

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketoiminnan logistiikan koulutusohjelma

Reijo Leinonen

**VASTUULLINEN HANKINTA ERÄISSÄ SUURIMMISSA SUOMESSA TOI-
MIVISSA YRITYKSISSÄ**

Opinnäytetyö 2010

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketoiminnan logistiikan koulutusohjelma

LEINONEN, REIJO

Vastuullinen hankinta eräissä suurimmissa Suomessa toimivissa yrityksissä

Opinnäytetyö

87 sivua

Työn ohjaaja

lehtori Maiju Hankia

Toimeksiantaja

KymiTechnology

Marraskuu 2010

Avainsanat

kestävä kehitys, yritysvastuu, hankinta, sidosryhmät, globalisaatio

Vastuullisuus on nykyisin yhä tärkeämpi käsite liike-elämässä. Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selvittää, miten vastuullinen hankinta otetaan huomioon eräissä suurissa Suomessa toimivissa yrityksissä. Päähuomio kohdistuu erityisesti kohteiksi valittujen eri toimialojen yritysten vastuulliseen hankintaan liittyvään sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen. Kiinnostuksen kohteena ovat yritysten menettelytavat sekä niiden toimittajille asettamat vaatimukset.

Kyseessä on kvalitatiivinen kirjoituspöytä tutkimus, jossa hyödynnetään valmiina olevaa aineistoa. Tutkimuksen teoriaosuus käsittelee vastuullista liiketoimintaa pääosin aihetta koskevan lähdekirjallisuuden avulla. Työn empiriaosuuden lähdeaineisto koostuu kahdenkymmenen esimerkkiyrityksen yhteiskuntavastuuraporteista sekä niiden vastuulliseen hankintaan liittyvistä osioista. Osuuden lopussa tarkastellaan jokaisen yrityksen vastuullista hankintaa ja tehdään havainnoista yhteenveto.

Tutkimus osoitti, että yritysten vastuullista hankintaa ohjaavat eettiset periaatteet, lainsäädäntö sekä kansainväliset hallintajärjestelmästandardit. Niitä edellytetään myös tavarantoimittajilta. Yrityksillä on myös omaan toimialaansa kuuluvia standardeja, joita ne noudattavat. Toimittajien käytännön toimintaa valvotaan auditoinneilla. Tutkimuksen perusteella voidaan tehdä se johtopäätös, että yritykset suhtautuvat vastuulliseen hankintaan vakavasti. Erityisesti ympäristövastuu on yrityksille tärkeä asia. Sosiaaliseen vastuuseen kiinnitetään myös yhä enemmän huomiota.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Business Logistics

LEINONEN, REIJO

Responsible Purchasing in Some of the Biggest Corporations which operate in Finland

Bachelor's Thesis

87 pages

Supervisor

Maiju Hankia, Senior Lecturer

Commissioned by

KymiTechnology

November 2010

Keywords

sustainable development, corporate responsibility, purchase, shareholders, globalization

Nowadays responsibility is a more important concept in business life. The purpose of this thesis was to find out how some of the biggest companies which are operating in Finland take responsible purchasing into account. The main attention especially is paid to the social and environmental responsibility. In focus were the purchasing procedures of companies and demands for their supplier.

This is a qualitative desk research. It is characterized by the use of existing source material. The empirical part consists of twenty corporate responsibility reports. In particular, the sections related to responsible purchasing were examined.

The research showed that the responsible purchase of corporations is controlled by ethical principles, the legislation and the international standards. The corporations expect that also their suppliers act accordingly. There are also the common standards in the corporates' line of business which they comply with. The suppliers' activities are monitored and evaluated. From this research the conclusion can be drawn that the corporates take responsible purchasing seriously. Environmental responsibility in particular is important for the corporations. More attention is also paid to social responsibility.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1 JOHDANTO	6
2 VASTUULLISUUS	7
2.1 Vastuullisuuden määrittäminen	7
2.2 Yrityksen yhteiskuntavastuu	8
2.2.1 Arvot	11
2.2.2 Yrityskansalaisuus	13
2.2.3 Imago	13
2.3 Globalisaatio	14
3 KESTÄVÄ KEHITYS	15
3.1 Taloudellinen vastuu	18
3.2 Sosiaalinen vastuu	19
3.3 Ekologinen vastuu	20
4 VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA	21
4.1 Strategia	23
4.2 Johtaminen	24
4.2.1 Sidosryhmät	25
4.2.2 Viestintä	26
4.2.3 Kannustimet	28
4.2.4 Kuluttajat	29
4.2.5 Sijoittajat	29
5 VASTUULLISUUDEN RAPORTOINTI	30
5.1 Lait ja asetukset	32
5.2 Standardit	33
5.3 Global Reporting Initiative (GRI)	37
6 VASTUULLINEN HANKINTA	38
6.1 Julkiset hankinnat	40

6.2	Eettiset tuotteet	42
6.3	Ympäristömerkit	43
6.4	Reilu kauppa	45
6.5	Lähiruoka	46
7	SIDOSRYHMÄVERKOSTO	47
7.1	Arvoketju/Elinkaari	48
7.2	Alihankkijat	49
7.3	Tavarantoimittajavalinta	51
8	YRITYSTEN VASTUULLISEN HANKINNAN TUTKIMUS	52
8.1	Kesko	53
8.2	Inex Partners Oy	55
8.3	Fortum	56
8.4	Vattenfall	57
8.5	UPM	58
8.6	KONE	59
8.7	Nokia	61
8.8	Tapiola	62
8.9	ABB	62
8.10	Vantaan Energia	63
8.11	Stockmann	63
8.12	Huhtamäki	64
8.13	Elcoteq	65
8.14	Stora Enso	66
8.15	Raisio	67
8.16	Hartwall	68
8.17	Paulig	69
8.18	Vaasan & Vaasan Oy	70
8.19	Fazer	71
8.20	Ahlstöm	72
9	YHTEENVETO	73
10	JOHTOPÄÄTÖKSET	76
	LÄHTEET	80

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on vastuullinen hankinta yritystoiminnassa. Opinnäytetyö on hankkeistettu ja sen toimeksiantaja on KymiTechnology. Tutkimustyö käynnistyi joulukuussa 2009 ja työn ohjaajana on toiminut lehtori Maiju Hankia.

Tutkimuksen tarkoitus on selvittää, kuinka vastuullinen hankinta huomioidaan eri toimialojen yrityksissä. Siihen valitut 20 yritystä kuuluvat suurimpiin Suomessa toimiviin yhtiöihin. Yritysten valinnan kriteerinä on se, että ne edustavat tärkeimpiä toimialoja Suomessa. Eräänä vaatimuksena on myös, että ne huomioivat vastuullisen toiminnan ja ennen kaikkea kertovat siitä kattavasti. Tutkimukseen valittujen yritysten kohdalla vaatimukset pääosin täyttyvät. Tutkimukseen jäi kuitenkin valitsematta monia siihen suunniteltuja yrityksiä, koska ne jättivät vastuullisuusasiat lähes kokonaan huomioimatta. Aiheesta on tehty aikaisemmin joitakin tutkimuksia.

Kyseessä on kvalitatiivinen eli laadullinen kirjoituspöytä tutkimus, jossa hyödynnetään saatavilla olevia tietolähteitä. Laadullisen tutkimuksen lähtökohta on kuvata todellista elämää ja tutkia kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 157). Tämän opinnäytetyön tutkimusmateriaaleina ovat aiheeseen liittyvä painettu kirjallisuus, Kymenlaakson ammattikorkeakoulun elektronisesta kirjastosta haetut kansainväliset ja kotimaiset tiede- ja sanomalehtien artikkelit sekä tutkittavien yritysten vastuullisuuteen liittyvät julkaisut. Tutkimusongelmana on selvittää, miten tutkimukseen valitut yritykset omissa aiheita koskevissa tiedonannoissaan käsittelevät vastuullisuutta ja erityisesti vastuullista hankintaa.

Opinnäytetyöntyön teoriaosuuden ensimmäiset seitsemän lukua käsittelevät yritysten yhteiskuntavastuuta, kestäväää kehitystä ja niiden merkitystä liike-elämässä. Vastuullisuuden raportointiin, lakeihin, asetuksiin standardeihin ja ohjeistuksiin syvennyttään viidennessä luvussa. Seuraavat kaksi lukua pohjustavat työn empiriaosuutta käsittelemällä vastuulliseen hankintaan olennaisesti kuuluvia asioita. Tutkimusosuuteen on poimittu keskeinen aineisto tutkittavien yritysten raporteista ja tiedonannoista, jotka koskevat niiden vastuullista hankintaa ja siihen liittyvää toimitusketjua. Yhteenvedossa yritykset on jaettu toimialoittain ja poimitaan tiedonannoista ensisijaisesti esille nousseet asiat. Lopuksi arvioidaan, miten tutkimukseen valitut yritykset huomioivat vastuullisen liiketoiminnan erityisesti hankinnoissaan ja tehdään siitä tarvittavat johtopäätökset.

2 VASTUULLISUUS

Vastuullisuudelle on välttämätön edellytys tahdonvapaus, kun vastuullisuuden käsitettä pohditaan. Laeissa tunnetaan ajatus syyntakeettomuudesta. Ihmistä ei voida pitää vastuullisena teoistaan, jos hän on jonkin ulkoisen tai sisäisen pakon alainen. Muutoin hänellä on vapaus valita oikean ja väärän, hyvän ja pahan välillä. Tästä johtuen yksilö on täysin vastuullinen teoistaan. (Teräväinen 1993, 120.)

Auktoriteettitilanteissa, joissa ihminen antaa ratkaisuvallan toiselle, vastuu katoaa. Samoin joissakin toiminnoissa hyvään tarkoitukseen on pyritty kyseenalaisin tavoin eli päämäärä pyhittää keinot. Syyntakeettomuuteen saattaa olla syynä myös ihmisen psyykkinen ja fyysinen tila. Välttää vastuu siirtämällä ratkaisu toiselle on varsin yleistä. Tällaisen siirron saatamme hyväksyä, vaikka pidämme ihmistä moraalisesti riippumattomana. Toisaalta ihmisen moraalitajunta vain erittäin harvoin vapauttaa ihmistä itseään vastuusta, vaikka hänet lain nojalla tai yleisen tavan mukaan olisikin vapautettu. (Teräväinen 1993, 120.)

Jos ajattelemme tilannetta, jossa ainoastaan päämäärien osalta toimintamme on vastuullista, yksinkertaistamme melkoisesti tahtomme edellytyksiä. Jokainen päämäärää tai siihen johtavaa välivaihetta koskeva valinta on samalla tavalla vapaa. Mikäli päämäärään yltyäiseksi tarvitaan eettisesti väärää tai pahaa välineistöä, tavoite ei sinänsä oikeuta sen käyttöä. Me emme voi vapautua vastuusta, vaikka päämäärä olisi miten hyvä tahansa. On vaarana, että edellä kerrotussa tilanteessa päämäärä muuttuu pahaksi tai vääräksi, jos se vaatii jotain pahaa tai väärää. (Teräväinen 1993, 121.)

2.1 Vastuullisuuden määrittäminen

Vastuullisuus avautuu sanana ehkä ymmärrettävämmiin, kun sitä pohditaan englanninkielisten termien avulla. Responsibility, answerability ja accountability ovat kaikki vastuullisuutta kuvaavia sanoja pienin nyanssieroilla. Responsibility ilmaisee sen, että on velvollisuus vastata joko miksi teki näin (= aktiivinen vastuu) tai miksei tehnyt näin (= passiivinen vastuu). Answerability tarkoittaa esimerkiksi vääristä teoista, huolimattomuudesta tai laiminlyönneistä seuraavaa edesvastuuta. Accountability painottaa vastuullisuudessa erityisesti tilintekovelvollisuutta. Vastuu saattaa olla joko vastuu itsessään tai niin sanottu asetettu vastuu, jolloin se on esimerkiksi tietyistä asemasta johtuva seuraus. (Haapala & Aavameri 2008, 15.)

Arvoympäristön tunnistaminen on perinteiselle liiketaloudellisesti ajattelevalle lukijalle mahdollisesti vaivattomin tapa lähestyä vastuullisuusajattelua sekä arvioida myös omien arvotaustojen merkitystä oman toiminnan kannalta. Organisaatio ei voi useissa asioissa jättää huomioimatta ympäristön arvokäsityksiä. Ympäristöstä nousevan muutospaineen johdosta omistajaedun maksimointi ei nykyisin enää riitä, vaan hyvinvoinnin odotetaan kasvavan laajemmin sidosryhmille. (Vauhkonen 2007, 30.)

Vastuullisuuden määrittelyn ongelmana yritysmaailmassa ovat siihen liittyvät kulttuurin ja yhteisön tavat. Käsitys siitä, mikä on moraalisesti oikein, on aina kulttuuriyhteisön yhteistä tietoa. Maailmassa on kuitenkin monia lähes kaikissa kulttuureissa päteviä universaaleja arvoja. Kun eri maiden kulttuurit, arvot ja moraal säännöt eroavat toisistaan, yrityksen onkin otettava kantaa siihen, minkä maan moraalikoodeja tai eettisiä periaatteita se noudattaa siellä missä se toimii. (Rohweder 2004, 112.) Ensisijainen haaste yrityksen oman vastuullisen toiminnan kehittämisessä ja onnistuneessa sidosryhmäyhteistyössä onkin yhdenmukaistaa maailmanlaajuisesti yrityksessä noudatettavat arvot, periaatteet ja toimintapolitiikat. (Rohweder 2004, 209.)

Vastuullisuuden määrittämiseen ja arvottamiseen liittyvistä ongelmista huolimatta tehtävä ei ole mahdoton. Parhaiten vastuullisuuden määrittäminen onnistuu siten, että yritys aidosti omista lähtökohdista, yrityksen omista arvoista, strategiasta, toimintatavoista ja -periaatteista käsin lähestyy käsitettä. Ensiarvoisen tärkeää tässä prosessissa on avoin sidosryhmävuoropuhelu. Sen avulla saattaa myös yrityksen toimijoiden oma eettinen ymmärrys lisääntyä. (Rohweder 2004, 112.) Vastuullisuus voidaan mieltää myös syy-seuraus-tyyppiseksi asiaksi. Sen mukaan väärin tehnyt myös vastaa siitä. Vastuullisuus on tasapainossa oikeudenmukaisuuden toteutuessa ainakin vallan ja vastuun sekä oikeuksien ja velvollisuuksien välillä. (Haapala & Aavameri 2008, 52.)

2.2 Yrityksen yhteiskuntavastuu

Yritysten yhteiskuntavastuuseen yhdistyy melkoinen käsiteviidakko. Se on kokonaisvaltaista ajattelua ja toimintaa, jota on monesti vaikea hahmottaa. (Haapala & Aavameri 2008, 16.) Yritysten yhteiskuntavastuu ja yrityskansalaisuus lienevät käsitteistä yleisimmät. Yritysten yhteiskuntavastuuta nimitetään myös yritys vastuuksi. (Haapala & Aavameri 2008, 17.) Eräissä yrityksissä yhteiskuntavastuu viittaa kestävän kehityksen jokaiseen ulottuvuuteen. Toisissa yrityksissä viittauksen kohteena on vain kestävän kehityksen sosiaalinen ulottuvuus tai sosiaalinen ja ekologinen ulottuvuus. (Roh-

weder 2004, 77-78.) Vastuullisuusilmaisut, kuten eettinen, luonnonmukainen, orgaaninen ja ekoystävällinen jäävät helposti epäselviksi niiden runsaasta käytöstä huolimatta. (Haapala & Aavameri 2008, 123.)

Euroopassa on tavallisesti käytössä Euroopan komission määrittely. Sen mukaan yritysten yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan yritysten vapaaehtoisesti sisällyttämää yhteiskunnallisia ja ympäristöön liittyviä näkökohtia liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa sidosryhmiensä kanssa. Komission määritelmässä on kaksi merkittävää rajausta. Yhtäältä yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan yritysten vapaaehtoista toimintaa erotuksena lain vaatimiin tai taloudellisten syiden aiheuttamiin toimiin. Toisaalta yhteiskuntavastuu on erotettava hyväntekeväisyydestä. (Haapala & Aavameri 2008, 17.) Yhteiskuntavastuu on myös yrityksessä toteutettavaa kestävästä kehitystä (Järvinen 2004, 140).

Yritysten yhteiskuntavastuu on vaikeaselkoinen asia. Siitä on vaikea luoda kaikkiin tilanteisiin ja kaikille yrityksille sopivaa kaavaa. On totuttava siihen, että asioita rakennetaan vähän kerrallaan. (Haapala & Aavameri 2008, 146.) Yrityksen yhteiskuntavastuu-käsitteellä alan toimijat haluavat korostaa sitä, mitä yritys vapaaehtoisesti tekee lainsäädännön vaatimuksia enemmän yhteiskunnan hyväksi (Pulliainen 2008, 100). Huolimatta siitä, että organisaatio ei mahdollisesti sisällytä lainsäädännön noudattamista viralliseen yhteiskuntavastuuseensa, on kuitenkin tarpeellista ottaa lainsäädäntö huomioon. Vastuullisuus ei ole uskottavaa, jos se rakentuu perustalle, joka jättää noudattamatta lainsäädäntöä. (Vauhkonen 2007, 89.) Useille yrityksille yhteiskuntavastuu on niin vaikeaselkoinen asia, että Suomessakin yritykset ovat alkaneet palkata erityisiä yhteiskuntavastuujohtajia (Talouselämä 2006).

