

Sosiaalisen vastuun työkirja OPn asiakastyössä

Jyrki Turtiainen

Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma
28.3.2016

Tekijä(t)
Jyrki Turtiainen

Koulutusohjelma Kirjoita tähän koulutusohjelmasi	
Opinnäytetyön otsikko Sosiaalisen vastuun työkirja OPn asiakastyössä	Sivu- ja liitesivumäärä 32 + 13
Opinnäytetyön nimi englanniksi Social Responsibility workbook OP Financial Group's client work	
Vastuullisen liiketoiminnan merkitys kasvaa globalisaation toimiessa merkittävä ajurina. Pk-yritysten sidosryhmät vaativat yhä enemmän läpinäkyvyyttä yrityksen toimintaan. Tulevaisuudessa ei välttämättä riitä, että yrityksen sidosryhmät saavat tietoa pelkästään yrityksen taloudellista menestyksestä, vaan yrityksen pitää pystyä avoimesti kertomaan, että tulos on saatu aikaiseksi vastuullisella ja eettisesti kestäväälle pohjalle rakennetulla liiketoiminnalla. Tämä opinnäytetyö tuottaa OP:lle työkirjan, jonka avulla pk-sektorin yrittäjä voi yhdessä OP:n toimihenkilön kanssa arvioida yrityksen sosiaalisen vastuun tilaa ja sen merkitystä yrityksen liiketoiminnan menestykselle. Työkirjan avulla OP pystyy myös lisäämään asiakasymmärrystä ja tarjota asiakkaalle sopivia liiketoimintaa edistäviä finanssivastuukäytäntöjä. Työkirjaa varten on perehdytty finanssialan nykyisiin käytäntöihin vastuullisuuden huomioimisessa asiakasrajapinnassa. Työn teoreettinen viitekehys käsittelee vastuullisen liiketoiminnan perusteita, johtamista ja raportointia. Työkirjaa voi käyttää heti sellaisenaan asiakasrajapinnassa, mutta käytännössä se antaa OP:lle vasta hyvän pohjan kehittää asiakasymmärrystä ja asiakkuuksien johtamista vastuullisuuden näkökulmasta.	
Asiasanat Vastuullisuus, Sosiaalinen vastuu, Pk-yritysten sosiaalinen vastuu	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön tavoite ja aihe	1
1.2	Opinnäytetyön rajaukset	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne	2
1.4	Kuvaus toimeksiantajasta	3
2	Yritysvastuu	4
2.1	Yrityksen yhteiskuntavastuu ja vastuullisuus	4
2.2	Vastuullisuuden ajureita	9
2.3	Yritysvastuu finanssialalla	10
2.4	Vastuullisen yrityksen ominaispiirteet	15
3	Yritysvastuun johtaminen ja mittaaminen	18
3.1	Yritysvastuun johtaminen	18
3.2	Yritysvastuun mittaaminen	19
4	Työkirjan toteutus	24
4.1	Prosessin kuvaus	24
4.2	Nykytila	25
4.3	Tavoitetila	26
4.4	Sisältö	26
4.5	Hyödynnettävyys	27
5	Pohdinta	29
5.1	Jatkokehitys	29
5.2	Oma oppiminen	30
	Lähteet	31
	Liite 1 Sosiaalisen vastuun työkirja	33
	Liite 2 OP Tarvekartoitus kysymykset	44

1 Johdanto

Fibs 2016 vastuullisuus tutkimuksen mukaan yli 90 % yrityksistä uskoo vastuullisuuden merkityksen kasvavan lähitulevaisuudessa. Samaisen tutkimuksen mukaan asiakkaiden, sijoittajien sekä omistajien vaikutus yritysten vastuulliseen toimintaan on kasvussa.

Yritysvastuun johtamisen merkitys kasvaa, koska toimintaympäristössä tapahtuvat muutokset pakottavat yritykset ottamaan huomioon ja vastuun ihmisistä, ympäristöstä ja taloudesta. Yritysvastuu liittyy jatkossa yhä enemmän yrityksen kilpailukykyyn, eritoten riskienhallinnan näkökulmasta, mutta myös uusien liiketoimintamahdollisuuksien lähteenä (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2013, 9).

Välitön sosiaalinen vastuu koskettaa eritoten yritysten henkilöstöä. Pk-yritysbarometrin 1/16 (Suomen Yrittäjät 2016) mukaan nimenomaan pk-yritykset pyrkivät sinnittelemään heikon taloustilanteen yli pitämällä kiinni henkilöstöstään. Samaisen barometrin mukaan irtisanomisten välttämisen lisäksi suomalaiset pk-sektorin yritykset ovat merkittävin uusien työpaikkojen luoja. Aikavälillä 2001- 2012 työllisten määrän muutos yrityksissä on ollut yhteensä 108 806 henkilötyövuotta ja tästä määrästä pk-sektorin yritysten osuus on ollut 92,6 % eli 100 722 henkilötyövuotta.

Finanssialan tuotteilla ja palveluilla voidaan merkittävästi vaikuttaa yritysten joko vastuullisen tai vastuuttoman toiminnan edistämiseen. Vastuullisuuteen sekä palvelujen kehittämisessä että myymisessä tullaan varmasti kiinnittämään jatkossa finanssialalla enemmän huomioita.

Finanssialan kuten myös muidenkin toimialojen yritysten toimintaa saatetaan jatkossa arvioida, ei vaan sen oman vastuullisuuden näkökulmasta, mutta myös sen asiakkaiden vastuullisuuden näkökulmasta – ”kerro kuka on asiakkaasi, niin kerron millainen olet”.

Tämä työ nivoo yhteen pk-sektorin yritysten vastuullisen liiketoiminnan edistämisen, vastuullisuuden merkityksen liiketoiminnan menestykselle sekä finanssialan tarpeet tuottaa pk-sektorin yrityksille heidän liiketoimintaa edistäviä ratkaisuja.

1.1 Opinnäytetyön tavoite ja aihe

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön ensisijaisena tavoitteena on tehdä OPn henkilöstölle sosiaalisen vastuun työkirja. Työkirjan avulla OPn henkilöstö voi yhdessä asiakasyrityksensä kanssa arvioida asiakasyrityksiensä yhteiskuntavastuun nykytilaa sosiaalisen vas-

tuun näkökulmasta. OP lisää työkirjan avulla omaa asiakasymmärrystään ja pystyy siten tarjoamaan paremmin kohdennettuja palveluja asiakkailleen.

OPn tavoite on olla vastuullisuuden edelläkävijä finanssialalla (OP 2016c, Vastuullisuus) ja tämän työkirjan avulla OP pystyy myös viestimään vastuullisuuden merkityksestä asiakasyrityksilleen ja sitä kautta edistämään pk-yritysten vastuullista toimintaa. Tavoitteena on, että OPn asiakasyrityksille vastuullisuus on jatkossa olennainen osa liiketoiminnan menestystä.

1.2 Opinnäytetyön rajaukset

Tilastokeskuksen (STAT 2016) määritelmän mukaan pieneksi ja keskisuureksi (pk-yritys) määritellään ne yritykset, joiden juokseva 12 kuukauden liikevaihto on enintään 50 miljoonaa tai taseen loppusumma on enintään 43 miljoonaa euroa ja jotka täyttävät riippumattomuuden perusteen. PK-yrityksellä on henkilöstöä enintään 250 kpl. Riippumattomuuden peruste tarkoittaa sitä, että yrityksen osakkeista tai osakkeiden äänivallasta ei ole enempää kuin 25 % sellaisen yrityksen hallussa, joka ei täytä pk-yrityksen määritelmää.

OPn oma asiakkuusstrategia jakaa yritysasiakkuudet vielä hienojakoisemmin kuin tilastokeskuksen pk-yritys määritelmä. OPssa yritykset on jaettu liikevaihdon sekä henkilöstömäärän perusteella termein mikro-, pieni-, keskisuuri- ja suuryritys. OPn sisäisessä terminologiassa pk-yritys tarkoittaa yritystä, jonka liikevaihto on alle 20 miljoonaa euroa ja henkilöstö on alle 250 henkilöä (OP 2016b, Osuuspankkien asiakkuusstrategia 2016). Tässä opinnäytetyössä ja siihen liittyvässä työkirjassa käytetään OPn pk-yritys määritelmää.

Opinnäytetyön tuloksena syntyvän työkirjan käyttö rajataan ainoastaan OPn ja sen asiakasyritysten käyttöön.

Vastuullisuuden käsittely rajataan käsittelemään ainoastaan yritysten sosiaalisen vastuun piiriin kuuluvia velvoitteita.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyön ensimmäisessä luvussa on kuvattu työn tavoite, rajaukset sekä opinnäytetyön rakenne. Ensimmäisessä luvussa on edellä mainittujen lisäksi myös kuvaus toimeksiantajasta. Työn toisessa ja kolmannessa luvussa on opinnäytetyöhön liittyvää teoriaosuutta yritys vastuusta, sen johtamisesta ja raportoinnista. Neljännessä luvussa kuvataan toiminnallisen työn etenemistä, lähtötilannetta työkirjan tekemiseen ja tavoitetilaa.

Neljännessä luvussa on lisäksi kuvaus työn hyödynnettävyydestä ja lopputulos eli sosiaalisen vastuun työkirja. Työkirja on kokonaisuudessaan työn liitteenä. Viidennessä luvussa on tämän työn aikana syntynyttä pohdintaa kehittämis- ja jatkosuunnitelmista.

1.4 Kuvaus toimeksiantajasta

OP tarkoittaa tässä työssä koko osuuspankkiryhmää ja sen n. 180 jäsenpankkia.

OP on Suomen suurin finanssiryhmä. OPn liiketoiminta jakaantuu kolmeen eri liiketoiminta-alueeseen: pankkitoiminta, varallisuudenhoito ja vahinkovakuutus. Toiminta perustuu osuustoiminnallisuuteen. Osuuspankkeja on n. 180 ja jokainen niistä toimii paikallisena osuuskuntamuotoisena, itsenäisenä vähittäispankkina (OP 2016d, OP Ryhmä yleisesittely)

OPn toiminnan perustana on asiakasomisteisuus. OPn perustehtävänä on edistää omistaja jäsenten eli asiakkaiden ja toimintaympäristön kestäväää taloudellista menestystä, turvallisuutta ja hyvinvointia. OPn arvot ovat ihmisläheisyys, vastuullisuus ja yhdessä menestyminen. OPn toiminnan ydin on asiakaskekskeinen liiketoiminta ja sen ytimessä on asiakas eli omistaja (OP 2016d).

OP on johtava suomalainen pk-yritysten pankki. Suomalaisista pk-yrityksistä lähes joka toinen asioi OPssa ja pääpankkinaan OPTa pitää mikro- ja pienistä yrityksistä lähes 40 % (OP 2016a, Yritysassiakkaiden kilpailutilanne ja markkinatutkimus 2015)

OP haluaa panostaa siihen, että sen toiminta on kaikilta osin vastuullista. Vastuullisuus vaatii tekoja. OP on asettanut tavoitteekseen olla toimialansa edelläkävijä vastuullisuuteen liittyvissä asioissa (OP 2016c).

2 Yritysvastuu

Suomessa yritysvastuuasioita koordinoi työ- ja elinkeinoministeriö. TEM:in yhteydessä toimii elinkeinoelämän edustajista koostuva Yhteiskunta – ja yritysvastuu neuvottelukunta, joka toimii neuvoa-antavana elimenä (Kuisma 2015,39).

Kuisman (2015, 39–41) mukaan muita merkittäviä yritysvastuutoimijoita Suomessa ovat eri ministeriöt omalta vastuualueeltaan ja lisäksi Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ja sen toimialajärjestöt. Edellä mainittujen lisäksi Suomessa toimii Fibs, joka on 250 (2014 loppu) yrityksen muodostama yritysvastuuverkosto, johon kuuluu kaikenkokoisia yrityksiä eri toimialoilta. Verkoston tarkoitus on löytää vastuullisuudesta kilpailuetua, joka tuo lisäarvoa yrityksille ja yhteiskunnalle.

2.1 Yrityksen yhteiskuntavastuu ja vastuullisuus

Yrityksen yhteiskuntavastuu on syntynyt käsitteenä YK:ssa 1980-luvun lopulla tehdyn raportin "Yhteinen tulevaisuutemme" myötä. Samasta asiasta käytetään termejä vastuullisuus, yritysvastuu ja vastuullinen yritystoiminta (Lehtipuu & Monni 2007, 62).

Yritysvastuu on kuitenkin terminä vähintäänkin epäselvä. Syitä tähän on monia, mutta yksi näkökulma voi olla se, että yritysvastuu on käsitteenä paljon epämääräisempi kuin taloudellisuuden ja tuottavuuden käsitteet. Vastuullinen yritystoiminta tarkoittaa myös eri asioita eri kulttuureissa. Amerikassa se tarkoittaa erityisesti yksilöiden ja yrityksen johtajien omaa esimerkkiä ja hyväntekeväisyyttä. Euroopassa ollaan taipuvaisia ajattelemaan, että yrityksen on noudatettava yrityskansalaisuuden periaatteita ja Japanissa taas yrityksillä on erittäin iso rooli ja maine sosiaalisen vastuun kantajina toimiessaan elinikäisinä työnantajina. Yksi epäselvyyttä lisäävä seikka on ajatus siitä, että yrityksille sysätään sellaisia vastuita, joista sen ei ehkä yrityksen perustehtävän näkökulmasta tulisikaan kantaa vastuuta (Lehtipuu & Monni 2007, 54).

Yhteiskuntavastuussa on kyse yritysten ja yhteiskunnan julkisen vallan välisestä työnjaosta ja siitä kuinka nämä yhdessä edistävät kansalaisten ja ympäristön hyvinvointia (Harmaala & Jallinoja 2013, 14).

Yhteiskuntavastuulla on myös perinteisesti tarkoitettu sitä osaa yrityksen toiminnasta, joka ylittää lainsäädösten edellyttämät vähimmäisvaatimukset ja vastuut esimerkiksi ympäristöstä, työntekijöistä, kuluttajista, lähiyhteisöistä ja sidosryhmistä. Vastuullisuuteen kuuluu myös se vuoropuhelu mitä yrityksen tulisi käydä sidosryhmiensä kanssa yhteisten asioiden ja ongelmien ratkaisemiseksi (TEM 2009, Työ- ja elinkeinoministeriö).

