

Opinnäytetyö (AMK)

Kestävä kehitys

NKEKES12

2017

Miikka Kauppinen

# VASTUULLISUUSRAPORTIN LAATIMINEN TEOLLISUUSALALLA TOIMIVALLE PK-YRITYKSELLE

– tutkimus- ja kehityskohteena Pesupalvelu Hans  
Langh Oy

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Kestävä kehitys

2017 | 53 + 20 liitesivua

Miikka Kauppinen

# VASTUULLISUUSRAPORTIN LAATIMINEN TEOLLISUUSALALLA TOIMIVALLE PK- YRITYKSELLE

- tutkimus- ja kehityskohteena Pesupalvelu Hans Langh Oy

Pesupalvelu Hans Langh Oy:lle laadittiin syksyllä 2016 vastuullisuusraportti. Tämä opinnäytetyö on yrityksen hankkeistama toiminnallinen opinnäytetyö, jonka toiminnallinen osuus on valmis vastuullisuusraportti (Liite 1). Opinnäytetyössä kerrotaan yritysvastuuseen ja vastuullisuusraporttiin liittyvistä teorioista ja kirjallisuudesta, jotka luovat teoreettiset lähtökohdat yrityksen vastuullisuusraportin laatimiseksi, jotta raportointi olisi perusteltua ja vastaisi myös todellisuudessa vastuullista yritystoimintaa. Vastuullisuusraporttia laatiessa luotiin oma malli ja käytäntö vastuullisuusraportin työstämiseksi teollisuusalalla toimivalle pk-yritykselle Pesupalvelu Hans Langhille.

Yritysvastuulla tarkoitetaan yritysten vapaaehtoisia ja lainsäädännön ylittäviä toimia kestävän kehityksen mukaiseen toimintaan, ja vastuullisuusraportti viestii näistä toimista yritysten sidosryhmille. Vastuullisuusraportin tavoitteena on luoda yritykselle kilpailuetua markkinoilla ja vastata sidosryhmien alati kasvaviin vaatimuksiin yritysvastuusta. Yritysvastuuseen ja vastuullisuusraporttiin liittyvää kirjallisuustietoa ja vakiintuneita käytäntöjä esitellään työn alkupuolella.

Yritysvastuun periaatteiden ja teorioiden pohjalta on laadittu Pesupalvelu Hans Langhille vuoden 2016 vastuullisuusraportti. Valmis raportti julkaistiin yrityksen internet-sivuilla ja painettiin fyysiseksi lehdeksi, joka on lähetetty yrityksen tärkeimmille sidosryhmille. Vastuullisuusraportti on liitteenä työn lopussa (Liite 1). Vastuullisuusraportti raportoi yrityksen vastuullisuuden nykytilasta ja esittää tulevaisuuden tavoitteita vastuullisuudesta. Raportin vaikutuksia yrityksen liiketoimintaan ei ole kartoitettu tässä työssä, vaan työn tarkoitus on raportoida siitä, miten ja millä perusteilla yrityksen vastuullisuusraportti on laadittu.

ASIASANAT:

kestävä kehitys, yritysvastuu, vastuullisuusraportti, teollisuusyritys

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sustainable development

2017 | 53 + 20 Appendix pages

Miikka Kauppinen

# PRODUCING A CORPORATE SOCIAL REPORT TO A SMALL OR MEDIUM ENTERPRISE WORKING IN CLEANING INDUSTRY

- Pesupalvelu Hans Langh oy as a research subject and target for development

A corporate social responsibility (CSR) report was made for Pesupalvelu Hans Langh during the fall of 2016. This thesis was ordered by the company and its functional part was the finished report (Appendix 1). This work consists of the theory and literature knowledge considering corporate social responsibility and CSR reporting. Theory is applied in the work to make the report reliable and projecting the definitions of corporate social responsibility. While producing the report, a new model for CSR reporting was made for an industrial small or medium enterprise (SME).

Corporate social responsibility is defined as the voluntary actions of a company targeting towards sustainable development, which are made beyond legislation. A CSR report is a medium for reporting these actions for the stakeholders of the company. The goal of a CSR report is to create competitive advantage for a company and respond to the corporate responsibility demands of the stakeholders. The literature knowledge of CSR and CSR reporting are demonstrated at the beginning of this work.

2016 CSR report for Pesupalvelu Hans Langh was established based on the theories of corporate social responsibility. The finished report was published on the website of the company and was printed as a physical magazine, which was sent to the most important stakeholders of the company. The finished CSR report is in the appendix of this work (Appendix 1). The CSR report handles about the present state of the CSR actions of the company and presents the future goals of the company. The effects of the report were not measured in this work, because the goal of this work is to report the process of producing the CSR report.

## KEYWORDS:

sustainable development, corporate social responsibility, CSR reporting, industrial enterprise

# SISÄLTÖ

<b>KÄYTETYT LYHENTEET JA SANASTO</b>	<b>6</b>
<b>1 JOHDANTO</b>	<b>7</b>
<b>2 YRITYSVASTUU</b>	<b>9</b>
2.1 Modernin yritys vastuun historiaa	9
2.1.1 Taloudellinen vastuu	10
2.1.2 Ympäristövastuu	11
2.1.3 Sosiaalinen vastuu	11
2.2 Yritys vastuun nyt	12
2.2.1 Filantropia, vastuullisuuden integrointi ja vastuulliset innovaatiot	13
2.2.2 Yhteisarvon tuottaminen: Creating Shared Value (CSV)	14
2.3 Lainsäädäntö Suomessa ja yritys vastuun	15
2.3.1 Ympäristölainsäädäntö ja ympäristölupa	16
2.3.2 Sosiaalisen vastuun lainsäädäntö	18
2.3.3 Euroopan unionin säädökset yritys vastuusta	19
2.4 Ympäristö- ja laatu järjestelmät	19
2.5 Syitä vastuulliseen yritystoimintaan	21
2.5.1 Sidosryhmien odotukset	21
2.5.2 Riskienhallinta	23
2.5.3 Kustannustehokkuus	23
2.6 Yritys vastuun pk-yrityksissä	24
2.7 Yritys vastuun kritiikkiä	24
<b>3 VASTUULLISUUSRAPORTTI</b>	<b>27</b>
3.1 Vastuullisuusraportin historiaa	27
3.2 Vastuullisuusraportin tavoitteet ja hyödyt	28
3.3 Vastuullisuusraportin toteuttaminen	30
3.4 Viestinnän suhde käytännön vastuullisuuteen	31
3.5 Vastuullisuusraportoinnin kritiikkiä	34
<b>4 PESUPALVELU HANS LANGHIN VASTUULLISUUSRAPORTIN LAATIMINEN</b>	<b>36</b>
4.1 Pesupalvelu Hans Langh Oy yrityksenä	36
4.2 Yrityksen viestintästrategian luominen	37



4.3 Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuusraportin tavoitteet ja hyödyt	40
4.4 Vastuullisuusraportin toteuttaminen	41
4.4.1 Yritykseen perehtyminen ja suunnittelu	42
4.4.2 Yrityksen toiveet vastuullisuusviestinnästä	44
4.4.3 Aikataulu	46
4.4.4 Sisällön määrittely, tiedonkeruu ja sisällöntuotanto	47
4.4.5 Raportointi	48
4.5 Tulevaisuus ja kehityskohteet	49
<b>5 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>51</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>52</b>

## LIITTEET

Liite 1. Vastuullisuusraportti: Dirty job, environmentally done. Pesupalvelu Hans Langh.

## KUVIOT

Kuvio 1. Yritysvastuun kolme linkittyntä ulottuvuutta (Harmaala & Jallinoja 2013, 17).	12
Kuvio 2. Ympäristölupamenettely prosessikaaviona. (SYKE 2013)	18
Kuvio 3. Vastuullisuusraportin vaiheet GRI-ohjeistuksen mukaisesti (Niskala ym. 2013, 103).	31
Kuvio 4. Nelikenttä yritysvastuun suhteesta viestintään (Juutinen 2016, 52)	32
Kuvio 5. Yrityksen tarpeesta lopputuotteeksi eli vastuullisuusraportiksi.	38
Kuvio 6. Pesupalvelu Hans Langh Oy:n viestintästrategian toteutuksen aikataulu.	39
Kuvio 7. Pesupalvelu Hans Langhin viestintästrategialle määritetyt tavoitteet huhtikuussa 2016.	40
Kuvio 8. Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuusraportin sisällön tuottamisen vaiheet.	42
Kuvio 9. Hahmotelma Pesupalvelu Hans Langhin materiaali- ja energiavirroista, mikä laadittiin vastuullisuusraportin perehtymis- ja suunnitteluvaiheessa.	44

## TAULUKOT

Taulukko 1. Pesupalvelu Hans Langhin kanssa pidettyjen kokouksien aikataulu koskien yrityksen vastuullisuusraporttia.	46
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

## KÄYTETYT LYHENTEET JA SANASTO

Cleantech	Ympäristöteknologiaan perustuva yritys.
CSV	Creating Shared Value. Liiketoimintamalli, joka parantaa yrityksen taloudellista tulosta samalla kun tarjoaa ratkaisua joihinkin yhteiskunnallisiin ongelmiin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 255)
GRI	Global Reporting Initiative. Yritysten vapaaehtoiseen vastuullisuusraporttiin liittyvä ohjeisto, jolla organisaatio esittää tietoja ekologisesta, sosiaalisesta ja taloudellisesta vastuustaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 257)
Kestävä kehitys	Ihmiskunnan kehitys, joka tyydyttää yhteiskunnan nykytarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omiaan. (Juutinen 2016, 24)
PK-yritys	Pienet ja keskisuuret yritykset (PK-yritys) ovat yrityksiä, jossa työskentelee alle 250 henkilöä ja joiden liikevaihto ei ylitä 50 miljoonaa euroa. (Tilastokeskus 2016)
PR-toiminta	Yritykseen liittyvää mielikuvamarkkinointia, jonka tarkoitus on luoda vain myönteisiä kuvia yrityksestä sidosryhmille. (Kurki, 1999, 37)
Vastuullisuusraportti	Yrityksen kestävään kehitykseen liittyvien toimien raportointia tietyltä raportointikaudelta. (Rohweder 2004, 211)
Viherpesu	Green washing. Ristiriitaisuus yrityksen viestimässä ympäristöön liittyvän väittämän ja todellisten ominaisuuksien välillä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 266)
Yritysvastuu	Yrityksen vapaaehtoiset toimet, joilla yritys toteuttaa yhteiskuntavastuutaan sidosryhmien odotusten perusteella. (Harmaala & Jallinoja 2012, 16)

# 1 JOHDANTO

Vuoden 2016 syksyllä Pesupalvelu Hans Langhille laadittiin vastuullisuusraportti. Yrityksen ympäristöviestintää haluttiin kehittää, sillä yritys oli ylläpitänyt vuodesta 2000 lähtien ISO 14001 -ympäristöjohtamisstandardia, ja yrityksen toiminta sisälsi ympäristöluvanvaraisen öljyisten vesien käsittelylaitoksen. Yritys halusi tehdä sidosryhmilleen näkyväksi vapaaehtoiset toimet, jotka tähtäsivät ympäristön tilan parantamiseen, ja parhaaksi tavaksi tähän nähtiin vastuullisuusraportin tuottaminen ja julkaiseminen.

Pesupalvelu Hans Langh on teollisuusalalla toimiva puhdistukseen erikoistunut pk-yritys, joka työllisti vuonna 2016 noin 35 henkilöä. Pieniin ja keskisuuriin yrityksiin eli pk-yrityksiin kohdistuu usein verrattain pienempiä vastuullisuusodotuksia, sillä niiden sidosryhmät ovat huomattavasti pienempiä kuin suuryritysten. Myöskään mikään lainsäädäntö ei toistaiseksi velvoita pk-yrityksiä raportoimaan omasta vastuullisuudestaan, joten yritysvastuutoimet pk-yritysten keskuudessa ovat vapaaehtoisia.

Yritysvastuuraportin julkaiseminen on yritykselle strateginen päätös kuten muihinkin vastuullisuuteen tai kehitystrendeihin suhtautuminen. Yrityksen asiat voivat hyvinkin olla kunnossa, mutta yritystä seuraavien sidosryhmien näkökulmasta yritysvastuutiedot eivät ole välttämättä uskottavia. Tästä syystä yritys voi julkaista vastuullisuusraportin sidosryhmilleen samanlaisella päätöksellä kuin yritys päättää hallintojärjestelmien ja –käytäntöjen käyttöönotosta. (Niskala ym. 2013, 98.) Tällaisia järjestelmiä ovat muun muassa ISO 9001 ja ISO 14001 -johtamisstandardit, joita myös Pesupalvelu Hans Langh noudattaa.

Vastuullisuusraportti sisältää yleensä ympäristönäkökohtien lisäksi myös sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuuseen liittyviä näkökulmia. Vaikka Pesupalvelu Hans Langh halusi alun perin kehittää ympäristöviestintäänsä, yrityksen toiminta sisälsi myös muita yritysvastuullisuuden osa-alueita, jotka sisällytettiin vastuullisuusraporttiin.

Yritysvastuulla ja yrityksen yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan usein yritysten pyrkimystä kestävää kehitystä edistävään toimintaan. Yritysvastuullisuus tarkoittaa nimenomaan liiketoiminnan vastuullisuutta, missä liiketoiminnan vaikutukset tunnustetaan ja niiden haitat minimoidaan (Juutinen 2016, 25). Nykyisin yritysvastuulla tarkoitetaan yritysten vapaaehtoisia toimia, joilla yritys toteuttaa yhteiskuntavastuutaan eri sidosryh-

mien odotusten perusteella. Vapaaehtoisuudella tarkoitetaan lainsäädännön määräysten ja säädösten ylittäviä toimia. Usein yritys vastuuta tarkastellaan jaoteltuna taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristöön liittyvään vastuuseen. Nämä kolme elementtiä ovat keskenään riippuvuussuhteessa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 16-17.)

Tämä opinnäytetyö on Pesupalvelu Hans Langhin hankkeistama toiminnallinen opinnäytetyö. Yritykselle tuotettiin vuoden 2016 vastuullisuusraportti, mikä on tutkimuksen toiminnallinen osuus. Yritysvastuu ja vastuullisuusraportti nykymerkityksessään ovat suhteellisen nuoria ja alati muuttuvia käsitteitä. Onkin syytä määritellä perusteellisesti nämä käsitteet ennen vastuullisuusraportin laatimista, jotta raportointi taustat ja syyt olisivat perusteltuja ja vastaisivat myös todellisuudessa vastuullista yritystoimintaa. Tuotettu vastuullisuusraportti on liitteenä tämän työn lopussa (Liite 1). Kappaleet 2 ”Yritysvastuu” ja 3 ”Vastuullisuusraportti” pohjustavat teoreettiset lähtökohdat yritysvastuun määrittelylle ja vastuullisuusraportin laatimiselle. Kappale 4 kuvailee prosessia siitä, miten vastuullisuusraportti tuotettiin käytännössä Pesupalvelu Hans Langhille.

## 2 YRITYSVASTUU

Yritysvastuu määritellään monella eri tavalla ja sen yhteydessä käytetään lukuisia termejä, joiden merkitykset eroavat toisistaan hieman. Ajan saatossa yritysvastuun luonne on muuttunut, joten uusia käsitteitä on otettu käyttöön terävöittämään viestintää. Suomalaiset yritykset käyttävät yritysvastuustaan termejä kuten vastuullinen yritystoiminta, yhteiskuntavastuu, hyvä yrityskansalaisuus ja kestävän kehityksen mukainen yritystoiminta (Harmaala & Jallinoja 2012, 17). Tässä julkaisussa edellä mainittuja termejä käytetään synonyymeinä. Ensimmäiset maininnat yritysvastuullisuudesta sen nykymerkityksessä on esitetty 1990-luvulla ja ne ovat perustuneet kestävän kehityksen periaatteisiin.

Yritysten yhteiskuntavastuun voidaan katsoa alkaneeksi länsimaiden teollistumisen ja kaupungistumisen yhteydessä 1800-luvulla, kun muuttunut yhteiskunta johti moniin sosiaalisiin ongelmiin. Teollisuusomistajat vastasivat uusiin yhteiskunnallisiin ongelmiin hyväntekeväisyydellä, kuten rakennuttamalla asuntoja, kouluja ja kirkkoja ja tarjosivat terveydenhuoltoa sekä lainasivat rahaa. Sosiaalisten ongelmien ratkaiseminen oli teollisuusyrittäjien kannalta tärkeää, sillä vakaa yhteiskunta ja terveet työntekijät mahdollistivat heidän toimintansa. Ympäristön saastuminen alkoi myös teollistumisen myötä, mutta taloudellinen vaurastuminen nähtiin siihen aikaan arvokkaampana kuin puhdas ympäristö. Ympäristön pilaantuminen oli myös vahvasti paikallista. (Harmaala & Jallinoja 2012, 24–25.) Yritysten yhteiskuntavastuuta käsitellään joukkona välineellisiä näkemyksiä, tulkintoja ja ohjelmia, joilla yritykselle haetaan lisäarvoa, tuottoa ja mainetta. Toisaalta yritysvastuu nähdään myös itseisarvoisena moraalisen velvoitteenä. (Laitinen 2012, 73.)

### 2.1 Modernin yritysvastuun historiaa

Kestävä kehitys lanseerattiin terminä vuonna 1987 Gro Harlem Brundtlandin johtaman komission raportissa. Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan ihmiskunnan kehitystä, joka tyydyttää yhteiskunnan nykytarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omiaan. (Juutinen 2016, 24.) Ympäristötietoisuuden kasvaessa 1990-luvulla kestävän kehityksen käsite ilmestyi myös julkiseen keskusteluun. Kestävän kehityksen periaatteen mukaan kiinnitettiin huomiota myös yrityksen toiminnasta johtuviin pitkäaikaisiin

vaikutuksiin, joita ei oltu aiemmin tarkasteltu laajasti yrityssektorilla. Huomattiin, että yritysmaailmaan tarvittiin yleismaailmallisia ja konkreettisia vastuullisuusperiaatteita. (Jussila 2010, 7-8.)

Brittiläinen konsultti John Elkington esitteli vuonna 1994 konseptin ”the triple bottom line”, jonka mukaan yritysten tulisi laskea tulonsa ja menonsa pelkän talouden lisäksi myös ihmisiin ja luontoon kohdistuvista vaikutuksista. Täten saatiin käsitys liiketoiminnan kokonaiskustannuksista ja -vaikutuksista yhteiskunnassa. (Economist 2009.) Tilastokeskus on suomentanut käsitteen ”Triple bottom line” ”kolmoishyödyksi” (Tilastokeskus 2011). Tätä jakoa kolmeen: taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristöön (Kuvio 1) kohdistuvat vaikutukset on sovellettu myös lähes kaikissa muissa yritys vastuuseen liittyvissä mittareissa ja raporteissa.

Ympäristövastuu alkoi tarkentua myös 1990-luvulla erilaisten johtamisperiaatteiden ja –järjestelmien myötä. Ympäristöjohtamisen standardi ISO 14001 otettiin käyttöön 1997. Yritysvastuuseen lisättiin ympäristön lisäksi myös muut vastuualueet, jolloin yritys vastuun laajempaa kokonaisuutta alettiin nimittää termillä ”Corporate Social Responsibility, CSR”, joka käännettiin suomeksi ”Yritysten yhteiskuntavastuuksi”. (Kuisma 2015, 14.)

### 2.1.1 Taloudellinen vastuu

Vastuullinen yritys pitää huolta taloudellisesta tuottavuudestaan ja kannattavuudestaan pitkällä tähtäimellä. Jos yrityksen talous rakoilee, ei sillä ole edellytyksiä myöskään muiden vastuullisuuden osa-alueiden ylläpitoon. Lopulta taloudellinen vastuu viittaa siihen, millainen taloudellinen vaikutus yrityksellä on sen sidosryhmiin tarkoittaen esimerkiksi työntekijöiden palkkoja ja yhteiskunnalle maksettuja veroja. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2016.)

Monet vapaaehtoiset toimet ympäristön suojelemiseksi säästävät kustannuksissa. Esimerkiksi energiatehokkuuden lisääminen tai raaka-aineiden käytön tehostaminen vähentävät sekä kuluja että luonnonvaroja. Kustannuksissa säästäminen voi siis parantaa yrityksen kilpailukykyä ja kannattavuutta samalla säästäen luontoa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 59-60.)

Sidosryhmiin kohdistuvat taloudelliset vaikutukset saattavat olla myös välillisiä. Tällä tarkoitetaan esimerkiksi yrityksen toimialan kansantaloudellista merkitystä, innovaatioiden

yhteiskunnallista vaikutusta tai sijoitusten taloudellisia vaikutuksia. Välillisenä vaikutuksena voidaan pitää vaikkapa toiselta yritykseltä tehtyä tilausta ja siitä syntyviä työpaikkoja ja verotuloja. (Niskala ym. 2013, 17-18.)

### 2.1.2 Ympäristövastuu

Ympäristövastuuseen lasketaan kaikki liiketoiminnan välittömät ja välilliset vaikutukset, jotka kohdistuvat luontoon, ympäristöön ja ekosysteemeihin. Yritysvastuu 2010-luvulla keskittyy vahvasti yrityksen ympäristövaikutusten kartoittamiseen ja raportoimiseen negatiivisten vaikutusten vähentämiseksi.

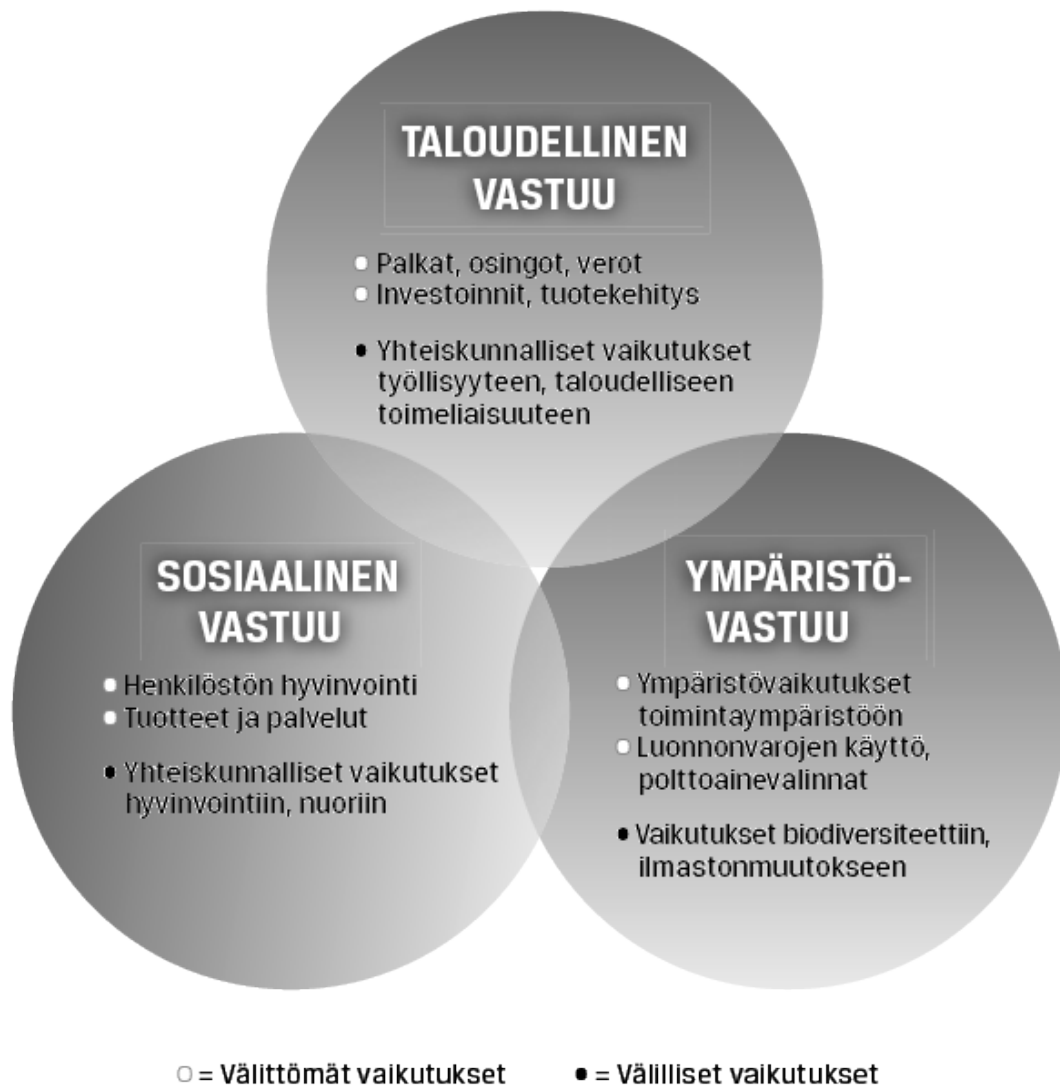
Ympäristövastuun kantamisessa keskeistä on tehokas ja säästäväinen luonnonvarojen käyttö, vesien, ilman ja maaperän suojeleminen, ilmastonmuutoksen torjunta ja luonnon monimuotoisuuden turvaaminen. Näiden vaikutusten selvittäminen koskee tuotteiden koko elinkaarta ja niiden toimitusketjuja. (Niskala ym. 2013, 18.)

Yleisimmät yritysvastuun tunnusluvut ovat materiaalin, energian ja veden käyttö, päästöt, jätteet, kuljetukset ja tuotteiden ympäristöominaisuudet. Ympäristövastuun perustana ovat usein yrityksen ympäristöpolitiikka ja ympäristöjohtamisjärjestelmät kuten ISO 14001 –standardi. (Kuisma 2015, 94.)

