

Vastuullisuusnäkökulmia kahvihuoneiden kierrätysastioihin

19.12.2024

Mikäli kuulut niihin ihmisiin, joille kierrätys tulee jo selkäytimestä, kahvihuoneiden ja muiden vastaavien tilojen kierrätysastioiden puute voi haitata elämääsi. Joko joudut tinkimään periaatteistasi, elämään arvojesi vastaisesti ja luovut kierrättämisestä tai kannat kierrätettävät jätteet kotisi kierrätysastioihin.

Näitä kierrätysastioita – tai niiden puutetta – voi tarkastella yritysten vastuullisuuden kannalta muutamasta eri näkökulmasta.

Vastuullisuus osana yrityksen viestintää

Yritykset raportoivat tänä päivänä omasta vastuullisuudestaan joko säännösten velvoittamana (suurimmat yritykset) tai vapaaehtoisesti (EU, 2022; FIBS, 2023). Yritysvastuuraportoinnin näkökulmasta nämä kirjoituksen aiheena olevat kierrätysastiat ja ne satunnaiset niihin laitettavat maitopurkit, suodatinpussit ja paperipyyhkeet eivät millekään yritykselle tai organisaatiolle varmastikaan ole sitä olennaista, raportoitavaa osaa toiminnoista (vrt. ST-Akatemia), jonka raportoinnin perusperiaatteena on ns. kaksoisolennaisuuden periaate (EU, 2023). Tämän periaatteen mukaisesti yritysten tulee raportoida asioista, joilla on olennaista merkitystä jollekin vastuullisuuden kolmesta osa-alueesta eli ympäristölle, hallintotapaan liittyville asioille tai sosiaalisen vastuun osa-alueelle. Toinen kaksoisolennaisuuden näkökulma edellyttää raportoitavan niistä asioista, joilla on merkitystä myös yrityksen omalle liiketoiminnalle. Kahvihuoneissa syntyvä materiaali tuskin täyttää kumpaakaan näistä kriteereistä millään yrityksellä eikä niiden kierrätys tai kierrättämättä jättäminen siten ylitä raportointikynnystä säännösten velvoittamana raportoivalla yrityksellä kuin vapaaehtoisesti raportoivallakaan.

Näiden materiaalien kierrätyksestä ei myöskään saa tarinaa hyödynnettäväksi yrityksen viestinnässä (mm. Hjerppe, 2020; Dessart & Standaert, 2023). Tarinankerronta on tapa viestiä monesti hyvin monimutkaisistakin kestävyysasioista yksinkertaistamalla ja konkretisoimalla kestävyyteen liittyviä toimia tarinan muotoon (Fischer ym., 2020). Tarinat välittävät informaatiota, selittävät ongelmia ja herättävät tunteita. Materiaalien kierrättämistä, ja tarinoita siitä, monet yritykset tuovat esiin viestinnässään kertoakseen omasta vastuullisuudestaan. Esimerkiksi Hesburger viestii niin toimipisteidensä sähköisillä screeneillä kuin omilla nettisivuillaan, kuinka se kierrättää käyttämänsä paistorasvan Hesburger-rekoissa käytettäväksi uusiutuvaksi dieseliksi (Hesburger, i.a.) samalla informoiden Hesburgerin vastuullisuustoimista, selittäen, miten paistorasvaan liittyvä ongelma on ratkaistu ja pyrkien herättämään myönteisiä tunteita yritystä kohtaan.

Entä ne kustannukset ja toiminnan tulos?