Yrityksen yhteiskuntavastuuta voidaan pitää myös johtamistapana. Se ei kohdistu ihmisiin tai ole sosiaalinen ohjelma, vaan johtamistapa, joka huomioi taloudellisten näkökohtien ohella sosiaalisiin asioihin sekä ympäristöön liittyvän vastuun todellisena osana yrityksen strategiaa. Tätä perustellaan kestäväällä liiketoiminnallisella menestyksellä, johon yhteiskunnallisesti vastuullinen käytös johtaa. (Yritysten yhteiskuntavastuu -Ohjeita 2006, 8.) Yhä yleisemmin tunnustetaan yrityksen olevan oikeudellinen, poliittinen, sosiaalinen ja taloudellinen instituutio. Tämän myötä sen vastuukysymyksiä on tarkasteltava taloudellisten lähtökohtien ohella myös muilla perusteilla. (Järvinen 2004, 140.)

Yrityksen yhteiskuntavastuuseen kuuluvat yrityksen sisäiset ja ulkoiset suhteet sekä vastuun realisoituminen niiden kautta. Tällaisella lähestymistavalla yhteiskuntavastuun saatetaan ajatella suojelevan erityisesti yrityksen eri sidosryhmiä. Asiakkaiden, työntekijöiden, yritystoiminnan vaikutuspiirissä olevien asukkaiden sekä omistajien, rahoittajien ja riskisijoittajien ohella merkittävän sidosryhmän muodostavat tietenkin myös julkisyhteisöt. Tärkeintä julkisyhteisöiden kannalta on niiden asettamien tavoitteiden täyttäminen. (Järvinen 2004, 37.) Tekniikan tohtori Timo Laukkasen mielestä liiketoimintaympäristö on tehtävä sellaiseksi, jossa taloudellisen taakan sijaan yhteiskuntavastuullisuudesta muodostuu yritysten menestystekijä. Yhteiskuntavastuuttomuus on myös tehtävä kannattamattomaksi. (Yhteiskuntavastuun tuettava liiketoimintaa 2006.)

Organisaatioiden ei kannata suin päin kehittää vastuullisuuttaan, vaikka vastuullisuuden merkitys liiketoiminnalle on nopeasti kasvanut. Ensin on tiedostettava, mistä on oikein kysymys. Monesti yritysten kehittäminen alkaa vaiheessa, jolloin kilpailijat julkaisevat ensimmäisen yhteiskuntavastuun raporttinsa. Kun organisaatiovastuuta kehitetään, on tunnistettava hyödyt, jotka on mahdollista saavuttaa sekä eettiseltä että kilpailukyvyn kannalta. (Vauhkonen 2007, 85.) Yritysten arkeen kuuluu myös se, että tiedotusvälineet käsittelevät lähes pelkästään väärin hoidettuja tai tekemättä jätettyjä asioita. Sen sijaan oikein tehdyt asiat ja hyvät uutiset valitettavan usein eivät lainkaan ylitä uutiskynnystä. (Haapala & Aavameri 2008, 146.)

Toiminnan on oltava taloudellisesti kannattavaa, jotta vastuullisuus perustehtävän ja tarkoituksen toteuttamisessa voisi onnistua. Kannattavuus saatetaankin ymmärtää päämäärän sijaan yrityksen vastuullisuuden toteutumisen perusehdoksi. Tämän ajattelun avulla voidaan välttää silloin tällöin esiin työntyvä ongelma, jossa taloudellinen kannattavuus ja vastuullisuus olisivat toistensa vastakohtia. Ilman kannattavuutta yrityksen toiminta päättyy, eikä vastuullisuutta enää voi olla. (Vauhkonen 2007, 44.) Yritysten ollessa keskeinen osa yhteiskunnan infrastruktuuria niiden hengissä säilyminen on myös yhteiskunnan näkökulmasta erittäin tärkeää (Könnölä & Rinne 2001, 18). Kannattavuudella mahdollistetaan toiminta, mutta kannattavuus ei aina takaa vastuullisuutta eli yritys saattaa onnistua toimimaan kannattavasti huolimatta siitä, että se ei hoida velvoitteitaan hyvin (Vauhkonen 2007, 44).

Yhteiskuntavastuun kannossa on pohjimmiltaan kysymys hankittujen rahojen käyttökohteen miettimisen sijaan tavasta, jolla rahat on hankittu ja siitä, miten tuloksen tekeminen vaikuttaa yrityksen omaan toimintaympäristöön. Siten eettiset periaatteet on kaikessa toiminnassa huomioitava, kun yritystoimintaa käytännössä harjoitetaan. Yhteiskuntavastuunkannon on siis oltava tärkeänä osana yrityksen toimintakulttuuria. Harhauttavaa saattaa olla se, että yritys käyttää merkittävästi tuottojaan hyväntekeväisyyteen, mutta sen toimintatavoissa on runsaasti kehitettävää. (Pulliainen 2008, 147.)

On tärkeää, että jokaisen yksilön on mahdollista toimia oman oikeuskäsityksensä mukaisesti ja vielä tärkeämpää on eettisen ”koodiston” opettaminen jo lapsuudenkodissa ja koulussa. Sen sijaan ei voida hyväksyä toimintaa, jolla työpaikkansa säilyttääkseen on unohdettava oma etiikka ja toimittava kuten esimies määrää. Kaikessa taloudellisessa toiminnassa, sekä yritys- että yhteiskuntatasolla, etiikan uusi nousu ja yhteiskuntavastuun korostuminen voisi hyvinkin olla uusi suuntaviiva parempaan yhteiskuntaan. (Järvinen 2004, 154.)

Vastuullisuus on nähtävä organisaatiovastuun ohella myös yksilötason asiana, jotta organisaation on mahdollista hoitaa uskottavasti vastuullisuuteen liittyvät odotukset ja lupaukset. Johdon sitoutumista edellytetään silloin, kun tavoitteita ja resursseja asetetaan ja toimitaan esimerkkinä muulle henkilökunnalle. (Vauhkonen 2007, 88.) Yrityksen lupautuessa olemaan yhteiskunnan vastuullinen jäsen sitoutuu se toimimaan eettisesti. Lähtökohtaisesti kysymys on arvoista ja arvojärjestyksestä eli millä hinnalla yritys aikoo luoda taloudellista hyvinvointia, joka on sen perustehtävä. (Järvinen 2004, 13.)

2.2.1 Arvot

Toimintaympäristönsä tuntevan, sen vuorovaikutuksia ymmärtävän, menestyvän yrityksen päivittäistä toimintaa ohjaavat tavoitteet, suunnitelmat ja arvot. Jotta yritys ylittäisi tavoitteisiinsa, on jokaisen organisaation jäsenen sitouduttava vastuulliseen toimintaan. (Könnölä & Rinne 2001, 26.) Vastuullisuus julkituotuna arvona ja käytännön toiminnan suunnannäyttäjänä auttaa johtoa ja henkilöstöä keskittymään työhönsä sekä tekemään perusteltuja valintoja. Vastuullisuuden merkitys julkilauseena ja tavoiteltavana arvona auttaa päätöksenteon linjauksessa erinomaisuuden saavuttamista. Vastuullisuus tukee henkilöstöä vaativissa tilanteissa sekä erityisesti ongelmien ja ristiriit-

tojen ratkaisuisa. Vastuullisuus arvona rakentaa ja vahvistaa myös organisaatioidentiteettiä, josta ihmiset ovat ylpeitä ja myös arvostavat sitä. (Vauhkonen 2007, 49.)

Vastuullisuus on suhdetoiminnan, tuotekehitysten ja prosessien tehostamisen lisäksi toimintatapa, joka koskee kaikkia yrityksen osa-alueita. Yritysten, jotka ilmoittavat toimivansa vakaalla eettisellä pohjalla, on näytettävä tämä myös teoissa. Teoilla on merkitystä vain silloin, kun koko organisaatio noudattaa yhteisesti sovittuja toimintaperiaatteita. Yksilöiden ryhmästä muodostuvassa organisaatiossa päätökset tekee aina yksilö. Vastuuttomuudesta johtuvat epäonnistumiset ovat monesti seurausta päätöksentekijän henkilökohtaisten arvojen sijaan yrityksen antamista määräyksistä tai yritykselle asetetuista velvoitteista. Henkilökohtaisten arvojen tuonti työpaikalle voisikin kuvata vastuullista toimintaa. (Könnölä & Rinne 2001, 16-17.)

Yrityksessä etiikasta keskustelun ja eettisten toimintamallien kehittämisen lähtökohtana on tarve kehittää yrityksen yhteisiä arvoja, joiden avulla henkilöstön päivittäinen päätöksenteko helpottuu. Yritysetiikka käsittää yksilöiden ja organisaatioiden arvoihin liittyvät kysymykset. Kohteena ovat usein yksilön arvojen muodostuminen sekä yksilön tekemät päätökset. (Könnölä & Rinne 2001, 17.) Yritysten omatunto on verrannollinen globaalin yhteiskuntamme omaantuntoon. Sen vuoksi yritykset toimivat tavalla, jonka yhteiskunta sallii. Kun yksilöt taas muodostavat yhteiskunnan, määrää ihmisten omatunto sen arvot. Globaalin yhteiskuntamme ja sen eri osien yhteiset vastuulliset arvot on mahdollista löytää syvällisen ja toisinaan piinallisenkin itsetutkiskelun tuloksena. (Ketola 2005, 14.)

Arvot ovat aina yrityskohtaisia sekä aikaan ja paikkaan sidottuja. Tämä siitäkin huolimatta, että kansainvälistyvässä taloudessa eurooppalaisilla yhteismarkkinoilla harjoitettavan yritystoiminnan johdosta on yhtä selvää, että ainakin eurooppalaisten yritysten arvot lähenevät toisiaan. (Järvinen 2004, 13.) Hyvinvoinnin tai kehittyneisyyden mittaamisen ongelma on monien käsitteiden suhteellisuus ja kulttuurisidonnaisuus. Eri kulttuureissa, kuten läntisissä teollisuusmaissa ja entisissä sosialistisissa maissa, aineelliset arvot ovat olleet kehittyneisyyden mittari. Toisaalta eräissä Aasian valtioissa on painotettu henkistä kehittyneisyyttä. Kaikkien kulttuurien kaikilla ihmisillä perusluontoisimmat tarpeet ovat kuitenkin samanlaisia. (Rohweder 2004, 65-66.)

2.2.2 Yrityskansalaisuus

Vastuullisuuden kannustimien ollessa sidosryhmälähtöisiä yritys haluaa huomioida yleisen moraalien vaatimukset ja toimia kunnan yrityskansalaisen tavoin. Yritykselle kuuluvat vastuut ja velvollisuudet aivan kuten kenelle tahansa yhteiskunnan jäsenelle. Toiminnan jatkuvuus uskotaan voitavan turvata noudattamalla moraalisia periaatteita, sillä vastuullisella toiminnalla katsotaan olevan myönteinen vaikutus sidosryhmien asenteisiin yritystä ja sen tavoitteita kohtaan. (Rohweder 2004, 87.)

Yrityskansalaisuudella (corporate citizenship) tarkoitetaan yrityksen tavoitetta ansaita yhteiskunnan hyväksyntä toiminnalleen kantamalla taloudellisen vastuun ohella myös sosiaalista ja ympäristövastuuta siinä yhteiskunnassa, jossa se toimii. Siten yritys pyrkii toimimaan, kuten valistunut kansalainen toimisi. Tätä voidaan kutsua yhteiskuntavastuun kaltaiseksi kokonaisvaltaiseksi ajattelutavaksi. (Ketola 2005, 11.) Yritystä ei mahdollisesti hyväksytä enää yhteiskunnan jäseneksi, yrityskansalaiseksi, jos sosiaalisten ja ekologisten tekijöiden kustannuksella saavutetaan yrityksen voitto ja kasvu. On helppo ennustaa, että lähiaikoina yrityksen henkiinjäämisen perusta luodaan sosiaalisen, ekologisen sekä taloudellisen vastuun yhteistyöllä. (Ketola 2005, 39.)

2.2.3 Imago

Kansainvälisen keskustelun ohella myös meillä Suomessa yritysvastuu on useammin lähes poikkeuksetta nähty synonyyminä yrityksen hyvälle maineelle. Asia ei kuitenkaan ole edellä mainitun suoraviivainen ja yksinkertainen. Vaikka maine ja yritysvastuu liittyvät läheisesti toisiinsa, eroavat ne asiana toisistaan. Hyvällä yritysvastuulla ei taata hyvää mainetta. Useille yrityksille yritysvastuusta saattaa muodostua jopa maineriski. (Vauhkonen 2007, 139.) Toisaalta toiminta, jossa esimerkiksi rikotaan hyviä tapoja, sopimuksia tai vieläpä lakeja, kantaa tavallisesti vain lyhyen ajan, koska kumppanit ja maine katoavat (Vauhkonen 2007, 44).

Yrityksen imagoon vaikuttava kestävä kehitystä edistävä toiminta saattaa myös lisätä yrityksen tuotteiden kysyntää. Imagolla on vaikutus myös sijoittajien ja rahoittajien myönteiseen kiinnostukseen yritystä kohtaan. Yrityksen henkilöstön hyvinvoinnin huolehtiminen sekä yrityksen myönteinen yhteiskunnallinen imago saattavat myös helpottaa pätevän henkilöstön saamista yritykseen. (Rohweder 2004, 82.) Hyvän yri-

tyskuvan saamiseksi on tavallista myös rahan lahjoittaminen hyväntekeväisyysjärjestöille tai yritysten ja järjestöjen erilaiset yhteisprojektit. (Könnölä & Rinne 2001, 13).

Yrityksen maine muodostuu joko suorien tai välillisten sidosryhmien ja yrityksen välisissä kohtaamisissa. Maineen käsite yrityselämässä on merkittävästi laajempi kuin enemmän käytetyt imago tai brändi. Maine ja brändi eroavat toisistaan siinä, että brändiä käytetään useimmiten markkinointiin kun taas maineella on vaikutuksensa yrityksen kaikkiin sidosryhmiin. Vasta hyvän maineen avulla brändi saattaa menestyä. Yrityksen maine vaikuttaa päätöksentekoon, riippumatta siitä, onko kyseessä asiakas, sijoittaja, toimittaja tai työntekijä. (Vauhkonen 2007, 139.)

2.3 Globalisaatio

Globaali maailmantalous merkitsee markkinamekanismin kansallista ja kansainvälistä laajenemista ja syvenemistä. Tämän lisäksi kapitalismi muuttuu asteittain maailmanlaajuiseksi tuotantomuodoksi. Kaupan vapautuminen, lisääntyvät suorat ulkomaiset sijoitukset sekä parhaiten tuottaviin kohteisiin nopeasti liikkuvat ja hakeutuvat pääomat ovat konkreettisen taloudellisen globalisaation ominaisuuksia. (Rohweder 2004, 33.) Globalisaation kasvaessa yritysten vastuu maailman tasapuolisen taloudellisen hyvinvoinnin edistäjinä muodostuu yhä suuremmaksi. Yritykset ovat yleensä kriittisen globalisaatiokeskustelun kohteena, koska niitä pidetään asiassa vetureina. Yritysten päätösten vaikutus on myös välitön vaikutus muutoksiin, jotka aineellisessa hyvinvoinnissa alueellisesti tapahtuvat. (Rohweder 2004, 41.)

On paljon yrityksiä, jotka toimivat useissa maissa. Tärkeimmät rahavirrat kulkevat emoyhtiön ja tytäryhtiöiden sekä tytäryhtiöiden välillä. Mahdollisia syitä yksiköiden sijoittumiseen eri osiin maapalloa saattavat olla markkinat, verokilpailu, alhaiset työvoimakustannukset sekä olemattomat ympäristönsuojeluvaatimukset. Pääomavirtojen ohjaamiseksi takaisin omille alueilleen valtiot ovat turvautuneet hätäaputoimenpiteisiin. Euroopan unioni on esimerkiksi alkanut vaikeuttaa veroparatiisien toimintaa. Normiohjaukseton tuotannollinen toiminta turmelee hetkessä ympäristönsä ja toimeliaisuus ohjautuu energiapulasta johtuen uusille alueille. Sen seurauksena olosuhteiden avulla taktikoineet yritykset joutuvat kukin vuorollaan käymään läpi toimintakäytäntönsä. (Pulliainen 2008, 147-148.)

Monikansallisia yrityksiä on arvosteltu siitä, että ne ovat tehokkaasti ottaneet valtaansa kansainvälisen kauppajärjestelmän. Ne ovat muokanneet järjestelmän peilikuvakseen ja omiin tavoitteisiinsa sopivaksi. Kun sopiva tilaisuus tulee, ne puolustavat kaupan vapautta ja suojatoimia. Järjestelmää vääristää monikansallisten yritysten länsimaiden hallituksilta vaaditut ja saadut tukiaiset. Ne käyttävät ansaitsematonta vaikutusvaltaa Maailman kauppajärjestössä WTO:ssa, jotta ne voivat turvata haluamansa säännöt. Myöskään kansainvälinen sääntely ei ulotu niihin. (Litvinoff & Madeley 2008, 201-202.)