### 2.1.3 Sosiaalinen vastuu

Yrityksen sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat henkilöstön hyvinvointi ja kouluttaminen, vastuullinen rekrytointi ja irtisanominen, ihmisoikeuksien kunnioittaminen ja hyvät toimintatavat yritysverkostoissa ja lähiyhteisöissä. Myös sosiaalinen vastuu voidaan jakaa sekä välittömään että välilliseen vastuuseen. Välillisenä vaikutuksena voidaan nähdä esimerkiksi alihankkijoiden kohtelu tai valinta. (Niskala ym. 2013, 18.)

Henkilöstö on kaikkien yritysten merkittävä pääoma. Työntekijöiden ammattitaito ja hyvinvointi ovat suorassa yhteydessä yrityksen menestymiseen. Suomalaisessa työ kulttuurissa tämä on oivallettu jo kauan sitten, ja työntekijöiden oikeuksia säädellään vahvasti työlainsäädännöllä ja työehtosopimuksilla, joita valvovat työsuojelutarkastajat ja ammattiyhdistysliike. (Kuisma 2015, 126.)



Kuvio 1. Yritysvastuun kolme linkittyntä ulottuvuutta (Harmaala & Jallinoja 2013, 17).

## 2.2 Yritysvastuu nyt

Nykyinen yhteiskuntavastuu voidaan katsoa alkaneen YK:n alaisen UNEP:n ensimmäisestä yritysten vastuullisuuden raportointiohjeistuksesta vuonna 1999. Myöhemmin tästä ohjeistuksesta kehittyi edelleen yleisesti käytössä oleva Global Reporting Initiative eli GRI (Jussila 2010, 7-8). GRI:stä kerrotaan lisää tämän opinnäytetyön kappaleessa 3.3 *Vastuullisuusraportin toteuttaminen*.



### 2.2.1 Filantropia, vastuullisuuden integrointi ja vastuulliset innovaatiot

Vastuulliset toimet osana yritystoimintaa voidaan jakaa kolmeen päätyyppiin:

1. Filantropia eli hyväntekeväisyys
2. Vastuullisuuden integrointi liiketoiminnassa
3. Vastuullisuuden käyttö innovaatioiden lähteenä. (Halme & Laurila 2009, 325)

#### **Filantropia**

Filantrooppinen suhtautuminen yritysvastuuseen on sitä, että yrityksen varoja käytetään hyväntekeväisyyteen yrityksen ulkopuolella. Tällöin yritys harvemmin tavoittelee suoria liiketoimintahyötyjä vastuullisuudestaan, vaan pikemminkin kiillottaa mainettaan. (Joutsenvirta ym. 2011, 42-43.) Hyväntekeväisyys on taloudellisen hyvinvoinnin jakamista, mutta se ei kehitä yritystä tai sen prosesseja, vaan kohdentuu yrityksen ulkopuolelle.

Esimerkiksi suomalainen R-Kioski kampanjoi lokakuussa 2016 sillä, että se lahjoittaa jokaista ostettua kahvia ja vettä kohden 25 senttiä Syöpäsäätiön Roosa nauha –keräykseen (R-Kioski 2016). R-Kioskin kampanja on huomiota herättävä ja kantaaottava yritysvastuutoimi, ja se on luonteeltaan filantrooppinen. Lahjoitetut eurot ovat pois yrityksen liikevoitosta, joten vastuullisuustoimet eivät välittömästi sellaisenaan tuo taloudellista lisäarvoa yritykselle – paitsi imago- ja markkinointimielessä.

Vanha kiinalainen sananlasku kuuluu seuraavasti: ”Anna miehelle kala ja ruokit hänet päiväksi. Opetä hänet kalastamaan ja ruokit hänet loppuelämäksi.” Samaa sananlaskun viisautta voidaan soveltaa myös yritysvastuuseen. Yrityksen ulkopuolelle jäävä hyväntekeväisyys tekee hyvää lyhyellä tähtämellä, mutta ei takaa kestäviä tuloksia. Yrityksen toimintaan integroitu vastuullisuus sen sijaan tuottaa tulosta päivästä toiseen.

#### **Vastuullisuus integroituna liiketoimintaan**

Yritykset, jotka integroivat vastuullisuuden liiketoimintaansa, pyrkivät siihen, että yrityksen toimet vaikuttavat myönteisesti ympäristöön ja yhteiskuntaan. Tästä esimerkkinä toimivat laatu- ja ympäristöjohtamisjärjestelmät. Laatu- ja ympäristöjohtamisten suhdetta yritysvastuuseen käsitellään enemmän tämän työn luvussa 2.4.

Vastuullisuuden kohteita ovat yrityksen sidosryhmät eli asiakkaat, henkilöstö, tavaran-toimittajat ja paikalliset asukkaat. Vastuullisuus yhdistetään siis jo olemassa olevaan liiketoimintaan, jotta yrityksen sisäinen tehokkuus paranisi yhteiskunnan ja ympäristön näkökulmasta. (Joutsenvirta ym. 2011, 43, 45.)

### **Vastuullinen innovointi**

Vastuullisuusinnovointia tekevä yritys keskittyy ratkaisemaan ympäristö- tai yhteiskunta-ongelmia kehittämällä uusia tuotteita, palveluita tai liiketoimintamalleja. Yritys saattaa esimerkiksi kehittää tuotteen, jolla voidaan vähentää päästöjä tai lievittää köyhyyttä. Tätä voidaan pitää vastakohtana filantropialle, sillä yritys vastuun harjoittaminen innovaatioilla luo usein uusia työpaikkoja ja liiketoimimahdollisuuksia. Esimerkkinä tästä voidaan pitää esimerkiksi ekotehokkaiden tuotteiden ja palveluiden kehittämistä, minkä pyrkimys on tuottaa lopulta rahaa yritykselle. (Joutsenvirta ym. 2011, 43–44.)

Viime vuosina Suomessa on keskusteltu paljon cleantech-teollisuuden perustamisesta ja tukemisesta maassamme. Cleantech eli puhdas teknologia tarkoittaa tuotteita ja palveluita, jotka edistävät luonnonvarojen kestäväää käyttöä ja ehkäisevät liiketoiminnan kielteisiä ympäristövaikutuksia. Cleantech-yrityksiä voidaankin pitää esimerkkinä vastuullisen innovaation yritystoiminnasta.

#### **2.2.2 Yhteisarvon tuottaminen: Creating Shared Value (CSV)**

Yhteisarvon tuottaminen on kytköksissä vastuulliseen innovointiin. Creating Shared Value (CSV) eli yhteisarvon tuottaminen tarkoittaa liiketoimintamallia, joka vahvistaa yrityksen tuloksentekeyttä ratkaisten samalla jonkin yhteiskunnallisen ongelman (Harmaala & Jallinoja 2012, 255).

Yhteisarvon tuottamisen liiketoimintamallin kehitti Michael Porter vuonna 2011. Sen mukaan vastuullisuuden tulisi olla osa yrityksen kannattavuutta ja kilpailukykyä markkinoilla. Tavoitteena on liiketoiminnalla luoda tilanne, jossa liiketoiminnan arvo kasvaa, samalla kun yhteiskunnan olot paranevat. (Harmaala & Jallinoja 2012, 80.)

Esimerkkinä yhteisarvon tuottamisesta voidaan mainita yrityksen tekemät investoinnit paikalliseen infrastruktuuriin. Paremmat tiet auttavat yritysten raaka-ainesantia teh-

taalle ja tuotteiden toimittamista markkinoille, samalla kun paikallinen yhteisö hyötty paremmasta saavutettavuudesta ja turvallisemmasta työmatkasta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 80.)

### 2.3 Lainsäädäntö Suomessa ja yritysvastuu

Vastuullisen yritystoiminnan vähimmäistasona pidetään lakien ja säädösten noudattamista ja se antaa yritykselle oikeuden toimia markkinoilla. Lainsäädännön noudattamatta jättäminen aiheuttaa rangaistuksia ja maineen menettämisen, joka lopulta vaikuttaa myös yrityksen taloudelliseen menestykseen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 72–73.) Yritysvastuulla tarkoitetaan pääosin yritysten vapaaehtoisia toimia kestävän kehityksen edistämiseksi. Pelkästään lainsäädäntöä seuraava yritys on siis lainkuuliainen ja rehellinen yritys, mutta ei välttämättä vastuullinen.

Suomen ympäristölaki ja yrityslaki ovat viime vuosina muuttuneet enemmän kestäväää kehitystä tukeviksi, mikä on edesauttanut Suomessa yritys vastuun integroimista yritystoimintaan vahvemmin. Viimeisinä vuosikymmeninä yritykset ovat pyrkineet ennakoimaan lainsäädännön muutoksia, saavuttaakseen kilpailuetua muihin yrityksiin nähden (Harmaala & Jallinoja 2012, 73). Myös Euroopan unionin lait ja säädökset vaikuttavat suomalaisten yritysten toimintaan: EU hyväksyi vuonna 2014, että kaikkia yli 500 henkilöä työllistäviä yrityksiä veloitetaan julkaisemaan vuosittain vastuullisuusraportti (FIBS 2016). Direktiivi astuu voimaan vuonna 2017.

Suomen valtion kestäväää kehityksen tavoitteet on kirjattu vuonna 2013 myös uudistetun yhteiskuntasitoumukseen ”Suomi jonka haluamme 2050”. Sen mukaan Suomen hallitus sitoutuu muiden yhteiskunnallisten toimijoiden kanssa edistämään kestäväää kehitystä kaikessa työssään ja toiminnassaan. (Ympäristöministeriö 2013.)

Hallinnollisten ohjauskeinojen lisäksi valtio ohjaa yrityksiä sekä taloudellisesti että informatiivisesti. Verotus on yleisin ja vanhin taloudellisen ohjauksen keino (Rohweder 2004, 83–84). Taloudelliseen vastuuseen liittyväää lainsäädäntöää ei käsitellä tässä opinnäytetyössä syvällisemmin, sillä siihen liittyväää lainsäädäntö on laaja-alaista, eikä se liity ainoastaan yritys vastuuseen, vaan kaikkiin yhteiskunnan taloudellisiin toimintoihin.

### 2.3.1 Ympäristölainsäädäntö ja ympäristölupa

Suomen ympäristölainsäädäntö velvoittaa yrityksiä huolehtimaan ympäristönsuojelusta toiminnassaan ja olemaan tietoisia toimintansa aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Suomen ympäristölainsäädäntö lisääntyi 90-luvulla ja 2000-luvun alussa, mikä nähdään yhtenä konkreettisimmista vastuullisen liiketoiminnan alullepanijoista. (Harmaala & Jallinoja 2012, 203.)

Ympäristölainsäädäntö voidaan jakaa koskemaan joko yrityksen omaa toimintaa tai yrityksen valmistamia tuotteita tai palveluita. Suomen ympäristölainsäädäntö on pääosin yhtenäinen EU:n lainsäädännön kanssa osittain siitä syystä, että maiden välillä harmonisoidut lait ja säädökset helpottavat kansainvälistä kauppaa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 203.)

Ympäristölainsäädäntöä ohjaa kolme keskeistä periaatetta:

1. Varovaisuusperiaate
2. Saastuttaja maksaa -periaate
3. Ulkoiskustannusten sisäistäminen

Varovaisuusperiaate viittaa siihen, että tieteellisen näytön puuttuminen ei saa johtaa ympäristönsuojelutoimenpiteistä pidättäytymiseen. Osa varovaisuusperiaatteen ajajista toivoi, että samaa logiikkaa käytettäisiin myös silloin, kun tuotteen tai aineen turvallisuudesta terveydelle ei vielä ole riittävää näyttöä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 205.)

Saastuttaja maksaa -periaatteen mukaan ympäristövaikutuksen aiheuttaja on myös vastuussa tapahtuneiden vahinkojen korjaamisesta. Ennen tämän periaatteen siirtämistä osaksi lainsäädäntöä, suuri osa ympäristötuhoista aiheutuneista kustannuksista lankesi yhteiskunnan maksettaviksi. Yleisin esimerkki saastuttaja maksaa -periaatteesta on saastuneiden maa-alueiden kunnostus vanhojen huoltoasemien siirtyessä muuhun käyttöön. (Harmaala & Jallinoja 2012, 205.)

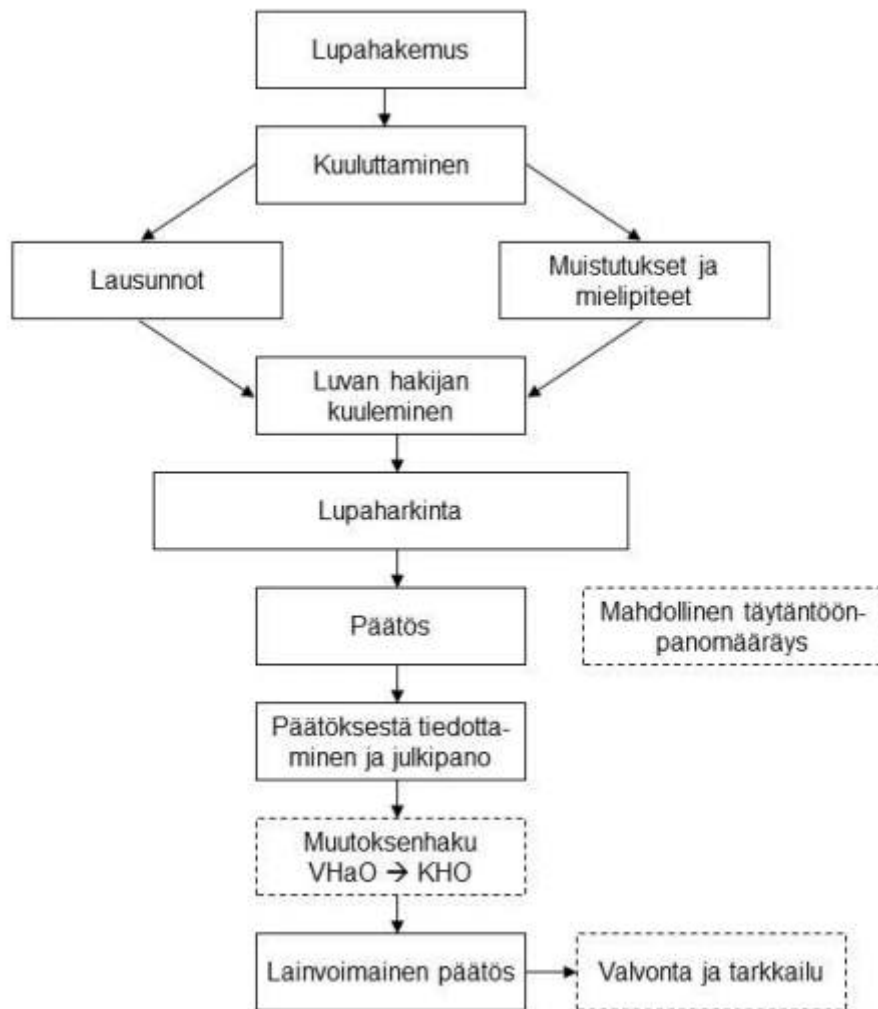
Ympäristövaikutusten ulkoiskustannukset ovat kustannuksia, jotka aiheutuvat tuotteen tai palvelun aiheuttamista haitoista ja jotka päätyvät ulkopuolisten maksettavaksi, koska haittojen kustannuksia ei ole sisällytetty myyntihintaan. Ne ovat siis kustannuksia, jotka todellisuudessa aiheutuvat yrityksen liiketoiminnasta, mutta joita yritys ei kuitenkaan vielä nykyisin maksa. Esimerkiksi paikallinen ilman saastuminen tehtaan seurauksena

saattaa sairastuttaa ihmisiä, mutta terveydenhuollon lisääntyneet kustannukset eivät päädy saastuttavan yrityksen maksettaviksi. (Harmaala & Jallinoja 2012, 205.)

## **Ympäristölupa**

Ympäristösuojelulakiin on kirjattu myös ympäristölupamenettely (Kuvio 2). Ympäristölle vaaraa aiheuttava toiminta vaatii lain mukaan ympäristöluvan. Tällaisia ovat muun muassa metsä-, metalli- ja kemianteollisuus, energiantuotanto, eläinsuojat ja kalankasvatus. Ympäristöluvassa annetaan määräyksiä esimerkiksi toiminnan laajuudesta, päästöistä ja niiden vähentämisestä. Luvan myöntämisen edellytyksenä on, että toiminnasta ei saa aiheutua vaaraa terveydelle tai merkittävää ympäristön pilaantumista tai haittaa. (SYKE 2013.)

Ympäristölupamenettely alkaa viranomaisten hakemuksesta tiedottamisesta, jolloin asianomaisilla kuten naapureilla on mahdollisuus esittää mielipiteitä hankkeesta. Lausuntojen kuulemisen jälkeen viranomainen tekee päätöksen luvasta. Jos lupa myönnetään, edellyttää se luvanhaltijalta raportointia, ja viranomaiset tarkkailevat ja valvovat toimintaa. (SYKE 2013.)



Kuvio 2. Ympäristölupamenettely prosessikaaviona. (SYKE 2013)

### 2.3.2 Sosiaalisen vastuun lainsäädäntö

Pohjoismaisessa hyvinvointivaltiossa on perinteisesti ollut paljon työntekijän ja työnantajan välistä suhdetta säätelevää työlainsäädäntöä. Sen tavoitteena on turvata henkilöstön oikeudenmukainen kohtelu työelämässä. Henkilöstön ja työnantajan välistä suhdetta valvovat sekä ammattiyhdistykset että viranomaiset. Näihin sosiaalisen vastuun lakeihin kuuluvat muun muassa työsopimuslaki, työaikalaki, vuosilomalaki, työterveyslaki ja eläkelaki. (Harmaala & Jallinoja 2012, 206–207.)

Viime vuosina keskusteluun ovat nousseet työpaikkojen tasa-arvo ja syrjintä. Sukupuolten välisen tasa-arvon ja syrjinnän vastaiset lait on säädetty Suomessa jo 1980-luvulla.

Lain mukaan avoimna olevia työpaikkoja on tarjottava sekä miehille että naisille ja urakehitys on taattava molemmille. Laki kieltää myös työnantajaa syrjimästä työnhakijoita tai työntekijöitä muillakaan perusteella kuten iän, terveydentilan, vammaisuuden, etnisen alkuperän, kansalaisuuden, sukupuolisen suuntautumisen, kielen, uskonnon, mielipiteen, vakaumuksen, perhesuhteiden, ammattiyhdistystoiminnan, poliittisen toiminnan tai muun näihin verrattavissa olevien seikkojen vuoksi. (Harmaala & Jallinoja 2012, 207.)

### 2.3.3 Euroopan unionin säädökset yritysvastuusta

Euroopan unionin linjaukset vaikuttavat myös Suomeen jäsenmaana. EU on viime vuosina antanut suosituksia yritysten vapaaehtoisesta yritysvastuusta direktiivien ja sitovien säädösten sijaan. Suomessa on toteutettu lainsäädännössä kaikki kestävään kehitykseen liittyvät keskeiset kansainväliset sopimukset ja EU-säädökset. (Rohweder 2004, 83.)

Viimeisen kymmenen vuoden aikana EU-komissio on tuottanut uutta ympäristö- ja kemikaalilainsäädäntöä ja julkaissut muun muassa oppaita yritysten ympäristökriteereistä ja sosiaalisista näkökohdista julkisissa hankinnoissa sekä päivittänyt oman yritysvastuustrategiansa vuonna 2011. Vuonna 2014 hyväksyttiin direktiivi, joka velvoittaa suuryrityksiä vuotuisen ei-taloudelliseen raportointiin eli vastuullisuusraportointiin. Jäsenvaltiot veloitettiin ottamaan raportointidirektiivi osaksi kansallista lainsäädäntöä vuodesta 2017 alkaen. Toimintakertomuksen yhteydessä yritysten tulee kertoa ympäristöasioista, sosiaalisista ja työntekijöihin liittyvistä seikoista, ihmisoikeuksista ja korruption torjunnasta. (Kuisma 2015, 36.)

### 2.4 Ympäristö- ja laatu järjestelmät

Ympäristöhallintajärjestelmä tarkoittaa yrityksen resurssien, rakenteiden, prosessien ja menettelytapojen toimintajärjestelmää, joka sisältää ympäristökatselmuksen, -politiikan, ympäristövaikutusten arvioinnin ja ympäristölaatu järjestelmän (Harmaala & Jallinoja 2012, 266). Ympäristöhallintajärjestelmää kutsutaan usein myös ympäristöjärjestelmäksi tai ympäristölaatu järjestelmäksi.

Ympäristöjärjestelmän rakentaminen yritykseen on osa yrityksen johtamista kohti vastuullisempaa yritystä. Sen perusidea on kartoittaa yrityksen nykytilanne ympäristö vastuullisuuden puitteissa, ja sen jälkeen asettaa vuosittain tavoitteita yrityksen toiminnan parantamisesta. Usein ympäristöjärjestelmä tähtää resurssien säästämiseen, vastuullisuuden integroimiseen osaksi yritystoimintaa, taloudelliseen hyötyyn ja kilpailukyvyn parantamiseen.

Laatu-, ympäristö- ja turvallisuusasioiden hallinta osana yrityksen johtamisjärjestelmää auttavat yritystä siirtämään vastuullista toimintaa suunnitelmasta käytäntöön. Tarkoitus ei ole rakentaa yritykseen omaa erillistä hallintajärjestelmää, vaan integroida standardien vaatimukset osaksi yrityksen johtoa ja toimintaa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 107.)

Onnistunut ympäristöasioiden hoitaminen edellyttää yritykseltä järjestelmällistä suunnittelua, ohjausta, seurantaa ja johtamista. Ympäristöjohtamisen apuna käytetään ympäristöhallintajärjestelmiä kuten ISO 14001 -standardia. (Pesonen ym. 2001, 5) Sidosryhmien on usein hankalaa saada tietoa, että onko ISO 14001 -järjestelmää käyttävä yritys todellisuudessa vähentänyt ympäristöhaittojaan, sillä järjestelmä ei velvoita minkäänlaiseen julkiseen raportointiin. (Rohweder 2004, 175.)

Ympäristöhallintajärjestelmässä selvitetään, minkälaisia ympäristövaikutuksia yrityksen toiminnot, tuotteet ja palvelut voivat aiheuttaa sekä normaalissa toiminnassa että poikkeustilanteissa. Ympäristövaikutusten selvittämisen jälkeen organisaation toimintatavat suunnitellaan siten, että ne aiheuttavat mahdollisimman vähän ympäristöhaittoja. Yrityksen työntekijät koulutetaan selvityksen perusteella toimimaan siten, että he voivat omassa työtehtävissään ehkäistä ja vähentää haitallisia ympäristövaikutuksia. (Pesonen ym. 2001, 8.)

Yritykset usein hakevat myös laatu- ja hallintajärjestelmilleen sertifikaatteja. Sertifikaatin tehtävä on osoittaa yrityksen sidosryhmille, että yrityksen ulkopuolinen henkilö on tarkastanut yrityksen myös todellisuudessa toteuttavan suunnitelmallista laatu- ja ympäristöjärjestelmää. Saadakseen sertifikaatin yrityksen tulee tilata hallintajärjestelmälleen auditointi eli tarkastus. Tällöin yrityksen ulkopuolinen valtuutettu auditoija käy läpi yrityksen laatuohjelmaan kirjatut toimet ja tavoitteet ja vertailee niitä käytännön kanssa. Auditointi tai sertifikaatti eivät kuitenkaan kerro vielä mitään yrityksen laadun tai ympäristöystävällisyyden tasosta vaan ainoastaan niihin liittyvien järjestelmien oikeanlaisesta toteutuksesta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 107–108.)



Kansainvälinen standardoimisjärjestö ISO eli International Organization for Standardization kehittää kansainvälisiä standardeja monen eri toimialan yrityksille. Organisaation ympäristöasioiden terävöittämiseksi ISO on valmistellut ISO 14001 -sarjan jo vuonna 1997. Standardin viimeisin versio ISO14001:2015 on julkaistu nimensä mukaisesti vuonna 2015, mutta standardisarjan peruseriaatteet ovat pysyneet kutakuinkin samoina sen lanseeraamisesta lähtien.

Ympäristöhallintajärjestelmän tarkoituksena on auttaa yrityksiä ja organisaatioita tunnistamaan, hallitsemaan, tarkkailemaan ja säätämään ympäristöön liittyviä kysymyksiä kaiken kattavasti. ISO 14001 -ympäristöjärjestelmä soveltuu kaiken kokoisille yrityksille ja organisaatioille, jotka haluavat tunnistaa ja vähentää ympäristövaikutuksiaan. (ISO 2015.)

## 2.5 Syitä vastuulliseen yritystoimintaan

Yritys perustuu aina taloudelliseen toimintaan, joten myös vastuullisuuden suurin kannustin yritykselle on sen taloudellinen arvo. Lainsäädäntö ja sanktiot motivoivat vastuullisuuteen, mutta varsinainen yritysvastuu perustuu aina vapaaehtoisuuteen. Sidosryhmien eli useimmiten asiakkaiden ja työntekijöiden toiveet ja odotukset kohdistuvat usein myös yrityksen vastuullisuuteen. Yritysvastuun painoarvo yrityksessä riippuu yrityksen toimialasta, markkinoista ja tilanteesta. Suomalainen PK-yritys huomioi ensisijaisesti Suomessa vallitsevan lainsäädännön ja suomalaiset sidosryhmät. (Harmaala & Jallinoja 2012, 58.)

Taloudellinen kasvu ja ympäristöystävällisyyteen panostaminen nähdään usein olevan ristiriidassa keskenään. Ennen ympäristönsuojelua pidettiin yrityksen kannalta vain kustannustekijänä ja tuottamattomana sijoituksena yritystoiminnalle. Nykyään ympäristöasiat kuuluvat kuitenkin yritysten tärkeimpiin tavoitteisiin, sillä ne nähdään kilpailuvalttina ja imagokysymyksenä. (Viitala & Jylhä 2004, 257.)

