuo myös yritykselle taloudellista hyötyä säästämällä kuluja. Vastuullinen toiminta voi lisätä kysyntää sekä vaikuttaa yrityksen työnantajamielikuvaan. Vastuullisella toiminnalla voi olla vaikutusta myös yrityksen kannattavuuteen sekä kilpailukykyyn. Lisäksi vastuullisella toiminnalla on myönteisiä vaikutuksia sidosryhmäsuhteisiin.⁷⁶
- Vastuullinen liiketoiminta luo yritykselle positiivista mainetta⁷⁷.
- Vastuullisuus voi toimia kilpailuetuna⁷⁸.
- Vastuullinen toiminta voi myös lisätä asiakastytyvääisyyttä⁷⁹.

”Kestävyyden toteutuminen näkyy loppujen lopuksi asiakastytyvääisyytenä, kannattavana liiketoimintana ja hyvinä työoloina.”⁸⁰

Kiertotalous



Kuvassa on kukka niitty.

Kestävän kehityksen yhteydessä puhutaan usein kiertotaloudesta, jonka vuoksi kestävän kehityksen ja vastuullisen liiketoiminnan oppaassa esitellään kiertotalouden pääperiaatteita sekä käsitteen merkitystä.

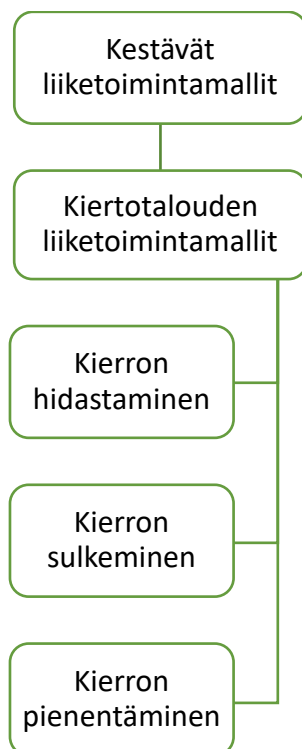
Kiertotalous on taloutta, jossa materiaalit palautuvat takaisin kiertoon. Kiertotaloudessa korostetaan resurssien kestävyttä, uusiokäyttöä, kierrättämistä, uusiutuvan energian suosimista sekä tuote-elinkaaren pidentämistä panostamalla tuotteiden kestävyYTEEN. Kiertotalouden periaatteiden mukaan tuotteet eivät ole kertakäyttöisiä vaan materiaaleja tulisi uusiokäyttää.⁸¹ Kiertotaloudessa korostuvat resurssitehokkuus, luonnonvarojen vastuullinen hyödyntäminen sekä elinkaariajattelu, jolla tavoitellaan tuote-elinkaaren pidentämistä⁸². Liiketoiminnassa yritysten on mahdollista noudattaa kiertotalouden periaatteita varmistamalla, että yrityksen hyödyntämät materiaalit palautuvat takaisin kiertoon uusiokäytettäväksi⁸³.

Kestävät liiketoimintamallit

Liiketoimintamallilla kuvataan yrityksen arvontuottoa sekä ansaintalogiikkaa. Liiketoimintamallilla siis kuvataan sitä, miten yritys luo arvoa asiakkaille sekä yrityksen omistajille.⁸⁴ Kestävien liiketoimintamallien avulla vähennetään yrityksen toiminnasta ympäristölle aiheutuvia haittoja ja kasvatetaan positiivisia ympäristövaikutuksia. Käsitteellä tarkoitetaan liiketoimintamallia, jossa huomioidaan kestävyuden kaikki osa-alueet.⁸⁵ Yritysten on mahdollista kehittää toimintansa vastuullisuutta kestävien liiketoimintamallien avulla.

Kiertotalouden liiketoimintamallit

Kestäviin liiketoimintamalleihin lukeutuvat kiertotalouden liiketoimintamallit. Kiertotalouden liiketoimintamallit keskittyvät resurssien tehokkaaseen hyödyntämiseen sekä elinkaariajatteluun. Kiertotalouden liiketoimintamallit voidaan jakaa tavoitteidensa mukaan kierron hidastamista, kierron sulkemista sekä kierron pienentämistä tavoitteleviin malleihin. Kierron hidastamista tavoittelevissa liiketoimintamalleissa korostuu tuote-elinkaaren pidentäminen. Tuote-elinkaaren pidentämiseen on mahdollista keskittyä jo tuotteen suunnitteluvaiheessa kiinnittämällä huomiota tuotteen kestävyuden lisäksi esimerkiksi tuotteen korjattavuuteen. Tuote-elinkaarta on mahdollista myös hidastaa myymällä palveluita tuotteiden sijaan. Kierron sulkemista tavoittelevissa malleissa arvoa on mahdollista luoda jätteestä uusiokäyttämällä materiaaleja. Kierron pienentämiseen tähtäävissä liiketoimintamalleissa tavoitellaan resurssitehokkuutta sekä toiminnasta syntyvän jätteen ja päästöjen vähentämistä.⁸⁶ Kiertotalouden liiketoimintamalleihin lukeutuu myös kehdestä kehtoon (Cradle to cradle) -malli, jonka tavoitteena on mallintaa luonnon kiertokulkua. Tarkoituksena on, että tuotteet palautuvat kiertoon ja raaka-aineita on mahdollista hyödyntää uusien tuotteiden valmistuksessa.⁸⁷



Kestävä matkailu

Kestävällä matkailulla tarkoitetaan kestävän kehityksen periaatteita noudattavaa matkailuliiketoimintaa⁸⁸. Suomen matkailu pohjautuu suurilta osin luontoon sekä kulttuuriin nojaaviin palveluihin ja liiketoimintaan⁸⁹. Euroopassa matkailualalla kilpailukyvyyn säilyttäminen edellyttää kulttuuriperinnön ja luonnonperinnön turvaamista⁹⁰.