Yrityksen koon kasvaessa myös toiminnan vastuuseen ja valtaan yhdistyvät tekijät lisääntyvät. Maailmanlaajuisen tasapuolisen kestävä kehityksen edistämiseksi globaaleilla yrityksillä on omat vaikutuksensa. Paikalliset teot auttavat toteuttamaan kestävä kehitystä. Siinä on tärkeää myös pienen yrityksen paikallinen toiminta. Yrityksen globaalin luonteen myötä esille nousevat toimintaympäristöön hallintaan liittyvät näkökohdat. On tärkeää, että kansainvälisten sopimusten ja paikallisen lainsäädännön tietoisuuden perusteella yritys määrittelee oman vastuunsa. (Rohweder 2004, 110-111.)

Kansallisvaltioiden tulisi luoda yrityksille sellaiset olosuhteet, jotka mahdollistavat työpaikkojen, vaurauden sekä innovaatioiden syntymisen. Globalisaatioprosessia on myös julkisen sektorin päätöksenteolla ja kansainvälisillä sopimuksilla mahdollista ohjata mahdollisimman monia hyödyttävään suuntaan. (Rohweder 2004, 41.) Yhteiskunnan kokonaisedulle on suotavaa, että yritykset löytävät oman toimintatapansa vastuullisena yrityskansalaisena globalisoituvassa yhteiskunnassa. Monikansallisen yrityksen tapa toimia ei välttämättä sovi kotimarkkinakeskittyneelle pk-yritykselle. Tämän vuoksi vastuullisen yritystoiminnan kehittämisen lähtökohtana on yritysten omaaloitteisuus niin kansallisessa kuin kansainvälisessä toimintaympäristössä. (Vauhkonen 2007, 61.)

3 KESTÄVÄ KEHITYS

Viime vuosina ovat alkaneet laajat yhteiskunnalliset keskustelut kestävästä kehityksestä ja globalisaatiosta. Sen myötä yritystoiminnan suurimmaksi haasteeksi on nousemassa taloudellisesti, ekologisesti ja sosiaalisesti vastuullinen toiminta. Ihmisten, yhteiskunnan ja ympäristön hyvinvointi on tämän ajattelun mukaan kestävä, taloudellisen kasvun tavoite. Aluksi kestävä kehityksen tarkoituksena oli kuvata ainoastaan ekologista kestävyyttä. Nykyisin se kuitenkin tarkoittaa kehitystä, jossa huomioi-

daan tasapuolisesti taloudellisen, ekologisen ja kulttuurisen ulottuvuuden sisältävän sosiaalisen kestävyuden näkökohdat. (Rohweder 2004, 11.) Yhteiskunnan, yrityksen tai yksilön on jo tänään tunnettava vastuunsa sosiaalisista, taloudellisista ja ympäristöön liittyvistä asioista, jos ne haluavat olla sitoutuneita kestäväan kehitykseen (Rohweder 2004, 16).

Kestävä kehitys (sustainable development) käsitteenä muotoutui kestäväan kehityksen peruskirjassa (WCED 1987). Sen YK:n asettama ympäristön ja kehityksen maailmankomissio, puheenjohtajansa mukaan kutsuttu Brundtlandin komissio laati. Kirjan mukaan kestävä kehitys on kehitystä, jolla tyydytetään nykyisen ihmiskupolven tarpeet siten, että se ei vaaranna tulevien sukupolvien edellytyksiä tyydyttää omia tarpeitaan. (Ketola 2005, 11.)

Kestäväan kehitykseen liittyvässä keskustelussa päähuomio on ollut ympäristön ja taloudellisen toiminnan välisessä suhteessa. Ympäristöön liittyviä ja taloudellisia tavoitteita pidettiin usein toisilleen täysin vastakkaisina ennen Brundtlandin komission kestäväan kehityksen raporttia. Raportin merkittävyys oli siinä, että eri tahoja kannustettiin vastakkainasettelujen sijaan avoimeen ja rakentavaan vuoropuheluun. Kestäväan kehityksen käsitteen ansiosta ympäristöön liittyvät sekä taloudelliset tavoitteet oli mahdollista yhdistää toisiaan tukemalla. Kestäväan kehityksen käsitteen tärkeä merkitys kansainvälisessä keskustelussa on ollut eräänlaisena kompromissina ympäristön suojelun ja taloudellisen toiminnan välisissä ristiriitojen selvittelyissä. Johannesburgin kokouksessa keskustelun erääksi pääteemaksi nostettiin ihmisten hyvinvointi ja siihen liittyvä taloudellinen toiminta. Tämän johdosta myös sosiaalinen kestävyys sai sen myötä entistä tärkeämmän roolin. (Rohweder 2004, 17-18.)

Ihmiskeskeinen ajattelu on kestäväan kehityksen perusta. Ihmisten tarpeet ja niiden tyydyttämiseen liittyvät reunaehdot ovat asioita, joita sen määritelmässä ilmaistaan. Huolimatta siitä, että kestävä kehitys on mahdollista jakaa edellä mainittuihin kolmeen ulottuvuuteen, on ilmeistä, että ulottuvuudet ovat kietoutuneet toisiinsa tavalla, jossa yhden huomiotta jättäminen vaikuttaa myös kestäväan kehityksen muiden ulottuvuuksien toteutumiseen. Tärkeintä kestäväan kehityksen kannalta onkin kehittää taloudellisia, ympäristöön liittyviä ja sosiaalisia seikkoja tasapainoisesti. (Rohweder 2004, 16.)

Kestävän kehityksen käsitteen ongelmana on usein sen ristiriitaisuus ja epämääräisyys, koska sen määritelmästä ja tulkinnasta on monia muunnoksia. Se on saanut arvostelua esimerkiksi siitä, että teollistuneiden maiden omat edut ovat olleet etusijalla, kun ne määrittelevät sen tavoitteita. (Rohweder 2004, 18.) Monikansallisia yhtiöitä on arvosteltu siitä, että ne pitävät meteliä kestävästä kehityksestä. Niiden kiinnostus kohdistuu lyhyen aikavälin voittojen maksimointiin ja osakkeenomistajien haluamien osinkojen järjestämiseen. Kun puhe kääntyy vastuuseen laajemmalle yleisölle, ovat yhtiöt voimakkaan epädemokraattisia. (Litvinoff & Madeley 2008, 38.)

Kestävää kehitystä edistävän yrityksen vuorovaikutus toimintaympäristönsä kanssa on aktiivista, avointa ja kehittävää. Toimintaympäristön jatkuvat muutokset haastavat yritykset omalta osaltaan osallistumaan kestävästä kehityksestä prosessiin sekä paikallisesti, alueellisesti että maailmanlaajuisesti. Yrityksen toimintaympäristön vuorovaikutuksen kaksisuuntaisuudesta johtuen yrityksen omat päätökset muokkaavat toimintaympäristöä. Toisaalta yrityksen toimintaa saattaa myös toimintaympäristö muokata. (Rohweder 2004, 31.) Kestävää kehitystä edistävällä vastuullisella toiminnalla saattaa olla monin tavoin myönteinen vaikutus yrityksen taloudelliseen tulokseen. Yrityksen kannattaa tämän vuoksi panostaa omaehtoisesti yli lainsäädännön vaatimusten kestävästä kehityksestä liittyvissä asioissa. (Rohweder 2004, 83.)

Taloudellinen, yhteiskunnallinen ja ympäristöllinen osaaminen ja menestys ovat kestävästä kehityksestä mukaisesti keskenään tasa-arvoisia asioita. Kehitetyn konseptin ”triple bottom line” avulla voidaan ymmärtää paremmin näiden ulottuvuuksien välisiä suhteita. Kyseinen konsepti yhdistää yhteiskunnallisen, taloudellisen ja ympäristöllisen tuloksen. Jotta yritys pystyy vastaamaan kestävästä kehityksestä haasteisiin, on sen huomioitava täydellisesti edellä mainitut kolme ulottuvuutta liiketoiminnassaan. Kun yritys tarkkailee yrityksen kannattavuutta monipuolisesti, on sillä pitkän aikavälin menestyvään toimintaan hyvät lähtökohdat. (Könnölä ja Rinne 2001, 19-20.)

Arkipäivän toiminnassa näkyvä postmateriaalisten arvojen vahvistuminen ja kestävästä kehityksestä tarpeellisuus sekä kasvava yleismaailmallinen tietoisuus lisäävät mahdollisuutta yhteisymmärryksen syntymiseen. Kestävästä kehityksestä toteutumisessa on tärkeintä yhteiskunnan eri osapuolien sitoutuminen yhteisiin päämääriin. Kestävä kehitys on jatkuvaa kehittämistä eikä sillä ole päätepistettä. Tämän perusteella voidaankin sanoa, että kestävä kehitys perustuu ensisijaisesti siihen, että maailmanlaajuiset yhteisik-

si koetut arvot kyetään tunnistamaan ja haluan kehittää niitä käytännössä. (Rohweder 2004, 25.)

Kestävän kehityksen kannalta on tärkeää, että eettinen ajattelu- ja toimintatapa otetaan yhä useammassa yrityksessä osaksi yrityksen liiketoimintaa ja päätöksentekoa. Sen seurauksena kestävä kehitys on jatkossa yrityksen toimintaa ohjaava periaate huolimatta siitä, että se ei olisikaan yrityksen ydinliiketoiminnan strateginen lähtökohta. Tällä on yhteys kestävä kehityksen alkuperäiseen ajatukseen, jonka mukaan kestävä kehitys on vastuullisuutta, joka yhdistyy arkipäivän toimintaan. (Rohweder 2004, 131.)

3.1 Taloudellinen vastuu

Yritysten taloudelliset, sosiaaliset ja ekologiset vastuut eroavat luonteeltaan toisistaan. Omistajiensa tarpeiden tyydyttäminen on usein niiden toiminnan pääasiallinen tavoite. Tämän vuoksi taloudellinen vastuu on suurelta osin luonnostaan selvä asia länsimaisille yrityksille. Elinehto yritysten toiminnalle on pitää omistajat ja rahoittajat tyytyväisinä. Sen johdosta yritysten kaiken toiminnan suunnittelu keskittyy juuri näihin asioihin. Yritykset ottavat lisäksi taloudellista vastuuta työllistämällä ihmisiä suoraan palkatessaan työntekijöitä, urakoitsijoita, tavarantoimittajia, yhteistyökumppaneita sekä konsultteja. Yritysten välillinen työllistävä vaikutus ilmenee niiden toimittaessa asiakkailleen työssään tarvitsemia tuotteita ja palveluksia ja antamalla sidosryhmille myönteisiä työn aiheita. Yritykset maksavat veroja, joilla niiden ympärille kehittyneitä viireitä palvelevia paikallisyhteisöjä ja yhteiskuntaa voidaan edelleen kehittää. (Ketola 2005, 32- 33.)

Yrityksen on asetettava etusijalle taloudellisen vastuun kantaminen. Yrityksen tehtäviin kuuluu vastata omistajien tuotto-odotuksiin sekä tuottaa taloudellista lisä-arvoa yhteiskuntaan. Vastuullinen yritys toimii kestävä kehityksen ehdoilla, eikä pyri saamaan tuottoa hinnalla millä hyvänsä. (Järvinen 2004, 14.) Vastuullisessa liiketoiminnassa on myös voiton tavoittelulle asetettava rajat. Taloudellisten sidosryhmien vaatimuksen johdosta niiden sääntöjä on noudatettava. (Ketola 2005, 33.) Kohtuullisen ja liiallisen voitontavoittelun määrittelyn vaikeudesta huolimatta erityisesti länsimaisessa yhteiskunnassa ahneuden raja asetetaan pisteeseen, jossa yrityksen taloudellinen voitontavoitteluvastuu kohtaa yrityksen sosiaalisen ja ekologisen vastuun. Rahaa ei saisi

tehdä ottamatta huomioon henkilöstöä, muita sidosryhmiä tai ympäristöä. (Ketola 2005, 34.)

3.2 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuu, joka ulottuu yrityksen sisältä sen ulkopuolelle, käsittää hyvän henkilöstöpolitiikan ja vastuunkannon työnantajana. Vastuullisuus huomataan ulkoapäin osallistumisena yhteiskunnan ja lähiympäristön kehittämiseen. Toiminta, joka pohjoismaisessa hyvinvointivaltiossa on julkisen vallan vastuulla, sisällytetään tavallisesti kansainvälisissä määritelmissä sosiaaliseen vastuullisuuteen. Yhteiskuntavastuun kotimaisia määritelmiä kehitettäessä on huolehdittava siitä, että peruspalvelut ja sosiaalinen turvallisuus Suomessa eivät perustu hyväntekeväisyyteen. (Järvinen 2004, 14.)

Sosiaaliseen vastuuseen liittyvät kysymykset ovat viime vuosina olleet esillä varsinkin monikansallisten yritysten yhteydessä. Ne kohtaavat ulkomailla usein sosiaaliseen vastuuseen liittyvän lainsäädännön puitteet. Tämän johdosta on yrityksillä ollut kiusaus toimia Suomen oloja leväperäisemmin. Toiminnan seurauksena on käytetty lapsityövoimaa tai vaadittu työntekijöiltä epäoikeudenmukaisia työaikoja. Sosiaalisesti vastuullisen toiminnan ulottuvuuteen ovat tuoneet selkeyttä sidosryhmien kanssa käyty keskustelu. Yritykset ovat alkaneet myös enemmän pohtia eettisen vastuun muotoa, jota niiden pitäisi kantaa sekä kotimaassa että ulkomailla. (Rohweder 2004, 104-105.)

Henkilöstön työturvallisuuteen panostaminen on asia, joka voidaan mainita, kun etsitään kestävä kehityksen sosiaaliseen ulottuvuuteen liittyvän toiminnan vaikutuksia kannattavuuteen. Toiminnan myötä esimerkiksi kustannuksia aiheuttavia onnettomuuksia voidaan vähentää. (Rohweder 2004, 82.) Pitkän aikavälin kannattavuuteen saattaa sosiaalisiin näkökohtiin panostamisella olla vaikutusta. Henkilöstön yleiseen hyvinvointiin ja koulutukseen sijoittamalla työviihtyvyys lisääntyy sekä tarpeettomat poissaolot ja sairauspoissaolot vähenevät. Tämän johdosta innovatiivinen ja tuottava toiminta lisääntyy henkilöstön sitoutuessa paremmin yritykseen. (Rohweder 2004, 83.)

Lakisääteisyys määrää yritysten sosiaalisen vastuun, mutta tilaa on myös yrityskohtaisille, sosiaalisille arvoille. Pohjimmiltaan sosiaalisessa vastuussa on kyse ihmisoikeuksista. (Ketola 2005, 40.) Lainsäädännön tarkoitus on turvata erityisesti fyysisesti raskasta työtä tekevän henkilöstön työolot. Monissa suomalaisyhtiöissä toteutetaan

turvallisuuskampanjoita ja suurilla yhtiöillä on monesti yhdistetty turvallisuuskysymykset osaksi omiin johtamisjärjestelmiin. On myös taloudellisesti kannattavampaa ylläpitää osaavan työntekijän terveyttä kuin maksaa vakuutusmaksuja ja korvauksia sekä kouluttaa uusia työntekijöitä tai sijaisia. (Könnölä & Rinne 2001, 73.)

3.3 Ekologinen vastuu

Luonnonvarojen rajallisuus ja luonnon reunaehtoien kohtaaminen, ekosysteemin haavoittuvuus ja luonnon aineettomat arvot ovat 2000-luvulle tultaessa nousseet yhteiskunnallisen keskustelun yhä tärkeämmäksi osaksi. Lisääntyvää kulutuksen tyydyttämistä luontoa hyväksi käyttämällä ei enää haluta millä ehdoilla tahansa. Ihmisten ympäristötietoisuus on räjähdysmäisesti lisääntynyt verkostoituvassa informaatioyhteiskunnassa. Tämän myötä yhä useammat ovat alkaneet miettiä taloudellisen toiminnan sopeuttamista luonnon asettamiin ehtoihin. Se vaatii ihmisen ja taloudellisen toiminnan kestävän vuorovaikutuksen ohella ympäristönsuojelua. Periaatteeksi taloudelliselle toiminnalle on muotoutumassa ”enemmän ja parempaa vähemmästä” tai vieläpä ”enemmän toisenlaista ja toisella tavalla”. (Rohweder 2004, 45-46.)

Ympäristövastuu tunnetaan ehkä parhaiten kestävän kehityksen ja yhteiskuntavastuun elementeistä. Yksinkertaisimmillaan se sisältää ympäristövaikutusten hallinnan sekä luonnonvarojen kestävän käytön. Suomalaisilla yrityksillä on ympäristövaikutusten huomioinnilla jo pitkät perinteet. Vaikka yhteiskuntavastuuajattelu ei tähän paljoa tuu uutta, on hienoa, että yhteiskuntavastuukeskustelussa korostuu kestävän kehityksen kolmen osa-alueen yhteenkuuluvuus. (Järvinen 2004, 15.) Teollistumisen ja aineellisen hyvinvoinnin lisääntyessä maapallolla eriaikaisesti ovat mahdollisuudet ja edellytykset kohdata ympäristöongelmat hyvin erilaiset. Kestävän kehityksen kannalta onkin olennaista, että länsimaisten toimintatapojen muuttuessa samalla lisätään myös köyhimpien maiden kehitysmahdollisuuksia ympäristölle myönteisellä ja sosiaalista tasa-arvoisuutta lisäävällä tavalla. (Rohweder 2004, 18-19.)