### 2.5.1 Sidosryhmien odotukset

Sidosryhmäajattelu on oleellinen osa yritysvastuuta, sillä ilman sidosryhmiä yritys ei olisi vastuussa kenellekään. Viimeistään 2000-luvulla eri sidosryhmät yritysten yhteistyökumppaneista asiakkaisiin ovat alkaneet vaatia vastuullisuutta yrityksiltä. Sidosryhmien

kasvaneet vaatimukset ja odotukset ovatkin yksi suurimmista kannustimista yritysvas-  
tuuseen.

Samalla kun sidosryhmien odotukset ovat kasvaneet, myös informaatioyhteiskunnan  
massaviestintävälineet ovat lisänneet sidosryhmien mahdollisuutta etsiä ja levittää tietoa  
ja toisaalta puuttua yritysten epäkohtiin. Sidoryhmälähtöinen ajattelu on johtanut siihen,  
että vastuullista toimintaa pidetään myös yleisesti taloudellisesti kannattavana ja kilpai-  
luvaltina. (Rohweder 2004, 86–87.)

Yrityksen sidoryhmiä ovat kaikki ne tahot, joiden kanssa yritys on tekemisissä — toi-  
saalta sidoryhmiin kuuluvat myös kaikki ne, joita yrityksen toimet koskettavat välittö-  
mästi tai välillisesti (Kuisma 2015, 71). Laajasti määriteltynä sidoryhmät ovat ryhmiä tai  
henkilöitä, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa, tai toisaalta jotka voivat vaikuttaa yrityksen  
toimintaan (Niskala ym. 2013, 72).

Sidosryhmiä on yleensä paljon, mutta osa sidosryhmistä on yritykselle tärkeämpiä avain-  
sidosryhmiä (Kuisma 2015, 71). Ensisijaisia sidoryhmiä ovat ryhmät, joiden kanssa yri-  
tyksellä on formaali eli sopimukseen perustuva suhde, ja muut sidoryhmät ovat toissi-  
jaisia sidoryhmiä (Niskala ym. 2013, 72). Yrityksen sisäisiin sidoryhmiin luetaan tyypil-  
lisesti omistajat, työntekijät ja johtajat; ulkoisia sidoryhmiä taas ovat asiakkaat, tavarantoimittajat, yhteistyökumppanit, kansalaisjärjestöt, ammattiyhdistysliikkeet, viranomaiset, tiedotusvälineet ja kilpailijat (Kuisma 2015, 71). Ulkoiset sidoryhmät voivat siis olla sekä ensisijaisia että toissijaisia sidoryhmiä. Sidoryhmien ristipaineessa yrityksen tulee löytää tasapaino siitä, minkä sidoryhmän kuunteleminen ja miellyttäminen ovat tärkeimpiä ja edullisimpia yritykselle.

Uusia asiakkaita ja markkinoita etsiessä tutkitaan asiakkaiden ja sidoryhmien odotuk-  
sia, joista pyritään havaitsemaan niin sanottuja heikkoja signaaleja. Sidoryhmien mieli-  
piteiden kuunteleminen ja kartoittaminen johtavat pohjan heikkojen signaalien tunnistamiselle. Esimerkiksi yritys, joka kuunteli joitakin vuosia sitten herkästi sidoryhmiään, olisi pystynyt erottamaan trendin ilmastonmuutoksesta huolestuneista ihmisistä ja heidän odotuksistaan yritystä kohtaan. Kyky ennakoida tulevaisuutta on menestyksekkään yritysjohton edellytys. (Juutinen, 2016, 141.)

### 2.5.2 Riskienhallinta

Riskienhallinta on perinteisin strategisen vastuullisuuden muoto. Yleensä se on vastausta yrityksen ulkoa tulleeseen kritiikkiin tai kritiikin ennaltaehkäisemistä. Yrityksen sidosryhmät haluavat vähentää merkittävästi yrityksen vaikutuksia ympäröivään yhteiskuntaan tarkoittaen ympäristövastuuta ja työntekijöiden oikeudenmukaista kohtelua. Riskienhallintastrategian merkitys on viime vuosina kasvanut, sillä kuluttajat ovat alkaneet pohtia kuluttamiseen liittyviä eettisiä valintoja. (Sitra 2013, 11–12.)

Riskejä on syytä myös tarkastella siten, että miten ne vaikuttavat yrityksen olennaisiin sidosryhmiin. Huonoilla tuloksilla, epäonnistumisella ja rikkomuksilla on huomattavasti suurempi julkisuusarvo kuin vastuullisella toiminnalla. Riskienhallintaan kuuluukin siis maineriskien kartoittaminen. Varsinkin suurissa yrityksissä riskejä tunnustetaan, arvioidaan, hallitaan, raportoidaan ja seurataan järjestelmällisesti. Sanonta ”meiltä meni viisitoista vuotta hyvän maineen rakentamisessa ja menetimme sen vartissa” on valitettavan totta monelle yritykselle. (Kuisma 2015, 76–77.)

Riskien tunnistamiseen liittyy olennaisesti sidosryhmien odotusten kartoittaminen ja priorisointi. Sidosryhmien kanssa käytävässä keskustelussa yrityksen tulisi tunnistaa nousemassa olevia uusia riskejä. Yrityksen tulee myös määritellä, miten riskeihin voidaan vastata eli miten toimitaan mahdollisessa ympäristöonnettomuustilanteessa tai alihankkijan sosiaalisen vastuun laiminlyömisessä. Tähän toimintaan liittyvä olennaisesti yrityksen tiedotuspolitiikka ja -käytännöt. Riskin sattuessa, avoimella ja harkitulla viestinnällä voidaan pienentää riskin vaikutuksia, mutta harkitsemattomilla lausunnoilla voidaan olennaisesti pahentaa yrityksen tilannetta ja mainetta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 97.)

### 2.5.3 Kustannustehokkuus

Perinteisin yritys vastuun peruste on resurssien säästäminen, sillä se näkyy heti yrityksen taloudessa. Kustannustehokkuus onkin suoraan rinnastettavissa kestävän kehityksen kolmeen eri ulottuvuuteen: säästämällä luontoa ja olemalla sosiaalisesti vastuullinen, yritys myös säästää usein rahaa ja on taloudellisesti vastuullinen.

Kun luonnonresursseja ja henkilöstöresursseja käytetään viisaammin, syntyy tehostuneista toiminnoista kustannussäästöjä (Sitra 2013, 12). Yrityksen taloudellinen vastuu

perustuukin talouden hyöty–kustannus -ajatteluun. Esimerkiksi energiatehokkuuden lisääminen, raaka-ainekäytön tehostaminen ja työmatkojen vähentäminen säästävät yrityksen kustannuksia ja samalla säästävät ympäristöä. Sosiaaliseen vastuuseen panostaminen säästää myös kustannuksia, sillä ammattitaitoiset ja tyytyväiset työntekijät ovat yleisesti myös tehokkaampia ja vähemmän poissa sairauksien takia. (Harmaala & Jallinoja 2012, 59.) Toisaalta yrityksen omiin ympäristövaikutuksiin perehtyminen ja rahamääräisten arvojen ja mittareiden määrittäminen saattavat johtaa yrityksen toiminnan tehostamiseen ja järjeistämiseen ja samalla myös kustannussäästöihin (Rohweder 2004, 214).

## 2.6 Yritysvastuu pk-yrityksissä

Vaikka yritysvastuusta puhutaankin lähinnä suurten yritysten yhteydessä, se on pk-yrityksille strateginen väline kilpailukyvyyn lisäämiseksi. Vastuullinen yritystoiminta vaikuttaa kilpailukykyyn positiivisesti esimerkiksi kohonneena asiakastytyväisyytenä, sitoutuneina työntekijöinä, kustannussäästöinä, kohentuneena imagona, positiivisena julkisuutena ja liikevaihdon kasvuna johtuen kaikista edellä mainituista seikoista. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009.)

Pk-yritykset ovat strategisesti joustavampia kuin suuremmat kilpailijansa, mikä mahdollistaa nopean tarttumisen yrityksen vastuullisuuden parantamiseen. Pienet ja keskisuuret yritykset työllistävät 60 prosenttia suomalaisista, joten näiden yritysten vastuullisuus korostuu suomalaisessa yhteiskunnassa. Lisäksi vastuullisuus on hyvää liiketoimintaa. Aiemmin ollaan ajateltu, että yrityksen ainoa tehtävä on tehdä voittoa mahdollisimman pienillä negatiivisilla vaikutuksilla. Nykyään ajatellaan myös, että yrityksen tehtävä on tehdä voittoa mahdollisimman suurilla positiivisilla vaikutuksilla. Sijoittajien silmissä vastuullisuus siis kuvastaa sitä, että yritys tuo ratkaisuja ympäristöongelmiin tai köyhyyteen. (Sitra 2013, 5–6.)

## 2.7 Yritysvastuun kritiikkiä

Yritysvastuu perustuu moniin erilaisiin näkemyksiin ja ideologioihin. Joidenkin mielestä vastuullisuus pitäisi olla itsestäänselvyys osana liiketoimintaa ja toisten mielestä yri-

tysten vastuullisuus on vain silmänlumetta. Yritysvastuuta onkin kritisoitu sen alkutaipaleelta lähtien, ja niin taloustieteilijät, elinkeinoelämän edustajat ja kansalaisjärjestöt ovat esittäneet kritiikkiä eri kannoilta (Harmaala & Jallinoja 2012, 58.)

Harmaala & Jallinojan Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta (2012, 28) mukaan yritysvastuun kritiikki voidaan jakaa neljään ryhmään:

1. Yritysvastuu liiketoiminnan haittana
2. Yritysvastuu vain liiketoiminnan hyödyntämiskeinona
3. Epäselvä yritysvastuu
4. Tehoton yritysvastuu

Uusliberalistisen talousajattelun mukaan taloudellisen toiminnan pitäisi pyrkiä normien vähentämiseen, vapaaseen kilpailuun, valtion tulonsiirtojen vähentämiseen ja kansainvälisten kaupan esteiden purkamiseen. Tunnettu uusliberaali ekonomisti Milton Friedman julkaisi vuonna 1970 artikkelin ”The social responsibility of business is to increase its profits (suomeksi: Yritysten yhteiskuntavastuu vähentää yritysten voittoja). Miltonin mukaan yritysvastuun ja osakkeenomistajien voitontavoittelun välillä on perusteellinen ristiriita. Miltonin mielestä yritysten tulisi toimia vastuullisesti vain, mikäli toimet vastuullisuudesta kasvattavat yrityksen voittoja. Näkemyksen mukaan siis yritysvastuu aiheuttaa useimmiten vain haittaa liiketoiminnalle. (Harmaala & Jallinoja 2012, 28.)

Milton Friedmanin näkemykselle on varsinkin 2000-luvulla esitetty päinvastaista kritiikkiä. Kritiikin mukaan yritykset eivät aidosti ole huolissaan yhteiskunnallisista epäkohdista ja kestävän kehityksen periaatteiden toteutumisesta vaan yritykset tavoittelevat vastuullisuudellaan ainoastaan liiketoimintahyötyjä. Tämän näkökulman mukaan yritysten tehtävä on luoda hyvinvointia yhteiskunnalle eikä pelkästään pienelle osakkeenomistajajoukolle. Tämän johdosta yrityksen kuuluisi siis kantaa laajasti yhteiskunnallista vastuuta kaikessa toiminnassaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 28.)

Vastuulliset innovaatiot ja Creating Shared Value -periaatteen yritykset ovat tämän näkökulman mukaan ainoastaan vastuullisia sen taloudellisten hyötyjen tähden. Toisaalta taloudellinen hyöty, sosiaalinen hyvinvointi ja ympäristövastuu ovat kaikki toisistaan riippuvaisia, joten ilman taloudellista hyötyä yritysvastuu koituisi liiketoiminnan haitaksi.

Yritysvastuu on suurilta osin riippuvainen siitä, mitä yrityksen sidosryhmät odottavat siltä. Monien mielestä yritykset rajaavat vastuunsa edelleenkin hyvin suppeasti. Varsinkin globaalien yritysten odotetaan osallistuvan varsinkin kehittyvien maiden yhteiskunnan ja politiikan rakentamiseen pelkkien työolojen tai työoikeuksien sijaan. Toisten mielestä taas yrityksiä ei pitäisi sotkeutua valtioiden politiikkaan vaan verojenmaksamisen kautta auttaa yhteisöjä toimintamaassaan, jotta varoilla voitaisiin kehittää yhteiskunnallista infrastruktuuria ja ihmisten osaamistasoa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 28–29.)

Joidenkin mielestä yritysvastuun avulla ei ole saavutettu yhteiskunnallisia tai liiketoiminnallisia tavoitteita. Kritiikin mukaan siis yritysvastuun järjestelmiä tulisi kehittää edelleen, jotta niillä olisi jotain yhteiskunnallista vaikutusta. Varsinkin globalisaatiota ja sen vaikutuksia tutkineet kansalaisjärjestöt ovat kritisoineet kansainvälisiä korporatioita ja niiden toimimista kehittyvissä maissa. Kritiikin mukaan yritykset saattavat pitää huolta ympäristöstä ja sidosryhmistään länsimaisessa toimintaympäristössä, mutta samalla sulkea silmänsä eriarvoisuudelta ja toiminnan epäedullisilta vaikutuksilta kehitysmaissa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 29.)

### 3 VASTUULLISUUSRAPORTTI

Yritysvastuu on monisyinen ja alati muuttuva käsite. Yritykset haluavat usein viestiä vastuullisuuteen liittyvistä toimistaan, sillä lainsäädännön ylittävä vaivannäkö liiketoiminnan parantamiseksi nähdään kilpailuvaltina. Myös sidosryhmien odotuksiin vastaaminen on helpompaa, kun toiminta on tehty läpinäkyväksi raportoinnilla. Vastuullisuusraportti, joka sisältää kaikki kolme kestävän kehityksen ulottuvuutta onkin tehokkain ja yleisin tapa viestiä yritysvastuusta sidosryhmille.

Yritysvastuuseen liittyvä raportointi tarkoittaa yrityksen kestävään kehitykseen liittyvien toimien raportointia tietyltä raportointikaudelta. Vastuullisuusraportti on tarkoitettu väli-neeaksi sekä yrityksen sisäiseen että ulkoiseen viestintään. Raportointikäytäntöön kuuluu, että yritys kertoo läpinäkyvästi seuraavista aihealueista: mitä yritys on tehnyt vastuullisesti ja miten se vaikuttaa kestävään kehitykseen sekä mitä vaikutuksille on tehty ja tullaan tekemään. Yleensä vastuullisuusraportti muistuttaa yrityksen vuosikertomusraporttia ja se julkaistaan painettuna ja Internet-julkaisuna. (Rohweder 2004, 211.)

#### 3.1 Vastuullisuusraportin historiaa

Yhteiskuntavastuuseen liittyvät vapaaehtoiset raportit ovat tulleet tilinpäätöstietojen rinnalle yritysmaailmaan. Yritysvastuuraportoinnin tausta-ajatuksena pidetään yrityksiä tiivistävyyden käsitettä. 1980-luvulla tapahtuneet erilaiset ympäristöön ja sosiaaliseen vastuuseen liittyneet skandaalit johtivat siihen, että monet sidosryhmät alkoivat vaatia yrityksiltä yhä laajempia ja tarkempia selontekoja vastuullisuudesta. Määräajoin tehtävät raportit nähtiin selkeimmäksi ratkaisuksi, ja yhteiskuntavastuun raportointi koettiin edistävän avoimuutta ja läpinäkyvyyttä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 221.)

Ympäristöraportointi alkoi 1990-luvun alussa ja ensimmäisiä raportteja julkaisivat kemianteollisuuden, metsäteollisuuden ja energiateollisuuden yhtiöt. Kun kestävän kehityksen sosiaalinen vastuu nousi myös yleisessä keskustelussa tarkasteluun, alkoivat yritykset raportoida sosiaalisesta vastuustaan. 2000-luvun alussa yritykset alkoivat julkaista raportteja, joissa otettiin huomioon kestävän kehityksen kaikki kolme ulottuvuutta, ja edistyneisimmät yritykset yhdistivät vastuullisuusraportoinnin osaksi taloudellista vuosikertomusta. (Rohweder 2004, 211–212.)

Yritysvastuuseen liittyvä raportointi on suurilta osin yrityksille vapaaehtoista. Ainoastaan ympäristölupiin sisältyvät, lähinnä päästöjä koskevat asiat on raportoitava viranomaisille. Esimerkiksi yritykset, jotka ovat hankkineet vapaaehtoisen ympäristö- tai laatu-järjestelmän kuten ISO 14001, eivät toistaiseksi ole velvoitettuja minkäänlaiseen raportointiin. (Rohweder 2004, 212.)

Euroopan unioni hyväksyi 2014 direktiivin, joka velvoittaa kaikkia yli 500 henkilöä työllistäviä suuryrityksiä julkaisemaan vuosittain vastuullisuusraportin vuodesta 2017 alkaen. Direktiivin mukaan yritysten tulee vuosikertomuksensa yhteydessä julkistaa selvitys kestävään kehitykseen liittyvistä toimistaan, ja kertoa toimintalinjoihin liittyvistä riskeistä ja niiden hallinnasta. Suomessa direktiivin piiriin kuuluu noin 80–90 yritystä, mutta muut suomalaiset yritykset voivat julkaista vastuullisuusraportin vapaaehtoisesti. FIBS Ry:n yritys vastuututkimuksen mukaan vuonna 2016 48 % kyselyyn vastanneista suurista ja keskisuurista suomalaisista yrityksistä raportoi vastuullisuudestaan. (FIBS 2016)

### 3.2 Vastuullisuusraportin tavoitteet ja hyödyt

Yritysjohdon kannalta yritys vastuullisuudesta raportointi on hyvä johtamisen väline, sillä raportointiprosessissa selvitetään, mitä ja kuinka laajasti yrityksen sidosryhmät painottavat vastuullisuutta. Yleisesti hyväksytyt raportointiohjeet toimivat ohjausvälineinä ja vertailukohtana yrityksen vastuullisuuden kehittämiseksi. Samalla raportointiohjeistukset toimivat ohjenuorana vastuullisuuteen ja auttavat asettamaan yrityksen johdolle tavoitteita, jotka tukevat myös yrityksen liiketoimintaa. (Niskala ym. 2013, 98–99)

Yrityksen yhteiskuntavastuun raportointi on keino tuottaa tietoa yrityksen päätöksenteon tueksi sekä sisäisesti että ulkoisesti. Raportointi auttaa pienentämään yrityksen maineen menettämisen riskiä, sillä sen avulla voidaan avoimesti viestiä sidosryhmille heitä kiinnostavista asioista. (Harmaala & Jallinoja 2012, 221–222.)

Vastuullisuusraporttia pidetään tehokkaana välineenä yrityksen ja sidosryhmien välisessä vuorovaikutuksessa. Raportin kautta yritys voi viestiä sidosryhmilleen vastuullisuuteen liittyvästä osaamisesta ja luoda luottamusta yrityksen ja sidosryhmien välille. (Rohweder 2004, 212) Viestintäprosessin alussa yrityksen tai organisaation tulee määrittellä tavoitellut kohderyhmät, jotta tiedetään kenelle viesti kohdennetaan (Harmaala & Jallinoja 2012, 164).



Sidosryhmiä kiinnostaa myös toimitusjohtajan puheenvuoro, josta käy ilmi yrityksen johdon aito sitoutuminen vastuullisuuteen. Raportissa tulisi kertoa hyvien uutisten lisäksi myös havaituista kehityskohteista ja siitä, miten niihin aiotaan vaikuttaa. Vuorovaikutuksen kannalta olisi hyvä, että olisi valmiiksi muotoillut palautelomakkeet tai ainakin yhteystiedot, joiden avulla lukijoita kannustetaan palautteeseen. Verkossa olevan raportin selkeä etu on sidosryhmien kanssa helpompi vuorovaikutus. (Rohweder 2004, 231.)

Yritysrakenteet ja toimitusketjut ovat usein monimutkaisia ja edellyttävät jatkuvaa vuorovaikutusta sijoittajien, asiakkaiden, toimittajien, henkilöstön ja yhteistyökumppaneiden välillä. Yritysvastuuraportti on tehokas tapa viestittää yrityksen vastuullisuudesta sidosryhmille, ja se on usein mielekkäämpää kuin vastata sidosryhmien esittämiin yksittäisiin kyselyihin. Raportti tuo yrityksen toimintaan läpinäkyvyyttä ja avoimuutta, jolloin myös sidosryhmät pystyvät ymmärtämään yrityksen tavoitteita ja suunnitelmia vastuullisuudesta. (Niskala ym. 2013, 99) Eri sidosryhmillä on erilaisia tietotarpeita, ja sen takia yritys vastuun viestintä pitäisi räätälöidä kohderyhmäkohtaisesti (Kuisma 2015, 213).

Ympäristö- tai vastuullisuusraportin tehtävinä voidaan pitää ulkoisen tiedon tuottamista ja PR-toimintaa. Nämä kaksi eroavat toisistaan niin kohderyhmän kuin sisällöllisten tavoitteiden osalta. Ulkoista viestintää toteutetaan lähinnä yrityksen tärkeimmille sidosryhmille, kun taas PR-toiminta suunnataan suurelle yleisölle. PR-toiminnalla tarkoitetaan usein yritykseen liittyvää mielikuvamarkkinointia, jonka tarkoitus on luoda vain myönteisiä kuvia yrityksestä sidosryhmille. Tärkeimmille yrityksen sidosryhmille tuotettavan tiedon tulisi olla merkittävää, kattavaa ja systemaattista tietoa, jonka avulla turvataan luottamus yritykseen. PR-tehtävän täyttämässä yritykset voivat vapaammin päättää, mitä asioita he kertovat ja painottavat, eikä tiedon täydy olla niin kattavaa kuin ulkoisen viestinnän tärkeimmille sidosryhmille. Yritykset usein nostavatkin myönteiset ympäristöteot esiin ja jättävät negatiiviset vaikutukset taka-alalle. Tästä syystä ympäristöviestintään tarvittaisiin sitovia normeja. (Kurki 1999, 37.)

Vastuullisuus ei suhteellisen pitkästä historiastaan huolimatta ole vielä kovinkaan suuri teema markkinoinnissa ja mainonnassa. Syynä tähän voidaan nähdä Suomessa vallitseva hyvin tiukka kuluttajansuojalainsäädäntö, joka kieltää harhaanjohtavan markkinoinnin. Ympäristövaihtamien on ollut vaikea saada kiistattomiksi, joten turvallisin ratkaisu on tukeutua tuotemarkkinoinnissa puolueettomiin ympäristömerkkeihin ja sertifikaatteihin. Suomessa kuluttaja-asiamies on julkaissut Ympäristömarkkinoinnin ohjeet ensimmäistä kertaa vuonna 1992 ja ne on päivitetty vuonna 2002, mutta edelleenkin yritys vastuusta tällaisia ohjeita ei ole olemassa. (Kuisma 2015, 216.)

Markkinoinnin tarkoituksena on tuottaa yritykselle voittoa ja asiakkaalle hyötyä. Vastuullisuusmarkkinoinnissa kyse on usein imagomarkkinoinnista, sillä ympäristöystävällisten tuotteiden markkinointiin pätevät samat lainalaisuudet kuin tavanomaiseen markkinointiin. Tästä huolimatta vastuullisuusmarkkinointi voidaan nähdä perinteistä markkinointia laajemmaksi ja pitkäjänteisemmäksi. Kun tavanomainen markkinointi keskittyy tuotteisiin, asiakkaisiin ja yrityksiin, vastuullisuusmarkkinointi käsittelee myös yhteiskuntaa, ympäristöä ja tulevaisuutta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 146.)

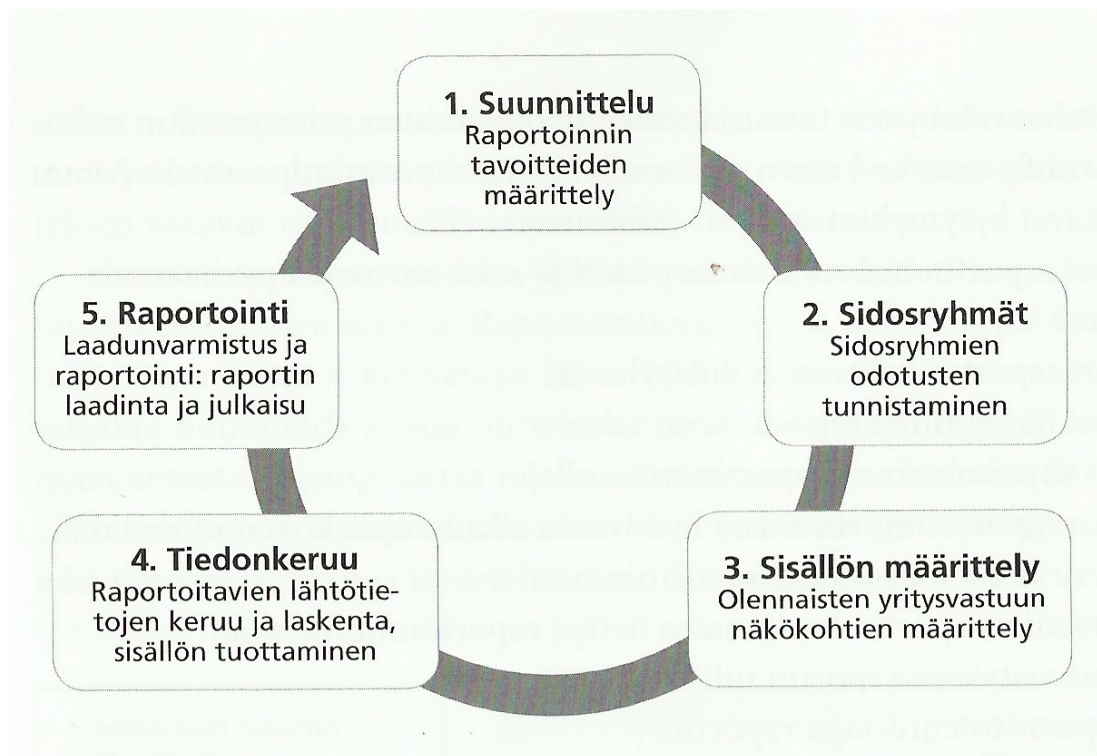
### 3.3 Vastuullisuusraportin toteuttaminen

Lainsäädäntö tai laatu- ja ympäristöjärjestelmät eivät velvoita yrityksiä minkäänlaiseen vastuullisuusraportointiin, joten jokainen yritys saa itse päättää millaisen vastuullisuusraportin he haluavat julkaista. On olemassa yleistyneitä malleja ja käytäntöjä, joilla on pyritty tekemään vastuullisuusraportti systemaattiseksi ja vertailukelpoiseksi. Yritysten toimialojen laajuus ja sitä myöten myös vastuullisuusodotusten ja –vaikutusten erilaisuus tosin vaikeuttaa yleispätevien raporttikäytäntöjen toteuttamista.