Matkailu ja kestävä kehitys

Matkailun tulisi kehittää kohdealueen elintaso⁹¹. Sosiokulttuuriselta näkökulmalta matkailun tulisi hyödyttää paikallista väestöä ja toiminnan tulisi olla kohdealueen kulttuuria kunnioittavaa. Taloudelliselta näkökulmalta tarkasteltuna toiminnassa tulisi pyrkiä siihen, että syntyneet tulot jäävät kohdealueelle. Ekologisesti kestävässä matkailussa haasteena on matkustamisesta aiheutuvat päästöt.⁹² Matkailualalla odotetaan vastuullista toimintaa myös eläinten hyvinvoinnin turvaamisen suhteen⁹³.

Kestävän matkailun päätavoitteissa korostetaan paikalliskulttuurin merkitystä. Toiminnan tulee kunnioittaa paikalliskulttuuria, historiaa, perinteitä sekä kohdealueen erityispiirteitä.⁹⁴ Suomessa matkailualla on ollut nähtävissä kehitystä kohti kestävämpää matkailua, jonka toteuttamisessa kiinnitetään yhä enemmän huomiota paikalliskulttuuriin⁹⁵. Matkailun kulttuurista kestävyyttä on mahdollista kehittää panostamalla palveluihin sekä toimintaan, jossa korostuu paikalliskulttuurin kunnioittaminen, totuudenmukainen tieto sekä yhteistyön kehittäminen⁹⁶. *Kestävää matkailua ei tulisi ajatella erillisenä matkailun muotona, sillä kaiken matkailun tulisi tavoitella kestävyyttä*⁹⁷.

Matkailun ympäristövaikutukset

Matkailulla on sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia kohdealueen ympäristöön ja paikalliseen väestöön. Kestävässä matkailussa huomioidaan toiminnan aiheuttamat lyhyen sekä pitkän aikavälin ympäristövaikutukset⁹⁸. Matkailun kehittämisessä tulee huomioida kestävyuden kaikki osa-alueet⁹⁹. Positiivisten ympäristövaikutusten vuoksi matkailun kestävä toteuttaminen on tärkeää, jotta matkailua on mahdollista toteuttaa elinkeinona tulevaisuudessakin¹⁰⁰.

Ekologiset ympäristövaikutukset

- Matkailu voi kuluttaa maaperää ja historiallisesti merkittäviä kohteita sekä uhata luonnon monimuotoisuutta. Matkailualalla merkittävin saastuttaja on liikennevälineistä aiheutuvat päästöt.¹⁰¹
- Riskinä on, että matkailu aiheuttaa liian suuren kuormituksen jo entuudestaan herkälle kohdealueen luonnolle ja eläimistöille¹⁰².
- Matkailu motivoi paikallista väestöä suojelemaan toimintaympäristön luontoa¹⁰³.
- Matkailu myös kasvattaa ihmisten tietoisuutta ympäristön tilanteesta sekä kulttuurien erityispiirteistä, mikä voi edesauttaa asenteiden pysyvään muutokseen¹⁰⁴.

Sosiaaliset ympäristövaikutukset

- Matkailijoille suunnattujen palveluiden kehittäminen parantaa kohdealueen paikallisväestön elinoloja ja voi tuoda alueelle uusia palveluita sekä harrastusmahdollisuuksia. Matkailu mahdollistaa toisiin kulttuureihin tutustumisen sekä turvaa perinteiden ja kulttuurin säilymisen korostamalla paikalliskulttuurin erityispiirteitä palveluissa. Matkailutoiminta voi kuitenkin johtaa paikalliskulttuurin kaupallistumiseen.¹⁰⁵
- Matkailu voi rohkaista paikallista väestöä kunnioittamaan omaa kulttuuriperintöään¹⁰⁶.

Taloudelliset ympäristövaikutukset

- Taloudellisiin ympäristövaikutuksiin lukeutuu kohdealueen hintatasojen nouseminen sekä matkailualan sesonkiluonteisuus. Positiivisena taloudellisena ympäristövaikutuksena matkailu voi kuitenkin kasvattaa paikallisten palveluiden kysyntää.¹⁰⁷
- Matkailu voi luoda elinvoimaisuutta pienemmille paikkakunnille sekä tuoda tuloja kohdealueelle¹⁰⁸.

Vastuullisuusviestintä

Vastuullisuusviestinnällä tarkoitetaan yrityksen viestintää esimerkiksi siitä, miten yritys hyödyntää toiminnassaan rajallisia resursseja, kuten luonnonvaroja¹⁰⁹. Vastuullinen liiketoiminta voi tuoda yritykselle kilpailuetua, mutta kilpailuedun saavuttaminen edellyttää kuitenkin vastuullisista toimista viestimistä. Osa yrityksistä sivuuttaa vastuullisuusviestinnän pelätessään sitä, että yrityksen viestintä koetaan viherpesuksi. Vastuullisuusviestintä on yrityksille kannattavaa, mutta sitä ei kuitenkaan pidä nähdä pelkkänä markkinointikeinona.¹¹⁰ Vastuullisuuden tulee näkyä viestinnän lisäksi konkreettisesti yrityksen toiminnassa¹¹¹.