Kaikkialla, missä yritykset toimivat, niiden ekologinen vastuu kattaa vastuun oman toimintansa kaikista vaikutuksista luonnonympäristöön. Yhteiskunnan ja yrityksen ekologinen jalanjälki on asia, josta nykyisin puhutaan. Yrityksen ekologiseen jalanjälkeen lasketaan mukaan kaikki sen ympäristövaikutukset. Ekologisesti on parempi mahdollisimman pieni jalanjälki. Ympäristövaikutusten määrät kuitenkin vaihtelevat

toimialoittain, joten jalanjäljen koko ei suoraan mittaa yrityksen ekologista vastuunottoa. (Ketola 2005, 46–47.)

Monien yritysten tavoitteena on pienentää toimintansa ympäristölle aiheuttavia epäsuotuisia vaikutuksia, jotkut vielä enemmän kuin lait ja legitimeettipaineet edellyttävät. Taloudellinen hyöty on luonnollisesti tavoite, jonka yritykset ympäristöstrategioiltaan pyrkivät saavuttamaan. Tämä on päävaikuttimena monille yrityksille tavoitteena suuremmat markkinaosuudet ja voitot. Välillisesti se tuo paremman imagon, joka kasvattaa asiakkaiden, sijoittajien ja yhteiskumppanien määrää. Lisäksi ympäristöstrategian avulla pidetään viranomaiset, kansalaisjärjestöt, tiedotusvälineet ja suuri yleisö tyytyväisinä. Tässä suhteessa taloudellinen ja ekologinen vastuu palvelevat toisiaan. On kuitenkin yrityksiä sekä monia yksittäisiä johtajia ja työntekijöitä, jotka ovat vilpittömästi huolissaan luonnonympäristöstä ja haluavat tehdä sen suojelussa parhaansa. (Ketola 2005, 47.)

4 VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA

Vastuullisessa liiketoiminnassa tekojen päämääränä on *corporate responsibility* (CR). Tällä tarkoitetaan taloudellista, sosiaalista ja ekologista ulottuvuutta ja se on kauttaaltaan yksi vaihe, jonka tavoite on kestävä liiketoiminta, *corporate sustainability* (CS). Kestävän liiketoiminnan saavuttamisessa tarvitaan enemmän kuin vastuullisia, yksittäisiä tekoja. Kestävään liiketoimintaan päästäkseen ajatusmaailman on muututtava sekä globaalissa yhteiskunnassa että sen erittäin merkittävässä osassa, yrityksissä. Se edellyttää meiltä jokaiselta taitoa arvioida arvojamme ja sanojamme reaalityodellisuuden ja tulevaisuuteen, jotka ihmisillä ja luonnolla on. Maailmanlaajuisten ongelmien aiheuttajana on yksipuolinen arvomaailmamme. (Ketola 2005, 14.)

Liiketoiminnan vastuullisuusajattelua voidaan pitää luonnollisena kehitystienä laatu-, ympäristö- ja turvallisuusasioiden hallinnalle. Pitkällä aikajänteellä tapahtuvassa kokonaisuuden hallinnassa pidetään huolta sekä taloudesta, ihmisistä että luonnosta. Vastuullisuuden kehittäminen edellyttää niiden menettelytapojen vahvistamista, joiden avulla eettisesti kestävien toimintaperiaatteiden on mahdollista toteutua. Kyseessä on organisaation suorituskyvyn kehittyminen, jossa laaja-alaisesti määriteltyjen arvojen toteutuminen arjessa näkyvät toiminnan erinomaisuutena. (Vauhkonen 2007, 16.)

Vastuullinen liiketoiminta tavallisesti määritellään, jotta kestävä kehitys on mahdollista toteuttaa yritystasolla. Nykyisin yritykset näkevät vastuunsa kasvavassa määrin myös vastuuna sidosryhmille. Sidosryhmien odotukset on tarkoitus vähintään huomioida, mutta on yrityksiä, jotka lupaavat vieläpä ylittää ne. (Kuvaja & Malmelin 2008, 30.) Tämä auttaa yritystä ymmärtämään paremmin ympäristöään ja ennakoimaan markkinoiden mahdolliset muutokset. Vuoropuhelu ulkoisten sidosryhmien kanssa sekä organisaation toimintojen auditointi ovat yrityksen toiminnan yhteiskunnallisen vastuullisuuden käynnistävä tekijät. Auditointi selvittää, miten yritys vastaa ulkoapäin tuleviin vaatimuksiin. (Könnölä & Rinne 2001, 18.)

Yhteiskunnallisessa vastuullisessa liiketoiminnassa näyttää toimivan sama perusajatus kuin markkinoilla yleensä. Toisin sanoen nopeimmat varmistavat markkinaedut. Yhteiskunnallisen vastuun kanto ja vastuullinen yritysjohtaminen saattavat useassa organisaatiossa johtaa ajattelun ja johtamistavan muutoksiin. Päätöksentekoon rahallisten arvojen rinnalle nousevat pehmeät, tavallisesti vaikeasti mitattavat arvot. (Könnölä & Rinne 2001, 16.) Yritysten ilmoittamien pehmeiden arvojen aitous punnitaan taloudellisessa taantumassa. Yhteiskuntavastuupalveluiden johtaja Sirpa Juutisen mukaan johtajat, jotka ovat omaksuneet vastuullisuuden jo aikaisemmin, toteuttavat sitä myös laskusuhdanteessa. Yhteiskuntavastuun merkitystä ja seurauksia ymmärtämättömät johtajat sen sijaan pitäytyvät vanhoissa, kielteisissä näkemyksissään. (Energia 2009.)

Kosmeettiset parannukset eivät tuo vastuullisen liiketoimintaan erityistä hyötyä. Sen sijaan niiden myötä uudet riskit ovat yritykselle mahdollisia. Jotta vastuullisen yrityksen maine saavutetaan, edellyttää se yritykseltä toiminnan yhdenmukaisuutta. Tämä merkitsee erityisesti yrityksen ydinliiketoiminnassa vastuiden monipuolista huomioimista. Esimerkiksi alihankkijoidensa toiminnan vastuullisuudesta ja tuotteiden alkuperästä varmistunut maahantuoja voi reagoida sidosryhmiltä mahdollisesti tuleviin kielteisiin viesteihin. (Könnölä & Rinne 2001, 67.)

Eettinen yritys on pohjimmiltaan yritys, joka tuntee ja tunnustaa vastuunsa. Yrityksen markkinoilla toiminta on esimerkillistä ja se huolehtii asioistaan ilman moitteita. Tekniikan mahdollistaman nopean tiedonkulun myötä eettisellä yrityksellä ei ole varaa eikä halua loata mainettaan. Myös osallistuvalla ja reagoivalla kuluttajan suurella pelotevoimalla on siihen osuutensa. Eettisen yrityksen toiminta pyrkii huolellisella suunnittelulla läpinäkyvyyteen ja moitteettomuuteen. Vahingon tapahtuessa eettisen yri-

tyksen itsetunto riittää vaikkapa julkiseen anteeksipyyntöön. (Haapala & Aavameri 2008, 137.)

Toimimalla paikallisessa ja alueellisessa ympäristössä jokaiselle yritykselle seuraa erilaisia vastuita. Niihin kuuluvat esimerkiksi käytös toimittajien kanssa, suhteet paikallisiin päättäjiin sekä verosäädösten noudattaminen yhteisölle rehellisesti. Sen jälkeen, kun kaikki nämä näkökohdat on huomioitu, voidaan saavuttaa kestävä menestystä liiketoiminnassa. Yritys suostuu siihen, että omistajien saamien tulojen ohella sen arvoa mitataan myös hyötyinä toisille sidosryhmille. Niihin kuuluvat esimerkiksi rahoittajat, työntekijät sekä toimittajat. Yritystä on johdettava noudattamalla yrityksen ja sen omistajien etuja, mutta myös hyödyttämällä sidosryhmiä. (Yritysten yhteiskuntavastuu - Ohjeita 2006, 16.)

Yritystoiminnan vastuullisuudessa on kyse yrityksen yhä tärkeämmästä asemasta yhteiskunnassa. Sen ymmärtäminen tarjoaa yritykselle uudet lähtökohdat liiketoiminnan tehostamiseen ja riskien hallintaan. Kehityksessä yritys voi esimerkiksi kouluja ja terveystalveluja perustamalla tukea paikallista yhteisöä. Toisaalta välinpitämätön suhtautuminen vastuisiin ja sidosryhmien tarpeisiin saattaa koitua yritykselle tappioksi, koska asiakkaat ja sijoittajat torjuvat yrityksen. (Könnölä & Rinne 2001, 12.)

4.1 Strategia

Laatu- ja ympäristöjärjestelmien myötä jatkuvan parantamisen käsite on tullut tunnetuksi. Käsitteen tarkoitus on yritystoiminnan jaksottainen kehittäminen. Sen lähtökohdaksi on asetettu yrityksen politiikka ja aikaan sidottujen arvojen päämäärät sekä muodostaa yrityksen strategia. Tavoitteet ohjaavat operatiivista toimintaa ja sen onnistumista mitataan päämäärien saavuttamisella. Muuttuvassa yhteiskunnassa toimimisesta johtuen yrityksen toimintaa on tarkasteltava säännöllisesti. Tasaisin väliajoin tehtävien politiikan, strategian ja tavoitteiden arvioinnin jälkeen toimintaa korjataan, jos tavoitteita ei ole saavutettu. (Könnölä & Rinne 2001, 25-26.)

Oikean vastuustrategian valinnassa ei ole olemassa vain yhtä tapaa, joka soveltuu kaikille yrityksille. On monia asioita, jotka vaikuttavat vastuullisuudesta löydettävään ja tehtävään yrityksen todelliseen strategiseen kilpailutekijään. Niitä ovat toimialan luonne, asiakkaat sekä kilpailijat. Mikäli toimialalla on selkeästi tunnistettavissa vastuullisten tekojen merkitys, jotka lisäävät kilpailuetua ja -kykyä, nousee vastuullisuus luonnolli-

sesti merkittävään rooliin. Strategian valintaan on vaikutuksensa myös markkinatilanteella, yrityksen asiakkuuksilla ja erityisesti toimialan luonteella. Vastuullisuudesta puhumisen ohella myös välittömät teot yrityksen toiminnassa on näyttävä aina kuluttajalle asti. (Haapala & Aavameri 2008, 169.)

Uskottavuuden edellytys on se, että yrityksen strategia, toimintapolitiikat, hallintotavat ja ohjeistukset ovat läpivalaistu ja tarpeen vaatiessa uusittu vastuullisuusvaatimusten näkökulmasta (Kuvaja & Malmelin 2008, 178). On tärkeää arvioida vastuullisuudessa saavutettavissa olevat hyödyt osana visiota, kun organisaation tulevaisuuden suuntaa määritellään strategiassa lausutussa tulevaisuuden tahtotilassa. On myös mieltävä, millainen on vastuullisuuden rooli imagon luomisessa. Yritys- tai tuotekuvassa on kyettävä vastaamaan annettuihin lupauksiin, jonka myötä vastuullisuus yhdistyy osaksi toimintaprosesseja ja työtehtäviä. (Vauhkonen 2007, 87.)

Yritys voi tietoisesti valita erilaisia tasoja, joilla se osoittaa yhteiskuntavastuustrategiansa sekä vastuullisuutensa. Korkeista päämääristä, joita julistuksissa ja ohjelmalauseita tehtäessä helposti tavoitellaan, syntyy kaksi ongelmaa. Aluksi niistä saattaa muodostua niin vaikeatajuisia, että käytännön toteuttajilla on vaikeuksia löytää niistä liittymäkohtia työhönsä ja ohjenuuraa sen suunnitteluun. Toiseksi, on vaara, että liian laveista lupauksista ja ylevistä julistuksista saattaa jäädä kiinni. Turvautumalla seliteltyyn katoaa hyvänkin vastuuohjelman imagohyöty helposti siihen. (Järvinen 2004, 92.) Johdon sitoutumista edellytetään sekä tavoitteiden ja resurssien asettamisessa että esimerkkinä toimimisena muulle henkilökunnalle (Vauhkonen 2007, 88).

4.2 Johtaminen

Yrityksen johtaminen ihmiskasvoisessa markkinataloudessa on ihmisten ja asioiden yhtäaikaista johtamista. Yrityksen pitkäjänteisen toiminnan kehittäminen perustuu hyvään liiketaloudelliseen menestykseen. Johdon ja henkilöstön välillä vallitsee luottamus. Päämäärähakuisella, aktiivisella tiedottamisella ja viestinnällä palvellaan koko yrityksen toimintaa. Yrityksen koko henkilöstön ohella myös tärkeimmät sidosryhmät tietävät yrityksen tavoitteet ja millaisia toimenpiteitä se toiminnassaan noudattaa. Asiakasrajapinnassa menestyminen vaatii henkilöstöltä motivaatiota ja halua palvella asiakkaita. Tämä edellyttää yrityksen johdolta riittävien toimintavapauksien myöntämistä sekä niihin liittyvää vastuuta henkilöstölle. (Järvinen 2004, 135-136.)

Vastuulliselle johtamiselle on mahdollista antaa sisältö ilmoittamalla, että yrityksen liiketoiminnan kehittämisen päämääränä yrityksen koko toiminnalle on tukea kestävästä kehityksen periaatteita. Taloudellisten tavoitteiden ohella vastuullinen johtaminen pyrkii eettisiin päämääriin. Tämän johdosta yrityksen johtamisen perspektiivi laajenee, koska vastuullisen ajattelun periaatteita noudattaen yrityksen taloudellista suoriutskykyä tarkastellaan myös yrityksen toiminnan vaikutusta ekologisen ja sosiaalisen kestävästä kehityksen edistämiseen. Tämä vaatii yrityksen kannattavuuden arviointia tavanomaista pidempää aikajaksoa käsittelevillä mittareilla. (Rohweder 2004, 132.)

Yritys voi menestyä tavoitteissaan ainoastaan siten, että johtaja johtaa organisaatioon vastuullisesti ja on itse omaksunut ja sitoutunut annettuun tehtävään. Sitoutuminen on myös näytettävä. Sen myötä sillä on toivottu vaikutus organisaation toimintaan ja siihen, että sidosryhmät voisivat luottaa johdon pyrkimysten aitouteen. (Vauhkonen 2007, 178.) Etevästi johdettu yritys reagoi ajankohtaisiin yhteiskunnallisiin aiheisiin ennen kuin median ja järjestöjen painostus uhkaavat liiketoimintaa tai lainsäädäntö vaatii toiminnan muuttamista. Kuluja säästävä ennakoiva ja aktiivinen toiminta mahdollistaa kilpailu- ja edelläkävijän edun suhteessa kilpailijoihin. (Könnölä & Rinne 2001, 21-22.)

Vieraisissa kulttuureissa toimittaessa johtamisen lähtökohta on huomioida paikalliset olosuhteet ja kulttuuri sekä jatkuva oppiminen. Ihmiselle, jolle on tärkeää olla osa yhteisöään, ei esimerkiksi kannata laatia kovin hierarkkisia rakenteita tai suosia yksilökeskeisyyttä. Erilaisuuden kunnioittaminen ja siitä tuoreiden voimavarojen etsintä liiketoiminnan kehittämiseen on vastuullista liiketoimintaa. (Könnölä & Rinne 2001, 73.)

4.2.1 Sidosryhmät

Postmodernin etiikan perustana on ajatus, jonka mukaan eettisten periaatteiden arvot syntyvät sisäisen ja ulkoisen toimintaympäristön vuorovaikutuksen kesken. Kilpailukyvyllä tarkoitetaan sidosryhmien haasteisiin vastaamista mahdollisimman tasapainoisella tavalla. Sen turvaamiseksi on ehdottomasti tunnettava sidosryhmien kannanotot mahdollisimman hyvin sekä seurattava ja ennakoitava niissä tapahtuvat muutokset. Tämä vaatii sidosryhmästrategian luomista, jossa pohditaan miten sidosryhmäsuhteita kehitetään. Toiminnan kokonaisuuden tukemiseksi sidosryhmästrategia on johdettava organisaation nouseville tavoitteille. (Vauhkonen 2007, 92.)

Yritysvastuun eräänä tehtävänä on kertoa todenmukaisesti sidosryhmille siitä, mitä yritys tekee sekä kuunnella sidosryhmien odotuksia. Erityiset haasteet vuorovaikutukselle aiheuttaa yrityksen sidosryhmien merkitys ja kiinnostuksen kohteiden erilaisuus yritys vastuuseen liittyvien ja perinteiseen liiketaloudelliseen toimintaan yhdistyvien asioiden välillä. Yrityksen ja sen toimintaympäristön suhteen kiinteydestä johtuen yrityksen kestävän kehityksen edistämiseen liittyvissä tavoitteissa ja eettisissä periaatteissa ei saa olla erimielisyyksiä yrityksen sidosryhmien ja yhteiskunnan odotusten välillä. Tämän johdosta yrityksen on määriteltävä sille tärkeät sidosryhmät ja niiden kanssa käytävän vuorovaikutuksen vaatimukset. (Rohweder 2004, 194.)

