



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

YMPÄRISTÖVASTUULLISUUDEN NYKYTILA JA KEHITTÄMINEN

Case ABC Pitkälähti

TEKIJÄ: Kaisa-Mari Salmi

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalalan tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Kaisa-Mari Salmi	
Työn nimi Ympäristövastuullisuuden nykytila ja kehittäminen: Case ABC Pitkälähti	
Päiväys	27.04.2020
Sivumäärä/Liitteet	63/3
Ohjaaja(t) Anne-Mari Heikkinen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Osuuskauppa PeeÄssä / ABC Pitkälähti	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön aihe on saatu toimeksiantona ABC Pitkälähdessä ja työn tavoitteena oli kartoittaa ja kehittää toimipaikan ympäristövastuullista liiketoimintaa energiatehokkuuden sekä vastuullisuusviestinnän näkökulmasta. Opinnäytetyöprosessi sisälsi kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen, joka toteutettiin puolistrukturoituna teemahaastatteluna kahdeksalle toimipaikan henkilökunnan jäsenelle. Tutkimuksen avulla kartoitettiin toimipaikan ympäristövastuullisuuden nykytilaa, vastuullisuusviestinnän tasoa sekä energiatehokkuuteen vaikuttavia tekijöitä ja etsittiin kehityskohteita yrityksen toimintaan näistä näkökulmista.</p> <p>Työn teoriaosuus koostuu kahdesta pääluvusta. Työn ensimmäisessä luvussa on käsitelty yritys vastuuta ja sen eri osa-alueita. Työn toinen luku käsittelee ympäristövastuullisuutta yleisesti, teoriaa energiatehokkuuteen liittyvistä tekijöistä sekä vastuullisuusviestinnän prosessia ja sen toteuttamista. Lisäksi teoriaosuudessa on käsitelty ympäristövastuullisuuden johtamista, kestävästä kehityksestä ja ympäristövastuullisuutta ravintolaliiketoiminnan näkökulmasta. Työn tietoperusta rakentuu pääasiassa kotimaisen kirjallisuuden pohjalta, mutta perustassa on käytetty myös kansainvälisiä lähteitä.</p> <p>Tutkimuksessa saatiin selville, että toimipaikassa on pyritty kehittämään toimintaa vastuullisemmaksi ja energiatehokkaammaksi. Myös S-ryhmän ABC-ketjuun kuulumisen vaikutus toimipaikan tuloksiin on ilmeinen, sillä se vaikuttaa esimerkiksi biohajoavien materiaalien käyttöön, hankintoihin sekä uusiutuvan energian käyttöön ja sen osuuden lisäämiseen. Tutkimuksen perusteella voidaan myös todeta, että toiminnassa on ympäristövastuullisuuden näkökulmasta vielä useita kehityskohteita. Kehittämistä olisi esimerkiksi laitteiden energiatehokkaassa käytössä, prosesseissa sekä vastuullisuusviestinnän toteutuksessa.</p> <p>Yhdeksi toiminnan kehittämisen tavoitteeksi nousi se, että ympäristövastuullisista toimintatavoista tulisi merkittävämpi osa jokaisen työntekijän päivittäistä työtä ja että jokainen osaisi huomioida sen paremmin toiminnassaan. Myös energiatehokkuustoimenpiteet ja onnistunut vastuullisuusviestintä niin toimipaikan sisäisesti kuin ulkoisesti ovat tärkeitä kehittämisen kohteita.</p> <p>Tutkimusta voidaan pitää hyvin ajankohtaisena, koska yhteiskunnallisessa keskustelussa ympäristön tila ja vastuullisuus ovat jatkuvasti pinnalla olevia aiheita ja ne koskettavat kaikkia. Niin yksittäisten kuluttajien kuin yritysten, päättäjien ja organisaatioidenkin kiinnostus ympäristöasioita kohtaan ovat kasvaneet. Vastuullisuuteen panostavilla yrityksillä on mahdollisuus kasvattaa toimintaa kestävästi, saada kilpailuetua ja lisäarvoa sekä olla tulevaisuuden suunnan näyttäjä.</p>	
Avainsanat ympäristövastuullisuus, energiatehokkuus, kehittäminen, vastuullisuus, vastuullisuusviestintä	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management			
Author(s) Kaisa-Mari Salmi			
Title of Thesis Current State and Development of the Environmental Policy: Case ABC Pitkälähti			
Date	27.04.2020	Pages/Appendices	63/3
Supervisor(s) Anne-Mari Heikkinen			
Client Organisation/Partners Osuuskauppa PeeÄssä / ABC Pitkälähti			
<p>Abstract</p> <p>The topic of the thesis was administered by ABC Pitkälähti and its goal was to map out and develop the company's environmentally responsible trading from its energy efficiency and CSR-communications (Corporate Social Responsibility) perspective. The thesis process included a quantitative study that was executed as a half-constructed theme interview to eight staff members of the company. The study was made to map out the current state of the environment responsibility, level of CRS-communications and factors affecting energy efficiency and to look for developmental targets in the company's code of conduct from these perspectives.</p> <p>The thesis's theory section consists of two parts. The first part focuses on corporate responsibility and its various parts. The second part focuses on environmental responsibility on a general scale, theory of energy efficiency factors and the process of CRS-communications and its execution. The theory part also addresses environmentally responsible leadership, sustainable development and environmental responsibility from the perspective of restaurant business. The thesis's informational basis mainly consists of Finnish literature, but it also contains some international references.</p> <p>The study concluded that the company is aiming to develop its way of acting to be more responsible and energy efficient. The S-group, which belongs to the ABC-chain has an obvious effect on the company's results because it affects for example acquisition and use of biodegradable materials and use of renewable energy and increasing its portion. We can also point out that according to the study there are still several developmental targets from the environmental responsibility aspect. The targets being for instance, more energy efficient usage of equipment, processes and execution of CRS-communications.</p> <p>One apparent developmental target is increasing the environmentally responsible actions in the staff's daily work routine. Also energy efficiency measures and successful CRS-communications internally as well as externally are important developmental targets. The study can be seen as topical since the state of the environment and responsibility are constantly discussed and the issue affects everyone. The interest towards environmental issues has increased in individual consumers, as well as in companies, political influencers and in organizations. Companies investing in responsibility have chances of increasing business sustainably, gain competitive advantage and added value to the company and operate as future vanguards.</p>			
<p>Keywords environmental responsibility, energy efficiency, developing, responsibility, corporate social responsibility</p>			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	S-RYHMÄ, PEEÄSSÄ JA TOIMEKSIANTAJA ABC PITKÄLAHTI.....	8
2.1	S-ryhmä	8
2.2	PeeÄssä	9
2.2.1	ABC-Pitkälähti	9
3	YRITYSVASTUU.....	11
3.1	Yritysvastuun käsitteet	11
3.2	Yritysvastuun osa-alueet	11
3.2.1	Ympäristövastuu	14
3.2.2	Taloudellinen vastuu	15
3.2.3	Sosiaalinen vastuu	16
3.3	Yritysvastuun hyödyt ravintolaliiketoiminnassa	17
3.4	Yritysvastuu Osuuskauppa PeeÄssä	19
4	YMPÄRISTÖVASTUULLISUUS LIIKETOIMINNASSA.....	20
4.1	Vastuullisuus	20
4.2	Ympäristövastuullisuus	20
4.3	Ympäristövastuullisuus ravintolaliiketoiminnassa	21
4.4	Ympäristöjohtaminen	24
4.5	Vastuullisuusviestintä	25
4.5.1	Vastuuviestinnän prosessi	25
4.5.2	Vastuullisuusmainonta	27
4.6	Energiansäästö ja energiatehokkuus ravintoloissa	28
4.6.1	Energiatehokkuussopimukset	32
4.7	Uusiutuvat energianlähteet	33
4.8	Kestävä kehitys.....	33
5	TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO	35
5.1	Kehittämistyön tavoitteet ja tarkoitus	35
5.2	Tutkimuksellisen kehittämistyöprosessin vaiheet ja tutkimusmenetelmän valinta.....	36
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET	40
6.1	Lähtökohdat	40
6.2	Teemahaastatteluiden tulokset	43

6.2.1	Ympäristövastuullisuus	43
6.2.2	Ympäristövastuullisuus päivittäisessä toiminnassa	44
6.2.3	Energiätehokkuus.....	45
6.2.4	Vastuullisuusviestintä	46
7	KEHITTÄMISEHDOTUKSET	48
7.1	Ympäristövastuullisuuden kehittäminen	48
7.2	Energiätehokkuuden kehittäminen	49
7.3	Vastuullisuusviestinnän kehittäminen	52
8	LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI	54
9	POHDINTA.....	56
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	59
	LIITE 1: LYHENTEET JA TERMIT	64
	LIITE 2: YMPÄRISTÖVASTUULLISUUS JA ENERGIATEHOKKUUS – CASE: ABC PITKÄLAHTI.....	69
	LIITE 3: VASTUULLISUUSVIESTINTÄ: ABC PITKÄLAHTI.....	72

1 JOHDANTO

Yhteiskunnallisessa keskustelussa ympäristön tila ja vastuullisuus ovat jatkuvasti pinnalla olevia aiheita ja ne koskettavat kaikkia. Niin yksittäisten kuluttajien kuin yritysten, päättäjien ja organisaatioidenkin kiinnostus ympäristöasioita kohtaan on kasvanut ja monet kuluttajat haluavat tietää, millaista liiketoimintaa tukevat. Vastuullinen yritystoiminta on myös osa kannattavaa yritystoimintaa, kun yrityksen tekemät valinnat heijastuvat sen tulokseen. Vastuullisuuteen panostavilla yrityksillä on mahdollisuus kasvattaa toimintaansa kestävästi, saada kilpailuetua ja lisäarvoa sekä olla tulevaisuuden edelläkävijöitä. Yritysvastuusta on myös kovaa vauhtia tulossa liiketoiminnan perusedellytys, koska yrityksiltä odotetaan niin ympäröivän yhteiskunnan kuin erilaiset sidosryhmät huomioivaa vastuullista toimintaa ja viestintää. (Liappis, Pentikäinen ja Vanhala 2019, 2-4.)

S-ryhmä ja sitä kautta myös ketjuun kuuluva toimipaikka ABC Pitkälähti pyrkivät säästämään energiaa toiminnassaan sekä kehittämään ympäristövastuullisuuttaan. S-ryhmä on tehnyt suunnitelmallista työtä vuosien ajan toimiakseen vastuullisemmin ja vähentääkseen energiankulutustaan. S-ryhmä on asettanut tavoitteekseen tuottaa 100 prosenttia käyttämästään sähköstä uusiutuvalla energialla vuoteen 2030 mennessä. Tavoite näkyy myös ABC Pitkälähdessä, sillä kiinteistön katolle asennettiin 1000 aurinkopaneelia vuonna 2018, jotka tuottavat sähköä kiinteistön omaan käyttöön. (S-kanava 2018.a.)

Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantoja ABC Pitkälähteen, jossa tällaiselle kehittämisprojektille oli aito tarve ja toimipaikalla pidetään vastuullisuutta ja ympäristöystävällisyyttä tarpeellisena sekä hyvin ajankohtaisena kehityskohteena. Toimipaikassa esille nousi myös tarve vastuullisuusviestinnän kehittämiseksi. Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia ja kartoittaa toimipaikan ympäristövastuullisuutta energiatehokkuuden ja vastuullisuusviestinnän näkökulmasta sekä etsiä keinoja, miten näitä ympäristövastuullisuuden osa-alueita voisi tulevaisuudessa kehittää. Tutkimuksessa pyrittiin löytämään kehitysideoita ABC Pitkälähdessä edellä mainituilta osa-alueilta ja etsimään ratkaisuja toimipaikan haasteisiin.

Opinnäytetyön aiheen valintaan vaikuttivat halu oppia lisää ja kehittyä tässä laajassa ja hyvin ajankohtaisessa aiheessa sekä saada kattavampi näkemys siitä, mitä vastuullisuus ja energiatehokkuus yrityksen näkökulmasta voivat tarkoittaa, mitä niiden kehittämisessä on huomioitava ja kuinka ne voivat vaikuttaa yrityksen taloudellisiin tavoitteisiin. Aihealuetta on käsitelty myös monesta erilaisesta näkökulmasta opintojen aikana, joten se syventäisi jo tähän mennessä opittua sekä auttaisi näkemään aihetta vielä laajemmin ja monipuolisemmin erilaisista näkökulmista. Lisäksi aiheen valintaan tuki ajatus siitä, että tulevaisuuden työelämässä tarvitaan aiheen laaja-alaista ymmärtämistä sekä jatkuvaa toiminnan kehittämistä ja uusien toimintamallien ja tapojen luomista, suunnittelua ja toteuttamista. Nämä lähtökohdat tekevät aiheesta kiinnostavan, ajankohtaisen sekä työelämälähtöisyyttä ja urakehitystä tukevan.

Opinnäytetyö koostuu kahdesta osiosta, joita ovat opinnäytetyön tietoperusta ja tutkimuksellinen kehittämistyö, jossa tarkastellaan haastatteluiden tuloksia sekä niistä nousseita kehittämisideoita.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu ympäristövastuullisen liiketoiminnan käsitteistä, yritysvastuusta sekä energiatehokkuutta ja vastuullisuusviestintää käsittelevästä teoriaosuudesta. Teoreettinen viitekehys pohjautuu aihealueen erilaisiin julkaisuihin ja aiemmin tehtyihin tutkimuksiin. Opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat ympäristövastuullisuus, yritysvastuu, vastuullisuusviestintä, ympäristöjohtaminen sekä energiatehokkuus, jotka määritellään osana tietoperustaa. Opinnäytetyön avainsanoja ovat ympäristövastuullisuus, energiatehokkuus, kehittäminen, vastuullisuus ja vastuullisuusviestintä. Keskeisimmät tutkimuskysymykset ovat: Miten ympäristövastuullisuus näkyy ABC Pitkälahdessa? Miten vastuullisuusviestintää voitaisiin kehittää? Mitkä ovat energiatehokkuuteen vaikuttavia tekijöitä ja kuinka niitä voitaisiin kehittää?

Opinnäytetyö toteutettiin kehittämistyönä ja se sisälsi kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen, joka toteutettiin puolistrukturoituina teemahaastatteluina. Teemahaastatteluiden keskeisiä teemoja ovat ympäristövastuullisuus, energiatehokkuus ja vastuullisuusviestintä. Lisäksi haastattelussa kartoitettiin vastuullisuusviestinnän toteutusta ja tasoa työntekijöiden näkökulmasta. Teemahaastattelut toteutettiin toimipaikan työntekijöille. Tutkimuksen avulla kartoitettiin toimipaikan ympäristövastuullisuuden nykytilaa, vastuullisuusviestinnän tasoa sekä energiatehokkuuteen vaikuttavia tekijöitä ja etsittiin kehityskohteita yrityksen toimintaan näistä näkökulmista.

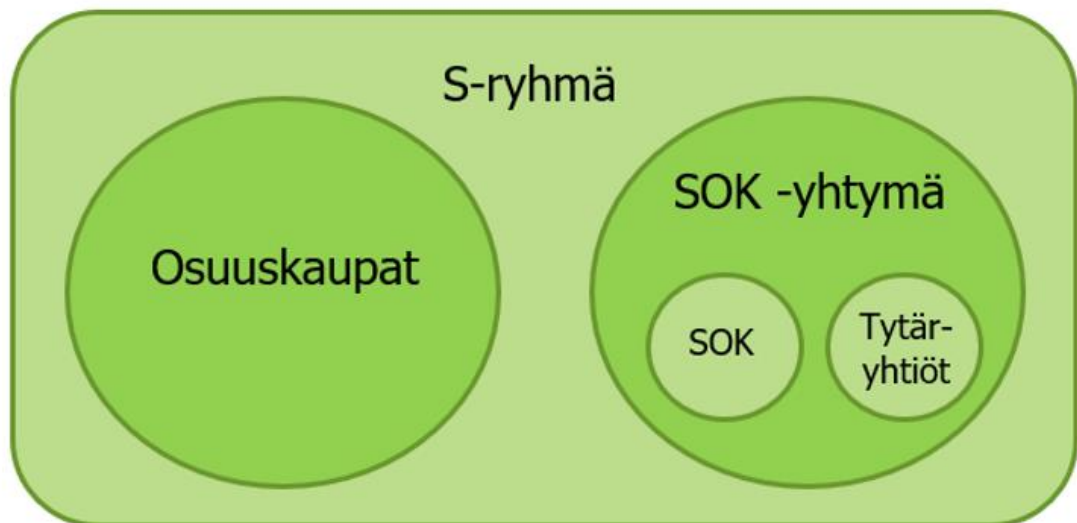
Kehitystyön avulla pyrittiin löytämään konkreettisia tapoja parantaa ravintolan työprosesseja, kehittää niitä ympäristöystävällisemmiksi ja löytää tapoja viestiä niin asiakkaille kuin henkilökunnallekin toimipaikan ympäristövastuullisista valinnoista. Opinnäytetyön tutkimuksen kautta toiminnan kehittämisen tavoitteeksi nousi se, että ympäristövastuullisista toimintatavoista tulisi merkittävämpi osa jokaisen työntekijän päivittäistä työtä ja että jokainen osaisi huomioida sen paremmin toiminnassaan. Myös energiatehokkuustoimenpiteet ja onnistunut vastuullisuusviestintä niin toimipaikan sisäisesti kuin ulkoisestikin ovat tärkeitä kehittämisen kohteita. Tutkimuksessa esille nousseiden kehittämissideoiden ja tietoperustan pohjalta on laadittu informatiivinen Power-Point -materiaali toimipaikalle sekä koonti vastuullisuusviestinnän kehittämisestä.

2 S-RYHMÄ, PEEÄSSÄ JA TOIMEKSIANTAJA ABC PITKÄLAHTI

2.1 S-ryhmä

Opinnäytetyö saatiin toimeksiantona ABC Pitkälahdesta, joka on osa S-ryhmää ja kuuluu Pohjois-Savon alueen Osuuskauppa PeeÄssään. S-ryhmä on palvelualan ja vähittäiskaupan yritysverkosto, joka koostuu 19 itsenäisestä alueosuuskaupasta. Osuuskaupalla tarkoitetaan osuustoiminnallisia yrityksiä, jonka omistajat ovat osuuskunnan asiakkaita eli asiakasomistajia. S-ryhmällä on Suomessa yli 1800 toimipaikkaa, joihin kuuluvat tavaratalon, erikoisliikekaupan, marketkaupan, liikennemyymälä ja polttonestekaupan, rautakaupan sekä matkailu- ja ravitsemiskaupan palveluita. S-ryhmä työllistää myös yli 40 000 ihmistä Suomessa. (S-ryhmä s.a.g.)

S-ryhmä koostuu Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnasta (SOK) tytäryhtiöineen ja osuuskaupoista. (S-ryhmä s.a.g.) Toiminnan kivijalan muodostaa yrityksen arvot, jotka pohjautuvat vastuulliseen osuustoiminnallisuuteen. Näitä arvoja ovat tuloksellisesti toimiminen, toiminnan jatkuva uudistaminen, oleminen asiakkaita varten sekä vastuun kantaminen niin ihmisistä kuin ympäristöstäkin. Tavoitteena on myös olla vastuullisuuden edelläkävijä, mikä tarkoittaa aiempaa vastuullisempien ja kestävämpien valintojen tekemistä ja sitä kautta myös sidosryhmien ja asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin vastaamista. (S-ryhmä s.a.a.)



KUVIO 1. S-ryhmän muodostuminen, mukaillen (S-ryhmä s.a.g, mukaillen.)

S-ryhmä on yksi vastuullisuuden edelläkävijöistä Suomessa. Suurena toimijana S-ryhmällä on oma Paras paikka elää -vastuullisuusohjelma ja yritys panostaa vastuullisuudella johtamiseen. (S-ryhmä s.a.e). Käytännössä S-ryhmän vastuullisuusohjelman ydin koostuu sadasta konkreettisesta asiasta ja teosta, joita yritys pyrkii toiminnassaan toteuttamaan ja sitä kautta vaikuttamaan niin yhteiskuntaan kuin ympäristön hyvinvointiin. S-ryhmä on linkittänyt 100 vastuullisuustekoaan YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin. Nämä teot ovat parannuksia arjen päivittäisissä toiminnoissa, mutta myös kansainvälisellä tasolla tehtyjä suunnan näyttäjiä. (S-kanava 2018.b, 34.)

Vastuullisuusohjelmassa listattuihin tekoihin kuuluvat vastuun kantaminen kotimaisen elintarvikeketjun elinvoimaisuudesta, paikallisten tuotteiden ja kotimaisen työn tukemisesta, hävikin vähentäminen, kierrättäminen, sesonkituotteiden suosiminen, kestävän tuotannon ja raaka-aineiden kehittämistyö sekä uusiutuvan energian käyttäminen toiminnassa. (S-kanava 2018.c, 33, 41, 68.) S-ryhmässä kartoitetaan myös sitä, kuinka toiminnassa voidaan toteuttaa kiertotaloutta niin, että raaka-aineet ja resurssit pysyvät kierrossa mahdollisimman pitkään ja tehokkaasti. (S-ryhmä s.a.d.) Ketjun toiminnassa on asetettu tavoitteita myös sertifioitujen tai vastuulliseksi varmistettujen tuotteiden käyttöön ottamiseksi toimipaikoissa esimerkiksi kahvin, teen, kaakaon, palmuöljyn sekä kalan osalta. Tavoitteet näkyvät myös siinä, että S-ryhmän ABC-ravintoloissa tarjoillaan vain kotimaista sian, nautan ja broilerin lihaa. (S-kanava 2018.c, 33, 68-70.)

S-ryhmä pyrkii tavoitteillaan ja toiminnallaan vastaamaan YK:n kestävän kehityksen päätavoitteeseen torjua ilmastonmuutosta. (S-kanava 2018.c, 59.) Ketjun ilmastotyö perustuu esimerkiksi päästöjen seuraamiseen ja vähentämiseen, energiatehokkuuden parantamiseen, uusiutuvan energian käyttöön sekä materiaalien kierrättämiseen. Tavoitteena on esimerkiksi tuottaa 80% sähkönkulutuksesta omalla uusiutuvalla tuuli- ja aurinkoenergialla vuoteen 2025 loppuun mennessä sekä tehostaa energiankulutusta 30% vuoden 2015 tasosta vuoden 2030 loppuun mennessä. (S-ryhmä s.a.c.)

2.2 PeeÄssä

Osuuskauppa PeeÄssä maakunnallinen palveluyritys, joka toimii Pohjois-Savon alueella ja jonka toimintaan kuuluu marketkauppaa, liikennemyymälä- ja polttonestekauppaa sekä matkailu- ja ravitsemuskauppaa. Toimialueella on 80 toimipaikkaa ja vuonna 2019 Osuuskauppa PeeÄssän liikevaihto oli 597 miljoonaa euroa. (S-ryhmä s.a.b.)

Osuuskauppa PeeÄssän toiminta kiteytyy palvelujen ja etujen tuottamiseen asiakasomistajille, keiden määrä on ollut yli 120 000 joulukuussa 2019. Työllään PeeÄssä rakentaa Pohjois-Savon alueen hyvinvointia ja menestyminen alueella perustuu kannattavaan liiketoimintaan ja osaavaan henkilökuntaan sekä asiakasomistajiin. Osuuskauppa PeeÄssä on yksi maakunnan suurimmista yrityksistä. Osuuskauppa PeeÄssän toimintaa ohjaavat monet arvot ja näitä arvoja ovat esimerkiksi tyytyväinen ja sitoutunut asiakasomistaja, laadukas ja tehokas toiminta, innostunut ja osaava henkilökunta sekä vuorovaikutteinen ja avoin yhteistyö. Arvot ohjaavat ja näkyvät PeeÄssän kaikessa toiminnassa aina henkilökunnan ja hallinnon työstä johtamiseen, asiakaspalveluun sekä yhteistyöhön. (S-ryhmä s.a.b.)

2.2.1 ABC-Pitkälähti

ABC Pitkälähti on Kuopion eteläpuolella 10 kilometrin päässä keskustasta sijaitseva liikennemyymälä. Toimipaikka palvelee vuoden jokaisena päivänä arkisin sekä pyhänä ja on auki 24 tuntia vuorokaudessa. ABC Pitkälähti on yksi Suomen 58:sta ABC-liikennemyymälästä. Toimipaikassa on monipuolinen ravintola, joka tarjoaa päivittäin aamiaista, noutopöydän, Arnoldsin Original-donitseja, à la carte, ABC Burgeria sekä erilaisia vitriinituotteita. Lisäksi toimipaikan yhteydessä on polttonesteen

tankkaus sekä ABC-CarWash. ABC Pitkälähti tarjoaa myös muita palveluita, kuten tilavat WC-tilat, lastenhoituhuoneen sekä lasten Apsi-leikkipaikan. Samassa rakennuksessa sijaitsee myös Kuopion Kodin Terra ja S-market Pitkälähti. (ABC-asetat s.a.b.c.)

3 YRITYSVASTUU

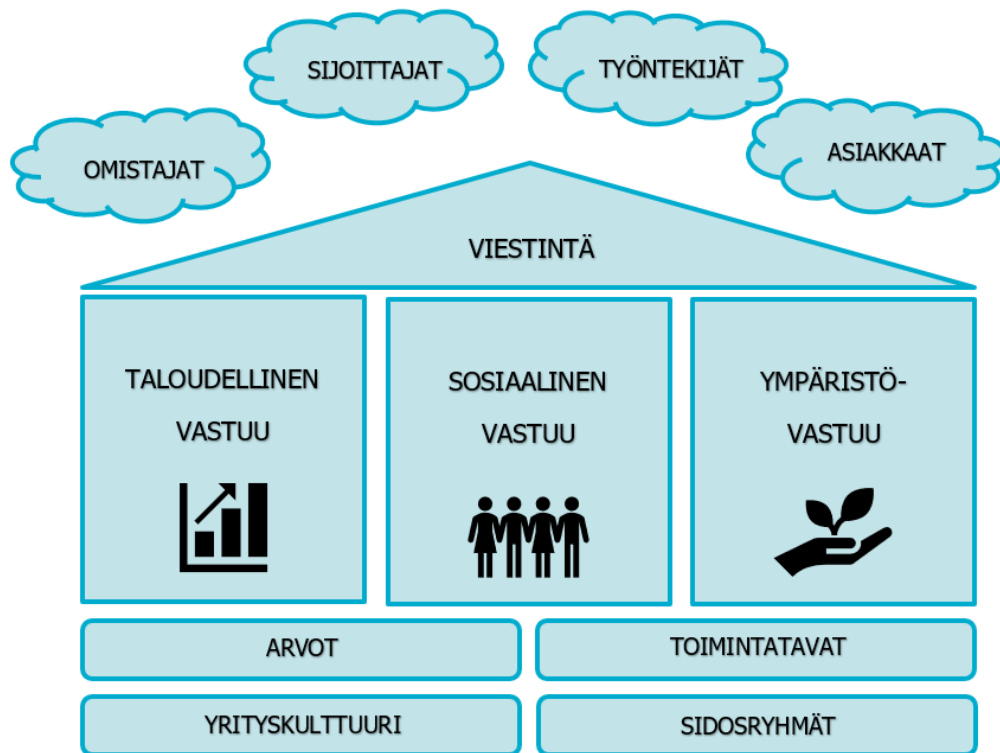
3.1 Yritysvastuun käsitteet

Vastuullinen yritystoiminta pohjautuu näkemykseen siitä, että yrityksellä on yhteiskunnassa muitakin velvoitteita ja tavoitteita kuin tuottaa siihen sijoittaneiden omistajien pääomalle tuottoa. Ensimmäinen vastuullista liiketoimintaa käsittävä käsite on ollut corporate social responsibility (CSR). Se on monien toimijoiden käytössä kuitenkin lyhentynyt muotoon corporate responsibility (CR). Suomeksi nämä käsitteet ovat yrityksen yhteiskuntavastuu ja yritysvastuu. (Liappis ym. 2019, 6-7.) Vastuullinen yritystoiminta (corporate responsibility, CR) tarkoittaa sitä, että yritys toimii ja sitä johdetaan tavalla, joka vähentää toiminnan kielteisiä vaikutuksia, tuottaa jotain hyvää yhteiskuntaan ja ympäristöön sekä toimii kansalliset lait ja lainsäädännön vaatimukset ylittävällä tavalla vastuullisesti yhteiskunnan, ympäristön ja ihmisten hyväksi ja suojaamiseksi (Liappis ym. 2019, 7; Viitala ja Jylhä 2019, 318).

Käytännössä yritysvastuu on kestävä kehityksen toteuttamista yrityksen liiketoiminnassa ja vastuullisuus toteutuu tasapainoisesti ympäristö-, sosiaalisten ja taloudellisten tekijöiden näkökulmasta niin yrityksen kehittämisessä, johtamisessa kuin yhteistyössä sidosryhmien kanssa. Yritystoiminnan vastuullisuus on kehittynyt ja muotoutunut käsittämään yhä laajemmin eri vastuullisuuden osa-alueita. Vastuullisuus on jäsentynyt yhä tarkemmin ja on osa johdon työtä yrityksessä esimerkiksi dokumentoinnin, arvioinnin ja julkisen käsittelyn kautta. Viime vuosikymmeninä yritysvastuu on muuttunut yhä läpinäkyvämmäksi ja aidosti velvoittavaksi ja rinnalle on kehittynyt myös tieteellistä tutkimusta, viranomaisvalvontaa sekä viranomaisten normistot ohjeistuksineen. (Viitala ja Jylhä 2019, 318-319.)

3.2 Yritysvastuun osa-alueet

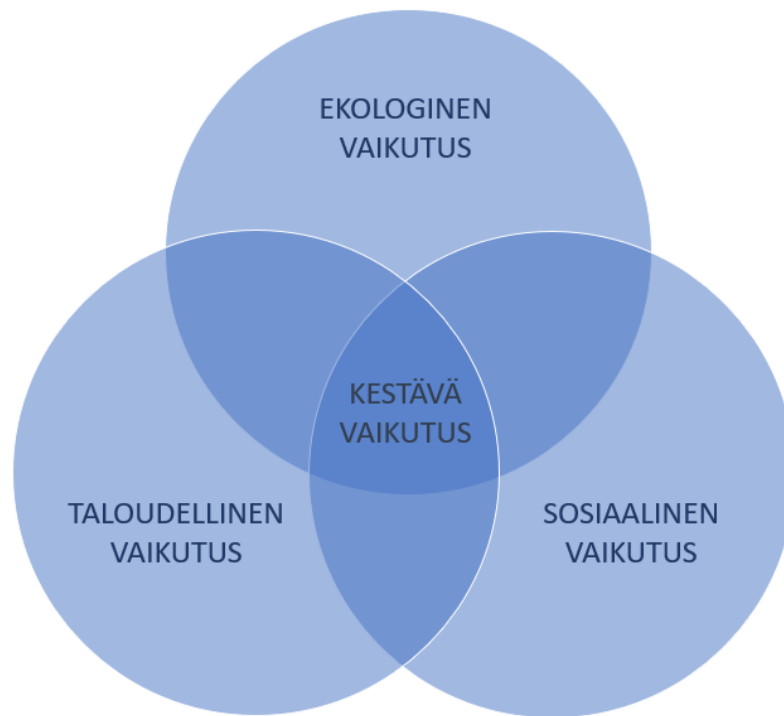
Yritysvastuulla on kolme alakäsitettä, joita ovat sosiaalinen, taloudellinen ja ympäristövastuu. Käytännössä yritykset voivat päättää, kuinka arvottavat ja jakavat yritysvastuun alakäsitteet omassa toiminnassaan. Painotukseen vaikuttavat yrityksen toimiala sekä ulkoiset sekä sisäiset tekijät. (Elkington 1999, 73-74.) Kokonaisuudessa yritysvastuu rakentuu myös monistu muista osista, joiden painopisteet ja osa-alueet ovat muuttuneet ja täsmentyneet vuosien varrella. Näistä osia ovat esimerkiksi yrityksen arvot ja sisältöelementit, kuten päätöksenteko, toimintatavat yrityskulttuuri sekä erilaiset sidosryhmät, joita voivat olla omistajat, työntekijät, asiakkaat ja sijoittajat. Yritysvastuun kokonaisuutta voidaan kuvata taloon liittyvien elementtien kautta (Kuvio 2).