Vastuullisuusviestinnän kanavat

Yritysten on mahdollista hyödyntää useita eri kanavia viestiessään vastuullisuudesta. Vastuullisuudesta on mahdollista viestiä sosiaalisen median kanavissa sekä sovelluksissa. Lisäksi yrityksen on mahdollista viestiä vastuullisuudesta omilla verkkosivuillaan sekä markkinointimateriaaleissa, kuten esitteissä.¹¹² Vastuullisuudesta on mahdollista viestiä myös tuotepakkauksissa sekä vastuuraporteissa¹¹³. Paikan päällä tapahtuva vastuullisuusviestintä voi olla esimerkiksi asiakkaan ohjeistamista vastuulliseen toimintaan¹¹⁴.

Mitä tulee huomioida?

Vastuullisuudesta tulisi viestiä koko asiakasprosessin ajan. Vastuullisuusviestintä voi auttaa erottautumaan kilpailijoista.¹¹⁵ Lisäksi vastuullisista toimista viestiminen voi mahdollistaa kohderyhmän laajentumisen. Vastuullisuusviestinnän sisällön ei tulisi herättää kuluttajassa huonoa omaatuntoa.¹¹⁶ Sen sijaan yrityksen vastuullisuusviestintä voi luoda asiakkaille tunteen siitä, että he tekevät oman osuutensa vastuullisuuden osalta¹¹⁷.

Viestinnän tulee olla sisällöltään sekä kieliasultaan kohdennettua tietyille kohderyhmälle. Kuluttajille kohdennetun vastuullisuusviestinnän tulee olla selväpiirteistä ja tunteisiin vetoavaa. Viestinnässä tulisi korostaa yrityksen konkreettisia vastuullisia toimia ja välttää yleistäviä termejä.¹¹⁸ Oleellista on, että kuluttaja voi luottaa yrityksen viestintään sekä siihen, että esitetyt väitteet ovat paikkansapitäviä¹¹⁹. Yrityksen on mahdollista viestiä arvomaailmastaan sekä arvopohjaisesta toiminnastaan esimerkiksi tarinallistamisen avulla¹²⁰. Vastuullisuusviestinnässä on mahdollista korostaa yrityksen arvomaailmaa sekä tuotteiden ja palveluiden laatua. Jos vastuullisuusviestinnässä korostetaan hankittuja sertifikaatteja, yrityksen olisi hyvä kuvailla sitä, mitä kriteereitä yrityksen tulee täyttää saadakseen sertifikaatin.¹²¹

Viherpesu

Viherpesulla tarkoitetaan tilannetta, jossa yrityksen vastuullisesta toiminnasta viestitään, mutta totuus ei vastaa viestinnässä esiintyneitä väitteitä¹²².

Kuluttajakäyttäytymisen muutokset

Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttaa kuluttajan elinympäristön, yhteiskunnan sekä globaalin tilanteen lisäksi kuluttajaan kohdistuva markkinointi¹²³. Ostokäyttäytymistä ohjaa myös kuluttajan arvomaailma¹²⁴.



Kuvassa on käsi, jossa on marjoja

Megatrendit

Megatrendit määritellään pitkäkestoisiksi, globaaleiksi ilmiöiksi¹²⁵. Yksi ajankohtainen megatrendi on luonnonvarojen ehtyminen¹²⁶. Megatrendeiksi lasketaan myös ilmastonmuutos, luonnon monimuotoisuuden heikentyminen, väestön ikääntyminen sekä teknologian merkityksen kasvu¹²⁷. Lisäksi sosiaalisen median merkitys on kasvussa. Ihmiset ovat yhä ympäristötietoisempia sekä turvallisuushakuisempia ja toiminnassa korostuu yhä enemmän yksilöllisyys.¹²⁸

Trendit

Trendeillä tarkoitetaan pitkällä aikavälillä tapahtuvaa myynnin kaavanmukaista kasvua tai laskua, johon vaikuttaa teknologian, talouden sekä väestön muutokset¹²⁹. Trendillä tarkoitetaan siis tietyn ilmiön merkityksen kehittymistä¹³⁰. Yleinen tietoisuus ympäristön tilanteesta on kasvanut. Tulevaisuudessa vastuullinen toiminta voi lisääntyä, mutta toisaalta ihmiset voivat suhtautua tulevaisuudessa epäilevästi ympäristöä koskeviin muutoksiin.¹³¹ Kestävän kehityksen periaatteet korostuvat nykyään asiakkaiden arvomaailmassa¹³². Lisäksi kuluttajat ovat kiinnostuneita tuotteiden ekologisuudesta sekä paikallisuudesta¹³³. Vastuullisuuden merkitys on kasvanut, sillä kuluttajien ympäristötietoisuuden lisääntyessä oletukset yritysten vastuullisuutta kohtaan kasvavat¹³⁴. Vastuullisten tuotteiden kysyntä on kasvanut merkittävästi vuosittain¹³⁵. Matkailualalla asiakkaat ovat nykyisin tietoisempia matkailusta aiheutuvista sosiokulttuurisista ympäristövaikutuksista ja vastuullisuudella voi olla vaikutusta asiakkaan päätöksentekoon¹³⁶. Tulevaisuudessa kuluttajat odottavat matkailualan yrityksiltä yhä enemmän vastuullista toimintaa sekä kulttuurin korostamista¹³⁷.