Yritystoiminta on useilta osin riippuvainen sitä ympäröivästä yhteiskunnasta ja niin yhteiskunta kuin ympäristökin vaikuttavat yrityksen toimintaan. Yritysvastuu käsite jaetaan usein sosiaaliseen, taloudelliseen ja ympäristö vastuuseen, mutta yhä useammin on alettu puhua yhteisen arvon luomisesta, jolloin yritysvastuu on keskeinen osa yrityksen ansaintaa (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2013, 17).

Yritysvastuu on yrityksen vastuuta sen toiminnan synnyttämistä välittömistä tai välillisistä taloudellista, sosiaalista tai ympäristöllisistä vaikutuksista. Yhä kasvamassa määrin yritys joutuu kantamaan vastuuta myös yhteistyökumppaneidensa vastuullisuudesta (Niskala ym. 2013, 10).

Vastuullinen yritystoiminta koetaan yhä useimmin yrityksen pitkän aikavälin menestystekijäksi, joka luo yritykselle kestävää arvoa (Niskala ym. 2013, 10).

2.1.1 Vastuullisuuden kolmijako

Niskalan ym. (2013, 18) mukaan yritysten vastuullisuutta voidaan kuvata ns. kolmipilari-mallilla. Malli kuvaa hyvin havainnollisesti vastuullisuuden kolmijakoa ja sen sisältöä.



Kuvio 1. Vastuullinen yritystoiminta. Alkuperäinen lähde (Yrityksen yhteiskuntavastuu – Mistä on kysymys (TT, 2000))

Harmaala & Jallinoja (2012, 18) mukaan usein yrityksen käytännön toimenpiteitä vastuullisuuden edistämiseksi on vaikea jaotella kuvion 1 mukaisella jaolla. Arjessa tekemisillä on paljon keskinäisiä riippuvuussuhteita, jolloin eri toimenpiteiden vaikutuksia on vaikea erottaa toisistaan ja jaotella kuvion 1 mukaisesti.

Seuraavissa kappaleissa kuvataan vastuullisen liiketoiminnan jokaista osa-aluetta keskityen eniten sosiaaliseen vastuuseen.

2.1.2 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuu voidaan määritellä esimerkiksi tuotantoa ja kauppaa harjoittavan yrityksen näkökulmasta neljään eri kategoriaan. Sosiaaliseen vastuuseen kuuluu ensinnäkin vastuu henkilöstöstä ja toiseksi vastuu yrityksen tuotteista niin tuotevastuun, tuoteturvallisuuden, kuluttajansuojan kuin markkinoinnin näkökulmasta. Kolmantena kokonaisuutena on yhteiskunnallinen vastuu, joka kattaa vastuun työllistämisestä ja neljäntenä kokonaisuutena vastuu yhteistyökumppaneista. (Harmaala & Jallinoja 2012, 21)

Sosiaalinen vastuu voidaan jakaa, kuten myös muut vastuullisuuden osa-alueet, välittömiin ja välillisiin vastuisiin, jolloin välitön vastuu tarkoittaa vastuuta omasta henkilöstöstä ja vastuuta yrityksen palveluista sekä tuotteista. Välillisiin vastuisiin voidaan lukea vastuu kumppanien ja alihankkijoiden henkilöstöstä ja raaka-ainetuottajista. Välillinen vastuu toimintaympäristöstä voi olla kansainvälisesti toimivalla yrityksellä hyvin erilaista eri maissa. Hyvinvointivaltioissa mm. lainsäädäntö kattaa monet sosiaalisen vastuun velvoitteet, kun taas kehittymättömissä maissa vastaavat asiat ovat vapaaehtoisesti toteutettavissa (Harmaala & Jallinoja 2012, 20).

Rohweder määrittelee välittömän sosiaaliseen vastuun siten, että siihen kuuluu vastuu yrityksen työntekijöistä ja heidän hyvinvoinnista sekä osaamisesta. Sosiaaliseen vastuuseen liittyy myös työntekijöiden kulttuurin ja arvojen kunnioittaminen. Keskeisiä asioita ovat myös työturvallisuus ja työskentelyolosuhteet, työterveyshuolto ja muu työkyvyn ylläpitäminen, koulutus sekä työssä kehittyminen, syrjinnän kieltäminen ja työsuhteen päättymiseen liittyvät tekijät (Rohweder 2004, 103).

Sosiaalinen vastuullisuus tarkoittaa myös työn ja perhe-elämän yhteensovittamista työaika- ja muilla järjestelyillä. Vastuullisuus tarkoittaa myös monimuotoisuuden huomioimista johtamisessa, jossa kaikille on yhtäläiset säännöt ja mahdollisuudet, joita voidaan kuitenkin huomioida eri ryhmien osalta eri tavalla (Viitala & Jylhä 2013, 352).

Sosiaalinen vastuu on osittain lakisääteistä, mutta myös muille yrityskohtaisille sosiaalisille arvoille on tilaa. Pohjimmiltaan sosiaalisessa vastuussa on kyse ihmisoikeuksista (Keto-la 2005, 40).

Lainsäädännön näkökulmasta sosiaaliseen vastuuseen liittyvää toimintaa määrittää Suomessa mm. työlainsäädäntö ja eri alojen työehtosopimukset. Suomessa on myös useita lakeja, jotka säätelevät henkilöstön ja työnantajan välistä suhdetta, joista esimerkkinä mainittakoon työsopimuslaki, työaikalaki, vuosilomalaki, työterveyslaki ja eläkelaki (Harmaala & Jallinoja 2012 206, 207). Maahanmuuton lisääntyessä ihmisten tasa-arvokysymykset ovat nousseet ajankohtaisiksi myös Suomessa (Harmaala & Jallinoja 2012, 207).

Yrityksen henkilöstön näkökulmasta sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat henkilöstön hyvinvoinnista ja osaamisen kehittämisestä huolehtiminen, vastuulliset toimintatavat irtisanomistilanteissa, ihmisoikeuksien kunnioittaminen (Niskala ym. 2013, 18).

Pk-sektorilla henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen jatkossa. Pk-yritysbarometrin 1/16 (Suomen Yrittäjät 2016) mukaan nimenomaan pk-yritykset pyrkivät sinnittelemään heikon taloustilanteen yli pitämällä kiinni henkilöstöstään. Samaisen barometrin mukaan irtisanomisten välttämisen lisäksi suomalaiset pk-sektorin yritykset ovat merkittävin uusien työpaikkojen luoja. Aikavälillä 2001- 2012 työllisten määrän muutos yrityksissä on ollut yhteensä 108 806 henkilötyövuotta ja tästä määrästä pk-sektorin yritysten osuus on ollut 92,6 % eli 100 722 henkilötyövuotta.

2.1.3 Taloudellinen vastuu

Yrityksen taloudellinen vastuu liittyy kannattavaan toimintaan ja se voi olla, joko välitöntä tai välillistä. Välitön vastuu liittyy suoriin rahavirtoihin kuten palkkoihin, veroihin ja osinkoihin. Välillinen vastuu liittyy kansantalouden kokonaisuuteen ja sitä kautta esimerkiksi alihankkijoiden työllisyyteen (Rohweder 2004, 98). Harmaala & Jallinoja (2012, 19) näkee taloudellisen vastuun tapana, jolla yritys luo taloudellista hyvinvointia ympäröivään yhteiskuntaan ja yritysvastuu näkökulmasta olisi suotavaa, että yritys luo tasapuolisesti taloudellista hyvinvointia siinä ympäristössä, jossa se toimii.

Taloudellista vastuullisuutta voi lähestyä myös siitä tulokulmasta, että sen avulla on mahdollista toteuttaa myös sosiaalista ja ympäristövastuuta. Taloudellinen menestyminen edellyttää toiminnan tehokkuutta ja kannattavuutta; näistä huolehtiminen luo edellytyksiä muille vastuullisuuden osa-alueille (Knuutinen 2014, 100).

Taloudellisen vastuun tarkastelun perustana voidaan pitää yritysten tilinteko- ja raportointivelvollisuutta, josta on säädetty erikseen osakeyhtiö-, kirjanpito-, vero- ja arvopaperimarkkinalainsäädännössä (Rohweder 2004, 98). Lainasäädäntö ohjaa taloudellisen vastuun toimintaa, mutta yritysvastuun näkökulmasta kansainvälisesti toimiva yritys voi valintoja tekemällä vaikuttaa huomattavasti siihen, minkä maan lainsäädäntöä se noudattaa. Tällä on taas suuri merkitys yritystä ympäröivään toimintaympäristöön (Harmaala & Jallinoja 2012, 19)

Pohjimmiltaan ja yksinkertaistettuna taloudellisessa vastuussa on kyse näkökulmasta, jonka Kuisma (2015, 14) ja kymmenkunta vuotta aikaisemmin Rohweder (2004, 99) ottavat esille. Edellä mainittujen mukaan yritystoiminnan tarkoitus on tuottaa voittoa. Yritykset ovat historian saatossa esitelleet vain taloudellista tulostaan. Vastuullisen taloudellisen toiminnan ajatus perustuu siihen, että yrityksen pitää pystyä osoittamaan, että kannattava liiketoiminta on saatu aikaiseksi eettisesti hyväksyttävällä tavalla. Yritykset saavat tehdä voittoa, kunhan ne pystyvät osoittamaan, että se on saavutettu vastuullisesti ja samalla on edistetty tasapuolisesti ja oikeudenmukaisesti kaikkien sidosryhmien niin sosiaalisia, ympäristöllisiä kuin taloudellisiakin päämääriä ja näkökohtia. Osakasarvon rinnalle on nousut yrityksen sidosryhmäarvo.

2.1.4 Ympäristövastuu

Keskustelu ympäristövastuun ympärillä on käynnistynyt Suomessa 1960-luvulla ja siitä lähtien keskustelu on jatkunut vilkkaana (Rohweder 2004,100)

Vastuullisesti toimiva yritys on selvillä toimintansa ympäristövaikutuksista. Ympäristövastuun näkökulmasta yrityksen pitää toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla (Harmaala & Jallinoja 2012, 22).

Ympäristövastuuta voidaan tarkastella samalla tavalla välittömän ja välillisen vastuu kautta kuten taloudellista ja sosiaalista vastuuta. Yrityksen välitön vastuu on vastuuta sen omasta toiminnasta aiheutuvista ympäristövaikutuksista. Välillinen vastuu korostuu toimintojen ulkoistamisien ja verkostoitumisien kautta. Yrityksien pitää ottaa vastuu tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutuksista koko tuotantoketjun osalta (Harmaala & Jallinoja 2012, 22). Yritysten toimintojen ulkoistaminen on lisännyt välillisen ympäristövastuun haasteita ja ympäristövastuun johtaminen on vaikeutunut. Tästä syystä yrityksiä tulisi määritellä, mitä vaatimuksia he asettavat yhteistyökumppaneilleen. (Rohweder 2004,100).

2.2 Vastuullisuuden ajureita

Yritysvastuun historiallisen kehityksen voi jakaa kolmeen eri ajanjaksoon: teollistuminen, kansainvälisen kaupan kasvu ja globalisaatio (Harmaala & Jallinoja 2012, 24).

Tämän päivän vastuullisuuden merkittävimpänä ajurina toimii globalisaatio. Globalisaatio tarkoittaa tässä yhteydessä eri maiden välistä riippuvuuden lisääntymistä. Globalisaation myötä eri maat tai alueet tarjoavat vaihtoon jotakin sille ominaista resurssia (Rohweder 2004, 27).

Toimintaympäristön muutokset ovat johtaneet vastuullisuuden merkityksen kasvamiseen yhteiskunnassa. Globalisaatio on omalta osaltaan lisännyt hyvinvointia, mutta toisaalta se on myös kasvattanut kehittyneiden ja kehittymättömien maiden välistä kuilua. (TEM 2012) Taloudellisen eriarvoisuuden kasvuun on vaikuttanut vapaa pääoman, tuotteiden sekä pääoman liikkuvuus ja lisäksi globalisaatio on mahdollistanut laajan erikoistumisen (Harmaala & Jallinoja 2012, 32–33).

Taloudellisen kasvun vaade ajaa yrityksiä myös tehostamaan toimintaansa ja tehostamisen vimman keskelle saattaa vastuu kokonaisuudesta hämärtyä. Yritysvastuu tarkoittaa yritysten vastuuta toimintansa synnyttämistä taloudellisista, sosiaalista ja ympäristövaikutuksista. Globalisaation myötä nämä vaikutukset voivat olla "poissa silmistä" ja toisella puolella maapalloa, mutta useassa tapauksessa vaikutukset näkyvät hyvinkin konkreettisesti (TEM 2012). Globalisaation myötä yritysten toiminta-alue muuttuu ja kasvaa eikä asioita hoideta enää yhden maan näkökulmasta (Lehtipuu, Monni 2007, 26).

Globalisaation ja tehostamisen näkökulmasta suurin ongelma on se, että kolmannet maat ovat raaka-aine – ja työvoimavaroiltaan erittäin suuria, mutta sieltä puuttuu pääoma jolla näitä hyödynnetään. Tämä on johtanut siihen, että pääoma resurssien hyödyntämiseen tulee näiden maiden ulkopuolelta, jolloin poliittisen ja taloudellisen vallan yhdistyessä näillä tahoilla on enemmän valtaa kuin virallista asemaa (Lehtipuu & Monni 2007, 32).

Yritystoiminnassa yhtenä muutoksen ilmentymänä on kvartaalitalouteen siirtyminen. Kvartaalitaloutta tukee pääomien tehokkuusvaatimukset ja tehokkuuteen pääsemiseksi yritykset käyttävät monia keinoja. Vastakohtana nopealle sekä reaaliaikaiselle taloudelliselle informaatiolle on luonnon, politiikan ja sosiaalisten järjestelmien hitaus (Lehtipuu & Monni 2007, 24-25). Tehokkuusvaatimukset korostuvat koska elintasomme on nyt korkea ja erityisesti raaka-aineiden ja ruoan hinnat ovat laskeneet suhteessa tulotasoon. Peruskysyntä

on pitkälti tyydytetty ja yritykset tehostavat tavarantuotantoa toimiakseen kylläisillä markkinoilla (Lehtipuu & Monni 2007, 25).