KUVIO 2. Yritysvastuun laaja kokonaisuus (Liappis ym. 2019, 7, mukailten.)

Kuviossa 2. kuvataan yritysvastuun laajaa kokonaisuutta taloon liittyvien elementtien kautta. Yritysvastuun perustan muodostaa kivijalka, johon kuuluvat yrityksen arvot ja yrityskulttuuri, joita tämentävät yrityksen kirjoitetut ja kirjoittamattomat toimintatavat, käytännöt ja päätöksentekorakenteet. Yrityksen arvot ovat yksi keskeisimpiä osia yritysvastuun rakentumisessa ja niiden tulisi aina olla linjassa yrityskulttuurin, toimintatapojen ja päätöksentekorakenteiden kanssa. (Liappis ym. 2019, 7-8.)

Kivijalan päälle muodostuvat yritysvastuun sisältöelementit eli niin sanotut talon seinät. Sisältöelementit jaotellaan ympäristö-, sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuuseen (Liappis ym. 2019, 7). Jaottelu on vuodelta 1994, jolloin kestävän liiketoiminnan ja yritysvastuun asiantuntija John Elkington määritteli tunnetun kolmoistilinpäätösmallin (tripla bottom line). Mallin mukaan yritystoiminnan kestävyys määrittyy sen perusteella, millaisia sen vaikutukset ovat vastuullisuuden kolmella eri osa-alueella ja miten yritys kehittää näitä osa-alueita. Vastuullisuuden osa-alueet ovat taloudelliset vaikutukset, ekologiset vaikutukset ja sosiaaliset vaikutukset ja ne muodostavat kestävyuden vaikutusalueen (Kuvio 3). Käytännössä kolmoistilinpäätös mittaa yrityksen suorituskykyä taloudellisen tuloksen näkökulmasta, mutta myös sosiaalisten ja ekologisten vaikutusten kautta. Vastuullinen yritys pyrkii lisäämään myönteisiä vaikutuksia näillä kaikilla kolmella osa-alueella ja vähentämään negatiivisia vaikutuksia. (Viitala ja Jylhä 2019, 319.)



KUVIO 3. Kestävän kehityksen triple bottom line -malli (Viitala ja Jylhä 2019, 319, mukaillen.)

Yritysvastuun kokonaisuuden täydentävät viestintä ja aktiivinen sidosryhmäyhteistyö. Ne luovat yritysvastuun kokonaisuuden kattorakenteet (kuvio 2). Sidosryhmät ovat keskeinen osa yritysvastuuta. (Liappis ym. 2019, 9.) Sidosryhmillä (stakeholder) tarkoitetaan niitä toimijoita, joiden kanssa yritys on vuorovaikutuksessa, jotka vaikuttavat sen toimintaan ja tavoitteisiin sekä ovat kiinnostuneita yrityksestä ja joihin yritys itse voi vaikuttaa toiminnallaan. Yrityksen keskeisiä sidosryhmiä voivat olla ryhmät, yksilöt ja organisaatiot, kuten esimerkiksi omistajat, velkojat, sijoittajat, asiakkaat, hallitus, viranomaistahot, järjestöt, kilpailijat, toimittajat ja kumppanit, joilta yritys saa resursseja. (Business Dictionary s.a.b.) Tärkeä osa yritysvastuuta on tunnistaa oikeat sidosryhmät, ymmärtää niiden tarpeet ja odotukset sekä kommunikoida niiden kanssa. (Liappis ym. 2019, 9.)

Avain yritysvastuun konkretisoimiseen ja sen onnistumiseen on viestintä. Viestinnän keinoin yritysvastuu voidaan saada osaksi yrityksen toimintakulttuuria ja -tapoja sekä tehdä vastuulliset teot, palvelut ja tuotteet näkyviksi myös ulkopuolisille sidosryhmille. Eri sidosryhmät huomioivaa ja aktiivista viestintää tarvitaan, jotta vastuullinen toiminta saadaan heijastumaan myös osaksi yrityksen kilpailukykyä. Kun näin tehdään ja viestintä on tehokasta, voidaan yritysvastuun sanoa onnistuneen johtamisen näkökulmasta. Yritysvastuun viestinnässä tarvitaan aitoja sisällöllisiä tekoja, jotta niistä voidaan viestiä. Samalla on tärkeää huolehtia siitä, että vastuullisuusviestintä vastaa aitoja tekoja, ettei yritys syyllisty vääristelyyn tai viherpesuun, mikä voi aiheuttaa ongelmia ja heikentää luottoa yritykseen. Lisäksi on tärkeää panostaa osaavaan viestintään, jotta yritys voi pyrkiä minimoimaan mainehaittojen vaikutukset, jos yrityksen vastuuton toiminta nostetaan julkisuuteen. (Liappis ym. 2019, 9.)

Edellisessä kappaleessa mainitulla viherpesulla (greenwash) tarkoitetaan kuluttajien harhaanjohtamista yrityksen ympäristökäytäntöjen, tuotteiden tai palvelujen ympäristöhyötyjen suhteen. Viherpesua harrastava yritys pyrkii saamaan toimintansa näyttämään ympäristöystävällisemmältä kuin se on ja luomaan totuutta paremman mielikuvan siitä lisätäkseen kuluttajien luottamusta, vaikuttaakseen heidän ostotottumuksiinsa ja saadakseen kilpailuetua, kun ekologisempien vaihtoehtojen kysyntä kasvaa koko ajan. Viherpesu heikentää kuitenkin kuluttajien luottamusta yrityksen mainontaan ja viestintään, kun viherpesua harrastavat yritykset antavat kuluttajille virheellistä tietoa esimerkiksi tuotteen tai palvelun ekologisuudesta ja kuvaa niitä parempina vaihtoehtoina kuin ne oikeasti ovat. (Chen ja Ghang 2013, 1-3.)

3.2.1 Ympäristövastuu

Lainsäädäntö määrittelee liiketoiminnan ympäristövastuulle lähtökohdat, jotka yrityksen tulee vähintään täyttää toiminnassaan. Esimerkiksi Suomen perustuslain 20 § määrittelee, että vastuu luonnosta ja sen monimuotoisuudesta, ympäristöstä ja kulttuuriperinnöstä kuuluu kaikille. Käytännössä ympäristövastuu on hyvin laaja kokonaisuus, johon vaikuttavat monet erilaiset tekijät yrityksen toiminnassa. Esimerkiksi ympäristövastuuseen vaikuttavat yrityksen johdon ja omistajien moraali- ja etikkakäsitykset, mutta myös toimiala, yrityksen palvelut ja tuotteet ja niiden laatu sekä yrityksen toimintaa sitovat velvoitteet, toimintaympäristö ja tulevaisuuden tavoitteet. (Liappis ym. 2019, 99-107.)

Ympäristövastuu on yksi yritys vastuun kolmesta keskeisestä elementistä. Ympäristövastuun peruselementtejä ovat luonnonvarojen kestävä käytön edistäminen sekä ympäristön pilaantumisen estäminen. Lisäksi ympäristövastuuseen kuuluvat esimerkiksi ilmastonmuutoksen torjunta ja hidastaminen, jätteen vähentäminen, päästöjen minimointi, luonnon monimuotoisuuden turvaaminen ja energia- ja materiaalitehokkuus. Monesti myös eläinten oikeudet liitetään osaksi ympäristövastuuta. (Liappis ym. 2019, 8.) Lähtökohtaisesti ympäristövastuullisuudella tarkoitetaan siis yrityksen tapaa toimia ympäristön kannalta parhaimmalla mahdollisella tavalla (Harmaala ja Jallinoja 2012, 20). Kun yritys saavuttaa lainsäädännön asettamat minimitalvoitteet, voi yritys alkaa kehittämään varsinaista ympäristövastuutaan erilaisten vapaaehtoisten toimien kautta parantaakseen ympäristönsuojelua, estääkseen ympäristön pilaantumista ja edistääkseen luonnonvarojen kestävä hyödyntämistä (Liappis ym. 2019, 99-107). Käytännössä yrityksen ympäristövastuullisuuteen kuuluvat esimerkiksi maaperän, vesistöjen sekä ilman suojeleminen, jätteiden määrän vähentäminen, luonnon monimuotoisuuden turvaaminen, säästävä ja tehokas luonnonvarojen käyttö sekä kemikaalien ympäristö- ja terveysriskien hallinta. Lisäksi ympäristövastuu näkyy tuote- ja palvelukehityksessä, kehittyvän tekniikan käytössä, toiminnan ekotehokkuuden lisääntymisessä ja esimerkiksi logistisen ketjun hallinnassa. Ympäristövastuu ei kuitenkaan koske vain yrityksen omaa toimintaa vaan käytännössä ympäristövaikutuksiin voi vaikuttaa tuotteen koko elinkaaren ajan, jolloin yritysten ympäristövastuun merkitys on laajempi ja ulottaa myös yhteistyökumppaneiden ja sidosryhmien ympäristövaikutusten hallintaan. Tällöin yritys voi kokonaisuudessaan huomioida esimerkiksi tuotteidensa ympäristönäkökohdat jo tuotetta tai sen tuotantoprosessia suunnitellessa ja kehittäessä sekä tuotteen koko elinkaaren ajan. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 20.) Tällöin ympäristönäkökohdissa huomioidaan niin välittömät

kuin välilliset vaikutukset, ympäristöhaittojen aiheutumisen mahdollisuudet, vaikutusten laajuus, esiintyvyys sekä palautuvuus, ympäristölainsäädäntö sekä paikallisen, alueellisen tai maailmanlaajuisen ympäristön haavoittuvuus. hyödyntämistä (Liappis ym. 2019, 99-107).

Ympäristövastuun näkökulmasta on tärkeää ymmärtää myös toimialan, ajan ja paikan vaikutukset. Yrityksen on selvitettävä organisaationsa ja tuotteidensa elinkaaren aikana syntyvät ympäristövaikutukset suhteessa aikaan ja paikkaan. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että ympäristövastuu on kontekstisidonnaista ja se, mikä oli esimerkiksi 20 vuotta sitten oleellista, voi nykyäänkin olla sitä tai sitten ei. Ympäristövaikutukset ovat täten yhteiskunnallinen kysymys ja ne heijastavat yhteiskuntaa ja sidosryhmiä kuvaten sitä, mikä on tärkeää juuri nyt. Viimeisen 20 vuoden aikana ilmastonmuutos, vastuullisuus ja yritysten hiilijalanjälki ovat tulleet yhä enemmän osaksi yritysten ympäristövastuuta. Ympäristövaikutuksia mitataan ja niitä pyritään kehittämään ja pienentämään. (Liappis ym. 2019, 99-110.)

3.2.2 Taloudellinen vastuu

Taloudellinen vastuu on yksi yritysvastuun kolmesta keskeisestä elementistä. Taloudellisella vastuulla tarkoitetaan taloudellisesti kestäväällä pohjalla toimivaa yritystä, jonka toiminta on kannattavaa ja sillä on edellytykset jatkoa. Taloudellisen vastuun kokonaisuuteen kuuluvat yrityksen kilpailukyky, kannattavuus, tehokkuus ja sijoittajien tuotto-odotuksiin vastaaminen. Kokonaisuutta täydentävät myös esimerkiksi se, miten yrityksessä käytetään rahaa, varallisuutta ja valtaa ja millainen on yrityksen palkitsemisjärjestelmä. Lisäksi taloudellisen vastuun osa-alueita ovat korruption, harmaan talouden ja lahjonnan estäminen sekä vastuullinen veronmaksu. Taloudellinen vastuu luo yritykselle edellytykset toimia myös ympäristö- ja sosiaalisesti vastuullisella tavalla. (Liappis ym. 2019, 9.)

Kannattava yritystoiminta on edellytys sille, että yritys voi toimia vastuullisesti niin paikallisesti kuin globaalistikin ja tuottaa taloudellista hyvinvointia yhteiskunnalle. Yritysvastuu perustuu yrityksen kilpailukykyyn ja taloudelliseen suorituskykyyn, mikä tarkoittaa esimerkiksi vahvaa kassavirtaa, tehokkuutta sekä kannattavuutta. Yrityksen taloudellisia kysymyksiä ovat esimerkiksi, millainen kannattavuus on tavoiteltava ja kohtuullinen ja kuinka paljon osakkaille maksetaan osinkoa. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 16-17.) Lisäksi taloudelliseen vastuuseen kuuluu keskeisenä osana, millaisia taloudellisia vaikutuksia yrityksellä on sidosryhmiinsä sekä yhteiskuntaan yleisesti (Liappis ym. 2019, 73).

Yritysvastuuseen kuuluu yrityksen toimintakykyisyys pitkällä aikavälillä, jolloin yritys kasvattaa arvoaan ja tuottoaan, mutta toimii yhteiskunnallisesti hyväksytyjen menettelytapojen mukaan. Lähtökohtaisesti lainsäädäntö asettaa perusteet yrityksen taloudellisesti vastuulliselle toiminnalle, mutta yrityksen tulisi huomioida toiminnassaan yhteiskunta ja menetellä vastuullisesti myös silloin, kun lainsäädäntö ei siihen erikseen velvoita. (Liappis ym. 2019, 72-73; Harmaala ja Jallinoja 2012, 16-17.) Esimerkiksi Suomessa osakeyhtiölaki asettaa yhtiön tavoitteeksi voiton tuottamisen osakkeenomistajille, muttei tällä tarkoiteta voiton maksimointia lyhyellä aikavälillä muiden toimijoiden ja sidosryhmien kustannuksella. Sen sijaan kannattavuus tulee rakentaa lain nojalla kestävästi ympäröivän yhteiskunnan huomioimalla tavalla. (Liappis ym. 2019, 72-73.) Käytännössä tämä tarkoittaa sitä,

että yrityksen on tehtävä päätöksiä siitä, pyrkiikö se investoimaan ympäristön ja työntekijöiden hyvinvointiin, jotka voivat tuottaa vasta vuosien päästä vai pyrkiikö yritys mieluummin kasvattamaan tulostaan ja voittoaan. Jos yritys huomioi kestäväen kehityksen eri toimintansa osa-alueilla, voidaan toiminnan ajatella huomioivan myös seuraavat sukupolvet. Yritysvastuuseen kuuluu myös se, että yritys luo sitä ympäröivään yhteiskuntaan taloudellista hyvinvointia. Käytännössä tämä voi tarkoittaa alueen hankkeita esimerkiksi koulujen kanssa, mutta myös yhteiskunnan huomioimista esimerkiksi investointien ja ostojen näkökulmasta. Lisäksi taloudellisesti vastuullinen yritys huolehtii vastuullisesti veronmaksun, torjuu harmaata taloutta ja rahanpesua sekä toimii oikeudenmukaisesti työntekijöitä ja alihankkijoita kohtaan. (Liappis ym. 2019, 73-74.)

Hyvä hallinto on myös osa taloudellisen vastuun kokonaisuutta. Hyvään hallintotapaan kuuluvat esimerkiksi hallituksen riippumattomuus ja moninaisuus, lahjonnan ja korruption estäminen, johdon palkitseminen ja vastuullinen veronmaksu. (Liappis ym. 2019, 73-74.)

3.2.3 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuu on yksi yritysvastuun kolmesta keskeisestä elementistä. Sosiaalinen vastuu käsittää yrityksen toiminnan vaikutukset ihmisiin. Vastuullinen yritys huolehtii, ettei sen toiminta aiheuta negatiivisia vaikutuksia sen eri sidosryhmiin kuuluviin ihmisiin, kuten asiakkaisiin, työntekijöihin tai lähialueen asukkaisiin. Sosiaalisen vastuun elementteihin kuuluvat ihmisoikeudet ja niihin pohjautuvat muut sosiaalisen vastuun elementit, joita ovat ihmisten johtamisen, laaja-alaisen työhyvinvoinnin, tuoteturvallisuuden sekä asiakaspalvelun osa-alueet. (Liappis ym. 2019, 9.) Suomessa sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat myös monet erilaiset lainsäädännön velvoitteet, rooliodotuksiin vastaaminen, ihmis- ja työoikeudet, työturvallisuus ja työhyvinvointi (Harmaala ja Jallinoja 2012, 18).

Yrityksen sosiaalinen vastuu on laaja kokonaisuus ja käsittää sen, että kyse on yritystoiminnan vaikutuksista ihmisiin ja näiden vaikutusten vastuun kantamisesta. Vastuullisen toiminnan ydin on ihmisten arvostamisessa, huomioisessa ja hyvässä kohtelussa. Käytännössä tämä konkretisoituu esimerkiksi syrjimättömyyteen, hyvään työkuultuuriin ja asiakaspalveluun sekä työturvallisuuteen. (Liappis ym. 2019, 128-129.)

Länsimaissa sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat monesti myös työntekijöiden hyvinvoinnin edistäminen, osaamisen kehittäminen yli lainsäädännön sekä työehtospimusvelvoitteiden. Yhteiskunnallisesta näkökulmasta yritysten sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat esimerkiksi edistää maahanmuuttajien, nuorien ja syrjäytyneiden työllistämistä sekä pyrkiä minimoidaan työpaikkojen vähentämisen vaikutuksia. Välillisiä vaikutuksia on myös yrityksen kumppaneiden ja alihankkijoiden raaka-aineiden tuottajiin ja henkilöstöön. (Liappis ym. 2019, 128-129; Harmaala ja Jallinoja 2012, 19.) Sosiaalisen vastuun perustana ovat ennen kaikkea ihmisoikeusvastuut, joiden toteutumisen on tärkeää näkyä yrityksen vastuullisuustyössä. Ihmisoikeudet ohjaavat sijoittajien toimintaa, mutta myös muut sidosryhmät arvioivat yrityksen toimintaa ihmisoikeusvastuun toteutumisen kautta. (Liappis ym. 2019, 128-129.)

Nykyään sosiaalisen vastuun kysymyksiin ovat vaikuttaneet viime vuosina muuttuneet toimintaolosuhteet. Teknologinen kehitys on muuttanut ja muuttaa jatkuvasti työelämää. Tämä vaikuttaa siihen, että monet työt siirtyvät ihmisiltä koneiden tehtäväksi ja samalla on auennut mahdollisuuksia aivan uudenlaisiin työnkuviin ja ammatteihin. Esimerkiksi suunnittelu- tuotanto ja myyntiprosesseissa ihmisiä tarvitaan edelleen. Lisäksi työn pirstaleisuus, etätyöt, pätkätyöt ja työn epävarmuus ovat yhä vahvemmin osa tämän hetken työelämää. Täten työn muodot ja sisällöt ovat muuttuneet ja sen seurauksena yritysten on osattava tarkastella sosiaalista vastuutaan muuttuneessa toimintaympäristössä. Pirstaloitunut työelämä on vaikuttanut ja luonut haasteita myös riittävän korvauksen saamisesta elämiseen, mistä on tullut laajasti puhuttava sosiaalisen vastuun kysymys. (Liappis ym. 2019, 129.)

Asiakasnäkökulmasta yrityksellä on vastuu varmistaa tuotteidensa turvallisuus sekä kehittää kuluttajansuojaa. Sosiaaliseen yritysvastuuseen kuuluvat vuorovaikutus sidosryhmien kanssa sekä käytännössä vastuullisuus henkilöstöpolitiikassa, johtamis- ja ohjauskeinoissa, koulutuspolitiikassa, sopimuspolitiikassa, laadunvalvonnassa sekä sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 19.)

Asiakaspinnassa myös teknologian kehityksellä on ollut iso vaikutus ja asiakkaiden oletetaan huolehtivan itse yrityksen palveluiden ostamisesta ja käytöstä. Yritykset ohjaavat asiakkaitaan käyttämään digitaalisia palveluita ja esimerkiksi monet etuohjelmat voivat olla saatavissa vain digitaalisessa muodossa. Näissä tilanteissa sosiaalisen vastuun kysymykset painottuvat teknologian saatavuuteen ja käytettävyyteen esimerkiksi ikääntyneiden asiakkaiden kohdalla. Teknologian hyödyntäminen esimerkiksi asiakaspalveluissa, etuohjelmissa, tuotetietojen saatavuudessa ja tilaamisessa voi sulkea ulkopuolelle asiakkaita, joilla ei ole mahdollisuuksia, kykyä tai osaamista käyttää teknologiaa. Teknologiaan liittyviä sosiaalisen vastuun kysymyksiä kohdistuu nykyään myös yhä enemmän yksityisyyden suojaamiseen, asiakkaista kerättyyn tietoon, oikeuteen kyseiseen dataan ja sen käyttöön, valvontaan, tekoälyyn ja informaatiovaikuttamiseen. Ja vaikka digitaalisuus ja teknologia hyödyttävät nykyään ihmisiä monin erilaisin tavoin, eivät yritykset voi sivuuttaa teknologian nopeaan kehitykseen sisältyviä mahdollisia uhkia ja haasteita niin ihmisille, yrityksille kuin yhteiskunnallekaan. (Liappis ym. 2019, 130-131.)

3.3 Yritysvastuun hyödyt ravintolaliiketoiminnassa

Nykypäivänä yritysvastuu nähdään osana kannattavaa ja kestävää liiketoimintaa. Vastuullisuus ei ole yritykselle vain kustannuserä vaan siihen sisältyy monia selkeitä hyötyjä. Monien erilaisten tutkimusten ja selvitysten mukaan pitkällä tähtäimellä vastuulliset yritykset suoriutuvat kilpailijoitaan paremmin monella eri mittarilla. Vastuullinen yritys huolehtii tasapainoisesti niin ympäristöstä, ihmisistä kuin kannattavuudesta ja varallisuudesta. Parhaimmillaan tällöin yrityksen työntekijät ovat motivoituneita, resursseja ei hukata ja yrityksen talous on kestävällä pohjalla. Vastuullinen yritys turvaa liiketoimintansa jatkuvuuden ammattitaitoisilla ja motivoituneilla työntekijöillä, sitoutuneilla asiakkailla, kiinnostuneilla sijoittajilla sekä yleisellä yhteiskunnan hyväksynnällä. (Liappis ym. 2019, 25.)

Yritysvastuun haltuun ottamisen motiivina voi toimia tarve parantaa yrityksen riskienhallintaa. Siinä missä yritykset perinteisesti tarkastelevat toimintaansa toimintaympäristön riskien näkökulmasta, yritys vastuussa näkökulma kääntyy toiminnan vaikutuksiin ja yrityksen riskeihin sidosryhmille, ympäristölle tai yhteiskunnalle. Yrityksen riskienhallinta edellyttää toiminnan tarkastelua pitkällä aikavälillä sekä laajasti yrityksen arvoketjussa. Ravintolaliiketoiminnassa tämä voi konkreettisesti näkyä esimerkiksi siinä, että yritys hyödyntää luonnon raaka-aineita. Näin ympäristöä kuormittavalla yritys vaikuttaa osaltaan ympäristön tilan heikkenemiseen ja siten luonut uusia toimintaympäristöön liittyviä liiketoimintariskejä. Luonnon raaka-aineita käyttävä yritys voi ehdyttää raaka-ainevaroja ja siitä voi seurata raaka-ainepula, mikä on uhaksi yrityksen valmistamille tuotteille. Yritys voi pyrkiä minimoimaan erilaisia riskejä toiminnassaan voidakseen välttyä esimerkiksi raaka-aineiden saatavuuteen liittyviltä ongelmilta, hinnanvaihteluilta sekä muilta skandaaleilta. Yritykselle kannattavampaa on pyrkiä ennaltaehkäisemään tällaisia ongelmia ja pienentää vastuullisuusriskejä kuin korjata niitä jälkikäteen. Riskienhallinta on myös osa yrityksen maineenhallintaa. Hyvämaineisella yrityksellä on paremmat edellytykset selvittää kolhuista ja ensisijaisen tärkeää on avoin ja rehellinen viestintä. (Liappis ym. 2019, 26-27.)

Yksi yritys vastuun keskeisimmistä hyödyistä on kustannussäästöt sekä lisääntynyt tuottavuus. Yrityksen on tärkeää tuottaa arvoa asiakkaalle, ja huono johtaminen sekä tuotannon tehottomuus ovat poissa tämän arvon tuottamisesta. Käytännössä nämä tarkoittavat päästöjen, jätteiden ja hukkaenergian tuottamista, joka on myös käsiteltävä, varastoitava ja siitä on hankkiuduttava eroon. Nämä vaiheet vievät henkilökuntaresursseja, aikaa ja luovat kustannuksia yritykselle. Hyvällä johtamisella ja resurssitehokkuudella voidaan ehkäistä turhaa hukkaa ja hyödyntää uudelleen kiertotalouden sivuvirtoja. (Liappis ym. 2019, 27-28.) Kiertotalous on talouden malli, jossa arvo ja materiaalit kiertävät. Mallin tarkoituksena on, että ne raaka-aineet, jotka luonnosta on otettu pysyvät kierrossa, jolloin jätettä syntyy mahdollisimman vähän ja materiaalien hukka olisi minimoitu. Käytännössä kiertotalous vähentää uusien raaka-aineiden tarvetta. Kiertotalouden sivuvirroilla taas tarkoitetaan tuotteiden valmistuksessa syntyviä materiaalivirtoja, joita voidaan hyödyntää monilla erilaisilla tavoilla niin, että niissä olevat ravinteet ja energia saadaan kiertoon, eivätkä päädy hyödyntämättöminä esimerkiksi kaatopaikalle. (Elintarviketeollisuusliitto 2016; Ruokatieto s.a.a.)

Kiertotalouden sivuvirtoja hyödyntämällä pystytään myös pienentämään ympäristövaikutuksia, vähentämään työmäärää, parantamaan yrityksen kilpailukykyä ja säästämään kustannuksissa. Ravintolaliiketoiminnassa kiertotalous voi tarkoittaa esimerkiksi aiemmin hävikiksi menneiden raaka-aineita tai niiden osien hyödyntämistä uudella tavalla sen sijaan, että ne päätyisivät pois kierrosta. (Liappis ym. 2019, 245.) Kiertotalous voi myös näkyä esimerkiksi ravintolan omana sisäviljelynä muun muassa yrttien tai salaatin osalta, jolloin kontrolloiduissa tiloissa voidaan viljellä ympäri vuoden. Tällöin ravintola voi vähentää logistiikkaansa, pakkausmateriaalien käyttöään, veden- ja energiankulutusta sekä hävikkiä (Lindroos 2018.)

Myös energiatehokkuus on osa yritys vastuuta ja ravintolaliiketoiminnassa se voi tarkoittaa esimerkiksi valmistustiloissa olevien kuumien pintojen ja putkien eristämistä niin, että ympäristöön siirtyvä lämpöhäviö pienenee. Samalla se parantaa työturvallisuutta, ehkäisee työtapaturmien määrää ja

niihin liittyviä riskejä sekä vastaa siten yrityksen sosiaalisen vastuun tavoitteisiin. (Liappis ym. 2019, 28.)

Vastuullisuus tarkoittaa hyviä suhteita yrityksen sidosryhmiin. Vastuulliset yritykset luovat toiminnallaan arvoa yhteiskunnalle sekä monille eri sidosryhmilleen. Yrityksen henkilöstö on sen tärkein voimavara ja sidosryhmä. Vastuullisuus tukee hyvää työnantajamielikuvaa, rekrytointeja sekä työpaikauuskollisuutta. Suomalaisen Työn Liiton tammikuun 2019 tekemän tutkimuksen mukaan nuoret (15-24-vuotiaat) arvostavat sitä, että yritys toimii vastuullisesti, jakaa voittonsa ja pitää huolta työntekijöistään. Toinen tärkeä sidosryhmä on asiakkaat. Vastuullisuus tukee asiakkaiden sitouttamista ja tuotteen ja palvelun vastuullisuus koetaan lisäarvoa tuovana asiansa. (Liappis ym. 2019, 28-29.)

3.4 Yritysvastuu Osuuskauppa PeeÄssä

Yritysvastuun osa-alueet ovat osa Osuuskauppa PeeÄssän toimintaa, strategiaa ja päivittäistä arkea. Osuuskauppa PeeÄssän ja sitä kautta ABC Pitkälähden toiminnassa näkyvät yritysvastuun erilaiset näkökulmat. Näitä ovat yhteiskuntavastuu, ympäristövastuu, sosiaalinen vastuu sekä talousvastuu. Ympäristövastuun näkökulma näkyy toiminnassa energiankäytön tehostamisena, hävikin vähentämisena, kiertotalouden edistämisenä, energiatehokkaina investointeina sekä kestävämpien kulutusratkaisujen tarjoamisena asiakkaille. Yhteiskuntavastuun näkökulma näkyy Osuuskauppa PeeÄssä kotimaisten ja paikallisten tuotteiden esiin tuomisena, terveellisten valintojen tarjoamisena ja niihin kannustamisena sekä lasten ja nuoren harrastustoiminnan tukemisena. Talousvastuu taas näyttäytyy osuuskaupan omistajille taloudellisena hyötynä ja toimintaan näkökulma heijastuu omaisuudesta huolehtimisena, kannattavuutena, kilpailukykyisyyteen sekä vastuullisena yritystoimintana. Sosiaalinen vastuu on viimeinen Osuuskauppa PeeÄssän yritysvastuun näkökulmista ja se näkyy toiminnassa henkilökunnan osaamisen kehittämisenä ja hyvinvoinnista huolehtimisena, työyhteisön monimuotoisuuden edistämisenä sekä nuorien työllistämisenä. (Ranta 2020-04-06)

4 YMPÄRISTÖVASTUULLISUUS LIIKETOIMINNASSA

4.1 Vastuullisuus

Vastuullisuus on noussut yhdeksi nykypäivän polttavista keskustelunaiheista niin yritysten kuin koko yhteiskunnankin keskuudessa. Vastuullisuus liiketoiminnassa tarkoittaa yrityksen valitsemia keinoja ja tapoja toimia vastuullisesti sekä luonnollisesti lainsäädännön ja muiden toiminnalle asetettujen normien rajoissa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019, 3, 5.) Vastuullisuus on osa menestyvän yrityksen liiketoimintaosaamista ja parhaiten se toteutuu yrityksen sitoutuessa omaehtoisesti vastuullisuuden kehittämiseen toiminnassaan (Elinkeinoelämän keskusliitto s.a). Vastuullinen yritys huomioi toimintansa aiheuttamat taloudelliset, ekologiset sekä sosiaaliset vaikutukset ja pyrkii toimimaan mahdollisimman kestäväällä tavalla sekä huomioimaan niin yrityksen kuin sen sidosryhmienkin odotukset ja tavoitteet. Jokainen yritys voi määritellä, minkälaisien periaatteiden mukaisesti toimii ja millaisia strategisia valintoja tai operatiivisia toimia yritys tekee. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019, 4.) Näin yritys voi huomioida liiketoimintansa olennaisimmat vastuullisuuden osa-alueet, näkökulmat sekä merkityksellisimmät seikat. Liiketoiminnan vastuullisuuden painopisteisiin vaikuttavat toimiala, yrityksen koko, sidosryhmät sekä toimintaympäristö. (Elinkeinoelämän keskusliitto s.a.)

Vastuullisuus on osa yrityksen jokapäiväistä tekemistä ja jokaista yrityksen tekemää valintaa voidaan tarkastella vastuullisesta näkökulmasta. Nämä päivittäisen tekemisen valinnat määrittävät yrityksen kokonaisvastuullisuutta. Parhaimmillaan vastuullisuus tuo yritykselle kilpailuetua ja on osa yrityksen strategista ydintä ja toiminnan arvoja. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019, 4.) Vastuullisuuttaan kehittävä yritys on kilpailukykyinen ja kannattava, koska tällöin yrityksen resurssitehokkuus paranee ja toiminnan kielteiset ympäristövaikutukset pienevät. Myös läpinäkyvyys yhteiskunnassa on lisääntynyt ja se yksi olennainen osa vastuullisuutta ja yrityksen viestintää. (Elinkeinoelämän keskusliitto s.a.)