Heikot signaalit

Heikot signaalit voivat muuttua tulevaisuudessa trendeiksi. Heikot signaalit kuvaavat sitä, mihin suuntaan asiakkaiden odotukset sekä tarpeet tulevat kehittymään. Yrityksen kannattaa kiinnittää huomiota erityisesti potentiaalisen asiakaskunnan heikkoihin signaaleihin, sillä asiakaskunnasta voi muodostua merkittävä kohderyhmä tulevaisuudessa.¹³⁸

Yrityshaastattelu

Yrittäjä: Anu Rosenberg, Luonnokas Oy

Toimiala: Sauna- ja hyvinvointiala

Tuotteet: Luonnonkosmetiikka

Palvelut: Saunahoidot ja -elämykset, avoimet saunavuorot ja ohjelmaa yritysten virkistyspäiviin

Rosenbergin mukaan Luonnokas Oy:n arvomaailman keskiössä ovat ekologisuus, ihmisläheisyys, paikallisuus sekä perinteiden korostaminen. Arvot näkyvät Luonnokkaan päivittäisessä toiminnassa muun muassa materiaalivalintojen, kierrätyksen sekä asiakaspalvelun muodossa. Rosenberg korostaa arvojen mukaista toimintaa sekä yrityksen ja omien arvojen yhteneväisyyttä.

- *Omien ja yrityksen arvojen tulee kulkea käsikädessä. Jos tämä ei toteudu, se näkyy kyllä kuluttajalle.*

Ekologista vastuullisuutta tuote-elinkaaren eri vaiheissa

Ekologinen vastuullisuus näkyy Luonnokkaan toiminnassa raaka-aineiden hankinnasta lähtien. Luonnokkaan toiminnassa korostuu lähialueelta hankittujen luonnonvarojen hyödyntäminen, kotimaisten raaka-aineiden suosiminen, resurssitehokkuus sekä kierrätyksen arvostaminen. Lisäksi ekologinen vastuullisuus näkyy liiketoiminnassa hävikin vähentämisenä, pakkausmateriaalien kierrättämisenä sekä ekologisten pakkausvaihtoehtojen hyödyntämisenä. Rosenberg kiinnittää yhteistyökumppaneiden valinnassa huomiota yritysten arvomaailmoihin.

- *Tuotteiden valmistuksessa käytetään lähialueilta poimittuja villiyrtejä. Jos ei mahdollista, aina kuitenkin kotimaista. Jos kotimaista ei ole saatavilla, käytetään luomua ulkomaista. Kaikkinensa pyrin aina kartoittamaan toimittajan taustat ja tekemään valintoja heidän arvomaailmojen perusteella. Hankin mieluiten läheltä kuin kaukaa, jolloin kuljetus jää mahdollisimman minimiin. Raaka-aineet pyrin hyödyntämään mahdollisimman hyvin. Kierrätys on tietenkin arkipäivää yrityksessä. Myös huonekalut ja muut tarvikkeet saunalle pyrin hankkimaan aina käytettyinä*

Yhteistyöllä lisäarvoa liiketoimintaan

Rosenberg toimii yhteistyössä paikallisten toimijoiden kanssa ja pyrkii tekemään mahdollisimman paljon hankintoja paikallisilta yrittäjiltä.

- *Se on minulle sydämen asia. Nykypäivänä arvostetaan enemmän pientä ja paikallista, yhteistyö tuo synergiaetua sekä heille että minulle. Yhdessä olemme enemmän. Pieniltä toimijoilta minulle tulee tuotteita myyntiin ja tarjoiluun ja kerron siitä aina asiakkaillekin. Sitä arvostetaan selvästi.*

Asiakaskäyttäytyminen

Rosenberg on havainnut, että arvostus paikallisia sekä pieniä toimijoita kohtaan on kasvanut, ja vastuullisesti toimivilla yrityksillä on nykyään hyvä maine. Lisäksi havaittavissa on, että kuluttajaa kiinnostaa ihmiset ja tarinat yritysten taustoilla. Asiakkaat odottavat Luonnokkaalta ekologista vastuullisuutta koskien materiaalien valintaa sekä hankintoja. Luonnokkaan asiakkaat arvostavat paikallista yhteistyötä, jonka lisäksi ihmisläheinen asiakaspalvelu on saanut myönteistä palautetta, kertoo Rosenberg.

Vastuullisuusviestintä

Vastuullisen liiketoiminnan yhteydessä korostetaan vastuullisuusviestinnän merkitystä. Rosenberg nostaa sosiaalisessa mediassa esiin yrityksen arvomaailman mukaisia aiheita, kuten kansanperinnettä, luonnontuotteita, yhteistyötä sekä yrityksen toimintaa.

Paikalliskulttuuri osana palveluja

Paikalliskulttuurilla sekä kansanperinteellä on merkittävä rooli Luonnokas Oy:n toiminnassa, sillä toiminta perustuu saunaperinteille ja luonnontuotteiden kansanperinnekäytölle.

- *Paikallisuus tulee esille tuotteistamisessa, yritämme tuoda paikallishistoriaa palveluihimme mukaan. Esimerkiksi tervasauna nostaa esille oululaista tervanpolton perinnettä.*

Omien ja yrityksen arvojen tulee kulkea käsikädessä. Jos tämä ei toteudu, se näkyy kyllä kuluttajalle.

Vinkkilista

Kestävän kehityksen ja vastuullisen liiketoiminnan oppaan yhteenvedoksi on laadittu vinkkilista, josta on mahdollista poimia oppaassa esiintyneet vastuullisen liiketoiminnan kehittämisen pääpointit kehittämistyön tueksi.