Vastuullisuusraporteista yleisimpänä ja käytetyimpänä voidaan pitää GRI- eli Global Reporting Initiative -ohjeistusta. GRI:n ohjeisto syntyi osana sidosryhmäprosessia, jonka suurimpina kehittäjinä olivat Yhdistyneiden kansakuntien ympäristöohjelma eli UNEP (United National Environmental Programme) ja kestävää kehitystä yritysmaailmassa globaalisti ajava CERES-yhteenliittymä (Coalition for Environmentally Responsible Economies). GRI-raportin suurimmat kriteerit ovat tiedon tasapuolisuus, selkeys, täsmällisyys, oikea-aikaisuus, vertailukelpoisuus ja luotettavuus. (Harmaala & Jallinoja 2012, 224–225.)

GRI-ohjeisto sisältää kaikkien organisaatioiden yhteiskuntavastuuraportointia ohjailevaa ohjeistoa ja sitä on täydennetty teknisillä laskentaohjeilla. Lisäksi GRI-ohjeistoon kuuluu joitakin toimialoja täydentäviä raportointiohjeita, sillä joidenkin toimialojen erityispiirteet on syytä esittää niille erikseen suunnitelluilla ohjeistoilla. GRI-ohjeisto antaa suosituksen yhteiskuntavastuuraporttiin ja asettaa vähimmäistasovaatimuksen organisaation raportoinnille. Osa raportoitavista elementeistä sisältää kvalitatiivista kuvausta esimerkiksi yrityksen tavoitteista ja johtamisjärjestelmästä. Osa raportista taas koostuu kvantitatiivisesta aineistoista eli tunnusluvuista ja indikaattoreista, jotka koskevat yrityksen ympäristöön liittyvään, sosiaalista vastuuta koskevaan ja taloudelliseen vastuuseen liittyvistä tunnusluvuista. (Harmaala & Jallinoja 2012, 225–226.)

GRI-ohjeiston mukaan raportointi koostuu viidestä vaiheesta (Kuvio 3). Suunnitteluvaiheessa päätetään raportin aikataulu, resurssit ja yksityiskohtainen sisältö. Sidosryhmien odotusten tunnistaminen ja määrittely ovat oleellinen osa onnistunutta raportointia. Tässä vaiheessa tulisi määrittellä raportin tärkeimmät kohderyhmät ja se, osallistetaanko sidosryhmiä raportointiprosessiin. Raportin sisällön määrittelyn avulla on tarkoitus konkretisoida se, mitä raportin tuottamisella tavoitellaan. Tämä vaihe määrittää uudelleen sen, kuinka paljon raportin tuottamiseen vaaditaan resursseja ja kuinka laajamittainen raportista on tarkoitus tuottaa. Samalla tehdään tiedonkeruu sen perusteella, mitä on suunniteltu. Laadintavaiheessa kiinnitetään huomiota vielä siihen, miten tieto tuodaan esiin ymmärrettävällä tavalla, ja vastaako sisältö sidosryhmien odotuksiin. Viimeinen vaihe on raportin julkaisu. (Niskala ym. 103-105.)



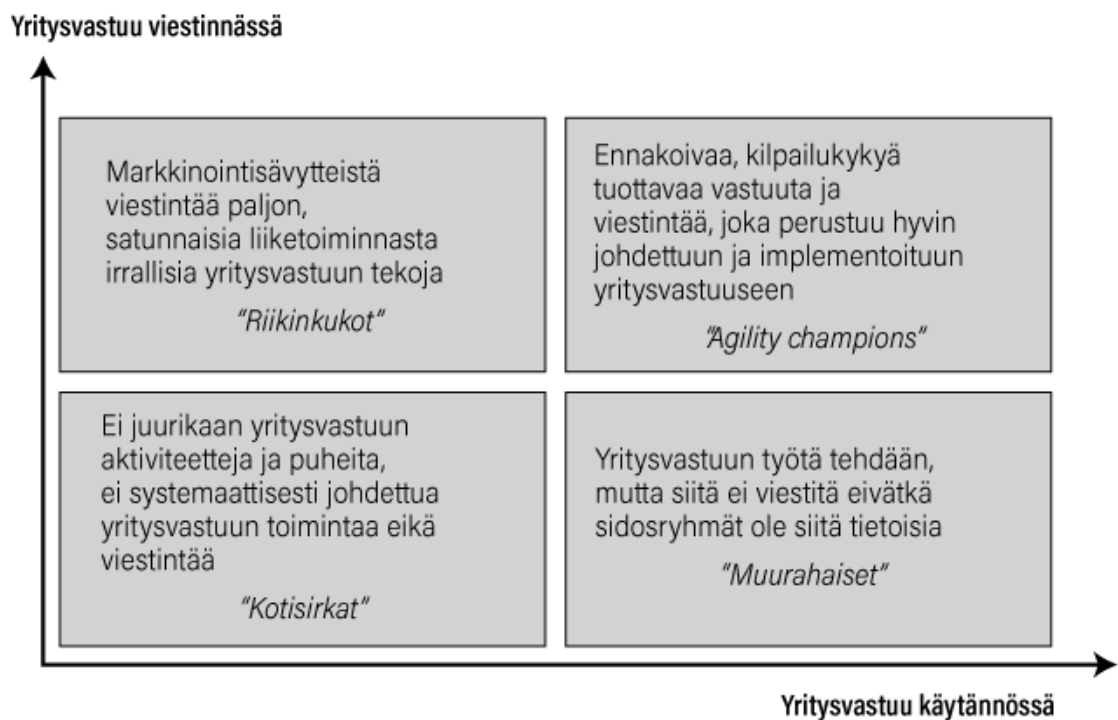
Kuvio 3. Vastuullisuusraportin vaiheet GRI-ohjeistuksen mukaisesti (Niskala ym. 2013, 103).

### 3.4 Viestinnän suhde käytännön vastuullisuuteen

Viestintä on oleellinen osa yritysvastuuta, sillä sidosryhmien tarpeisiin ja odotuksiin vastaamiseen helpoin väline on viestintäkanavien käyttäminen. Puhutaan myös paljon vi-

herpesusta eli harhaan johtavasta markkinoinnista, jossa palvelua tai tuotetta mainostetaan ympäristöystävälliseksi vailla totuus pohjaa. Tämän takia yrityksen tulisi olla tietoinen siitä, millä tavalla heidän viestintänsä kuvaa todellisuudessa toteutuvaa yritysvastuuta.

Sirpa Juutisen Strategisen yritysvastuun käsikirjassa (2016) on esitetty neljä erilaista tyyppiä yritysten viestinnän suhteessa vastuullisuuteen (Kuvio 4). Toiset yritykset viestivät enemmän teoistaan, kun taas toiset saattavat olla hyvinkin vastuullisia, vaikka eivät viestikään siitä sidosryhmilleen.



Kuvio 4. Nelikenttä yritysvastuun suhteesta viestintään (Juutinen 2016, 52)

Yrityksiä, jotka suhtautuvat vastuullisuuteen satunnaisena harjoituksen, Juutinen kutsuu "kotisirkkoiksi". Näille yrityksille ominaista on se, että yrityksen suhdetta vastuullisuuteen ei ole missään vaiheessa määritelly. Vastuullisuusviestintä ei ole systemaattista ja se perustuu lähinnä esitettyihin vaatimuksiin ja kysymyksiin reagointiin. Yrityksen vastuullisuuden sidottuna "kotisirkkuus" tarkoittaa mukavaa ja paikoillaan pysyvää ilmapiiriä, jossa muutosvaatimukset koetaan uhkana. Tällaiset yritykset eivät ole yleensä valmiita muuttamaan toimintaansa, vaan jokaiseen vastuullisuusvaatimukseen vastataan yrityk-

sen historiaan viitaten. Tyydytään toteamaan ”ainahan yrityksemme on toiminut vastuullisesti”, eikä sidosryhmien muuttuneista odotuksista haluta ottaa selvää. (Juutinen 2016, 53.)

Juutinen kutsuu ”riikinkukoiksi” yrityksiä, jotka toteuttavat vastuullisuutta lähinnä markkinointikikkana. Näille yrityksille on ensisijaista täyttää markkinoinnin keinoin asiakkaiden oletettuja vastuullisuusodotuksia. Systemaattista kartoitusta sidosryhmien odotuksista tosin ole tehty, eikä täten yritykselle oleellisia yritys vastuun näkökulmia ole kartoitettu. Yritys saattaa toteuttaa joitakin kampanjoita ja hyväntekeväisyysponsorointia – näistä toimista raportointi nähdään lopulta yritys vastuuna. Raportointi ei kuitenkaan kestä kriittistä tarkastelua, sillä yritys ei ole missään vaiheessa integroinut systemaattista yritys vastuuta osaksi liiketoimintaa. (Juutinen 2016, 54.)

”Muurahaiset”, kuten Juutinen näitä yrityksiä nimittää, ovat yritys vastuun ahkerajia, jotka puurtavat yrityksen sisällä kohti vastuullista yritystä. Vastuullisuus keskittyy yrityksen operationaalisen tason parantamiseen kuten henkilöstöpolitiikan parannuksiin. Toiminta uusintaa hyvää yrityskulttuuria, mutta ei silti systemaattisesti toteuta yritys vastuun päämääriä. Ominaista näille ”muurahaisille” on se, että ne eivät raportoivat parannustoimistaan yritys vastuuna, koska parannettuja asioita ei koeta erityisen mainostettaviksi. Yrityksen vastuullisuus ei siis näy sidosryhmille eikä markkinoille, jolloin suuri osa yritys vastuun hyödyistä jää saavuttamatta. (Juutinen 2016, 54.)

”Agility championit” eli yritys vastuun ketteryysmestarit toteuttavat Juutisen mukaan yritys vastuutaan osana liiketoimintaa ja tähtäävät sillä yrityksen kilpailukykyyn parantamiseen. Yritys vastuun menetelmiä käytetään markkinoiden ja sidosryhmien signaalien tunnistamiseen ja ymmärtämiseen. Yrityksellä on tästä syystä mahdollisuus ennakoivaan liiketoimintastrategiaan, jossa vastuullisuus on integroitu osaksi liiketoimintaa. Vastuullisuus osana liiketoimintamallia synnyttää luottamusta myös henkilöstön keskuudessa, jolloin vastuullisuuden mukanaan tuomat muutokset on helpompi toteuttaa yrityksessä. Yritys vastuusta halutaan ja uskalletaan viestiä, koska yritys vastuuta toteutetaan jatkuvasti käytännössä eikä pelkästään puheissa. Juutinen näkee, että ”agility championeiksi” määriteltävät yritykset ovat ihanteellisia, ja vastuullisuutta toteuttavien yritysten tulisi aina tähdätä tähän ryhmään. Vastuutaan oikein toteuttavat yritykset hallitsevat riskinsä paremmin, pystyvät strategiseen ennakointiin ja täten myös erottuvat kilpailijoistaan. (Juutinen 2016, 55.)

### 3.5 Vastuullisuusraportoinnin kritiikkiä

Yritysvastuun raportointia on myös kritisoitu. Usein on koettu, että yritysraportit on luotu ensisijaisesti markkinointitarkoituksiin eikä todelliseen yritysraportointiin. Raportointi saattaa yrityksissä olla raskas prosessi, johon osallistuu monia tahoja, joilla kaikilla on erilainen tavoite raportin sisällöstä. Jotkut yritykset ovat myös tutkineet, ketkä raporteja oikeasti lukevat. Lopputulos on saattanut olla, että olennaisiksi koetut sidosryhmät eivät aina edes lue raporttien sisältöä. Yritysraportteja kritisoidaan myös siitä, että niiden sisältö on usein vanhentunutta, sillä ne tuotetaan yleisesti vuoden välein. (Harmaala & Jallinoja 2012, 222–223.)

Raportointikäytännöt ovat kehittyneet viime vuosina, mutta siitä huolimatta yritysten välinen arviointi raporttien perusteella on hankalaa tai jopa mahdotonta. Raporttien vertailukelpoisuuden puute nähdään johtuvan siitä, että edelleenkään raportointiin ei ole vakiintuneita käytäntöjä. Raportoinnin muoto ja prosessointi ovat jatkuvasti kehitystyön alla. Yritysraportin tekeminen on vapaaehtoista, joten yritykset voivat raportoida mistä haluavat, eikä raporttia tarvitse tarkastuttaa ulkopuolisella tarkastajalla. Raportoinnin luotettavuus jää siis yrityksen itse määriteltäväksi, joten monet yritysten vertailun kannalta tärkeät asiat jäävät huomiotta. Talousraporttien vertailua helpottaa se, että raporteissa yhtenäinen mittaristo on raha. Vastuullisuusraportissa käsitellään monia asioita, joille ei välttämättä ole mittareita ja toisaalta ympäristövaikutusten mittaamista toteutetaan monilla eri monimutkaisilla mittaristoilla. Tämä johtaa myös siihen, että raporteja osaavat tulkita vain aiheeseen perehtyneet, monialaisen osaamisen ammattilaiset. (Rohweder 2004, 233.)

Yksi suurimmista yritysraportteihin liittyvistä kritiikeistä on niin sanottu viherpesu, jolla tarkoitetaan harhaanjohtavaa viestintää vastuullisuudesta ja ympäristöystävällisyydestä.

Pohjois-amerikkalainen ympäristömarkkinoinnin yritys Terra Choice tutki vuonna 2007 yli tuhatta Pohjois-Amerikassa myynnissä olevaa tuotetta. Tutkimuksen tuloksena yritys määritteli viherpesun kuusi syntiä. Tuotteissa oli käytetty yhteensä 1753 ympäristöön liittyvää väittämää, mutta tutkimuksen perusteella vain yksi tuote oli sellainen, joka ei syyllistynyt yhteenkään viherpesun kuudesta synnistä. (Juutinen 2016, 220). Vuonna 2010 Terra Choice uusi tutkimuksensa, jolloin listalle lisättiin vielä seitsemäs synti (Harmaala & Jallinoja 2012, 172). Viherpesun kartoitetut synnit yleisimmästä harvinaisimpaan olivat:

1. Piilotettu lehmänkauppa: tuote määritellään ympäristöystävälliseksi vain yhden ominaisuutensa perusteella.
2. Näytön puute: esitetyn väitteen tueksi ei ole perusteita.
3. Epämääräisyys: väite on epämääräinen tai laaja, ja kuluttaja ymmärtää sen siksi väärin.
4. Harhaanjohtavat merkinnät: viestinnässä käytetään merkintöjä ja sertifikaatteja, joiden takana ei ole todellista kolmannen tahon hyväksyntää
5. Asiaankuulumattomuus: tosi väite, joka on irrelevantti tuotteen kannalta ja johtaa siksi kuluttajan harhaan.
6. Valehtelu: väitteelle ei ole minkäänlaista todellista perustetta.
7. ”Pienempi kahdesta pahasta” –ajattelu: tuote on itsessään ympäristölle haitallinen, mutta se rinnastetaan vielä haitallisempaan tuotteeseen.

(Harmaala & Jallinoja 2012, 172-173.)

## 4 PESUPALVELU HANS LANGHIN VASTUULLISUUSRAPORTIN LAATIMINEN

Tämä opinnäytetyö on Pesupalvelu Hans Langh Oy:n hankkeistama toiminnallinen opinnäytetyö. Yritykselle tuotettiin vuoden 2016 vastuullisuusraportti, mikä oli tutkimuksen toiminnallinen osuus. Tämä luku käsittelee vastuullisuusraportin tuottamisen taustalla vaikuttaneita syitä ja seurauksia sekä kuvailee vastuullisuusraportin tuottamisprosessia. Opinnäytetyön aiemmat luvut pohjustivat teorian ja kriteerit yritysvastuun ja vastuullisuusraportin käsitteille, jotta Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuusraportti olisi myös mahdollisimman luotettava.

Alustavat tiedot yrityksen toiminnasta, tavoitteista, viestinnästä ja vastuullisuudesta kerättiin 2016 huhti–toukokuussa. Yritykseen perehtymisen jälkeen laadittiin vastuullisuusviestintästrategia, joka suunniteltiin toteutettavaksi neljässä kuukaudessa vuoden 2016 syys–joulukuussa. Strategia muodostui neljästä viestinnän osa-alueesta:

1. Nettisivujen sisällöntuotanto ja päivittäminen
2. Sosiaalisen median tilien luominen, sisällöntuotanto ja markkinointi
3. Vastuullisuusraportti
4. Asiakaslehtinen

Lopullisessa suunnitelmassa kohdat 3. *Vastuullisuusraportti* ja 4. *Asiakaslehtinen* yhdistettiin samaksi julkaisuksi – vastuullisuusraportiksi, jota on mahdollista hyödyntää yrityksen PR- ja markkinointimateriaalina. Tämä opinnäytetyö käsittelee vain yrityksen vastuullisuusraportin laatimista, ja muut yrityksen viestintästrategian osa-alueet on jätetty tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

### 4.1 Pesupalvelu Hans Langh Oy yrityksenä

Pesupalvelu Hans Langh on teollisuus-, rakennus- ja merenkulkualalla toimiva pk-yritys, joka työllisti vuonna 2016 Kaarinassa ja Helsingissä yhteensä noin 35 työntekijää. Yritys on vaativien puhdistusoperaatioiden erikoisosaajana merenkulun, rakentamisen ja teollisuuden aloilla. Perheyritys on perustettu 1973 Kaarinan Piikkiössä. Pesupalvelu Hans



Langhin työ sisältää vaihtelevissa työkohteissa muun muassa märkäimurointia, suurtehoimurointia ja korkeapainepesuja. Työkohteet vaihtelevat laivoista ja telakoista aina teollisuuden rakennuksiin ja prosesseihin sekä rakennustyömaihin. Yritys on myös erikoistunut laivojen tankkien ja putkistojen puhdistukseen satamassa, telakalla ja merimatkan aikana. Puhdistuskohteita ovat muun muassa polttoainetankit, makeavesitankit ja harmaavesitankit. Yritys käsittelee myös työkohteista kerättyjä öljyisiä pesuvesiä ja öljyistä jätettä. (Pesupalvelu Hans Langh 2016.)

Yritys on ylläpitänyt vuodesta 2000 alkaen sertifioitua ISO 9001 -laatujärjestelmää ja ISO 14001 -ympäristöjärjestelmää. Ympäristö- ja laatujärjestelmien avulla yritys on pyrkinyt tehostamaan toimiaan sekä luomaan luotettavan kuvan sidosryhmilleen. Yrityksen toiminta sisältää ympäristöluvan varaista toimintaa, sillä yhtiön öljyisten vesien käsittelylaitos vaatii ympäristöluvan.

Pesupalvelu Hans Langh kuuluu Langh-yhtiöihin, jotka kaikki toimivat logistiikan ja merenkulun aloilla. Tämän lisäksi perheyritykseen kuuluu Alaskartanon maatila, joka on ollut Langhin perheen omistuksessa jo vuodesta 1931, ja nykyisellään tila käsittää noin 300 hehtaaria peltoa ja 300 hehtaaria metsää. (Pesupalvelu Hans Langh 2016.)

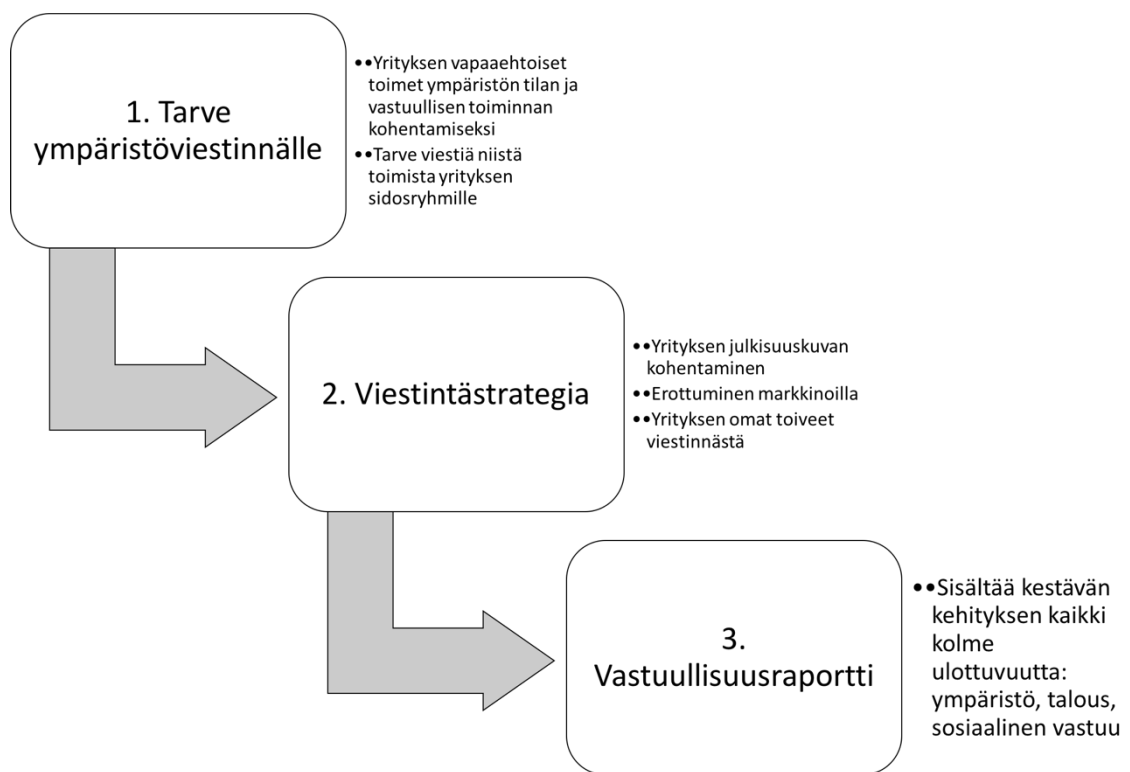
Tämä opinnäytetyö käsittelee vain Pesupalvelu Hans Langhia ja sen toimintoja.

#### 4.2 Yrityksen viestintästrategian luominen

Pesupalvelu Hans Langhin viestintä sidosryhmiensä kanssa oli vuoden 2016 keväällä passiivista ja satunnaista. Yrityksessä ei ollut erillistä työntekijää yrityksen sisäiselle tai ulkoiselle viestinnälle, joten kaikki olemassa oleva viestintämateriaali oli tuotettu siten, että aktiivista vuorovaikutusta asiakkaiden tai sidosryhmien kanssa ei juurikaan ollut. Yrityksen viestintä koostui Internet- ja tienvarsimainostamisesta, nettisivuilla olevista yritystiedosta ja valokuvista, sekä yrityksen tuottamasta painetusta markkinointilehtisestä, joka oli tarkoitettu yrityksen sidosryhmille ja sisälsi lähinnä yrityksen yhteystiedot ja yrityksen työnkuvauksen.

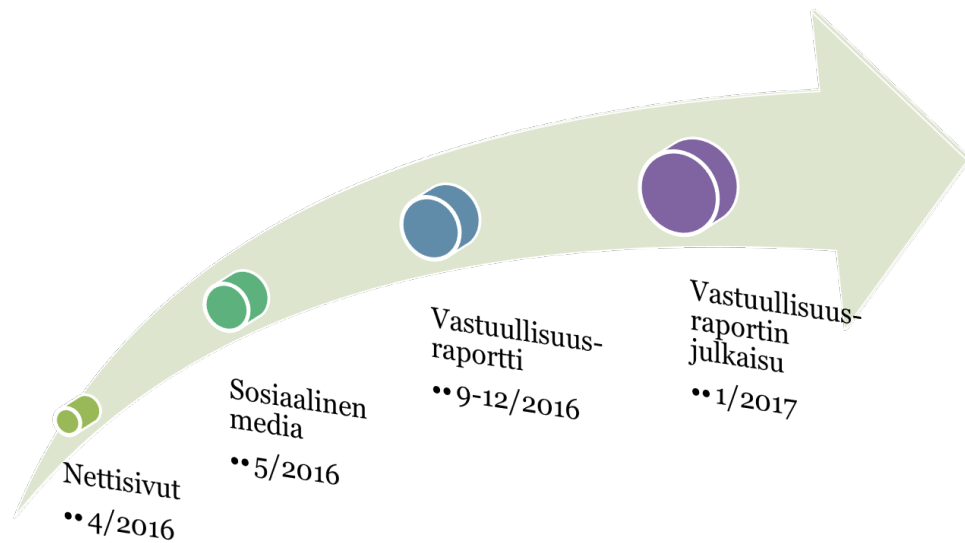
Huhtikuussa 2016 Pesupalvelu Hans Langhille tuotettiin viestintästrategia, joka sisälsi sosiaalisen median sivujen luomisen ja ylläpitämisen sekä vastuullisuusraportin, jotta viestintä sidosryhmien kanssa sisältäisi enemmän vuorovaikutusta. Yrityksen alkuperäinen kehityskohde oli tarve ympäristöviestinnän kehittämiseksi. Yritys halusi tehdä sidos-

ryhmilleen näkyväksi vapaaehtoiset toimet, jotka tähtäsivät ympäristön tilan parantamiseen, ja parhaaksi tavaksi osana viestintästrategiaa tähän nähtiin vastuullisuusraportin tuottaminen ja julkaiseminen (Kuvio 5). Vastuullisuusraportin tarkoitus on luoda luottamusta yrityksen sidosryhmien välille siitä, että Pesupalvelu Hans Langh tekee työnsä ympäristön kannalta, taloudellisesti ja sosiaalisesti vastuullisesti. Yrityksen toiveissa oli viestiä eniten yrityksen ympäristötoimista ja –politiikasta, sillä yritys oli ennestään integroinut ympäristövastuullisuuden osaksi liiketoimintaansa ISO 14001 -ympäristöjärjestelmän avulla.