Harmaala & Jallinojan (2012, 32) mukaan globalisaatio yhdessä erityyppisten ympäristö- sekä sosiaalisten ongelmien kanssa vaikuttavat toisiinsa ja ihmisten arvoihin. Globaalit trendit vaikuttavat yritysten toimintaympäristöön entistä nopeammin.

Yhdeksi vastuullisuuden ajuriksi voisi ajatella yritysten sidosryhmien vaatimukset yritystoiminnan läpinäkyvyydestä. Niskala ym. (2013, 73) mukaan yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista on kiinnostunut huomattavasti laajempi joukko sidosryhmiä kuin mitä kiinnostaa pelkkä liiketoiminnallinen menestys.

2.3 Yritysvastuu finanssialalla

Globalisaation seurauksena vapautuneet kansainväliset rahoitusmarkkinat ovat omalta osaltaan vaikuttaneet merkittävästi yritysten toimintaedellytyksiin. Häiriöt rahoitusmarkkinoilla vaikuttavat yritysten toimintakykyyn ja tämän lisäksi rahoitus- ja kauppajärjestelmässä on rakenteita, jotka haittaavat kehittyvien maiden taloudellista kasvua. Erityisesti yksittäisten maiden mahdollisuudet vaikuttaa, säädellä ja valvoa monikansallisten yritysten ja finanssialan toimintaa ovat vähentyneet (Harmaala & Jallinoja 2012, 35).

Kansainvälisen finanssitoimialan vähäinen sääntely ja liiketoiminnan monipuoliset ulottuvuudet antavat hyvät mahdollisuudet toimia jopa lain vastaisesti, jotta jo ehkäpä ahneudeksi muuttuneet liiketoiminnan tavoitteet saadaan toteutettua (Harmaala & Jallinoja 2012, 47).

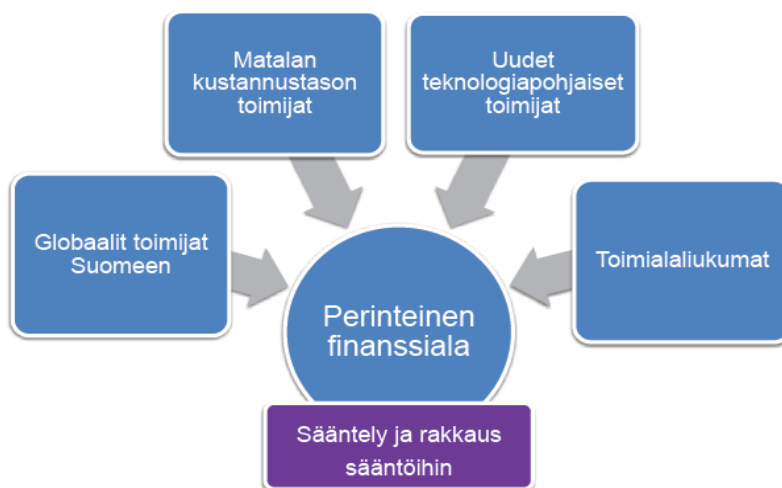
Suomessa finanssialan yritykset tarjoavat asiakkailleen pankki -, vakuutus- ja sijoituspalveluita. FK:n (FK 2016) mukaan alan vastuullisuus tarkoittaa lähinnä hyvän pankkitavan, kestävä kehityksen ja hyvän vakuutustavan noudattamista. Finanssialan pitää ottaa huomioon toimintaympäristöön kohdistuvat niin taloudelliset, sosiaaliset kuin ilmastoonkin kohdistuvat vaikutukset. Finanssiala raportoi vastuullisuudestaan ja ala kokee, että heillä on huomattava merkitys koko yhteiskunnan vakauden edistäjänä.

Taloudellisen vastuun näkökulmasta finanssialalla on keskeinen rooli. Finanssialalta odotetaan vastuullista rahoittamista ja sijoittamista sekä vastuullisuutta tuote- ja palvelukehityksessä mm. edistämällä sähköistä asiointia (Harmaala & Jallinoja 2012, 247). FK onkin tehnyt, yhteiskumppaniensa kanssa kaksi kestävä kehityksen sopimusta, joiden avulla

se haluaa edistää palvelutapahtumien yhdistämistä sekä tiedon automatisointia tavoitteenaan nimenomaan sähköisen asioinnin tehostaminen (FK 2016).

Finanssialan toimintaympäristöä muokkaavat lähivuosina voimakkaimmin erilaiset megatrendit eli alan ulkopuolelta tulevat muutostekijät. Megatrendit ovat kehityksen suuria linjoja, jotka ovat tunnistettavissa ilmiöinä tai ilmiökokonaisuuksina ja joilla on jo toteutuneen kehityksen perusteella tunnistettavissa oleva suunta, jonka voidaan perustellusti ajatella jatkuvan samansuuntaisena tulevaisuudessakin. Kyseessä on usein globaali ilmiö, joka muuttaa syvällisesti yhteiskuntien rakenteita (OP 2016d).

FK:n 2014 - 2015 (FK 2016) teettämän Yhteinen matka – finanssialan tulevaisuusraportin mukaan sekä globalisaatio että muut toimintaympäristöön vaikuttavat muutokset ja uudet toimijat muovaavat jatkossa finanssialaa voimakkaasti. Finanssiala tulee muuttumaan pysyvästi.



Kuvio 2. Finanssialan muutos (FK 2016)

Finanssiala toimii Suomessa hyvin säännellyssä ja lakeja kunnioittavassa toimintaympäristössä. Kuviossa 2 on esitetty niin paineita, joita toimintaympäristön muutos tulee jatkossa aiheuttamaan perinteiselle finanssialalle. Muutos tuo varmasti mukanaan haasteita, tähän säänneltyyn ympäristöön ja monet uudet toimijat saattavat koetella perinteisten toimintamallien rajoja. Finanssialan toiminta perustuu pitkälti luottamukseen. Uusien toimijoiden, sekä liiketoimintamallien myötä asiakaskunnan luottamus finanssialaa kohtaan saattaa jatkossa horjua.

Suomessa toimii pk-sektorin yritysten näkökulmasta kaksi merkittävää finanssialan kaupallista toimijaa: Nordea ja OP. Merkittävin julkinen toimija on Finnvera. Seuraavissa lu-

vuissa keskityn näiden kolmen toimijan vastuullisuuteen asiakasrajapinnassa. Tässä yhteydessä ei oteta esille heidän oman toimintansa vastuullisuutta.

2.3.1 Asiakkaan tunteminen

Vastuullisuuteen kuuluu asiakkaan tunteminen. Finanssialan toimijoilla on luottolaitoslakiin perustuva velvollisuus tuntea ja tunnistaa asiakkaansa. Pankkien on varmistuttava yrityksen puolesta asioivien henkilöiden oikeasta henkilöllisyydestä ja pankin on tunnettava yritysasiakkaan toiminta ja taustat niin laajasti kuin asiakassuhde edellyttää. Asiakkaan tuntemiseen kuuluu, että pankin tiedossa on sekä yrityksen omistajat että koko yrityksen yritys rakenne. Rakenteen ja omistussuhteiden lisäksi pankilla täytyy olla myös tiedot ja ymmärrys yritysasiakkaansa liiketoiminnasta. Pankin tulee selvittää yrityksen ansaintalogiikka ja ymmärtää sitä toimintaympäristöä, jossa yritys ja sen sidosryhmät toimivat (FK 2016).

2.3.2 Nordea

Nordea kertoo (Nordea 2016) internet sivuillaan varsin kattavasti vastuullisuudesta. Vastuullisuudesta raportoidaan niin Nordean oman toiminnan näkökulmasta kuin sidosryhmienkin näkökulmasta. Vastuullisuus on jaoteltu informaation osalta seuraavasti: vastuullisuus Nordeassa, vastuullinen liiketoiminta, yhteiskunta, toimitusketju, ympäristö, raportointi, artikkelit ja responsible investments. Vastuullisuudesta informoidaan varsin kattavasti ja moniulotteisesti. Vastuullisuudesta kerrotaan pääasiassa englannin kielellä (Nordea 2016).

Tarkastelen tässä yhteydessä Nordean asiakasrajapintaan kohdistuvaa vastuullista liiketoimintaa. Liiketoiminta on jaoteltu viiteen eri kategoriaan.

1. Asiakaslähtöinen toimintatapa
2. Vastuullinen neuvonta ja vastuulliset tuotteet
3. Vastuullinen sijoittaminen
4. Vastuullinen rahoitus
5. Vastuullinen asiakaspalvelu

Kuhunkin kategoriaan löytyy erityisohjeita vastuullisuuden merkityksestä ja ilmentymästä.

Nordea on allekirjoittanut kansainvälisiin projektirahoitukseen liittyvän sitoumuksen (Equator Principles), mikä luo osaltaan heille velvoitteita mm. raportoinnin osalta. Nordealla on erityisiä ohjeita liittyen eri toimialojen luotonantoon ja heillä on vastikään perustettu oma

yksikkö, joka keskittyy vastuullisen luotonannon, tuotekehityksen ja yleisen vastuullisuustietoisuuden edistämiseen. Nordealla on käytössä omat työkalut, joiden avulla se tunnistaa erilaisiin ja erikokoisiin luotonantohankkeisiin liittyvät vastuullisuusriskit. Ympäristöris-
kit otetaan huomioon kokonaisriskin arvioinnissa arviointityökalulla Environmental Risk Assessment Tool (ERAT). ERAT on osa yritysluottojen käsittelyprosessia. Työkalua on jatkokehitetty kattamaan myös yhteiskunnalliset ja poliittiset riskit. Tähän tarkoitukseen käytettävä työkalu on Social and Political Risk Assessment Tool (SPRAT) (Nordea 2016).

Käytettävissä olevien tietojen pohjalta Nordean vastuulliseen asiakasvalintaan liittyvät asiakasarvioinnit liittyvät joko rahoitushankkeisiin tai sijoitustoimintaa, mutta suoranaista ohjeistusta esimerkiksi pk- sektorin asiakkaiden vastuullisen toiminnan tunnistamiseen tai analysointiin ei ole tietääkseni käytössä.

2.3.3 OP

OP kertoo vastuullisuudestaan internet sivuillaan OP.fi. varsin kattavasti. Vastuullisuus on olennainen osa OP:n liiketoimintaa ja liiketoiminnan raportointia.

OP Ryhmä on allekirjoittanut YK:n Global Compact -sitoumuksen ja OP-Rahastoyhtiö ja Pohjola Varainhoito ovat sitoutuneet YK:n vastuullisen sijoittamisen periaatteisiin.

OP raportoi yhteiskuntavastuustaan GRI G4 – ohjeiston mukaisesti (OP 2016d).

OP jakaa vastuullisuuden seuraavasti:

1. Paikallisuus ja yhteiskunta
2. Ympäristö
3. Eettinen liiketoiminta
4. Vastuulliset tuotteet ja palvelut
5. Vastuu sidosryhmistä (OP 2016).

OPlla on ohjeistusta vastuullisten palvelujen tuottamiseen. Luotonantoa säätelevät luotonmyönnön eettiset periaatteet sekä ohjeet, joissa on huomioitu vastuullisuuden eri ulottuvuuksia. OPlla on myös ohjeistusta siitä, ettei yksittäisen osuuspankin tule olla mukana hankkeissa, joita se ei tunne tarpeeksi hyvin. OP ohjeistaa yrityksiä rahoittavia osuuspankkeja tarkistamaan, että rahoitettavan yrityksen ympäristöriskien hallinta on riittävällä tasolla. Rahoitushankkeen yhteydessä tulee varmistaa, onko näköpiirissä ympäristölainsäädännöllisiä muutoksia, jotka voivat aiheuttaa lisäinvestointitarpeita tai hankaloittaa jatkossa yrityksen toimintaa. Toimintahistoria tulee selvittää erityisen tarkasti, mikäli on syytä

epäillä, että toiminta-alueella on harjoitettu mahdollisesti ympäristöä pilaavaa toimintaa (OP 2016d).

Sijoittamisen osalta OPlla on selkeät pelisäännöt vastuullisesta sijoittamisesta. OP perustaa huhtikuussa 2016 vastuullisen sijoittamisen ESG- yksikön (OP 2016c).

Työkirjan itseopiskelu osiossa on lisää OPn vastuullisuudesta.

Yhteenvetona Nordean ja OPn osalta voisi todeta, että vastuullisuus nostaa päätään myös finanssialalla. Molemmat yhtiöt sekä raportoivat että kertovat vastuullisuudesta merkittävästi internet sivuillaan ja vastuullisuuden saama huomio on samanarvoista kuin liike-toiminnan saama huomio.

2.3.4 Finnvera

Finnveran (Finnvera, FV 2016) internet sivuston pääsivustolta ei löydy mainintaa vastuullisuudesta. Vastuullisuus löytyy lopulta julkaisujen alta.

Finnveralle vastuullisuus tarkoittaa sitä, että koko heidän toiminta perustuu yhteiskunnalliseen vastuuseen ja vaikuttavuuteen (FV 2016)

Finnvera on jakanut vastuullisuuden neljään eri peruseriaatteeseen:

- Yritysvastuu merkitsee Finnveralle vastuullisten toimintatapojen noudattamista sen kaikkia sidosryhmiä kohtaan.
- Finnvera toteuttaa tehtävänsä ja strategiaansa yhtiön toimintaa ohjaavien lakien, säännösten sekä elinkeino- ja omistajapolitiittisten tavoitteiden mukaisesti.
- Finnveran yritysvastuu rakentuu yhtiön arvojen ja hyvän hallintotavan pohjalle ja ilmenee käytännössä taloudellisena, sosiaalisena ja ympäristövastuuna.
- Vastuullisuuden toteuttamisen päivittäisiä työkaluja Finnverassa ovat asiakokohtaiset politiikat, linjaukset ja ohjeet sekä sertifioitu toimintajärjestelmä, joita pidetään ajan tasalla (FV 2016)

Finnvera katsoo sen tärkeimmäksi vastuullisuuden elementiksi pk-sektorin yritysten rahoittamisen. Finnveralle riittää se, että kotimaassa toimiva asiakasyritys toimii Suomen lain- ja säädösten puitteissa. (FV 2016)

Finnveran edustajien kanssa käymieni keskustelujen perusteella he ottavat ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun erikseen huomioon niissä hankkeissa, jotka kuuluvat heinäkuun 1. päivänä 2001 voimaan tulleen viestitakuulain (N:o 422/2001) tai valtioneuvoston

asetuksen vientitakuutoiminnassa noudatettavista periaatteista (588/2001) piiriin. Lisäksi Finnvera osallistuu OECD-maiden vientitakuulaitosten yhteistyöhön ja tämän perustana Finnveran toimintaa ohjaavat useat kansainväliset sopimukset.