4.2 Ympäristövastuullisuus

Ympäristövastuullisuus on yksi vastuullisuuden alakäsitteitä. Ympäristövastuullisuus tarkoittaa yksilön tai yhteisön pyrkimystä toimia parhaalla mahdollisella tavalla ympäristön kannalta ja se huomioi toimijan pätevyyden ja ne mahdollisuudet, joita toimintaympäristö tarjoaa. (Kokkonen, Nikodin ja Viberg 2013, 40.) Ympäristövastuullinen yritys hallitsee ympäristövaikutuksensa ja tietää, miten yrityksen toiminta vaikuttaa ympäristöön sekä pyrkii minimoimaan syntyvät haitat. Yrityksen ympäristöä kuormittavia tekijöitä voivat olla esimerkiksi raaka-aineet, kemikaalit, energiankäyttö, materiaalit, jätteet sekä jätevedet. Näiden tekijöiden ympäristövaikutukset voivat vaikuttaa niin luontoon, elinolosuhteisiin kuin ihmisten terveyteen. Ympäristövaikutuksia liittyy yrityksen toimintaan tuotteiden, tavaroiden ja palvelujen kautta. Ne voivat ilmetä esimerkiksi tuotteen eri elinkaaren vaiheissa, kuten raaka-aineiden hankinnassa, tuotteen valmistuksessa ja prosessin eri vaiheissa, kuljetuksessa, tuotteen käyttöön ottamisessa tai käytöstä poistettaessa. (Suomi 2019.a.)

4.3 Ympäristövastuullisuus ravintolaliiketoiminnassa

Ruokapalvelujen ja ravintoloiden keittiöiden ympäristövaikutukset ovat ilmeisiä. Lähes kaksi kolmasosaa ravintoloiden ympäristövaikutuksista syntyy ruoan raaka-aineiden tuotannossa. Tämän takia ravintolan raaka-ainevalinnoilla on suuri merkitys koko elintarvikeketjun näkökulmasta. Esimerkiksi jo yksi kasvisruokapäivä viikossa vähentää ravintolan ympäristökuormaa. Yksi kolmasosa ravintoloiden ympäristövaikutuksista taas syntyy ruoan säilönnästä, valmistuksesta ja tarjoilusta sekä näiden vaiheiden viemästä energiasta. Täten ravintolan suunnittelulla ja laitevalinnoilla on myös tärkeä rooli, koska ne vaikuttavat ravintolan energiankulutukseen ja sitä kautta myös hiilidioksidipäästöihin. Ruoan kuljetus aiheuttaa myös muutaman prosentin ympäristövaikutusten kokonaisuudesta. (Motiva 2018.)

Vastuulliset valinnat voivat toimia nykypäivänä ravintolan kilpailuvalttina ja ne ovat hyvin ajankohtainen aihe ruoka-alan keskusteluissa. Myös kuluttajat ovat yhä valveutuneempia ruoan ja omien valintojensa ympäristövaikutuksista. (Elinkeinoelämän keskusliitto s.a.) Ympäristövastuullinen yritys pyrkii lähtökohtaisesti minimoimaan aiheuttamansa haitalliset päästöt erilaisista näkökulmista, mutta myös tarjoamaan asiakkailleen ja sidosryhmilleen parempia ratkaisuja, jotka auttavat myös kuluttajaa vähentämään turhaa energiaa ja luonnonvarojen kulutusta. Ympäristövastuullisuus on osa ravintola-alan toimijoiden ammattitaitoa ja osa kannattavaa yritystoimintaa. (Ympäristö Osaava s.a.f.) Vastuullisuus ja kestävyys liiketoiminnassa ovat kasvavia trendejä, jotka tuovat uusia näkökulmia liiketoimintaan, tarjoavat mahdollisuuksia kasvattaa toimintaa kestävästi, luoda lisäarvoa ja sitä kautta parantaa myös tulosta. Vastuullisuuden ja yrityksen taloudellisten tavoitteiden ei tarvitse olla toisiaan pois sulkevia tekijöitä. (Ramm-Schmidt 2018.)

Ympäristövastuullisessa ravintolaliiketoiminnassa tunnetaan toiminnan aiheuttamat ympäristövaikutukset. Yrityksen tulee tiedostaa, mistä lähteistä päästöjä syntyy, seurata aiheuttamia ympäristövaikutuksia toimintaan sopivilla mittareilla säännöllisesti sekä pyrkiä kehittämään toimintaansa ja käytäntöjään päästöjen vähentämiseksi. Ympäristövastuullisen yrityksen on tärkeää tunnistaa muutostarpeensa, kehittää toimintaansa jatkuvasti sekä toteuttaa ympäristövastuutaan kokonaisvaltaisesti yrityksen eri prosesseissa. Ympäristövastuullisuuteen kuuluu ilmastomuutoksen torjunta ja hidastaminen kasvihuonekaasupäästöjä vähentämällä, lainsäädännön määräysten noudattaminen, maaperän, ilman ja vesistöjen suojeleminen sekä ympäristöystävällisempien ratkaisujen tarjoaminen asiakkaille, kuluttajille sekä muille yrityksille ja toimijoille. Lisäksi materiaalien, energian ja luonnonvarojen säästävä ja tehokas käyttö, jätteiden määrän vähentäminen sekä kierrätys ovat osa ympäristövastuuta ja yhä useammin ekologiseen tehokkuuteen panostaminen tukee myös yrityksen taloudellisia tavoitteita, kun yrityksen prosessit ja toimintatavat kehittyvät tehokkaammiksi. (Elinkeinoelämän keskusliitto s.a.)

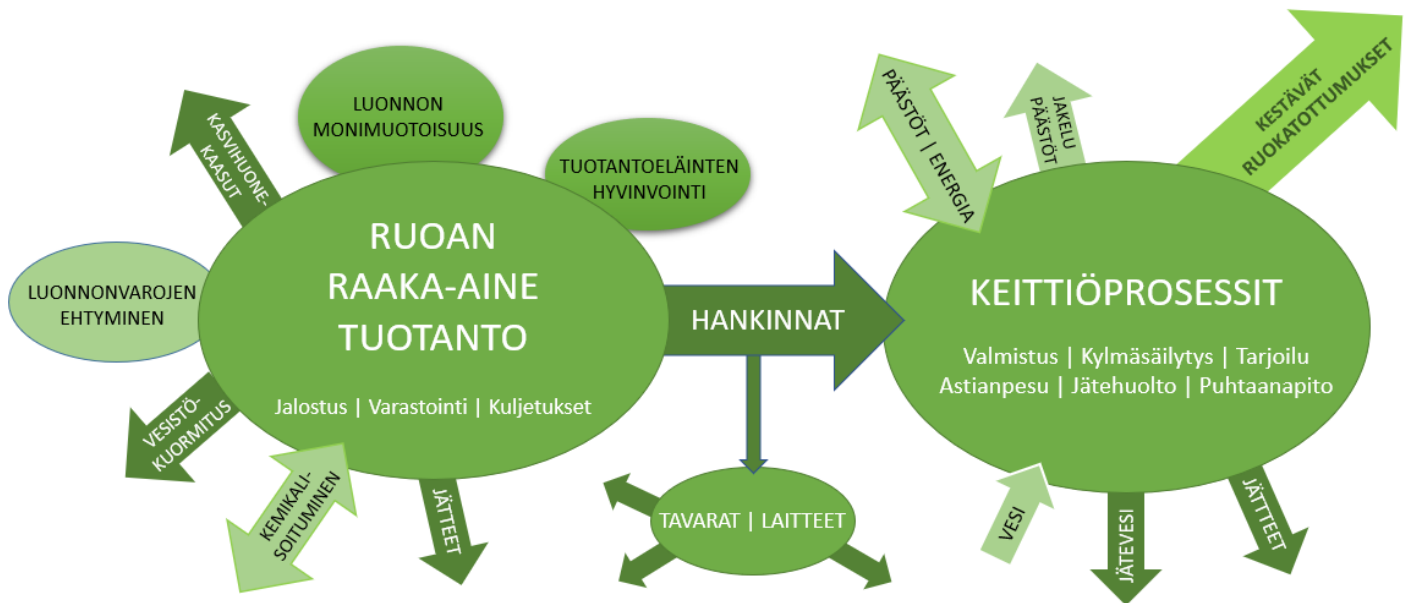
Oman toiminnan päästöjen tiedostamisen, seuraamisen ja kehittämisen lisäksi ravintolaliiketoiminnassa on osattava huomiota toiminnan aiheuttamat epäsuorat ympäristövaikutukset, mitkä tarkoittavat niitä päästöjä, jotka syntyvät muualla kuin omassa toiminnassa, kuten esimerkiksi raaka-ainei-

den ja tuotteiden valmistuksessa, kuljetuksessa tai jätehuollossa. Tällaisia vaikutuksia voi olla hankalaa havainnoida, sillä ne tapahtuvat yleensä jossain muualla kuin ravintolassa. (Ympäristö Osaava s.a.f.)

Käytännössä epäsuorien ympäristövaikutusten havainnointi voi tarkoittaa esimerkiksi kokonaisuuden laajempaa huomioimista elinkaariajattelun ja ruokaketjun ympäristövastuullisuuden kautta. Ruokaketjun ympäristövastuullisuudella tarkoitetaan tuotteiden tai palveluiden haitallisten ympäristövaikutusten vähentämistä ja hallitsemista koko sen elinkaaren aikana. (Ympäristö Osaava s.a.f.; Ruokatieto s.a.b.) Elinkaariajattelussa taas huomioidaan tuotteen koko elinkaaren vaiheet raaka-aineiden tuottamisesta aina käytöstä poistamiseen ja jokainen elinkaaren vaihe kuluttaa materiaaleja ja energiaa. Itse tuote sisältää vain murto-osan niistä raaka-aineista, joita sen elinkaaren aikana kuluu ja muu palautuu ympäristöön päästöinä tai jätteinä. Elinkaariajattelua voidaan soveltaa myös palveluun ja tällöin huomioidaan ne raaka-aineet ja energia, joita tarvitaan palveluprosessin eri vaiheissa aina alusta loppuun saakka. (Ympäristö Osaava s.a.b.) Suurin osa ruoantuotannon ympäristövaikutuksista syntyy alkutuotannon aikana (Ruokatieto s.a.b.).

Alla olevassa Meri Elonheimon ”Ruokapalveluiden ympäristövaikutukset” -kuviossa on havainnollistettu ravintolaliiketoiminnan ympäristövaikutuksia aina alkutuotannosta jätteeksi asti. Prosessissa syntyy päästöjä monissa sen eri osissa. Ympäristövaikutusten huomioimisella on merkittävä rooli, sillä ammattikeittiössä valmistetaan vuosittain yli 865 miljoonaa annosta ja tehdyillä päätöksillä on kauaskantoiset vaikutukset aina ruoan tuotannon elinkaaren alusta asiakkaan lautaselle asti. Lähes kaksi kolmasosaa ruokapalvelujen kasvihuonekaasupäästöistä syntyy alkutuotannossa, mikä tarkoittaa raaka-aineiden tuotantoa sekä siihen liittyvää jalostusta, varastointia ja kuljetuksia, mikä korostaa raaka-ainevalinnan merkitystä hankinnoissa. Tuotanto synnyttää myös kasvihuonekaasuja, vesistöjen kuormitusta, kemikalisoitumista sekä jätteitä. Samalla se aiheuttaa luonnonvarojen ehtymistä ja on uhka luonnon monimuotoisuuden säilyttämiselle. (Motiva 2018; Ympäristö Osaava s.a.e.)

Loput ruokapalvelujen ympäristövaikutuksista syntyvät raaka-aineiden kuljetuksesta ja ruoan säilömisestä, valmistuksesta ja tarjoilusta sekä jakelusta, jotka synnyttävät jätteitä, jätevettä ja päästöjä sekä vaativat energiaa ja vettä. Täten myös laitevalintojen merkitys korostuu kuluvan energiamäärän kautta. (Motiva 2018; Ympäristö Osaava s.a.e.)



KUVIO 4. Ruokapalveluiden ympäristövaikutukset (Elonheimo 2010, mukailten.)

Ympäristön kuormitusta pystytään vähentämään valitsemalla raaka-aineita, joiden vaikutukset ympäristöön ovat pienempiä, vähentämällä keittiön energian ja veden kulutusta sekä jätteiden syntyä ja pyrkimällä tehostamaan työtapoja ja aikatalutusta ravintolan toiminnoissa. (Motiva 2018.) Parhaimmillaan ruokalistasuunnittelu ja sitä kautta hankintojen suunnittelu voi olla ravintolan energiansäästöä tehokkaampi keino ilmastopäästöjen vähentämiseksi. Parhaimpaan lopputulokseen päästään kuitenkin tavoittelemalla säästöjä niin ravintolan toiminnassa kuin raaka-aine valinnoissa. (Ympäristö Osaava s.a.f.)

Ravintolassa elinkaariajattelua voi hyödyntää esimerkiksi kohdistamalla muutostoimenpiteet eniten ympäristövaikutuksia sisältäviin tuotteisiin. Huomioimalla saatavilla olevien tuotteiden viralliset ympäristömerkit, on helpompi huomioida olennaisimmat muutostarpeet ja panostaa tuotteisiin, jonka ympäristövaikutukset on huomioitu. (Ympäristö Osaava s.a.a.) Ympäristöystävällisempien hankintojen näkökulmasta viralliset ympäristömerkit voivat olla hyvä apu yrityksen hankinnoissa, sillä ympäristömerkitty tuote täyttää merkin edellyttämät laatu ja ympäristökriteerit. Yksi tunnetuimmista virallisista ympäristömerkeistä on Pohjoismainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki. Joutsenmerkki voidaan myöntää sellaisilla tuotteilla ja palveluilla, jotka täyttävät merkin edellyttämät kriteerit, jotka kohdistuvat koko elinkaareen raaka-aineista aina jätehuoltoon asti. Kriteeristössä huomioidaan ympäristönäkökohtien lisäksi myös laatu, jonka on oltava vähintään yhtä hyvä kuin vastaavilla tuotteilla ja palveluilla. (Ympäristö Osaava s.a.g.) Joutsenmerkkiä voidaan pitää työkaluna kiertotalouden edistämässä, koska se vahvistaa yrityksen resurssien tehokasta käyttöä, kilpailukykyä ja luo uusia liiketoimintamalleja. Joutsenmerkittyjä tuotteita valitsemalla yritys voi edistää kiertotaloutta omilla hankinnoillaan, mutta myös lisätä ympäristövastuullisuuttaan, vahvistaa brändiä sekä vastata asiakkaiden korkeampaan vaatimustason. Tällä hetkellä Joutsenmerkin alaisuuteen kuuluu yli 10 000 tuotetta ja palvelua ja se on Suomen tunnetuin ympäristömerkki. (Joutsenmerkki s.a.)

Elinkaariajattelun lisäksi ravintolaliiketoiminnassa voidaan vaikuttaa ympäristövastuullisuuteen muiden osa-alueiden kautta, kuten esimerkiksi hankinnoilla, logistiikalla, kierrättämällä jätteet oikein sekä pyrkimällä materiaalitehokkuuteen ja energiansäästöihin. Hyvät hankinnat ovat keskeisessä roolissa, kun puhutaan yrityksen energia- ja materiaalitehokkuudesta. Hankintoja tehtäessä on huomioitava jo olemassa oleva varasto ja uusia hankintoja suunniteltaessa varmistaa se, että hankitut tuotteet ja esimerkiksi laitteet ovat laadukkaita, kestäviä ja mahdollisesti monikäyttöisiä. Monikäyttöinen laite voi parhaimmillaan korvata erillisten laitteiden hankinnan. (Ympäristö Osaava s.a.b.)

Materiaalitehokkuudella taas tarkoitetaan niitä toimia, joiden tarkoituksena on vähentää luonnonvarojen kulutusta niin, ettei tuotteen tai palvelun laatu huonone. Materiaalitehokkuudella pyritään siihen, ettei hukata energiaa ja niitä luonnonvaroja, jotka on käytetty palvelun tai tuotteen valmistukseen, jakeluun ja lopulta jätehuoltoon. Myös esimerkiksi laitteiden pitkä käyttöikä on osa materiaalitehokkuutta ja tätä voidaan tehostaa huolehtimalla ohjeiden mukaisesta käytöstä, puhdistuksesta sekä huoltamalla laite säännöllisesti ja korjaamalla heti sen käytössä ilmenevät viat. (Ympäristö Osaava s.a.c.)

4.4 Ympäristöjohtaminen

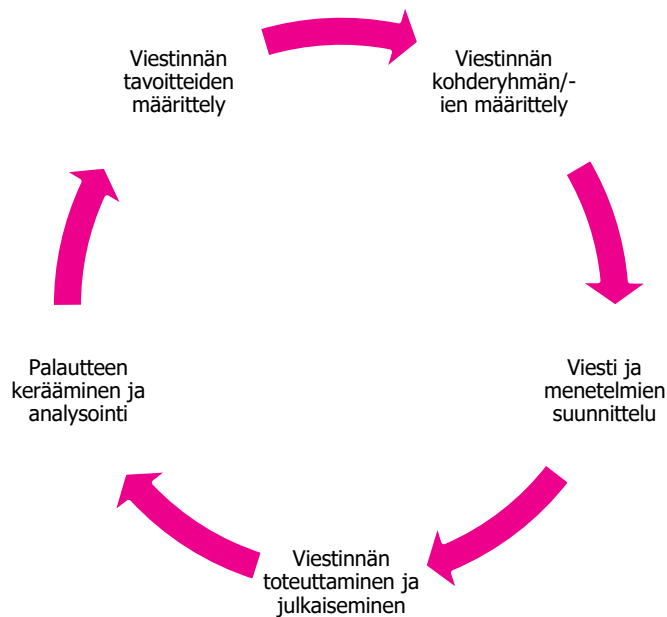
Ympäristöjohtaminen (environmental management) on liikkeenjohdon ala, joka keskittyy yritystoiminnan ja ympäristönsuojelun välisiin yhtymäkohtiin (Harmaala ja Jallinoja 2012, 280). Sillä tarkoitetaan toiminnan hallitsemista niin, että ympäristönsuojelulliset tavoitteet huomioidaan kaikessa yrityksen päätöksenteossa ja toiminnassa. Ympäristöjohtamisen tavoitteena on vähentää tuotteiden ja palveluiden ympäristöhaittoja koko niiden elinkaaren ajalta sekä edistää yrityksen toiminnan ekotehokkuutta. Ympäristöjohtamiseen kuuluu tavoitteiden asettamista, yrityksen toimintaan sopivien toimenpiteiden suunnittelua sekä toteuttamista ja näiden toimenpiteiden vaikutusten seuraamista, jotta asetetut tavoitteet voidaan saavuttaa. Lisäksi ympäristöjohtamiseen kuuluu jatkuva toiminnan ympäristötehokkuuden kehittäminen sekä uusien tavoitteiden asettaminen. (Ympäristö 2019.)

Ympäristöjohtamisen toteuttamisen käytännön välineitä voivat olla esimerkiksi ympäristöjärjestelmät, -indikaattorit, -laskenta ja -standardit. Tunnetuimpia näistä välineistä ovat ympäristöjohtamisen ISO 14001 -standardi sekä järjestelmät, jotka perustuvat EMAS -asetukseen. Ympäristöjärjestelmä on apuväline, jonka kautta yritys ja organisaatio voi ottaa järjestelmällisesti huomioon ympäristöasiat kaikessa toiminnassaan. Yritykselle sopiva ympäristöjärjestelmä voi auttaa tunnistamaan ja vähentämään haitallisia ympäristövaikutuksia, mutta myös säästämään kustannuksia. Lisäksi ympäristöjärjestelmä tuottaa tietoa ja tuloksia yrityksen tavoitteista, kehityksestä ja toiminnasta, ja tätä tietoa voi käyttää ympäristöraporteissa sekä yrityksen viestinnässä sen eri sidosryhmille. (Ympäristö 2019.)

4.5 Vastuullisuusviestintä

Vastuullisuusviestinnällä tarkoitetaan yritysvastuuseen liittyvää kieltä ja viestejä yrityksen markkinoitviestinnässä. Vastuullisuusviestintä voi käytännössä olla esimerkiksi raportointia, verkkoviestintää tai sisältää mainontaan kuuluvia elementtejä. Vastuullisuusviestinnän onnistuminen edellyttää yritykseltä systemaattista suhtautumista oman viestintänsä kehittämiseen sekä toteuttamiseen sekä sen tulee pyrkiä rehellisyyteen ja läpinäkyvyyteen. Käytännössä vastuullisuusviestintää voidaan pitää jatkuvana prosessina, joka on osa yrityksen markkinointia ja jota voidaan toteuttaa yhtä aikaa yrityksen eri kampanjoiden ja muun viestinnän kanssa. Viestinnässä voidaan myös käyttää englanninkielistä termiä *journey*, jolla voi painottaa sitä, että yritys on lähtenyt mukaan taipaleelle kohti kestävämpää maailmaa. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 165; Bärlund ja Perko 2013, 183.) Myös yritysvastuun raportointi on osa vastuullisuusviestintää ja sitä voidaan toteuttaa noudattamalla vastuuviestinnän prosessimallia (Kuvio 5.) (Harmaala ja Jallinoja 2012, 165-166).

4.5.1 Vastuuviestinnän prosessi



KUVIO 5. Vastuuviestinnän prosessimalli (Harmaala ja Jallinoja 2012, 166, mukailen.)

Vastuullisuusviestinnän prosessi koostuu viidestä eri vaiheesta, kuten yllä olevasta prosessimallista nähdään (Kuvio 5). Ensimmäinen niistä on viestinnän tavoite, joka viestinnällä pyritään saavuttamaan. Yrityksen tavoite riippuu monista eri tekijöistä, kuten siitä, millainen yrityksen vastuullisuusstrategia on ja miten hyvin yritys on onnistunut määrittelemään oman toimintansa kannalta merkittävät yritysvastuun näkökohdat ja osa-alueet. Viestintäprosessia ohjaa tavoitteiden konkretisointi. Yrityksen johdon on myös sitouduttava asettamiinsa tavoitteisiin, jotta suunnitteluprosessi on laadukas ja tuloksellinen. Tavoitteita asettaessa on myös hyvä perehtyä yrityksen kohderyhmien tietomäärään, mitä tulee esimerkiksi vastuullisempiin ja ekologisempiin valintoihin niin tuotteissa kuin palveluissakin. Kohderyhmän tietoisuuden puute voi hidastaa tällaisten tuotteiden menestymistä

markkinoilla, jos kohderyhmät eivät ole tietoisia tuotteista ja niiden ominaisuuksista. Tällöin vakuuttavan tiedon lisääminen ja ekologisuuden korostaminen markkinointiviestinnässä on tärkeää kohderyhmän tietoisuuden kasvattamiseksi. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 166.)

Tavoitteiden määrittelyn jälkeen yrityksen on määriteltävä tavoittelemansa kohderyhmät. Käytännössä tämä tarkoittaa niitä, keille yritys haluaa viestinsä kohdentaa. Kohderyhmä on tärkeää tunnistaa, jotta yritys voi suunnata viestinsä oikein. Tällöin myös viesti menee varmemmin perille ja resurssien käyttö on tehokasta ja järkevää. Vastuullisuusviestinnän näkökulmasta yrityksen on oleellista ensinnäkin tunnistaa omat sidosryhmänsä sekä priorisoida ne sekä määritellä kriteerit, joiden perusteella sidosryhmät luokitellaan. Näin eri sidosryhmille voidaan tuottaa oikeanlaista sisältöä oikeanlaisilla menetelmillä ja välineillä sekä oikeissa paikoissa. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 166-167.)

Täten prosessin seuraava vaihe on suunnitella yrityksen priorisoimille kohderyhmille haluttu viesti. Viestin sisällön tulee edistää yrityksen vastuullisuusviestinnän tavoitteisiin pääsemistä ja siinä tulee huomioida valitut sidosryhmät. Yrityksen on tärkeää miettiä, mitä se aikoo ja haluaa viestiä sidosryhmilleen ja mitkä ovat oikeita viestintäkanavia, jotta viesti tavoittaa tehokkaasti oikean sidosryhmän. Vastuullisuusviestinnän toimet tulee suunnitella, johtaa ja arvioida huolellisesti. Sisältöä suunniteltaessa on myös huomioitava, että esimerkiksi kuluttajat voivat suhtautua skeptisesti ympäristöargumentteihin liittyvään markkinointiviestintään. Tämän takia ympäristöväite on tärkeää perustella huolellisesti. Harmaalan ja Jallinojan mukaan erityisen epäileväisesti kuluttajat suhtautuvat ympäripyöreisiin, laveisiin tai yleisiin väitteisiin. Tapoja luoda ja toteuttaa onnistunutta vastuullisuusviestintää on kuitenkin monia. Sidosryhmälle suunnatussa viestissä kannattaa ensisijaisesti panostaa asiakaslähtöisyyteen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että viestissä osoitetaan asiakkaalle selkeästi hyöty, jonka hän kyseisestä ympäristöominaisuudesta saa. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 167-168.)

Myös ympäristöhyödyn konkretisoiminen kohderyhmälle on tärkeää, jotta he voivat ymmärtää tuotteen tai palvelun ympäristöominaisuuden hyödyn. Monet ympäristöön ja vastuullisuuteen liittyvät tekijät ja ongelmat ovat monimutkaisia ja voivat olla suuria kokonaisuuksia ja hankalia ymmärtää, jolloin viestiin sisältyvä ja faktaan perustuva koulutuksellinen elementti voi olla tarpeen. Tällöin kohderyhmälle selvennetään ympäristöominaisuuksiin liittyvä oikea konteksti, minkä ansiosta heidän on helpompi ymmärtää ja arvostaa sitä, ja he ovat valmiita myös maksamaan siitä enemmän sen tuodessa lisäarvoa tuotteelle. Näiden keinojen lisäksi viestinnällä voi myös voimaannuttaa sidosryhmää, kun heille tarjotaan ratkaisua, jonka kautta he voivat tuotteen tai palvelun ostaessaan tuntea, että he voivat omalta osaltaan olla mukana ratkaisemassa ympäristöongelmia. Käytännössä voimaannuttavia voivat olla esimerkiksi sellaiset tuotteet tai palvelut, joiden myyntituotoista osa menee automaattisesti esimerkiksi luonnonsuojelun toiminnan tukemiseen. Ympäristötuotteista sidosryhmille viestittäessä on tärkeää vakuuttaa heidät tuotteen suorituskyvystä, ettei heidän tarvitse tehdä kompromissia siitä, valitsevatko he tuotteen suorituskyvyn vai ympäristöystävällisyyden takia. Lisäksi myös vastuulliseen kuluttamiseen tukeminen ja kannustaminen voivat olla osa yrityksen vastuullisuusviestintää. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 168-169.)

Suunnitteluvaihe voi sidosryhmäviestinnän sijaan sisältää myös yritysvastuuraportoinnin suunnittelua. Käytännössä tämä tarkoittaa tietojen keräämisen toteuttamista sekä raportointia, mutta myös raportin sisällysluettelon, visuaalisen ilmeen sekä mahdollisen kuvamateriaalin suunnittelemista. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 167.)

Prosessin neljäs vaihe on vastuullisuusviestinnän toteuttaminen tehokkaasti suunnitellulla sisällöllä ja oikeassa mediassa tai muussa viestintäkanavassa. Jotta viestintä tavoittaa tehokkaasti erilaiset kohderyhmät, on viestinnässä kannattavaa käyttää erilaisia viestintätapoja. Yleisesti näitä ovat yrityksen sähköiset kanavat, sosiaalinen media, internetsivut sekä printtimedia. Lisäksi erilaisia viestinnän väyliä eri ryhmille voivat olla esimerkiksi sidosryhmätapaamiset, interaktiiviset sosiaalisen median portaalit, avoimien ovien päivät tai paneelikeskustelut yrityksen verkkosivuilla. Kehittyvässä maailmassa keinoja eri sidosryhmien saavuttamiseksi on monia, mutta on tärkeintä löytää ne kaikista oleellisimmat ja hyödyllisimmät kanavat. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 167.)

Prosessin viimeinen vaihe on palautteen kerääminen, joka on oleellinen osa viestintäprosessia. Tässä vaiheessa arvioidaan tavoitteiden toteutumista sekä kerätään palautetta viestinnän onnistumisesta sekä viestintätilanteista. Saatua palautetta tulee analysoida, arvioida viestinnän tehoa sekä kiinnittää huomiota yrityksen viestinnässä esiin nouseviin puutteisiin ja kehityskohteisiin. Saatujen tulosten analysointiin voi käyttää tuttuja mittareita, mutta kehittää myös uusia. Esimerkiksi vastuullisen mainoskampanjan suhteen onnistumista ja tehoa voi arvioida lisääntyneen myynnin määränä, halutun tuoteryhmän myynnin kasvamisena tai parempana tunnettavuutena aikaisempaan nähden. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 167.)

4.5.2 Vastuullisuusmainonta

Mainonnalla tarkoitetaan prosessia, jonka avulla yritys voi tiedottaa asiakkaitaan tarjoamistaan palveluista ja tuotteista. Mainonta on osa markkinointiviestintää ja se sisältää markkinoinnin neljä elementtiä, joita ovat palvelun tai tuotteen valitseminen ja kehittäminen, sen hinnan määrittäminen, jakelukanavan valinta asiakassegmenttien perusteella sekä myyntityöntämisstrategia ja sen kehittäminen. (Business Dictionary s.a.a.) Mainonta on vastuullisuusmainontaa silloin, kun mainonnan kohteena ovat vastuullisuus -ja ympäristöteemat, kuten esimerkiksi globaalit ympäristöongelmat, globaalit sosiaaliset ongelmat, henkilökohtainen hyvinvointi tai eläinten terveys. Vastuullisuusmainonta ja haluttu viesti voi kohdistua myös esimerkiksi itse tuotteeseen, tuotteen tai palvelun ominaisuuteen tai ominaisuuksiin tai jopa koko yritykseen ja sen imagoon. Käytännössä vastuullisuusmainonta voi kohdistua esimerkiksi jonkun tuotteen ympäristöä säästävään uuteen kevyempään pakkaukseen. Tällöin on kuitenkin myös huomioitava, ettei esiin nostettu hyöty ole saavutettu jonkin toisen epätoivotun kompromissin avulla. Tällaista tilannetta, kun tuote määritellään ympäristöä säästäväksi vain yhden ominaisuuden perusteella, eikä mainita mahdollista muuta epätoivottua muutosta tuotteessa, on kyse piilotetusta lehmänkaupasta. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 170-171, 175.)

Vastuullisuusmainonnassa esille nousevia pääteemoja ovat tunteisiin ja moraaliin vetoavat vetoomukset sekä rationaaliset vetoomukset. Rationaalisilla vetoomuksilla voidaan tarkoittaa esimerkiksi

taloudellista argumentointia eli sitä, että ympäristöä säästävä tuote tuo myös säästöjä kuluttajalle. Käytännössä tämä voi tarkoittaa energiansäästölamppuja tai energiatehokkaita laitteita ja koneita. Rationaalisia vetoamuksia ovat myös johtajuuden korostaminen esimerkiksi pyrkimällä kestävän kehityksen edelläkävijyyden kautta tai esimerkiksi tuotevertailut tavanomaisen ja ympäristöä säästävän tuotteen ominaisuuksista ja suorituskyvystä toisiinsa verrattuna. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 171.)

Toinen vastuullisuusmainonnan pääteemoista on tunteisiin ja moraaliin vetoaminen. Tämä voi esimerkiksi tarkoittaa pelon tai huonon omatunnon herättämistä kohderyhmässä, huumorin keinojen käyttämistä tai esimerkiksi ratkaisumahdollisuuksien tarjoamista, jolloin kuluttajalle annetaan mahdollisuus olla ratkaisemassa kestävän kehityksen ongelmia jotain tuotetta tai palvelua käyttämällä. Myös euforia on yksi tunteisiin vetoavista keinoista ja tällöin mainonnassa voidaan esimerkiksi korostaa tuotteen tai palvelun hyvinvointiin liittyviä hyötyjä. Ajanmukaisuus on myös yksi näistä keinoista, jossa korostetaan ajankohtaista pinnalla olevaa trendiä tai arvoja ja yhdistetään se yrityksen palveluun tai tuotteeseen. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 171-172.)