Kuvio 5. Yrityksen tarpeesta lopputuotteeksi eli vastuullisuusraportiksi.

Osana yrityksen viestintästrategiaa luotiin myös sosiaalisen median tilit Facebook ja LinkedIn -palveluihin. Vastuullisuusraportti määriteltiin tehtäväksi neljässä kuukaudessa vuoden 2016 syys-joulukuussa (Kuvio 6). Suunnitelman mukaan vastuullisuusraportti oli valmiina julkaistavaksi vuoden 2017 alussa sekä Internetissä että printattuna versiona, joka lähetetään postitse yrityksen tärkeimmille yhteistyökumppaneille.



Kuvio 6. Pesupalvelu Hans Langh Oy:n viestintästrategian toteutuksen aikataulu.

Vastuullisuusraportin tuottamisen tavoitteeksi mainittiin yrityksen maineen kohentaminen, materiaalitehokkuuden parantaminen, vastuullisuuden kartoittaminen ja kehittäminen sekä yrityksen arvojen kuvastaminen sidosryhmille (Kuvio 7). Vastuullisuusraportti päätettiin julkaista sekä printtinä että Internet-versiona kahdella kielellä: suomeksi ja englanniksi, sillä yrityksen sidosryhmiin kuuluu myös Suomen ulkopuolisia asiakkaita. Vastuullisuusraportti nähtiin myös hyvänä markkinointimateriaalina yrityksen nykyisille ja potentiaalisille asiakkaille.

Yrityksen viestintästrategian tarkoituksena oli myös viestinnän keinoin tukea yrityksen strategisten tavoitteiden toteutumista: asiakaskunnan laajentamista ja sidosryhmien osallistamista. Viestintästrategia on myös hyvä työkalu yrityksen sisäiseen viestintään ja organisaation pitkän aikavälin tavoitteiden hahmottamiseen ja niistä viestimiseen. Yritys halusi sisällyttää viestintästrategiaan yritys vastuusta viestimisen ja yrityksen tavoitteet tulevaisuudelle.

Viestintäsuunnitelman toteuttamisen ongelmiksi ja haasteiksi nähtiin aikataulun epämääräisyys, yrityksen henkilöstöressurssien vähyyys ja se, ettei vuorovaikutukselle sidosryhmien kanssa ollut selkeitä tavoitteita. Myös tekstin kääntäminen englanniksi nähtiin aikaa vieväksi prosessiksi – oli vaikea arvioida kauanko raportin työstämiseen menisi aikaa.



Kuvio 7. Pesupalvelu Hans Langhin viestintästrategialle määritetyt tavoitteet huhtikuussa 2016.

#### 4.3 Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuusraportin tavoitteet ja hyödyt

Vastuullisuusraportti on osa yrityksen viestintästrategiaa (Kuvio 7). Pesupalvelu Hans Langhin päällimmäisenä tavoitteena oli viestiä yrityksen sidosryhmille yrityksen toiminnan vastuullisuudesta. Yritys oli jo vuosia ylläpitänyt ISO 14001 -ympäristöjärjestelmää, ja yrityksen öljyisten vesien käsittelylaitos vaati ympäristölupamenettelyn, joka sisälsi myös toiminnan sisäisen ja ulkoisen auditoinnin. Pesupalvelu Hans Langh ei ollut sisällyttänyt juuri mitään yritysvastuun toimia viestintäänsä.

Pesupalvelu Hans Langhilla oli ennestään jonkin verran ulkoista viestintää, joka sisälsi pääosin mainostamista. Yritys toivoi pystyvänsä yhdistämään yritysvastuullisuuden eteen tehdyt toimet osaksi markkinointia. Valmis vastuullisuusraportti oli määrä lähettää yrityksen yhteistyökumppaneille. Yrityksen yhteistyökumppanit ovat tärkeimpiä sidosryhmiä, joille Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuudesta halutaan raportoida. Yhteistyökumppaneihin kuuluu muun muassa suuria rakennusurakoitsijoita ja telakoita, jotka tilaavat Pesupalvelu Hans Langhilta puhdistuspalveluita.

#### 4.4 Vastuullisuusraportin toteuttaminen

Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuusraportin laatimisen pohjana ei käytetty valmiita raporttipohjia, sillä yrityksen resurssit eivät riittäneet luotettavien ja kattavien materiaali- ja energiavirtojen kartoittamiseen raporttia varten. Suurin osa valmiista raporttipohjista kuten GRI sisältävät yrityksen materiaali- ja energiavirtojen pohjalta tehtyjä laskelmia, jotta raportissa esitetyt tiedot ja tunnusluvut olisivat vertailukelpoisia muiden yritysten rinnalla.

Kappaleessa 3.3 esitetty vastuullisuusraportin laatimisprosessi GRI-ohjeistuksen mukaisesti oli kuitenkin löyhästi lähtökohtana vastuullisuusraportin tuottamiselle. Sidosryhmien odotuksia ei määritelty erikseen, mutta muuten laatimisprosessi eteni kuvion 3 esittämällä tavalla. Kuvio 8 kuvaa Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuusraportin tuottamisen vaiheita raportin tuottajan näkökulmasta, ja kuvion esittämät vaiheet on selostettu tämän kappaleen alaotsikoissa.

Vastuullisuusraportin laatiminen vaati myös työtä, joka ei suoranaisesti liittynyt vastuullisuusraportin asiasisältöön. Raporttia varten yrityksen toimintaa valokuvattiin, tuotettiin grafiikoita ja julkaisu taitettiin visuaaliseen muotoon. Vastuullisuusraportti on tämän opinnäytetyön toiminnallinen osuus, ja lopullinen yritykselle tuotettu raportti ei sisällä juurikaan yritysvastuuseen liittyvää teoriaa tai kirjatietoa, johon perehtyminen oli kuitenkin välttämätöntä sekä tämän opinnäytetyön että vastuullisuusraportin laatimiseksi. Tässä opinnäytetyössä ei käsittele niitä työprosessin vaiheita, jotka eivät suoranaisesti liity valmiin raportin asiasisältöön.



Kuvio 8. Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuusraportin sisällön tuottamisen vaiheet.

#### 4.4.1 Yritykseen perehtyminen ja suunnittelu

Ensimmäinen vaihe Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuusraportin tuottamisessa oli yritykseen perehtyminen ja raportin alustava suunnittelu. Raportin tuotti yrityksen ulkopuolinen henkilö, mikä vaikutti prosessiin. Raportin laatijan tuli ensin perehtyä yrityksen toimintaan ja yrityksen ulkopuolisin silmin havainnoida, mitkä toimet yrityksen toiminnassa tukevat kestäväää kehitystä ja ovat luonteeltaan vastuullisia. Tämän jälkeen raportin laatija esitti omat näkemyksensä raportoitavista asioista perusteluineen yritysjohdolle. Yrityksen energia- ja materiaalivirrat kartoitettiin alustavasti (Kuvio 9), minkä jälkeen voitiin todeta resurssien riittämättömyys luotettavien laskelmien tekemiseen.

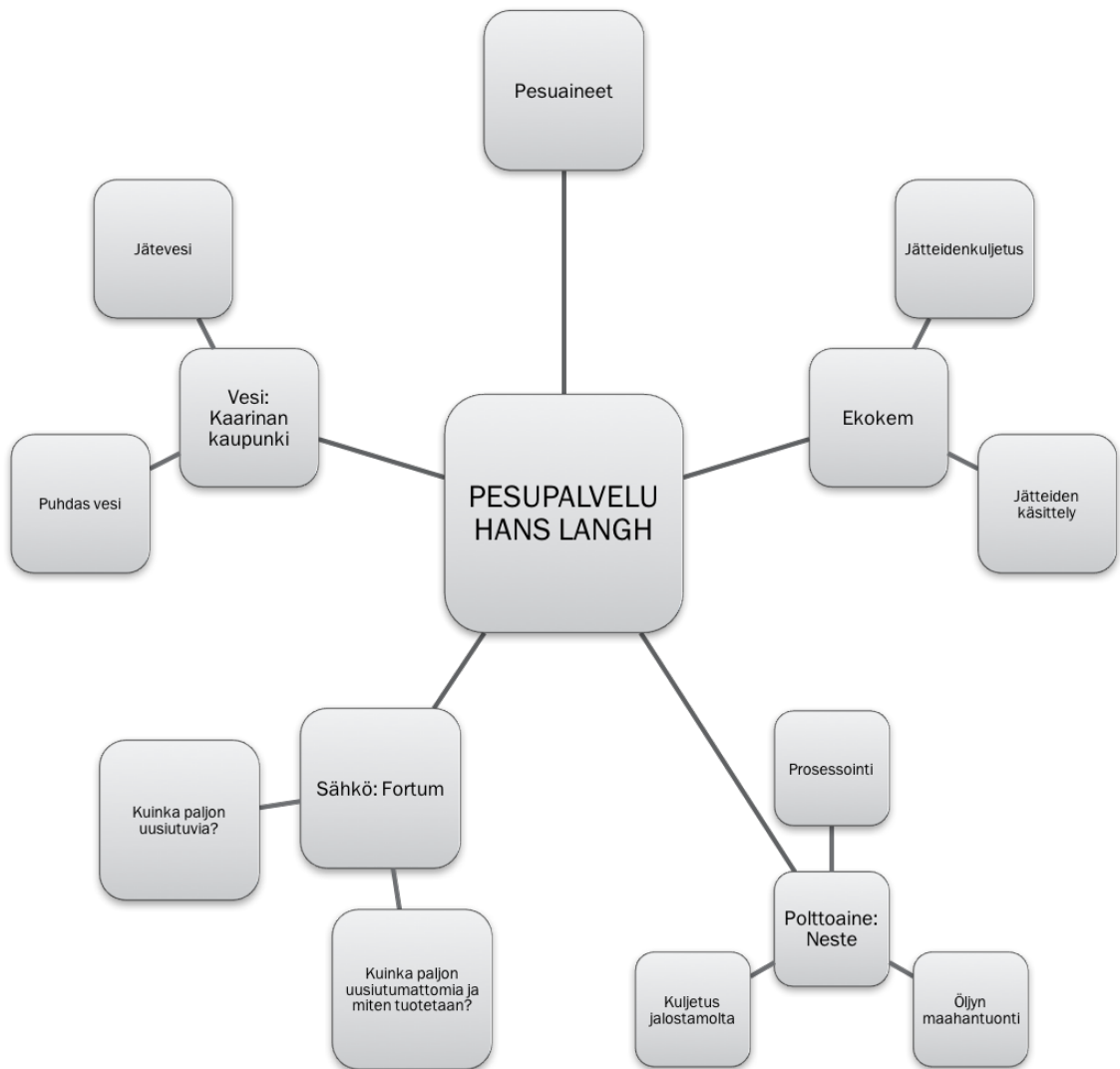
Yrityksen vesi- ja sähkölaskua tarkastelemalla ei pystytty määrittelemään, paljonko yrityksen mitkäkin toiminnot kuluttavat erikseen vettä tai sähköä. Yritysyhtymän vesi- ja sähkölaskuissa ilmoitetaan sekä Alaskartanon maatilalla että Pesupalvelu Hans Langhin kulutustiedot, minkä pohjalta ei voida päätellä paljonko Pesupalvelu Hans Langhin todellisuudessa kuluttaa vettä ja energiaa toimintansa yhteydessä. Myöskään yrityksen jätevesivirtojen määrällä ei ole suoraa yhteyttä yritys vastuuseen, vaikka niiden määrää mitataan. Yrityksen öljyisten vesien käsittelylaitoksessa syntyneet jätevedet ovat käytännössä puhdistettua vettä, jonka laatua tarkkaillaan automatisoidulla järjestelmällä.

Yrityksen vuotuinen polttoaineenkulutus oli tiedossa, mutta polttoaineen kulutustietoja ei oltu eritelty ajoneuvokohtaisesti. Yrityksellä on toiminnassaan käytössä 22 kuorma-autoa ja 8 pakettiautoa, joten polttoaineen kulutus on merkittävä kustannuserä yritykselle. Pesupalvelun kuorma-autojen lavalle asennetut työkontit kuluttivat myös polttoainetta työkohteissa, joten eri toimintoihin kuluvien polttoainekulutusten määrittely ja raportointi olisi ollut epäluotettavaa.

Yrityksen pesuaineet ovat patentoituja liikesalaisuuksia, ja yritysjohto halusi jättää niistä raportoimisen vastuullisuusraportin ulkopuolelle.

Yrityksen öljyisen jätteen käsittely oli yrityksen materiaalivirroista ainoa toiminto, jonka perusteella oli mahdollista tehdä luotettavia ja merkittäviä laskelmia. Yritys on tuottanut ympäristöluvan johdosta vuotuiset raportit jatkokäsittelyyn toimitetuista öljyisistä jätteistä. Öljyisen jätteen tunnusluvut eivät kuitenkaan riittäneet perusteelliseen GRI-pohjan mukaiseen raportointiin, joten öljyisen jätteen käsittelylaitoksesta ja öljyjätteen käsittelystä tuotettiin omat erilliset artikkelit vastuullisuusraporttiin.

Materiaali- ja energiavirtojen kartoituksen (Kuvio 9.) jälkeen päädyttiin siihen, että yrityksen ei kannata tuottaa GRI-raportin mukaista vastuullisuusraporttia, sillä sitä varten tarvittavat tunnusluvut olisivat olleet epäluotettavia, eivätkä yrityksen resurssit olisi riittäneet tarvittavien tietojen perusteelliseen keräämiseen ja tulkintaan.



Kuvio 9. Hahmotelma Pesupalvelu Hans Langhin materiaali- ja energiavirroista, mikä laadittiin vastuullisuusraportin perehtymis- ja suunnitteluvaiheessa.

#### 4.4.2 Yrityksen toiveet vastuullisuusviestinnästä

Perehtymisen ja alustavan vastuullisuusraporttisuunnitelman jälkeen yrityksen johdon kanssa neuvoteltiin ennen raportin laatimista julkaisun sisältämistä aihealueista ja teemoista. Ensimmäin määriteltiin, mitkä toimet yrityksen omassa toiminnassa nähtiin vastuullisina, jotta päästiin selville siitä, mistä toimista vastuullisuusraportissa haluttiin kertoa.

Sidosryhmien odotuksia ei selvitetty erikseen vastuullisuusraporttia varten, vaan julkaisun sisältö määräytyi täysin yrityksen omien toiveiden mukaan. Yrityksen johto perehdyttiin yritysvastuun käsitteeseen, jotta pystyttiin kartoittamaan yhdessä johdon kanssa,



mitkä yrityksen toimet tukevat kestävän kehityksen kolmea osa-aluetta: taloudellista, sosiaalista ja ympäristöön liittyvää vastuuta. Vastuullisuusraporttiin haluttiin sisällyttää myös artikkeli yrityksen tuottamasta asiakastyytyväisyystutkimuksesta, joka nähtiin kiinnostavana yrityksen sidosryhmien kannalta, vaikka se ei liittynytään suoranaisesti yritysvastuuseen.

Pesupalvelu Hans Langhilla on salaisia patentoituja pesuaineita ja teknologioita, joista raportoiminen haluttiin jättää vastuullisuusraportin ulkopuolelle liikesalaisuuden vaalimiseksi.

Perusteina aihevalinnoille olivat yrityksen toiveet raportoitavista aiheista ja se, että ne liittyvät johonkin kestävän kehityksen kolmesta osa-alueesta. Alla olevassa listassa jokaisen aiheen perässä suluissa olevat kirjaimet symboloivat, mitä yritysvastuun ja kestävän kehityksen kolmesta osa-alueesta artikkelit käsittelevät. Y = Ympäristöön liittyvä vastuu, S = Sosiaalinen vastuu, T = Taloudellinen vastuu, M = Muu, ei liity suoranaisesti yritysvastuuseen.

Yrityksen johdon kanssa sovittiin syyskuussa alustavasti 16-sivuisesta julkaisusta, jonka oli määrä sisältää seuraavat aihe-alueet:

1. Esipuhe (Ympäristö, sosiaalinen vastuu, taloudellinen vastuu, muu)
2. Toimitusjohtajan puheenvuoro (Y, S, T, M)
3. Kuvaus yrityksen toiminnasta ja historiasta, viittaus muihin Langh-yrityksiin (M)
4. Alaskartanon tila ja sitä ympäröivä perinnemaisema Kaarinan Piikkiössä (Y, M)
5. Laatu ja ympäristöjärjestelmät ISO 14001 ja ISO 9001 (Y, S, T)
6. Ympäristöluvut yrityksessä: muun muassa öljyisten vesien käsittely (Y)
7. Asiakastyytyväisyystutkimus (M)
8. Öljyjätteen kuljetus ja käsittely (Y, T)
9. Yrityksen toimipiste Pohtiokujalla; pilaantuneiden maa-ainesten poistaminen (Y, S, M)
10. Työturvallisuus (S, M)
11. Autokalusto ja polttoainekulutus (Y, T)
12. Sähkön ja veden kulutus sekä jätevesien käsittely (Y, T)
13. Työntekijän haastattelu (M)
14. Yrityksen sosiaalinen vastuu (S)

## 15. Yhteenveto ja tavoitteet (Y, S, T)

Alustavasti oli tarkoitus myös kartoittaa, mitata ja analysoida yrityksen materiaali- ja energiavirtoja. Kohdat 11. *Autokalusto ja polttoainekulutus* ja 12. *Sähkön ja veden kulutus* sekä jätevesien käsittely olisivat sisältäneet pääosion yrityksen energia- ja materiaalivirtojen pohjalta tehtyjä laskelmia, jolloin yritys olisi voinut asettaa tavoitteita energian ja materiaalikulutuksen vähentämiseksi tuleville vuosille. Raportin laatimisen prosessin aikana nämä osa-alueet kuitenkin muokattiin ja jätettiin julkaisun ulkopuolelle, sillä resurssit eivät riittäneet kattavien ja luotettavien laskelmien tekemiseen.

### 4.4.3 Aikataulu

Kun yrityksen toiveet vastuullisuusraportista oli määritelty, oli mahdollista luoda alustava aikataulu raportin tuottamiselle. Yrityksen vastuullisuusraportin tuottaminen aloitettiin syyskuun 2016 alussa ja projekti sovittiin päättyvän vuoden 2016 loppuun mennessä. Yrityksen kanssa sovittiin tapaamisista noin kahden viikon välein, jolloin yrityksellä oli mahdollista kommentoida jo valmistettua materiaalia, sekä esittää toiveita ja ehdotuksia vastuullisuusraporttiin liittyen. Kokouksia yrityksen johdon kanssa pidettiin yhteensä kymmenen (Taulukko 1). Kokouksiin osallistuivat raportin tuottajan lisäksi Pesupalvelu Hans Langhin toimitusjohtaja Linda Langh ja yrityksen markkinointiassistentti Minna Vainio. Myös tämän opinnäytetyön ohjaaja Jari Hietaranta osallistui noin kerran kuukaudessa kokouksiin.

Taulukko 1. Pesupalvelu Hans Langhin kanssa pidettyjen kokouksien aikataulu koskien yrityksen vastuullisuusraporttia.

<b>Syyskuu 2016</b>	<b>Lokakuu 2016</b>	<b>Marraskuu 2016</b>	<b>Joulukuu 2016</b>	<b>Tammikuu 2017</b>
1.9.	11.10.	10.11.	9.12.	3.1.
13.9.	27.10.	29.11.	21.12.	
29.9.				

Vastuullisuusraportti suunniteltiin julkaistavan sekä painettuna printtijulkaisuna että internet-julkaisuna tammikuun 2017 alussa.

Aluksi tavoitteena oli tuottaa yksi artikkeli viikossa, mutta prosessin aikana huomattiin, että artikkelit vaativat odotettua enemmän taustatutkimusta. Erikseen aikaa veivät julkaisun taittaminen ja valokuvaaminen, jotka eivät liittyneet julkaisun asiasisältöön.

Ensimmäisen kuukauden aikana yritysvastuuseen liittyvään teoriaan perehtyminen vei eniten aikaa. Artikkelit valmistuivat siten, että jokaisessa kokouksessa oli noin kahden artikkelin sisällöt aina käsiteltävänä. Yrityksen johto ehdotti muokkauksia artikkeleihin kahden viikon välein pidetyissä palaverissa, ja pyydetyt muutokset toteutettiin. Kun joulukuussa kaikki artikkelit olivat valmiita, yritysjohto kävi läpi vielä kaikki julkaisun artikkelit uudelleen. Tässä vaiheessa huomattiin, että kokonaisuuden kannalta haluttiin vielä tehdä pieniä muutoksia artikkeleiden sisältöihin. Muutokset toteutettiin ja artikkelit saivat lopullisen muotonsa vasta samassa yhteydessä, kun julkaisu lähetettiin painoon tammi-kuun 2017 alussa.

#### 4.4.4 Sisällön määrittely, tiedonkeruu ja sisällöntuotanto

Vastuullisuusraportin kirjoittaminen vaati taustatutkimusta. Yrityksen toimintaan perehtyminen, yritysvastuuta käsittelevän kirjallisuuden tutkiminen ja vastuullisuusraportointiin liittyviin ohjeistuksiin syventyminen olivat ensimmäisen kuukauden aikana eniten aikaa kuluttavia tehtäviä. Yrityksen johdon kanssa pidettyjen palaverien pohjalta artikkeleita muokattiin yrityksen toiveiden mukaiseksi. Raportintuottaja oli yrityksen ulkopuolinen henkilö, joten yrityksen toiminta ja yritysjohtoon toiveet viestinnästä eivät olleet sisällöntuottajalle tuttuja.

Prosessin aikana vastuullisuusraportin sisältö muuttui verrattuna alkuperäiseen suunnitelmaan. Artikkelien ja aiheiden määrää vähennettiin, mutta siitä huolimatta lopullinen julkaisu venyi 20-sivuiseksi, vaikka alun perin oltiin sovittu 16-sivuisesta julkaisusta. Suurin syy pitkittyneeseen sivumäärään oli artikkelien pituus ja runsas valokuvien ja kuvioiden käyttö.

Alla olevassa listassa jokaisen aiheen perässä sulussa olevat kirjaimet symboloivat, mitä yritysvastuun ja kestävän kehityksen kolmesta osa-alueesta artikkelit käsittelevät. Y = Ympäristöön liittyvä vastuu, S = Sosiaalinen vastuu, T = Taloudellinen vastuu, M = Muu, ei liity yritysvastuuseen.

Lopullinen julkaisu (Liite 1) sisälsi seuraavat aihealueet:

1. Esipuhe (Y, S, T, M)
2. Toimitusjohtajan puheenvuoro (Y, S, T, M)
3. Kuvaus yrityksen toiminnasta ja historiasta, viittaus muihin Langh-yrityksiin (M)
4. Yrityksen sertifikaatit ja ympäristöjärjestelmät kuten ISO 9001 ja 14001 (Y, S, T, M)
5. Asiakastyytyväisyyskysely (M)
6. Ajoneuvot ja liikenteen ympäristövaikutukset (Y)
7. Työturvallisuus (S)
8. Työntekijän haastattelu (M, S, Y)
9. Yrityksen toimipiste Pohtiokujalla; pilaantuneiden maa-ainesten poistaminen (Y, S)
10. Öljyisten jätteiden käsittely (Y, T)
11. Yhteenveto ja tavoitteet (Y, S, T)
12. Yrityksen sosiaalinen vastuu (S)
13. Sosiaalinen media ja tekijätiedot (M)

Seitsemän kolmestatoista artikkelista käsittelee kokonaan tai osittain yritysvastuun ulkopuolelle jääviä asioita. Tämä on perusteltavissa sillä, että yrityksen tavoitteena oli tuottaa vastuullisuusraportti myös PR- ja markkinointimateriaaliksi. Raportissa haluttiin kertoa osittain yritysvastuun ulkopuolelle jäävistä aiheista, jotka nähtiin kilpailuetuna yritykselle ja sidosryhmiä kiinnostavina aiheina.

#### 4.4.5 Raportointi

Yrityksen johto osallistettiin sisällöntuotannon prosessiin kahden viikon välein pidetyissä palavereissa. Lopullinen julkaisu hyväksyttiin yritysjohdolla toiseksi viimeisessä kokouksessa 21.12.2016. Kokouksessa päätettiin vielä muokata muutamia artikkeleita, sillä yrityksen johto koki osan asiasisällöstä olevan liian yleistä tietoa yritykseen keskityvän tiedon rinnalla.

Esimerkiksi yrityksen ajoneuvoista oli useita valokuvia ja tietoa liikenteen ympäristövaikutuksista, mutta yritys koki tiedon olevan liian yleisluontoista. Artikkelia lyhennettiin, jotta asiakastyytyväisyyden artikkelille jäisi enemmän tilaa. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tuloksia haluttiin painottaa enemmän, sillä yritys oli saanut hyvää palautetta asiak-

kailta toiminnastaan, josta haluttiin viestiä yrityksen sidosryhmille. Yrityksen toimipisteestä kertova artikkeli sisälsi myös vanhentuneita tietoja, sillä artikkeli oli laadittu jo alkuvuodesta, jolloin toimipisteen rooli oli erilainen kuin vuoden lopussa.