Kantaakseen eettistä vastuuta yrityksen sidosryhmäsuhteiden hoitamisen lähtökohtana ovat vielä tietyt velvollisuudet niihin sidosryhmiinsä, joihin sen toiminta vaikuttaa. Tämä merkitsee yritystoiminnan moraaliltaan kannalta sidosryhmien näkemyksiä kunnioittavaa liiketoimintakulttuuria. On mahdollista, että yrityksen päämääränä on vielä vaikuttaa sidosryhmien kestävää kehitystä edistävään toimintaan, kun se pyrkii tuottamaan sidosryhmilleen siihen liittyvää lisäarvoa. (Rohweder 2004, 200.) Vastuullisissa yrityksissä hallitaan vuorovaikutus sidosryhmien kanssa. Tämä etulyöntiasema antaa niille mahdollisuuden toimia kilpailijoitaan ripeämmin, löytää uusia tilaisuuksia sekä välttää virheitä. Jatkuva vuorovaikutus sidosryhmien kanssa takaa tiedon siitä, mitä ne yritykseltä odottavat. (Könnölä & Rinne 2001, 12.)

Dialogisuus on itsestään selvä asia vastuulliselle yritykselle. Yritys, joka pyrkii dialogiin, luo tasavertaisia luottamussuhteita ympäristöönsä ja etsii niiden kanssa järjestelmällisesti muutoksia ja teemoja, joilla saattaa tulevaisuudessa olla vaikutusta yrityksen toimintakykyyn ja -edellytyksiin. Dialogisuus osoittaa myös sen, että yritys kunnioittaa sidosryhmiään ja sillä on halu ymmärtää ja hyödyntää niiden toimintatapoja ja osaamista. Dialogisuuden omaksuminen on vastuullisen yrityksen tavoitteena kaikessa toiminnassaan. Tämän mukaan sidosryhmiin solmittavilla suhteilla ei aina välttämättä tähdätä välittömään aineelliseen hyötyyn, vaan suhteiden vaalimisen myötä vahvistetaan myös yhteiskunnallisen luottamuksen ilmapiiriä. Sen johdosta niin sidosryhmien kuin yritystenkin menestyminen edistyy. (Kuvaja & Malmelin 2008, 85-86.)

4.2.2 Viestintä

Vastuullinen liiketoiminta perustuu yrityksen viestinnän ja muun toiminnan yhteispeiliin. Vastuullisuus muodostuu avoimilla ja toimivilla sidosryhmäsuhteilla ja toimeli-

aalla viestinnällä. Yritys myös käytännössä huomioi yhteisöissään päätöstensä ja toimintansa yhteiskunnalliset seuraukset ja vaikutukset. Muodon vuoksi viestimisen sijaan vastuullisesti johdetun yrityksen johto etsii, kuulee ja järjestelmällisesti huomioi muiden toimijoiden odotukset ja intressit sekä hyödyntää ja ottaa ne päätöksenteossa huomioon. (Kuvaja & Malmelin 2008, 181-182.)

Erityisesti luottamus on keskeinen asia vastuullisessa yritystoiminnassa ja viestinnässä. Jotta yritys voisi turvata kestävän, pitkäjänteisen toiminnan, on sen nautittava kaikkien tärkeimpien sidosryhmiensä luottamusta. Vastuullisella toiminnalla ansaitaan luottamus. Luottamuksellisen verkoston luonti ja ylläpito ovat tulevaisuuden yrityksen mahdollisesti merkittävin kilpailuetu. (Kuvaja & Malmelin 2008, 177.) On oikein, että yritys viestinnässään tuo esille omasta toiminnastaan hyviksi katsomiaan asioita. Myönteinenkin asia kääntyy kuitenkin itseään vastaan, elleivät todellisuus ja julkisuuskuva ole yhtenevät. Tämän ristiriidan seurauksena voi olla asiakkaiden menetyt, henkilökunnan hyvinvoinnin heikkeneminen ja muiden sidosryhmien pettymys yritystä kohtaan. (Järvinen 2004, 139.)

Yrityksen itsestään jakamassa tiedossa läpinäkyvyys käsittää totuudellisuuden ja tasapuolisuuden. Mainonnallisella tiedottamisella ei rakenneta luottamusta. Yritysvastuusta kiinnostuneiden mielenkiinto kohdistuu erityisesti siihen, kuinka tasapainossa myönteiset ja kielteiset tai avoimeksi jäävät teemat keskenään ovat. Jos yritykseltä puuttuu kyky kertoa realistisesti yrityksen arvopohjan kanssa ristiriidassa olevista tapahtumista ja esittää tekemänsä parannukset, myönteistenkin viestien uskottavuus heikkenee. (Kuvaja & Malmelin 2008, 30.)

Vastuullisuuden viestimistä hidastaa se, että ei uskalleta ottaa riskejä. Keskeneräisten asioiden viestimisen sijaan suomalaiset yritykset pitävät vasta loppuun saatettua asiaa viestimisen arvoisena. On pelko, että keskeneräisten asioiden viestiminen johtaa epäilyksiin siitä, onko yritys tosissaan ja toteutuvatko suunnitelmat, kuten on viestitty. Vastuullisuus on toimintatapa eikä luonteeltaan projekti. Tästä johtuen sen viestiminen on tässä suhteessa ongelmallista. (Kuvaja & Malmelin 2008, 36.)

Kun vastuullisuudesta viestitään, on tiedon saatavuus yhtä tärkeää kuin sen merkityksellisyys. Merkityksellisyyden tarkoitus on tässä yhteydessä osoittaa, vastaako yrityksen antama tieto vastaanottajan tiedontarvetta. Yrityksen kyvystä puhutella vastaanottajan tiedontarvetta merkityksellisyys tarkoittaa myös hänen tunteiden ja arvomaail-

mansa huomioimista. On sidosryhmiä, jotka eivät tarvitse lukuja, tilastoja ja vertailuja vaan useat odottavat kuulevansa välittömiä esimerkkejä ja kuvauksia siitä, miten yrityksen arvot toteutuvat ja mihin se toiminnallaan pyrkii. (Kuvaja & Malmelin 2008, 25-26.)

Vastuullisuuteen tavallisesti herätään vähitellen. Aluksi yritykset viestivät vastuuaasi- oistaan pakosta ja pienille sidosryhmille. Yritysten vastuullisuuden syvempi ymmär- rys kuitenkin kasvaa toimialasta riippuen siitä huolimatta, että vastuullisuuden kehit- täminen olisi aluksi pinnallista tai markkinointitoimenpide. (Kuvaja & Malmelin 2008, 27.) Vastuullisuudella ei ole vaikutusta viestinnän perussääntöön. Sen mukaan asiasta on kerrottava kohderyhmälle tämän näkökulmasta tarkoituksenmukaisilla kei- noilla ja kanavilla. Vastuullisuuden vaatimusten johdosta viestinnän kohderyhmien määrä on kuitenkin kasvanut. Yhä useampi ryhmä kuuluu sellaisiin sidosryhmiin, joil- la on vaikutusta yrityksen toimintaan tai yrityksen toiminta vaikuttaa sidosryhmiin. (Kuvaja & Malmelin 2008, 178.)

4.2.3 Kannustimet

Yrityksiä halutaan usein arvottaa, jonka perusteena on niiden kestävä kehitystä edis- tävä vastuullinen toiminta. Vastuulliseen arvottamiseen sisältyy kuitenkin hankaluuk- sia, jotka liittyvät esimerkiksi sanojen ”vastuullinen” ja ”vastuuton” merkitykseen. Merkittävin tekijä vastuullisuudessa on julkishallinnollinen ohjaus. Sen johdosta nii- den kannustimet ovat vastuullisuuden perusta. Kuitenkin omaehtoinen vastuun kanta- minen on syvällisintä perustuen omaehtoisuuteen ja sidosryhmiä kunnioittaviin lain- säädännön vaatimukset ylittäviin eettisiin arvoihin. Tällainen ajattelu ei tarkoita mui- den yritysten olevan vastuuttomia. Eettisiin tai taloudellisiin arvoihin perustuvilla ta- voitteilla ei ole vaikutusta ympäristön saamaan hyötyyn. Vastuullisuutta voidaan tästä näkökulmasta pohtia lopputuloksen perusteella. (Rohweder 2004, 109-110.)

Kansalaisjärjestöistä on vastuullisen liiketoiminnan tematiikan avulla tullut kiinnosta- via kumppaneita yrityksille. Kestävän kehityksen haasteisiin voidaan yhteistyössä ha- kea ratkaisuja. Tällöin kyseessä ei ole kritiikin torjuminen vaan ongelmien ratkaise- minen ja ideoiminen. Vastuullisen liiketoiminnan perustana on näkemys siitä, että yri- tysten on toimittava edistääkseen yhteistä hyvää sekä huomioitava toiminnassaan si- dosryhmien odotukset ja etu. Viestinnän tarkoitus on vakuuttaa sidosryhmät siitä, että yritys toimii edellä kerrotulla tavalla. Sidosryhmien odotuksien ja tiedontarpeiden

eroavaisuuksista johtuen tavoitteet on asetettava ja viestintäkanavat valittava sidosryhmäkohtaisesti. (Kuvaja & Malmelin 2008, 66.)

Vuonna 2004 viestintä- ja konsulttifirma Pleon Kohtes Klewesin saksalaisille suuryrityksille tekemässä kyselyssä selvisi, että noin puolet yrityksistä oli säännöllisesti yhteydessä kriittisiin sidosryhmiinsä ja loputkin silloin tällöin. Kehittyneintä vuorovaikeutus oli julkisiin konflikteihin järjestöjen kanssa joutuneissa yrityksissä. Yritykset halusivat vuoropuhelulla luoda toimivamman suhteen niihin kriittisesti suhtautuvaan järjestöön. Yritykset luottivat siihen, että vastapuolta kuulemalla ne voivat ennakoita ja mahdollisesti välttää maineeseensa kohdistuvia riskejä. Tavallisesti yritykset haluavat kansalaisjärjestöiltä hankkeita ja kampanjoita, joiden myötä niillä on mahdollisuus konkretisoida yhteiskunnallinen vastuunsa. (Kansalaisjärjestöt kirittävät yrityksiä yhteiskuntavastuuseen 2009.)

4.2.4 Kuluttajat

Kiinnostus yritysten toiminnan yhteiskunnalliseen vastuuseen on kasvanut. Yritysten asiakkaista varsinkin kuluttajat ovat kiinnostuneita tukemastaan liiketoiminnasta. Hinnan ja laadun ohella tuotteiden sekä itse yrityksen vaikutukset yhteiskuntaan ja ympäristöön ovat asioita, joista kuluttajat haluavat tietoa. (Könnölä & Rinne 2001, 11.) Vastuullisuuden arviointiin liittyy monia näkökantoja. On kuluttajia, joille vastuullisten tuotteiden valinnat liittyvät suomalaisten elintarvikkeiden suosimiseen. On myös niitä, joille suomalaisten ja tuontituotteiden ympäristö- ja sosiaalisten vaikutusten vertailu on tärkeää. (Vastuullisesti tuotettu ruoka alkanut kiinnostaa kuluttajia 2006.) Virallisten raporttien sijaan kuluttajaa on houkuteltava luomalla kohteeseen tarkoitettuja ratkaisumalleja, jotka kiinnostavat yleisöä ja samalla kasvattavat yrityksen imagohyötyä. Vastuullisuudesta on tehtävä ihmisläheinen, selkeä ja tietoa antava nykyihmistä vetoavalla ja kiinnostavalla tavalla. (Haapala & Aavameri 2008, 125.)

4.2.5 Sijoittajat

Tuotesuunnittelu, alihankintaketjun hallinta, markkinointi ja henkilöstöjohtaminen edellyttävät entistä älykkäämpien toimintamallien omaksumista vastuullisessa liiketoiminnassa. Uudet, vastuullista liiketoimintaa tukevat ajatukset, tekevät yrityksen toimet oikeutetuiksi sidosryhmien edessä ja niiden avulla yritys erottuu edukseen kilpailijoistaan. Yhä useampien sijoittajien ollessa kiinnostuneita vastuullisesti toimivista

ja sen myötä taloudellisesti menestyvistä yrityksistä, kannattaa sidosryhmien hyödyt myös huomioida yrityksen voitontavoittelussa. On tietysti ilmeistä, että vastuullisesti toimivat ja tämän johdosta taloudellisesti menestyvät yritykset kiinnostavat yhä useampia sijoittajia. (Könnölä & Rinne 2001, 13.)

Kansainvälisten pääomamarkkinoiden toimintatavat vaikuttavat merkittävästi yksittäisessä valtiossa toimiviin yrityksiin. Tutkija Jaakko Asparan ja professori Henriikki Tikkasen mielestä pääoma alkaa helposti karttaa kyseistä maata, jos siellä säännöstellessään yritys elämää. Pääoman siirtyessä säännöstelyltään vapaampiin maihin yritystoiminta nimenomaisessa maassa vaikeutuu entisestään. (Kuluttajan valinnat vaikuttavat yritysten toimintaan 2007.)

Sijoittajat yhdistävät voimiaan, jotta ne ulkopuolisilta asiantuntijoilta seuranta- ja tutkimuspalveluja ostamalla voivat kerätä tietoa yritysten etiikasta. Sijoituskohteena olevat yritykset joutuvat vastaamaan yhä yksityiskohtaisempiin kysymyksiin, joita nämä yritys vastuuta mittaavat ja valvovat yritykset esittävät. He käynnistävät myös vaikutamisprosesseja, jos yritys heidän mielestään jättää raportoimatta esimerkiksi toimintaansa liittyviä ihmisoikeusongelmia tarpeeksi uskottavasti. Global Reporting Initiatiivin ohella myös vastuullisuutta korostavat pörssi-indeksit selkeyttävät yritys vastuun viestimiseksi asetettuja odotuksia ja pelisääntöjä. (Kuvaja & Malmelin 2008, 63.)

Osa sijoituslaitoksista on ympäristökysymysten johdosta alkanut lisätä vastuullisuutta korostavia toimintamalleja. Eräät johtavista rahoituslaitoksista ovat alkaneet laajemmin sisällyttää vastuullisuustietoa yritysanalyysiinsä sekä tarjoamaan sijoitusmahdollisuuksia vastuullisesti toimiviin yrityksiin. Yritysten ympäristöosaamisen ja yhteiskunnallisen osaamisen arviointi taloudellisen tiedon ohella ovat ne tekijät, joiden mukaan sijoituspäätöksiä yhteiskunnallisesti vastuullisessa sijoittamisessa perustellaan. (Könnölä & Rinne 2001, 93.)

5 VASTUULLISUUDEN RAPORTOINTI

Yritys vastuuseen liittyvän raportoinnin tarkoitus on, että yritys määrättyltä raportointikaudelta antaa selvityksen asioista, jotka liittyvät kestävästä kehityksestä edistävään yritys vastuuseen. Raportin tarkoitus on olla yrityksen sisäisessä käytössä sekä ulkoisen viestinnän välineenä. Raportoinnin perusohjeeseen kuuluu, että yrityksen on kerrottava, mitä yritys on tehnyt vastuun alueella sekä millaiset ovat sen vaikutukset kestävä-

kehityksen prosessiin. Tämän lisäksi on mainittava mitä vaikutuksille on tehty tai ollaan tekemässä. Läpinäkyvyys on raportoinnin tärkeä piirre. (Rohweder 2004, 211.)

Yrityksen yhteiskunnallisia vaikutuksia kuvaava raportti on rakennettu organisaation vastuullisen toiminnan periaatteiden mukaisesti. On perusteltua yrityksen toiminnan kehittymisen seuraamiseksi julkaista myös historiatiedot, jos tietoja on koottu useamman vuoden ajalta. Tulosten raportoinnin ollessa keskeinen osa yritysviestintää on vielä tärkeämpää raportointitiedon keräämisprosessi. Tämä on lähtökohta, kun kehitetään erityisesti omaa liiketoimintaa. Paremman tiedon käytön myötä on helpompaa tehdä raportteja ja käydä vuoropuhelua entistä avoimemmin sidosryhmien kanssa. (Könnölä & Rinne 2001, 61-62.)

Järjestelmien, kuten standardien, raporttien, normien ja ohjeistuksien avulla taataan eettisempi toimintatapa. Lisäksi ne ohjaavat kehittämisen suuntaa yrityksille ja mahdollistavat oikeat mittarit eettisen toimintatavan takaamiseksi. (Haapala & Aavameri 2008, 152.) Lupaukset, jotka yrityksen raporteissa annetaan, on pystyttävä täyttämään. Oman vaikutuksen mittaaminen ja sidosryhmien vaatimusten ymmärtäminen ovat huomioitavia asioita, kun raportteja ryhdytään kirjoittamaan. Sekä hyvän ympäristömaineen että laajemmin vastuullisen yrityksen maineen ansaitseminen edellyttää kovaa työtä. Maineen voi myös hetkessä menettää. (Könnölä & Rinne 2001, 61.)

Hyvin monet yritykset pyrkivät yhdistämään taloudellisen, sosiaalisen ja ekologisen vastuun suunnitelmissaan ja raportoinneissaan ja haluavat tehdä omanlaisensa yhdistelmän. Ohjeistojen sisällä on paljon liikkumavaraa, joten sen myötä jokaisen yrityksen itsensä kaltaiset vastuutoimenpiteet ja itselleen tärkeiden aiheiden raportit on mahdollista suunnitella. (Ketola 2005, 53-54.) Raportteja ei myöskään tarvitse antaa ulkopuolisen tarkastajan tarkastettavaksi kuten vuosikertomusraportit EMAS-selontekoa lukuun ottamatta. Yrityksen on täten itse määriteltävä ja päätettävä raportin luotettavuus. (Rohweder 2004, 233-234.)