Kuvassa on violetti kukka

- ✓ Huomioi vastuullisen liiketoiminnan kehittämisessä kestävyden ekologinen, sosiaalinen sekä taloudellinen näkökulma.
- ✓ Valitse vastuullisesta liiketoiminnasta käytettävien termien joukosta yritykselle sopivin termi ja sitoudu siihen.
- ✓ Huomioi toiminnasta aiheutuvat suorat sekä välilliset ekologiset, sosiaaliset ja taloudelliset ympäristövaikutukset.
- ✓ Kiinnitä huomiota koko tuote-elinkaareen.
- ✓ Perehdy vastuullisen liiketoiminnan keskeiseen lainsäädäntöön.
- ✓ Huomioi sosiaalisessa näkökulmassa myös eettisyys, turvallisuus sekä toiminnan kulttuurinen kestävyys.
- ✓ Pohdi, olisiko tarpeellista luoda suunnitelma liiketoiminnan kestävyden kehittämistä varten asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi.
- ✓ Kiinnitä huomiota nykyiseen liiketoimintamalliisi ja sen kestävyteen.
- ✓ Pohdi, kuinka liiketoiminnassa olisi mahdollista hyödyntää kiertotalouden periaatteita.
- ✓ Viesti vastuullisesta toiminnasta totuudenmukaisesti kohderyhmällesi.
- ✓ Kiinnitä jo suunnitteluvaiheessa huomiota tuotteen kierrätettävyyteen.
- ✓ Arvioi liiketoiminnan kestävyden nykytilaa ja pohdi, kuinka yrityksesi voisi toimia yhä vastuullisemmin.

Keskeiset käsitteet

Arvot

Yrityksen arvojen tulisi olla toimintaa ohjaavia valintoja, jotka perustuvat yritykselle merkityksellisiin aihealueisiin¹³⁹.

Ekotehokkuus

”Ekotehokas toiminta voidaan tiivistää kahteen sanaan: enemmän vähemmästä.”¹⁴⁰

Heikot signaalit

Heikot signaalit kuvaavat sitä, mihin suuntaan asiakkaiden odotukset sekä tarpeet voivat kehittyä¹⁴¹.

Kestävyys

Kestävyydellä tarkoitetaan päämäärää, jota tavoitellaan, kun taas vastuullisuus on konkreettista toimintaa kohti tavoitteiden saavuttamista¹⁴².

Kestävä kehitys

Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan tietoista ja tavoitteellista toimintaa, jolla pyritään turvaamaan tulevien sukupolvien mahdollisuus hyvin elinoloihin¹⁴³.

Kestävä matkailu

Kestävällä matkailulla tarkoitetaan kestävän kehityksen periaatteita noudattavaa matkailuliiketoimintaa¹⁴⁴.

Kestävät liiketoimintamallit

Kestävillä liiketoimintamalleilla pyritään minimoimaan yrityksen toiminnasta ympäristölle aiheutuvia haittoja ja kasvattamaan hyötyjä. Käsitteellä tarkoitetaan liiketoimintamallia, jossa huomioidaan kestävyuden kaikki osa-alueet.¹⁴⁵

Kiertotalous

Kiertotalous on taloutta, jossa materiaalit palautuvat takaisin kiertoon¹⁴⁶.

Megatrendit

Megatrendit määritellään pitkäkestoisiksi, globaaleiksi ilmiöiksi¹⁴⁷.

Resurssitehokkuus

Resurssitehokkuus määritellään toiminnaksi, jossa luonnonvaroja sekä tarvittavia resursseja hyödynnetään tehokkaasti tuotteiden valmistusprosessissa¹⁴⁸.

Riskienhallinta

Riskienhallinta määritellään suunnitelmalliseksi toiminnaksi, jonka tavoitteena on vähentää riskien toteutumisen todennäköisyyttä sekä negatiivisia vaikutuksia¹⁴⁹.

Trendit

Trendeillä tarkoitetaan pitkällä aikavälillä tapahtuvaa myynnin kaavanmukaista kasvua tai laskua, johon vaikuttaa teknologian, talouden sekä väestön muutokset¹⁵⁰. Trendillä tarkoitetaan siis tietyn ilmiön merkityksen kehittymistä¹⁵¹.

Vastuullinen liiketoiminta

Vastuullisella liiketoiminnalla tarkoitetaan yrityksen jatkuvaa tavoitteellista, kestävän kehityksen periaatteiden mukaista toimintaa¹⁵².

Vastuullisuusviestintä

Vastuullisuusviestinnällä tarkoitetaan yrityksen viestintää esimerkiksi siitä, miten yritys hyödyntää toiminnassaan rajallisia resursseja, kuten luonnonvaroja¹⁵³.

Ympäristövaikutus

Ympäristövaikutuksilla tarkoitetaan toiminnasta aiheutuvia ekologisia, sosiaalisia sekä taloudellisia suoria tai välillisiä vaikutuksia¹⁵⁴.