Kun yritysjohdon hyväksyi vastuullisuusraportin sisällön, valmis raportti julkaistiin 4.1.2017 yrityksen internet-sivuilla [www.hanslangh.fi](http://www.hanslangh.fi) ja lähetettiin painettavaksi fyysisiksi lehdiksi kaarinalaiseen Lightpress Oy painoyritykseen.

#### 4.5 Tulevaisuus ja kehityskohteet

Edellä mainittu prosessi vastuullisuusraportin tuottamiseksi tuotti yritystä tyydyttäviä tuloksia, mutta tulevaisuutta ajatellen prosessia voitaisiin kehittää entistäkin kattavamaksi, jotta vastuullisuusraportin tuottamisella ja julkaisemisella saavutettaisiin enemmän hyötyjä. Vastuullisuusraportin tavoittelemien hyötyjen toteutumisesta ei voida olla varmoja toistaiseksi, sillä tätä opinnäytetyötä varten ei olla kerätty tietoa sidosryhmien odotuksista vastuullisuusraporttia kohtaan. Vastuullisuusraportin mahdolliset hyödyt siis näkyvät vasta, kun julkaisu on tavoittanut heidät.

Vastuullisuusraportin laatiminen yritykselle sen ulkopuoliselta henkilöltä on haastavaa siksi, että yrityksen kehityskohteisiin puuttuminen ei ole mahdollista. Raportti on yrityksen tilaama tuote, jota käytetään markkinointiin, joten kehityskohteiden mainitseminen julkaisussa on haastavaa. Vastuullisista toimista tulee raportoida, mutta samalla jättää mainitsematta raportissa yrityksen vastuullisuuden kehityskohteista. Tästä syystä yritysvastuun integrointi osaksi liiketoimintaa on tärkeää.

Yrityksen vastuullisuuden kehittäminen on jatkuva prosessi, josta raportoidaan vuosittain. Pesupalvelu Hans Langhin vastuullisuusraportti vuodelle 2016 tuotettiin kertaluontoisena projektina, joten tulevaisuuden toimet yritysvastuullisuuden edistämiseksi eivät jääneet raportin tuottajan vastuulle. Vuosittaiset raportit mahdollistavat yrityksen sidosryhmien ja johdon on mahdollista seurata, kuinka edellisen vuoden raportissa mainitut tavoitteet on saavutettu.

Vastuullisuusraporttia tuottaessa jatkossa tulisi myös tuottaa sidosryhmäanalyysi ennen sen laatimista. Analyysin tarkoituksena olisi vastata kysymyksiin: Mitkä ovat yrityksen tärkeimpiä sidosryhmiä? Ketkä lukevat yrityksen vastuullisuusraporttia? Millaisia odotuksia yrityksen sidosryhmillä on yrityksen vastuullisuudesta? Miten vastuullisuusraportin toivotaan vaikuttavan yrityksen suhteeseen sidosryhmiä varten?

Vastuullisuusraportin aikataulun laatiminen ja noudattaminen onnistuivat lähes kokonaan, paitsi raporttia ei tuotettu englanniksi vielä vuoden 2016 puolella. Yrityksen kanssa sovittiin, että englanninkielinen julkaisu käännetään ja tuotetaan vasta vuoden 2017 aikana.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Työn toiminnallisena tavoitteena oli tuottaa Pesupalvelu Hans Langhille vastuullisuusraportti, ja tavoite saavutettiin. Vastuullisuusraportin laatiminen oli yritykselle vapaaehtoista, ja myös itse raportin sisältö oli täten myös yrityksen itse päätettävissä. Vastuullisuusraportin laatimisessa ei käytetty valmista raportointipohjaa, joten myös vastuullisuusraportin laatimisen käytännöt yritystä varten muodostettiin prosessin aikana.

Yritysvastuun ja vastuullisuusraportin teorioihin perehtyminen tätä opinnäytetyötä ja yrityksen toimeksi antamaa vastuullisuusraporttia varten antoivat teoreettiset lähtökohdat vastuullisuusraportin laatimiseksi. Yritysvastuun teoria, yrityksen toiveet ja laatijan oma näkökulma raportin laatimiseksi täydensivät toisiaan prosessin aikana, ja lopputuloksena oli markkinointitarkoituksiin käytettävä vastuullisuusraportti osaksi yrityksen strategisia tavoitteita. Raportin laatija ei ollut aiemmin laatinut vastuullisuusraportteja, joten työ vaati kuukausien tutkimus- ja kehitystyötä, joka sisälsi yritysvastuuseen ja vastuullisuusraportointiin perehtymistä. Perehtyminen oli tarpeellista myös yrityksen kannalta, sillä yrityselläkään ei ollut selkeää kuvaa siitä, mitä kaikkea yritysvastuullisuus tarkoittaa ja pitää sisällään.

Vastuullisuusraportin laatimisessa tulisi välttää harhaanjohtavaa markkinointia ja viherpesua. Yrityksen toiveissa oli sisällyttää vastuullisuusraporttiin myös teemoja, jotka eivät olleet suoranaisesti yhteydessä yritysvastuuseen, mutta tämä oli perusteltavissa sillä, että julkaisua haluttiin käyttää myös markkinointivälineenä yrityksen sidosryhmille. Yritysvastuun ulkopuolelle jäävät asiat eivät myöskään olleet ristiriidassa yritysvastuuseen liittyvien artikkeleiden kanssa.

Yrityksen ulkopuoliselle vastuullisuusraportin laatijalle on haasteellista se, että yrityksen nykytilasta raportoidaan, mutta yrityksen kehityskohteisiin vastuullisuuden saralla ei pystytä puuttumaan. Yritysvastuun raportointi onkin jatkuva prosessi, joka tulisi laatia vuosittain, täten pystyttäisiin myös seuraamaan yrityksen kehityskohteiden ja tavoitteiden saavuttamista. Yrityksen vastuullisuusraportin laatiminen jäi tämän toimeksiannon osalta kertaluontoiseksi, eikä vastuullisuusraportin laatijan vastuulle jäänyt mainittujen yritysvastuutavoitteiden toteuttaminen.

## LÄHTEET

- Elinkeinoelämän keskusliitto. 2016. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. Viitattu 21.10.2016 <https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>.
- European Commission > Environment, Eco-Management and Audit Scheme. Policy – EMAS REGULATION. Viitattu 8.11.2016 [http://ec.europa.eu/environment/emas/emas\\_publications/policy\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/emas/emas_publications/policy_en.htm).
- Halme M. & J. Laurila. 2009. Philanthropy, Integration or Innovation? Exploring the Financial and Societal Outcomes of Different Types of Corporate Responsibility. Journal of Business Ethics Volume 8, Issue 3. Houten: Springer.
- Harmaala M. & Jallinoja N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma Pro.
- Joutsenvirta M., Halme M., Jalas M. & Mäkinen J. 2011. Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Helsinki: Gaudeamus.
- Jussila M. 2010. Yhteiskuntavastuu. Nyt. Helsinki: Infor.
- Juutinen S. 2016. Strategisen yritys vastuun käsikirja. Helsinki: Talentum Media.
- Kuisma J. 2015. Mainetta ja tulosta – Yritysvastuun johtamisen lyhyt oppimäärä. Helsinki: ST-Akatemia.
- Kurki H. Ympäristöraportointi ja ekotase – terävyyttä raportointiin. 1999. Helsinki: Edita.
- Laitinen I. Moraalinen logo – organisaatioiden arvovallankumous. 2012. Helsinki: Talentum.
- Niskala M., Pajunen T. & Tarna-Mani K. 2013. Yritysvastuu – Raportointi ja laskentaperiaatteet. Helsinki: KHT-Media Oy.
- Pesonen H., Hämäläinen K., Teittinen O. 2001. Yrityksen ympäristöjärjestelmän rakentaminen. Helsinki: Kauppakaari / Talentum Media Oy.
- Pesupalvelu Hans Langh. 2016. Korkeapainepesut, suurtehoimuroinnit ja teollisuuden puhdistuspalvelut. Viitattu 1.9.2016 <http://www.hanslangh.fi/yritys/>.
- R-Kioski. 2016. R-kioskin Roosa nauha -kuppi sopii jokaiselle kuppikokoon katsomatta. Viitattu 26.10.2016 <https://www.r-kioski.fi/lehdistotiedotteet/r-kioskin-roosa-nauha-kuppi-sopii-jokaiselle-kuppikokoon-katsomatta/>.
- Rohweder L. Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatiossa. 2004. Helsinki: WSOY.
- SITRA. 2013. Strateginen vastuullisuus – 20 esimerkkiä keskisuurista yrityksistä. Viitattu 15.12.2016 [http://www.fibsry.fi/images/TIEDOSTOT/Strateginen\\_vastuullisuus.pdf](http://www.fibsry.fi/images/TIEDOSTOT/Strateginen_vastuullisuus.pdf).
- Stat.fi. 2016. Tilastokeskus - Käsitteet ja määritelmät - Pienet ja keskisuuret yritykset. Viitattu 7.9.2016 [http://www.stat.fi/meta/kas/pienet\\_ja\\_keski.html](http://www.stat.fi/meta/kas/pienet_ja_keski.html).
- Suomen ympäristökeskus SYKE. 2013. Ympäristölupa. Viitattu 16.12.2016 [http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Asiointi\\_luvat\\_ja\\_ymparistovaikutusten\\_arviointi/Luvat\\_ilmoitukset\\_ja\\_rekisterointi/Ymparistolupa](http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Asiointi_luvat_ja_ymparistovaikutusten_arviointi/Luvat_ilmoitukset_ja_rekisterointi/Ymparistolupa).
- Suomen Ympäristökeskus SYKE. 2016. EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen. Viitattu 8.11.2016 [http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus\\_ja\\_tuotanto/Ymparistojarjestelmat\\_ja\\_johtaminen/EMASin\\_toteuttaminen](http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen/EMASin_toteuttaminen).



The Economist. 2009. Triple bottom line. Viitattu 19.10.2016 <http://www.economist.com/node/14301663>.

Tilastokeskus 2016. Kestävän hyvinvoinnin mittaamisen vaihtoehdot. Viitattu 19.10.2016 [http://www.stat.fi/artikkelit/2011/art\\_2011-03-07\\_004.html?s=5](http://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-03-07_004.html?s=5).

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2009. Vastuullinen yrittäjyys pk-yrityksissä, vastuullinen yrittäjyys. Viitattu 15.12.2016 <https://tem.fi/documents/1410877/2934378/Vastuullinen+yritt%C3%A4jyys+pk-yrityksiss%C3%A4,+k%C3%A4yt%C3%A4nn%C3%B6n+esimerkkej%C3%A4>.

Viitala R. & Jylhä E. Menestyvä yritys – Liiketoimintaosaamisen perusteet. 2004. Helsinki: Edita Prisma Oy.

Ympäristöministeriö. 2016. Kestävä kehitys. Viitattu 19.10.2016 [http://www.ym.fi/fi-fi/ymparisto/kestava\\_kehitys](http://www.ym.fi/fi-fi/ymparisto/kestava_kehitys).

# Vastuullisuusraportti: Dirty job, environmentally done. Pesupalvelu Hans Langh

## VASTUULLISUUS- RAPORTTI

Dirty job, clean environment



 **Hans Langh**



## VASTUULLISUUSRAPORTTI 2016

Pesupalvelu Hans Langhin liiketoiminta on ollut vastuullista jo yrityksen alkutaipaleelta lähtien. Pesupalvelu Hans Langhin työ on raskasta teollisuus-, kiinteistö- ja merenkulkualalle keskittyvää puhdistustyötä, joka on hoidettu aina ympäristö- ja ihmistä kunnioittaen.

Yritysvastuu on nykyään ajankohtaisempaa kuin koskaan. Talouden heilahtelu, ilmastonmuutos ja ympäristön pilaantuminen ovat jatkuvasti otsikoissa. Jokainen meistä haluaisi kantaa kortensa kekoon näiden ongelmien ratkaisemiseksi, mutta ilmiöt ovat globaaleja ja niin suuria, että yksilö saattaa tuntea olonsa voimattomaksi. Tästä syystä yritykset ovat ottaneet asiakseen kestävän kehityksen mukaisen ja vastuullisen liiketoiminnan, jotta modernin maailman ongelmiin löytyisi ratkaisuja askel kerrallaan.

Yrityksen perustaja Hans Langh kehitti nuorena miehenä uusia ratkaisuja silloisiin ongelmiin – jo ennen Pesupalvelun perustamista. Ensimmäinen hänen innovaationsa 1960-luvulla oli viljankuivaamo, joka oli aikanaan Suomen tehokkain ja teknologisesti edistynein viljankuivaamo. Nuori Langh etsi keksinnölleen uusia sovelluksia ja oivalsi, että rahtilaivoilla Suomeen tuotua rehua jäi usein tonneittain lastiruumien pohjalle, sillä ne olivat kastuneet pahasti valtamerien tyrskyissä. Langh alkoi kuivaamaan satoja tonneja kastunutta viljaa, maissia, riisiä ja soijaa, jotka olisivat muuten päätyneet jätteeksi. Tämä oli ensimmäinen askel yritysvastuullisuuteen, ja resurssien säästäminen teknologian ja innovaatioiden avulla on nykypäivänäkin yksi suurimmista luontoa ja rahaa säästävistä yritysvastuutoimista.

Viime vuosina yritysraportit ovat yleistyneet merkittävästi. Raporteissa lukijat saavat tietoa yrityksen vastuullisuudesta ja sen vaikutuksista liiketoimintaan. Mitkä ovat riskejä ja mitkä mahdollisuuksia? Sääteily ja vaatimukset yritysvastuun raportoinnista tulevat kasvamaan tulevaisuudessa, ja haluamme Pesupalvelu Hans Langhissa olla edelläkävijöiden joukossa. Tämä vastuullisuusraportti on laadittu yrityksemme omasta aloitteesta vuonna 2016, jotta Pesupalvelun vastuullisuus ja toiminta olisivat näkyvässä sidosryhmillemme.

Suomen hallituksen yhteiskuntavastuuta koskevassa periaatepäätöksessä kannustetaan yrityksiä arvioimaan toimintansa ekologisia ja sosiaalisia vaikutuksia, jotta liiketoiminnan negatiiviset vaikutukset voidaan minimoida. Myös Euroopan Unioni velvoittaa nykyään kaikkia yli 500 henkilöä työllistäviä suuryrityksiä tekemään vuosittain vastuullisuusraportin. Pesupalvelu Hans Langh on PK-yritys, joka työllistää noin 35 työntekijää, mutta haluamme tehdä vastuullisuusraportin vapaaehtoisesti.

Vastuullisuus on jatkuva prosessi, joka vaatii yrityksen nykytilan tarkastelua ja toiminnan vaikutusten mittaamista pitkällä aikavälillä. Vastuullinen liiketoiminta lisää sosiaalista hyvinvointia, säästää luonnonvaroja, suojelee luontoa ja tuottaa enemmän taloudellista hyötyä. Näistä syistä Pesupalvelu Hans Langh julkaisee yleensä ensimmäisen tuottamansa vastuullisuusraporttinsa.



# Hans Langh

# VASTUULLISENA TOIMIJANA SUKUPOLVESTA TOISEEN



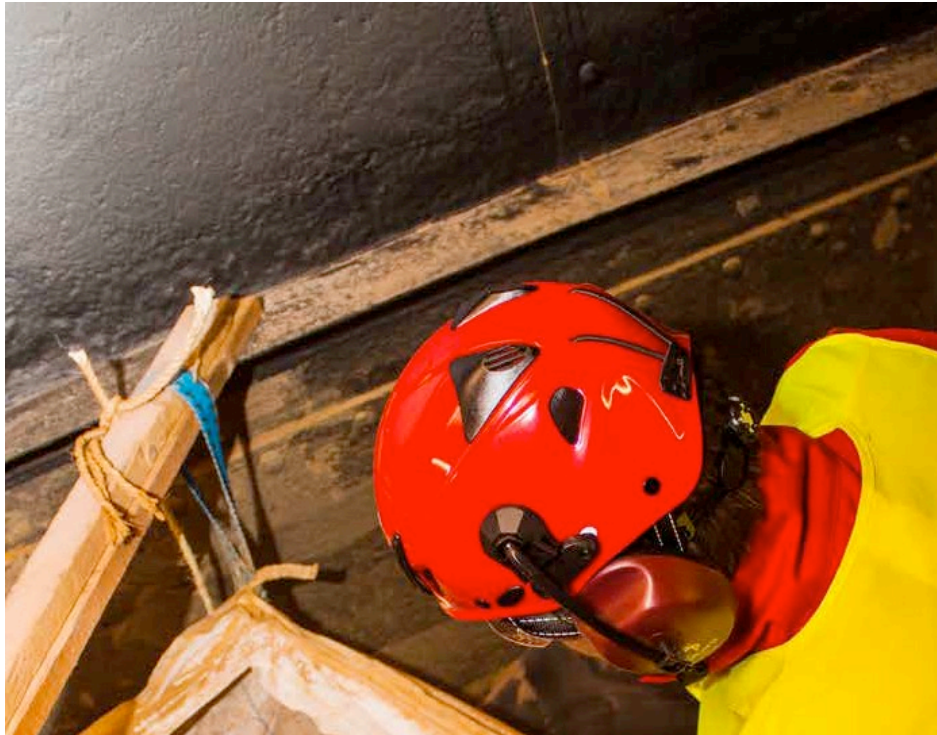
Meillä Pesupalvelu Hans Langhissa vastuullisuus on luonnollinen osa perheyrittäjyyttä. Vuosikymmenien yrittäjyysperinteen aikana olemme kasvaneet kulttuuriin, jossa työntekijöistä, asiakkaista ja ympäristöstä pitkäjänteisesti huolehtiminen on liiketoimintamme ytimessä. Työntekijöiden kohdalla tämä tulee ilmi hyvästä työilmapiiristä ja vuosikymmeniä jatkuneista työ- ja ystävyyssuhteista. Yhtä välttömän ja arvostavan suhteen olemme luoneet myös asiakkaisiimme, jotka arvostavat korkealle ammattitaitoamme, luotettavuuttamme sekä joustavuuttamme. Ympäristön suhteen jo pelkästään Piikkiön toimipisteemme välittömässä läheisyydessä asuminen saa huolehtimaan asioiden tinkimättömästä noudattamisesta sekä ympäristön säilymisestä seuraaville sukupolville.

Arkipäivässä ja käytännön tasolla vastuullisuus näyttäytyy työkohteilla ja toimipisteissämme ahkerana ja reippaana työntekona tinkimättömällä asenteella. Hyvä maineemme työnantajana sekä asiakkaiden keskuudessa on pitkäjänteisen työn tulosta, jonka ylläpitäminen vaatii jokapäiväistä työtä. Perheyrittäjä elää maineestaan. Tämä maine edellyttää asiakkaista ja työntekijöistä huolehtimisen lisäksi myös ympäristön vaalimista. Tähän tavoitteeseen olemme vuodesta toiseen päässeet hyödyntämällä innovatiivista teknologiaa ja jatkuvasti kehittämällä toimintaamme. Työkohteilla tämä näkyy oikeiden työ- ja suojavälineiden sekä sopivan kaluston käyttönä kohdehuomioiden. Ympäristön osalta olemme olleet jo vuosikymmeniä edelläkävijöitä muun muassa öljyisten vesien käsittelystä. Meille ei riitä, että vain noudatamme annettuja määräyksiä, vaan haluamme ketteränä toimijana olla kehittämässä uutta teknologiaa ja työtapoja. Tämän tarkoituksena on taata asiakkaidemme tyytyväisyys, työntekijöidemme turvallisuus ja viihtyvyys sekä vaalia ympäristöä. Vastuullisuus ei meille tarkoita paikallaan pysymistä, vaan eteenpäin katsomista.

Vastuullisuus näkyy hallinnollisella puolella kattavana ohjeistuksena ja tarkkoina sääntöinä, jotka saatetaan kaikkien tietoon. Jatkuva henkilökunnan koulutus takaa osaavan ja turvallisesti työskentelemään kykenevän henkilöstön. Kehitysideoista ja poikkeamista raportointiin olemme käyttöönottaaneet matalan kynnyksen ilmoitusjärjestelmän, jonka kautta sekä asiakkailta että työntekijöiltä saamaamme palautetta olemme jo tehokkaasti hyödyntäneet henkilöstön toimintatapoja kehittäessämme ja ohjeistuksia päivittäessämme. Osoituksena sisäisten prosessiemme toimivuudesta ovat myös yrityksellemme myönnettyt ISO 9001 ja ISO 14001 -sertifikaatit. Tämä on toki vain ulkoinen kuvaus järjestelmästäme ja todellinen vastuullisuus rakentuu jokaisen päivän pienistä asioista.

Perheyrittäjänsä asioiden tarkastelu pitkäjänteisesti on välttämättömyys. Vain vastuullisesti toimiva yritys voi olla kannattava pitkällä aikavälillä. Kun tarkastelujaksone on sukupolven mittainen aika, muodostuu asiakassuhteiden jatkuvuus ja työntekijöiden pysyvyys keskeisiksi arvoiksi. Eettisesti kestävä valinnat ja ympäristön vaaliminen ovat keskeisiä kysymyksiä, kun pohdin millaisena haluan yrityksemme seuraavalle polvelle aikanaan siirtää ja millaisiksi yrittäjiksi haluan heidät kasvattaa.

**Linda Langh**  
Toimitusjohtaja,  
Pesupalvelu Hans Langh Oy



## SISÄLTÖ

2-3	ESIPUHE	11	30 VUOTTA PESUPALVELUSSA
5	PESUPALVELU YRITYKSENÄ	12-13	UUDET TOIMITILAT
6	SERTIFIKAATIT	14-15	ÖLJYJÄTE
7	LIIKENNE	16-17	KATSE TULEVAISUUTEEN
8-9	ASIAKASTYYTYVÄISYYS	18	SOSIAALINEN VASTUU
10	TURVALLISUUS	19	SOSIAALINEN MEDIA







Pesupalvelu Hans Langh pesemässä maansiirtokoneita Turussa huhtikuussa 1975.

## PESUPALVELU HANS LANGH OY YRITYKSENÄ

### Puhdistuspalveluita yli 40 vuoden kokemuksella

Pesupalvelu Hans Langh Oy tunnetaan yhtenä Suomen vanhimmista vaativien puhdistusoperaatioiden erikoisoaajana merenkulun, rakentamisen ja teollisuuden aloilla. Perheyrittäjäme valtteja ovat yli 40 vuoden kokemus, innovatiivinen ongelmanratkaisukyky ja työtä pelkäämätön asenne.

Työmme sisältää ammattitaitoista märkäimurointia, suurtehoimurointia ja korkeapainepesuja. Työkohteemme vaihtelevat laivoista ja telakoista aina teollisuuden rakennuksiin ja prosesseihin sekä rakennustyömaihin.

Olemme erikoistuneet laivojen tankkien ja putkistojen puhdistukseen. Puhdistamme satamassa, telakalla ja jopa merimatkan aikana muun muassa polttoainetankkeja, makeavesitankkeja ja harmaavesitankkeja. Käsittelemme myös valtavia määriä öljyistä jätettä.

Toimitusjohtaja Linda Langh johtaa perheyrittystä, joka on perustettu Piikkiössä vuonna 1973. Pesupalvelu Hans Langh kuuluu Langh-yhtiöihin, jotka kaikki toimivat logistiikan ja merenkulun aloilla. Toimitilamme sijaitsevat Alaskartanon tilalla, joka on ollut Langhin perheen omistuksessa jo vuodesta 1931, ja nykyisellään tila käsittää noin 300 hehtaaria peltoa ja 300 hehtaaria metsää.

Pesupalvelu Hans Langh on pk-yritys, joka työllistää vuonna 2016 Piikkiössä ja Helsingissä noin 35 ammattilaista.

### Langh-yhtiöt

Langh-yhtiöt muodostuvat neljän eri alan toimijasta, joiden kaikkien toimipisteet sijaitsevat Piikkiössä Alaskartanon tilan yhteydessä. Langh-yhtiöt työllistävät yhteensä noin 150 henkilöä.

Langh Cargo Solutions on kehittänyt useita menetelmiä, jotka sopivat painavien ja herkästi vaurioituvien terästuotteiden kuljetukseen. Langh Cargo Solutions tarjoaa laajan tuotevalikoiman meri-maa ja rautatiekuljetuksiin sopivia erikoiskontteja.

Langh Ship Oy Ab on 1983 toimintansa aloittanut laivanvarustamo, jonka nykyaikainen laivasto kykenee operoimaan vaativissa pohjoisissa olosuhteissa. Yrityksen viidellä rahtilaivalla kuljetetaan terästä, kontteja ja bulk-lasteja.

Langh Tech on yrityksenä saanut alkunsa Pesupalvelun kehittämästä öljynpuhdistusjärjestelmästä. Langh Tech valmistaa ja asentaa patentoituja merenkulkualan pakokaasupesureita ja vedenpuhdistusyksiköitä laivoihin. Nämä niin sanotut scrubberit pesivät laivojen pakokaasuista rikkiä ja muita haitallisia kemikaaleja, jotka saastuttavat ympäristöämme.

# OMAN TYÖN ARVIOINTI JA KEHITTÄMINEN OSANA LIIKETOIMINTAA

Ympäristö- ja laatu järjestelmät kuten ISO 14001 ja ISO 9001 on kehitetty tehostamaan ja parantamaan yrityksen toimintaa. Se sisältää yrityksen nykytilan kartoituksen ja asettaa tavoitteita tulevaisuudelle toiminnan kehittämiseksi. Sertifikaatin yritykselle myöntää aina yrityksen ulkopuolinen auditoija.



Haluamme varmistaa, että niin asiakkaamme kuin työntekijämme ovat tyytyväisiä työhöme ja toimintaamme. Tästä syystä olemme ylläpitäneet jo vuodesta 2000 sertifioituja ISO laatu- ja ympäristöjärjestelmiä. Sertifikaatin säilyttääkseen yrityksen ulkopuolinen taho tarkastaa vuosittain yrityksen nykytilan ja tavoitteet. Suoritamme myös vuosittain sisäisen auditoinnin.