Yritysvastuun raportoinnin kehitys kulkee kohti integroitua raportointia, jossa lakisääteinen tilinpäätösraportointi ja yritysvastuun raportointi ovat linkittyneet aiempaa tiiviimmin toisiinsa. Raportoinnin yleistymisen, kehittyneiden tiedonkeruujärjestelmien ja sidosryhmien tarpeiden kuuntelemisen johdosta yritykset saavat mahdollisuuden valita itselleen soveltuvia raportointikäytäntöjä. Raportissa on ensisijaista osoittaa vastuullisuuden yhteys yrityksen strategiaan ja miten tämä vaikuttaa taloudelliseen tulok-

seen. Aivan kuten useissa vuosikertomuksissa, raporteissa tulosten esittämistä valaistaan kuvin, kertomuksin sekä esimerkein. Siitä huolimatta konkreettiset, mitattavat tulokset ovat raportoinnin perustekijät. Vasta niiden avulla yritys pystyy vakuuttamaan taloudelliset sidosryhmänsä ja osoittamaan olevansa vastuullinen toimija. (Kuvaja & Malmelin 2008, 156-157.)

5.1 Lait ja asetukset

Perusedellytys ja kivijalka yrityksen vastuulliselle toiminnalle on valtiovallan harjoittama lakiin ja asetuksiin pohjautuva ohjaus. Kaikki ensisijaiset kansainväliset sopimukset ja EU:n säädökset, jotka yhdistyvät kestäväan kehitykseen, on Suomessa täytetty lainsäädännön avulla. (Rohweder 2004, 83.) Vastuunsa yritys todistaa noudattamalla keskeisiä lakisääteisiä vaatimuksia. Siihen kuuluvat näiden vaatimusten tunteminen sekä kyky arvioida niiden yritykselle aiheuttamat vaikutukset ja mahdollisuudet. (Yritysten yhteiskuntavastuu -Ohjeita 2006, 14.) YK:n piirissä tehdyt kansainväliset sopimukset ja julistukset ovat monelta osin pohjana yritysten taloudelliseen, ekologiseen ja sosiaaliseen vastuuseen liittyvälle kansalliselle lainsäädännölle, kuten myös EU:n säädöksille. (Rohweder 2004, 83.)

Suomessa lainsäädäntö edellyttää yrityksiltä suurta vastuullisuutta. Perinteisen yritystoiminnan ohella sähköisen kaupan ja siihen liittyvän maksuliikenteen kaltaiset uudenlaiset kaupankäyntitavat ja -kanavat edellyttävät vastuullisuuden arviointia paikoin vielä säätelemättömissä olosuhteissa. Lainsäädännön noudattamisen erot tulevat esille yrityksen ulkomaisessa liiketoiminnassa, ulkomaisien alihankkijoiden käytössä tai ulkomaisien raaka-aineiden ja komponenttien tuonnissa. Tällöin paikallisen lainsäädännön asettamat vaatimukset saattavat olla merkittävästi alhaisemmat kuin Suomessa. Myös kulttuurieroista johtuva paikallinen, yleinen käytäntö ei vastaa suomalaista, vastuullista liiketoimintaa. Tämän myötä useat yritykset omaehtoisesti asettavat päämääräkseen toimia paikallista lainsäädäntöä vaativammin. On tärkeää, että ratkaisun perusteena on tietoinen ja perusteellinen pohdinta, jos yritys toimii eri tavalla eri maissa. (Könnölä & Rinne 2001, 68-69.)

Yhteiskuntavastuu, joka on asetettu lainsäädännöllisesti, ilmenee esimerkiksi perustuslaissa, tuoteturvallisuuslaissa, sekä maankäyttö- ja rakennuslaissa. Edellä mainittuja voimakkaammat keinot yhdistyvät yksittäistapauksiin tuomioistuinten päätöksissä sekä viranomaisten pakkotoimiin ja legitiimiin voimankäyttöön. Nämä tavat on mahdol-

lista ryhmitellä kolmeen yleisesti hyväksytyyn luokkaan. Omaehtoisuudelle perustuvan yhteiskuntavastuun asettaja on organisaatio itse ja sen tarkoituksena on organisaation eettisten periaatteiden tarkentaminen ja toiminnallistaminen. Toimijakentän painostukseen pohjautuvan yhteiskuntavastuun asettajia ovat organisaation sidosryhmät. Tällöin oikeana pidettynä keinona ovat yleinen painostus sekä kansalaisaktivismi. Määrittämisen, joka perustuu pakkokeinoihin, voi tavallisesti tehdä ainoastaan toimivaltainen viranomaisena. Viranomaisen päätös on tässä tapauksessa vastuumäärittämisen yleisesti hyväksytty muoto. (Järvinen 2004, 52-53.)

Laissa määritellyt tai tehdyissä sopimuksissa sovitut velvoitteet määrittävät yrityksen juridisen vastuun. Tämän myötä ainoastaan julkishallinnollinen vastuu sitoo yrityksiä. Yritykset voivat esimerkiksi suunnitellun epätarkasti määritellä vastuunsa lupaamalla kunnioittaa ihmisoikeuksia. Riittämättömästä kunnioittamisesta ei kuitenkaan voida rankaista eikä kunnioittamisen astetta mitata. Aidosti vastuullisuuteen suhtautuva yritys määrittelee mahdollisimman tarkasti yrityksen vastuun kannon käytännön merkityksen ja sen, miten vastuun kantaminen näkyy toiminnassa esimerkkien ja mittauskelpoisten tulosten avulla. (Rohweder 2004, 111.)

Valtiovallalla on mahdollista käyttää hallinnollisten ohjauskeinojen ohella välineitä, joiden perustana ovat taloudellinen ja informatiivinen ohjaus. Taloudellisen ohjauksen toimenpiteistä verotus on tavallisin. Edellisinä vuosina valtiovalta on ympäristöasioissa panostanut huomattavasti informatiiviseen ohjaukseen rohkaisemalla yrityksiä vapaaehtoiseen ja oma-aloitteiseen toimintaan. Motivaatiolla on vaikutuksensa siihen, että informatiivinen ohjaus on noussut perinteisten lakeihin, asetuksiin ja verotuksiin perustuvan ohjauksen rinnalle. Uskomuksen mukaan, toisin kuin taloudelliset ja hallinnolliset ohjauskeinot, vapaaehtoinen ohjaus innostaa yrityksiä paremmin vastuulliseen toimintaan. Tämä on seuraus yhä useampien sidosryhmien, kuten yritysasiakkaiden, kuluttajien sekä kansalaisjärjestöjen kiinnostuksesta yrityksen vastuulliseen toimintaan 1990-luvun alkupuolelta lähtien. (Rohweder 2004, 84.)

5.2 Standardit

Standardien avulla yritysten on mahdollista ottaa toiminnassaan huomioon eri vastuullisuusnäkökohdat järjestelmällisesti ja ohjatusti (Haapala & Aavameri 2008, 152-153). Standardien myötä yrityksiltä vaaditaan minimi lainnoudattamisstrategiaa. Ne eivät rohkaise yrityksiä johtajiksi tai esitaistelijoiksi vaan osa niistä kannustaa jatkuvaan pa-

rantamiseen. (Ketola 2005, 154.) Ulkopuolisen ja riippumattoman standardoijan tarpeellisuus tulee esiin, kun annettujen tietojen luotettavuutta varmistetaan. Kansainvälinen, ympäristöturvallisuuteen liittyvä standardisarja ISO 14000 on esimerkki edellä mainitusta järjestelmästä. (Haapala & Aavameri 2008, 152-153).

Taloudellisen, sosiaalisen ja ekologisen vastuun yhdistäviä standardeja vielä kehitetään. Erilaiset ohjeistot ja periaatteet ovat kuitenkin jo käytössä. Merkittävimmit ovat Global Reporting Initiative (GRI) -ohjeisto, YK:n Global Compact, OECD:n ohjeet monikansallisille yrityksille, Euroopan unionin vuoden 2002 viitekehys yritysten yhteiskuntavastuulle ja Kansainvälisen kauppakamarin yhteiskuntavastuun periaatteet. (Ketola 2005, 155.) Lisäksi on lainsäädäntöä täydentävä, vuonna 2004 voimaan tullut, Corporate Governance -suositus. Sen ovat HEX Oyj, Keskuskauppakamari sekä Teollisuuden ja työnantajain keskusliitto laatineet yrityksille. (Rohweder 2004, 128.)

Erilaiset tilintarkastusstandardit ovat taloudelliseen vastuuseen liittyviä standardeja. Niitä ovat esimerkiksi International Financial Reporting Standards (IFRS) sekä hyvään hallinnointitapaan kuuluvat koodit. Sellaisia ovat kansalliset, Euroopan unionin omat sekä kansainväliset, kuten HEX Oyj:n Keskuskauppakamarin ja Elinkeinoelämän keskusliiton (EK:n) yhteinen suositus listayhtiöiden hallinnointi- ja ohjausjärjestelmistä sekä EU:n, OECD:n ja Maailmanpankin koodit. (Ketola 2005, 154.)

Yritysten yhteiskuntavastuun raportointiin on tämän vuosituhatosen alussa kehitetty sosiaalisen vastuun SA 8000 -standardi. Tämä yhdessä työterveyden ja turvallisuuden OHSAS 18001 -standardin sekä jo 1990-luvun puolella välissä kehitetyn ympäristövastuun kansainvälisen ISO 14001 -standardin tai EU:n Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) -standardin kanssa käytettynä kattaa yhteiskuntavastuun koko alan. (Ketola 2005, 10.) ISO:n laatu- ja ympäristöjärjestelmistä standardi eroaa esimerkiksi siinä, että sertifikaatin saamiseksi se asettaa tietyt, tarkoin määritellyt raja-arvot ja rohkaisee toiminnan jatkuvaan parantamiseen. (Könnölä & Rinne 2001, 75-76.)

Johtamisen ja hallinnan työkaluksi tarkoitettu SA 8000 on rakenteeltaan samanlainen kuin ISO 14001 -ympäristöstandardi tai ISO 9000 -laatustandardi (Rohweder 2004, 171). SA 8000 on standardi, jonka Social Accountability International (SAI) kehitti. Tämän lisäksi SAI:n tehtäviin kuuluu akkretoida sertifioijat ja seurata niiden toimintaa. (Kuvaja & Malmelin 2008, 72). SA 8000 -standardin perustana ovat YK:n ihmisoikeuksien julistus ja lapsen oikeuksien yleissopimus sekä kansainvälisen Työjärjestön

ILO:n ensisijaiset työelämää säätelevät sopimukset. Se on kehitetty kansalais- ja ammattijärjestöjen, yliopistojen, sertifiointilaitosten ja yritysten vuorovaikutuksessa. (Kuvaja & Malmelin 2008, 72.) Sosiaalisen vastuun standardeihin kuuluu lisäksi vastuullisen tuontikaupan periaatteet (Ketola 2005, 154).

Business Social Compliance Initiative on sosiaalisia auditointeja kehitysmaituonnissa kehittävä yhteistyöhanke, jonka eurooppalaiset kauppaketjut perustivat. BSCI ja SAI ovat yhteistyössä keskenään. Vuoden 2008 keväällä yli 100 jäsenyritystä ja kaksi kansallista toimialajärjestöä kuuluivat BSCI:hin. Keskon mukaan BSCI on kaupan ostajille toimiva työkalu kehittää kehitysmaiden työolosuhteita. SAI ja BSCI ovat alihankkijoille kuitenkin melko suuritöisiä, joten niiden käyttöönotto kehitysmaiden pienissä ja keskisuurissa yrityksissä ei ole edistynyt ripeästi. (Kuvaja & Malmelin 2008, 72.)

Tunnetuin indikaattori, joka kuvaa hyvinvointia, on YK:n kehittämä inhimillisen kehityksen indeksi (HDI= human development index). Elinajan odote, lukutaidon yleisyys, koulutukseen osallistuvien osuus nuorista sekä kunkin maan kustannustasoon suhteutettu väestön ostovoimaa kuvaava bruttokansantuote ovat indeksiin kuuluvat neljä muuttujaa. Taloudelliseen kehitykseen liittyvää väestön ostovoimaa lukuun ottamatta muut muuttujat kuuluvat sosiaaliseen kehitykseen. Inhimillisen kehityksen indeksin mittaaminen osoittaa, että viimeisten 30 vuoden aikana ovat kaikki maailman maat edistyneet. (Rohweder 2004, 62-63.)

Kansainvälinen ISO 14001 ja Euroopan unionin oma Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) ovat ekologisen vastuun standardeja (Ketola 2005, 155). Ne eroavat toisistaan siten, että julkisen ympäristöraportin vapaaehtoisuuden ohella ISO 14001-sertifioitun yrityksen on julkaistava ainoastaan ympäristöpolitiikka. EMAS-rekisteröinti vaatii myös, että yritys noudattaa lainsäädännön tasoa. Sen sijaan saadakseen ISO 14001 -sertifikaatin, yrityksen on tiedettävä lainsäädännön asettamat vaatimukset ja ajan, jonka kuluessa se niitä tavoittelee. (Rohweder 2004, 170-171.) Yhteistä molemmille standardeille on jatkuvaan parantamiseen sitoutuminen (Ketola 2005, 155).

Sekä EMAS että ISO 14001 perustuvat viidestä pääelementistä koostuvaan ympäristöjärjestelmään. Ne ovat ympäristöpolitiikka, suunnittelu, järjestelmän toteuttaminen ja toiminnot, tarkastus ja korjaavat toimenpiteet sekä johdon katselmus. (Rohweder 2004, 170.) EMAS-selonteko käsittää sekä välittömät (esimerkiksi raaka-aineet, pääs-

töt ja jätteet) että välilliset (esimerkiksi alihankinnat) tuotteiden elinkaareen liittyvät ympäristötavoitteet sekä niiden ajallisen kehittymisen. (Rohweder 2004, 170.) Yritykset saavat EMASilta myös tiukemmat vaatimukset ympäristönsuojelun tason parantamiseen ja henkilöstön ympäristötyöhön osallistumiseen (Rohweder 2004, 171).

Lontoossa toimiva AccountAbility tekee työtä kehittääkseen yritysten yhteiskuntavastuuta. Yrityksen toiminnan eri vaikutuksia voidaan raportoida sen kehittämällä AA 1000 -standardilla sekä johtamisjärjestelmällä. (Haapala & Aavameri 2008, 153.) AA 1000 -standardi käsittää prosessin, joka kuvaa dynaamista, jatkuvaa parantamista. Sen viiteen osaan kuuluvat sidosryhmädialogi, suunnittelu, tilinpito, toiminnan auditointi ja raportointi sekä sitoutuminen. On tärkeää muistaa AA 1000:n kaltaisia työkaluja käytettäessä, että ne kuvaavat ainoastaan prosessia. AA-standardi on ainoastaan tienneyttäjä. Tärkeintä on oppia yhdessä sidosryhmien kanssa. (Könnölä & Rinne 2001, 57.)

Hyvinkin yksityiskohtaisista ja täsmällisistä standardeista, kuten SA 8000 -standardista poiketen, OECD:n toimintaohje ei ole kovin tarkka. Se ei ole juridisesti sitova ohje. Ohjeessa olevan ominaisuuden myötä sillä saattaa olla erityistä käyttöä myös pienissä ja keskisuurissa yrityksissä, vaikka se aluksi oli tarkoitettu lähinnä suurille eli monikansallisille yrityksille. Jokaisen OECD-maan on ylläpidettävä niin sanottua kansallista yhteyselintä eli National Contact Point'ia. Sen tehtävä on esimerkiksi auttaa yrityksiä tulkitsemaan ja käyttämään toimintaohjeita. Suomessa tästä on vastuussa Monikansallisten yritysten neuvottelukunta eli MONIKA, joka on kauppa- ja teollisuusministeriön alainen neuvottelukunta. Siinä ovat viranomaisten ohella edustettuina muiden muassa elinkeinoelämä, ammattiyhdistysliike sekä kuluttajat. (Vauhkonen 2007, 66.)

Yrityksen yhteiskuntavastuun hallintajärjestelmän onnistumisen edellytyksenä on se, että aluksi saadaan yrityksen ylin johto sitoutumaan yrityksen toimintojen, tuotteiden ja palvelujen parantamiseen huomioimalla yhteiskuntavastuu. Ratkaisevaa on ylimmän johdon jatkuva sitoutuminen ja johtamistapa. Yhteiskuntavastuun hallintajärjestelmän tehokkuudelle eräs ratkaiseva tekijä on johdon kehittämä tarkka määrittelynsoveltamisalasta. Yhteiskuntavastuun hallintajärjestelmän soveltamisalan määrittelyn jälkeen kaikki soveltamisalan piiriin kuuluvat organisaation toiminnot, tuotteet

ja palvelut on sisällytettävä yrityksen yhteiskuntavastuun hallintajärjestelmään. (Yritysten yhteiskuntavastuu - Ohjeita 2006, 32.)