Vastuullisuusmainonnassa kuluttajiin voidaan vedota myös ympäristöväättämien kautta. Toimivat ympäristöväättämät perustuvat aina totuudenmukaisuuteen, ne ovat tarkkoja ja todennettavissa. Käytännössä ympäristöväättämässä voidaan nostaa esiin tuotteiden ja palveluiden erilaisia arvoja, joita voivat olla esimerkiksi kustannustehokkuus, suorituskky, terveys, turvallisuus, helppous tai näiden keinojen yhdisteleminen. Ympäristömainonnan tehokeinoja käyttäessä yrityksen on syytä harkita, minkälaiset keinot sopivat yritykselle ja sen kohderyhmille, sekä myös juuri heidän palveluidensa ja tuotteidensa mainontaan. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 173-174.)

4.6 Energiansäästö ja energiatehokkuus ravintoloissa

Energiansäästö on käsite, jolla viitataan energiankäytön tehokkuuden parantamiseen energiankulutusta pienentämällä. Yksi keskeisiä energiansäästön toimenpiteitä on parantaa energiatehokkuutta. Energiatehokkuudella tarkoitetaan niitä ominaisuuksia, joiden avulla pienemmällä energiamäärällä pyritään aikaansaamaan suurempi tuotos. (TEPA-termipankki s.a.a.) Energiatehokkuuden edistäminen on osa EU:n ja kansallista energia- ja ilmastopolitiikkaa. Sillä pyritään vähentämään sitä energiamäärää, jota tuotteiden ja suoritteiden tuottamiseen tarvitaan. Energiatehokkuuden parantamisen etuna ovat vähentyneet hiilidioksidipäästöt, pienempi energiankulutus ja tätä kautta kustannussäästöt. (Energiavirasto 2020.) Pohja energiatehokkuudelle luodaan jo keittiösuunnittelussa, mitoituksessa sekä laitevalinnoissa, mutta loppu on kiinni käyttäjästä. Energiankäytön tehostaminen on myös osa kestävän kehityksen edistämistä. Parhaimmillaan ravintoloissa voidaan säästää energiaa muuttamalla toimintamalleja ja käytäntöjä tehokkaimmiksi, jolloin voidaan tuloksellisesti säästää energiaa. Säästökeinot eivät aina edellytä uusia suurinvestointeja. Ravintoloissa energiankulutukseen ja sitä kautta myös energiansäästötoimenpiteisiin vaikuttavat monet ravintolan prosessit ja laitteet. Näitä ovat esimerkiksi erilaisten aterioiden valmistaminen, kylmäsäilytys, astioiden pesu, tuotantotilojen ilmanvaihto, lämmitys sekä valaisu. (Motiva 2010, 4.)

Ravintola-alan yritysten on kannattavaa mitata ja seurata energiatehokkuuttaan säännöllisesti toimintaan sopivin tunnusluvuin, jotta voidaan tietää, mihin energiaa käytetään ja paljonko sitä kuluu. Käytännössä tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sähkön nykyisen kulutuksen vertaamista aiempiin lukemiin. Kun yritys tiedostaa kulutuksensa, se voi kartoittaa suurimpia energiaa kuluttavia tekijöitä, kohdistaa niihin säästötoimenpiteitä tai energiatehokkuutta parantavia muutoksia ja sillä tavalla kehittää toimintaansa. Yrityksen ollessa energiatehokas, se tuottaa palvelun tai tavaran mahdollisimman pienellä energiankäytöllä. (Suomi 2019.b.)

Energiatehokkuus kannattaa huomioida, kun tehdään hankintoja ja valitaan yrityksen toimintaan soveltuvia koneita, laitteita ja muuta tekniikkaa sekä mietitään niiden sijoittelua. (Suomi 2019.b.) Monet laitevalmistajat ovat kehittäneet ammattikeittiölaitteiden energiatehokkuutta esimerkiksi automatiikan kautta. Käytännössä tämä voi esimerkiksi näkyä automatisoituina ohjelmina erilaisille raaka-aineille ja ruoille, jolloin uuni huolehtii ruoan kypsennysajasta sekä oikeasta lämpötilasta. Lisäksi monissa yhdistelmäuuneissa on esimerkiksi sisälämpömittarit, pesuautomatiikkaa, kalkinpoisto sekä muistutus puhdistus- ja huoltotoimenpiteistä. Tällaiset valmiit ohjelmat opastavat käyttäjää tekemään energiaa säästäviä sekä lopputuloksen kannalta hyviä ratkaisuja. Hankintoja tehtäessä energiatehokkuus on syytä huomioida sen lisäksi, että valitaan käyttötärpeisiin parhaiten soveltuva laite. Investoimalla energiatehokkaaseen laitteeseen, voi investointi säästää energiaa ja muuttua säästökäyttövuosien aikana. Ammattikeittiöiden laitteet ovat lähtökohtaisesti tehokkaita ja suurinta tehoa vaatii laitteen ja ruoan kuumennusprosessi, jonka jälkeen automatiikka pienentää laitteen tehoa. Uusissa laitteissa hyötysuhdetta on kehitetty paremmaksi ja vähemmällä energialla voi saavuttaa hyvän lopputuloksen. Jotta ammattikeittiössä voidaan saavuttaa täysi hyöty laitteiden energiatehokkuudesta, on tärkeää huolehtia riittävästä käyttökoulutuksesta sekä perehtymisestä laitteen ominaisuuksiin sekä valmistusprosessin lisäksi myös puhdistus- ja kunnossapitoautomatiikkaan. Energiatehokkuuden näkökulmasta uuneja käyttäessä on hyvä turhien oven avausten välttäminen, paistomittarin käyttäminen laadukkaan lopputuloksen saamiseksi sekä ylikypsennyksen välttäminen, jotta kypsennyshävikki jää mahdollisimman pieneksi. (Motiva 2010, 5, 8-9.) Lisäksi ruoanvalmistuksen energiatehokkuutta voi parantaa valitsemalla sopiva laite, valmistusastia ja valmistustapa ruoan mukaan, esilämmittämällä uuni ennen valmistusta, käyttämällä kansia sekä hyödyntämällä uunin jälkilämpöä (Ympäristö Osaava s.a.d). Uunin käytön jälkeen käyttäjän on syytä tarkistaa uunin likaisuus ja valita pesuohjelma sen mukaan (Motiva 2010, 5, 8-9).

Uunien lisäksi ravintolan keittiössä padat ovat myös yksi tapa valmistaa ruokaa. Padoissa on hyvä huomioida ohjaustekniikan hyödynnettävyys, sillä sitä käyttämällä voi lyhentää ruoan kypsennysaikaa jopa 10-30 prosenttia. Sekoittavan padan hyötysuhde on noin 85 prosenttia. Hyötysuhteella tarkoitetaan sitä, kuinka paljon laitteen käyttämisestä energiasta muuttuu muotoaan sen toimintaan käytettyyn tehoon, työhön tai energiaan (TEPA-termipankki s.a.b.) Tässä tapauksessa sekoittava pata muuttaa käyttämästään energiasta 85 prosenttia haluttuun muotoon, esimerkiksi lämmöksi. Käytännössä tämä tarkoittaa, että sekoitin tehostaa lämmön siirtymistä ruokaan tasoittaen täten lämpötilaa. Samalla myös kypsennyshävikki pienenee. Sekoittimella varustetulla padalla on myös mahdollista tehdä ruoan alkujäähdytys noin 30 asteeseen saakka. Myös liedet ovat yksi ravintolakeittiön

ruoan kuumennus laitteista. Induktioliedet ovat liesivaihtoehdoista tehokkain, nopein ja käyttöturvallisin vaihtoehto. Induktioliesien hyötysuhde on 90 prosenttia. Induktioliesi on heti käyttövalmis, eikä se vaadi esilämmitystä tai aiheuta jälkisäteilyä. Tämä säästää energiaa, eikä laite lisää ilmanvaihdon tarvetta. (Motiva 2010, 11.)

Ruoan kuumentamisen ja lämmityksen lisäksi myös kylmäsäilytys- ja jäädytysratkaisut ovat merkittävä osa ravintolan keittiön toiminnassa ja energiatehokkuudessa. Ravintolassa on monenlaisia jäähdytys- ja kylmäsäilytys tarpeita prosessien eri vaiheissa, jotta valmiit tuotteet ja raaka-aineet voidaan säilyttää turvallisesti. Kylmiössä ja pakastehuoneissa hyödynnetään automaattista lämpötilan seurantajärjestelmää, joka hälyttää säädettyjen lämpötilojen ylittymisestä niin keittiössä kuin kiinteistönvalvonnassa. Järjestelmän tarkoituksena on lisätä elintarviketurvallisuutta sekä ylläpitää lämpötilaa ja vähentää käyttökustannuksia. Kylmävarastoissa on myös hyvä olla automaattisesti syttyvät ja sammuvat valaisimet, jolloin valaisu toimii tarvittaessa, kun tilassa liikutaan. Energiatehokkuuden näkökulmasta kylmiöissä on tärkeää huolehtia siitä, että sisäinen ilmankierto toimii, eivätkä hyllyt ulotu takaseinään. Näin voidaan varmistaa tasainen säilytyslämpötila. Jäähdytyslaitteistossa oleellista on huomioida se, että käyttää oikeanlaisia astioita oikein täytettyinä, jotta jäähdytys toimii tehokkaasti. Jäähdytyskaappi ei myöskään ole kylmäsäilytykseen tarkoitettu laite, koska jäähdytyslaitteen energiankulutus voi olla yli 10-kertainen verrattuna tavalliseen kylmäsäilytyslaitteeseen. Kylmä- ja jäähdytyslaitteistojen suhteen on tärkeää seurata säännöllisesti lämpötiloja, tuotteiden kiertoa sekä vain kylmäsäilytystä tarvitsevien tuotteiden pitämistä kylmiössä. Lisäksi on tärkeää puhdistaa säännöllisesti tiivisteet ja vaihtaa rikkoutuneet uusiin. (Motiva 2010, 6-7.)

Energiatehokkaiden hankintojen lisäksi on hyvä myös järjestelmällisesti mitata, seurata ja kehittää yrityksen energiatehokkuutta arjessa. Parhaimmillaan seurannalla ja jatkuvalla parantamisella voidaan parantaa energiatehokkuutta ja tehdä kustannussäästöjä. (Suomi 2019.b.) Yrityksessä voi tehdä tarkistuksia vuorokauden eri aikoina, jotta voidaan puuttua esimerkiksi energian tyhjäkulutukseen ja vähentää sitä. Tällaisia tarpeita voi olla esimerkiksi hiljaisimpina aikoina, jolloin voi olla tarpeellista miettiä, onko järkevää pitää kaikkia laitteita päällä valmiustilassa. Tarkistuksia tehdessä on huomioitava eri koneiden ja laitteiden kohdalla erikseen niiden tarkoitus sekä ovatko laitteet sopivassa käyttötilassa. Laitteiden ja koneiden suhteen voi arvioida, onko niitä mahdollista sammuttaa tai asettaa vähemmän energiaa kuluttavaan lepotilaan. Lisäksi on tärkeää kartoittaa myös se, onko eri laitteiden ja koneiden säädöt, ajastimet ja toiminta-ajat tarkoituksenmukaiset vai voisiko niitä muuttaa enemmän energiaa säästäväksi. Tarvetta muutoksilla voi esiintyä esimerkiksi ilmastoinnissa. Yritys voi kartoittaa ilmastoinnin toimivuutta sekä säätöjen oikeellisuutta, onko toimitiloihin riittävä peruskäyttötila vai riittäisikö yrityksen tarpeisiin pienempikin teho. Lisäksi muutostarvetta on hyvä miettiä valaisimien ja kohdevalojen kohdalla. Onko esimerkiksi liiketunnistimia käytetty siellä, missä niiden käyttö olisi kannattavaa? Onko valaisimien sammutettuna tiloissa silloin, kun niitä ei tarvita ja ovatko kaikki käytössä olevat lamput energiaa säästäviä tai LED-valoja? Näiden tekijöiden lisäksi voi olla tarvetta kartoittaa toimitilojen viilennys- ja lämmitysjärjestelmien toimivuutta ja säätöjen tarkoituksenmukaisuutta. (Vattenfall s.a.)

Yksi merkittävä tekijä ravintolan energiankulutuksessa on astianpesujärjestelmä. Keittiössä käytettävästä sähköstä jopa noin 40 prosenttia voi kuluu astianpesussa, joten astianpesu on merkittävä energiansäästömahdollisuus. Astianpesujärjestelmässä erillinen esipesuyksikkö jouduttaa astianpesua, kun astioita ei tarvitse huuhdella erikseen käsin. Astianpesussa on syytä seurata vedenkulutusta sekä konkreettisia kulutustietoja. Hukkakulutuksen välttämiseksi astianpesukoneiden ei kannata olla koko aikaa päällä vaan ne kannattaa kytkeä päälle vasta, kun astioiden peseminen tulee ajankohitaiseksi. Tunnelikone tyyppisessä astianpesukoneessa pesuaikaa on mahdollista säätää astioiden likaisuuden mukaan. Toisaalta melko puhtaita astioita tai esimerkiksi tarjottimia pestäessä prosessia pystyy nopeuttamaan energian ja ajan säästämiseksi. Tunnelikoneissa on myös käytönohjausjärjestelmä, joka pysäyttää pesemisen tilanteissa, kun koneessa ei ole koreja ja vähentää näin veden-, sähkön ja pesuaineen kulutusta. Tunnelikoneen lisäksi patapesukone on yksi tyyppisistä astianpesukoneista, jotka säästävät vettä ja työaikaa. Patapesukoneella astioita pestäessä on syytä kaapia irtolika pois astioista raapesun irrottaessa pinttyneemmän lian. Energiatehokkuuden näkökulmasta astianpesussa tulee kiinnittää huomiota korivalintoihin astioiden mukaan ja koreja tulisi myös pestä täysinä. Astioita ei lähtökohtaisesti ole tarvetta esipestä, mutta ruoantähteet tulee poistaa ennen pesua. Jos astioissa on pinttymiä, astiat kannattaa liottaa ennen pesua. Tärkeää on myös vaihtaa koneen vesi tarpeeksi usein ja huolehtia koneen huolellisesta peruspuhdistuksesta, jotta pesulopputulos säilyy hyvänä, eikä astioita tarvitse pestä toista kertaa. Patapesukoneita käytettäessä on syytä pitää pesukoneen luukku suljettuna, jotta lämpö säilyy koneessa. (Motiva 2010, 14-15.)

Yllä kuvattujen asioiden lisäksi ravintolan toimitiloissa on hyvä huomioida lämmityksen ja ilmanvaihdon merkitys. Ammattikeittiössä suurin osa energiasta kuluu ilmanvaihtoon ja lämmitykseen, koska ilmanvaihdon tarve keittiössä on suuri. Syitä tälle ovat korkeat lämpötilat, kosteus, vetoisuus, hyvän ilmanlaadun ylläpitäminen sekä laitteiden lämpösäteily. Hyvällä suunnittelulla ja käyttöratkaisuilla voi vaikuttaa ilmanvaihdon sekä lämmityksen toimivuuteen. Esimerkiksi ilmanvaihdon käyttörytmin huomioimalla voidaan vähentää lämmitys- ja sähköenergiaa, kun järjestelmän ohjaus säätää ilmanvaihdon sopivaksi käytön mukaan. Myös poistoilman huomioiminen ilmastointijärjestelmässä on tärkeää, jotta hukkalämmön voi hyödyntää ja saada takaisin kiertoon. Poistoilman lämmöntalteenotolla voidaan pienentää lämmitysenergian kulutusta. (Motiva 2010, 16-17.)

Myös esimiehen rooli keittiön energiansäästötavoitteiden kehittämisessä on keskeinen. Esimiehen tehtäviin kuuluu seurata asetettujen tavoitteiden saavuttamista, mutta myös edistää kehitystä. Käytännössä tämä tarkoittaa selkeitä prosesseja keittiössä, ohjeistuksia sekä harkittuja säilytys- ja valmistusratkaisuja. Esimiehen tulee myös vastata työn turvallisuudesta ja siitä, että työntekijöillä on taitoa, tietoa ja oikeat välineet työskennellä energiaa säästävällä tavalla. Myös uusien työntekijöiden huolellinen perehdytys on tärkeässä roolissa, koska esimerkiksi laitteiden käyttäjä määrittää sen, saadaanko energiategokkaasta laitteesta täysi hyöty. Käyttäjän vaikutus laitteen energiankulutukseen voi olla jopa 60%. Käytännössä laitteen optimaalinen käyttö näkyy siinä, osaavatko työntekijät hyödyntää esimerkiksi uunien ajastimia sekä laitteiston automatiikkaa ja lämpömittareita. Esimerkiksi uuneissa, joissa on valmiiksi lämpömittarit tai automatiikalla varustetut kypsennyslaitteet, voi niitä oikein käyttämällä lyhentää tuotteen valmistusaikaa, valmistushävikkiä sekä hukkakulutusta. Oikein

säädettynä laite huolehtii ruoan kypsennyksestä ja vapauttaa työntekijän hoitamaan muita tehtäviä ja työvaiheita. (Motiva 2010, 4-5.)

4.6.1 Energiatehokkuussopimukset

Yksi Euroopan unionin tärkeistä tavoitteista on energiankulutuksen ja -tuhlauksen vähentäminen. Vuonna 2007 asetettiin ensimmäiseksi tavoitteeksi leikata unionin vuosittaista energiankulutusta 20 prosenttia vuoteen 2020 mennessä. Vuonna 2018 asetettiin uusi tavoite vähentää energiankulutusta vähintään 32,5 prosenttia vuoteen 2030 mennessä osana ”Puhdasta energiaa kaikille eurooppalaisille” -säästöpakettia. Energiatehokkuustoimien tavoitteena on vähentää kasvihuonekaasupäästöjä, varmistaa kestävä energiahuolto sekä vähentää tuontikustannuksia sekä myös lisätä EU:n kilpailukykyä. Energiatehokkuus on yksi energiaunionin strategisista painopisteistä. Euroopan unionin tavoitteet luovat puitteet Suomen energiatehokkuuden kehittämiseksi ja Euroopan komission tavoitteena on aktivoita muun muassa markkinatoimijoita muuttamaan ja parantamaan toimintatapojaan, tuotteitaan sekä käyttämiään energijärjestelmiä energiatehokkaammiksi. (Ciucci 2020.)

Energiatehokkuussopimukset ovat vapaaehtoisia sopimuksia valtion ja toimialojen yhdessä valitsema tapa vastata kansainvälisesti Suomelle asetettuihin energiatehokkuusvelvoitteisiin. Energiatehokkuussopimukset ovat osa Suomen energia- ja ilmastostrategiaa ja ne ovat työkalu edistää tehokasta energian käyttöä Suomessa. Vastuullisella ja tehokkaalla energiankäytöllä hidastetaan ilmastonmuutosta ja vähennetään toiminnasta syntyviä hiilidioksidipäästöjä. Tehokas ja järkevä energiankäyttö säästää myös kustannuksia ja lisää toiminnan kannattavuutta. Nykyinen energiatehokkuussopimuskausi ajoittuu vuosille 2017-2025 ja se jatkaa vuosien 2008-2016 välistä energiatehokkuussopimuskautta. (Energiatehokkuussopimukset s.a.)

Energiatehokkuussopimusten taustalla on vastuullinen ja tehokas energian käyttö, jolla voidaan pyrkiä torjumaan ilmastonmuutosta (Energiatehokkuussopimukset s.a). Ilmastonmuutoksella tarkoitetaan globaalia ilmiötä maapallon lämpötilojen ja sademäärien muuttuessa. Ilmiö vaikuttaa kielteisesti niin ihmisiin kuin luontoon ympäri maailmaa. Lämpötilan kohoamisen syynä on kasvihuonekaasujen lisääntyminen ilmakehässä. Yksi näistä kasvihuonekaasuista on hiilidioksidi, jota vapautuu ilmakehään monien erilaisten tekijöiden kautta, kuten fossiilisten polttoaineiden käytön seurauksena. Tärkeimpinä keinoina ilmastonmuutoksen hillitsemisessä pidetään fossiilisten polttoaineiden käytöstä luopumista, kestävien ja uusiutuvien energiamuotojen käyttöä, energian säästämistä ja energiatehokkuutta sekä ilmastokestävää ruoantuotantoa sekä kuluttamista. (WWF s.a.)

Suomessa vapaaehtoisuuteen perustuvien energiatehokkuussopimusten avulla pyritään saavuttamaan EU:n energiatehokkuusdirektiivin (EED) mukaiset energiankäytön tehostamistavoitteet. Sopimuksien avulla saatavat energiansäästöt edistävät uusiutuvan energian käytön lisäämiseen liittyviä tavoitteita sekä tukevat kasvihuonekaasupäästöjen vähentämistä Suomessa. Sopimukseen osallistuneet yritykset asettavat itselleen määrällisen tavoitteen energiankäyttönsä tehostamisesta ja toteuttavat toimenpiteitä näiden tavoitteiden saavuttamiseksi. Sopimuksen tehneet raportoivat myös vuosittain tehdyistä toimenpiteistä ja kehittymiskohteista. (Energiatehokkuussopimukset s.a.)

4.7 Uusiutuvat energianlähteet

Kun määritellään energiankäyttöön liittyviä ympäristövaikutuksia, on ympäristön kannalta merkittävämpää keskittyä energiankäytöstä aiheutuviin ilmastovaikutuksiin eli tuotannon yhteenlaskettuihin kasvihuonekaasuvaikutuksiin kuin absoluuttiseen energiankulutusmäärään. Yrityksen käyttäessä bioenergiaa ja ekosähköä, se voi vähentää omaa ilmastovaikutustaan ja kasvihuonekaasupäästöjään merkittävästi, koska energialähteen valinnalla on suora vaikutus tuotantoketjun vastuullisuuteen. (Forsman-Hugg, Katajajuuri, Paananen, Pesonen, Järvelä ja Mäkelä 2009, 38.) Suomi on yksi maailman johtavista uusiutuvia energianlähteitä käyttävistä maista. Uusiutuvien energianlähteiden keskeisenä tavoitteena on kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen ja irrottautuminen fossiilisten polttoainoiden käytöstä. Samalla uusiutuvien energianlähteiden käyttö lisää energian omavaraisuutta, tukee työllisyyttä sekä alan teknologian kehitystä. (Työ- ja elinkeinoministeriö s.a.)

Uusiutuvaksi energiaksi kutsutaan energiamuotoja, joiden lähdettä voidaan inhimillisillä mittasuhteilla pitää loputtomana. Uusiutuva energia voi olla peräisin esimerkiksi tuulesta, virtaavasta vedestä, auringosta, maaperän varastoimasta lämmöstä sekä bioenergiasta. Uusiutuvista energianlähteistä ei lähtökohtaisesti vapaudu ilmakehään kasvihuonekaasuja, kuten hiilidioksidi-, metaani- ja dityppioksidipäästöjä. Poikkeuksena ovat esimerkiksi vesivoiman tuotannossa tekoaltaiden pohjata vapautuva hiilidioksidi- ja metaanipäästöt. (Ilmasto-opas s.a.)

Myös biopolttoaineista vapautuu hiilidioksidipäästöjä, mutta niiden ei katsota vaikuttavan kasvihuoneilmiöön lisäävästi, koska hiilidioksidipäästöt lasketaan olevan osa hiilen kiertoa. Turvebiomassan käyttäminen energianlähteenä ei täytä uusiutuvan energian kriteerejä, koska sen uusiutuminen vie tuhansia vuosia. Sen sijaan uusiutuvia bioenergian lähteitä ovat metsäbiomassat, joihin kuuluvat esimerkiksi puupolttoaineet ja hakkuutähteet sekä peltobiomassat, kuten ohra, sadonkorjuujäte, nurmimassat ja rehujäte. Lisäksi uusiutuviin bioenergian lähteisiin lasketaan paperi- ja puunjalostusteollisuuden hakkeet ja jäteliemet sekä elintarviketuotannon jätteet, kuten lanta ja teurasjäte. Myös kotitalouksissa syntyvät biohajoavat tuotteet, kuten elintarvikkeet, paperi, kuitu ja puupakkaukset lukeutuvat bioenergian lähteiksi. (Ilmasto-opas s.a.)

Aurinkoenergia on auringon säteilemää valo- ja lämpöenergiaa, jota voidaan kerätä talteen aurinkopaneelin, -kennojen ja kerääjien avulla. Energiaa voidaan käyttää suoraan lämpönä esimerkiksi käyttöveden tai tilojen lämmittämiseen tai sähköntuotantoon. Aurinkokennoissa auringon säteilyä kautta voidaan tuottaa suoraan sähköä ja aurinkopaneeleissa sähköntuotanto tapahtuu auringon lämmön vaikutuksesta. (Ilmasto-opas s.a.)

4.8 Kestävä kehitys

Kestäväällä kehityksellä tarkoitetaan jatkuvasti tapahtuvaa ja ohjattua muutosta yhteiskunnassa, jonka tavoitteena on maailmanlaajuisesti, paikallisesti sekä alueellisesti turvata niin nykyisille kuin tulevillekin sukupolville mahdollisuudet hyvään elämiseen. Kestävää kehitystä on käsitelty ensimmäisen kerran vuonna 1987 YK:n Brundtlandin, jolloin komission työstä lähti liikkeelle prosessi, joka on

vuosien aikana kehittynyt vähitellen kattavammaksi ja monipuolisemmaksi kokonaisuudeksi, jolla on vaikutusta kunnissa, valtiossa sekä kansainvälisissä yhteyksissä ja näiden välisessä vuorovaikutuksessa. (Kestävä kehitys s.a.)

Kestävä kehitys huomioi biologisen monimuotoisuuden, ihmisten taloudellisen ja aineellisen toiminnan sekä sen, että ekosysteemien toimivuus säilyy. YK:n Ympäristön ja kehityksen maailman komissio on vuonna 1987 määritellyt kestävän kehityksen seuraavasti: ”Kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa. Sen kolmeksi peruselementiksi ovat muotoutuneet ekologinen, taloudellinen sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys. Kestävän kehityksen tavoitteet tähtäävät siihen, että ihmiset oppivat elämään sopuinnassa luonnon ja toistensa kanssa.”

Ekologisella kestävyydellä tarkoitetaan ihmisen aineellisen ja taloudellisen toiminnan sopeuttamista luonnon kestokyvyn mukaisesti pitkällä aikavälillä. Ekologisen kestävyuden perusehtona on turvata ekosysteemin toimivuus sekä biologisen monimuotoisuuden säilyttäminen. Ekologiseen kestävyYTEEN pyritään kansallisin keinoin, mutta myös kansainvälinen yhteistyö on avainasemassa. Käytännössä keskeistä on noudattaa varovaisuusperiaatetta, jolloin toimintaan liittyvät riskit, haitat sekä kustannukset arvioidaan sekä pyritään estämään ja ennakoimaan ennen haittojen syntymistä. (Kestävä kehitys s.a.)

Taloudellisella kestävyydellä tarkoitetaan laadultaan ja sisällöltään tasapainoista kasvua, joka ei vaadi varantojen hävittämistä tai velkaantumista pitkälläkään aikavälillä. Yhteiskunnan keskeiset toiminnot perustuvat kestäväan talouteen ja talouspoliittisilla ratkaisuilla pyritään luomaan otolliset olosuhteen kansalliselle hyvinvoinnille sekä sen lisäämiselle. Kun talous on kestäväällä pohjalla, se myös helpottaa uusien haasteiden ja uhkien kohtaamista. Kestävän talouden voidaan sanoa olevan perusta sosiokulttuuriselle kestävyydelle. (Kestävä kehitys s.a.)

Sosiokulttuurillinen kestävyys tarkoittaa hyvinvoinnin edellytysten takaamista sukupolvelta toiselle. Maailmanlaajuisesti sosiaaliseen kestävyYTEEN liittyviä haasteita ovat esimerkiksi köyhyys, jatkuva väestönkasvu, koulutuksen järjestäminen, terveys- ja ruokahuollon toteutuminen sekä sukupuolten välisen tasa-arvon edistäminen. Näillä tekijöillä on myös merkittävä vaikutus taloudelliseen ja ekologiseen kestävyYTEEN. Kaiken kaikkiaan kestäväan kehitykseen vaikuttaa asukkaiden hyvinvointi, mikä on edellytys ekologisen kestävyuden edistämiseksi sekä yhteiskunnalliselle hyväksyttävyydelle. (Kestävä kehitys s.a.)

Ravintolaliiketoiminnassa kestäväan kehityksen näkökulma on mahdollista huomioida monilla erilaisilla osa-alueilla ja toiminnoissa. Kestävän ruoan kulutuksen periaatteet pohjautuvat terveellisyteen ja turvallisuuteen ja niissä huomioidaan taloudelliset, sosiaaliset sekä kulttuuriset näkökulmat, mutta myös ympäristö ja eläinten hyvinvointi. Jo raaka-aineiden tuotannolla sekä käsittelyllä on vaikutusta ympäristöön, ja ne muodostavat kaksi kolmasosaa ruokapalveluiden ympäristövaikutuksista. Näitä vaikutuksia ovat esimerkiksi kasvihuonekaasut, rehevöityminen, monimuotoisuuden heikkeneminen, kemikaalikuorma sekä maaperän muutokset. (Ravitsemuspassi s.a.)

5 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO

5.1 Kehittämistyön tavoitteet ja tarkoitus

Opinnäytetyö toteutettiin tutkimuksellisenä kehittämistyönä, jonka tarkoituksena oli etsiä parempia ratkaisuja käytännön tilanteisiin ja prosesseihin sekä aikaansaada muutoksia toimipaikan toiminnassa. Tutkimuksellinen kehittämistyö sisältää uusien käytäntöjen ja ideoiden tuottamista ja toteuttamista sekä käytännön ongelmien ratkaisua. Tutkimuksellisuus näkyy kehittämistyössä siten, että kehittäminen etenee kriittisesti, järjestelmällisesti ja analyyttisesti ja tuotettu tieto sekä ratkaisut rakentuvat jo olemassa olevan tiedon päälle. Tutkimuksellisessa kehittämistyössä kuvaillaan ja selitetään asioita, mutta myös etsitään parempia vaihtoehtoja ja viedään niitä käytännössä eteenpäin. Kehittämistyön prosessiin kuuluvat kehittämisen lähtökohtien ja tavoitteiden asettaminen, työmuodon määrittäminen, prosessin eteneminen sekä ratkaisu, sen toteutus sekä arviointi. Tutkimuksellista kehittämistyötä ohjaavat lähtökohtaisesti käytännölliset tavoitteet, joihin haetaan tukea teoriasta. Myös kehittäminen on osa prosessia ja se näkyy esimerkiksi tiedon tuottamisena, vuorovaikutuksena, muutoksen hakemisena ja ohjaamisena sekä yllättävien haasteiden käsittelemisenä. (Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti 2015, 19-22.)

Tutkimuksellinen kehittämistyö tehtiin toimeksiantona ABC Pitkälahaan. Toimeksiantona oli tutkia ja kartoittaa toimipaikan ympäristövastuullisuutta energiatehokkuuden ja vastuullisuusviestinnän näkökulmasta sekä etsiä keinoja, miten näitä ympäristövastuullisuuden osa-alueita voisi tulevaisuudessa kehittää. Tutkimuksessa pyrittiin löytämään kehitysideoita ABC Pitkälahdessa edellä mainituilta osa-alueilta ja etsimään ratkaisuja toimipaikan haasteisiin.

Tutkimuksen päätavoitteena on analysoida ympäristövastuullisuuden nykytilaa energiatehokkuuden ja vastuullisuusviestinnän näkökulmasta ja tutkia siihen vaikuttavia tekijöitä sekä etsiä mahdollisuuksia kehittää toimipaikan toimintaa energiatehokkaammaksi ja parantaa viestintää. Tutkimuksen alavoitteita on tutkia energiatehokkuuteen vaikuttavia tekijöitä sekä kartoittaa sisäisen viestinnän tasoa ja sen merkitystä toimipaikassa.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset olivat:

- Miten ympäristövastuullisuus näkyy ABC Pitkälahdessa?
- Miten ympäristövastuullisuutta voisi kehittää?
- Miten vastuullisuudesta viestitään ABC Pitkälahdessa?
- Miten vastuullisuusviestintää voisi kehittää?
- Mitkä ovat energiatehokkuuteen vaikuttavia asioita?
- Miten toimipaikan energiatehokkuutta voisi kehittää?
- Mitkä ovat ympäristövastuullisuuteen liittyviä haasteita?