Yritysvastuu perustuu läpinäkyvyyteen ja sen mukana esitettyihin faktoihin. Yrityksen toimet kohti kestävä kehitystä ovat osittain vapaaehtoisia, ja osittain Suomen ja EU:n lainsäädännön sanelema. Jokainen on veloitettu noudattamaan lakia, mutta pelkästään lain seuraaminen ei tee vielä yrityksestä vastuullista. Yritys voi itse mielestään olla hyvinkin vastuullinen, mutta todisteeksi siitä tarvitaan sertifioituja standardeja. ISO-standardit ovat kansainvälisesti tunnettuja ja tunnustettuja sertifikaatteja.

Täytämme tilaajavastuun Luotettava Kumppani -edellytykset. Luotettava kumppani tarkoittaa sitä, että yrityksemme noudattaa tilaajavastuulakia. Lain mukaan tilaajan tulee varmistaa, että toimittaja on huolehtinut lakisääteisistä velvoitteistaan kuten verojen maksamisesta ja työnantajamaksuista. Lain tavoitteena on harmaan talouden torjunta ja varmistua siitä, että liiketoiminta on taloudellisesti vastuullista.

Olemme RALA-päteviä rakennustyömailla sekä silta- ja liikennealueisiin liittyvän rakentamisen erikoistössä. RALA-pätevyys velvoittaa myöskin tilaajavastuulain noudattamista, mutta kertoo myös yrityksen teknisen osaamisen ja resurssien pätevydestä.



Pesupalvelu Hans Lanh on sertifioitu sekä ISO 14001:2004 ympäristöjärjestelmällä että ISO 9001:2008 laatu järjestelmällä. Molemmat ovat standardisoituja järjestelmiä, joiden tarkoituksena on tehostaa yrityksen toimintaa niin taloudellisesti kuin ihmisläheisesti unohtamatta yrityksen toiminnasta aiheutuvia ympäristöva-

Olemme Pesupalvelussa teettäneet vuodesta 2008 saakka asiakastytyväisyyskyselyjä. Asiakastytyväisyys kartoitamme vahvuutemme ja kehittämiskohtamme, saavutaaksemme tavoitteemme. Kyselyjen tulosten mukaan seuraamme ja parannamme toimintaamme jatkuvasti. Tavoitteenamme on 100% tyytyväisyys palveluumme ja yhteistyöhöme.



Pesupalvelu Hans Lanh on auktorisoitu vahinkoalan urakoitsija. Auktorisointi yritys täyttää vaadittavan ammattitaidon ja toiminnan edellytykset jälkivahinkojen torjuntatöissä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että osallistumme Pesupalvelun kanssa muun muassa kiinteistöissä sattuneisiin palo-, kosteus-, ja öljyvahinkojen korjaukseen.

## Ympäristö- ja laatu tavoitteemme:

- 0 tapaturmaa vuodessa
- 100% asiakastytyväisyys palveluun ja yhteistyöhön
- Kuljetuskaluston uusiminen ympäristövaikutusten vähentämiseksi

## Saavutetut ympäristö- ja laatu tavoitteemme:

- Työturvallisuuden parantaminen ja tapaturmien vähentäminen
- Öljynkäsittelyjärjestelmän kehittäminen tehokkaammaksi ja entistä turvallisemmaksi
- Henkilökunnan perehdyttäminen vuosittain työn ympäristönäkökohtiin

# TURVALLISTA JA VASTUULLISTA MATKAA



Pesupalvelu Hans Langhin imuauto YIT Triplan työmaalla Helsingin Pasilassa 2016.

## Pesupalvelu Hans Langhin työhön kuuluu päivittäin raskailla kulkuneuvoilla ajaminen työkohteisiin. Liikenteen ympäristövaikutusten vähentäminen onkin yrityksellemme äärimmäisen tärkeää.

Kuorma-autot ovat oleellinen osa työtämme. Lähes kaikkiin Pesupalvelun työkohteisiin ajetaan erikoisvarustetuilla kuorma-autolla, joiden päälle on asennettu työväline kuten suurtehoimuri, märkäimulaitteisto tai korkeapainepesuri. Puhdistuksessa syntyneet jätteet kuljetetaan jatkokäsittelyyn, joten ajokilometrejä kertyy merkittävästi työn aikana.

Vuonna 2016 käytössämme on 22 kuorma-autoa ja 8 pakettiautoa. Autoja on useammalta vuosikymmeneltä, mutta keskimääräinen autojen valmistusvuosi on 2004. Ympäristölaatuja järjestelmän ISO 14001 mukaisesti uusimme autokalustoamme vuosittain. Uusien autojen hankkiminen on suuri investointi, joten tavoite on asetettu pitkälle aikavälille. Uuteen autoon investointi maksaa lopulta hitaasti itsensä takaisin, sillä alentunut kulutus ja lastaustehokkuus säästävät polttoainekustannuksissa.

Työvälineet ovat oleellinen osa kalustoamme ja ne ovat kytkettyinä kuorma-autoihin. Suurimmat ja uusimmat innovaatiomme keskittyvät nimenomaan autojen päälle rakennettaviin erikoiskonteihin kuten imukontteihin ja korkeapainepesureihin janiitä kehitetään jatkuvasti.

Kalustoamme on asennettu GPS-paikantimilla toimivat ajonvalvontajärjestelmät, joilla saadaan reaaliaikaista tietoa ajoista. Saamme tietoa ajatun matkan ja reitin lisäksi muun muassa kuljettajan taloudellisuudesta ja ajosta aiheutuvaista hiilidioksidipäästöistä. Vuonna 2017 Piikkiön toimipisteellemme asennetaan tankkauspiste, joka mahdollistaa tarkemman ajoneuvoikohtaisen kulutuksen ja päästöjen tarkkailun.

### Liikenne kuormittaa ympäristöä

Liikenne ja logistiikka ovat välttämätön osa elämää, mutta autoilun ympäristövaikutukset ovat maailman mittakaavalla merkittäviä. Noin viidesosa kaikista kasvihuonepäästöistä syntyy liikenteestä. Onkin äärimmäisen tärkeää, että logistiikka-alalla työskentelevät yritykset panostavat liikennepäästöjensä vähentämiseen ja logistiseen tehokkuuteen. Haitallisten päästöjen vähentäminen tukee kestävä kehitystä sekä säästää usein rahaa polttoainekulutuksen pienentyessä. Teknologian kehityksessä uudet kuorma-autot ovat onneksi turvallisempia ja vähäpäästöisempiä kuin vanhat mallit.

Kuorma-auton elinkaaren aikana syntyvistä

kasvihuonepäästöistä noin 90% syntyy ajon aikana, eli itse kulkuneuvon valmistaminen on vain murto-osa sen tuottamista päästöistä. Onkin siis tärkeää, että jokainen kuorma-auton kuljettaja saa koulutuksen polttoainetta säästävään taloudelliseen ajotapaan, sillä se vähentää niin kustannuksia kuin kasvihuonepäästöjä. Jokaisella kuorma-autoammattipätevyyden omaavalta työntekijältämme vaaditaan koulutus taloudelliseen ajotapaan.

### Taloudellinen on myös turvallinen

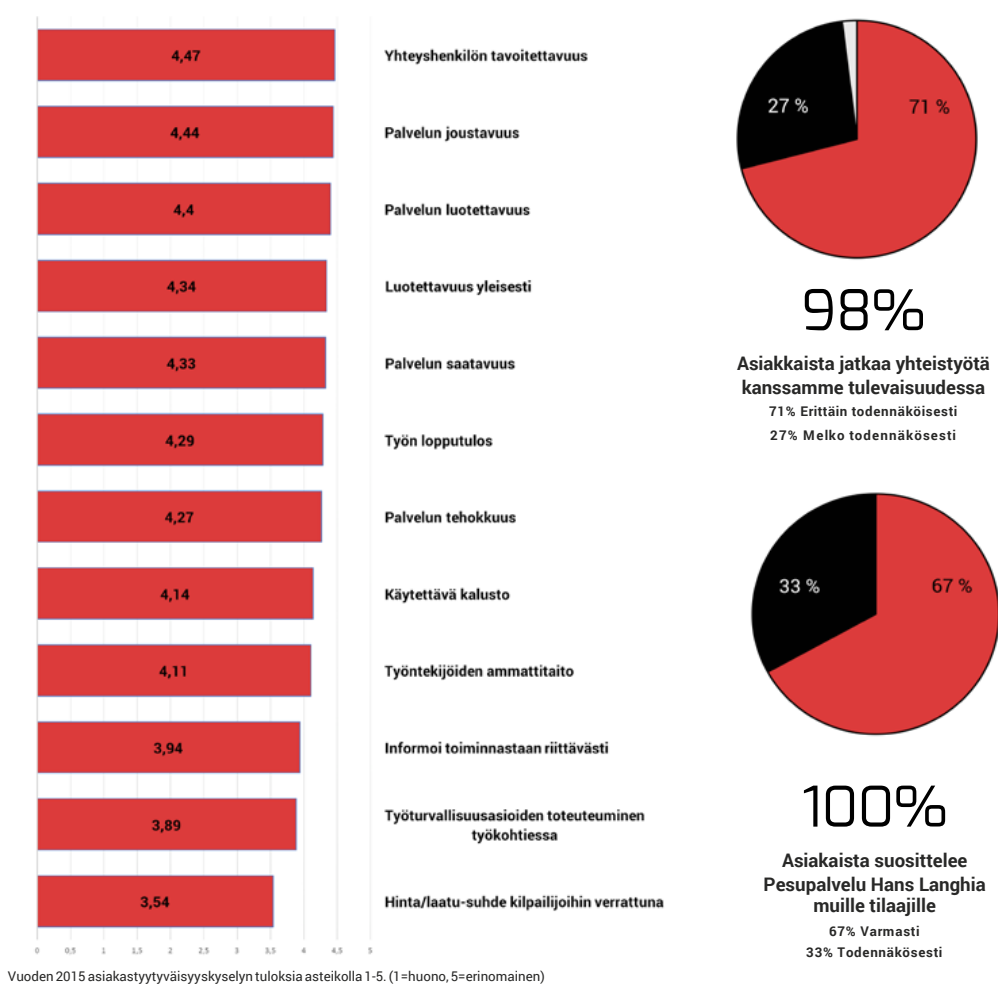
Taloudellinen ajotapa tarkoittaa muun muassa ennakkointia, tarpeettoman ajon minimointia ja tyhjäkäynnin välttämistä. Kaikki nämä toimet vähentävät polttoaineen turhaa kulutusta ja täten myös liikenteen kasvihuonepäästöjä. Ennakoiva ajotapa myös parantaa huomattavasti turvallisuutta tieliikenteessä, varsinkin kun puhutaan raskaasta kalustosta, jonka jarrutusmatkat ovat huomattavan pitkiä.

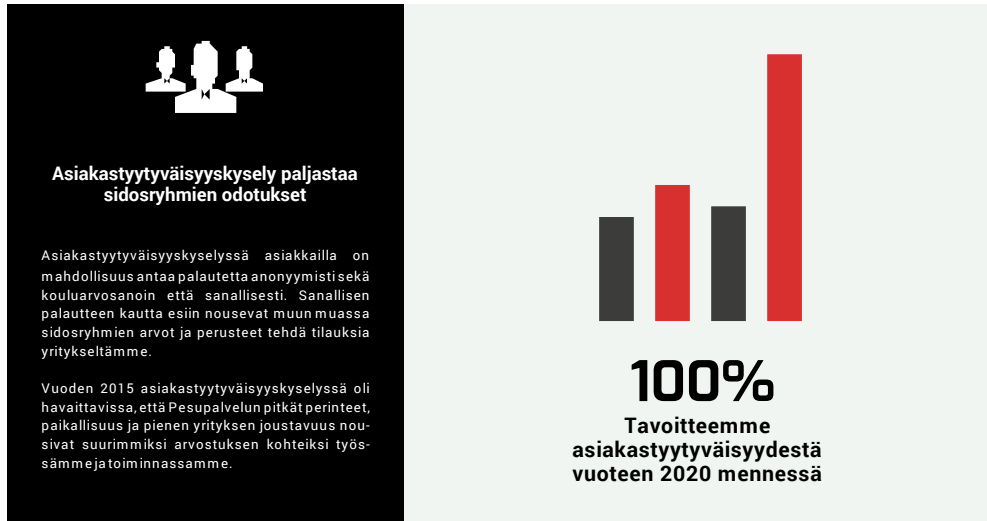
Tuemme työntekijöidemme ammattipätevöitymistä tarjoamalla heille mahdollisuuden kuorma-auton ammattipätevyyskurssiin tarvittaessa.



# “TEHOKKUUS ON ERITTÄIN TÄRKEÄÄ JA NIIN HANS LANGH TOIMII”

Teetämme muutaman vuoden välein asiakastyytyväisyystutkimuksia. Asiakkaamme ja yhteistyökumppanimme ovat parhaita mahdollisia tahoja antamaan risuja ja ruusuja toiminnastamme, jotta pystymme kehittämään palveluitamme. Suorat lainaukset ovat palautteita asiakkailtamme.





## "Vahvuus on ehdottomasti joustavuus, eli vaikka onkin iso firma niin käyttäytyy kuin pienempi firma, eli on asiakaslähtöinen. Olen ollut jo vuosikymmeniä asiakkaana, ja aina jos tarvitsen jotain niin otan sen Hans Langhilta"

Asiakastytyväisyys on Pesupalvelu Hans Langhille ensisijaisen tärkeää. Teemme työmme asiakaslähtöisesti, sillä työt tulevat nopeammin ja laadukkaammin valmiiksi, kun asiakkaan tarpeet on selvitetty perusteellisesti ennen työhön ryhtymistä. Tyytyväiset asiakassuhteet takaavat tilauksien ja töiden jatkuvuuden, mikä taas luo edellytykset niin taloudellisesti kuin sosiaalisesti kestäväen yritystoimintaan.

Asiakkaat kertovat yhteistyökokemuksestaan muille yrityksille ja varsinkin negatiiviset kokemukset muistetaan paremmin kuin positiiviset. Tutkimusten mukaan asiakas kertoo saamastaan hyvästä palvelusta keskimäärin kolmelle henkilölle, kun taas kielteisistä kokemuksista ja huonosta palvelusta asiakas kertoo jopa 11 henkilölle. Sen takia onkin ensisijaisen tärkeää selvittää säännöllisin väliajoin asiakkaitamme, mitkä osa-alueet työssämme ansaitsevat kiitosta ja mitkä taas vaativat kehittämistä.

**"Pesupalvelu Hans Langhin vahvuuksia ovat luotettavuus, työntekijöiden ammattitaito, joustavuus ja aika-  
taulussa pysyminen."**

Asiakas on harvemmin tyytyväinen silloin kuin pelkästään tarpeeseen ja odotuksiin vastataan, ja asiakkaan puolesta hinnasta voisi aina nipistää hiukan. Tyytyväisyys muodostuukin ylittyneistä odotuksista ja luotettavuudesta, joihin pyrimme aina Pesupalvelu Hans Langhissa. Välitön asiakaspalaute on osa päivittäistä työtämme, jonka mukaan arvioimme omaa osaamistamme. Otamme vakavasti myös jokaisen kehitysehdotuksen, sillä negatiivinen palaute saattaa olla joskus ainoa tapa parantaa toimintamme kehityskohteita ja täten myös asiakastytyväisyyttä.

Teetämme asiakastytyväisyystutkimuksia vähintään kahden vuoden välein. Tutkimuksessa otetaan yhteyttä asiakkaisiin ja kartoitetaan sekä kouluarvosanoin että sanallisesti yhteistyön sujuvuus. Viimeisin asiakastytyväisyystutkimuksemme toteutettiin Reconos Ky:n toimesta vuonna 2015.

Jokainen asiakkaamme suosittelisi Pesupalvelua liiketuttavilleen, ja suurin osa, 71 prosenttia, Pesupalvelu Hans Langhin asiakkaista uskoo jatkavansa erittäin todennäköisesti yhteistyötä Pesupalvelun kanssa tulevaisuudessa. Vuosien 2012 ja 2015 välillä prosenttilukema nousi 54:stä prosentista yli seitsemäänkymmeneen. Kehittyneet laadun, turvallisuuden ja ympäristön hallintajärjestelmämme, työntekijöiden pitkäjänteinen kouluttaminen ja raudanluja kokemuksemme onkin viime vuosina nostanut asiakastytyväisyyttämme huimasti.

Kokonaisuudessaan 98 prosenttia kaikista asiakkaistamme suosittelisi erittäin tai melko todennäköisesti Pesupalvelu Hans Langhia muille puhdistustöiden tilaajille. Olemmekin ylpeitä tyytyväisistä asiakkaistamme ja teemme kaikkemme, jotta asiakkaat myös tulevaisuudessa saavat erinomaista palvelua.

Koska suuntamme asiakastytyväisyydessä on nousujohteinen, tavoitteemme on saavuttaa 100% asiakastytyväisyys kaikilla asiakastytyväisyyden mittareilla vuoteen 2020 mennessä.



Pesupalvelu Hans Langhin työntekijä puhdistaa suojavälineitään työmaalla. Vesipiikkauksessa betoni- ja kivimurskaa lentää jatkuvasti työntekijän päälle ja ympäristöön, mikä on otettava huomioon työn turvallisuutta suunniteltaessa.

## SANKARIN URAVALINTA

### Vaarallinen työ vaatii tekijänsä.

Työmme Pesupalvelussa on likaista, fyysistä ja vaarallista, ja sisältää monia terveydelle haitallisia riskejä: melu, tärinä, pöly, kuumuus, puutteellinen ergonomia, vaaralliset kemikaalit ja henkinen kuormitus ovat työmme arkipäivää. Alati vaihtuvat työkohteet lisäävät myös työntekijöiden altistumista uusille vaaroille. Mutta hätä ei ole onneksi tämän näköinen. Turvallisuudessa noudatetaan selkeää järjestelmää, jotta vältytään onnettomuuksilta. Ennaltaehkäisy on suurin turvallisuustoimi.

Tästä syystä olemme Pesupalvelu Hans Langhissa ylläpitäneet työsuojeluohjelmaa jo yli 20 vuotta - vuodesta 1995 alkaen. Kun työntekijät voivat hyvin, myös työ sujuu tehokkaammin - sen takia työntekijöidemme turvallisuus, jaksaminen ja hyvinvointi on otettava vakavasti. Jo ennen työsuojeluohjelman käyttöönottoa, työsuojeluviranomaiset konsultoivat Pesupalvelun alkutaipaleella Hans Langhia työsuojeluun liittyvistä suojavarusteista ja kemikaaliturvallisuudesta. Yritys oli nimittäin jo aikanaan innovatiivinen edelläkävijä myös turvallisuuden saralla.

Vuonna 2014 päivitimme työsuojelu- ja turvallisuusohjelman nykypäivän vaatimusten mukaisesti. Kartoitimme tarkastus- ja konsultointiyri-tyks INSPECTA:n kanssa jokaisen mahdollisen

riskitekijän työpaikalla aina fyysisestä rasituksesta henkisiin kipuihin. Työntekijät osallistetaan vuosittain vaara- ja riskikartoitukseen kysymällä heiltä, mitkä ovat heidän työnsä suurimmat vaaranpaikat.

Kartoituksen perusteella olemme pitäneet vahvuksistamme kiinni, ja jokaiselle korjausta vaativalle työturvallisuusriskille olemme laatineet eritellyn kehittämissuunnitelman. Olemme sitoutuneet työturvallisuuden jatkuvaan parantamiseen ja päivittämme vuosittain turvallisuustavoitteemme.

Pelkästään lainsäädäntö ei velvoita työsuojelun parantamiseen ja ylläpitoon, vaan omat ja

varsinkin asiakkaiden säädökset turvallisuudesta on otettava huomioon.

Uudet työntekijät perehdytetään työhön huolellisesti koulutettujen työnjohtajien johdolla. Turvallisuusasioiden hallinta perustuu osaavaan esimiestyöhön, johdon määrittämiin periaatteisiin sekä turvallisia työtapoja tukeviin toimintajärjestelmiin.

Työt tehdään aina pareittain tai porukassa. Esimerkiksi ahtaissa säiliöiden ja tankkien pesutyössä työparin kanssa vaihdetaan vuoroa, jotta kumpikin saa hieman lepotaukoa työn lomassa. Samalla kun toinen työntekijä pesee, niin toinen on luokkuvahtina, ja vuoroja vaihdetaan tasaisin väliajoin. Varsinkin tärinä, melu tai kuumuus saattavat aiheuttaa kokeneellekin työntekijälle oireita tai uupumusta.

Jokaisella työntekijällämme on suoritettuna työturvallisuuskortti ja työntekijästä riippuen muut oleelliset kortit, kuten tieturva, hätäensiapu, rataturva ja tulityökortit. Työmailla työntekijöiltämme on tarvittavat suojavälineet kuten kypärä, turvakengät, suojalasit, huomioliivi, kuulonsuojaimet, hengityssuojaimet ja suoja-haalarit. Suojavälineiden laiminlyömiseen puututaan välittömästi.

TAVOITTEENA  
0  
TAPATURMAA



Petri Pöllänen on tottunut 30 vuodessa tekemään tehokasta jälkeä ahtaissa ja likaisissa työkohteissa.

## 30 VUOTTA PESUPALVELUSSA

### “Aika on mennyt nopeasti!”

Joulukuussa 2016 Petri Pölläselle tulee 30 vuotta siitä, kun hän aloitti työnsä Pesupalvelu Hans Langhilla. Marraskuun pimenevässä ilta-päivässä Pöllänen on juuri palannut Piikkiöön työmaalta Teijon telakalta, jossa hän on ollut puhdistamassa laivan harmaavesitankkia. Hän pysähtyi hetkeksi ennen työpäivän loppumista kertomaan vuosikymmenien kokemuksestaan Pesupalvelussa. Hänen mukaansa vaihtelevat työkohteet tekevät vuosienkin jälkeen työstä mielekästä.



“Työ on todella vaihtelevaa ja koskaan ei ole samanlaista päivää. Työn paikat ja työmaat vaihtelevat, ja joskus on myös pidempiaikaisia työmailta”, Pöllänen kertoo.

Kolmessakymmenessä vuodessa työelämä on muuttunut monin tavoin. Lainsäädäntö on tiukentunut niin työsuojelun, turvallisuuden kuin ympäristönäkökohtienkin kannalta. Työntekijöitä koulutetaan myös entistä enemmän työturvallisuuteen, ensiapuun ja ammattipätevyyteen. Vaatimukset työntekijää kohtaan ovat kasvaneet, eikä nykyään työmaille saa edes kulkulupaa ilman vaadittavia todistuksia.

“Pitäisi melkein olla kaikille korteille sellainen oma lompakko, jota kantaisi sitten mukana työmaille. Ei ennen ollut mitään lippuja, lappuja ja kortteja, joita nykyään täytyy kantaa iso kasa mukana.”

Ympäristölainsäädäntö ja vastuullisuusodotukset yrityksiä kohtaan ovat myös muuttuneet 80-luvun jälkeen, jolloin ympäristöliikkeen ensimmäinen aalto johti muun muassa ympäristöministeriön perustamiseen Suomessa.

“Paljon on muuttunut tänä aikana - ennen sai puhdistusvettä laskea mihin tahansa, mutta nykyään kaikki vesi tuodaan tänne Piikkiöön käsiteltäväksi. Se tuottaa kyllä lisätöitä, kun vesiä täytyy kuljettaa paikasta toiseen, mutta on se tietenkin ympäristölle paljon parempi”, Pöllänen vertailee.

Ympäristölainsäädäntö laahasi tuohon aikaan pahasti kehityksen jäljessä, vaikka öljyisten pesuvesien laskemisen haitat jo tunnistettiin. Tästä syystä Pesupalvelu Hans Langhilla kehitettiin jo varhaisessa vaiheessa öljyisten vesien käsittelylaitos.

Myös työnkuva Pesupalvelussa on vuosien varrella muuttunut. Pöllänen muistelee, että 80-luvulla työ tapahtui enimmäkseen laivatelakalla, jonka jälkeen siirryttiin tekemään puhdistuksia myös tehtaisiin ja öljyjalostamoihin – mihin tahansa missä tarvitsi pestä tai imuroida kohteita.

Pesupalvelun työssä turvallisuusnäkökohdat ja jaksaminen on otettava aina huomioon. Välineiden kutsu- ja suurtehoimuvälineiden kehittyminen on Pölläsen mukaan tehnyt työstä tehokkaampaa, mutta toisaalta myös raskaampaa. Vuosien varrella kuitenkin öljy- tai harmaavesitankkien puhdistus ja tyhjennys eivät ole peruseräiteiltään muuttunut tekniikan kehityksestä huolimatta.

“Mitään tankkia ei puhdisteta luukulta, vaan aina täytyy mennä sisälle tankkiin. Raskasöljytankit ovat raskainta hommaa. Niissä on yleensä kuuma ja varastosäiliöt saattavat olla halkaisijaltaan jopa 52 metriä leveitä. Raskasöljyistä jotkut ovat jäykempiä ja jotkut taas notkeampia, eli niitä vaikea käsitellä. Talvi tuo tietenkin omat haasteensa - vesi jäätyy, öljyt ovat jäykempiä ja työssä tulee hikoilun jälkeen kylmä.”

Hans Langhilla ollaan kuitenkin panostettu siihen, että työntekijät pääsevät peseytymään ja saunomaan työpäivän jälkeen. Työtä ei siis tarvitse viedä ihollaan kotiin saakka. Toiminnan siirtymässä vuoden 2017 alussa Pohtikujan uuteen toimipisteeseen, myös saunatilan rakentaminen oli ehdoton edellytys työntekijöiden taukotilaan, sillä olihan sauna jo vanhoissakin tiloissa.

“Aina on mahdollisuus saunoa työpäivän jälkeen! Jotkut haluaa käydä ja jotkut ei, mutta siihen annetaan mahdollisuus.”