Finnvera on ainoa näistä kolmesta finanssialan toimijasta, joka suoraan ilmoittaa suosivansa toimijoita, jotka edistävät puhtaan ja uusiutuvan energian käyttöä ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi (FV 2016)

2.3.5 Johtopäätökset

Edellä olevan perusteella teen sen johtopäätöksen, että vastuullisuuden merkitys asiakasvalinnassa tulee varmasti jatkossa kasvamaan. Eritoten Nordea on panostanut merkittävästi internet sivuillaan vastuullisuudesta viestimiseen.

Tällä hetkellä vastuullisuuskysymykset nousevat asiakasrajapinnassa esille kaikkien toimijoiden ja niiden asiakkaiden osalta velvollisuudessa tunnistaa pk- sektorin yritysasiakas, sekä tietysti sen johdosta, että finanssialan asiakasyrityksien täytyy noudattaa Suomen lakeja sekä säännöksiä ja että toimintaan tarvittavat luvat ovat kunnossa.

Tuotteiden ja palveluiden myyntitilanteissa vastuullisuus huomioidaan niissä isohkoissa hankkeissa, jotka kuuluvat jonkin kansainvälisten sitoumuksien piiriin. Laajamittaisesti perus pk-sektorin asiakasyrityksen toiminnan vastuullisuutta ei analysoida. Asianomaisten finanssialan toimijoiden internet sivustoilta ei käy ilmi, miten he edistäisivät vastuullista yrittämistä tai edes tunnistaisivat laajamittaisesti ja säännönmukaisesti omien yritysasiakkaidensa toiminnan vastuullisuuden siltä osin, kun asiakasyrityksen vastuullisuus ylittää lain vaatimukset. Finanssialalla on runsaasti tietoa asiakkaistaan ja uskon, että jo olemassa olevan tiedon uudelleen järjestämisen ja analysoinnin avulla finanssialan toimijat pystyisivät tunnistamaan asiakasyrityksiensä vastuullisen toiminnan tason ja ottamaan sen huomioon asiakassuhdetta kehitettäessä.

2.4 Vastuullisen yrityksen ominaispiirteet

Yrityksen vastuullisuuteen liittyvän toiminnan vähimmäisvaatimus on tietysti se, että yritys noudattaa toiminnassaan kulloinkin voimassa olevaa lainsäädäntöä. Lainsäädäntöä liittyy niin ympäristövastuuseen, sosiaaliseen vastuuseen kuin myös taloudelliseen vastuuseen (Harmaala & Jallinoja 2012 72, 202).

Tarkasteltaessa sitä, toimiiko yritys vastuullisesti törmäämme kuitenkin äkkiä erilaisiin haasteisiin, koska yritykset toimivat hyvin erilaisissa ja erityyppisissä toimintaympäristöis-

sä. Yritysten peruslähtökohdat yritystoiminnan harjoittamiseen saattavat olla hyvinkin erilaisia. Vastuut voivat olla globaaleja tai paikallisia, vastuu voi olla suoraan organisaatiosta johtuvaa tai välillistä. Yritysvastuuta voidaan tarkastella myös kansantalouden näkökulmasta tai yksittäisen yrityksen näkökulmasta (Niskala ym. 2013, 24).

Taloudellisen vastuun näkökulmasta vastuullisesti toimivan yrityksen tulee huolehtia siitä, että sen toiminnan seurauksena itse yritykselle ja yhteiskunnalla syntyvät taloudelliset hyödyt ovat suuremmat kuin toiminnasta syntyneet haitat (Viitala & Jylhä 2013, 351).

Vastuullisuus on kuitenkin yhä merkittävämmässä roolissa ja se koetaan jo osaksi yrityksen liiketoimintaa eikä vain erillisenä projektina tai raportoitavana asiana. Vastuullisuus on yksi yrityksen pitkän aikajänteen menestystekijöistä. Elinkeinoelämässä vastuullisuus on alkanut korostua yrityksen sidosryhmien kesken ja yritys vastuullisuus on hyvin johdetun ja menestyvän yrityksen tunnusmerkki (Niskala ym. 2013, 10).

Kuisma (2015, 45) lainaa EK:n määritelmää, jonka mukaan vastuullisuus on osa menestyvän yrityksen liiketoimintaosaamista. Vastuullinen yritys osaa sovittaa mahdollisimman kestäväällä tavalla yhteen omiin tavoitteisiinsa sen sidosryhmien odotukset sekä tavoitteet.

Vaikka yritysten yritys vastuu määritelläänkin pääosin suurten yritysten yhteydessä, se on myös pk-yrityksille strateginen väline kilpailukykyyn lisäämiseen. Vastuullisuuden tarkkoja vaikutuksia on usein vaikea osoittaa mittaamalla ja voi kestää jonkin aikaa ennen kuin vaikutukset ilmenevät.

Niskala ym. (2013, 49) mukaan EU komissio on antanut jo keväällä 2006 tiedonannon, jossa se esittää yrityksille ja niiden sidosryhmille avoimen ja vapaaehtoisen liittouman muodostamista edistämään yhteiskuntavastuullisuutta. Samaisessa tiedonannossa nostetaan esille erityisesti pk- sektorin yritysten merkitys tulevaisuuden yhteiskuntavastuun vaalimisessa ja komissio haluaa ottaa käyttöön kaikki ne mahdollisuudet ja keinot, joiden avulla edistetään kasvua, työllisyyttä ja kestävä kehitystä.

Alla oleva kuvaus pk-yritysten vastuullisesta toiminnasta on suora lainaus TEM:in nettisivuilta.

TEM 2009 mukaan vastuullinen toiminta voi vaikuttaa pk-yritysten kilpailukykyyn myönteisesti seuraavilla tavoilla:

- Paremmat tuotteet ja/tai tuotantoprosessit, jotka johtavat kohentuneeseen asiakastyytyväisyyteen ja -uskollisuuteen
- Motivoituneemmat ja sitoutuneemmat työntekijät, joiden ansiosta yrityksessä on enemmän luovuutta ja innovatiivisuutta
- Parempaa julkisuutta palkintojen ja/tai suusta suuhun kulkevan positiivisen palautteen muodossa
- Asema työmarkkinoilla vahvistuu. Verkostoitumismahdollisuudet liikekumppaneiden ja viranomaisten kanssa kohenevat. Rahoitusmahdollisuuden niin julkisen kuin muunkin kohenevat parantuneen imagon ansiosta.
- Kustannussäästöt ja kasvanut kannattavuus, kun inhimillisiä ja tuotannollisia resursseja voidaan käyttää tehokkaammin
- Lisääntynyt liikevaihto ja myynti, liittyen edellä mainittujen asioiden mukanaan tuomaan parantuneeseen kilpailukykyyn.

Arjessa pk-yritykset joutuvat aika ajoin todistamaan vastuullisuuttaan. Omakohtaiseen kokemukseen perustuen asiakkaat pyytävät finanssialalta todistuksia siitä, että he ovat hoitaneet velvoitteensa niin rahoittajia kuin verottajaa kohtaan. Asiakkaat ovat kertoneet allekirjoittaneensa erilaisia sitoumuksia päämiehiensä lukuun, joissa he vakuuttavat toimivansa vastuullisesti. Tilaajavastuulaki asettaa myös todistustaakkaa pk-sektorin yrityksille.

3 Yritysvastuun johtaminen ja mittaaminen

Johtajan ja johtamisen tavoitteena on saada yrityksen henkilöstö toimimaan siten, että yritykselle ja sen toiminnalla asetetut päämäärät tavoitteet saavutetaan yhteisesti sovituilla ja hyväksytyillä keinoilla. Hyvä johtaminen on vuorovaikutteista sekä tavoitesuuntautunutta (Viitala & Jylhä 2013, 248)

3.1 Yritysvastuun johtaminen

Jokaisella yrityksellä tulisi olla jokin järjestelmä, jokin systemaattinen ja yhteisesti sovittu tapa, jonka mukaan toimitaan. Järjestelmä sisältää toistuvasti tapahtuvien johtamistoimenpiteiden sisällöt, aikataulut ja työkalut. Mitä suuremmasta yrityksestä on kysymys, sitä todennäköisemmin johtamisjärjestelmän tukena on myös erilaisia tietojärjestelmiä (Viitala & Jylhä 2013, 273 - 274).

Luotettavat ja kunnon yritykset ovat aina kantaneet vastuunsa suhteessa niin yhteiskuntaan kuin yrityksen sidosryhmiin, eikä sitä ole johtamisessa erikseen korostettu.

Luottamus yrityksiin on kuitenkin alkanut, eritoten globalisaation johdosta, horjua ja kritiikki varsinkin suuria kansainvälisiä yrityksiä kohtaan on voimistunut (Ketola 2015, 14).

Yritysvastuun johtamisen merkitys kasvaa, koska toimintaympäristössä tapahtuvat muutokset pakottavat yritykset ottamaan huomioon ja ottamaan vastuuta ihmisistä, ympäristöstä ja taloudesta. Yritysvastuu asiat liittyvät jatkossa yhä enemmän yrityksen kilpailukykyyn eritoten riskienhallinnan näkökulmasta, mutta myös uusien liiketoimintamahdollisuuksien lähteenä (Niskala ym. 2013, 9).

Yritysvastuun johtamisen tavoitteena tulee olla liiketoimintastrategian tukeminen ja sen pitää olla osana normaalia johtamista (Harmaala & Jallinoja 2012, 89). Vastuullisuuden johtamista on pidetty pitkään omana, ikään kuin irrallisena asiana muusta johtamisesta, mutta pitkällä aikajänteellä yritysvastuun johtaminen tulee integroida osaksi yrityksen liiketoiminnan johtamisen järjestelmää ja sen tulee perustua yrityksen arvoihin, visioon ja liiketoimintastrategiaan (Kuisma 2015, 51-52). Yritysvastuun johtamiselle tulee luoda normit ja puitteet, jotka mahdollistavat yritysvastuun toteuttamisen ja kehittämisen (Harmaala & Jallinoja 2012, 89).

Yritysvastuun johtamisessa tulee käyttää samoja ohjausjärjestelmiä kuin liiketoiminnan johtamisessa

(Harmaala & Jallinoja 2012, 89), mutta varsinkin alkuvaiheessa saattaa olla kuitenkin perusteltua kehittää vastuullisuuden johtamista erillään muusta liiketoiminnan johtamisesta ja vasta johtamisen vakiintuessa liittää se osaksi yrityksen liiketoiminnan johtamisjärjestelmiä (Kuisma 2015, 51).

Suomalaisissa yrityksissä on hyvin yleistä, että liiketoiminnasta vastaava johtaja vastaa myös oman vastuualueensa vastuullisuudesta (Harmaala & Jallinoja 2013, 99). Tavoitteiden asettaminen ja niiden seuraaminen ovat oleellinen osa yritysvastuun johtamista (Harmaala & Jallinoja 2012, 93). Vastuullisuustavoitteiden kautta selvenee se, haluaako yritys olla vastuullisuuden edelläkävijä vai seuraako yritys muiden kehitystä (Viitala & Jylhä 2013, 356). Yritysvastuuseen liittyvien tavoitteiden tulee olla niin selkeitä, että jokainen organisaation jäsen pystyy mieltämään ne omakseen. Selkeät tavoitteet helpottavat yritysvastuun johtamista (Niskala ym. 2013, 66).

Fibs 2016 yritys vastuututkimuksen mukaan yritysvastuun selkeä johtaminen ja tavoitteet ovat jo arkea. Tutkimuksen mukaan 42 % vastaajayrityksistä ilmoittaa yritysvastuusta vastaavan johtajan olevan johtoryhmän jäsen ja joka kolmanneksessa yrityksistä vastuullisuus on mukana sekä johdon että henkilöstön palkitsemisjärjestelmissä.

Yritysvastuun johtamisessa keskeistä on tuntee sidosryhmät ja niiden odotukset (Kuisma 2015, 71). Yrityksen toiminta vaikuttaa keskeisesti yrityksen sidosryhmiin, mutta yhtälailla yrityksen sidosryhmät vaikuttavat keskeisesti yrityksen tavoitteiden toteutumiseen (Viitala & Jylhä 2013, 354).

3.2 Yritysvastuun mittaaminen

Yritysvastuun raportoinnin kehittymiseen on vaikuttanut suuresti 1990-luvulla alkanut globalisaatio ja varsinkin, kun suurten yritysten kilpailu alkoi kiristyä ja samalla kritiikki näitä yrityksiä kohtaa alkoi kasvaa. Pääsyyinä kritiikin kasvuun oli epäily siitä, että yritykset käyttivät hyväkseen köyhien maiden halpaa työvoimaa sekä heikkoa julkishallintoa. Kritiikin mukaan yrityksen tavoittelivat voittoja toimintaympäristöstä välittämättä. Yritykset olivat siihen asti esitelleet vain taloudellisia lukuja, mutta nyt yritysten toiminnan haluttiin olevan kaikin puolin läpinäkyvä (Kuisma 2015, 14).

Niskalan ym.(2015, 15) mukaan nykyisin yrityksen arvoa mitataan sen omaisuuden ja taloudellisen tuloksen kautta, mutta se ei välttämättä kykene kuvaamaan yrityksen arvoa

sen sidosryhmien näkökulmasta. Yrityksen arvoon vaikuttavia tekijöitä pitää pystyä mittaamaan ja raportoimaan laajemmin sidosryhmien ja yhteiskunnan näkökulmasta nimenomaan pitkän aikavälin arvot ja menestys huomioiden.