Monet kansalliset ja kansainväliset instituutiot ovat alkaneet kehittää yrityksen yhteiskuntavastuun toteuttamisen edellyttämiä standardeja ja ohjeita esimerkiksi johtamisjärjestelmän muodossa. International Organization for Standardizationin (ISO) työryhmä alkoi laatia standardia vuonna 2005. Päämääräksi asetettiin, että standardi olisi julkaisuvalmis vuonna 2009. (Yritysten yhteiskuntavastuu - Ohjeita 2006, 8.)

5.3 Global Reporting Initiative (GRI)

Kestävän kehityksen raportointiohjeisto, GRI-ohjeisto, jonka YK:n ympäristöohjelma (UNEP) ja CERES vuonna 1999 loivat, on ollut usean vuoden ajan käytössä yrityksissä eri puolilla maailmaa. Huolimatta siitä, että se ei ole sertifiointumisen mahdollistava standardi, antavat sen ohjeet varsin monipuolisen kuvan siitä, mitä yritysten olisi huomioitava kokonaisvaltaisessa taloudellisen, sosiaalisen ja ekologisen vastuun yhdistävässä toimintasuunnitelmassaan. (Ketola 2005, 156.) GRI:n ohjeisiin sitoutuminen rajaa raportoinnin valikoivuutta, koska GRI vaatii noudattamaan tiettyjä kriteerejä ennen kuin yrityksen on mahdollista viitata raportoinnissaan GRI:n ohjeisiin (Kuvaja & Malmelin 2008, 158).

GRI-ohjeiston tavoite on tarjota yhteinen malli organisaatioiden vapaaehtoiseen yhteiskuntavastuun raportointiin. Ohjeiston päämääränä on edistää yritysten raporttien vertailukelpoisuutta ja luotettavuutta sekä saavuttaa tilinpäätösraportointia vastaava luotettavuus. (Vauhkonen 2007, 150.) Taloudellisten, ympäristön sekä sosiaalisten tulosindikaattorien lisäksi GRI-ohjeiston mukaan tehty raportti koostuu yrityksen visioista ja strategiasta, yrityksen perustiedoista, hallinnointirakenteesta ja johtamisjärjestelmästä. Raportointia varten yritykset saavat GRI-ohjeiston avulla laaja-alaisen vastuukartan. (Ketola 2005, 156.)

GRI:n avulla määritellään raportin sisältö, raportoitava alue, tiedon laatuperiaatteet ja laskentaohje tunnusluvuille. Kuudelle toimintasektorille on laadittu täydentävät ohjeistot. Olennaisuuden tunnistaminen ohjeistetaan sekä raportoitaville asioille että niiden laadulle. Kolme sovellettavaa tasoa kuvaavat raportoinnin edistyksellisyyttä. Ne ovat kaikki myös varmennettavissa, mutta se on vielä vapaaehtoista. Valittavan rapor-

toimitason perustana on organisaation noudattaman raportointiohjeen kattavuus sekä ohjeiston tunnuslukujen käytön määrä. (Vauhkonen 2007, 150.)

GRI:n raportointiohjeiston uusimman version G3:n avulla raporttien uskottavuus ja johdon sitoutumisen näkyvyys käytännössä lisääntyy. Uskottavuutta ja läpinäkyvyyttä lisäävät organisaation strategian vastuullisuuden merkityksen pohdinta raportin strategia- ja analyysivaiheessa sekä saavutusten ja epäonnistumisten arviointi. Myös johtamisen lähestymistavan kuvaaminen lisää johdonmukaisuutta sekä auttaa lukijaa päättämään, ovatko arvot, sanat ja teot yhtenevät keskenään. Raportti kuvaa siten määrätietoemmin toiminnan kehittämistä. Sidosryhmillä on G3:ssa myös entistä merkittävämpi rooli. (Vauhkonen 2007, 154.)

Parhaiten GRI-ohjeisto soveltuu suurille yrityksille. Sen sijaan pienille ja keskisuurille yrityksille on kehitetty kevyempi versio, PK-avain, sähköinen työkirja. Sen avulla ne voivat hahmottaa ja raportoida vastuullista liiketoimintaansa. (Ketola 2005, 12.) Eri-tyisesti yritysten, jotka toimivat kansainvälisesti, kannattaa noudattaa GRI-ohjeistoa raportoinnissaan. Tämän johdosta raportoinnin uskottavuus lisääntyy ja mahdollistaa yrityksen mukana pysymisen raportoinnin kehitystyössä. (Kuvaja & Malmelin 2008, 158). GRI-ohjeiston merkittävyys on siinä, että ohjeistona olemisen ohella se on perustana jokaisen yrityksen omalle raportoinnille. GRI:sta on hyötyä myös kansainvälisille sijoittajille, jotka saavat yhteiskuntavastuuraporteista tietoa, joka ei olisi muuten mahdollista. (Pulliainen 2008, 101.)

6 VASTUULLINEN HANKINTA

Kansainvälistyminen ja teknologian kehitys mahdollistavat tuotteiden ja palvelujen tarjonnan ja hankinnan maailmanlaajuisesti. Yritysten toiminta perustuu nykyisin useisiin maihin vaikutuksensa antavaan laajaan tuotanto-, hankinta-, ja yhteisöverkostoon. Reaaliaikaisessa tietoyhteiskunnassa yritysten toimet kotimaassa ja ulkomailla ovat tarkan valvonnan alaisia. Monikulttuurisessa kansainvälisessä ympäristössä tapahtuva yritystoiminta on suuri haaste. Eri yhteiskunnat suhtautuvat luonnonvarojen hyödyntämiseen, lapsityövoimaan, ihmisoikeuksiin, työoloihin sekä lahjontaan monin tavoin. Yritysten on noudatettava jokaisessa maassa johdonmukaisesti yhdenmukaisia toimintaperiaatteita. Kansainväliset yritykset rohkaisevatkin osaltaan paikallista yhteiskuntaa yleismaailmallisten eettisten arvojen kunnioitukseen vähemmän kehittyneissä maissa. (Vauhkonen 2007, 52.)

Yritysvastuulliselle toiminnalle haasteita asettavat erityisesti suurien kansainvälisesti toimivien yritysten moninaiset toiminnot, iso organisaatio sekä laajat alihankintaketjut. Yritysvastuun laadukas toteutuminen edellyttää yrityksessä tarvittavien aiheeseen perehtyneiden asiantuntijoiden lisäksi tarvittavaa osaamista hyvin monen eri henkilön ja toimenkuvan yhteydessä. Ostotoiminnassa henkilöstön on arvioitava esimerkiksi tuotteen alkuperämaahan liittyvät riskit. Ostotoiminnan riskejä on tehokkain tapa hallita siten, että vastuuhenkilöt kykenevät arvioimaan tuotteen laadun ja toimitusvarmuuden ohella myös vastuullisuuteen liittyviä asioita. (Vauhkonen 2007, 136.)

Yritysten vastuullinen toiminta koostuu monista tekijöistä, kuten vastuullisesta raaka-ainehankinnasta. Öljypalmu on kasvirasvan lähteenä maailman tuottavin ja palmuöljy tuotetuin kasvirasva. Vuoteen 2020 mennessä öljypalmun tuotannon odotetaan yli kaksinkertaistuvan. Tuotantoa varjostavat kuitenkin merkittävät ympäristöongelmat. (WWF Suomi 2010.) Suurin osa eurooppalaisista palmuöljyä ostavista yrityksistä ei osta vastuullisesti tuotettua palmuöljyä, vaikka ne ovat siihen sitoutuneet. Suomalaisia palmuöljyn ostajia WWF Suomi on jo kahden vuoden ajan kehottanut sitoutumaan siihen, että ne hankkisivat marraskuusta 2008 lähtien saatavilla ollutta sertifioitua, vastuullista palmuöljyä. Sertifioinnilla todistetaan se, että arvokkaita sademetsiä ei tuhota plantaasien tieltä. (Ekomies 2010.) Palmuöljypohjaisen dieselin kehittäjä Neste Oil ja Greenpeace ovat kuitenkin eri mieltä siitä, mihin loppuu yrityksen vastuu, jos sen toiminnan takia joku muu kaataa sademetsän (Fakta 2009).

Monikansallisten yritysten kestävästä hankintapolitiikasta tehtiin Vietnamin tutkimus, jossa arvioitiin sen vaikutuksia kehitysmaissa sijaitseviin toimittajiin. Tutkimuksen mukaan kansainvälisten standardien noudattamisesta aiheutuneet kustannukset muodostuivat kohtuuttomiksi monille liikeyrityksille, erityisesti pienille ja keskikokoisille toimittajille. Yritykset eivät myöskään selviydy sosiaalisista ja ympäristöön liittyvistä standardeista. Tilanteen parantamiseksi kumppanuudella ja hallinnollisten yhteistyömallien lisäämisellä voitaisiin edistää vastuullisen lähestymistavan kehitystä myös vietnamilaisissa liikeyrityksissä. Kestävän kehityksen ja yhteiskuntavastuun rakentamiseksi tarvitaan vahvasti myös kansan eri osien välistä yhteistyötä, paikallisia ja kansainvälisiä viranomaisia sekä johtajia ja työntekijöitä. (Sustainability along the global supply chain: the case of Vietnam 2010.)

Yritysten on uudella tavalla otettava periaatteellinen kanta siihen, ketkä ovat osapuolet, missä ja millaisilla ehdoilla kaupankäynti tapahtuu. Johdolta vaaditaan linjaukset ja käytännön tuki, jotta vastuullinen yritystoiminta on mahdollista toteuttaa. Vastuunkanto ei pitkällä tähtäyksellä ole mahdollista, jos yritysvastuu muodostuu pelkästään juhlapuheista, mutta budjettikeskustelujen yhteydessä evätään rahat kaikelta asiaan liittyvältä kehittämiseltä, kouluttamiselta ja varmentamiselta. (Vauhkonen 2007, 137.)

Hankintasopimuksissa kannattaa aina vaatia melko yksityiskohtaisesti, millaista on yhteistyökumppanilta edellytettävä sosiaalinen tai ympäristövastuullisuus. Varmuuden vuoksi olisi suotavaa lisätä hankintasopimukseen sopimuksen purun mahdollistava lauseke, jos rikkeitä esiintyy. (Vauhkonen 2007, 65.) Jokaisen yrityksen olisi ymmärrettävä, miten tärkeää on olla hankintaketjun vastuullinen osa. On pakko varmistua, että verkottuneessa globaalitaloudessa vastuullisuus toteutuu läpi koko tuotanto- ja toimitusketjun. Vastuullisuudesta on kehittynyt merkittävä tekijä yritysten menestykselle. (Vauhkonen 2007, 67.)

6.1 Julkiset hankinnat

Julkisissa hankinnoissa liikkuu vuosittain merkittävät rahasummat. Niiden osuus on noin 16,5 prosenttia bruttokansantuotteesta, joka rahalliselta arvoltaan on 22,5 miljardia euroa. Se on Euroopan unionissa keskimääräistä tasoa. Kuntien osuus julkisista hankinnoista on noin 57 %, valtion noin 29 % ja muiden hankintayksiköiden osuus noin 14 %. (Pulliainen 2008, 111.) Tämän johdosta julkisilla hankkijoilla on kysynnän ohjaamisessa erittäin merkittävä rooli. Kestävän kehityksen eteenpäin viemiseen olisi huomattava vaikutus sillä, että julkiset hankkijat muodostaisivat aiempaa enemmän ympäristö- ja sosiaalisen vastuun kriteerejä hankkimilleen tuotteille ja palveluille muita toimenpiteitä unohtamatta. (Rohweder 2004, 85.)

Ympäristömyönteiset julkiset hankinnat ovat mukana useissa EU:n ympäristöpoliittisissa päätöksissä. Hankintojen yhdeksi vaatimukseksi vuonna 2004 hyväksytyissä hankintadirektiiveissä laadun, hinnan ja toimivuuden rinnalle tuotiin ympäristö. Euroopan komissio on julkaissut asiasta myös tiedonannon ja käsikirjan. (Julkiset hankinnat edistämään ympäristöasiata 2006.) Valtion keskushallinnon, kuten ministeriöiden, päämääränä on se, että viimeistään vuonna 2015 kaikissa hankinnoissa huomioidaan ympäristönsuojelu ja kestävä kehitys. Ympäristöministeri Paula Lehtomäen mukaan julkishallinnon ympäristönsuojelussa valtion rooli on melko pieni. Jos kunnat

osallistuvat toimenpiteisiin, kysyntä on jo niin suurta, että sillä on vaikutus myös markkinoihin. (Merkitystä markkinoillakin 2009.)

Keskinäiset muutokset eurooppalaisten todellisten demokratioiden yhteiskuntarakenteiden ja poliittisten virtausten voimasuhteissa ovat tuoneet arvonäkökohdat esille julkisissa hankinnoissa. Yhteiskuntapoliittisen keskustelun ansiosta jokaista toimijaa, kuten esimerkiksi kuntia, edellytetään näyttämään arvonsa, joka on johtanut tulokseen. Ne kertovat yhteiskunnallisen asenneilmaston ohella sen, missä osassa maata arvonsa paljastaneen toimipaikka on. Eurooppalaisittain tyypillinen rajoittava tekijä sosiaali- ja terveysalan palveluja tarjoaville on se, jakavatko ne voittonsa osinkoina omistajilleen vai edistääkö yritys tuotoillaan toimintaansa ja palvelujaan. (Pulliainen 2008, 113.)

Ison-Britannian julkisen sektorin kestävä hankintaa selvittäneessä tutkimuksessa osoitettiin julkisen sektorin toimipaikkojen vastuullisen hankinnan käytännöissä olevan huomattavia vaihteluja. Erityisesti paikallisilla viranomaisilla on toisiin sektoreihin verrattuna suurempi painotus ostaa pieniltä ja paikallisilta toimittajilta. Kestävän hankinnan valikoima on juurtunut hyvin hankintakäytäntöön. Suurin yhteinen este on rahallinen paine. Toisaalta vanhemman johdon tuki on merkittävin helpottava tekijä. Kestävään hankintaan kohdistuvasta politiikasta huolimatta julkisen sektorin organisaatiot ovat sitoutuneet ympäristönsuojelullisiin näkökohtiin varsin vähän. Vaikka Iso-Britannia on menestynyt kestävä hankinnan toteuttamisessa, on sillä vielä paljon tehtävää täydentävän kestävä hankinnan toteutuksessa. (Sustainable procurement in the United Kingdom public sector 2009.)

Peruskysymyksenä julkisissakin hankinnoissa on se, takaako halvin tarjous parhaan lopputuloksen vai ei. Eduskunnassa kyseisestä asiasta käytiin hankintalakiesityksen käsittelyssä perinpohjainen keskustelu. Yleisesti hyväksytty päätelmä läpikäydystä prosessista oli se, että ei takaa. Julkisen hallinnon etu on saavuttaa kerralla mahdollisimman korkea yhteinen kokonaisuus. Kansalaisten hyvinvointi saa ainoastaan olla päämääränä, johon myös ympäristö- ja sosiaaliset tekijät laadullisesti liittyvät. Laatu-tekijän huomioimisella tavaroiden ja palvelujen hankinnassa varmistetaan asiakastyytyväisyys. (Pulliainen 2008, 112-113.)

6.2 Eettiset tuotteet

Alkavan eettisyyden nousulla on nyt etsikkoaikansa. Sekä ihmisten, yritysten että yhteiskunnan tahoilla on havaittavissa halua tukea parempaa kulutusta ja liiketoimintaa. Markkinataloudessa on kuitenkin lopulta kysymys siitä, onko markkinoilla saatavissa tuotteita ja palveluja, jotka täyttävät ihmisten odotukset ja eettiset mittasuhteet. Samanaikaisesti kaupan rakenteen ja yhteiskunnan on pyrittävä myös aidosti vastuullisemman valinnan helpottamista suosivaan hinnoittelupolitiikkaan. (Haapala & Aavameri 2008, 124.) Helsingin kauppakorkeakoulun professori Raimo Lovion mielestä yrityksen eettisyyttä ei pitäisi arvioida pelkästään sen toimivuuden perusteella. Sen sijaan olisi arvioitava, onko yrityksen tuotteista hyötyä yhteiskunnalle. (Eettinen yritys tekee vastuullisia tuotteita 2009.)

Kansainvälisellä tasolla Isossa-Britanniassa maan hallituksen toimintasuunnitelman päämääränä on lisätä maan ympäristöystävällistä maataloutta ja kestäväää elintarvikkeiden hankintaa. Se haluaa ostajien ja kuluttajien käyttävän ostovoimaansa tavoitteen pääsemiseksi. Aiheesta tehtiin myös tutkimus, jonka tarkoitus on tukea Ison-Britannian julkisen sektorin elintarvikehankintoja yhdessä johtavien pitopalveluyritysten kanssa. Tutkimus antaa hankinnan toimintatapoihin toiminnalliset periaatteet, mutta muutos erityisesti suurten organisaatioiden toimintatavoissa on haasteellista ja aikaa vievää. Tutkijat kehittivät myös oppaan, jolla autetaan hankkeen toteutusta ja seurataan sen kehitystä. (Corporate social responsibility and sustainable food procurement 2006.)