Kierrätysastioiden hankkimispäätöksiä voidaan pohtia ja myös perustella kustannusnäkökulmilla: kierrätysastioiden hankkimisesta ja niiden tyhjentämisestä aiheutuu yrityksen tulosta pienentäviä kustannuksia. Yritysten tavoitteena yleensä on toimia kustannustehokkaasti ja esimerkiksi osakeyhtiölaki toteaa yksiselitteisesti, että yhtiön toiminnan tarkoituksena on tuottaa voittoa osakkeenomistajille, jollei yhtiöjärjestyksessä toisin määrätä (OYL1:5). Maksimaalisen voiton tavoittelun ei kuitenkaan katsota olevan yrityksen ainoan tehtävän, vaan esimerkiksi osakeyhtiöllä on muitakin tehtäviä ja vastuuta koko yhteiskuntaa kohtaan, mukaan lukien vastuu ympäristöstä ja yhteiskuntavastuu yleisesti (Rantakari, 2012).

Yritykset siis pyrkivät toimimaan kannattavasti ja tuloksellisesti, mutta tähän tuloksellisuuteen liittyy valinta siitä, mitä mitataan ja minkä katsotaan osoittavan tätä tuloksellisuutta. Perinteisesti tuloksellisuutta on mitattu laskentatoimen käsitteillä ja on arvioitu yrityksen kannattavuutta, vakavaraisuutta ja maksuvalmiutta. Laskentatoimi onkin tehokas apuväline, kun kyseessä on yrityksen talouteen liittyvä mittaaminen, talouden suunnittelu tai kontrollointi (Laine ym., 2022, s. 24), mutta laskentatoimen hegemoniaa tuloksellisuuden arvioinnissa voidaan myös kritisoida. Onko tuloksellinen yritystoiminta muutakin kuin hyvä taloudellinen tulos ja mitä muita tavoitteita yrityksillä on taloudellisten tavoitteiden lisäksi? Elkingtonin (1997) mukaan yrityksen toiminnan tuloksellisuutta mitattaessa huomioon pitäisikin ottaa myös yrityksen toiminta kaikilla vastuullisuuden osa-alueilla ja yritykset pitäisi saadaan muuttamaan toimintaansa laajentamalla tuloksellisuusajattelua (Elkington, 2018).

Kierrätysastiat yrityksen arvojen osoituksena

Kierrätysastioita voidaan tarkastella myös yrityksen arvojen kautta: mitä pidetään tärkeänä ja minkälaista toimintaa halutaan edistää. Yritysvastuu ja arvot liittyvät yhteen, yritysvastuu on yksi eettisistä arvoista, joihin yritys halutessaan sitoutuu (Lehtonen & Taipale, 2021) ja Lehtosen ja Taipaleen (s.17) mukaan ”arvot määrittävät yrityksen vastuullisuustoimintaa”. Arvot ovat myös yksi organisaation ohjausjärjestelmistä (mm. Simons, 1995) ja vastuullisuus yrityksen arvona ohjaa yrityksen ja sen henkilöstön toimintaa haluttuun, strategian mukaiseen suuntaan. Kierrätysastioiden hankkiminen – tai hankkimatta jättäminen- viestiikin yrityksen sidosryhmille yrityksen toimintaa ohjaavista, toiminnassa näkyvistä arvoista (vrt. Lehtonen & Taipale, 2021). Yritysten itse kertoessa arvoistaan, vastuullisuus voi näkyä esimerkiksi mainintoina

vastuullisesta liiketoiminnasta, ympäristövastuusta, vastuuna henkilöstöstä, vastuullisena toimitusketjuna (Lehtonen & Taipale, 2021, s. 31) tai yleisenä mainintana vastuullisuudesta yhtenä yrityksen arvoista (mm. Seinäjoen ammattikorkeakoulu, i.a.).

Vastuullisuus voi siis olla yrityksen arvo ja arvojen tehtävä on ohjata niin koko yrityksen kuin sen henkilöstönkin toimintaa. Tässä ohjaamisessa kierrätysastiat, tekemällä kierrätyksen helpoksi, tuuppaisivat (englanniksi ”nudging”) (Thaler & Sunstein, 2008) yrityksen henkilöstöä toimimaan tavalla, joka mahdollistaa yrityksen arvojen mukaisen toiminnan (vrt. Härmä & Karvonen, 2022). Tuuppaamisella tarkoitetaan keinoa, jolla pyritään vaikuttamaan yksilön käyttäytymiseen ennustettavalla tavalla siten, että mitään vaihtoehtoja ei kielletä eikä yksilön valinnanvapaus rajoitu (Thaler & Sunstein, 2008). Tuuppaaminen menetelmänä, minkälaiseksi kierrätysastiatkin voidaan mieltää, edistää sekä yksilön omaa että yhteiskunnan hyvinvointia (vrt. Härmä & Karvonen, 2022).