Yritykset Suomessa ovat alkaneet antaa yritys vastuuseen rinnastettavia ja liittyviä tietoja systemaattisesti vasta 2000-luvulla. Suuret yritykset alkoivat sisällyttää näitä tietoja tilinpäätösraportointiin. Historia on siis aika tuore, eikä täysin vakiintuneita käytäntöjä ole vielä (Harmaala & Jallinoja 2012, 212).

Raportointi on viimeisen kymmenen vuoden aikana yleistynyt nopeasti. Vuonna 2011 KPMG:n julkaiseman tutkimuksen mukaan 95 % maailman 250 suurimmasta yrityksestä julkaisee vastuullisuusraportin. Raportoinnin yleistymiseen on vaikuttanut valtiollisten säännösten tiukentuminen liiketoimintahyötyjen lisäksi. Nykyisin vastuullisuusraportin julkaisu on pakollista valtion omistamien ja muutamissa maissa myös suurimpien yhtiöiden osalta 16 maassa, esim. Tanskassa, Ruotsissa, Espanjassa, Ranskassa, Italiassa, Etelä-Afrikassa, Kiinassa ja Kanadassa (Niskala ym. 2013, 13).

Fibs 2016 yritys vastuukyselyyn osallistuneista suomalaisyrityksistä jo 48 % raportoi vastuullisuudesta ja 67 % yrityksistä on ottanut käyttöönsä toimintaa ohjaavan eettisen ohjeistuksen.

Yritysvastuuraportoinnin tarkoitus on antaa riittävä ja tasapainoinen kuva yrityksen yritysvastuusta ja yritysvastuutyön vaikutuksista. Yritysvastuu raportin julkaiseminen on yritykselle strateginen päätös ja osittain se kertoo myös sitä kuinka laajasti yrityksen sidosryhmät haluavat yritysvastuusta tietää (Niskala ym. 2013, 9).

Vapaaehtoisuus perustuva raportointi on kuitenkin muuttumassa. Huhtikuussa 2014 Euroopan parlamentissa hyväksytyn direktiivin seurauksena kaikkien yleisen edun kannalta merkittävien, yli 500 henkeä työllistävien yhtiöiden EU-maissa on raportoitava vastuullisuudestaan vuodesta 2017 alkaen. Suomessa näitä yhtiöitä on n. 80–90. Direktiivin mukaan yritysten on toimintakertomuksen osana julkistettava selvitys toimintalinjoistaan, jotka koskevat ympäristö-, työntekijä- ja sosiaalisia asioita sekä ihmisoikeuksia, korruption torjuntaa ja lahjontaa. Selvityksessä on annettava lyhyt kuvaus yhtiön liiketoimintamallista ja kerrottava toimintoihin liittyvistä riskeistä sekä niiden hallinnasta. Ehdotukseen sisältyy pörssiyrityksille velvoite kertoa corporate governance selvityksessään yhtiön monimuotoisuuspolitiikasta ja sen täytäntöönpanosta ja tuloksista (Fibs 2016).

3.2.1 Global Reporting Initiative (GRI)

Monet kansainväliset tahot ja järjestöt antavat suosituksiaan yhteiskuntavastuun raportoinnista. Yleisesti hyväksyttynä ja laajimmin käytössä oleva raportoinnin viitekehys on GRI eli Global Reporting Initiative (Harmaala & Jallinoja 2012, 224).

GRI on kansainvälinen aloite, jonka avulla halutaan luoda tilinpäätösraportointia vastaava malli yritysvastuun raportoinnille. GRI:n kehitystyö alkoi vuonna 1997 ja uusin versio raportointimallista GRI G4 on julkaistu toukokuussa 2013 (Niskala ym. 2013, 109).

GRI ohjeisto syntyi sidosryhmäprosessissa, johon osallistui YK:n ympäristöohjelma UNEP ja kestävästä kehitystä edistävä CERES- yhteenliittymä (Harmaala & Jallinoja 2012, 224). GRI ohjeisto antaa suuntaviivat yritysvastuun raportoinnille ja on huomattava, että etenkin pk-yritysten kohdalla mallia voi olla haastava käyttää suoraan kotimarkkinoilla toimivan yrityksen vastuullisuusraportoinnin työkaluna (Niskala ym. 2013, 109-110).

Kuisma (2015, 193) mukaan pk-yrityksen ei pidä kuitenkaan pelästyä GRI:n suositusten laajuutta, vaan oppia ja opetella etsimään sieltä ne osa-alueet, joihin oman yrityksen yritysvastuun kehittäminen luontevasti osuu. Niskala ym. (2013, 110) korostavat, että yritysten tulisivin lähestyä yritysvastuuraportointia eräänlaisena kehitys- ja oppimisprosessina, jonka tuloksena tunnistetaan kullekin yritykselle merkittävät asiat ja saattaa ne raportointiin piiriin.

GRI:n keskeisiä työvälineitä ovat raportointiohjeisto laskentaohjeineen ja toimialakohtaiset liitteet. Raportointiohjeistossa kerrotaan raportointiperiaatteet ja perussisältö sekä soveltamisohjeet. Toimialakohtaiset liitteet sisältävät toimialakohtaisia raportointiohjeita ja tunnuslukuja (Niskala ym. 2013, 111).

Raportoinnin perussisältö on jaettu kahteen osaan; yleinen ja erityinen osa. Yleinen osa soveltuu kaikille raportoiville organisaatioille ja erityisestä osasta tulee valita raportoivalle yritykselle olennaiset näkökohdat (Niskala ym. 2013, 115).

Harmaala ja Jallinoja (2012, 225) kuvaa GRI suosituksen mukaista yhteiskuntavastuureportin sisältöä siten, että se sisältää yrityksen toiminnan kuvauksen (konteksti) ja yritysvastuun tavoitteet sekä tulokset. Edellä kuvatun lisäksi se määrittää, mikä on yrityksen yhteiskuntavastuun vähimmäistaso.

Tämän opinnäytetyön kannalta olennainen näkökohta on sosiaalinen vastuu, jota käsitte-
len tarkemmin seuraavassa kappaleessa.

3.2.2 Sosiaalisen vastuun raportointi

Sosiaalisen vastuun indikaattorit sisältävät sekä määrällisiä että laadullisia tunnuslukuja, jotka ovat toimialakohtaisia tai paikallisia. Sosiaalisen vastuun tunnusluvut perustuvat pal-
jolti kansainvälisiin sopimuksiin ja suosituksiin, YK:n ja OECD:n lahjonnan, korruption ja
reilun kilpailun ohjeisiin, sekä ILO:n määrittelemiin työelämän oikeuksiin ja YK:n ihmisoi-
keuksien julistukseen (Harmaala & Jallinoja 2012, 227).

Niskalan ym. (2013, 338) mukaan sosiaalisen vastuun tunnusluvut on jaettu GRI G4 ra-
portoinnissa neljään kokonaisuuteen:

1. henkilöstöön ja työoloihin liittyvät toimintaindikaattorit
2. ihmisoikeuksiin liittyvät indikaattorit
3. yhteiskuntaan liittyvät indikaattorit
4. tuotevastuuseen liittyvät indikaattorit

Henkilöstöön liittyvät toimintaindikaattorit ovat siinä mielessä sosiaalisen vastuun tärkeitä
mittareita, että kaikissa yrityksissä henkilöstö on merkittävä pääoma. Suomessa henkilös-
tön työsuhteita säädellään työlainasäädännöllä ja työehtosopimuksilla (Kuisma 2015,
126). Yleisesti henkilöstön osalta käytettyjä sosiaalisen vastuun mittareita ovat sairaus-
poissaolojen määrä, henkilöstön vaihtuvuusprosentti, henkilöstön kehittämiskulut ja eri-
tyisryhmien osuus henkilöstöstä (Harmaala & Jallinoja 2012, 93). Kuisma (2015, 128)
nostaa edellä mainittujen osalta vielä esille kehityskeskustelut, työtyytyväisyyden, palkka-
us- ja työsuhte-edut sekä panostukset työterveyteen ja -turvallisuuteen.

GRI on ottanut ihmisoikeudet omaksi raportointikohteekseen sillä perusteella, että ne kos-
kevat kansainvälisen yrityksen omaa henkilöstöä eikä pelkästään hankintoja. Ihmisoike-
uksia koskevat näkökohdat perustuvat pääosin YK:n yleismaailmalliseen ihmisoikeuksien
julistukseen sekä ILO:n määrittelemiin keskeisiin työelämän oikeuksiin (Kuisma 2015,
167).

Alakohtina ihmisoikeuksien osalta ovat lapsityövoima, yhdistymisen vapaus ja työehtoso-
pimusoikeudet, syrjinnän kieltäminen, pakko- ja rangaistustyövoima, turvallisuuskäytännöt, al-
kuperäiskansojen oikeudet ja investointisopimukset, jotka sisältävät ihmisoikeuksiin liitty-
viä ohjeita (Niskala ym. 2013, 351).

Yrityksellä on aina vaikutuksia yhteisöön, jossa se toimii. Yhteiskuntaan liittyvät mittarit kuvaavat yrityksen toimintaa paikallisyhteisössä ja yhteiskunnassa. GRI suosituksen mukaan yrityksen tulee raportoida toimistaan ja vuorovaikutuksestaan paikallisyhteisön kanssa. Yhteiskunnallisten vaikutusten pääotsikoita ovat: korruptio ja lahjonta, poliittiset lahjoitukset, lainsäädännön rikkomukset ja suhteet tavarantoimittajiin (Kuisma 2015, 168- 174). Raporttiin olisi myös hyvä lisätä kannanotto siitä, miten yritys pyrkii ennaltaehkäisemään väärinkäytöksiä (Harmaala & Jallinoja 2012, 228).

Vastuuta tuotteista ja palveluista sekä niiden vaikutuksista asiakkaisiin säädellään osittain lainsäädännöllä. Kuisma (2015,175) jatkaa, että eritoten elintarvikkeissa ja sähkölaitteissa turvallisuusvaatimukset ovat erittäin tiukkoja. Tuotevastuussa on kokonaisuudessaan kysymys asiakkaiden terveydestä ja turvallisuudesta, mutta sen lisäksi tuotevastuu kattaa markkinointiviestinnän, tuote- ja palvelutiedot eli tuoteselosteet, asiakkaiden yksityisyyden suojan ja määräystenmukaisuuden (Niskala ym. 2013, 365- 366).

4 Työkirjan toteutus

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena työnä, jonka lopputuotoksena syntyi työkirja OPn henkilöstölle sosiaalisen vastuun tunnistamiseen pk-yrityksissä.

Työkirjan syntymiseen on vaikuttanut suuresti sekä vastuullisuuteen että muutosjohtamiseen liittyvillä kursseilla tehdyt harjoitustyöt.

4.1 Prosessin kuvaus

Opinnäytetyön alustava aihe syntyi OPn toivomuksesta jo vuonna 2014. Alussa aiheena oli lähinnä yritysluotonannon vastuullisuus pk-sektorin yrityksille. Ajatuksena oli luoda malli, jonka avulla analysoidaan luotonantohankkeisiin liittyvää vastuullisuutta joko itse rahoitettavan hankkeen tai asiakkaan kautta. Tarkoitus oli keskittyä nimenomaan pieniin pk-sektorin yrityksiin.

Työn edetessä ajatukseni muokkautuivat kohti asiakasymmärrystä ja vastuullisuuden merkitystä liiketoiminnan menestyksessä, eikä työtä enää rajattu vain luotonantoon. Luotonanto rajauksen sijaan työ rajattiin käsittelemään vain sosiaalista vastuuta, vaikka esimerkiksi ympäristövastuulla on suuri merkitys pk-sektorin yritystoiminnassa.

Edellä kuvatut muutokset työn sisältöön johtuivat pääosin luvussa 2.4 kuvattujen finanssialan muutospaineista. Lisäksi asiakaskokemuksen johtaminen ja asiakasymmärryksen merkityksen korostuminen luovat painetta tarkastella asiakkuutta vielä nykyistä laajemmastakin näkökulmasta. Myös vastuullisen toiminnan tarkastelu on laajentunut ja esimerkiksi OPta saatetaan jatkossa arvioida, ei vain sen oman toiminnan vastuullisuuden perusteella, vaan myös sen asiakkaiden vastuullisuuden perusteella.

Työkirjan tekeminen on edennyt tutustumalla OPn sekä sen pääkilpailijan vastuullisuusraportointiin. Arjen vastuullisuuden lisäksi työkirjaan hain tukea vastuullisuuteen liittyvästä teoriasta. Työkirjaan tehtäessä olen tutustunut sekä vastuullisuuteen liittyvään kirjallisuuteen että erilaisiin vastuullisuuteen liittyviin tutkimuksiin.

Työkirjan teossa ja kokonaisuuden hahmottamisessa on suuri merkitys ollut omalla, varsin laajalla ja monipuolisella työkokemuksellani OPssa. Toimin tällä hetkellä OPssa asiantuntijapäällikkönä yritysasiakasliiketoiminnan tuessa. Keskeisimpänä tehtävänäni on olla mukana sekä kehittämässä että jalkauttamassa asiakkuuksiin ja asiakkuuksien johtamiseen liittyviä malleja ja toimintatapoja. Tehtäviini kuuluu myös osuuspankkien myynnin johtami-

sen tuki sekä ohjaus. Aiemmin olen toiminut OPssa mitä erilaisimmissa yritysasiakasliiketoiminnan tehtävissä kuten myynnissä, myynnin johdossa, riskienhallinnassa ja yrityspankin johtajana. Keskeistä tämän työ syntymiseen on oma kiinnostukseni vastuullista yritystoimintaa kohtaa ja kiinnostus auttaa pk- sektorin yrityksiä rakentamaan menestystä kestävälle pohjalle.

4.2 Nykytila

Lähtötilanne on otollinen työkirjan tekemiselle, koska yhteiskuntavastuu on kirjattu vahvasti OPn strategiaan. OPssa yhteiskuntavastuun tulee ohjata liiketoimintaa siten, että vastuullisuus huomioidaan niin palvelujen kehittämisessä kuin tarjonnassakin.

OPn perustehtävä on edistää omistajajäsentensä eli asiakkaiden ja toimintaympäristön kestävää taloudellista menestystä, turvallisuutta ja hyvinvointia. OPn arvot ovat ihmisläheisyys, vastuullisuus ja yhdessä menestyminen. Arvoperustaisen lähestymisen lisäksi OPssa vastuullinen toiminta tarkoittaa myös vastuullista päätöksentekoa, se tarkoittaa vastuullisuutta toimintavoissa sekä asiakasvalinnassa.