Kehitystyön avulla pyrittiin löytämään konkreettisia tapoja parantaa ravintolan työprosesseja, kehittää niitä ympäristöystävällisemmiksi ja löytää tapoja viestiä niin asiakkaille kuin henkilökunnallekin toimipaikan ympäristövastuullisista valinnoista.

5.2 Tutkimuksellisen kehittämistyöprosessin vaiheet ja tutkimusmenetelmän valinta

Opinnäytetyö toteutettiin tutkimuksellisenä kehittämistyönä ja prosessiin sisältyi useita erilaisia työvaiheita. Prosessin vaiheet on kuvattu alla olevassa ”Tutkimuksellisen kehittämistyöprosessin vaiheet” -kuviossa (Kuvio 6).



KUVIO 6. Tutkimuksellisen kehitystyöprosessin vaiheet (Ojasalo ym. 2015, 24, mukailen.)

Tutkimuksellisen kehittämistyön lähtökohtana oli kehittämiskohteeseen liittyvien tekijöiden ymmärtäminen. Tässä kehittämistyössä se tarkoitti toimeksiannon saamista ja sen muotoutumista ABC Pitkälähteen sekä kehittämistyön tavoitteita. Kehittämistyö on uudistusperustainen, koska tässä työssä lähdettiin hakemaan uusia toimintaprosesseja ja tapoja kehittää energiatehokkuutta ja vastuullisuusviestintää. Prosessin ensimmäisessä vaiheessa pohdittiin myös alustavia kehittämistyön tavoitteita. (Ojasalo ym. 2015, 26-27.)

Prosessin toiseen vaiheeseen kuuluu tiedon hakeminen niin käytännöstä kuin teoriassa aiheeseen perehtymällä. Käytännössä tämä voi tarkoittaa erilaisten lähteiden läpi käymistä aihealueen teoriasta, yrityksen taustatietojen, arvojen ja strategian selvittämistä, raporttien tai organisaation julkaisujen analysointia ja yrityksen toimintaympäristöön perehtymistä. Lisäksi on tärkeää ymmärtää toimialan merkitys kehittämistyössä, koska se auttaa ymmärtämään toimialan rakennetta ja toimintatapoja. Tähän vaiheeseen kuuluu myös kehittämistyön näkökulman tarkentuminen ja tietoperustan jäsentäminen, johon kuuluu keskeiset käsitteet sekä niiden välisten suhteiden määrittäminen. Tietoperustasta käytetään usein myös termiä teoreettinen tausta tai viitekehys. (Ojasalo ym. 2015, 27-30.)

Prosessin kolmas vaihe on kehittämistehtävän määrittäminen ja rajaaminen. Tässä vaiheessa määritetään tarkasti, mihin kehittämällä pyritään ja miten kehittämistyön onnistumista voidaan arvioida. Neljännessä vaiheessa luodaan aihealueesta perusteellinen tietoperusta, johon kootaan oleellinen kehittämistyöhön liittyvä olemassa oleva tieto. Tietoperusta koostuu keskeisimmistä käsitteistä, malleista ja määritelmistä. Ne toimivat viestinnän pohjana, auttavat jäsentämään ilmiötä sekä osoittavat näkökulman. Lisäksi tässä vaiheessa valitaan lähestymistapa kehittämistyölle ja tässä opinnäytetyössä kyseessä on tapaustutkimus, koska tapaustutkimuksessa halutaan ymmärtää ja kehittää ratkaisuja tietyn organisaation toimintaa. (Ojasalo ym. 2015, 32-35.)

Prosessin kuuden vaihe on kehittämistyötä tukevan määritelmän käyttäminen. Tämän opinnäytetyön kehittämistyön osaksi kuului kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kvalitatiivisella tutkimuksella tarkoitetaan tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntausta, jossa pyritään ymmärtämään kohteen merkitystä ja ominaisuuksia. (Koppa 2015.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tiedon hankinnassa pyritään kokonaisvaltaisuuteen ja haastateltavien on mahdollista tuoda esille omat mielipiteensä sekä näkökulmansa. Haastattelemineen on yksi aineistonhankintamenetelmä, jossa aineistoa tuotetaan vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa. Haastateltavat voivat määrittää itse, miltä näkökulmalta he haluavat tuoda vastauksensa esille, mitä he haluavat aiheesta kertoa ja kuinka laajasti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastateltavan kohdejoukon valitseminen on tarkoituksenmukaista ja tutkimuksen tavoitteena on löytää uusia väitteitä ja näkökulmia. Toisinaan aineistoksi voi riittää jopa yhden tapauksen tutkiminen tai yhden henkilön haastattelemineen, koska kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei ole tarkoituksena selvittää tilastollisia säännönmukaisuuksia tai tehdä yleispäteviä päätelmiä. Kvalitatiivisen tutkimuksen voi toteuttaa joustavasti ja olosuhteiden mukaisesti. (Hirvijärvi, Remes ja Sajavaara 2009, 160-161, 164.)

Kvalitatiivinen tutkimus toteutettiin teemahaastatteluna. Teemahaastattelulla tarkoitetaan keskustelunomaista tilannetta, jossa haastattelu etenee tiettyjen ennalta suunniteltujen teemojen mukaan. Haastattelussa käsiteltävät teemat valitaan tutkittavan aiheen perusteella. Tyyliltään teemahaastattelu on melko väljä, eikä haastattelu etene tarkkojen kysymysten tai yksityiskohtien kautta. (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2006.) Teemahaastattelu on tyyliltään puolistrukturoitu haastattelu, jossa tutkimusongelmasta poimitaan keskeiset teemat tai aiheet, joita haastattelun aikana on välttämätöntä käsitellä, jotta voidaan vastata tutkimusongelmaan. Teemahaastattelun tavoitteena on, että haastatteluteemat käsitellään vastaajan kannalta luontevassa järjestyksessä ja että vastaajalla on

mahdollisuus antaa kaikista teemoista oma kuvauksensa. Teemojen käsittelyjärjestyksellä ei ole merkitystä. (Vilkkä 2015, 78-80.) Teemahaastattelussa voi käyttää valmista tukilistaa käsiteltävistä aiheesta tai hyödyntää jo ennalta mietittyjä kysymyksiä (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2006).

Tämän opinnäytetyön teemahaastattelussa on käytetty valmiiksi teemoittain mietittyjä kysymyksiä, joiden järjestys, laajuus ja painotus vaihteli eri haastatteluissa. Tähän vaikutti esimerkiksi se, että haastateltavat olivat eri asemissa ja heidän työnkuvansa oli erilainen toisiinsa verrattuna. (Valli ja Arnos 2018, 24.) Teemahaastattelu edellyttää haastateltavien tilanteen tuntemista sekä aihepiiriin perehtymistä (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2006). Haastatteluun valittuja teemoja olivat ympäristövastuullisuus liiketoiminnassa, energiatehokkuus ja energian säästäminen sekä vastuullisuusviestintä. Tämän lisäksi haastatteluun kuului vielä työntekijänäkökulmaa painottavia kysymyksiä, jonka kautta saatiin selville työntekijöiden näkemyksiä siitä, millä tavoin heidän mielestään ympäristövastuullisuus näkyy liiketoiminnassa, työtehtävissä ja prosesseissa sekä millä tavoin aihetta on käsitelty tai käyty heidän kanssaan läpi ja millä tavoin sitä voisi kehittää. Haastattelun teemojen painotus vaihteli haastateltavan aseman, työtehtävän ja kokemuksen mukaan.

Haastattelun teemojen muodostamiseen on useita erilaisia tapoja. Niitä voivat esimerkiksi olla teemojen perustuminen intuitioon, teemojen etsiminen kirjallisuudesta ja teemojen johtaminen teoriasta. Tässä opinnäytetyössä teemat muotoituivat tutkimuksen tavoitteisiin ja kirjallisuuteen perustuen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että teemoja muodostaessa on tutkittu alan kirjallisuutta ja sitä, mitä aiemmissa vastaavissa tutkimuksissa on käsitelty. Lisäksi teemoja muotoillessa on tärkeää, että ne vastaavat tutkimisongelmiin ja tukevat opinnäytetyön tavoitetta löytää kehityskohteita ABC Pitkälahden toiminnasta. Teemojen muodostamisessa on ollut myös tärkeää perehtyä ennalta hyvin tutkimusaiheeseen sen eri näkökulmista sekä yhdistää niin luovaa ideointia, aiempia tutkimuksia ja aiheeseen sopivia teorioita. Näin teemat perustuvat teoreettiseen pohjaan, mutta jättävät myös tilaa käsityksille ja poikkeuksellisille tulkinnoille ja kehitykselle. (Valli ja Arnos 2018, 36-38.) Teemahaastattelun runko on esitetty liitteessä 1.

Haastateltavia oli kahdeksan ja he valikoituivat teemahaastatteluun työnkuvansa ja vastualueidensa perusteella. Heistä kaikki työskentelevät PeeÄssä ja heidän vastualueensa jakautuivat tekniseen isännöintiin, ABC Pitkälahden esimiestehtäviin, palveluvastaavan tehtäviin sekä liikenneasematyöntekijän tehtäviin niin keittiön kuin ravintolankin puolella. Lähtökohtaisesti haastattelut oli tarkoitus toteuttaa perinteisesti kasvokkain keskustellen ja teemoja haastateltavien kanssa läpi käydä. Kevään 2020 vallitsevan koronavirus tilanteen ja sitä seuranneiden muutosten takia osa haastatteluista kuitenkin peruuntui ja osa haastatteluista toteutettiin vaihtoehtoisilla tavoilla joko puhelimitse tai hyödyntämällä sähköisiä viestimiä ja valmiiksi muotoiltuja kysymyksiä. Näin saatiin tilanteen huomioiden laajempi otanta ja enemmän tutkimusaineistoa, jota hyödyntää opinnäytetyössä. Tällöin oli kuitenkin syytä huomioida se, ettei samoja teemoja ja tutkimuskysymyksiä varten kerätyt puhuttu sekä kirjoitettu aineisto ole täysin yhteismitallisia (Valli ja Arnos 2018, 36-42). Tässä kehittämistyössä ei kuitenkaan etsitä yleispäteviä totuuksia tai säännönmukaisuuksia vaan pyritään ymmärtämään ja kehittämään toimipaikan ympäristövastuullisuuden tilaa ja siihen liittyviä kehitysmahdollisuuksia.

Opinnäytetyön teemahaastattelut toteutettiin haastateltavien työpaikalla ABC Pitkälähdän tiloissa sekä etäyhteyksien kautta vallitseva tilanne huomioiden eri osapuolten näkökulmasta. Haastattelutilanteet ja niihin liittyvät järjestelyt pyrittiin tekemään haastateltaville mahdollisimman vaivattomaksi ja kasvokkain keskustellen tehdyissä haastatteluissa huomioitiin mahdollisuuksien mukaan tilan rauhallisuus ja tuttuus haastateltaville. Haastattelut nauhoitettiin, jolloin itse haastattelutilanne eteni mahdollisimman luontevasti. Haastattelun aluksi käytiin läpi, millaisesta haastattelusta on kysymys ja pohjustettiin haastattelun teemaa ja käyttötarkoitusta haastateltaville. Tätä seurasi teemojen läpi käyminen haastateltavien kanssa erilaisilla painotuksilla. Haastattelun alussa pyrittiin siihen, että haastateltavien annettiin puhua vapaasti siitä, mitä heille tulee teema-alueesta mieleen tai mitä he nostaisivat siitä esiin. Etukäteen määritellyt kysymykset eri teemoihin liittyen auttoivat haastattelun aikana varmistamaan sen, että kaikista aiheista keskusteltaisiin jokaisen haastateltavan kanssa. Eri haastateltavien kohdalla järjestys kuitenkin vaihteli ja haastattelun etenemiseen perustuen myös jotkin aihealueet rönsyilivät niin, ettei osaan edeltä suunnitelluista kysymyksistä ollut syytä ottaa esiin. Osassa haastatteluista nostettiin lopuksi esiin vielä aiheita, joita ei ollut käsitelty kuin pintapuolisesti, jotta niistä voitaisiin saada yksityiskohtaisempaa tietoa.

Haastatteluiden jälkeen tutkimustulosten analysointi aloitettiin tallenteiden ja kerättyjen materiaalien purkamisella. Ensimmäinen vaihe haastatteluiden jälkeen oli niiden puhtaaksi kirjoittaminen eli litterointi. Litteroimalla aineiston saa helpommin hallittavaan muotoon. Litterointi on osa aineistoon tutustumista ja litteroitaessa on järkevää purkaa valikoidusti, mutta johdonmukaisesti tutkimusongelman kannalta olennaiset osat. (Hyvärinen, Nikander ja Ruusuvuori 2010, 11.)

Vasta tämän jälkeen voidaan siirtyä kerätyn aineiston käsittelyyn ja analysoimiseen. Saatu tutkimusaineisto järjestettiin sillä tavoin, että sen perusteella tehdyt johtopäätökset eivät enää edusta tutkittavia tapauksia ja tehdyt johtopäätökset voidaan irrottaa tapahtumista ja yksittäisistä henkilöistä yleisemmälle käsitteelliselle ja teoreettiselle tasolle. Tätä kutsutaan abstrahoinniksi. Aineiston analyysivaiheessa aineisto järjestettiin alun perin laaditun teemarungon mukaisesti relevanteiksi teemoiksi ja tämän jälkeen aineistoa tyypiteltiin. Käytännössä teemojen sisältä haettiin yhdistäviä elementtejä, jotka edustavat tiettyä teemaa ja sen jälkeen tyyppiä. Aineiston sisällön analysoimisen vaiheisiin kuului aineiston teemoittelun ja tyypittelyn lisäksi aineiston eri teemojen vertailu ja koostaminen sekä tulkinta ja johtopäätökset. (Hyvärinen ym. 2017, 126,128.)

Kehittämistyöprosessin viimeiset vaiheet ovat tulosten jakaminen ja kehittämistyön arviointi. Kehittämistyön tulosten jakamisessa pääpaino on tavallisesti tietoperustan, kehittämistehtävän, kehittämisyöprosessin kuvaamisessa sekä lopputulosten selittämisessä ja arvioinnissa. Kehittämistyön viimeinen vaihe, arviointi, kohdistuu yleensä kehittämistyön prosessiin sekä lopputuloksiin. Arvioinnissa voidaan tarkastella kehittämistyön suunnittelua, tavoitteiden selkeyttä sekä niiden saavuttamista tai lopputulosta. (Ojasalo 2015, 46-48.)

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä luvussa esitellään ABC Pitkälahden toimipaikan ympäristövastuullisuuteen ja energiatehokkuuteen vaikuttavat lähtökohdat sekä ketjun vaikutus niihin. Lisäksi tässä luvussa kuvataan teemahaastatteluilla kerätystä aineistosta saadut tulokset. Tässä luvussa esitellyt tutkimuksen tulokset mukailevat teemahaastattelun runkoa ja keskeisimmät aihealueet ovat ympäristövastuullisuus, ympäristövastuullisuus toiminnassa, energiatehokkuus sekä vastuullisuusviestintä.

6.1 Lähtökohdat

S-ryhmän ja sitä kautta myös ketjuun kuuluva toimipaikka ABC Pitkälähti pyrkivät säästämään energiaa toimipaikoissaan sekä kehittämään vastuullisuuttaan ja siitä viestimistä. S-ryhmä on tehnyt suunnitelmallista työtä vuosien ajan vähentääkseen energiankulutustaan ja toimiakseen vastuullisemmin. Vuonna 2016 S-ryhmä oli vähentänyt energiankulutustaan yli 30% vuoden 2010 tasosta lisäämällä toimipaikossaan tuulivoiman käyttöä ja parantamalla energiatehokkuutta. Samana vuonna ketju on kartoittanut uusiutuvien energiamuotojen käyttöä ja asettanut tavoitteekseen tuulisähkön nostamisen 50 prosenttiin. Eniten kiinteistöissä energiaa kuluu kylmätekniikkaan, ilmanvaihtoon, lämmitykseen, valaistukseen sekä keittiölaitteisiin. Samalla ketju on pyrkinyt tarjoamaan asiakkailleen päästöjä vähentäviä vaihtoehtoja. (Remes 2016.)

Vuonna 2020 S-ryhmä on asettanut tavoitteekseen kehittää toimintaansa niin, että se olisi hiilinegatiivista vuonna 2025 (S-ryhmä 2020.b). Hiilinegatiivisuudella tarkoitetaan tilaa, jossa kasvihuonekaasuja poistetaan enemmän ilmakehästä kuin niitä sinne päästetään ja niitä esimerkiksi yrityksen toiminnan seurauksena syntyy tietyn tarkasteltavan ajanjakson sisällä. Hiilinegatiivisuutta voidaan pitää seuraavana askeleena hiilineutraaliudelle. (Seppälä, Alestalo, Ekhol ja Kulmala 2014, 10.) Hiilineutraaliudella (carbon neutrality) tarkoitetaan sitä, että toiminta aiheuttaa vain sen verran hiilidioksidipäästöjä kuin niitä pystytään sitomaan tietyn tarkasteltavan ajanjakson sisällä. Laajimmillaan käsite kattaa hiilidioksidin lisäksi kaikki kasvihuonekaasupäästöt. Tavallisimmin tarkasteltava ajanjakso on yksi vuosi, koska päästötiedoista raportoidaan yleensä vuosittain. Yleiskielessä hiilineutraaliudella tarkoitetaan toimintaa, joka ei aiheuta ilmastomuutosta. (Seppälä ym. 2014, 10.)

S-ryhmä tavoittelee hiilinegatiivisuutta asettamalla uudeksi päästövähennystavoitteekseen 90 prosenttia vuoteen 2030 mennessä, pyrkimällä tuottamaan 100 prosenttia käytetystä sähköstä uusiutuvalla energialla vuoteen 2030 mennessä, panostamalla yhä energiatehokkaampiin ratkaisuihin sekä kompensoimalla toiminnan synnyttämiä päästöjä hiiltä sitomalla. Käytännössä energiatehokkaat investoinnit tarkoittavat esimerkiksi uusittuja kylmälaitteita, valaistuksen optimoimista, hukkalämmön hyödyntämistä sekä uusiutuvan energiantuotannon edistämistä. (S-ryhmä 2020.b.)

Koko ketjua koskevien toimenpiteiden lisäksi S-ryhmällä on monia erilaisia kohteita, mikä vaikuttaa siihen, että toimenpiteet on valittava toimipaikan mukaan. Esimerkiksi S-ryhmän hotellit ja ravintolat ovat mukana majoitus- ja ravintola-alan energiatehokkuussopimuksessa. Käytännössä tämä tarkoit-

taa sitä, että energiankulutusta tehostavia toimenpiteitä kartoitetaan ja toteutetaan eri toimipaikoissa. Ketju pyrki hyödyntämään hyväksi havaittuja energiaa säästäviä toimenpiteitä eri yksiköissä, mutta säästävien toimenpiteiden monistaminen paikasta toiseen voi olla toisinaan haastavaa. (Remes 2018.)

S-ryhmän hotelleissa ja ravintoloissa on uusittu valaistusta energiaa säästäviin led-valoihin. Monia mahdollisuuksia sisältyy kuitenkin myös taloteknisiin ratkaisuihin, joihin kuuluu lämmityksen optimointi, ilmastoinnin ja valaistuksen säätö sekä ajotapa. Lisäksi S-ryhmä pyrkii lisäämään uusiutuvan energian käyttöä ja investoimaan tuuli- ja aurinkovoimaan tulevana vuosina. Tavoitteekseen ketju on asettanut, että S-ryhmän kuluttamasta sähköstä 80% on omaa uusiutuvaa energiaa vuoteen 2025 mennessä. S-ryhmällä on myös pidemmän aikavälin tavoite tehostaa energiankäyttöään 30 prosenttia vuoden 2015 tasosta 2030 vuoteen mennessä. S-ryhmän ketjun tavoitteita tukemaan tarvitaan kuitenkin myös toimipaikka kohtaisia energiaa säästäviä toimenpiteitä, ratkaisuja ja kokeiluja, jotka sopivat erityisesti juuri tietyn toimipaikan, kuten esimerkiksi ABC Pitkälähden tarpeiden ja toiminnan kehittämiseen. Tätä tavoitetta tukemaan on määritelty tavoite-energiankulutuksen S-ryhmän eri toimipaikoille vuoden 2018 loppuun mennessä. Näin voidaan pyrkiä tehostamaan erilaisten toimipaikkojen energiankulutusta sekä huomioida paremmin ja yksilöllisemmin ne energiankäytön tehostamisen mahdollisuudet, joita eri toimipaikoilla on. (Remes 2018.)

S-ryhmä on panostanut uusiutuviin energianlähteisiin niin tuuli kuin aurinkovoiman tuotantoon. Vuoden 2020 alussa aurinkopaneelien määrä oli 50 212 kappaletta eri toimipaikoissa ja vuoden 2020 aikana aurinkopaneelien määrää aiotaan nostaa yli 70 000 kappaleeseen. Vuonna 2020 S-ryhmän käyttämä sähkö on jo kokonaan hiilidioksidittömää ja 60 prosenttia käytetystä energiasta on ketjun itse tuottamaa. (S-ryhmä 2020.b.) Yksi S-ryhmän tavoitteista onkin tulla Suomen suurimmaksi aurinkosähkön tuottajaksi ja tätä tavoitetta on edistetty myös Osuuskauppa PeeÄssä. ABC Pitkälähden ja samassa kiinteistössä toimivien S-marketin ja Kodin Terran katolle asennettiin 1000 aurinkopaneelia vuonna 2018, jotka tuottavat sähköä kiinteistön omaan käyttöön. Pitkälähden toiminta kuluttaa sähköä eniten kesäkuukausina ja yhtenä syynä tähän on erityisesti kylmälaitteisiin ja jäädyttämiseen tarvittava energia. Aurinkopaneelien tuottamalla energialla pyritään vastaamaan tähän kysyntään ja parhaimmillaan aurinkoisina kesätunteina kaiken kiinteistön kuluttaman sähkön voi saada auringosta. (S-kanava 2018.a.) Vuositasolla aurinkosähköjärjestelmä tuottaa Pitkälähdessä noin 200 megawattituntia ja aurinkosähkön osuus on noin 8 prosenttia Pitkälähden toimipaikan sähkönkulutuksesta ja parhaimmillaan kesäkuussa aurinkosähkön osuus oli reilu 20 prosenttia. Käytännössä aurinkopaneelien tuottama energiamäärä vastaa keskimäärin 20 omakotitalon kulutusta ja 44 000 koneellista pestyä ja kuivattua pyykkiä. (S-kanava 2019.) Pitkälähden aurinkojärjestelmien tuottamalla vuosittaisella energiamäärällä pystyisi myös esimerkiksi ajamaan sähköautoa 1,6 miljoonaa kilometriä, mikä vastaa 40 kierrosta maapallon ympäri. (PeeÄssä Tänään 2018.a, 25, mukaillen)

Viime vuosina ABC Pitkälähden kiinteistössä on myös panostettu energiatehokkaampiin ratkaisuihin esimerkiksi led-valaistuksen kautta. Valaistus on toteutettu kehittyneellä led-tekniikalla ja se näkyy toimipaikassa esimerkiksi liiketunnistimilla toimivina valoina varastotiloissa sekä valojen käytön jaksottamisena vuorokaudenajan mukaan. Esimerkiksi päivisin, kun asiakkaita on enemmän valot ovat

päällä toimitiloissa. Yön ajaksi valaistusta kuitenkin vähennetään esimerkiksi ravintolan salin puolella, mutta kuitenkin niin, ettei kenenkään tarvitse työskennellä tai asioida yrityksessä liian hämärässä tai pimeässä. Led -valaisinten vaihtamisen lisäksi vähintään yhtä tärkeää on kuitenkin myös mittaaminen, ohjaaminen ja säätäminen, jotta voidaan päästä parhaimpaan mahdolliseen lopputulokseen. (Jäntti 2020-04-02.)

Valaistuksen lisäksi kylmäjärjestelmien uusiminen on yksi Osuuskauppa PeeÄssän lähitulevaisuuden tavoitteista energiatehokkuuden parantamiseksi sekä kylmäjärjestelmien uusimiseksi. Yksi syy uusimiselle on myös kiristynyt lainsäädäntö, johon pyritään etupainotteisesti valmistautumaan ripeästi investoimalla koko PeeÄssä. Yleisesti tällä hetkellä kylmäjärjestelmissä on käytössä R404-kylmäaine, jonka myynti loppuu nyt vuonna 2020, eikä laitoksia saa enää käyttää vuoden 2030 jälkeen lainkaan siirtymäajan päätyttyä. Uusissa järjestelmissä R404-kylmäaineesta siirrytään hyödyntämään hiilidioksidia kylmäaineena, joka ei aiheuta kasvihuonepäästöjä. (PeeÄssä Tänään 2018.b, 27.)

S-ryhmällä on koko ketjua koskeva "Paras paikka elää" -vastuullisuusohjelma sekä SOK Vastuullisuus-yksikkö, jonka tehtäviin kuuluu vastata koko S-ryhmän vastuullisen strategian kehittämisestä, tavoitteiden asettamisesta ja ohjaamisesta. Ketjun vastuullisuusohjelman osa-alueet ja strategia koskettavat kaikkia liiketoiminnan osa-alueita ja vastuullisuutta johdetaan lähtökohtaisesti koko ryhmän tasolla yhdessä liiketoimintajohdon kanssa. (S-ryhmä s.a.f.) Tämän lisäksi Osuuskauppa PeeÄssä on myös Maran Vastuullisuustiimi, jonka tavoitteena on lisätä PeeÄssän matkailu- ja ravitsemisalan toimipaikkojen vastuullisuusviestintää niin sisäisesti henkilöstölle kuin ulkoisesti asiakkaille. Maran vastuullisuustiimiin kuuluu eri PeeÄssän toimipaikoista vastuullisuusvastaava, jonka tehtäviin kuuluu vastuullisuusasioiden edistäminen, kehittäminen, suunnittelu ja toteuttaminen sekä vastuullisuudesta viestiminen toimipaikalla sekä sosiaalisen median kanavissa. (S-ryhmä 2020.a.)

S-ryhmällä on myös Iso juttu -ilmastokampanja, jonka tavoitteisiin kuuluu vähentää kumppaniyrittäjänsä kanssa miljoona tonnia päästöjä 2015 ja 2030 välisenä aikana. S-ryhmän yhteistyökumppanit sitoutuvat ilmastokampanjassa tunnistamaan omaan toimintaansa liittyvät päästöt, asettamaan tavoitteita niiden vähentämiseksi ja raportoimaan edistyksistä vuosittain. Vuonna 2020 kampanjassa on mukana 107 S-ryhmän yhteistyökumppania. (Iso juttu s.a.)

Näiden toimien kautta S-ryhmässä pystytään vähentämään liiketoiminnan ympäristövaikutuksia sekä panostamaan kestäväan kehitykseen. Energianhankintaa ja -käyttöä optimoimalla pystytään myös pienentämään toiminnan hiilijalanjälkeä. (Jäntti 2020-04-02.)

6.2 Teemahaastatteluiden tulokset

6.2.1 Ympäristövastuullisuus

ABC Pitkälähdessä ympäristövastuullisuuteen liittyviä kehittämistoimia johdetaan ketjun liiketoimintajohdon tasolla ja vastuullisuutta kehittää SOK vastuullisuusyksikkö. Toimipaikassa tämä näkyy esimerkiksi käytettävissä materiaaleissa ja toimipaikan take away -pakkaukset ovat vaihtuneet kierrätysmateriaaleista tehtyihin ja biohajoaviin vaihtoehtoihin. Materiaaleja ollaan myös kehittämässä tähän suuntaan vielä enemmän lähitulevaisuudessa niiltä osin, joilta biohajoavuus ei toteudu. Ympäristöystävällisten materiaalien lisäksi ABC Pitkälahti noudattaa S-ryhmän ja PeeÄssän yhteistä ympäristöohjelmaa. Lisäksi Osuuskauppa PeeÄssällä on Vastuullisuus tiimit. Haastatteluissa kävi kuitenkin ilmi, ettei ketjun ympäristöohjelmasta tai sen vaikutuksista tiedetä toimipaikalla ja ettei aiheesta viestitä tarpeeksi. Täten vain pienessä osassa haastatteluja sivuttiin ketjun ympäristöohjelmaa. Sen sijaan paremmin tiedettyä oli, ettei ABC Pitkälähdessä ole omaa toimipaikkakohtaista ympäristöohjelmaa. Haastateltavat kokivat kuitenkin ympäristövastuullisuuden ja sen kehittämisen toimipaikalla tärkeäksi. Tällä hetkellä ympäristövastuullisuuden koettiin näkyvän eniten toimipaikalla biohajoavissa materiaaleissa, paikallisuuden ja suomalaisuuden vaalimisena sekä energiatehokkuuden kehittämisenä.

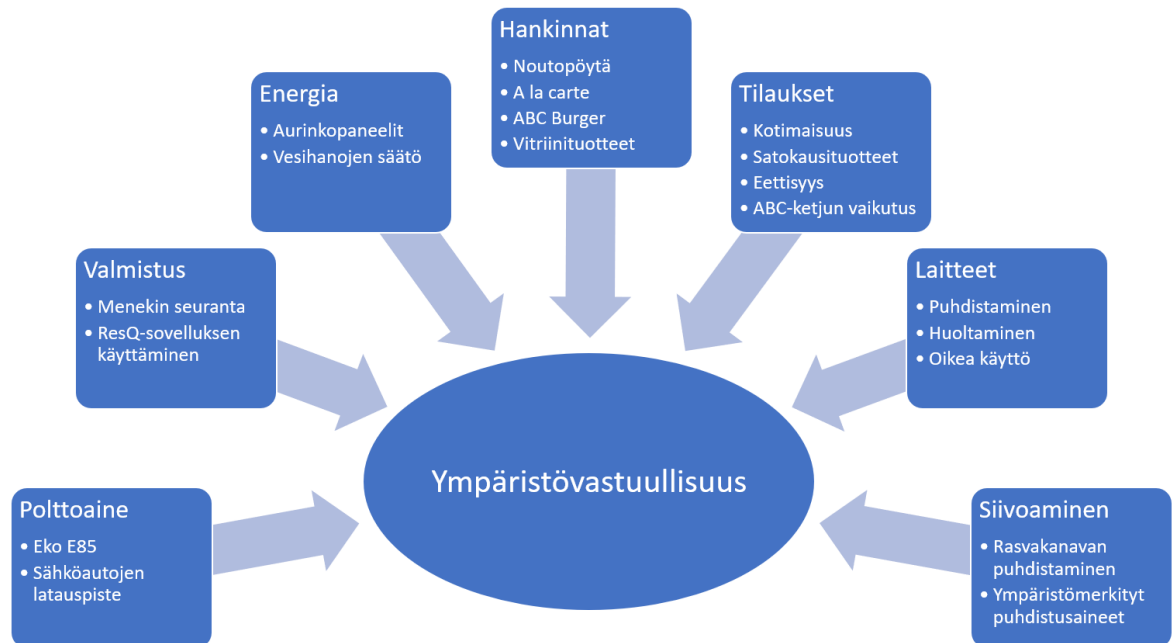
Ympäristövastuullisuuden kehittämiseksi esiin nousivat parempi viestiminen ja ympäristöjohtamisen ja vastuullisuuden näkyvämmäksi tekeminen yksikössä, mikä voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että nostetaan konkreettisesti esiin niitä asioita ja tapoja, jolla voidaan vaikuttaa. Lisäksi tärkeäksi koettiin niiden konkretisointi ja merkityksen vertaaminen johonkin ymmärrettävämpään, kuten rahamäärään tai ajettuihin kilometreihin.