Mitä oikeastaan tarkoitetaan vastuullisuudella?

Viimeinen näkökulma kierrätysastioiden hankintaan on sen pohtiminen, mitä tarkoitetaan vastuullisuudella ja minkälaisia vastuullisuustekoja tehdään omaksutun vastuullisuuskäsityksen pohjalta. Vastuullisuuden määritelmät vaihtelevat Milton Friedmanin (1970) toteamuksesta yrityksen ainoana vastuuna voiton tuottaminen, kun yritys vain toimii avoimessa kilpailutilanteessa ilman väärinkäytöksiä, Reijo Knuutisen (2018) määritelmään, jonka mukaan yritysvastuullisuus ”aidoimmillaan alkaa siitä, mihin lain asettamat rajat piirtyvät”. Vastuullisuuteen tulisi Knuutisen mukaan aina liittyä vapaaehtoisuutta, koska lakejahan tulee noudattaa joka tapauksessa. Näiden määritelmien väliin sopivat mm. ne näkökulmat, jotka korostavat vastuullisuuden lähtökohtana lainsäädännön noudattamista (Möttö, 2021). Vastuullisuus voidaankin määritellä monella eri tavalla, ja esimerkiksi Dahlsrud (2008) on löytänyt vastuullisuudelle 37 erilaista määritelmää. Se, miten vastuullisuus yrityksessä ymmärretään, määrittelee sitä, priorisoidaanko yrityksessä Milton Friedmanin (1970) hengessä niitä vastuullisuustekoja, jotka tuovat yritykselle hyötyä esimerkiksi tulevina säästöinä (kuten vaikkapa aurinkopaneeleiden asentaminen) tai jotka luovat goodwilliä (esimerkiksi kiertotalouteen liittyvät tarinat), ja sitä kautta parannetaan yrityksen tulosta, vai nähdäänkö vastuullisuus ennemminkin Knuutisen (2018) tapaan vapaaehtoisuuteen perustuvana vastuullisina tekoina, joihin ei liity liiketaloudellista kannustinta.

Mitä tämä kaikki tarkoittaa sen kierrättävän yksilön kannalta?

Raportoitavaa ei siis kierrätysastioista synny, eikä ehkä positiivista tarinaa kerrottavaksi. Mutta yrityksen arvojen ja vastuullisuuskäsitteen pohjalta tehdään päätös kierrätysastioista: siis siitä, maksimoidaanko taloudellista tulosta vai nähdäänkö tuloksellinen toiminta muunakin kuin tuloksen optimointina, siitä, onko yrityksen vastuullisuus muutakin kuin taloudellista vastuuta sekä siitä, mihin suuntaan halutaan arvojen ohjaavan yrityksen ja sen henkilöstön toimintaa.

Artikkeli on kirjoitettu osana Tilitoimistot ja pk-yritysten vastuullisuusraportointi -hanketta, joka on saanut on saanut Töysän Säästöpankkisäätiön tutkimusrahaston rahoituksen.

Tuulia Potka-Soininen
KTT, KLT
yliopettaja

Tuulia Potka-Soininen on laskentatoimen yliopettaja, jolla on pitkä käytännön kokemus laskentatoimesta, yritysten raportoinnista ja eettisistä kysymyksistä, joita on esimerkiksi tullut vastaan hänen aiemmalla urallaan tilintarkastajana. Väitöskirjan aiheena hänellä oli verotus ja mm. verotuksen oikeudenmukaisuus.