Asiakassuhteen kehittämisen perusedellytys on asiakastuntemus. Kattavat tiedot auttavat, jotta pankki pystyy tarjoamaan yritykselle sen yksilöllisiin tarpeisiin parhaiten sopivat palvelut. Asiakkaan tuntemiseen kuuluu, että pankin tiedossa on sekä yrityksen omistajat että koko yrityksen yritys rakenne sidosryhmineen.

OP käyttää asiakkaan tunnistamiseen ja taustatietojen selvittämiseen tätä varten erikseen rakennettuja järjestelmiä. Sekä tietojen kirjaamisen, että asiakkaan tuntemisen apuvälineenä käytetään tuntemissovellusta ja yritysasiakkaan tarvekartoitusta.

Tuntemissovelluksen avulla täytetään lakisääteiset velvollisuudet tunnistaa asiakas ja tarvekartoituksessa keskitytään enemmän kokonaiskuvan luomiseen asiakkaasta. Rahoitushankkeiden yhteydessä asiakkuudesta tehdään yleensä itse hankkeeseen liittyviä muistioita, joissa sekä hanketta että asiakkuutta tutkitaan ja kuvataan erittäin yksityiskohtaisesti.

Tarvekartoituksen asiasisältö on otsikoitu yritysasiakkaan tarvekartoituksen tukikysymykset (liite 2) mukaisella tavalla. Kuten liitteen mukaisesta rakenteesta käy ilmi, OP ei ryhmittele asiakastietojaan vastuullisuuden näkökulmasta, vaan puhtaasti muista lähtökohdista. Finanssitoimialalla on hyvin tyypillistä, että asiakkaan tuntemisessa täytetään lakisääteiset velvollisuudet ja tämän jälkeen keskitytään yrityksen taloudellisen tilanteen analysoimi-

seen. Yrityksen taloudellinen tilanne arvioidaan varsin perusteellisesti. Taloudellisen tilanteen analysointi ei yleensä sisällä pohdintaa siitä, onko yrityksen tulos saavutettu vastuullisuuden avulla vai sen kustannuksella.

Ympäristövastuun näkökulma otetaan huomioon lähinnä siten, että asiakkaalta tiedustellaan vaatiiko toiminta ympäristölupaa ja onko se voimassa.

Sosiaalinen vastuu huomioidaan lähinnä henkilökunnan määrän ja johdon osaamisen näkökulmasta. Yrityksen johdon osaamista analysoidaan lähinnä isohkojen rahoitushankkeiden yhteydessä.

Lähtötilanteen voisi kiteyttää siten, että OPlla ei ole systemaattista tapaa tunnistaa pk-yrityksen sosiaalista vastuullisuutta. OPlla on kuitenkin varsin kattavat yleistiedot asiakkaistaan ja jo olemassa olevien tietojen uudelleen ryhmittelyllä ja tietopohjaa hiukan laajentamalla OPlla olisi hyvä mahdollisuus tunnistaa pk-yrityksen vastuullisuus.

4.3 Tavoitetila

Tavoitteena on lisätä OPn asiakasrajapinnassa toimivien henkilöiden sekä pk-sektorin yrittäjän ymmärrystä sosiaalisen vastuun merkityksestä pk-yrityksen liiketoiminnan menestykselle.

Tämän opinnäytetyön tuloksena syntyvässä työkirjassa keskitytään seikkoihin, joiden avulla OPn toimihenkilö voi lisätä omaa asiakasymmärrystään. Tavoitteena on tehdä työkalu, jonka avulla OPn toimihenkilö pystyy tunnistamaan, toimiiko OPn yritysasiakas vastuullisesti. Työkirja keskittyy nimenomaan sosiaalisen vastuun tunnistamiseen eikä siinä oteta kantaa taloudelliseen tai ympäristövastuuseen. Työkirja on tehty Word lomakkeeksi, ja sen voi ottaa heti käyttöön arjen asiakastyössä, mutta käytännössä työkirjan sisältö pitää digitalisoida ja sisällyttää osaksi CRM järjestelmää, jotta sen käyttö olisi tehokasta ja helppoa.

Laaja-alaisempana tavoitteena on lisätä yleistä keskustelua, niin yrittäjien kuin finanssialan toimijoiden kesken vastuullisuuden merkityksestä liiketoiminnan menestykselle.

4.4 Sisältö

Toiminnallisen opinnäytetyön lopputuloksena syntynyt työkirja sisältää OPn henkilöstölle tarkoitetun itseopiskelumateriaalin ja kysymyssarjan, jonka avulla OPn henkilöstö voi

muodostaa näkemyksen ja käydä vuoropuhelua asiakkaan kanssa asiakasyrityksen sosiaalisen vastuun tasosta ja laajuudesta.

Työkirjan asiakkaalle esitettävä kysymysosio on jaettu viiteen eri kokonaisuuteen. Jako perustuu pääosin GRI G4 raportin jakoon sosiaalisesta vastuusta ja tähän on lisätty yleisiä taustatietoja varten yksi kohta. Jokaisesta kokonaisuudesta on tehty tiivistelmä, joukko apukysymyksiä ja sitten itse asiakkaalta kysyttävät asiat.

Työkirjan viisi eri kokonaisuutta ovat:

1. Yritysvastuun yleiskuvaus
2. Henkilöstö ja työolot
3. Ihmisoikeudet
4. Yhteiskunta
5. Tuotevastuu
6. Yhteenveto

Jokaiseen kokonaisuuteen liittyy 5 kysymystä, jotka käydään asiakkaan kanssa keskustellen läpi. Keskustelun pohjalta jokaisen kysymyksen vastaus arvioidaan arvoilla 1,2 tai 3 alla olevan mallin mukaisesti.

Arvo	Arvon selitys
1	Asia ei ole kunnossa, vaatii välittömiä toimenpiteitä
2	Vaatii kehittämistä ja paneutumista.
3	Asia on kunnossa, ei tarvetta välittömään parantamiseen
	Ei ole liiketoiminnan eikä vastuullisuuden näkökulmasta olennainen asia. Ei vaadi mitään toimenpiteitä

Jokaiselle viidestä kokonaisuudesta lasketaan yhteispistemäärä, joka siirretään työkirjan lopussa olevaan kokonaistaulukkoon. Yhteispistemäärä antaa pelkistetyn kokonaiskuvan yrityksen sosiaalisen vastuun tilanteesta.

Ennen kysymyksiä on lyhyt kiteytys siitä mitä kyseinen kohta tarkoittaa.

4.5 Hyödynnettävyys

OPssa on käynnissä useita kehityshankkeita, joiden tarkoitus on lisätä asiakasymmärrystä ja parantaa tätä kautta myös asiakaskokemusta. Työkirjaa voidaan hyödyntää näissä

hankkeissa tuomaan uutta näkökulmaa asiakasymmärryksen lisäämiseen. Työkirja toimii ajatusten herättäjänä kehittäjille.

Yhtenä konkreettisena kehityshankkeena on uudistuva CRM- järjestelmä, jonka kehitystyössä voisi ottaa suoraan huomioon työkirjan teemat ja ajatuksen.

Järjestelmä- ja muun kehitystyön lisäksi työkirjaa voidaan hyödyntää suoraan asiakasrapinnassa toimivien myyjien koulutuksissa ja sitä kautta edelleen asiakaskohtaamisissa. Näen erittäin suotava, että myyjämme ymmärtävät jatkossa sosiaalisen vastuun merkityksen pk-yrityksen toiminnassa ja tämä työkirja on konkreettisen apuväline, jonka avulla tietoisuutta sosiaalisen vastuun merkityksestä voi viestiä.

5 Pohdinta

Olen toiminut hiukan alle 30 vuotta OP yritysasiakasliiketoiminnassa ja nimenomaan pk-sektorin yritysasiakkaiden parissa. Toiminta on muuttunut paljon ja muuttuu varmasti seuraavan viiden vuoden aikana enemmän kuin koko työurallani yhteensä. Finanssiala elää digitaalista murrosta, disruptio haastaa perinteiset pankit ja yhä pienempien asiakkaiden toiminta kansainvälistyy ja yritysten ansaintalogiikat muuttuvat. Jatkossa pk-yritykset eivät enää rakenna omaa organisaatiota, jonka varaan toiminta perustuu, vaan yritykset elävät osana verkostoa, jonka tarkoitus on yhdessä menestyminen.

5.1 Jatkokehitys

Aiheeseen liittyy runsaasti sekä jatkokehitys että tutkimusmahdollisuuksia. Ensinnäkin tämä työkirja tulee laajentaa käsittelemään jokaista kolmea vastuullisuuden eri osaluuetta. Työkirja tulee digitalisoida ja se voisi olla suoraan OPn verkkopalveluissa kirjautuneen yritysasiakkaan itse- arvioinnin työkaluna. Työkirjasta puuttuu myös ohjeet, mitä asiakas käytännössä tekee, jos työkirjan perusteella tehty haastattelu osoittaa, että sosiaalisen vastuun asioissa olisi kehittämisen varaa.

Yleisellä tasolla pk- sektorin yritysten vastuullisuuden raportointia tulee kehittää ja yksinkertaistaa. Raportoinnista puhutaan ja kirjoitetaan paljon lähinnä isojen pk-yritysten kannalta. Näkisin, että Suomi voisi olla edelläkävijä pienten pk-sektorin yritysten vastuullisuuden raportoinnista tai oikeampi termi voisi olla vastuullisuuden "todistamisessa". Voisiko esimerkiksi finanssiala tai joku muu edistää vastuullisuus todistuksen luomista myös ns. ämpäri- ja Hiace- yrityksille. Vastuullisuus "todistus" voisi pitää sisällään kannanoton niin taloudellisen, ympäristöllisen ja sosiaalisen vastuu näkökulmasta. Yrittäjä voisi hyödyntää todistusta myydessään palveluja. Todistus olisi laajennettu versio esimerkiksi tilaajavastuutodistuksesta. Edellä mainitun todistuksen antaminen voisi olla helppoa finanssialalle, jos alan toimijat rakentaisivat CRM- järjestelmänsä vastuullisuuden näkökulmasta. Asiakastiedot ryhmiteltäisiin jatkossa esimerkiksi kolmipilarimallin mukaisella kolmijaolla. Perusteltua on tietysti kysyä, onko vastuullisuus todistuksen antaminen kaupallisten finanssialan toimijoiden tehtävä, vai pitäisikö vastuullisuuden parissa toimivien tahojen kehittää nykyistä toimintaansa tähän suuntaan.

OPlle suosittelen muutosta CRM- järjestelmiin, jossa käytettävissä olevat asiakastiedot ryhmiteltäisiin jatkossa myös vastuullisuuden näkökulmasta. Järjestelmiin tulisi lisätä mahdollisuus tallentaa määrämuotoisesti vastuullisuuteen liittyviä asioita, esimerkiksi vastuullisuuteen liittyvät sitoumukset, jotka asiakasyritys on allekirjoittanut tai luvut, joita asiakkaan toiminta vaatii mm. ympäristölupa.

5.2 Oma oppiminen

Vastuullisuuden vähimmäisvaatimus on, että pk-yritys noudattaa voimassa olevia lakeja ja säädöksiä. Tämän työn, sekä vastuullisuuteen liittyvien kurssien myötä olen oppinut paljon vastuullisuudesta ja sen merkityksestä liiketoiminnan menestymiseen. Toisaalta silmäni ovat auenneet sen suhteen, että vastuullisuus ei saa sitä merkitystä pk-yritysten arjen toiminnassa, joka sille kuuluisi.

Vastuullisuus mielletään yleisessä puhekielessä vastuuseen ympäristöstä. Suomessa toimivat pk- sektorin yritykset eivät osaa yhdistää vastuullista toimintaa liiketoiminnan menestykseen. Toisaalta edellä kuvatun ymmärtää, koska en ole vielä törmännyt tahoon, joka oikeasti edistäisi pienten pk-sektorin yritysten vastuullista liiketoiminnan menestystä tai edes sen raportointia.

Olen myös havainnut, että varsin merkittävätkin toimijat puhuvat kyllä vastuullisuuden puolesta ja julistavat sen merkitystä vuosikertomuksissaan, mutta vastuullisuuden näkyvien arjen teoissa tai vaikkapa henkilöstöresursoinnissa on jotain ihan muuta.

Vastuullisuudesta oppimisen lisäksi olen oppinut itse opinnäytetyöprosessista, vaikkakin itse prosessi meni kehnosti. Aloitin liian aikaisin eikä tieto- ja taitopohjani ollut tarpeeksi vahva, ei teoreettisen viitekehyksen, eikä itse opinnäytetyöprosessin osalta. Lisäksi jossain vaiheessa oma sitkeys ja ahkeruus opinnäytetyötä kohtaan olivat suuresti koetuksella enkä ottanut sitä tarpeeksi vakavasti. Tässä kohtaa ohjaajalle kiitokset sitkeydestä ja kärsivällisyydestä. Omalta osaltaan prosessia hankaloitti myös OPn sisällä tapahtuneet laajat muutokset sekä se, että työn sisällön näkökulma muuttui vastuullisuudesta enemmänkin asiakasymmärryksen suuntaan.

Uskon, että kykyäni etsiä ja hyödyntää tietoja on parantunut. Osaan käyttää hyväksi entistä enemmän erilaisia tiedonhakumenetelmiä ja olen oppinut paljon tekstin tuottamisesta ja eritoten huolellisuudesta.

Lähteet

Fibs 2016. FIBS:in yritysvastuututkimus 2016

Luettavissa: <http://www.Fibsry.fi/fi/media2/Fibsin-yritysvastuututkimus>. Luettu:21.3.2016

FK 2016. Finanssialan Keskusliitto

Luettavissa: <http://www.finanssiala.fi/linjaukset/sitoumukset>. Luettu:9.3.2016.

Luettavissa: http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Hyvinvoiva_finanssiala_loppuraportti.pdf.
Luettu:20.3.2016

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

Ketola, Tarja. 2005. Vastuullinen liiketoiminta Sanoista teoiksi. Edita. Helsinki.

Knuutinen, Reijo. 2014. Verotus ja yrityksen yhteiskuntavastuu. Hansaprint. Vantaa.