Viitteet

- ¹ Rovaniemen koulutuskuntayhtymä 2019
- ² Ympäristöministeriö 2013
- ³ Suomen YK-liitto 2020
- ⁴ Jokimäki & Kaisanlahti-Jokimäki 2007, 8
- ⁵ Elinkeino- ja innovaatio-osasto 2015, 28
- ⁶ Suomen Kulttuuriperintökasvatuksen seura ry 2012, 3
- ⁷ Verhelä 2014, 146
- ⁸ Ympäristöministeriö, 2013
- ⁹ Jokimäki & Kaisanlahti-Jokimäki 2007, 8
- ¹⁰ Erkkonen, Kyöstilä & von Boehm 2019, 4
- ¹¹ Valtioneuvoston kanslia 2020
- ¹² Nylund 2018, 5
- ¹³ Verhelä 2014, 147
- ¹⁴ Jokimäki & Kaisanlahti-Jokimäki 2007, 8
- ¹⁵ Työ – ja elinkeinoministeriö 2019, 25
- ¹⁶ Harmaala & Jallinoja 2012, 203–207
- ¹⁷ Verhelä 2014, 177
- ¹⁸ Business Finland 2020a
- ¹⁹ Viitala & Jylhä 2010, 353
- ²⁰ Saksi 2020, 18
- ²¹ Aaltonen & Junkkari 2003, 231
- ²² Viitala & Jylhä 2010, 348
- ²³ Bärlund & Perko 2013, 20
- ²⁴ Harmaala & Jallinoja 2012, 17
- ²⁵ Viitala & Jylhä 2010, 349
- ²⁶ Bärlund & Perko 2013, 10
- ²⁷ Juutinen & Steiner 2010, 21
- ²⁸ Viitala & Jylhä 2010, 353–354
- ²⁹ Juutinen & Steiner 2010, 22
- ³⁰ Harmaala & Jallinoja 2012, 22, 118
- ³¹ Laki ympäristövaikutusten arviointimenettelystä 252/2017 1:2 §
- ³² Rissa & Lotsari 2001, 78
- ³³ Juutinen & Steiner 2010, 163
- ³⁴ Harmaala & Jallinoja 2012, 20–21
- ³⁵ Juutinen & Steiner 2010, 163, 177
- ³⁶ Viitala & Jylhä 2010, 354, 356
- ³⁷ Bärlund & Perko 2013, 133
- ³⁸ Väisänen & Törn 2014, 86
- ³⁹ Viitala & Jylhä 2010, 354
- ⁴⁰ Verhelä 2014, 154
- ⁴¹ Visit Finland 2018, Business Finlandin 2020c mukaan
- ⁴² UNEP & WTO 2005, 19
- ⁴³ Mällinen & Sarkki 2014, 33
- ⁴⁴ Blinnikka & Hauvala 2014, 14
- ⁴⁵ Lapin liitto 2019a, 27
- ⁴⁶ Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 38
- ⁴⁷ Nylund 2018, 21
- ⁴⁸ Harmaala & Jallinoja 2012, 71
- ⁴⁹ Harmaala & Jallinoja 2012, 18–19
- ⁵⁰ Viitala & Jylhä 2010, 295, 353
- ⁵¹ Harmaala & Jallinoja 2012, 20, 263
- ⁵² Nylund 2018, 12
- ⁵³ Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2019
- ⁵⁴ Träskelin, Louekari, Oikarinen-Mäenpää & Tervo-Kankare 2018, 11
- ⁵⁵ Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 12
- ⁵⁶ Harmaala & Jallinoja 2012, 22, 121
- ⁵⁷ Viitala & Jylhä 2010, 169, 357
- ⁵⁸ Juutinen & Steiner 2010, 163
- ⁵⁹ Rissa & Lotsari 2001, 10
- ⁶⁰ Pasanen 2020, 91
- ⁶¹ Työ- ja elinkeinoministeriö 2009, 18
- ⁶² Viitala & Jylhä 2010, 357
- ⁶³ Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 11
- ⁶⁴ Rissa & Lotsari 2001, 10
- ⁶⁵ Rissa & Lotsari 2001, 42, 47
- ⁶⁶ Bärlund & Perko 2013, 28
- ⁶⁷ Rissa & Lotsari 2001, 10
- ⁶⁸ Juutinen & Steiner 2010, 83, 115
- ⁶⁹ Hitchcock & Willard 2008, 25
- ⁷⁰ Bärlund & Perko 2013, 202, 204
- ⁷¹ Hitchcock & Willard 2008, 26
- ⁷² Juutinen & Steiner 2010, 36
- ⁷³ Harmaala & Jallinoja 2012, 93
- ⁷⁴ Vihreitä ideoita matkailuun Euroopassa 2016b
- ⁷⁵ Rissa & Lotsari 2001, 10
- ⁷⁶ Harmaala & Jallinoja 2012, 59, 60, 71
- ⁷⁷ Taipalinen & Toivio 2004, 42
- ⁷⁸ Viitala & Jylhä 2010, 357
- ⁷⁹ Business Finland 2020b
- ⁸⁰ Verhelä 2014, 146
- ⁸¹ Sitra 2014, 4, 9
- ⁸² Elinkeinoelämän keskusliitto 2016, 7–8
- ⁸³ Bärlund & Perko 2013, 122
- ⁸⁴ Harmaala ym 2017, 52
- ⁸⁵ Laukkanen & Patala 2015, 9
- ⁸⁶ AARRE 2020
- ⁸⁷ McDonough 2020
- ⁸⁸ Verhelä 2014, 143
- ⁸⁹ Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 37
- ⁹⁰ Vihreitä ideoita matkailuun Euroopassa 2016a
- ⁹¹ Nylund 2018, 12
- ⁹² Lapin liitto 2019a, 27–28
- ⁹³ Raasakka & Ojuva 2018, 8
- ⁹⁴ UNEP & WTO 2005, 19
- ⁹⁵ Kugapi, Höckert, Lüthje, Mazzullo & Saari 2019, 32
- ⁹⁶ Mällinen & Sarkki 2014, 33
- ⁹⁷ UNEP & WTO 2005, 2
- ⁹⁸ Business Finland 2020a
- ⁹⁹ Lapin liitto 2019b, 9
- ¹⁰⁰ Erkkonen, Kyöstilä & von Boehm 2019, 4
- ¹⁰¹ Verhelä 2014, 148–149
- ¹⁰² UNEP & WTO 2005, 10
- ¹⁰³ Kalmari & Kelola 2009, 8
- ¹⁰⁴ UNEP & WTO 2005, 9–10
- ¹⁰⁵ Verhelä 2014, 3, 147
- ¹⁰⁶ UNEP & WTO 2005, 38
- ¹⁰⁷ Verhelä 2014, 146
- ¹⁰⁸ UNEP & WTO 2005, 10
- ¹⁰⁹ Kuvaja & Malmelin 2008, 25
- ¹¹⁰ Halme & Joutsenvirta 2011, 246, 258
- ¹¹¹ Jänkälä 2019, 39
- ¹¹² Pasanen 2017, 4, 8
- ¹¹³ Halme & Joutsenvirta 2011, 246
- ¹¹⁴ Väisänen & Törn 2014, 93
- ¹¹⁵ Pasanen 2017, 8, 16
- ¹¹⁶ Pasanen 2020, 91–92
- ¹¹⁷ VisitEngland 2015, 14
- ¹¹⁸ Halme & Joutsenvirta 2011, 246, 252
- ¹¹⁹ Juutinen & Steiner 2010, 176