Ympäristövastuullisuudessa haasteeksi koettiin aiheen laajuus ja monimutkaisuus. Aina ei esimerkiksi ole täysin selvää tai riittävää tietoa siitä, mitä pitäisi tehdä, jotta saavutettaisiin parempia lopputuloksia ja voitaisiin kehittää toimintaa. Lisäksi haastetta tuo se, ettei aina ole selvää, millainen vaihtoehto olisi ympäristön kannalta paras ja tukisi samalla esimerkiksi yrityksen taloudellisia tavoitteita. Henkilökunnan toiminnan kehittämisen näkökulmasta haasteeksi nousi esimerkiksi se, kuinka sovittaa käytännön kehittämistoimet osaksi työvuoroja ja niiden vastuualueita, kuinka sitouttaa niin koko- kuin osa-aikaisetkin työntekijät vastuullisuuteen ja kuinka viestiä asiasta tarpeeksi selkeästi niin, että se tavoittaa eri työntekijät. Yhdeksi toiminnan kehittämisen tavoitteeksi nousi se, että ympäristövastuullisista toimintatavoista tulisi merkittävämpi osa jokaisen työntekijän päivittäistä työtä ja jokainen pyrki huomioimaan sen toiminnassaan.

Niin sanotun kultaisen keskitien löytäminen tehokkuuden ja ympäristövastuullisuuden väliltä on tuonut haastetta kehittämisessä sekä sopivien ratkaisujen etsimisessä ja vertailussa. Kaikki valinnat ja toimet, jotka olisivat ympäristövastuullisia, eivät välttämättä ole tehokkaimpia ja vaikuttavat myös toiminnan kustannuksiin. Niin PeeÄssän tasolla kuin ABC Pitkälähdessäkin pyritään silti suosimaan vastuullisia vaihtoehtoja ja löytämään toimintaan sopivia tapoja parantaa energiatehokkuutta.

6.2.2 Ympäristövastuullisuus päivittäisessä toiminnassa

Haastatteluissa tuli esiin, että ympäristövastuullisuus ja vastuullisemmat valinnat näkyvät konkreettisesti ravintolan toiminnassa monilla erilaisilla tavoilla. Alla olevassa kaaviossa (Kuvio 7.) on havainnollistettu haastattelussa ilmenneitä toimintatapoja ja toimipaikan ympäristövastuullisuuteen vaikuttavia tekijöitä erilaisilta osa-alueilta.



KUVIO 7. Toimipaikan ympäristövastuullisuus (Salmi 2020.)

Ravintolan keittiön laitteissa vastuullisuus näkyy niiden säännöllisenä puhdistamisena ja huoltamisena. Puhdistamista pyritään valvomaan kuukausittaisen siivouslistan avulla. Lisäksi laitteita huolletaan vähintään vuosittain tai tarpeen mukaan, jotta ne toimisivat tehokkaasti, kestävät käytössä pidempään ja ovat turvallisia käyttää. Säännölliseen puhdistukseen kuuluu myös esimerkiksi rasvakanavan puhdistaminen, jotta ilmanvaihto on energiatehokasta ja työpisteiden ilma pysyy hyvälaatuisena ja lämpötila sopivana. Mikäli rasvakanavia ei puhdisteta säännöllisesti se vaikuttaa ilmanvaihdon toimintaan ja lisää energiankulutusta.

Haastatteluissa nostettiin esiin myös hankinnat ympäristövastuullisuuden näkökulmasta. Käytännössä se näkyy toimipaikalla esimerkiksi niin, että suositaan kotimaisia tuotteita ja satokauden kasviksia ja tuetaan näin suomalaisia tuottajia ja viljelijöitä. Nykyään myös noutopöydässä on aina tarjolla yksi kasvispohjainen lämminruokavaihtoehto. ABC-ketjun vaikutus hankintoihin näkyy myös esimerkiksi siinä, miltä alueilta tuotteita voidaan tilata. Tähän vaikuttavat esimerkiksi eettisyysperiaatteet. ABC-ketjussa käytetään myös ainoastaan suomalaista lihaa ja kalalle ketjulla on tarkat aluekriteerit.

Myös menekin seurannan merkitys toimipaikassa on ilmeinen. Sen avulla voidaan pyrkiä arvioimaan ja ennustamaan eri ajankohtina kaupaksi menevää ruokamäärää. Menekkiä seuraamalla voidaan

tilata sopiva määrä tuotteita, mutta myös vaikuttaa siihen, ettei tuotteita esivalmistella tai tehdä liikaa. Näin voidaan pyrkiä vähentämään hävikkiä. Menekin seuraaminen on tärkeää esimerkiksi noutopöydän ruokamäärää arvioidessa, mutta myös vitriinituotteita ja esivalmisteluja tehtäessä. Ravintolassa syntyvän hävikki kuormittaa ympäristöä, koska tuotantoketjun aikana syntyneet päästöt ovat syntyneet turhaan. Lisäksi hävikki on energiahukkaa ja turhaan tehtyä työtä toimipaikassa ja vaikuttaa sitä kautta kustannuksiin ja kannattavuuteen. Hävikin pienentämiseksi myös ABC Pitkälähti on lähtenyt mukaan ResQ Club -sovelluksen käyttöön. ResQ Clubin kautta ravintola pystyy myymään ylijäämäruokaansa ja sillä tavoin vähentämään syntyvää hävikkiä. ABC Pitkälähti myy sovelluksen kautta esimerkiksi noutopöydästä yli jäänyttä ruokaa sekä vitriinituotteita.

Työntekijät nostivat esille myös aurinkopaneelien merkityksen uusiutuvan energian lähteenä. Vain pieni osa haastatelluista osasi kuitenkin kertoa niiden merkityksestä tai tuottaman energian määrästä. Aurinkopaneelit koettiin kuitenkin asiana, josta työntekijöitä pitäisi tiedottaa enemmän ja joiden vaikutuksesta voisi viestiä myös asiakkaille.

Toimipaikan yhteydestä löytyy myös sähköauton latauspiste ja asiakkaiden on mahdollista tankata autoonsa Eko E85 -ekopolttoainetta. Kyseinen polttoaine on korkeaseosetalolipolttonestettä, joka vähentää autoilun päästöjä jopa 80 prosenttia. Polttonesteen valmistukseen on hyödynnetty esimerkiksi S-ryhmän kauppojen leipää, eikä etanolin tuotanto aiheuta hiilidioksidipäästöjä ilmakehään. (ABC-asemat s.a.a.) Toimipaikan yhteydessä on myös ABC CarWash, jossa on käytössä Joutsenmerkityt pesuaineet.

Lisäksi haastatteluissa tuotiin esiin vesihanoihin tehdyt säädöt, jolla voidaan pienentää vedenkulutusta sekä tunnistehanojen käyttö silloin, kun se on mahdollista. Siivouksessa ympäristövastuullisuudessa nousi esiin ympäristömerkittyjen puhdistusaineiden käyttö, pesuaineiden annostelijat sekä kestävästi siivousliinat. Toimipaikalla on myös monipuoliset kierrätys ja lajittelumahdollisuudet esimerkiksi sekajätteelle, biojätteelle, paistoöljylle, metallille, lasille, pahville ja sähkölaitteille.

6.2.3 Energiätehokkuus

Haastatteluissa nousi esiin useita erilaisia tapoja, joilla toimipaikan energiätehokkuutta on parannettu. Yksi näistä oli toimipaikan katolle vuonna 2018 tulleet aurinkopaneelit. Haastatteluissa kävi kuitenkin ilmi, ettei aurinkopaneelien toimintaa tunnettu tai niiden tuottamaa energiamäärää tiedetty. Aurinkopaneelisiin liittyvää viestintää pidettiin melko puutteellisena ja useat toivoivat konkreettisempaa informaatiota niiden tuottaman energian määrästä.

Energiätehokkuuden näkökulmasta haastatteluissa nousi esiin energiätehokkuuden vaikutus laitehankintoihin. Laitteiden hankinnassa energiätehokkuus oli yksi huomioitavista asioista ja lisäksi siihen vaikuttaa se, että monien laitteiden on pystyttävä olemaan päällä vuorokauden ympäri, kuten toimipaikkakin on. Tämä näkyy esimerkiksi parilojen ja rasvakeittimien käytössä sekä kylmälaitteissa. Osassa laitteissa energiätehokkuus oli nostettu esiin Energy Star -merkinnän kautta. Kansainvälistä Energy Star -merkintää käytetään laitteissa, jotka energiankulutuksen suhteen tuoteryhmiensä parhaimmistoa (Kuluttajaliitto s.a).

Haastatteluissa työntekijät toivat myös esille prosessien ja laitteiden käytön vaikutuksen energiatehokkuuteen. Toimipaikalla on pyritty sammuttamaan niitä laitteita, jotka eivät ole käytössä. Lisäksi esimerkiksi yövuoroissa tai hiljaisempina aikoina osa laitteista pidetään suljettuna ja se on osa yön tehtäväkortin tehtäviä. Laitteiden käytössä pyritään myös huomioimaan se, ettei niitä laiteta päälle liian ajoissa. Näissä asioissa nähtiin kuitenkin olevan parantamisen varaa, sillä esimerkiksi kaikkien laitteiden sulkeminen ja niiden päällä olemisen valvonta ei ole säännönmukaista tai näille toiminoille ei ole selkeitä ohjeita, vaan osa toimintaan liittyvästä tiedosta on sisäistä tietoa henkilökunnan keskuudessa. Tämä taas voi vaikuttaa siihen, ettei esimerkiksi uudet työntekijät omaksu näitä energiansäästöön liittyviä toimia ja toimintakäytänteet vaihtelevat tai niissä on epäselvyyksiä. Tällaisessa tilanteessa myös vastuu tiedon välittämisestä voi jäädä kokonaan perehdyttäjälle. Myös uunien ominaisuuksien käyttäminen nähtiin kehityskohteena, sillä uunien ominaisuuksia tai paistomittareita ei hyödynnetä tarpeeksi kattavasti esimerkiksi noutopöydän ruokaa valmistettaessa.

Haastattelussa esiin nousi monia järjestelmiin liittyviä uudistuksia, joita toimipaikassa oli tehty ja joita ollaan tekemässä lähivuosina. Näitä energiatehokkuuden parantamiseksi mainittuja keinoja olivat esimerkiksi kylmäjärjestelmän uudistaminen, kiinteistötekniikan päivitys sekä hiilidioksidijärjestelmät. Yhdeksi keinoksi haastatteluissa nostettiin myös kylmäjärjestelmien avulla tuotettava lämpö kiinteistölle. Haastatteluissa esiin tuotiin myös sähkönkulutuksen seuraamisen tärkeys. Energiankulutusta voidaan seurata jopa tuntitasolla kiinteistössä, mutta lähtökohtaisesti sitä seurataan vähintään kerran kuukaudessa. Järjestelmästä pystytään näkemään muutokset sähkönkulutuksessa ja arvioimaan, mistä ne johtuvat. Esimerkiksi ledivalojen vaihtaminen kiinteistöön näkyi heti sähkönkulutuksessa. Myös aurinkopaneelien vaikutus on ollut ilmeinen, koska niiden tuottama sähkö kulutetaan paikallisesti toimipaikassa ja se vähentää ostetun sähkön määrää S-voimalta.

Lisäksi haastatteluissa nousi esiin uusiutuvan energian määrän lisääminen ja näitä keinoja ovat esimerkiksi tuuli- ja aurinkosähkön käyttö. Energiatehokkuuden näkökulmasta suurimmiksi haasteiksi nousivat suuri sähkönkulutus ja järjestelmien uusiminen. Energiantarpeeseen vaikuttavat esimerkiksi toimipaikan kylmäsäilytystilat ja niiden viemä energia.

6.2.4 Vastuullisuusviestintä

Tutkimuksen haastatteluissa tuotiin poikkeuksetta esiin, että viestinnän tasossa niin sisäisesti työntekijöille kuin ulkoisesti asiakkaille ja muille sidosryhmille olisi parannettavaa ja kehitettävää. Monet haastateltavat pitivät viestinnän tasoa melko heikkona. Haastatteluista viestinnän tavoitteeksi nostettiin säännöllisempi ja suunnitellumpi viestintä. Haasteina viestinnän toteutuksessa pidettiin sitä, ketkä hoitaisivat viestintää nykyistä suunnitelmallisemmin, miten viestintää tulisi toteuttaa paremmin vastuullisuuden näkökulmasta ja millainen sisältö viestinnässä olisi sopivaa. Toimipaikassa työskentelee myös nimetty vastuullisuusvastaava, jonka tehtäviin kuuluu viestiminen sisäisesti muulle henkilökunnalle vastuullisuudesta ja sen näkymisestä ja kehittämisestä toimipaikalla. Tämän kerrottiin toteutuneen vaihtelevasti.

Tällä hetkellä toimipaikalla on käytössä niin sisäisiä kuin ulkoisiakin kanavia, joilla voi viestiä vastuullisuusasioista. Toimipaikan sisäisiä kanavia ovat esimerkiksi henkilökunnan WorkPlace ja WorkChat, joissa oleviin sopiviin ryhmiin pystyy viestimään toimipaikkakohtaisesti ympäristövastuullisuus asioista, ohjeista ja toimintatavoista. Lisäksi sisäisen viestinnän kanavaksi nostettiin toimipaikan koulutukset, joiden merkitystä vastuullisuusviestinnän näkökulmasta pidettiin kuitenkin melko vähäisenä, mutta jota pystyisi tulevaisuudessa kehittämään.

Ulkoisiksi viestinnän kanaviksi tutkimuksessa tuotiin esiin ABC Pitkälahden Instagram, ABC-ketjun Facebook sivut ja nettisivut sekä PeeÄssä Tänään -lehti. Toimipaikan sosiaalisen median kanavissa ympäristövastuullisuudesta viestitään melko heikosti ja vastuullisempien valintojen tuomista esiin kanavissa pitäisi kehittää. Tällä hetkellä toimipaikan Instagramissa painotetaan melko paljon erilaisia tarjouskampanjoita, huomioidaan juhlapyyhiä ja sesonkeja sekä tuodaan esiin noutopöytä, vitriini ja à la carten tuotteita ja uutuuksia. Myös ABC-ketjun Facebook sivujen ja nettisivujen viestinnässä painottuvat tuotteet ja ajankohtaiset tarjoukset siinä, missä ympäristövastuullisuuden osuus jää hyvin pieneksi. Sen sijaan PeeÄssä Tänään -lehdissä on ollut vaihtelevasti erilaista sisältöä ja lehtiin on tehty artikkeleja esimerkiksi ympäristövastuullisuudesta toimipaikoissa, energiatehokkuuden parantamisesta ja siihen liittyvistä toimista sekä myös aurinkopaneelien asennuksesta ja niiden merkityksestä.

7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tutkimuksen teemahaastatteluiden avulla saatiin tietoa haastatelluilta ABC Pitkälähdän ympäristövastuullisuudesta, energiatehokkuudesta ja vastuullisuusviestinnästä sekä siitä, millä tavoin nämä asiat näkyvät päivittäisessä tekemisessä, prosesseissa ja toiminnoissa ja millä tasolla ne ovat. Tässä luvussa on tutkimusaineistoon sekä teoriaan perustuen koottu kehitysideoita ABC Pitkälähdän ravintolan ympäristövastuullisuuden, energiatehokkuuden ja vastuullisuusviestinnän kehittämiseksi. Kehittämissideat on esitetty teemoittain samassa järjestyksessä kuin edellisessä luvussa käsittäen ympäristövastuullisuuden toiminnassa, energiatehokkuuden osa-alueet sekä vastuullisuusviestinnän. Tässä luvussa esitettyjen kehittämissideoiden ja aihealueen tietoperustan pohjalta on laadittu informatiivinen PowerPoint -pohjainen ohjeistus toimipaikalle.

7.1 Ympäristövastuullisuuden kehittäminen

Tutkimuksessa nousi esille useita erilaisia ympäristövastuullisuuden kehittämisen näkökulmia. Yksi näistä oli esimerkiksi ympäristövastuullisuuteen liittyvien asioiden toteutuksen mittaaminen. Kun toteutusta mitataan, voidaan toimintaa myös kehittää. Tehtäväkortteihin on sisällytetty ympäristövastuullisuuteen liittyviä toimia ja näitä voisi pyrkiä seuraamaan entistä säännöllisemmin ja asettaa tavoitteita. Mittaamisen, tulosten seuraamisen ja tavoitteiden asettamisen lisäksi on myös tärkeää kertoa, miksi tietyllä tavalla toimitaan ja konkretisoida lähtötilannetta ja sitä, mikä on asetettu tavoitteeksi. Lisäksi on tärkeää viestiä tavoitteen etenemisestä, sitä tukevista toiminnoista sekä myös tuloksista ja onnistumisista. Ympäristövastuullisuuden mittaamiseen kuuluu esimerkiksi hävikin määrän säännöllinen mittaaminen, mitä tulee esimerkiksi noutopöydän ruokiin, esivalmisteluihin sekä vanhentuneisiin tai vahingon takia hävikiksi päätyneisiin tuotteisiin ja raaka-aineisiin. Syntyvän hävikin lähteistä, kokonaismäärästä sekä esimerkiksi rahallisesta arvosta olisi tärkeää informoida henkilökuntaa nykyistä paremmin, jotta sen merkitys olisi läpinäkyvämpi ja selkeämpi osa jokaisen työpäivää ja vastuuta. Tämän lisäksi esimerkiksi ResQ Club -sovelluksen merkitystä voisi korostaa hävikin vähentämiseksi.

Myös kierrätys ja lajittelu ovat mitattavia asioita. Haastattelussa tuli esiin puutteita niiden onnistumisessa ja syiksi tähän nostettiin esimerkiksi motivaation ja ohjeistuksen puute sekä kiire. Nämä aiheuttavat sitä, että jätteitä löytyy vääristä paikoista ja se taas lisää jätteisiin liittyviä kustannuksia. Energiatehokkaan jätteiden lajittelun ja hyödyntämisen taustalla on tarkoitus vähentää kaatopaikkajätettä, sen synnyttämiä ympäristöhaittoja ja sitä kautta myös jätteen käsittely- ja kuljetusmaksuja. Jätteiden oikein lajittelu voisi kehittää toimipaikassa paremmalla opastuksella ja konkreettisesti soimalla sitä, miksi lajittelu on tärkeää. Yhdessä haastattelussa nousi esille esimerkiksi peltipurkkien kierrätys ja siihen liittyvät puutteet. Toimipaikalta löytyy puristin, jonka avulla purkkeja saa litistettyä pienempään kokoon. Tällä toimenpiteellä jäteastia täyttyy hitaammin, kun litistettyjä purkkeja mahtuu astiaan jopa kolme kertaa enemmän kuin purkkeja, joita ei ole litistetty pienemmiksi. Tämä vaikuttaa myös toimipaikan kustannuksiin, kun täyttä jäteastiaa pitää tyhjentää monta kertaa useammin. Samalla tyhjentämiskerrat aiheuttavat myös ylimääräisiä päästöjä.

Tulostaminen ja tulosteiden tarpeellisuus nousi myös esiin yhtenä kehittämisen kohteena. Tällä hetkellä toimipaikassa esimerkiksi tulostetaan erilaisia ohjeita sekä arkistoidaan paperisina monia lomakkeita sekä kuormakirjoja. Nykyään monet ohjeet ovat kuitenkin nopeasti saatavilla sähköisien väylien kautta, joten tulostamisen tarpeellisuutta on syytä harkita. Jos tulosteet koetaan kuitenkin tarpeellisiksi, on kaksipuoleinen tulostaminen yksi hyvä keino vähentää paperin kulutusta puolella. Kaksipuoleinen tulostaminen on kannattavaa asettaa automaatioksi tulostimissa, jolloin se helpottaa tulostamisprosessia. Arkistoinnin suhteen sähköisen järjestelmän käyttäminen vähentäisi tulostamisen tarvetta sekä voisi myös helpottaa työtä siltä osin, ettei paperisia kuormakirjoja tarvitsisi etsiä ja toistuvasti varmistaa, onko kaikki kuormakirjat arkistoitu kansioihin oikeassa järjestyksessä. Sähköisen järjestelmä vapauttaisi tilaa muulle säilyttämiselle, mutta toisaalta vaatisi myös sähköisiä kuormakirjoja kaikilta toimittajilta helposti saataville, jotta ne saisi kerättyä samaan paikkaan.

Kehittämisideat:

Mittaaminen

Tiedosta, suunnittele, kehitä, osallista, seuraa ja viesti tuloksista ja onnistumisista.

Kierrätys ja lajittelu

Minimoi jätteiden syntyminen

Lajittele ja kierrätä huolellisesti

Informatiiviset ohjeet lajitteluun

Opasta koko henkilökuntaa

Seuraa jätemääriä ja tyhjennyskertojen tarvetta ja kuluja sekä tiedota niistä henkilökunnalle

Tulostaminen

Sähköisten järjestelmien hyödyntäminen paperisten tulosteiden sijaan

Kaksipuoleinen tulostus automaatioksi tulostimissa

7.2 Energiatohokkuuden kehittäminen

Haastattelussa nostettiin esiin useita erilaisia näkökulmia toimipaikan energiatehokkuuden kehittämiseksi. Näitä olivat esimerkiksi valaistus, laitteet, laitteiden käyttö, huolto ja puhdistaminen ja astianpesu. Valaistuksessa huomiota on jo kiinnitetty ledivalojen käyttöön sekä valaistuksen toimimiseen liiketunnistimilla. Liiketunnistimia voisi kuitenkin käyttää toimipaikassa nykyistä laajemmin esimerkiksi henkilökunnan pukuhuoneissa sekä taukutiloissa, jolloin voidaan välttää se, että valoja olisi turhaan päällä tiloissa silloin, kun kukaan ei ole niissä. Näin voidaan vähentää turhaa energiankulutusta.

Laitteiden osalta tuotiin esiin laitekannan iän ja ominaisuuksien vaikutus niiden energiatehokkuuteen. Laitteiden päivittäminen uusiin, energiatehokkaampiin vaihtoehtoihin voisi pienentää sähkönkulutusta ja sillä tavoin parantaa yleistä energiatehokkuutta. Myös laitteiden oikeanlainen käyttö ja saatavilla olevien ominaisuuksien hyödyntäminen voisi parantaa esimerkiksi niin kypsennettävien ruokien laatua kuin laitteen energiatehokkuuttakin. Monissa uuneissa on esimerkiksi saatavilla erilaisia paisto-ohjelmia, joilla voidaan lyhentää paistoaikaa ja saada parempilaatuisia tuotteita. Lisäksi

myös uunien paistomittarien käyttö voisi edesauttaa uunien tehokasta käyttöä, kun uuni ilmoittaisi valitun lämpötilan saavuttamisesta. Tämä myös vähentäisi henkilökunnan tarvetta seurata kypsymisprosessia ja uunin ovien avaaminen vähentyisi. Myös jälkilämmön hyödyntäminen esimerkiksi uunien käytössä nousi esiin aineistossa.

Laitteiden huollossa ja puhdistamisessa nousi myös esille kehittämisen kohteita. Näitä ovat esimerkiksi uunien suodattimien puhdistaminen. Likaiset suodattimet vaikuttavat uunin toimintaan ja lämpenemiseen ja se lisää laitteen energiankulutusta. Myös muiden laitteiden suodattimien puhdistamisesta pitäisi tehdä kiinteämpi osa esimerkiksi siivouskohteita ja määritellä laitteet, joissa tällaisia suodattimia on sekä ohjeistaa henkilökunta huolehtimaan niistä. Lisäksi esiin nousi laitteiden tiivisteiden kunnon seuraaminen niin kylmäkalusteista kuin esimerkiksi lämpökaapeistakin. Vialliset tiivisteet aiheuttavat energiahukkaa ja lisäävät energiankulutusta. Myös laitteiden huoltaminen ja huoltojen seuraaminen on tärkeää sekä harkinta siitä, onko laitetta järkevää huoltaa, kuinka usein niitä tarvitsee huoltaa ja olisiko järkevämpää uusia heikosti toimivia laitteita. Laitteiden huollon ja puhdistamisen ohessa esiin nousivat myös kylmiöiden ja pakastimien kunnon seuraaminen sekä sulatus tarpeen vaatiessa tai vähintään kerran vuodessa. Näin laitteet voivat toimia energiatehokkaasti.

Laitteiden päällä pitämiseen liittyvä hukkakulutus ilmeni myös tutkimuksen aineistossa. Tietyt ravintolan laitteet ovat koko ajan päällä, eikä tähän asiaan kiinnitetä tarpeeksi huomiota. Esimerkiksi hiljaisempina aikoina osa laitteista voisi olla suljettuna, kun tarvetta kaikkien niiden käytölle ei ole. Esimerkiksi noutopöytä ruoan valmistamisen loputtua iltapäivällä on tärkeää varmistaa, ettei uuneja jää turhaan päälle. Myös yövuoroissa laitteiden sammuttamisen merkitys korostuu. Energiatehokkuutta voisi kehittää esimerkiksi niin, että klo. 22 jälkeen, kun à la carte ei enää valmisteta, sammutetaan kaikki neljä rasvakeitintä, parilat, lämpöhaude sekä Merry Chef uuni. Myös hampurilaisten valmistuspisteeltä toisen parilan sammuttaminen yöksi on järkevää, jolloin parilaa voi myös puhdistaa helpommin sen jäähtyttyä. Yövuorojen alussa myös jäähdytyskaapin tarkastaminen on tärkeää, ettei laite jää päälle liian pitkäksi aikaa. Vaikka jäähdytetty ruoka säilyisivätkin hyvänä viileässä jäähdytyskaapissa, vie viilentämiseen tarkoitettu laite huomattavasti enemmän energiaa tavalliseen kylmiöön verrattuna, eikä ruoan säilyttäminen siellä ole järkevää tai energiatehokasta. Tämän takia jäähdytetty ruoka kannattaa siirtää mahdollisimman nopeasti jäähdytyskaapista kylmiöön, kun lämpötila on oikea. Yövuoron aikana huomionarvoista on myös aamupalan lämpimien ruokien valmistaminen. Aamupalalle valmistettavien ruokien määrät ovat melko pieniä esimerkiksi noutopöydän menekkiin nähden ja tällöin on tarpeen mukaista hyödyntää pienintä uunia aamupalan valmistuksessa sekä ajoittaa ruoan valmistuminen sen perusteella.

Tutkimuksen haastatteluissa esiin nousi myös lämpöhauteiden käyttö niin yö kuin aamuvuorossakin. Kun lämpöhauteet täytetään valmiiksi kuumalla vedellä, ei hauteiden lämpiäminen kestä kauaa ja näin voidaan säästää myös energiaa. Tällöin hauteet voi laittaa päälle puoli tuntia ennen niiden käyttämistä, mikä säästää myös aikaa. Myös muissa lämpenevissä laitteissa on syytä huomioida lämpenemiseen kuluva aika niin, ettei laitteita laiteta päälle liian aikaisin. Näin voidaan vähentää laitteiden kuluttamaa energiaa. Myös laitteiden sijainnilla toisiinsa nähden on merkitystä ja ravintolatiloiissa

tulisi välttää kuuma- ja kylmälaitteiden sijoittamista vierekkäin tai vastakkain energian hukkakulutuksen pienentämiseksi.

Haastatteluissa nostettiin esiin myös ABC Pitkälähden myymälän tiloissa olevat kylmäaltaat ja -kaapit, joissa myydään esimerkiksi erilaisia juomia. Näissä laitteissa ei ole ovia pienentämässä kylmän karkaamista ja laitteet olisi syytä vaihtaa energiatehokkaampiin, ovelisiin vaihtoehtoihin.

Myös astianpesujärjestelmän energiatehokkuudesta löydettiin kehitettävää. Astioita pestäessä esimerkiksi astioita esipesevä osa jää monesti päälle, vaikka astianpesutunneli olisi muuten pysähtynyt. Tämä vaikuttaa veden kulutukseen, eikä ole energiantehokasta. Astianpesujärjestelmän energiatehokkuutta voisi parantaa uusimalla järjestelmää vettä ja energiaa säästäväksi. Astioita pestessä on tärkeää huomioida myös se, että pestävät korit ovat täysiä ja ne valitaan pestävien astioiden mukaisesti. Esiin nousi myös mahdollisuus pitää astianpesukonetta yöllä pois päältä energian säästämiseksi. Haasteena pidettiin kuitenkin yövuorojen muuttuvia tilanteita, jolloin astianpesua voi olla hankalaa ajoittaa ja konetta sulkea juuri tietylle ajankohdalle.

Kehittämisisideat:

Valaistus

Liiketunnistimien käyttö laajemmin esimerkiksi henkilökunnan pukuhuoneissa ja taukutiloissa

Uunit

Laitteiden uusiminen energiatehokkaampiin

Vältä uunien avaamista turhaan

Uunien ominaisuuksien, paisto-ohjelmien ja paistomittarien hyödyntäminen käytössä

Jälkilämmön hyödyntäminen

Valitaan erikokoisista uuneista sopivan kokoinen valmistettavan ruokamäärän mukaan

Puhdistaminen ja huoltaminen

Huoltojen tarpeellisuuden arvioiminen ja laitteiden uusinta tarvittaessa

Tiivisteiden kunnon seuraaminen ja uusiminen

Suodattimien puhdistus säännöllisesti

Pakastimien ja kylmiöiden sulatus tarpeen mukaan tai vähintään kerran vuodessa

Laitteet

Suljetaan hiljaisina aikoina laitteita, joille ei ole käyttöä

Ei sijoiteta kylmä- ja kuumalaitteita vastakkain

Suljetaan yövuorossa toinen hampurilaispisteen parila sekä à la carte pisteen öljyt, parilat sekä Merry Chef uuni energian säästämiseksi

Huolehditaan jäähdytyskaapin tyhjentämisestä viimeistään neljän tunnin jälkeen ruoan jäähtytyksen aloittamisesta

Älä laita lämpöhauteita ja lämpiäviä laitteita päälle liian ajoissa

Käytä lämpöhauteisiin lämmintä vettä energian säästämiseksi

Astianpesu

Astianpesujärjestelmän uusiminen vettä ja energiaa säästävään järjestelmään

Vain täysien korien peseminen

Astioita esipesevän koneen uudistaminen tai ohjelmoiminen niin, ettei se jää esipesemään astioita, jos tunnelikone on pysähtynyt

7.3 Vastuullisuusviestinnän kehittäminen

Tutkimuksen haastatteluissa tuotiin esiin niin toimipaikan sisäisiä kuin ulkoisiakin keinoja viestinnän kehittämiseksi. Sisäisiksi keinoiksi nousi esimerkiksi toimipaikan palveluvastaavien kanssa viestiminen niin kasvotusten kuin WorkChatin tiedotteiden kautta. Myös koulutusten rooli nousi esiin vastuullisuusviestinnän edistämiseksi. Edellä mainituilla keinoilla toivottiin voitavan tuoda konkreettisemmin esille, mitä ympäristövastuullisuus ja energiatehokkuus toimipaikassa tarkoittavat, millaisia tavoitteita on asetettu ja miten niitä mitataan. Lisäksi on tärkeää perustella valinnat ja tuoda niitä esiin esimerkiksi konkreettisilla luvuilla ja käytännön muutoksilla. Näin voidaan perustella ja pyrkiä helpommin sitouttamaan henkilöstö asetettuihin tavoitteisiin sekä tuomaan toimipaikan ympäristötyö näkyvämmäksi työntekijöille ja osaksi jokaisen toimintaa työvuoroissa.