Pöllänen aikoo juhlistaa 30-vuotista työuraansa pitämällä joulukuussa kesälomansa.

# ENTISESTÄ HUOLTOASEMASTA VASTUULLISEKSI TOIMITILAKSI



**Pesupalvelu Hans Langh on perustamisestaan lähtien sijainnut Kaarinan Piikkiössä Alaskartanon tilan yhteydessä. Vuoden 2016 lopussa toiminta siirrettiin upeisiin toimitiloihin vanhan Helsingintien toiselle puolelle. Toimitilojen käyttöön vihkiminen on vaatinut kuitenkin vuosien työstämisen.**

Kun saapuu Pesupalvelu Hans Langhin pääkonttoriin Kaarinan Piikkiöön, ei tulisi ensimmäisenä mieleen, että on juuri astumassa teollisuusalan palveluita tarjoavan pk-yrityksen tukikohtaan. Idyllinen peltomaisema maatalousrakennuksineen ja jokineen vaikuttaa siltä, että aika on pysähtynyt tällä metsien ympäröimällä aukiolla. Kaiken vihreyden keskellä toimii kuitenkin harvinaisen moderni ja vastuullinen perheyriitys, joka toimittaa kierrätykseen vuosittain satoja tonneja vaarallista jätettä.

Pesupalvelu Hans Langh on vuoden 2016 loppuun saakka toiminut aivan Alaskartanon tilan yhteydessä. Pitkään kaikki toiminta oli keskittynyt Langhin maatilain pihapiiriin, mutta vuonna 2015 toimintaa laajennettiin entiselle huoltoasema-alueelle, joka sijaitsee näköyhteyden päässä maatilasta vanhan Helsingintien toisella puolella. Vuoden 2016 lopussa Pesupalvelun toiminnot siirrettiin kyseiselle tontille, sillä varsinkin öljyisten vesien käsittely haluttiin siirtää entistä etäämmäs Alaskartanon maatilain pihapiiristä.

## Uudistettu öljyisten pesuvesien käsittelyjärjestelmä

Suurin ja tärkein ponnistuksemme uusiin toimitiloihin siirtyessä on ollut uusi öljyisten vesien käsittelyjärjestelmä. Öljyisten vesien käsittely on keskitetty täysin sisätiloihin, jolloin toiminnasta ei synny hajuhaittoja ulos ympäristöön. Uuden öljynkäsittelyhallin pohja on muotoiltu siten, että se estää öljyn valumisen hallista

onnettomuustilanteessa. Maaperään on asennettu myös öljynerotuskaivo, johon kaikki pihapiiriin asfaltoidun alueen pintavedet johdetaan. Nämä varotoimet ovat paikallaan, sillä haluamme kasvattaa öljynpuhdistuksen kapasiteettia ja varmistua siitä, että tippaakaan öljyä ei pääse valumaan maaperään tai vesistöihin. Mittaamme sisäisesti puhdistetun veden öljypitoisuutta jatkuvasti, ja veden puhtaus varmistetaan pistotarkastuksena myös yrityksen ulkopuolisten viranomaisten toimesta säännöllisesti.

Öljyisten vesien esikäsittelyssä öljyisestä pesuvedestä erotellaan vesi ja pastamainen öljyjäte toisistaan. Vuonna 2015 Pesupalvelu keräsi 2250 tonnia öljyisiä pesuvesiä, mutta öljynkäsittelyjärjestelmän avulla jätettä ei tarvinnut kuljettaa jatkokäsittelyyn kuin 842 tonnia. Jätteen määrä siis väheni lähes kolmasosaan alkuperäisestä, mikä tarkoittaa valtavaa säästöä kuljetuskustannuksissa. Vähentynyt rahiliikenne säästää aikaa, rahaa ja ympäristöä merkittävästi.

7000  
TONNIA

Poistettua pilaantunutta  
maaperää



### Toimitilat moneen tarkoitukseen

Pohtiokujan uuden toimipisteen pihassa on tarpeeksi parkkitilaa kaikille pesupalvelun kymmenille työajoneuvoille ja -konteille. Pihaan tullaan myös asentamaan oma tankkauspiste Pesupalvelun Hans Langhin ajoneuvoille. Uusi tankkauspiste mahdollistaa entistä tarkemman kulutuksen ja päästöjen mittaamisen, sillä keräämme tietoa siitä, kuinka paljon ajoneuvojamme tankataan. Tiedon voi lopulta suhteuttaa ajettuihin kilometreihin, jotta voimme asettaa tavoitteita alentuneelle polttoaineen kulutukselle.

Ainoastaan öljynpuhdistus ei siirry uusiin toimitiloihin, vaan Pesupalvelun kaikki työntekijät siirtyvät kokonaan samalle puolelle tietä ja yrityksen kaikki toiminnottapahtumat jatkossa samassa pihapiirissä. Aiemmin yritysjohto ja toimihenkilöt eivät olleet päivittäin suorassa vuorovaikutuksessa kenttätyöntekijöiden kanssa, sillä heidän työpaikkansa olivat fyysisesti eri puolilla tietä. Uusitut toimitilat sisältävätkin toimiston lisäksi neuvottelutilan sekä työntekijöiden pesu- ja sosiaalitilat. Jokaisella työntekijällä on mahdollisuus käydä saunassa työpäivän jälkeen.

### Pilaantunut maaperä vaihdettiin uuteen

Tontilla toimi aikoinaan kaksi eri huoltoasemaa, mutta toiminnan lakatua huoltoasemien jäljiltä maaperä oli pahasti öljystä saastunutta. Yrityksemme osti saastuneen tontin, ja pilaantuneita maa-aineksia poistettiin vuosina 2008 ja 2009 kaiken kaikkiaan yli 7000 tonnia. Näytteenoton jälkeen todettiin, että kaikki pilaantunut maa-aines oli saatu poistettua tontilta.

Ympäristöministeriö on asettanut tavoitteeksi valtakunnallisessa pilaantuneiden maa-alueiden riskienhallintastrategiassa, että vuoteen 2040 mennessä kaikki Suomen pilaantuneet maa-alueet tehdään ympäristölle vaarattomaksi. Pesupalvelu Hans Langhin uudet toimitilat Pohtiokujalla tukevat tätä tavoitetta.



Pohtiokujan uusi halli on suunniteltu turvallista ja vastuullista öljynkäsittelyä varten.



Vuoden 2016 syksyllä uusi öljynpuhdistusjärjestelmä alkoi olla loppusilausta vaille valmista.



### Puhdas maaperä on elämän edellytys

Yhdistyneiden kansakuntien elintarvike- ja maatalousjärjestö julisti vuoden 2015 maaperän vuodeksi, jotta tietoisuus puhtaan maaperän merkityksestä kasvaisi. Maaperä on uusiutumaton luonnonvara, joka tarjoaa edellytykset kaikelle elämälle kuivalla maalla. Ruoka-, hyöty-, ja lääkekasvien viljeleminen on mahdollista vain saastumattomassa maaperässä. Maaperään on varastoitunut myös lukemattoman suuri määrä hiiltä, joka on ilmastomuutoksen ja kasvihuonepäästöjen kannalta elintärkeää. Maaperästä puhutaankin hiilineluna.

Lisäksi maaperä varastoi ja suodattaa vettä ja parantaa tulvien ja kuivuuden sietokykyä. Pesupalvelu Hans Langhin toimipisteen piha-alue on kauttaaltaan asfaltoitu, ja kaikki piha-alueen vedet johdetaan hulevesikaivojen kautta öljynerotuskaivoon. Öljynerotuskaivo on elintärkeä järjestelmä, sillä jo yksi litra öljyä riittää pilaamaan miljoona litraa talousvedeksi käytettävää pohjavettä. Huolellinen pohjatyö ja asfaltointi tekevät alueesta lähes suljetun systeemin vesistöjen osalta, jotta maaperään tai vesistöihin ei pääse valumaan tippaakaan vaarallista jätettä.

# ÖLJYJÄTTEEN VASTUULLINEN KÄSITTELY

Pesupalvelu Hans Langh kerää vuosittain satoja tonneja öljyisiä jätteitä. Yksi tärkeimmistä innovaatioistamme on öljyisten vesien käsittelylaitos, jonka uusi laajennettu ja paranneltu laitos aloitti toimintansa vuoden 2016 lopussa Pohtiokujalla.

Öljyn kierrättäminen on Pesupalvelu Hans Langhille ja yhteiskunnalle äärimmäisen tärkeää, sillä öljy on terveyttä vaarantavaa ja ympäristöä pilaavaa ongelmajätettä. Öljyjätteen kerääminen ja kierrättäminen säästävät myös luonnonvaroja, sillä öljy on uusiutumaton fossiilinen polttoaine, jonka hinta ja saatavuus saattavat tulevaisuudessa olla epävarmoja.

Vuonna 2015 Pesupalvelu Hans Langhin toiminnassa kerättiin työkohteista yhteensä 2250 tonnia öljyjätettä. Suurin osa yrityksen keräämästä jätteöljy, pastamainen öljyjäte ja polttoöljy toimitettiin jatkokäsittelyyn Ekokemille Riihimäelle. Ekokem toimittaa käytetyt öljyt uudelleenjalostukseen, jotta ne voidaan kierrättää teollisuuden käyttöön esimerkiksi voiteluöljynä. Käsittelystä syntyy sivutuotteena bitumia, jota hyödynnetään esimerkiksi asfaltin ja kattohuovan valmistuksessa.

Suomessa syntyy käytettyä voiteluöljyä ja muuta öljyjätettä noin 30 000 tonnia vuodessa.

## Öljyisestä pesuvedestä öljyjätteeksi

Yksi vahvimmista osaamisalueistamme on öljyjen käsittely ja öljyvahinkojen torjunta. Piikkiössä yrityksellämme on ympäristöluvan alainen öljyisten vesien käsittelylaitos, jossa öljyinen neste kulkee monivaiheisen käsittelyprosessin läpi. Viimeisessä vaiheessa käsitellyt nesteet johdetaan valvontayksiköllä varustettuun järjestelmään. Näin varmistetaan, että viemäriverkostoon laskettava puhdistettu vesi täyttää laissa säädetyt vaatimukset niin veden puhtauden kuin sameudenkin puolesta.

Vuonna 2015 Pesupalvelu Hans Langh toi toimipaikalleen noin 2250 tonnia öljyisiä pesuvesiä. Pesupalvelu tekee toimipaikallaan vedenpoiston, jotta jatkokäsittelyyn ei tarvitse kuljettaa jätettä, jonka painosta suurin osa on vettä. Prosessin ja vedenpoiston jälkeen Pesupalvelu toimittaa Ekokemille pastamaista öljyjätettä, joka on painoltaan reilusti alle puolet alkuperäisestä pesuvedestä.



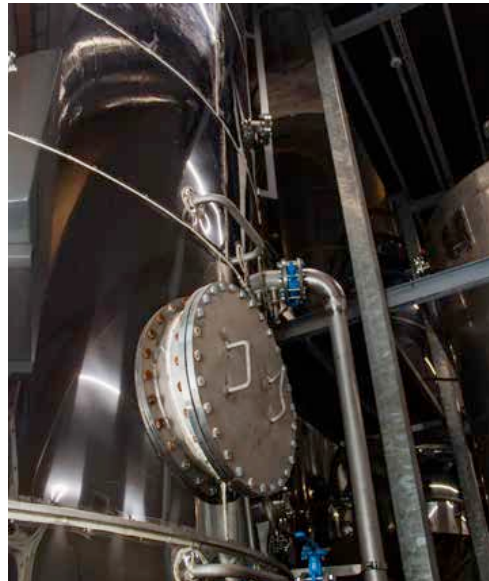
Työntekijämme Petri Pöllänen puhdistamassa öljyistä tankkia.

### Öljytorjunta

Pesupalvelu Hans Langh on mukana kantamassa vastuuta ympäristöstä osallistumalla öljyvahingon johtuvien jälkivahinkojen torjuntaan ja puhdistukseen yhteistyössä pelastuslaitoksen kanssa. Yrityksellä on käytössään monipuolinen erikoiskalusto, jolla öljyvahinkoja voidaan minimoida poistamalla ja pesemällä öljykohteesta.

Suomessa tapahtuu joka vuosi noin 2000 öljyvahinkoa. Suurin osa öljyvahingoista on pieniä maa-alueella tapahtuvia päästöjä kuten autoista vuotavaa poltto- tai voiteluainetta. Suomen ympäristökeskus (SYKE) pitää yllä ympäristövahinkopäivystystä. Päivystykseen ilmoitetaan vuosittain noin 100 merellä tai mantereella tapahtunutta, laajempaa ympäristövahinkoa.

**2 250 tonnia**  
Käsiteltyä öljyjistä  
jätettä vuodessa  
(2015)



Uusi öljynpuhdistusjärjestelmä Pohtio-kujalla.

### Öljy on ympäristömyrky

Öljyjätteen kierrätys ja käsittely ovat äärimmäisen tärkeitä. Luontoon päästessään öljy luokitellaan orgaaniseksi ympäristömyrkyksi, sillä öljy hajoaa hitaasti ja sen vaikutukset saattavat tuhota kokonaisia ekosysteemejä. Lintujen sulka- ja eläinten turkit menettävät öljyllä saastuneessa vedessä luontaisen vettähylykivän rakenteensa, mikä johtaa eläinten paleltumiseen hengiltä.

Öljyn vaikutukset myös ihmisen terveyteen ovat tuhoisat. Öljyn sisältämien PAH-yhdisteiden on todettu aiheuttavan syöpää. Mikäli öljyä vuotaa pohjaveteen asti, kyseinen vesilähde joudutaan sulkemaan vuosikausiksi. Öljyvahinko vesistöissä on katastrofaalinen, sillä öljy saattaa estää kalojen kutemisen sekä kasvi- ja eläinplanktonin lisääntymisen kokonaan.



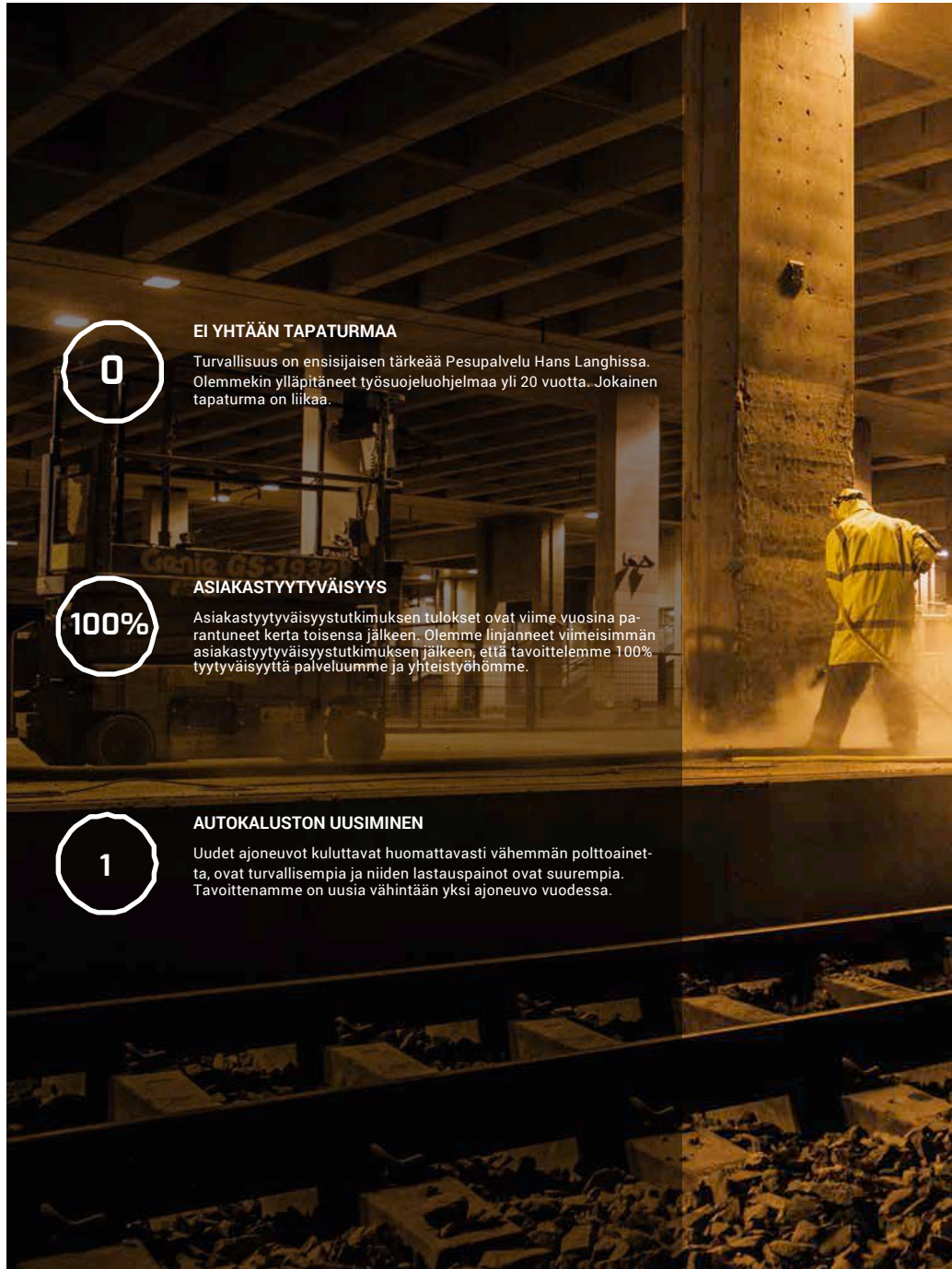
### Jäteöljy kulkee pitkän matkan ennen uutta elämäänsä

Vaikka öljy onkin uusiutumaton luonnonvara, sen kierrättäminen on nykyään mahdollista ja suotavaa. Kierrätetyn öljyn käyttäminen vähentää raakaöljyn tarvetta, joten uusiokäytetty öljy vähentää aina hiilidioksidipäästöjä ja muita öljyn kielteisiä ympäristövaikutuksia.

Uudelleenkäytetty öljy on mahdollista polttaa polttoaineena, mutta nykyteknikalla jäteöljystä saadaan puhdistettua epäpuhtaudet siten, että se kelpaa myös perinteiseksi voiteluaineksi moottoreihin.

Suomessa Ekokem on suurin jäteöljyjen käsittelijä ja sen prosesseissa öljystä saadaan kiertoon voiteluöljyä, polttoainetta ja bitumia. Sekä Suomen valtiopöytä että EU linjaavat, että polttamisen sijaan jäteöljystä jalostetaan ensisijaisesti perusöljyä tai voiteluöljyä.





0

**EI YHTÄÄN TAPATURMAA**

Turvallisuus on ensisijaisen tärkeää Pesupalvelu Hans Langhissa. Olemmekin ylläpitäneet työsuojeluohjelmaa yli 20 vuotta. Jokainen tapaturma on liikaa.

100%

**ASIAKASTYTYVÄISYYS**

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset ovat viime vuosina parantuneet kerta toisensa jälkeen. Olemme linjanneet viimeisimmän asiakastyytyväisyystutkimuksen jälkeen, että tavoittelemme 100% tyytyväisyyttä palveluumme ja yhteistyöhömmme.

1

**AUTOKALUSTON UUSIMINEN**

Uudet ajoneuvot kuluttavat huomattavasti vähemmän polttoainetta, ovat turvallisempia ja niiden lastauspainot ovat suurempia. Tavoitteenamme on uusia vähintään yksi ajoneuvo vuodessa.



## KATSE TULEVAISUUTEEN

**Yritysvastuu rakentuu portaittain. Ensin yrityksen tulee selvittää vastuullisuuden nykytilanne, jonka jälkeen on aika asettaa tavoitteita, jotta toimintaa voi parantaa entisestään.**

Vastuullisuus on jatkuva prosessi, joka vaatii yrityksen nykytilan tarkastelua ja toiminnan vaikutusten mittaamista pitkällä aikavälillä. Vastuullinen liiketoiminta lisää sosiaalista hyvinvointia, säästää luonnonvaroja, suojelee luontoa ja tuottaa enemmän taloudellista hyötyä niin yritykselle kuin lähiyhteisölle.

Ympäristö, talous ja sosiaalinen vastuullisuus ovat toisiinsa liitoksissa. Parantamalla yhtä osa-aluetta, myös muut osa-alueet paranevat. Ympäristöystävällisyys ja sidosryhmien kuuntelu vaikuttavat myönteisesti myös tilinpäätökseen. Konkreettiset tavoitteet johtavat kohti vastuullisempaa yritystä.

# PESUPALVELU LÄHELLÄ IHMISTÄ - YRITYS OSANA YHTEISÖÄ

Vastuullisuus voidaan jakaa kolmeen eri osa-alueeseen: ympäristöön, talouteen ja sosiaaliseen vastuuseen. Yritys ei olisi vastuussa kenellekään ilman sidosryhmiään: työntekijöitä ja yhteistyökumppaneitaan. Siksi panostamme Pesupalvelu Hans Langhissa sosiaaliseen vastuuseen päivittäin.

Yrityksen toiminta vaikuttaa aina sekä välittömästi että välillisesti moniin ihmisiin. Siksi vastuullisen yrityksen täytyy toimia myös sosiaalisesti kestävästi ja vastuullisesti. Yrityksen sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat henkilöstön hyvinvointi ja kouluttaminen, vastuullinen rekrytointi ja irtisanominen, ihmisoikeuksien kunnioittaminen ja hyvät toimintatavat yritysverkostoissa ja lähiyhteisöissä.

Pesupalvelu Hans Langh on pitkän linjan perheyrittäjienä ollut monessa mukana Piikkiön ja Kaarinan seudulla, ja olemmekin jo pitkään tukeneet paikallisia yhteisöjä ja järjestöjä aina lapsista vanhuksiin. Avustamme rahallisesti sekä paikallisia urheiluseuroja että sotaveteraaneja. Hyväntekeväisyys ja sponsorointi ovat yrityksellemme tärkeitä, sillä haluamme jakaa hyvinvointia lähiyhteisölle, mikä osaltaan tekee yrityksestämme myös tunnetumman.

Henkilöstö on kaikkien yritysten merkittävä pääoma, sillä työntekijöiden ammattitaito ja hyvinvointi ovat suorassa yhteydessä yrityksen menestymiseen. Olemme pieni yritys, mutta olemme silti aktiivisesti työllistäneet monia työnhakijoita työvoimatoimiston ja aikuiskoulutuksen kautta, mikä on 2010-luvun massatyöttömyyden aikana kultaakin kalliimpaa lähiyhteisön voimavarojen hyödyntämistä. Työpaikan suhteesta työntekijöihin kertoo paljon se, kuinka kauan työntekijät keskimäärin ovat töissä yrityksessä. Pesupalvelun työsuhteet ovat keskiarvoltaan noin 8 ja puoli vuotta pitkiä, ja listoiltamme löytyy pari jopa yli 30 vuotta Pesupalvelussa viihtynyttä.

Tuemme myös paikallisia nuoria. Yrityksemme ottaa mielellään koululaisryhmiä tutustumaan toimintaamme, ja vuosien saatossa olemme myös työllistäneet useita TET-harjoittelijoita viikoksi tutustumaan yritykseen. TET on yläasteella opiskelevien kanava tutustua työelämään, ja jokainen 14-15-vuotias suomalaisnuori pääsee työskentelemään viikon jaksossa yhteensä kahdesta kolmeen viikkoa oikeissa työpaikoissa.



Pesupalvelu Hans Langhin henkilökuntaa yrityksen työ-päivillä syksyllä 2016.

Yrityksemme sijainti Piikkiössä idyllisessä peltomaisemaympäristössä houkuttelee vuosittain useita ryhmiä tutustumaan toimintaamme. Yritysvierailijat vaihtelevat aina päiväkotiryhmistä eläkeläisyhdistyksiin. Olemme olleet mukana myös Kaarinan kunnan ja paikallisten yritysten yhteistyössä järjestämässä Amazing Race -tapahtumassa, jonka tarkoituksena on kasvattaa 9-luokkalaisten koululaisia yrittäjyyteen. Tarkoituksena on tutustuttaa nuoret yrittäjyyteen, yritteliäisyyteen ja työelämään, sillä nuoret ovat tulevaisuuden asiakkaita ja työntekijöitä eli sidosryhmiä. Monet Amazing Raceen osallistuneet yritykset ovat mukana myös "Tuumasta duuniin" -sitoumuksessa, joka takaa tuetun kesätyöpaikan nuorille.

Mikään yritys ei toimi tyhjiössä, ja varsinkin perheyrittäjien on syytä toimia kunnioittaen ja tukien paikallista yhteisöä. Sidosryhmäajattelu on nimittäin kaksisuuntaista: Pesupalvelu Hans Langh ei nimittäin ainoastaan vaikuta lähiyhteisöönsä, vaan jokainen sidosryhmämme vaikuttaa myös meihin.





@PesupalveluHansLangh  
[www.facebook.com/pesupalveluhanslangh](http://www.facebook.com/pesupalveluhanslangh)



@LanghFI  
[www.twitter.com/langhfi](http://www.twitter.com/langhfi)



@LanghFI  
[www.linkedin.com](http://www.linkedin.com) > Langh



# Hans Langh

Alaskartano  
Pohtiokuja 4  
21500 Piikkiö

(02) 477 9400  
[cleaning@langh.fi](mailto:cleaning@langh.fi)  
[www.hanslangh.fi](http://www.hanslangh.fi)

Tämä vastuullisuusraportti on tuotettu yhteistyössä Turun ammattikorkeakoulun kanssa osana kestävän kehityksen opiskelijan opinäytetyötä syksyllä 2016.

Raportin laatija - tekstit, kuvat\* ja taitto:

Miikka Kauppinen  
Ympäristösuunnittelija  
[miikkakvlt@gmail.com](mailto:miikkakvlt@gmail.com)

+358 400587522

\*lukuunottamatta sivuja 3, 5, 11,14, 18

TURKU AMK