Lähteet

Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 15*(1). https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132

Dessart, L., & Standaert, W. (2023). Strategic storytelling in the age of sustainability. *Business Horizons, 66*, 371-385.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business.* Gabriola Island (BC): New Society Publishers.

Elkington, J. (25. 6 2018). 25 Years ago I coined the phrase “Triple Bottom Line.” Here’s why it’s time to rethink it. *Harvard Business Review*. https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it

EU. (14. 12 2022). *Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2022/2464*, CSRD-direktiivi.

EU. (2023). *Komission delegoitu asetus (EU) 2023/2772, annettu 31. päivänä heinäkuuta 2023, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2013/34/EU täydentämisestä kestävyysraportointistandardien osalta.* EU. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX%3A32023R2772

FIBS. (13. 9 2023). Moni yritys vasta alkuvaiheessa uuden raportointidirektiivin vaatimuksiin valmistautumisessa. https://fibsry.fi/uutishuone/tutkimukset/moni-yritys-vasta-alkuvaiheessa-uuden-raportointidirektiivin-vaatimuksiin-valmistautumisessa/

Fischer, D., Selm, H., Sundermann, A., & Storksdieck, M. (2020). Storytelling for Sustainability: A Definition and Its Implications for Education and Communication. Teoksessa P. Molthan-Hill, D. Baden, T. Wall, H. Puntha, & E. Luna (Toim.), *Storytelling for Sustainability in Higher Education: An Educator’s Handbook.* London: Routledge.

Friedman, M. (13. 9 1970). A Friedman doctrine-- the social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times*.

https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html

Hesburger. (i.a.). *Paistoöljystä uusiutuvaa dieseliä*. https://www.hesburger.fi/vastuullisuus/ymparisto/paistooljysta-uusiutuvaa-dieselia

Hjerppe, C. (2020). Kiertotalous vaateyrityksen vastuuviestinnässä. Teoksessa H. Hirsto, M. Enell-Nilsson, H. Kauppinen- Räisänen, & N. Keng, *Työelämän viestintä III, Arbetslivskommunikation III, Workplace Communication III, Kommunikation im Berufsleben III. VAKKI Symposium XL 6.–7.2.2020* (ss. 46–59). VAKKI ry. https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/11866/Osuva_Hjerppe_2020.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Härmä, V., & Karvonen, S. (2022). Sosiaalinen konteksti vaikuttaa ilmastotuuppausten hyväksyttävyyteen. *Suomen sosiaalinen tila*(5).

Knuutinen, Reijo. (2018). *Lausunto Eduskunnan valtiovarainvaliokunnan verojaostolle.* https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/JulkaisuMetatieto/Documents/EDK-2018-AK-180737.pdf

Laine, M., Tregidga, H., & Unerman, J. (2022). *Sustainability accounting and accountability* (3 p.). Abingdon: Routledge.

Lehtonen, T., & Taipale, T. (2021). *Suomen suurimpien työnantajien arvot*. Teoksessa I. H. Halonen (Toim.), *Työn järjestyksiä, 11–36. YFI julkaisuja, 11.* Jyväskylän yliopisto. http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-8939-2

Möttö, K. (2021). *Vastuullisuus tieliikenteen tavarankuljetustoiminnassa.* Tampereen yliopisto. https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/130621/978-952-03-1918-2.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Rantakari, H. (2012). *Osakeyhtiön toiminnan tarkoitus ja sen suhde yhteiskuntavastuuseen*. *Helsinki Law Review*(1), 145-172.

Simons, R. (1995). *Levers of control: how managers use innovative control systems to drive strategic renewal.* Boston: Harvard Business School Press.

Seinäjoen ammattikorkeakoulu. (i.a.). *Strategia ja arvot*. https://www.seamk.fi/tietoa-seamkista/strategia-ja-arvot/

ST-Akatemia. (i.a.). *ESG-palvelu.*https://esgpalvelu.fi/olennaisuusarviointi-ratkaisee-esg-raportin-sisallon/

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness.* Yale University Press.