Kuisma, Jouko. 2015. Mainetta ja tulosta. Yritysvastuun johtamisen lyhyt oppimäärä Bookwell. Porvoo

OP 2016.

- a) Valtakunnallinen yritysasiakkaiden kilpailutilanne- ja yrityskuvatutkimus 2015.

OP Intranet Luettu:15.3.2015

- b) Osuuspankkien asiakkuusstrategia 2016 OP Intranet. Luettu:28.3.2016

- c) Vastuullisuus OPssa.

Luettavissa: [https://www.op.fi/op/op-](https://www.op.fi/op/op-ryhma/vastuullisuus?id=80400&srcid=151502194&WT.ac=151502194_sisalto_-_vastuullisuus&srcpl=3)

[ryhma/vastuullisuus?id=80400&srcid=151502194&WT.ac=151502194_sisalto_-_vastuullisuus&srcpl=3](https://www.op.fi/op/op-ryhma/vastuullisuus?id=80400&srcid=151502194&WT.ac=151502194_sisalto_-_vastuullisuus&srcpl=3). Luettu:21.3.2016.

- d) OP Ryhmän yleisesittely. Luettavissa: <https://www.op.fi/op/op-ryhma/op-ryhma?id=80100&srcpl=1>. Luettu:15.4.2015.

Niskala, M., Pajunen, T. & Tarna-Mani, K. 2013 Yritysvastuu Raportointi- ja laskentaperiaatteet. Bookwell Oy. Porvoo.

Nordea 2016. Vastuullisuus Nordeassa

Luettavissa: <http://www.nordea.com/fi/vastuullisuus/vastuullinen-liiketoiminta/vastuullinen-luotonanto>. Luettu: 8.3.2016.

Rotweder, Liisa. 2004.Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatitasolla. WSOY. Porvoo

SY 2016. Suomen Yrittäjät, Yritysbarometri 1.2016.

Luettavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi->

[FI/suomenyrittajat/tutkimustoiminta/pk_yritysbaro1_2016/](http://www.yrittajat.fi/fi-fi/suomenyrittajat/tutkimustoiminta/pk_yritysbaro1_2016/). Luettu 23.3.2016

STAT 2016 PK- yritys

Luettavissa: http://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritysl.htm. Luettu 28.3.2016

TEM 2012, Työ- ja elinkeinoministeriö Suomi yhteiskuntavastuun edelläkävijäksi

Luettavissa:

http://www.tem.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotearkisto/vuosi_2012/tyoministeri_ihalainen_suomi_yhteiskuntavastuun_edellakavijaksi.108780.news Luettu 28.3.2016

TEM 2009. Työ- ja elinkeinoministeriö. Vastuullinen yrittäjyys pk-yrityksissä. Luettavissa:

http://www.tem.fi/files/24940/Vastuullinen_yrittajyys_pkyrityksissa.pdf. Luettu 17.4.2015.

Viitala, Riitta. & Jylhä, Eija. 2013. Liiketoimintaosaaminen menestyvän yritystoiminnan perusta. Bokwell. Porvoo

SOSIAALISEN VASTUUN TYÖKIRJA

Tämän työkirjan tarkoituksena on auttaa OPn henkilöstöä ymmärtämään yritysasiakkaan toimintaa sosiaalisen vastuun näkökulmasta. Asiakasymmärryksellä ja eritoten asiakkaan tuntemisella on keskeinen rooli koko asiakassuhteelle ja sen kehittämiselle. Toisaalta tämän työkirjan avulla OPn yritysasiakas voi myös itse arvioida liiketoimintansa vastuullisuutta sosiaalisen vastuun näkökulmasta. Työkirjan avulla emme pysty välttämättä käymään läpi jokaista yksityiskohtaa, mitä sosiaaliseseen vastuuseen liittyy, mutta työkirjan avulla pystymme muodostamaan kokonaiskuvan ja se antaa niin yrittäjälle kuin OP:lle hyvä pohjan vastuullisen toiminnan kehittämiseksi. Tässä työkirjassa pääosin Suomessa, toimiviin yrityksiin joiden henkilöstön määrä on 10- 49 kpl ja vuotuinen liikevaihto 2-10 miljoonaa euroa. OP Ryhmän asiakkuusstrategian mukaan näitä yrityksiä kutsutaan pieniksi yrityksiksi.

Vaikka yritysten yhteiskuntavastuusta puhutaankin pääosin suurten yritysten yhteydessä, se on myös pk-yrityksille strateginen kilpailukyvyn lisäämisen väline. Vastuullisen toiminnan kaikkia vaikutuksia on kuitenkin joskus vaikea osoittaa yksiselitteisellä mittarilla tai määreellä ja voi kestää jonkin aikaa ennen kuin vastuullisen toiminnan liiketoiminnalliset vaikutukset ilmenevät. Sosiaalisen vastuun ulottaminen ja laajentaminen asiakasymmärryksen yhdeksi tulokulmaksi edesauttaa OPn henkilöstä tuottamaan asiakkaalle parhaan mahdollisen asiakaskokemuksen. Asiakasymmärryksen lisääntyessä kykymme tuottaa asiakkaalle juuri oikeita ratkaisuja sekä palveluja tehostuu. Asiakasymmärrys lisää tietysti myös OPn kykyä arvioida asiakkuuteen liittyviä riskejä hiukan uudesta tulokulmasta. Sosiaalisen vastuullisuuden ymmärtäminen lisää OPn kykyä arvioida myös asiakkuuksiin liittyviä luotto- ja muita riskejä.

Asiakkaan näkökulmasta katsottuna työkirja kiteyttää sosiaalisen vastuun liiketoiminnallisen merkityksen asiakkaan liiketoiminnassa ja antaa myös mahdollisuuden kehittää kannattavaa liiketoimintaa ja käydä keskustelua sidosryhmien kanssa sosiaalisen vastuun merkityksestä yhtenä liiketoiminnan tukijalkana.

Tätä työkirjaa käytetään OPn omassa asiakasrajapinnassa olevien asiakaspalvelijoiden työkaluna ja se on keskeinen osa normaalia asiakassuhteen hoitoa. Työkirjan avulla niin asiakkaalle kuin OP:lle muodostuu selkeä kuva siitä toimiiko asiakasyritys sosiaalisen vastuun pelisääntöjen mukaisesti. Tämän työkirjan ajatuksia ja asiakaskeskustelun lopputulosta asiakasyrityksemme voi käyttää hyväkseen kehittäessään ja parantaessaan omaa liiketoimintaansa. Työkirja ei siis saa olla mikään salainen auditointi-asiakirja, vaan nimenomaan työkalu, joka edistää yhteistyötä, lujittaa asiakassuhdetta lisää läpinäkyvyyttä ja antaa mahdollisuuden tulla paremmaksi ja houkuttelevammaksi työnantajaksi ja yritykseksi, joka huolehtii ja kantaa vastuuta mahdollisimman laaja-alaisesti. Pk-yritykset voivat myös monistaa työkirjamallia itselleen ja toisilleen ja näin ollen hyötyä toisten pk-yritysten toimintatavoista ja menettelymalleista.

Tämä työkirja sisältää itseopiskelumateriaalin OPn henkilöstölle ja kysymyssarjan, jonka avulla voimme muodostaa näkemyksemme ja käydä vuoropuhelua asiakkaan kanssa hänen yrityksensä vastuullisuuden laajuudesta sosiaalisen vastuun näkökulmasta.

OP Ryhmä ja vastuullisuus

Yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan yleisesti vastuuta toiminnan taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristövaikutuksista. Finanssialalla on myös merkittävä rooli koko yhteiskunnan vakaan edistäjänä.

Yritysvastuu on yrityksen vastuuta toimintansa joko välittömistä tai välillisistä vaikutuksista sen sidosryhmiin sekä yhteiskuntaan. Yritysvastuusta käytetään myös termejä yrityksen yhteiskuntavastuu, kestävä kehitys tai vastuullinen yritystoiminta. OP Ryhmässä terminä on yhteiskuntavastuu, sillä se kattaa koko toiminnan vaikuttavuuden. Vastuullisuus on keskeinen osa OPn arvoja ja strategiaa, ja ryhmä on sitoutunut edistämään yhteiskuntavastuuta liiketoiminnassaan.

OPn historiassa taloudellisella ja sosiaalisella vastuulla on pitkät perinteet ja yhteiskuntavastuu on kiinteä osa liiketoimintaa ja jokapäiväistä tekemistä. Ryhmän strateginen tavoite on olla yhteiskuntavastuun edelläkävijä toimialallaan Suomessa. Oman toimintansa yhteiskuntavastuun merkitystä sidosryhmilleen OP arvioi yhdessä eri sidosryhmien kanssa. Käytännön työtä ohjaavat OPn yhteiskuntavastuuohjelma ja hyvän liiketavan periaatteet.

OPn yhteiskuntavastuuohjelma

OPn oma yhteiskuntavastuuohjelma käsittää viisi osa-aluetta, niiden KPI-mittarit sekä tavoitteet mittareille.



www.op.fi

Paikallisuus ja yhteiskunta kiinnittää huomiota ryhmän liiketoimintaan paikallisesti ja alueellisesti sekä OPn asemaan Suomen taloudellisessa infrastruktuurissa. Paikallisena toimijana OPlla on loistava mahdollisuus toteuttaa strategiaamme eli edistää toimintaympäristön ja asiakkaiden kestävästä menestystä.

Vastuu sidosryhmistä sisältää toimenpiteet ja vuoropuhelun eri sidosryhmien kanssa sekä muut henkilöstön ja asiakkaiden tyytyväisyyteen vaikuttavat asiat. Sidosryhmävastuuseen kuuluu myös selkeä viestintä ja markkinointi.

Vastuulliset tuotteet ja palvelut käsittävät vastuullisen sijoittamisen, vastuullisen luotonantoprosessin kehittämisen, vastuullisen vahinkovakuuttamisen toimintamallin parantamisen sekä pankki- ja vakuutuspalveluiden vastuullisuuden. Näissä otetaan huomioon sosiaalinen, taloudellinen ja ympäristövastuu.

Eettisen liiketoiminnan alla käsitellään hyvän liiketavan periaatteita ja muita toimintaohjeita sekä niiden noudattamista ryhmässä.

Ympäristön alla tarkastellaan ryhmän oman toiminnan vaikutuksia ympäristöön.

OP kunnioittaa ja noudattaa toimialan kansainvälisesti tunnustettuja taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun periaatteita. OP Ryhmä on allekirjoittanut YK:n Global Compact -sitoumuksen ja OP-Rahastoyhtiö ja Pohjola Varainhoito ovat sitoutuneet YK:n vastuullisen sijoittamisen periaatteisiin.

Voit lukea lisää vastuullisuudesta sekä op.fi sivuilta että sisäisestä intrasta josta löytyy myös OP Yhteiskuntavastuun KPI mittaristo tavoitteineen.

Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuun edistäminen on osa OP Ryhmän arjen liiketoimintaa. Vastuullisuus ei ole siis mikään erillinen asia vaan se on osa, niin meidän, kuin asiakkaidemme liiketoimintaa.

Yrityksen sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat henkilöstön hyvinvoinnista ja osaamisen kehittamisestä huolehtiminen, vastuulliset toimintatavat irtisanomistilanteissa, ihmisoikeuksien kunnioittaminen, tuotevastuu- ja kuluttajansuojakysymykset sekä hyvät toimintatavat yritysverkostossa sekä lähiyhteisö- ja yhteiskuntasuhteissa. Sosiaalinen vastuu kannattaa määrittää koskemaan myös lain ylittävää tasoa. Vastuullisuus ja vastuuttomuus koostuvat koko henkilöstön eli nimenomaan yksilöiden päivittäisistä arjen teoista. Yrityksen sosiaalinen vastuu heijastuu välittömänä suoraan henkilökuntaan, mutta myös välillisesti koko yrityksen arvoketjuun ja sen sidosryhmiin. Vastuullisuutta on siis sekä välitöntä että välillistä.

Suomalaisen, paikallisen pienen yrityksen on kohtuullisen yksinkertaista huolehtia omasta sosiaalisesta vastuustaan kun taas globaaleilla yrityksillä, varsinkin välillisen vastuun kantaminen on haasteellista. Lähtökohtaisesti suomalaisen pk-yrityksen sosiaalisesti vastuullinen toiminta voi tuottaa sille hyvän maineen ja hyvän tuote- ja yrityskuvan. Sosiaalisesti vastuullisessa toimivassa pk-yrityksessä on esimerkiksi hyvät työolosuhteet, työntekijöiden ja työnantajan väliset suhteet ovat kunnossa, siellä huolehditaan työturvallisuudesta ja siellä on hyvin järjestetty työterveyshuolto. Työntekijöiden osaamisen kehittämisestä huolehditaan, heitä koulutetaan ja heille laaditaan urasuunnitelmia ja heitä palkitaan. Sosiaalisesti vastuullisessa pk-yrityksessä noudatetaan työsopimus-, työaika- ja vuosilomalakeja, työehtosopimuksia, huolehditaan muista lakisääteisistä velvoitteista, veroista ja eläkemaksuista. Lisäksi yritys on tasa-arvoinen ja kohtelee työntekijöitään yhdenvertaisesti ja oikeudenmukaisesti ja antaa työntekijöilleen mahdollisuuden järjestäytyä.

Sosiaalisesti vastuullinen pk-yritys laatii ennakkoon toimintatavat puuttua esimerkiksi kiusaamiseen. Kurinpito- ja rangaistuskäytännöt ovat johdonmukaisia ja annettu kirjallisesti kaikkien tietoon.

Yrityksen ulkopuolelle sosiaalinen vastuu ilmenee kielteisenä suhtautumisena lahjontaan, lahjusten ottoon ja poliittiseen vaikuttamiseen. Sosiaalisesti vastuullinen pk-yritys kilpailee markkinoilla ja hinnoittelee tuotteensa rehellisesti ja rehdisti. Kilpailijoihin suhtaudutaan myönteisesti ja heitä kohdellaan ystävällisesti. Tuotevastuun kautta asiakkaiden ja työntekijöiden terveys on tärkeää ja heidän yksityisyyttä kunnioitetaan. Markkinointi ja mainonta ovat rehellistä ja korrektia. Sosiaalisesti vastuullisella pk-yrityksellä on korkea moraali ja se toimii arvojensa mukaan.