Perinteisten toimipaikan koulutusten tehoa voisi myös pyrkiä lisäämään esimerkiksi osallistamisen ja pelillistämisen keinoin. Osallistamisen keinona ja työkaluna toimipaikassa voisi esimerkiksi toimia interaktiivinen seinä, jollaisen pystyy luomaan esimerkiksi Padlet.com -sivuston kautta. Padlet on ikään kuin sähköinen muistitaulu, jonka kautta henkilökuntaa pystyisi osallistamaan esimerkiksi jonkun uuden suunnitteluun tai ratkaisun miettimiseen. Padlet.com mahdollistaa anonyymisti osallistamisen ja sovelluksen asetuksista pystyy muokkaamaan esimerkiksi sitä, että pystyykö muiden aloituksia kommentoimaan tai tykkäämään. Padlet.com vaatii kirjautumista interaktiivisen seinän luomisen osalta, mutta jaetun linkin kautta jokainen linkin saanut voi osallistua esimerkiksi omalla kännykällä tai tietokoneellaan muistitaulun täyttämiseen. Sivusto on helppokäyttöinen ja se mahdollistaa esimerkiksi ideoiden yhteen keräämisen helposti ilman erillisille papereille kirjoittamista ja niiden koontia. Interaktiivinen seinä myös tallentaa muutokset automaattisesti ja säilyttää ne, jolloin läpi käytyihin asioihin tai ideoihin on helppo palata myöhemmin. Interaktiivinen seinä toimii myös esimerkiksi siinä, että jotain asiaa kehitetään pidempi ajanjakso tai palavereiden tai koulutusten välillä.

Myös pelillistäminen voi tarjota uusia mahdollisuuksia koulutuksiin. Pelillistämällä tarkoitetaan peleistä tuttuja rakenteiden soveltamista esimerkiksi juuri työympäristöön ja niillä voidaan koulutuksissa tarjota arvokasta oppimiskokemusta. Pelillistäminen on tällä hetkellä hyvin trendikäs tapa kehittää koulutusta. Pelillistämiseen liittyy vahvasti myös visualisointi ja siihen liittyvät elementit. Visualisointi voi edistää oppimiskokemusta ja auttaa asioiden mieleen jäämisessä. (Ojala 2017.) Yksinkertaisimmillaan pelillistäminen voi esimerkiksi koulutuksessa näkyä käytyjen asioiden loppuyhteenvedon ja kertauksena esimerkiksi tietokilpailun tai kyselyn kautta. Kahoot.it on yksi tällaiseen tarkoitukseen soveltuva työkalu, jonka kautta pystyy luomaan tietokilpailuja, joihin jokainen voi osallistua omalla kännykällä kirjautumalla nettiselaimen kautta peliin. Edellä mainitussa työkalussa näkyvät määritellyt kysymykset sekä vastausvaihtoehdot ja vastaajat saavat oikeista vastausten ja nopeuden perusteella pisteitä.

Niin sisäisessä kuin ulkoisessakin viestinnässä esiin nousi konkreettiset viestinnän keinot. Käytännössä tämä voi esimerkiksi tarkoittaa mitatun energiavähennyksen määrää tietyn ajanjakson sisällä ja sen konkretisoimista, paljoko se on esimerkiksi jonkin alueen energiankulutuksena tai matkan pituutena. Myös huumorin keinot ja infograafit nousivat esiin viestinnän kehittämiseksi. Ympäristövastuullisista valinnoista ja teoista viestiessä niiden toteuttaminen pitäisi pyrkiä tekemään niin henkilökunnalle kuin asiakkaillekin mahdollisimman helpoksi toteuttaa. Tarinallistaminen on myös yksi viestinnässä hyödynnettävistä keinoista ja sillä voidaan pyrkiä parantamaan esimerkiksi asiakkaiden ymmärrystä ympäristövastuullisista asioista ja valinnoista yrityksessä. Käytännössä se voi esimerkiksi tarkoittaa, että kysytään joltakulta esimieheltä, työntekijältä tai johtoryhmän jäseneltä, millaisia arjen tekoja he tekevät ympäristöasioiden edistämiseksi ja julkaistaan niitä tarinan muodossa näkyväksi asiakkaille. Näin voidaan tuoda arjen valintoja näkyvämmäksi ja tehdä niistä entistäkin hyväksyttävämpiä.

Tutkimuksen aineistossa nousi esiin myös monia sellaisia asioita, joista toimipaikassa voisi viestiä. Monissa haastatteluissa nostettiin esimerkiksi esiin aurinkopaneelit ja niiden näkyväksi tuominen viestinnässä. Niiden uskottiin myös kiinnostavan asiakkaita, kun vastuulliset valinnat ja ekologisuus ovat tulleet isommaksi osaksi niin asiakkaiden elämää ja valintoja kuin myös yritysten toimintaa. Vastuullisuusviestinnän aiheiksi haastatteluissa nostettiin myös esimerkiksi paistoöljyn jalostaminen, biopolttoaineet, kierrätysmahdollisuudet, toimipaikassa käytössä olevat ympäristöystävälliset pesuaineet, satokausituotteet ja kasvisannokset niin à la cartesta kuin noutopöydästäkin sekä ABC Burgerissa esimerkiksi soijapihvien saatavuus naudanlihapihvien tilalle. Tätä tavoitetta pystyttäisiin tukemaan toimipaikassa viestinnän keinoin. Viestinnässä nostettiin esille myös sen säännöllisyyden tärkeys ja vastuullisuusasioiden nostaminen esiin esimerkiksi vähintään kerran kuukaudessa toimipaikan sosiaalisessa mediassa.

Kehittämisideat:

Viestinnän säännöllisyys ja ajoittaminen

Pelillistäminen ja osallistaminen

Valintojen ja toimenpiteiden konkretisointi ja vaikutusten näkyväksi tekeminen

Tarinallistaminen

Huumorin keinot

Infograafit

Viestinnän sisältö

Kierrätysmahdollisuudet

Ympäristöystävälliset pesuaineet

Satokausituotteet

Kasvisannokset: à la carte, noutopöytä, ABC Burger

Biopolttoaineet

Paistoöljyn jalostaminen

8 LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI

Tutkimuksellista kehittämistyötä tehtäessä on arvioitu tutkimuksen luotettavuutta ja pyritty näin välttämään virheiden syntymistä. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli saada aiheellista ja luotettavaa tietoa. Sen saamiseksi opinnäytetyössä käytettiin erilaisia valmiita aineistoja, kuten kirjoja, tutkimusraportteja, artikkeleja sekä mediatekstejä. Teoriapohja koottiin hyödyntämällä monipuolisesti erilaisia lähteitä ja aineistoja.

Opinnäytetyöhön liittyvän kvalitatiivisen tutkimuksen voi sanoa olevan luotettava, kun tulkittu materiaali ja tutkimuksen tutkimuskohde ovat yhteensopivia, eikä teorianmuodostukseen ole vaikuttaneen satunnaiset tai epäolennaiset tekijät. Laadullista tutkimusta tehtäessä on arvioitu tutkimuksen luotettavuutta tehtyjen valintojen osalta ja luotettavuutta on arvioitu koko ajan suhteessa analyysitapaan, teoriaan, tutkimusaineiston teemoitteluun sekä tuloksiin ja johtopäätöksiin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa luotettavuuteen vaikuttaa myös se, että valinnat on pystyttävä perustelemaan, kuten mistä ne ovat, mitä ne ovat ja miten niihin on päädytty. Laadulliseen tutkimukseen kuuluu johdonmukaisuus ja tarkkuus sekä tutkimuksen etenemisen kuvaaminen. Tutkimuksessa on osattava perustella se, mihin tulkinnat perustuvat, jotta tutkimusta voidaan pitää luotettavana. Tutkimusta tehtäessä on myös pyritty puolueettomaan näkökulmaan, jottei tutkijan rooli tutkimuksessa vääristä saatuja lopputuloksia. (Vilkkä 2015, 125-126.)

Opinnäytetyön tiedonhankinnassa lähdekritiikki ja informaation lukutaito ovat tärkeitä asioita. Tämän opinnäytetyön tiedonhankinnassa on arvioitu kriittisesti käytettyjä lähteitä, tunnistettu tiedontarpeet, pohdittu ja käytetty erilaisia tiedonhankintatapoja sekä pyritty totuudenmukaisesti erottamaan tosiasiat, mielipiteet ja näkökulmat toisistaan. Lisäksi opinnäytetyössä on arvioitu saatua tietoa eri lähteitä verraten, valittu ongelmanratkaisuun soveltuvin tieto ja sovellettu saatua tietoa käytännön tarpeeseen. (Ojasalo ym. 2015, 125-126.)

Lähteiden kriittiseen arviointiin on kuulunut erilaisten asioiden punnitsemista, merkitysten analysointia sekä tiedon luotettavuuden pohtimista. Käytännössä tiedon kriittinen arviointi tarkoittaa erilaisten näkökulmien mahdollisimman puolueetonta tarkastelua. Löydetyn tiedon merkitystä on myös arvioitu suhteessa kehittämistyön eteenpäin viemiseen ja täten pyritty löytämään oikeanlaista tietoa opinnäytetyön aihealueelta. (Ojasalo ym. 2015, 125-126.)

Internetistä löytyviä lähteitä on arvioitu tiedon oikeellisuuden suhteen sekä pyritty pohtimaan, mihin tarkoitukseen tieto on laadittu. Tiedon arvioinnissa internet lähteistä on huomiota kiinnitetty lähteiden ajankohtaisuuteen, puolueettomuuteen, sivuston ylläpitäjiin, kieliasuun sekä tiedon tuottajan puolueettomuuteen, asemaan sekä asiantuntemukseen, jotka ovat kaikki oleellisia seikkoja internetlähteiden kriittisessä arvioinnissa. (Ojasalo ym. 2015, 125-126.) Lähteitä käytettäessä on lisäksi huomioitu, etteivät ne ole liian vanhoja vaan tieto on ajantasaista.

Eettisyyden näkökulmasta tässä tutkimuksellisessa kehittämistyössä on pyritty noudattamaan eettisiä sääntöjä. Käytännössä tämä tarkoittaa huolellisuutta, rehellisyyttä ja avointa informaatiota tutkimuksessa mukana oleville siitä, millaista kehittämistyötä ollaan tekemässä ja mihin saatuja tietoja käytetään. Kerättyjä teemahaastatteluiden tuloksia käsiteltiin ja säilytettiin luottamuksellisesti. (Ojasalo ym. 2015, 48-49.)

9 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää ABC Pitkälahden ympäristövastuullisuutta energiatehokkuuden ja vastuullisuusviestinnän näkökulmasta sekä etsiä kehittämisideoita yrityksen toimintaan. Opinnäytetyöprosessi lähti etenemään syksyllä 2019. Opinnäytetyön aiheen etsiminen ja valinta lähti halusta oppia lisää ympäristövastuullisuudesta ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Aihe on myös hyvin ajankohtainen ja laaja, mikä mahdollisti kattavan näkemyksen saamisen siitä, mitä vastuullisuus ja energiatehokkuus yrityksen näkökulmasta voivat tarkoittaa, mitä niiden kehittämisessä on huomioitava ja kuinka ne voivat vaikuttaa yrityksen taloudellisiin tavoitteisiin. Aihealuetta oli myös käsitelty erilaisista näkökulmista jo opintojen aikana, joten se syvensi jo tähän mennessä opittua sekä auttoi näkemään aihetta vielä laajemmin ja monipuolisemmin varsinkin energiatehokkuuden, ympäristövastuullisuuden ja vastuullisuusviestinnän näkökulmasta. Aihevalinnan tukena oli lisäksi ajatus siitä, että tulevaisuuden työelämässä tarvitaan aihepiirin laaja-alaista ymmärtämistä. Myös toiminnan jatkuva kehittäminen sekä uusien toimintamallien ja tapojen suunnittelemisen, luomisen, käyttöön ottaminen ja toteuttaminen ovat työelämässä tarvittavia taitoja niin tämän aihealueen osalta kuin myös muissa projekteissa, kehitystarpeissa ja arjen toiminnoissa. Nämä lähtökohdat tekivät aiheesta kiinnostavan, ajankohtaisen sekä työelämälähtöisen ja urakehitystä tukevan.

Opinnäytetyön aiheen selkeydyttyä ja rajauduttua toimipaikalta tulleet toiveet huomioiden ympäristövastuullisuuteen, energiatehokkuuteen ja vastuullisuusviestintään, oli alkuvuodesta 2020 aika kerätä tietoa aiheesta sekä hahmotella työn tietoperustaa. Työn tietoperusta koostuu yritysvastuun käsitteistä sekä osa-alueista, mutta myös ympäristövastuullisuuden, energiatehokkuuden, ympäristöjohtamisen sekä vastuullisuusviestinnän määritelmistä ja teoriasta. Aihealueita pyrittiin käsittelemään melko laajasti ja nostamaan esille toimipaikan toiminnan kannalta merkittävimpiä näkökulmia, asioita ja toimintoja. Tietoperustan ensimmäinen luku käsittelee yritysvastuun osa-alueita sekä käsittelee yritysvastuun hyödyt ravintolaliiketoiminnassa. Työn toisessa luvussa määritellään vastuullisuus, ympäristövastuullisuus sekä kuvataan ympäristövastuullisuuden merkitystä ravintolaliiketoiminnassa. Lisäksi luvussa määritellään ympäristöjohtaminen ja vastuullisuusviestinnän prosessi sekä kuvataan vastuullisuusmainonnan keinoja. Luvussa on käsitelty myös energiatehokkuutta ja korostettu ravintolan keittiön erilaisten toimintojen vaikutusta siihen sekä kehittämistoimenpiteitä.

Opinnäytetyön tietoperustan kokoamiseen löytyi monipuolisesti erilaisia ajankohtaisia lähteitä, kuten artikkeleita, kirjoja, tutkimusraportteja ja mediatekstejä. Useimmat ravintoloiden ja keittiöiden energiatehokkuuden kehittämiseen liittyvät julkaisut eivät kuitenkaan olleet viime vuosilta, jonka takia niiden käyttäminen osana opinnäytetyön tietoperustaa vaati kriittisyyttä. Monista muista aiheista ajankohtaista tietoa löytyi kuitenkin kattavasti, mikä auttoi niin tietoperustan kokoamisessa kuin myös aiheen syvällisemmässä ymmärtämisessä sekä sitä kautta tutkimuksen eteenpäin viemisessä.

Opinnäytetyö toteutettiin kehittämistyönä ja se sisälsi kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen, joka toteutettiin puolistukturoituina teemahaastatteluina. Teemahaastattelujen teemat perustuivat työn rajaukseen ja teoriapohja tuki niiden muotoutumista. Teemahaastatteluiden keskeisiä teemoja olivat

ympäristövastuullisuus, energiatehokkuus ja vastuullisuusviestintä ja eri teemoihin liitetyt kysymykset edesauttoivat vastauksien saamista tutkimuskysymyksiin. Lisäksi haastattelussa kartoitettiin vastuullisuusviestinnän toteutusta ja tasoa työntekijöiden näkökulmasta. Teemahaastatteluita pidettiin toimipaikan työntekijöille pääasiassa toimipaikalla. Haasteita haastattelujen sopimiseen ja toteuttamiseen toi kevään 2020 koronaepidemia, joka osaltaan viivästytti osaa haastatteluista maaliskuulta huhtikuulle ja osa haastatteluista peruuntui tai piti toteuttaa vaihtoehtoisella tavalla sähköisiä viestimiä käyttäen sekä puhelimitse.

Yksi opinnäytetyön haasteista liittyi kvalitatiivisen tutkimuksen toteuttamiseen, sillä litteroidun aineiston käsitteleminen tai analysoiminen ei ollut ennestään tuttua. Kvalitatiivinen tutkimus osoittautui monipuoliseksi sen erilaisten toteuttamistapojen perusteella. Tässä opinnäytetyössä haastattelujen aineisto teemoiteltiin ja tyypiteltiin, jonka jälkeen aineistosta tehtiin johtopäätöksiä. Aineiston käsittelyyn vaikutti se, että lopputuloksesta haastateltavia ei pystytty tunnistamaan ja tämän takia aineistosta ei nostettu esille erillisiä vastauksia tai mielipiteitä.

Kehittämistutkimuksen tulokset osoittivat, että ABC Pitkälahden toiminnassa on ympäristövastuullisuuden, energiatehokkuuden ja vastuullisuusviestinnän näkökulmasta monia kehityskohteita. Opinnäytetyön tarkoituksena oli koota konkreettisempia ja yksityiskohtaisempia ohjeita energiatehokkuuden parantamiseksi ja ympäristövastuullisuuden toteuttamiseksi sekä vähentää tiedon hajanaisuutta ja tämä näkyy tuotetussa aineistossa. Toimipaikalla on tarve saada konkreettiset ja ajantasaiset ohjeet näiden näkökulmien kehittämiseksi toiminnassa ja toimintatapojen yhtenäistämiseksi. Ohjeiden kautta myös esimerkiksi laitteiden käynnistämisen- ja sammuttamisajankohtia voidaan yhtenäistää ja näin vähentää turhaa energiankulutusta. Opinnäytetyössä tuotiin esiin myös tapoja kehittää toimipaikan sisäistä ja ulkoista viestintää sekä tapoja, joilla kehittää vastuullisuusviestintää ja saada siitä säännöllisempää sekä osa yrityksen toimintaa. Opinnäytetyö ja siihen kuulunut kehitystyö vastaavat tutkimuslähtökohtana olleisiin tutkimuskysymyksiin.

Opinnäytetyöprosessin aikana esiintyneitä haasteita olivat työn etenemisen aikatauluttaminen ja eri osa-alueiden ajoittainen keväälle sekä näiden välitavoitteiden saavuttamisen ajoittainen venyminen. Haasteita toi myös kommunikointiongelmat sekä muutokset aikatauluissa. Edellä mainittuihin asioihin vaikutti myös kevään 2020 koronaepidemia ja sen vaikutukset niin Savonia-ammattikorkeakoulun kuin opinnäytetyön toimipaikan toimintaan. Prosessin aikana esiintyneisiin haasteisiin pyrittiin kuitenkin vastaamaan esimerkiksi käyttämällä opinnäytetyössä saatavilla olevia sähköisiä lähteitä ja e-kirjoja, parantamalla kommunikoimista sekä aikatauluttamalla tarkemmin opinnäytetyön tekemistä.

Opinnäytetyö ja siihen kuulunut kehitystyö vastaavat tutkimuslähtökohtana olleisiin tutkimuskysymyksiin. Opinnäytetyön tietopohjan ja tutkimustulosten pohjalta on laadittu PowerPoint pohjainen kooste ympäristövastuullisuudesta ja energiatehokkuudesta toimipaikassa sekä koottu ohjeita näiden aihealueiden kehittämiseen. Ohjeiden on tarkoitus olla käytännönläheinen apu yrityksen energiatehokkuuden ja ympäristövastuullisuuden kehittämiseksi. Opinnäytetyön aiheita voidaan pitää ajankohtaisena, koska ympäristöasiat koskettavat kaikkia ja aihe on jatkuvasti esillä yhteiskunnallisessa

keskustelussa sekä mediassa. Erilaiset toimijat aina yrityksistä, päättäjistä ja organisaatioista yksittäisiin kuluttajiin ovat yhä kiinnostuneempia ympäristöasioista ja siitä, miten nämä asiat huomioidaan. Ympäristövastuullisuuden panostavilla ja siitä sidosryhmilleen viestivillä toimijoilla on mahdollisuus olla edelläkävijöitä, saada kilpailuetua sekä lisäarvoa. Toimintaa kehittämällä ja tehostamalla voidaan tavoitella myös kustannussäästöjä ja aikaansaada parempia ja tehokkaampia prosesseja.

Kokonaisuutena opinnäytetyöprosessi mahdollisti uuden oppimisen ja auttoi ymmärtämään, miten laaja aihe ympäristövastuullisuus on, miten se voi näkyä yrityksen toiminnassa ja kuinka siitä voi viestiä eri sidosryhmille. Opinnäytetyö syvensi aihealueen ymmärtämistä ja jatkotutkimusaiheena tälle opinnäytetyölle voisi olla esimerkiksi muiden ympäristövastuullisuuden osa-alueiden kartoittaminen ja kehittäminen toimipaikassa. Näitä osa-alueita voisivat olla esimerkiksi ympäristöjohtaminen tai ruokahävikin pienentäminen. Ympäristövastuullisuuden aihealueesta voisi tehdä myös useampaa toimipaikkaa koskevan tutkimuksen, jossa tutkia yhtä tai useampaa aihealuetta ja kartoittaa hyväksi havaittuja toimintamalleja eri toimipaikoissa.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

- ABC-asetat s.a.a. Eko e85. [Viitattu 2020-03-17] Saatavissa: <https://www.abcasetat.fi/fi/polttoaineet/eko-e85>
- ABC-asetat s.a.b. Tietoa ABC:sta. [Viitattu 2020-01-11] Saatavissa: <https://www.abcasetat.fi/fi/h/abc-ketju/tietoa-abc-sta>
- ABC-asetat s.a.c. ABC Pitkälähti Kuopio. [Viitattu 2020-02-20] Saatavissa: <https://www.abcasetat.fi/fi/asetat/abc-pitkalahti-kuopio-542853287/yhteystiedot-ja-palvelut>
- Business Dictionary s.a.a. Marketing. [Viitattu 2020-03-20] Saatavissa: <http://www.businessdictionary.com/definition/marketing.html>
- Business Dictionary s.a.b. Stakeholder. [Viitattu 2020-02-27] Saatavissa: <http://www.businessdictionary.com/definition/stakeholder.html>
- BÄRLUND, Aija, PERKO, Susanna 2013. Kestävä johtajuus. Bisneksen uusi elinehto. Helsinki. Alma Talent Oy.
- CHEN, Yu-shan, CHANG, Ching-hsun 2013. Greenwash and Green Trust: The Mediation Effects of Green Consumer Confusion and Green Perceived Risk. Introduction. Springer Science+Business Media B.V. 2012. [Artikkeli] [Viitattu 2020-02-07] Saatavissa: <https://search-proquest-com.ezproxy.savonia.fi/pagepdf/1356912989/Record/A0CCC85A73C40A5PQ/1?accountid=27296>
- CIUCCI, Matteo 2020. Faktatietoja Euroopan unionista. Energiatohokkuus. [Viitattu 2020-04-12] Saatavissa: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fi/sheet/69/energiatohokkuus>
- Elinkeinoelämän keskusliitto 2019. Vastuullisuuden suunnannäyttäjät. [PDF] [Viitattu 22-01-2020] Saatavissa: https://ek.fi/wp-content/uploads/EK_Vastuullisuusjulkaisu_final_net_11.9.2019.pdf
- Elinkeinoelämän keskusliitto s.a. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. [Viitattu 22-01-2020] Saatavissa: <https://ek.fi/mita-tee/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>
- Elintarviketeollisuusliitto 2016. Elintarviketeollisuudessa osataan hyödyntää sivuvirrat. [Viitattu 2020-03-05] Saatavissa: <https://www.etl.fi/ajankohtaista/artikkelit/2016/elintarviketeollisuudessa-osataan-hyodyntaa-sivuvirrat.html>
- ELKINGTON, John 1999. Cannibals with forks. The Triple Bottom Line of 21st Century Business. Oxford. Capstone.
- ELONHEIMO, Meri 2010. Ruokapalveluiden ympäristövaikutukset. [Kuvio] [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22426>
- Energiatohokkuussopimukset 2017-2025 s.a. Energiatohokkuussopimukset. [Viitattu 2020-02-20] Saatavissa: <http://www.energiatohokkuussopimukset2017-2025.fi/energiatohokkuussopimukset/#taustat>
- Energiavirasto s.a. Energiatohokkuus. [Viitattu 2020-02-20] Saatavissa: <https://energiavirasto.fi/energiatohokkuus>
- FORSMAN-HUGG, Sari, KATAJAJUURI, Juha-Matti, PAANANEN, Jaana, PESONEN, Inkeri, JÄRVELÄ, Katja, MÄKELÄ, Johanna 2009. Elintarviketieteen vastuullisuus. Kuvauksen vuorovaikutteisesta sisällön rakentamisen prosessista. Maa- ja elintarveteollisuuden tutkimuskeskus. MTT Taloustutkimus. [Viitattu 2019-02-19] Saatavissa: <http://www.mtt.fi/met/pdf/met140.pdf>
- HARMAALA, Minna-Maari, JALLINOJA, Niina 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. 1.painos. Helsinki. Alma Talent.

- HYVÄRINEN, Matti, NIKANDER, Pirjo, RUUSUVUORI, Johanna 2010. Haastattelun analyysi. Tampere. Vastapaino.
- Ilmasto-opas s.a. Uusiutuva energia Suomessa. [Viitattu 2020-04-12] Saatavissa: <https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/hillinta/-/artikkeli/0bd05ecc-8c68-4fb6-a6e9-2c4ad90d577d/uusiutuva-energia.html>
- Isojuttu s.a. Yritys, tule mukaan Isoon juttuun. Yrityksille. [Viitattu 2020-04-04] Saatavissa: <https://isojuttu.fi/yrityksille/>
- Joutsenmerkki s.a. Tiesitkö tämän joutsenmerkistä? [Viitattu 2020-04-02] Saatavissa: <https://joutsenmerkki.fi/>
- JÄNTTI, Reijo 2020-04-02. Tekninen isännöijä. [Haastattelu] Osuuskauppa PeeÄssä.
- Kestävä kehitys s.a. Mitä on kestävä kehitys? [Viitattu 2020-02-19] Saatavissa: <https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys>
- KOKKONEN, Annukka, NIKODIN, Joanna, VIBERG, Katja 2013. Yhteinen käsitys: Kestävän kehityksen kasvatuksen ja koulutuksen sanasto ja käytännöt. [PDF] [Viitattu 2020-03-01] Saatavissa: https://www.kierratyskeskus.fi/files/15267/Yhteinen_Kasitys_a5_130620_VEDOS.pdf
- Koppa 2015. Laadullinen tutkimus. Tutkimusstrategiat. Jyväskylän yliopisto. [Viitattu 2020-04-07] Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>
- Kuluttajaliitto s.a. Ympäristö- ja energiamerkit. [Viitattu 2020-04-16] Saatavissa: <https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/vastuullinenkuluttaminen/ymparisto-ja-energiamerkit/>
- LIAPPIS, Hanna, PENTIKÄINEN, Merja, VANHALA, Anne 2019. Menesty yritysvastuulla. Käsikirja kokonaisuuteen. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu 2019. Edita Publishing Oy.
- LINDROOS, Noora 2018. Kiertotalous on nyt ravintoloiden uusiin trendi. [Artikkeli] [Viitattu 2020-03-05] Saatavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/kiertotalous-on-nyt-ravintoloiden-uusin-trendi/>
- Motiva 2010. Energiatohokas ammattikeittiö. [Opas] [Viitattu 2020-03-11] Saatavissa: https://www.motiva.fi/files/3056/Energiatohokas_ammattikeittio.pdf
- Motiva 2018. Ruokapalvelut. [Artikkeli] [Viitattu 2020-04-12] Saatavissa: https://www.motiva.fi/julkinen_sektori/kestavat_julkiset_hankinnat/tietopankki/ruokapalvelut
- OJALA, Pekka 2017. Hyötypelit ja pelillistäminen koulutuksessa – mahdollisuuksia ja haasteita. [Viitattu 2020-04-15] Saatavissa: <http://www.oamk.fi/epooki/2017/hyotypelit-ja-pelillistaminen/>
- OJASALO, Katri, MOILANEN, Teemu, RITALAHTI, Jarmo 2015. Kehittämistyön menetelmät: Uudella osaamista liiketoimintaan. 3.-4. painos. Helsinki. Sanoma Pro Oy.
- OPINNÄYTETYÖN RAPORTOINTIOHJE 2012. Kuopio: Savonia ammattikorkeakoulu. Sijainti: Reppu [Opiskelijoiden intranet]. Opinnäytetyö-välilehti.
- PeeÄssä Tänään 2018.a. Sähköä auringosta. [Digilehti] 2/2018. [Viitattu 2020-03-27] Saatavissa: <https://www.lukusali.fi/index.html?p=Pee%C3%84ss%C3%A4&i=1fd3e3a0-c2ea-11e8-abd9-00155d64030a>
- PeeÄssä Tänään 2018.b. Valaistus on iso juttu. Osuuskauppa PeeÄssän asiakaslehti. [Digilehti] [Viitattu 2020-04-11] Saatavissa: <https://www.lukusali.fi/?p=Pee%C3%84ss%C3%A4&i=1fd3e3a0-c2ea-11e8-abd9-00155d64030a>
- RAMM-SCHMIDT, Michaela 2018. Kannattaako vastuullisuus liiketoiminnassa? [Artikkeli] Saatavissa: <https://www.aaltoopro.fi/aalto-leaders-insight/2018/kannattaako-vastuullisuus-liiketoiminnassa>

- RANTA, Jani 2020-04-06. PeeÄssän strategia 2025. [Sähköpostiviesti] Vastaanottaja: Kaisa-Mari Salmi. Sijainti: Osuuskauppa PeeÄssä [Intranet].
- Ravitsemuspassi s.a. Kestävän kehityksen näkökulma. [Viitattu 2020-03-19] Saatavissa: <https://www.ravitsemuspassi.fi/valmennus.php?k=219617>
- REMES, Matti 2016. S-ryhmän suunnitelmallisuus energiansäästöissä tuottaa tulosta. [Artikkeli] [Viitattu 2020-04-05] Saatavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/s-ryhman-suunnitelmallisuus-energian-saastossa-tuottaa-tulosta/>
- REMES, Matti 2018. SOK: Energiatyö ulottuu myös ravintoloihin ja hotelleihin. [Viitattu 2020-02-20] Saatavissa: <http://www.energiatehokkuussopimukset2017-2025.fi/sok-energiatyo-ulottuu-myoys-ravintoloihin-ja-hotelleihin/>
- Ruokatieto s.a.a. Kiertotalous. [Viitattu 2020-03-05] Saatavissa: <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokavisa-vastuullisuus-ruokaketjussa/ymparisto/ymparistovaikutusten-pienentaminen-tuotannon-keinoin/kiertotalous>
- Ruokatieto s.a.b. Ympäristövastuu kattaa elinkaaren [Viitattu 2020-04-02] Saatavissa: <https://www.ruokatieto.fi/ruokafakta/ruokaketjun-vastuullisuus/ymparistovastuu-kattaa-elinkaaren>
- SAARANEN-KAUPPINEN, Anita, PUUSNIEKKA, Anna 2006. 6.3.2 Teemahaastattelu. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [Verkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. [Viitattu 22-01-2020] Saatavissa: https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html
- SEPPÄLÄ, Jyri, ALESTALO, Mikko, EKHOLM, Tommi, KULMALA, Markku, SOIMAKALLIO, Sampo 2014. Ilmastopaneeli. Hiilineutraalisuuden tavoittelu – Mitä se on missäkin yhteydessä. [Raportti] [Viitattu 2020-04-04] Saatavissa: <https://www.ilmastopaneeli.fi/wp-content/uploads/2018/10/Hiilineutraalisuuden-tavoittelu-mita-se-on-missakin-yhteydessa.pdf>
- S-kanava 2018.a. Aurinkopaneelit katolle Pitkälähdessä. [Artikkeli] [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: https://www.s-kanava.fi/web/peeassa/uutinen/aurinkopaneelit-katolle-pitkalahdessa/4764878_11286
- S-kanava 2018.b. S-ryhmä ja vastuullisuus 2018. [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/vuosikatsaus/etusivu>
- S-kanava 2018.c. Vuosikatsaus. [PDF] [Viitattu 2020-02-14] Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/vuosikatsaus/etusivu>
- S-kanava 2019. Kuopion Prisma saa energiaa auringosta. [Artikkeli] [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: https://www.s-kanava.fi/web/peeassa/uutinen/kuopion-prisma-saa-energiaa-aurin-gosta/5128903_11286
- S-ryhmä 2020.a. Maran vastuullisuustiimi. Sijainti: S-ryhmä Workchat. [Intranet].
- S-ryhmä 2020.b. Suomen kunnianhimoisimmat ilmastotavoitteet: S-ryhmästä hiilinegatiivinen vuonna 2025. [Uutinen] [Viitattu 2020-04-04] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/uutinen/suomen-kunnianhimoisimmat-ilmastotavoitteet-s-ryhm/KDDak73zIKtTYJIPgI5Dd>
- S-ryhmä s.a.a. Arvot, strategia ja visio. [Viitattu 2020-01-11] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/tietoa-meista/arvot-strategia-ja-visio>
- S-ryhmä s.a.b. Osuuskauppa PeeÄssä. [Viitattu 2020-01-11] Tietoa PeeÄssästä. Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/peeassa/tietoa-peeassasta>