- ¹²⁰ García-Rosell & Äijälä 2018, 20
¹²¹ Pasanen 2017, 11, 14, 20
¹²² Halme & Joutsenvirta 2011, 253
¹²³ Bergström & Leppänen 2018, 81
¹²⁴ García-Rosell & Äijälä 2018, 12
¹²⁵ Verhelä 2014, 207
¹²⁶ Bärlund & Perko 2013, 38
¹²⁷ Dufva 2020, 9, 15
¹²⁸ Iivari 2012, 12
¹²⁹ Kotler, Bowen, Makens & Baloglu 2017, 590
¹³⁰ Puhakka 2011, 34
¹³¹ Dufva 2020, 18
¹³² Bärlund & Perko 2013, 38
¹³³ García-Rosell & Äijälä 2018, 12
¹³⁴ Ritala 2019
¹³⁵ Harmaala & Jallinoja 2012, 61
¹³⁶ Pasanen 2017, 3
¹³⁷ Blinnikka & Hauvala 2014, 13
¹³⁸ Juutinen & Steiner 2010, 91–92
¹³⁹ Saksi 2020, 18
¹⁴⁰ Rissa & Lotsari 2001, 10
¹⁴¹ Juutinen & Steiner 2010, 91–92
¹⁴² Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 25
¹⁴³ Ympäristöministeriö 2013
¹⁴⁴ Verhelä 2014, 143
¹⁴⁵ Laukkanen & Patala 2015, 9
¹⁴⁶ Sitra 2014, 4
¹⁴⁷ Verhelä 2014, 207
¹⁴⁸ Bärlund & Perko 2013, 28
¹⁴⁹ Harmaala & Jallinoja 2012, 263
¹⁵⁰ Kotler, Bowen, Makens & Baloglu 2017, 590
¹⁵¹ Puhakka 2011, 34
¹⁵² Viitala & Jylhä 2010, 348
¹⁵³ Kuvaja & Malmelin 2008, 25
¹⁵⁴ Laki ympäristövaikutusten arviointimenettelystä 252/2017 1:2 §

Lähteet

Aaltonen, T. & Junkkari, L. 2003. Yrityksen arvot ja etiikka. 3.painos Helsinki: WSOY.

AARRE 2020. Tulevaisuuden liiketoimintamallit. Viitattu 3.9.2020

<https://projectsites.vtt.fi/sites/aarre/www.vtt.fi/sites/AARRE/tulevaisuuden-liiketoimintamallit.html>.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2018. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16.–18. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy. E-Kirja. Viitattu 30.9.2020

<https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.

Blinnikka, P. & Hauvala, H. 2014. Kestävyyden osa-alueet matkailussa. Teoksessa P. Blinnikka & H. Hauvala (toim.) Kestävyyden kompassi. maaseutumatkailuyrittäjän käsikirja. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 192. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, 13-22. Viitattu 15.10.2020 [URN:ISBN:978-951-830-362-9](https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-830-362-9).

Business Finland 2020a. Kestävä matkailu lyhyesti. Viitattu 1.9.2020

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti/>.

Business Finland 2020b. Vastuullisuus. Viitattu 12.10.2020

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti/>.

Bärlund, A. & Perko, S. 2013. Kestävä johtajuus. Bisneksen uusi eilinehto. Helsinki: Talentum.

Dufva, M. 2020. Megatrendit 2020. Sitran selvityksiä 162. Helsinki: Sitra. Viitattu 12.10.2020

<https://media.sitra.fi/2019/12/15143428/megatrendit-2020.pdf>.

Elinkeino- ja innovaatio-osasto 2015. Yhdessä enemmän. Kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Työ- ja elinkeinoministeriö. TEM raportteja 2/2015. Viitattu 1.9.2020

<https://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf/95521a94-5230-47c2-8dd7-bc7ff5bede04>.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2016. Syty kiertotaloudesta. Yhdessä kiinni kasvuun. Viitattu 13.10.2020 https://ek.fi/wp-content/uploads/Syty_kiertotaloudesta.pdf.

Erkkonen, J., Kyöstilä, M. & von Boehm, A. 2019. Kestävä matkailu suojelualueilla. Opas matkailuyritykselle. 3. uudistettu painos. Vantaa: Metsähallitus. Viitattu 14.10.2020 <https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Muut/kestavamatkailu.pdf>.

García-Rosell, J. & Äijälä, M. 2018. Eläinmatkailu lapissa. Teoksessa J. Ojuva (toim.) Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa. Vinkkejä ja hyviä käytäntöjä lappilaisten matkailueläinten hyvinvointiin. Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja D. Muut julkaisut 4/2018. Lapin ammattikorkeakoulu, 10–24. Viitattu 21.10.2020 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-236-5>.

Halme, M. & Joutsenvirta, M. 2011. Yritysten vastuuviestintä. Teoksessa M. Jalas., J. Mäkinen., M. Joutsenvirta & M. Halme. Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Helsinki: Gaudeamus, 246–260. E-kirja. Viitattu 29.9.2020 <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.