Työkirjan asiakkaalle esitettävä kysymysosio on jaettu viiteen eri kokonaisuuteen. Jako perustuu pääosin GRI G4 raportin jakoon sosiaalisesta vastuusta ja tähän on lisätty yleisiä taustatietoja varten yksi kohta. Jokaisesta kokonaisuudesta on tehty tiivistelmä, joukko apukysymyksiä ja sitten itse asiakkaalta selvitettävät asiat. Työkirjan rajauksen mukaisesti keskitymme pääosin Suomessa toimiviin kotimarkkinayrityksiin.

Työkirjan kokonaisuudet ovat:

1. Yritysvastuun perustiedot
2. Henkilöstö ja työolot
3. Ihmisoikeudet
4. Yhteiskunta
5. Tuotevastuu
6. Yhteenveto

Jokaiseen osa-alueeseen liittyy 5 kysymystä jotka käydään asiakaan kanssa keskustellen läpi. Keskustelun pohjalta jokainen kohta arvioidaan arvoilla 1,2 tai 3 alla olevan mallin mukaisesti.

Arvo	Merkitys
1	Asia ei ole kunnossa, vaatii välittömiä toimenpiteitä
2	Vaatii kehittämistä ja paneutumista.
3	Asia on kunnossa, ei tarvetta välittömään parantamiseen
	Ei ole liiketoiminnan eikä vastuullisuuden näkökulmasta olennainen asia. Ei vaadi mitään toimenpiteitä

Jokaiselle viidestä kokonaisuudesta lasketaan yhteispistemäärä, joka siirretään työkirjan lopussa olevaan kokonaistaulukkoon jonka avulla muodostetaan kokonaiskuva yrityksen sosiaalisen vastuun tilanteesta.

Ennen kysymyksiä on lyhyt kiteytys siitä mitä kyseinen kohta tarkoittaa.

Kokonaistaulukon yhteydessä on myös suositukset jatkotoimenpiteistä.

1. Yrityksen yritysvastuu perustiedot

Yrityksen omaa toimintaa ohjaavat arvot, politiikat, tavoitteet ja periaatteet luovat pohjaa yritysvastuulle. Yritysvastuun tulisi olla selkeästi johdettua ja integroituna osaksi yrityksen liiketoimintaan. Yritysvastuu pitäisi olla arjen puheenaihe, kuten liiketoiminnan menestyskin. Yritys voi myös olla osana sidosryhmäverkostoa, arvoketjua johon kuuluu olennaisena osana yritysvastuuseen liittyvät sitoumukset. Vastuullisuus voi olla välitöntä tai välillistä, globaalia sekä paikallista.

Arvo	Kommentit ja tarkennukset
Yritysvastuu on selkeästi johdettua ja vastuutettu.	
Yrityksemme raportoi yritysvastuusta osana vuosikertomusta.	
Yrityksemme on allekirjoittanut sitoumuksen yritysvastuusta tai vaadimme sellaista omilta sidosryhmiltämme.	
Otamme yritysvastuu asiat huomioon liikesuh-teissamme.	
Tiedostamme yritysvastuun merkityksen liike-toimintamme menestymisessä.	

AVAINSANAT YRITYSVASTUU

Taloudellinen vastuu, Ympäristövastuu, So-siaalinen vastuu, Yritysvastuu, Yhteiskunta-vastuu,

2. Henkilöstö- ja työolot

Henkilöstöä koskevat aiheet perustuvat paljolti lainsäädäntöön, sekä kansainvälisen työjärjestön ILO:n määrittelemiin työelämän oikeuksiin. Henkilöstö ja työolosuhde tulokulmassa korostuu erityisesti työskentelyolosuhteet ja työnantajan että työntekijän välinen vuoropuhelu sekä työhyvinvointi että jaksaminen. Työurien pidentyessä meidän tulee kiinnittää entistä enemmän huomioita työntekijöiden työkykyyn sekä sen säilyttämisen että ennalta ehkäisevään toimintaan. Organisaation pitää uudistua ja sopivalla henkilöstön vaihtuvuudella on liiketoimintaa kehittävä vaikutus, mutta on myös muistettava että lyhytnäköisillä henkilöstövähennyksillä voi olla liiketoimintaa haittaavia vaikutuksia. Työmarkkinaosapuolten yhteistyö ja kollektiiviset työehtosopimuksen vaikuttavat toiminnan vakauteen ja antavat selkeät puitteet joiden mukaan eri osapuolet voivat valvoa etujaan. Olennaista on pystyä arvioimaan se miten yritys arjen toiminnassa huomioi sekä henkilöstön että työolosuhteet.

Henkilöstö ja työolot	Arvo (1-3)	Kommentit ja tarkennukset
Yrityksessämme on tehokkaat henkilöstön palkitsemisen ja sitouttamisen järjestelmät ja ne edesauttavat liiketoiminnan menestystä.		
Yrityksessämme kiinnitetään erityistä huomiota osaamisen kehittämiseen.		
Työterveyshuoltomme on organisoitu tarkoituksenmukaisesti ja tehokkaasti eivätkä sairauspoissaolot haittaa merkittävästi liiketoiminnan menestystä.		
Työhyvinvointiin ja työkykyyn kiinnitetään säännöllisesti huomiota.		
Meillä noudetaan työmarkkinaosapuolten sopimia kollektiivisia työehtosopimuksia.		

3. Ihmisoikeudet

Ihmisoikeuksia koskeva osuus liittyy läheisesti henkilöstöosuuteen. Pääosin ihmisoikeuksiin liittyvät kysymykset pohjautuvat kansainvälisiin ja yleismaailmallisiin ohjeisiin, jotka ovat lähtöisin YK:sta tai kansainväliseltä työjärjestöltä ILO:lta. Keskeisin ero henkilöstöosuudella ja ihmisoikeusosuudella on se että henkilöstöosuus keskittyy enemmänkin yrityksen omaan työn laatuun ja henkilöstön työskentelyolosuhteisiin ja ihmisoikeudet tarkastelevat sitä miten yritys edistää ihmisoikeuksien toteutumista vaikutuspiirissään. Vaikutuspiirillä tarkoitetaan tässä yhteydessä esimerkiksi sitä miten yritys huomioi ihmisoikeudet tehdessään investointeja tai ostaessaan alihankinta palveluja tai miten se valitsee tavarantoimittajansa. Keskeiset ihmisoikeuskysymykset liittyvät sekä yrityksen omaan toimintaan että alihankintaketjuihin. Työntekijöiden järjestäytymisvapaus on yksi keskeisimpiä ihmisoikeuksiin liittyviä asioita ja muita tähän ihmisoikeuksiin liittyviä säännöksiä ovat lapsi-, pakko- ja rangaistustyövoiman käyttö, syrjimättömyys sekä alkuperäiskansojen oikeudet.

Ihmisoikeudet	Arvo (1-3)	Kommentit ja tarkennukset
Tehdessämme alihankinta- tai investointi sopimuksia otamme ihmisoikeudet huomioon ja käytämme sopimusehdoissa ihmisoikeuksiin liittyviä ehtoja.		
Yrityksessämme on selkeät ohjeet ja pelisäännöt syrjinnän estämiseksi.		
Yrityksemme henkilöstöllä on järjestäytymisvapaus		
Yrityksellämme on selkeät linjaukset yhteistyön tekemisestä ihmisoikeuksia rikkovan yrityksen kanssa.		

AVAINSANAT IHMISOIKEUDET

Järjestäytymisvapaus, Lapsityövoima, Syrjintä, Investoinnit, Alihankinta

4. Yhteiskunta

Yhteiskunnallinen vaikuttavuus kuvaa siten, miten yritys toimii osana ympäröivää yhteiskuntaa ja mikä on sen suhde muihin yhteiskunnallisiin toimijoihin. Toimiminen osana yhteiskuntaa tarkoittaa myös toimijoiden välisen vuorovaikutuksen riskienhallintaa ja etenkin aiheita jotka liittyvät lahjontaan, korruptioon, poliittiseen vaikuttamiseen ja kilpailuaseman väärinkäyttämiseen.

Yhteiskunta	Arvo (1-3)	Kommentit ja tarkennukset
Yrityksellämme on hyvä maine lähiyhteisössä.		
Yrityksemme on tunnistanut sidosryhmänsä.		
Yrityksellä on ehdottoman kielteinen suhtautuminen korruptioon ja lahjontaan. Näistä on laadittu ohjeistus.		
Yrityksellämme on riski joutua oikeudellisiin seuraamuksiin kilpailuoikeudellisten tai muiden säästöjen rikkomisesta.		
Yrityksellämme on tilanteita joissa joudumme punnitsemaan riippumattomuuttamme, sen takia että yritys on lähiyhteisössä niin merkittävässä asemassa tai jonkin muun syyn johdosta.		

AVAINSANAT YHTEISKUNTA

Paikallisyhteisöt, Korruptio, Lahjonta, Määrävä asema, Poliitiikka

5. Tuotevastuu

Yritys on vastuussa tuotteistaan ja palveluistaan. Tuotevastuulla tai lähinnä sen rikkomisella on suoranainen ja selkeä vaikutus yhtiön liiketoimintaan. Tuotevastuusta on säädetty laissa ja tämän lisäksi useat yritykset ovat asettaneet itse itselleen "omia" tuotevastuuvaatimuksia. Konkreettisimmillaan tuotevastuu tarkoittaa organisaation tuotteiden sekä välittömiä että välillisiä terveys- ja turvallisuusvaikutuksia, pakkausmerkintöjen oikeellisuutta ja muita tuotetietoja, markkinointia ja yksityisyyden suojaa. Finanssialalla me olemme tottuneet noudattamaan yksityisyyden suojaa (pankkisalaisuus), mutta yhtä lailla yksityisyyden suoja koskee kaikkia yrityksiä. Tuotevastuun konkreettinen välillinen vaikutus on yhtiön maineen ja/tai brändin murentuminen. Asiakkaan on kaikissa tilanteissa voitava luottaa yrityksen tuotteisiin ja palveluihin ja hänellä on täysi syy olettaa että tuotevastaa on kunnossa.

Tuotevastuun kautta asiakkaiden ja työntekijöiden terveys on tärkeää ja heidän yksityisyyttä kunnioitetaan.

Tuotevastuu	Arvo (1-3)	Kommentit ja tarkennukset
Asiakastyytyväisyytemme on hyvä.		
Yrityksellämme on selkeät tuotevastuu ohjeet ja niitä noudatetaan. Emme ole saaneet rikkomuksista sanktioita.		
Asiakkaidemme yksityisyyden suoja on kunnossa eikä sen rikkomisesta ole reklamoitu.		
Tuote- ja palveluinformaatioon ja – merkintöihin liittyvät asiat ovat kunnossa.		

AVAINSANAT TUOTEVASTUU

Tuoteseloste, Tuotteiden turvallisuus, Markkinointi, Asiakastiedot, Tuoteinformaatio

6. Yhteenveto

Kokonaisuus	Pisteitä yhteensä maksimi 15	Jos pistemäärä on alle 8 pitää sosiaalista vastuuta pysähtyä miettimään ja pohtia sen merkitystä liiketoiminnan menestykselle.
Yritysvastuu kokonaisuutena		
Henkilöstö- ja työolot		
Ihmisoikeudet		
Yhteiskunta		
Tuotevastuu		

Jos kokonaispistemäärä on alle 8 pitää sosiaalista vastuuta pysähtyä miettimään ja pohtia sen merkitystä liiketoiminnan menestykselle.

Liite 2 OP Tarvekartoitus kysymykset

Yrityksen tarvekartoituksen tukikysymykset

Sisällysluettelo

1. Asiakaskokonaisuus

- 1.1 Merkittävimmät omistajat
- 1.2 Suunnitteilla olevat omistusjärjestelyt
- 1.3 Yhtiörakenne ja asiakaskokonaisuus
- 1.4 Avainhenkilöt ja henkilöstö
- 1.5 Muut verkostot ja sidosryhmät

2. Ansaintalogiikka ja markkinat

- 2.1 Asiakastietoihin annetut toimialatiedot
- 2.2 Liikeidea ja ansaintalogiikka
- 2.3 Tuotteet, palvelut, kohdemarkkinat ja toimittajat
- 2.4 Kilpailutilanne

3. Historia ja tulevaisuus

- 3.1 Yhteenveto yrityksen kehityksestä ja merkittävistä muutoksista 4
- 3.2 Yrityksen tavoitteet ja tulevaisuudennäkymät
- 3.3 Suunnitteilla olevat hankkeet

4. Talous

- 4.1 Talouden suunnittelu ja seuranta
- 4.2 Pankin arvio liiketoiminnan kannattavuudesta
- 4.3 Pankin arvio vakavaraisuudesta

5. Maatalousyrittäjän lisäsivu

- 5.1 Osalliset ja osakkaat
- 5.2 Pohjola Vakuutuksen turvakartoitus
- 5.3 Tuotannontekijät
- 5.4 Pienyritystoiminta
- 5.5 Tilan ulkopuoliset tulot

6. M1-lomake

- 6.1 Asiakastietoihin annetut toimialatiedot
- 6.2 Osalliset ja osakkaat
- 6.3 Tilan ulkopuoliset tulot
- 6.4 Tilan tehdyt investoinnit
- 6.5 Tilan osallisten vastuut

6.6 Tuotannontekijät

6.7 Metsät

7. Pankki- ja vakuutusasiat

7.1 Maksuliikkeen nykytilanne

7.2 Käytössä olevat varallisuudenhoitopalvelut

7.3 Rahoituksen nykytilanne

7.4 Tulevat rahoitustarpeet

7.5 Vakuustilanne

7.6 Käyttöomaisuus, koneet ja kalusto

7.8 Vakuutukset muualla

7.9 Lisätietoa vakuutuksista

7.10 Asiakaspalaute

8. Asiakkuus- ja toimenpidesuunnitelma

8.1 Vastuuhenkilöt

8.2 Asiakassuhteen SWOT

8.3 Asiakassuhteen laadullinen arvio

8.4 Perusteet suunnitelman laatimiselle

8.5 Asiakassuhteen suunta ja linjaukset

8.6 Toimenpiteet

8.7 Myyntitavoitteet