- S-ryhmä s.a.c. Vastuullisuus. Ilmasto. [Viitattu 2020-01-11] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/vastuullisuus/ilmasto>
- S-ryhmä s.a.d. Vastuullisuus. Kiertotalous [Viitattu 2020-01-11] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/vastuullisuus/kiertotalous>
- S-ryhmä s.a.e. Vastuullisuus. Teemme Suomesta parempaa paikkaa. [Viitattu 2020-01-11] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/vastuullisuus>
- S-ryhmä s.a.f. Vastuullisuus. Vastuullisuusohjelma. [Viitattu 2020-01-11] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/vastuullisuus/vastuullisuusohjelma>
- S-ryhmä s.a.g. Tietoa S-ryhmästä. [Viitattu 2020-01-12] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/tietoa-meista/tietoa-s-ryhmasta>
- Suomi 2019.a. Energiatehokkuus. [Viitattu 2020-02-20] Saatavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle/vastuut-ja-velvollisuudet/ymparistovastuu/opas/yrityksen-ymparistovastuu/energiatehokkuus>
- Suomi 2019.b. Ympäristövästuuinen yritys. [Viitattu 2019-02-19] Saatavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle/vastuut-ja-velvollisuudet/ymparistovastuu/opas/yrityksen-ymparistovastuu/ymparistovastuuinen-yritys>
- TEPA-termipankki s.a.a. Erikoisalojen sanastojen ja sanakirjojen kokoelma. [Viitattu 2020-02-20] Saatavissa: <http://www.tsk.fi/tepa/fi/haku/energiatehokkuus>
- TEPA-termipankki s.a.b. Erikoisalojen sanastojen ja sanakirjojen kokoelma. [Viitattu 2020-04-11] Saatavissa: <http://www.tsk.fi/tepa/fi/haku/hy%C3%B6tysuhde>
- Työ- ja elinkeinoministeriö s.a. Uusiutuva energia Suomessa. [Viitattu 2020-04-14] Saatavissa: <https://tem.fi/uusiutuva-energia>
- VALLI, Raine, AARNOS, Eila 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin: 1, Metodien valinta ja aineiston keruu. Virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5. painos. Jyväskylä. PS-kustannus.
- Vattenfall s.a. Keinoja ravintoloiden ja suurtalouskeittiöiden nopeaan energiansäästöön. [Viitattu 2020-02-20] Saatavissa: <https://www.vattenfall.fi/yritysassiakkaat/asiakaspalvelu/aihe/yritysten-energian-kayton-tehostaminen/energiatehokkaat-ravintolat-ja-suurkeittiot/>
- VIITALA, Riitta, ja JYLHÄ, Eila 2019. Vastuullinen yritystoiminta. Johtaminen: Keskeiset Käsitteet, Teoriat Ja Trendit. Helsinki: Edita.
- VILKKA, Hanna 2015. Tutki ja kehitä. Menetelmän erityispiirteet. 4. painos. Jyväskylä. PS-kustannus.
- WWF s.a. Ilmastonmuutos. [Viitattu 2020-02-20] Saatavissa: <https://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos/>
- Ympäristö 2019. Ympäristöjärjestelmät ja johtaminen. [Viitattu 2020-04-05] Saatavissa: https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen
- Ympäristö Osaava s.a.a. Hyvät hankinnat. [Viitattu 2020-04-02] Saatavissa: <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22572>
- Ympäristö Osaava s.a.b. Elinkaariajattelu. [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22563>
- Ympäristö Osaava s.a.c. Materiaalitehokkuus. [Viitattu 2020-04-02] Saatavissa: <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22569>
- Ympäristö Osaava s.a.d. Ruoanvalmistus. [Viitattu 2020-04-12] Saatavissa: <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22451>
- Ympäristö Osaava s.a.e. Ruokapalveluiden ympäristövaikutukset. [Viitattu 2020-04-02] Saatavissa <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22426>

Ympäristö Osaava s.a.f. Ympäristöosaava ammattilainen [Viitattu 2020-04-02] Saatavissa:

<https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22421>

Ympäristö Osaava s.a.g. Ympäristömerkit. [Viitattu 2020-04-12] Saatavissa: <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22575>

LIITE 1: LYHENTEET JA TERMIT

Abstrahointi	Abstrahointi on tutkimusaineiston järjestämistä niin, että sen perusteella tehdyt johtopäätökset voidaan irrottaa tapahtumista, yksittäisistä henkilöistä sekä lausumista ja siirtää yleiselle käsitteelliselle ja teoreettiselle tasolle (Hyvärinen ym. 2010, 126).
Hiilinegatiivisuus	Hiilinegatiivisuudella tarkoitetaan tilaa, jossa kasvihuonekaasu poistetaan enemmän ilmakehästä kuin niitä sinne päästetään ja niitä esimerkiksi yrityksen toiminnan seurauksena syntyy tietyn tarkasteltavan ajanjakson sisällä. Hiilinegatiivisuutta voidaan pitää seuraavana askeleena hiilineutraaliudelle. (Seppälä ym. 2014, 10.)
Hiilineutraalius	Hiilineutraaliudella (carbon neutrality) tarkoitetaan sitä, että toiminta aiheuttaa vain sen verran hiilidioksidipäästöjä kuin niitä pystytään sitomaan tietyn tarkasteltavan ajanjakson sisällä. Laajimmillaan käsite kattaa hiilidioksidin lisäksi kaikki kasvihuonekaasupäästöt. Tavallisimmin tarkasteltava ajanjakso on yksi vuosi, koska päästötiedoista raportoidaan yleensä vuosittain. (Seppälä ym. 2014, 10.)
Hyötysuhde	Hyötysuhteella tarkoitetaan sitä, kuinka paljon laitteen käyttämästä energiasta muuttuu muotoaan sen toimintaan käytettyyn tehoon, työhön tai energiaan (TEPA-termipankki s.a.b).
Kiertotalous	Kiertotalous on talouden malli, jossa arvo ja materiaalit kiertävät. Mallin tarkoituksena on, että ne raaka-aineet, jotka luonnosta on otettu pysyvät kierrossa, jolloin jätettä syntyisi mahdollisimman vähän ja materiaalien hukka olisi minimoitu. (Elintarviketeollisuusliitto 2016; Ruokatiето s.a.a.)
Kiertotalouden sivuvirrat	Kiertotalouden sivuvirroilla tarkoitetaan tuotteiden valmistuksessa syntyviä materiaalivirtoja, joita voidaan hyödyntää monilla erilaisilla tavoilla niin, että niissä olevat ravinteet ja energia saadaan kiertoon, eivätkä päädy hyödyntämättöminä esimerkiksi kaatopaikalle (Elintarviketeollisuusliitto 2016; Ruokatiето s.a.a.)
Kestävä kehitys	Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa (Liappis, Pentikäinen ja Vanhala 2019, 7).

Sidosryhmä (yrityksen)	Sidosryhmällä (stakeholder) tarkoitetaan niitä toimijoita, joiden kanssa yritys on vuorovaikutuksessa, jotka vaikuttavat sen toimintaan ja tavoitteisiin sekä ovat kiinnostuneita yrityksestä ja joihin yritys itse voi vaikuttaa toiminnallaan. Yrityksen keskeisiä sidosryhmiä voivat olla ryhmät, yksilöt ja organisaatiot, kuten esimerkiksi omistajat, velkojat, sijoittajat, asiakkaat, hallitus, kilpailijat, järjestöt, viranomaistahot, toimittajat ja kumppanit, joilta yritys saa resursseja. (Business Dictionary s.a.b.)
Sosiaalinen vastuu (yrityksen)	Sosiaalinen vastuu on yksi yritys vastuun kolmesta keskeisestä elementistä. Sosiaalinen vastuu käsittää yrityksen toiminnan vaikutukset ihmisiin. Vastuullinen yritys huolehtii, ettei sen toiminta aiheuta negatiivisia vaikutuksia sen eri sidosryhmiin kuuluviin ihmisiin, kuten asiakkaisiin, työntekijöihin tai lähialueen asukkaisiin. Sosiaalisen vastuun elementteihin kuuluvat ihmisoikeudet ja niihin pohjautuvat muut sosiaalisen vastuun elementit, joita ovat ihmisten johtamisen, laaja-alaisen työhyvinvoinnin, tuoteturvallisuuden sekä asiakaspalvelun osa-alueet. (Liappis ym. 2019, 9.)
Taloudellinen vastuu (yrityksen)	Taloudellinen vastuu on yksi yritys vastuun kolmesta keskeisestä elementistä. Taloudellisella vastuulla tarkoitetaan taloudellisesti kestäväällä pohjalla toimivaa yritystä, jonka toiminta on kannattavaa ja sillä on edellytykset jatkua. Taloudellisen vastuun kokonaisuuteen kuuluvat yrityksen kilpailukyky, kannattavuus, tehokkuus ja sijoittajien tuotto-odotuksiin vastaisen. Kokonaisuutta täydentävät myös esimerkiksi se, miten yrityksessä käytetään rahaa, varallisuutta ja valtaa ja millainen on yrityksen palkitsemisjärjestelmä. Lisäksi taloudellisen vastuun osa-alueita ovat korruption, harmaan talouden ja lahjonnan estäminen sekä vastuullinen veronmaksu. Taloudellinen vastuu luo yritykselle edellytykset toimia myös ympäristö- ja sosiaalisesti vastuullisella tavalla. (Liappis ym. 2019, 9.)
Tietoperusta	Tietoperustalla tarkoitetaan käsitejärjestelmää, jossa määritellään keskeiset käsitteet ja niiden väliset suhteet. Tietoperustasta käytetään usein myös termiä teoreettinen tausta tai viitekehys. (Ojasalo ym. 2015, 25.)
Triple Bottom Line -malli	Triple Bottom Line eli kolmoistilinpäätös on 1900-luvun lopulla kestävä liiketoiminnan ja yritys vastuun asiantuntijan John Elkingtonin nimeämä yritys vastuun kolmijako taloudelliseen vastuuseen, ympäristö vastuuseen sekä sosiaaliseen vastuuseen. Mallissa yrityksen toimintaa ei tarkastella vain perinteisten taloudellisten tunnuslukujen avulla vaan

lisäksi huomioidaan yritystoiminnan vaikutuksen ihmisiin ja ympäristöön. (Liappis ym. 2019, 8.)

Tutkimuksellinen kehittämistyö	Tutkimuksellisen kehittämistyön tarkoituksena on suunnitella, kehittää ja ottaa käyttöön ratkaisuja sekä luoda uutta tietoa työelämän käytännöistä analyttisesti, kriittisesti, järjestelmällisesti sekä hankkimalla tietoa niin teoriassa kuin käytännössäkin. (Ojasalo ym. 2015, 200.)
Vastuullisuusviestintä	Vastuullisuusviestinnällä tarkoitetaan yritysvastuuseen liittyvää kieltä ja viestejä yrityksen markkinointiviestinnässä. Vastuullisuusviestintä voi käytännössä olla esimerkiksi raportointia, verkkoviestintää tai sisältää mainontaan kuuluvia elementtejä. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 165; Bärlund ja Perko 2013, 183.)
Viherpesu	Viherpesu (greenwash) on määritelty kuluttajien harhaanjohtamisena yrityksen ympäristökäytäntöjen, tuotteiden tai palvelujen ympäristöhyötyjen suhteen. Viherpesua harrastava yritys pyrkii saamaan toimintansa näyttämään ympäristöystävällisemmältä kuin se on ja luomaan totuutta paremman mielikuvan siitä lisätäkseen kuluttajien luottamusta, vaikuttaakseen heidän ostotottumuksiinsa ja saadakseen kilpailuetua, kun ekologisempien vaihtoehtojen kysyntä kasvaa koko ajan. Viherpesu heikentää kuitenkin kuluttajien luottamusta yrityksen mainontaan ja viestintään, kun viherpesua harrastavat yritykset antavat kuluttajille virheellistä tietoa esimerkiksi tuotteen tai palvelun ekologisuudesta ja kuvaa niitä parempina vaihtoehtoina kuin ne oikeasti ovat. (Chen ja Ghang 2013, 1-3.)
Ympäristöjohtaminen	Ympäristöjohtaminen (environmental management) tarkoittaa liikkeenjohdon alaa, jossa keskitytään yritystoiminnan ja ympäristönsuojelun välisiin yhtymäkohtiin. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 280.)
Ympäristövastuu (yrityksen)	Ympäristövastuu on yksi yritysvastuun kolmesta keskeisestä elementistä. Ympäristövastuun peruselementtejä ovat luonnonvarojen kestävä käytön edistäminen sekä ympäristön pilaantumisen estäminen. Lisäksi ympäristövastuuseen kuuluvat esimerkiksi jätteen vähentäminen, päästöjen minimointi, ilmastonmuutoksen torjunta, luonnon monimuotoisuuden turvaaminen sekä energia- ja materiaalitehokkuus. Monesti myös eläinten oikeudet liitetään osaksi ympäristövastuuta. (Liappis ym. 2019, 8.)

Yritysvastuu

Kansallisten lakien noudattaminen ja lainsäädännön vaatimukset ylittävä vastuullinen liiketoiminta yhteiskunnan hyväksi sekä ympäristön ja ihmisten suojaamiseksi (Liappis ym. 2019, 8).

LIITE 2: TEEMAAHAASTATTELUN RUNKO

Teemahaastattelun teemat ja kysymykset:

Ympäristövastuullisuus liiketoiminnassa

1. Kuinka ympäristövastuullisuus näkyy toimipaikan liiketoimintastrategiassa, arvoissa ja osana päivittäistä liiketoimintaa?
2. Mikä on ympäristövastuullisuuden merkitys ja miten se näkyy ABC Pitkälahdessa ja onko yrityksessä ympäristöohjelmaa?
3. Minkälaiden sidosryhmien kanssa teette yhteistyötä ympäristövastuullisuus asioihin liittyen ja minkälaista tämä yhteistyö on?
4. Mitkä ovat ympäristövastuullisuuden suurimpia haasteita?
5. Millaisin mittarein tai tunnusluvuin vastuullisuutta mitataan?

Energiatehokkuus ja energian säästäminen

1. Mitä energiamuotoja yrityksessä käytetään ja mitä on uusiutuvan energian käytön taso?
2. Millaisilla toimenpiteillä energiaa voisi säästää tai energiatehokkuutta parantaa toimipaikassa?
3. Miten yrityksessä seurataan energiankulutusta ja onko asetettu lyhyen tai pitkän aikavälin energiansäästötavoitteita ja kehitystoimenpiteitä? Jos on, miten niihin aiotaan päästä?
4. Onko laitehankinnoissa huomioitu energiatehokkuus? Jos on, kuinka?
5. Onko yrityksessä energiansäästämiseen/energiatehokkuuteen liittyvää ohjeistusta tai toimintatapoja?

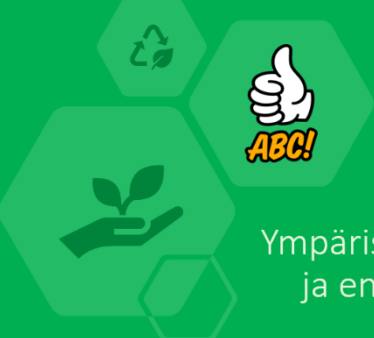
Ympäristövastuullisuuden johtaminen ja viestintä

1. Kuinka henkilökunnalle/asiakkaille viestitään ympäristövastuullisuudesta, ekologisista valinnoista ja materiaaleista?
2. Kuinka ympäristövastuullisuudesta viestintää voisi kehittää ja mitä haasteita siihen liittyy?
3. Mitkä tekijät vaikuttavat ympäristöystävällisempien valintojen tekemiseen ja toteuttamiseen ja mitkä ovat suurimmat haasteet?
4. Millaisia ympäristöjohtamisen tavoitteita yrityksellä on, miten niitä voisi kehittää ja miten tavoitteeseen päästään?

Työntekijät:

1. Onko työntekijöille ohjeistusta ympäristövastuullisista tavoitteista, valinnoista tai toimintatavoista?
2. Miten on varmistettu, että henkilökunnalla on riittävä tieto ympäristöasioista?
3. Miten ympäristövastuullinen liiketoiminta näkyy työssänne? (mukaan lukien energiatehokkuus)
4. Miten ympäristövastuullista toimintaa voisi kehittää?

LIITE 2: YMPÄRISTÖVASTUULLISUUS JA ENERGIATEHOKKUUS – CASE: ABC PITKÄLAHTI



Case: ABC Pitkälähti

Ympäristövastuullisuus ja energiatehokkuus

S-ryhmä

- Tavoitteet:
 - Tuottaa 100 prosenttia käyttämästään sähköstä uusiutuvalla energialla vuoteen 2030 mennessä.
 - Tehostaa energiankulutusta 30% vuoden 2015 tasosta vuoden 2030 loppuun mennessä.



(S-ryhmä s.a.f.; S-ryhmä s.a.d.)

"Paras paikka elää" - vastuullisuusohjelma

- Hävikin vähentäminen
- Sesonkituotteiden suosiminen
- Kestävä tuotanto ja raaka-aineet
- Uusiutuvan energian käyttäminen
- Kierrättäminen
- Vastuulliseksi sertifioidut tuotteet
- Läpinäkyvyys tuotteiden ja raaka-aineiden alkuperästä

(S-kanava 2018 b, 34.; S-kanava 2018 c, 33, 41, 68.; S-kanava 2018 c, 33, 69-70.)

ABC Pitkälähti

- Vastuullisuus:
 - Sesonkituotteet
 - Kotimainen sian, naudan ja broilerin liha
- Take away:
 - Tehty kierrätysmateriaaleista
 - Biohajoavia



(S-kanava 2018 c, 33, 41, 68.; S-kanava 2018 c, 33, 69-70.)

-  Sähköauton latauspiste
-  Eko E85 –ekopoltoaine
 - Vähentää autoilun päästöjä jopa 80 prosenttia
 - Valmistettu osittain esim. S-ryhmän kauppojen leivästä
 - Etanolin tuotanto ei aiheuta hiilidioksidipäästöjä ilmakehää
-  ABC CarWash
 - Joutsenmerkityt pesuaineet

(Abc-asemat s.a.a.)

Aurinkopaneelit S-ryhmässä

- Vuoden 2020 alussa aurinkopaneeleita oli asennettu 50 212 kpl eri toimipaikkoihin
- Vuoden 2020 aikana aurinkopaneelien määrää aiotaan nostaa yli 70 000 kappaleeseen
- Vuonna 2020 S-ryhmän:
 - käyttämä sähkö on kokonaan hiilidioksidipäästötöntä
 - Käyttämästä energiasta 60 prosenttia on ketjun itse tuottamaa

(S-ryhmä 2020.b.)

Aurinkopaneelit Pitkälähdessä

- ABC Pitkälähden katolle asennettiin 1000 aurinkopaneelia vuonna 2018
- Sähköä kuluu eniten kesäkuukausina
 - Kylmä- ja jäähdityslaitteisto
- Vuositasolla aurinkosähköjärjestelmä tuottaa Pitkälähdessä noin 200 megawattituntia
- Aurinkosähkön osuus on noin 8 % Pitkälähden sähkönkulutuksesta
- Parhaimmillaan kesäkuussa aurinkosähkön osuus oli reilu 20 %
- Käytännössä aurinkopaneelien tuottama energiamäärä vastaa keskimäärin 20 omakotitalon kulutusta ja 44 000 koneellista pestyä ja kuivattua pyykkää

(S-kanava 2018.a.; S-kanava 2019.)

"Pitkälähden aurinkojärjestelmien tuottamalla vuosittaisella energiamäärällä pystyisi ajamaan sähköautoa 1,6 miljoonaa kilometriä, mikä vastaa 40 kierrosta maapallon ympäri."

(PeeÄssä Tänään 2018.a, 25, mukailleen)

Miksi toimia ympäristö-vastuullisesti?

”Elinkeinoelämän keskusliiton mukaan kuluttajat ovat yhä valveutuneempia ruoan ja omien valintojensa ympäristövaikutuksista.”

Vastuulliset valinnat voivat toimia nykypäivänä ravintolan kilpailuvalttina ja ne ovat hyvin ajankohtainen aihe ruoka-alan keskusteluissa.

Ekologiseen tehokkuuteen panostaminen tukee yrityksen taloudellisia tavoitteita, kun yrityksen prosessit ja toimintatavat kehittyvät tehokkaammiksi.

(Elinkeinoelämän keskusliitto s.a.)



Ruokapalveluiden ympäristövaikutukset pelloilta asiakkaan lautaselle

(Elonheimo 2010, mukailleen.)

Ravintoloiden ympäristövaikutukset

2/3 syntyy ruoan raaka-aineiden tuotannossa.

1/3 syntyy ruoan säilönnästä, valmistuksesta ja tarjoilusta sekä näiden vaiheiden viemästä energiasta.

(Motiva 2018.)

Ruokahävikki

- Kuormittaa ympäristöä
- Tuotantoketjun aikana syntyneet päästöt ovat syntyneet turhaan
- Syntyy energiahukkaa
- Turhaan tehtyä työtä toimipaikassa
- Aiheuttaa kustannuksia ja vaikuttaa kannattavuuteen

Ympäristövaikutusten seuranta

- Tiedosta päästölähteet
- Mittaa
- Seuraa päästöjä säännöllisesti toimintaan sopivilla mittareilla
- Pyri kehittämään toimintaa eri prosesseissa
- Aseta tavoitteita
- Vähennä päästöjä
- Kerro ja viesti, miksi tietyllä tavalla toimitaan
 - Konkretisoida lähtötilannetta ja sitä, mikä on asetettu tavoitteeksi
- Viesti tavoitteen etenemisestä, tuloksista ja onnistumisista

Ympäristövastuullisuuden kehittäminen

- Ruokalistasuunnittelussa raaka-aineiden elinkaaren ja kuljetusten huomioiminen
- Veden kulutuksen vähentäminen
- Tulostaminen
 - Sähköisten järjestelmien hyödyntäminen paperisten tulosteiden sijaan
 - Kaksipuoleinen tulostus automaatioksi tulostimissa

(Ympäristö Osaava s.a.f.)

Kierrättäminen ja oikein lajittelu

Kierrättäminen ja oikein lajittelu

- Edistetään kiertotaloutta
- Pidetään raaka-aineet kierrossa mahdollisimman pitkään

Jätteiden synnyn minimointi

- Minimoidaan kaatopaikalle joutuva jäte
- Täytetään jäteastiat oikein: esim. Iitistetään metalli
- Vähennetään tyhjennyskertojen määrää
- Saadaan taloudellisia säästöjä

Hyödyt

- Pienenetään kasvihuonekaasupäästöjä
- Uusia materiaaleja tuotteisiin ei tarvitse tuottaa alusta alkaen
- Ennaltaehkäistään tulevaisuuden jäteongelmia toimimalla nyt vastuullisesti

(Ympäristö Osaava s.a.f.; Motiva.fi 2018.)



”Käyttäjän vaikutus laitteen energiankulutukseen voi olla jopa 60%”

(Motiva 2010, 4-5.)

Laitteet

- Ei laiteta laitteita päälle liian ajoissa
- Suljetaan hiljaisina aikoina laitteita, joille ei ole käyttöä
- Huolehditään jäädytyskaapin tyhjentämisestä ruoan jäähtyneenä tai viimeistään neljän tunnin jälkeen ruoan jäähtymisen aloittamisesta
 - ➔ Jäädytyskaappi vie enemmän energiaa kuin kylmiö
- Käytä lämpöhauteisiin lämmintä vettä energian säästämiseksi

Yövuorossa:

- Sulje klo. 22:
- Toinen hampurilaispisteen parila
- À la carte pisteen öljyt, parilat sekä Merry Chef uuni
- Älä laita lämpöhauteita ja lämpiäviä laitteita päälle liian ajoissa
 - Lämpöhaude: lämpiämissaika 30-60 min veden lämpötilasta riippuen



Uunit

- Uunien suodattimien säännöllinen puhdistaminen
- Tiivisteiden kunnon seuraaminen
- Sisälämpömittarien hyödyntäminen
- Valmisohjelmien hyödyntäminen
- Pesuautomatiikan hyödyntäminen
- Ennaltaehkäisevät puhdistus- ja huoltotoimenpiteet
- Vältä turhaa ovien avaamista
- Vältä ruoan ylikypsentämistä kypsennyshävikin minimoimiseksi
- Hyödynnä jälkilämpöä
- Valitse ruoan mukaan valmistustapa ja valmistusastia
- Valitse ruoan määrää eniten vastaava uunin koko

(Ympäristö Osaava s.a.d.)

Astianpesu

Pese vain täysiä koreja ja valitse kori astiaytynn mukaan

Astianpesukoneiden pesuaikaa voi säätää astioiden ikäsuuden mukaan

Poista ruoantähteet, mutta älä esipese astioita ennen konepesua

Liota pinttyneet astiat

Pidä patapiesukoneen luukku suljettuna pesujen välillä ➔ lämpö säilyy koneessa

Huolehdi, ettei esipesevä kone jää turhaan päälle

(Motiva 2010, 14-15.)

Lähteet

- ABC-asetat s.a.a. Elo 485. [Viitattu 2020-03-17] Saatavissa: <https://www.abcasetat.fi/fi/polttoaineet/elo-485>
- Elinkeinoelämän keskusliitto s.a. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. [Viitattu 22-01-2020] Saatavissa: <https://jek.fi/mita-tee/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>
- ELONHEIMO, Meri 2010. Ruokapalveluiden ympäristövaikutukset. [Kuvio] [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalvelualla/index.php?c=2424>
- Motiva 2018. Energiatehokas ammattikeittiö. [Opas] [Viitattu 2020-03-11] Saatavissa: https://www.motiva.fi/files/2016/Energiatehokas_ammattikeittiö.pdf
- Motiva 2018. Ruokapalvelut. [Artikkeli] [Viitattu 2020-04-12] Saatavissa: https://www.motiva.fi/julkinen_sektori/kestavat_julkiset_hankinnat/tietopankki/ruokapalvelut
- PeeAssä Tanssin 2018 a. Sähköä auringosta. [Digilehti] 2/2018. [Viitattu 2020-03-27] Saatavissa: <https://www.lukusali.fi/index.html?pe=Peec%384ss%394A48=1f43e3a0-28e41e8-8b89-00133e668308>
- S-kanava 2018 a. Aurinkopaneelit katolle Pikkälähdessä. [Artikkeli] [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: https://www.s-kanava.fi/web/peearra/utuinen/aurinkopaneelit-katolle-pikkalahdessa/4764878_11286
- S-kanava 2018.b. S-ryhmä ja vastuullisuus 2018. [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/vuosikatsaus/etusivu>
- S-kanava 2018.c. Vuosikatsaus. [PDF] [Viitattu 2020-02-14] Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/vuosikatsaus/etusivu>
- S-kanava 2019. Kuopion Prima saa energiaa auringosta. [Artikkeli] [Viitattu 2020-04-03] Saatavissa: https://www.s-kanava.fi/web/peearra/utuinen/kuopion-prima-saa-energia-auringosta/5145503_11286
- S-ryhmä 2020.b. Suomen kunnianhimoisimmat ilmastotavoitteet: S-ryhmästä hiilinegatiivinen vuonna 2025. [Utinen] [Viitattu 2020-04-04] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/utinen/kuopion-suomen-kunnianhimoisimmat-ilmastotavoitteet-s-ryhymadiala/26k17vrg5D4>
- S-ryhmä s.a.d. Vastuullisuus. Ilmasto. [Viitattu 2020-01-11] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/vastuullisuus/ilmasto>
- S-ryhmä s.a.f. Vastuullisuus. Teemme Suomesta parempaa paikkaa. [Viitattu 2020-01-11] Saatavissa: <https://s-ryhma.fi/vastuullisuus>
- Ympäristö Osaava s.a.d. Ruuanämlästä. [Viitattu 2020-04-12] Saatavissa: <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalvelualla/index.php?c=22451>
- Ympäristö Osaava s.a.f. Ympäristöosaava ammattilainen. [Viitattu 2020-04-02] Saatavissa: <https://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalvelualla/index.php?c=22421>

LIITE 3: VASTUULLISUUSVIESTINTÄ: ABC PITKÄLAHTI

Onnistunut sisäinen ja ulkoinen viestintä on avain sille, että ABC Pitkälähti voi tehdä vastuullisista teoista, palveluista ja tuotteista näkyviä. Eri sidosryhmät huomioivaa ja aktiivista viestintää tarvitaan, jotta vastuullinen toiminta saadaan heijastumaan myös osaksi yrityksen kilpailukykyä. (Liappis ym. 2019, 9.) Vastuullisuus tarkoittaa hyviä suhteita yrityksen sidosryhmiin. Vastuulliset yritykset luovat toiminnallaan arvoa yhteiskunnalle sekä monille eri sidosryhmilleen. Yrityksen henkilöstö on sen tärkein voimavara ja sidosryhmä. Vastuullisuus tukee asiakkaiden sitouttamista ja tuotteen ja palvelun vastuullisuus koetaan lisäarvoa tuovana asiansa. (Liappis ym. 2019, 28-29.)

Vastuullisuusviestinnän onnistuminen edellyttää yritykseltä systemaattista suhtautumista oman viestintänsä kehittämiseen sekä toteuttamiseen sekä sen tulee pyrkiä rehellisyyteen ja läpinäkyvyyteen. Käytännössä vastuullisuusviestintää voidaan pitää jatkuvana prosessina, joka on osa yrityksen markkinointia ja jota voidaan toteuttaa yhtä aikaa yrityksen eri kampanjoiden ja muun viestinnän kanssa. (Harmaala ym. 2013, 183.)

Onnistuneen viestinnän näkökulmasta ABC Pitkälähden on määriteltävä tavoittelemansa kohderyhmät. Käytännössä tämä tarkoittaa niitä, keille yritys haluaa viestinsä kohdentaa. Kohderyhmä on tärkeää tunnistaa, jotta viestinnän voi suunnata oikein ja oikeille kanaville. Tällöin myös viesti menee varmemmin perille ja resurssien käyttö on tehokasta ja järkevää. Näin eri sidosryhmille voidaan tuottaa oikeanlaista sisältöä oikeanlaisilla menetelmillä ja välineillä sekä oikeissa paikoissa. (Harmaala ja Jallinoja 2012, 166-167.)

ABC Pitkälähden vastuullisuusviestinnän kanavat:

Sisäinen viestintä:

WorkChat

WorkPlace

Kasvotusten keskusteleminen

Koulutukset

Ulkoinen viestintä:

Instagram: @abcpitkalahti

Facebook: @abccasemat

Nettisivut

ABC Pitkälähden viestinnän kehittäminen:

ABC Pitkälähden pitäisi kehittää viestinnässään sen suunnitelmallisuutta, säännöllisyyttä ja ajoittamista. Viestinnän painotus on melko paljon toimipaikan tuotteissa ja tarjouksissa tällä hetkellä, joten viestinnässä voisi huomioida enemmän toimipaikan ympäristövastuulliset teot ja tuoda ne näkyväksi niin ulkoisessa kuin sisäisessä viestinnässä.

Viestinnän keinot:

Pelillistäminen

Osallistaminen
Tarinallistaminen
Huumorin keinot
Infograafit
Faktaperusteiset ympäristöväittämät
Moraaliin vetoaminen
Ajanmukaisuus ja trendit
Asiakkaan auttaminen
Tunteisiin vetoaminen
Auttaminen vastuullisemman valinnan tekemisessä

Viestinnän sisältö:

Ympäristöystävälliset pesuaineet
Aurinkopaneelit
ABC CarWash: Joutsenmerkityt pesuaineet
Satokausituotteiden käyttäminen
Kasvisannokset
 À la carte: vegaaniset ja kasvisannokset
 Noutopöydän salaattivaihtoehto ja salaattipöytä
 ABC Burger: soijapihvien saaminen hampurilaisiin
Kierrättämismahdollisuudet
 Asiakkaille suunnatut kierrättämismahdollisuudet
 Toimipaikassa tapahtuva kierrättäminen
Biopolttoaineet
Sähköauton latauspiste
Tavoitteiden tuominen esiin sidosryhmille
Ympäristömerkityt tuotteet
Vastuulliset ja kestävät tuotteet