Harmaala, M. & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Harmaala, M., Toivola, T., Faehnle, M., Manninen, P., Mäenpää P. & Nylund M. 2017. Jakamistalous. 1. painos. Helsinki: Alma Talent Oy. E-kirja. Viitattu 3.9.2020. Verkkokirjahylly Alma Talent.

Hitchcock, D. E. & Willard, M. L. 2008. The step-by-step guide to sustainability planning. How to create and implement sustainability plans in any business or organization. London: Sterling, VA: Earthscan. E-kirja. Viitattu 12.10.2020 <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, ProQuest Ebook Central.

Iivari, P. 2012. Matkailun turvallisuus. Globaalit muutokset – paikalliset

vaikutukset. Rovaniemen ammattikorkeakoulun julkaisusarja D nro 8. Rovaniemi: RAMK University of Applied Sciences. Viitattu 24.10.2020 <http://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=6a01c43a-d21a-4ea9-a871-b63267d0f26b>.

Jokimäki, J & Kaisanlahti-Jokimäki, M (toim.) 2007. Matkailualueiden kestävyden indikaattorit. Arktisen keskuksen tiedotteita 52. Rovaniemi: Arktinen keskus, Lapin yliopisto. Viitattu 12.10.2020 <http://urn.fi/URN:NBN:fi:ula-20116161145>.

Juutinen, S. & Steiner, M. 2010. Strateginen yritysvastuu. Helsinki: WSOYpro Oy.

Jänkälä, S. 2019. Matkailun toimialaraportti. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:3. Viitattu 30.8.2020 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-390-0>.

Kalmari, H. & Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Helsinki: Mondo.

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C. & Baloglu, S. 2017. Marketing for Hospitality and Tourism. Seventh edition. Global edition. England: Pearson.

Kugapi, O., Höckert, E., Lüthje, M., Mazzullo, N. & Saari, R. 2019. Kohti kulttuurisensitiivistä matkailua. Suomen Lappi. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin julkaisuja. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI). Viitattu 12.10.2020 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-6620-38-1>.

Kuvaja, S. & Malmelin, K. 2008, Vastuullinen yritysviestintä. Kilpailuetua vuoropuhelusta. Helsinki: Edita.

Laki ympäristövaikutusten arviointimenettelystä 5.5.2017/252.

Lapin liitto 2019a. Lapin matkailustrategia 2020–2023. Matkailun tilannekuva-analyysi.

Toukokuu 2019. Viitattu 30.8.2020

https://arcticsmartness.eu/wp-content/uploads/Matkailu_tilannekuvaraportti_web.pdf.

Lapin liitto 2019b. Lapin matkailustrategia 2020–2023. Rovaniemi: Lapin liitto.

Julkaisusarja A54/2019. Viitattu 3.9.2020
http://www.lappi.fi/c/document_library/get_file?folderId=18283&name=DLFE-35916.pdf.

Laukkanen, M. & Patala, S. 2015. Kohti kestäviä liiketoiminta- ja yhteistyömalleja. Työkirja liiketoimintamallien suunnitteluun ja verkostojen rakentamiseen. Lappeenranta: Lappeenrannan teknillinen yliopisto. Raportit ja selvitykset – 52. Viitattu 3.9.2020
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-265-789-3>.

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2019. Vastuullisuus. Matkailun ABC. Viitattu 14.10.2020
<https://blogi.eoppimispalvelut.fi/tourismabc/vastuullisuus/>.

McDonough, W. 2020. Cradle to cradle. Viitattu 26.10.2020
https://mcdonough.com/cradle-to-cradle/?fbclid=IwAR26fkU0Z3J3LCu1CaMjCvUHr3twmreuvoC8zrnZSD_EMHtV_fYF1WhI4-Q.

Mällinen, M. & Sarkki, S. 2014. Tekemällä matkailun kulttuuriseen kestävyteen. Ongelmia ja niiden hallintaa Utsjoen kirkonkylässä. Matkailututkimus, 10(2), 23–39. Viitattu 24.10. 2020
<https://journal.fi/matkailututkimus/article/view/90905>.

Nylund, A. 2018. Vinkkejä vastuullisuusviestintään. Käsikirja matkailuyrittäjille markkinoinnin ja viestinnän tueksi. Helsinki: Visit Finland. Viitattu 24.9.2020
<https://www.businessfinland.fi/48e735/glob>

alassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan_kehityksen_yritysoapas_a4-v5_web.pdf.

Pasanen, K. 2017. Näin viestit kestävydestä ja vastuullisuudesta. Tietopaketti matkailuyrityksille. Kohti vastuullista matkailua -hanke. Viitattu 24.9.2020
http://ruralfinland.karelia.fi/images/Tiedostot/Julkaisut/Viesti_kestavyydesta_ja_vastuullisuudesta-UEF_XAMK.pdf.

Pasanen, K. 2020. Vastuullisuusviestinnällä kohti kestävämpää matkailua. Teoksessa H. Konu., J. Pesonen., H. Reijonen (toim.) & L. Alakoski. Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön. Tampere: Vastapaino, 77–98. E-kirja. Viitattu 30.9.2020
<https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.

Puhakka, R. 2011. Matkailukysynnän tulevaisuuden trendit. Matkailututkimus, 7(1), 34–43. Viitattu 24.10.2020
<https://journal.fi/matkailututkimus/article/view/90856>.

Raasakka, E. & Ojuva, J. 2018. Esipuhe. Teoksessa J. Ojuva (toim.) Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa. Vinkkejä ja hyviä käytäntöjä lappilaisten matkailueläinten hyvinvointiin. Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja D. Muut julkaisut 4/2018. Lapin ammattikorkeakoulu, 8–9. Viitattu 21.10.2020
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-236-5>.