Meillä Suomessa melkein neljä viidestä suomalaisesta uskoo kuluttajalla olevan mahdollisuus vaikuttaa kaupankäynnin eettisyyteen. Heistä 95 % on valmis maksamaan enemmän eettisesti kestäväällä tavalla tuotetusta tuotteesta. Eettiset syyt saavat joka viidennen välttämään tiettyjen tuotteiden ostamista tai tietyissä liikkeissä asioimista. (Haapala & Aavameri 2008, 114.) Yritysten yhteiskuntavastuuta tutkineen akatemia-tutkija Minna Halmeen mukaan on olemassa suuri joukko ihmisiä, jotka ovat periaatteellisella tasolla valmiit tekemään ostopäätöksensä hyvien aatteiden perusteella. Heidän määränsä, joka näin lopulta toimii, on merkittävästi pienempi. (Yrityksen yhteiskuntavastuu vaikuttaa ostopäätökseen 2008.)

Kuluttajan ostopäätökseen vaikuttaa mahdollisten kompromissien teko kun hänen valintansa kohdistuu vastuulliseen tuotteeseen. Kompromisseissa esiintyy ainakin kolme

asiaa: onko vastuullinen tuote kalliimpi, onko sen suorituskyky vaatimattomampi ja miten sitä on saatavissa. Samaan aikaan kuluttajan on pohdittava, onko tuotteella vaikutusta johonkin tarpeeksi merkittävään ympäristö- tai yhteiskunnalliseen kysymykseen. (Haapala & Aavameri 2008, 122.) Kuluttajista yli 55-vuotiaat keski-ikäiset naiset ovat kaikkein ympäristötietoisimpia kuluttajia. Luomutuotteiden ostamisen ohella he pitävät tärkeänä tuotannon eettisyyttä ja ovat vieläpä valmiit maksamaan siitä. He myös lajittelevat jätteet ja tukevat lähiruokaa. (Keski-ikäiset naiset ovat eettisimpiä kuluttajia 2008.)

Yhdysvalloissa suoritettuna, luomuruokaa käyttäviin kuluttajiin kohdistuneen tutkimuksen mukaan he kiinnostuivat luonnonmukaisesti tuotettujen puuvillavaatteiden ostamisesta. Kuluttajat olivat myös yksimielisiä siitä, että luonnonmukainen maanviljely on ympäristöystävällistä. Orgaanisia tuotteita valitsevien kuluttajien mielestä heidän ostopäätöksillään on myönteinen seuraus heille itselleen, luomuteollisuudelle sekä ympäristölle. Kuluttajille oli yleisesti paljon tärkeämpää tukea luonnonmukaista maanviljelyä kuin pelkästään luomupuuvillan tuotantoa, ympäristönsuojeluun keskittyviä vaateyrityksiä tai orgaanisia tuotteita myyviä vähittäiskauppiaita. (Consumer likelihood of purchasing organic cotton apparel 2009.)

Ihmiset yhä enenevässä määrin ostavat sellaisten yritysten tuotteita, joiden arvot ovat yhtenevät heidän omiin arvoihinsa. Ihmisten valinnoissa on siis havaittavissa muutos siihen suuntaan, jossa ne tehdään muiden ominaisuuksien kuin hinnan perusteella. Esimerkkinä kuluttajien alkaneesta kiinnostuksesta on se, miten heidän hankkimansa tuotteet ja palvelut on tuotettu. (Rohweder 2004, 24-25.) On olemassa tuoteryhmiä, kuten ympäristömyönteiset tai sosiaalista vastuuta noudattamalla tuotetut tuotteet, joilla on jo merkittävää kysyntää. Edellä mainittuihin kuuluvat esimerkiksi luomuelintarvikkeet ja Reilun Kaupan tuotteet. (Rohweder 2004, 82.)

6.3 Ympäristömerkit

Yrityksillä on mahdollisuus ottaa käyttöönsä merkkejä, jotka on tarkoitettu tuotteisiin, palveluihin tai toimintoihin. Niiden tarkoitus on vaikuttaa myönteisesti yrityksen kilpailukykyyn sekä edistää yritysvastuuta. Merkittävänä tehtävänä merkeillä on myös kasvattaa kuluttajien mahdollisuuksia edistää kestävästä kehitystä. Merkit kertovat esimerkiksi tuotteiden tai palveluiden sekä toimintojen ympäristöystävällisyydestä, tuot-

teiden sosiaalisten näkökohtien huomioimisesta tai tahdonilmaisusta tukea vastuullista toimintaa. (Rohweder 2004, 181.)

Yritykset törmäävät nykyisin raaka-ainehankinnoissa esimerkiksi lapsityövoiman käyttöön, naistyövoiman syrjintään, raaka-aineiden ympäristöä tuhoavaan hankintaan, elintarvikeketjun puhtauteen tai vaikkapa Reilun kaupan tuoteajatteluun. Nämä ovat asioita, joihin yritysten on otettava arvoperusteinen, eettinen kanta, kun ne harjoittavat liiketoimintaansa. Liiketoiminnalliset arvot eivät voi olla ristiriidassa yrityksen toimintaympäristön arvojen kanssa. Nykyaikaisen menestyvän yrityksen ominaisuus on korkeatasoinen eettisyys ja sen myötä saavutettu kilpailuetu. (Järvinen 2004, 134.)

Ympäristömerkinnällä lisätään kuluttajien tuotetietoutta ja kerrotaan kuluttajalle tuotteen ympäristövaikutuksista. Merkinnällä ohjataan kuluttajaa valitsemaan muita vastaavia tuotteita vähemmän luontoa kuormittavia tuotteita. Virallisia ja monikansallisia merkkejä ovat Pohjoismainen ympäristömerkki sekä EU:n ympäristömerkki. Niiden käyttöä Suomessa valvoo Suomen Standardisoimisliitto SFS ry, joka myöntää niiden käyttöoikeudet. Yrityksille virallisen merkin käyttö on vapaaehtoista, maksullista ja määräaikaista. Määräaikaisuudella kannustetaan yrityksiä jatkamaan tuotekehittelyä luontoystävällisempään suuntaan. (Haapala & Aavameri 2008, 127.) Ympäristöministeri Paula Lehtomäki uskoo vastuullisuuden ja eettisyyden olevan elintarvikeyrityksissä tulevaisuuden kilpailuvaltteja. Hänen mielestään joutsenlipun saamisen vaatimuksena pitäisi olla kotimaisuuden lisäksi ympäristöä, ihmisiä ja eläimiä kunnioittava tuotantoketju. (Elintarvikkeille laatumerkki 2007.)

Elinkaariajattelu on ympäristömerkinnän lähtökohtana. Tuote on elinkaariajattelussa vastuullisen johtamisen kohteena. Tuotantoketjujen globalisoituessa ja yritysten ulkoistaessa yhä enemmän toimintojaan on jalostusketjun kokonaishallintaan perustuva elinkaariajattelu tärkeää. Elinkaariajattelussa on olennaista se, että vastuullisuutta on tarkasteltava myös alihankintaketjun näkökulmasta. (Rohweder 2004, 181.) Elinkaariajattelu huomioi joko tuotteen materiaalin käytön tai tuotteiden ympäristökuormituksen vähentämisen. Ympäristömerkkejä myöntävien organisaatioiden päämääränä on tuotteiden elinkaaren aikaisten ympäristövaikutusten vähentäminen, ympäristömyötäisen tuotekehityksen edistäminen, ekologisesti vastuullisen yritystoiminnan kehittäminen sekä ympäristön huomioivan kuluttamisen lisääminen. (Rohweder 2004, 182.)

6.4 Reilu kauppa

Yleisellä mielipiteellä ja kansalaiskeskustelulla saattaa joskus olla huomattava vaikutus yritysten linjauksiin ja strategioihin. Tämä johtuu osittain myös siitä, että niillä on vaikutus yrityksen imagoon. On myös tapauksia, joissa ne vaikuttavat suoraan yritysten tuotteiden kysyntään. Kehitysmaiden alkutuottajien tuotteiden tai luomutuotteiden suosiminen, osallistuminen kehitysprojekteihin tai boikotti epäeettisten yritysten tuotteita kohtaan ovat esimerkkejä, joilla todettuihin yhteiskuntavastuun ongelmiin on mahdollista vaikuttaa. (Järvinen 2004, 51.)

Kaikkialla maailmassa ostetaan Reilun kaupan tavaroita ja palveluja. Niiden nauttimisen myötä ihmiset tuovat esille halunsa vaatia kansainväliseltä kauppajärjestelmältä oikeudenmukaisuutta. He haluavat, että tuottajat saavat tuntuvaan korvauksen. Voimakkainta kasvu on maailman rikkaimmissa G7-maissa. Reilun kaupan ostamisen johdosta otetaan kantaa kaupan oikeudenmukaisuuden puolesta, koska Reilu kauppa on oikeudenmukaisen kaupan suunnannäyttävä. (Litvinoff & Madeley 2008, 211.) Suomessa myytiin vuonna 2006 Reilun kaupan sertifikaatilla varustettuja tuotteita yli 21 miljoonalla eurolla, joka oli hieman edellisvuotta enemmän (Talouselämä 2007).

Reilu kauppa tarjoaa asianmukaisen sopimuksen tuottajille, kun heidän tuotteistaan maksetaan kelpo ja vakaa hinta. Tämän myötä heidän tulotasonsa nousee ja mahdollisuus irtautua köyhyydestä kasvaa. Reilun kaupan liike on esimerkiksi antanut osansa lisääntyviin kuluttajapaineisiin kahvi- ja banaaniyhtiöitä kohtaan, jotta ne lopettaisivat pakko- ja lapsityövoiman käytön sekä tarkistaisivat liiketoimintakäytäntöjään. (Litvinoff & Madeley 2008, 185.) Reilun kaupan brändityö on ollut järjestelmällistä ja johdonmukaista, jolla selittyy sen kasvava kannattajamäärä. Eettisyyttä ja ekologisuutta painottavissa brändeissä olisikin oltava selkeä lupaus, jotta ihminen kuluttajana voisi halutessaan ymmärtää, mihin hänen kulutusvalintansa perustuu ja johtaa. (Haapala & Aavameri 2008, 104.)

Reilu kauppa on myös kauppayrityksille vähintään yhtä kannattavaa kuin muu kauppa. Tuottajan, satamamaksujen, arvonlisäverojen ja tullien osuus Reilun kaupan banaanin kuluttajahinnasta on lähes 60 prosenttia. Kaupan pelivaraksi jäävällä 40 prosentilla on banaani kuljetettava Euroopasta Suomeen kypsyttäväksi ja varastoitavaksi. Operaatioiden kustannustehokkuus ratkaisee lopulta kaupan lopullisen katteen. Alkutuottajan saadessa Reilun kaupan banaanista aina takuusumman on loppu kaupan-

käyntiä. Kun kuluttaja maksaa Reilun kaupan banaanista kalliin hinnan, on hän melkoisen reilu väliportaille ja kaupalle. (Talouselämä 2007.)

Reilu kauppa rohkaisee maahantuojia solmimaan pitkäaikaiset sopimukset osuuskuntien kanssa ja tekemään tilaukset ajoissa etukäteen. Siten tuottajat saavat jonkinlaisen varmuuden liiketoimintansa suunnitteluun. Tämän lisäksi varattomimmat tuottajat tavaroineen pääsevät kehittyneiden maiden markkinoille. (Litvinoff & Madeley 2008, 174.) Reilun kaupan tuotteiden osto erityisesti asiaansa omistautuneilta Reilun kaupan tavarantoimittajilta vahvistaa liikettä entisestään. Liikkeen ollessa entistä voimakkaampi se voi myös tehdä enemmän taatakseen markkinoiden todella hyödyttävän varattomimpia ihmisiä. (Litvinoff & Madeley 2008, 230.)

Yksilötason toiminta on tärkeää. Reilun kaupan tuotteisiin siirtymällä tai niissä pysymällä voidaan helpottaa matalapalkkaisia kotitalouksia ansaitsemaan kohtuullisen toimeentulon, eikä niiden tarvitse tämän johdosta lähettää lapsia töihin. (Litvinoff & Madeley 2008, 144.) Reilun kaupan tuotteita ostamalla kuluttajat voivat painostaa monikansallisia yrityksiä eettisempään kauppaan ja auttavat vaatimustason nousua (Litvinoff & Madeley 2008, 168). Kun ostetaan jotakin laatuvaatimukset täyttävää tuotetta kauan johdonmukaisesti, kannustetaan vähittäiskauppiasta pitämään tuote valikoimissaan. Pitkäaikaisella sekä johdonmukaisella Reilun kaupan tuotteiden ostamisella tuottaja saa vakautta toimintaansa, tulokseensa ja elinkeinoonsa. (Litvinoff & Madeley 2008, 177.)

6.5 Lähiruoka

Lähiruokaa ei voi suosia kilometrejä laskien, mutta julkinen hankkija voi huomioida lähiruoan mahdolliset laatuominaisuudet ja kirjata ne etukäteen tarjouspyyntöön. Lähiruoalla on tarjota monta hyvää ominaisuutta. Sillä on lyhyemmät kuljetusmatkat, se on tuoreempaa kuin kaukaa tuotu ruoka, se sisältää monesti vähemmän lisäaineita sekä tukee paikallisia yrittäjiä. Nämä ovat asioita, joita yksittäisen kuluttajan kannattaa pohtia tehdessään ostoksia, joita hankintadirektiivit eivät sido. Edellä kerrotun tulkinnan mukaan lähiruoka käy kilpailutuksen ehdoksi julkisissa hankinnoissa sillä edellytyksellä, että sen ympäristöystävällisyys tuodaan selvästi esille ja tarjouspyynnössä kriteerit on selkeästi kirjattu. (Pulliainen 2008, 121.)

Lähiruoan ympäristöystävällisyyttä tukevia tutkimuksia on tehty. 20 kilometrin säteeltä hankittu ruoka esimerkiksi pienentää ympäristökuormitusta Isossa-Britanniassa merkittävästi. Tästä johtuvat ympäristösäästöt ovat vuodessa arvoltaan noin kolme miljardia euroa. Kaikkien maan tuottajien siirtyessä luomutuotantoon ympäristöhyötyjen arvo olisi 1,6 miljardia euroa. (Pulliainen 2008, 121.)

Lähiruoan hyöty nousee esille kuljettamisen ja pakkaamisen aiheuttamissa energiakustannuksissa. Energianhinnan määräytyessä sen todellisen arvon mukaan on esimerkiksi viisikymmentä kilometriä kustannuksiltaan aivan eri asia kuin 5 000 kilometriä. On ilmeistä, että lähiruoan käytön lisääntyessä logistiikan kehittäminen on tärkeimpiä asioita. Kuljetukset saatetaan vastaisuudessa hoitaa biokaasulla tai aurinkoenergian avulla tuotetulla vedyllä toimivilla autoilla. Tässä on olennaista se, että energia valjastetaan samassa paikassa, josta alkutuotteet lähtevät lähimarkkinoille. (Pulliainen 2008, 122-123.)

7 SIDOSRYHMÄVERKOSTO

Vastuullisuuden korostuminen yritysten keskinäisessä sidosryhmäverkostossa vaikuttaa laajemmin ja syvällisemmin. Yritysten liikekumppaneiden, toimittajien ja alihankkijoiden kanssa yhteiskuntavastuun nimissä käydyissä keskusteluissa on tavoitteena varmistaa yhteistyökumppaneiden toimintaperiaatteiden sekä johtamis- ja hallintajärjestelmien yhteneväisyys yrityksen omien toimintamallien kanssa. On yrityksiä, jotka ovat korostaneet esimerkiksi SA 8000 -standardin mukaista toimintamallia alihankkijakeskusteluissa ottamalla kuitenkin tarpeeksi huomioon kunkin yrityksen olosuhteet. (Vauhkonen 2007, 60.)

Monien mahdollisuuksien lisäksi verkottuminen tuo mukanaan riskejä sekä pienille että suurille yrityksille. Kun hankintaverkostoa luodaan, olisi tuotteita hankittaessa oltava itsestään selvää, että varmistetaan niiden odotusten mukainen tekninen laatu, oli kyseessä sitten väli- tai lopputuote. Tavallisesti alihankintasopimus määrittelee tuotteen teknisen olemuksen. Suuryritykset voivat suoraan nykyaikaista tietotekniikkaa käyttäen, jopa alihankkijoiden tuotantoprosessia suoraan ohjaten varmistaa, että alihankkijoiden tuotanto on yhteneväinen siihen, mitä on sovittu. (Vauhkonen 2007, 62-63.)

Yritysten verkostoituessa ovat myös pienempien perinteisesti kansallisina pidettyjen yritysten mahdollisuudet toimia globaaleilla markkinoilla kasvaneet. On tärkeää ymmärtää jokaisen yrityksen olevan osa hankintaketjua. Suuryrityksellä olevien alihankkijoiden lisäksi kyse on niiden osalta siitä, että suurinkin yritys toimittaa tavaransa loppukuluttajalle tukku- tai vähittäiskaupan kautta. Huolimatta siitä, että koko perinteinen tuotantoketju toimisi samassa maassa, on mahdollista, että loppukuluttajat löytyvät ulkomailta. (Vauhkonen 2007, 62.)

Yritykset monesti kutsuvat verkostonsa toimijoita kumppaneiksi. Sillä viitataan sitoutumiseen ja kumppaneiden asettamista kilpailevien toimijoiden edelle. Kumppanuuden ollessa yhteistoimintaa pyritään siinä yhdistämään osapuolten osaamista tavalla, joka hyödyttää sekä kumppaneita että kolmansia osapuolia. Kolmas osapuoli saattaa olla myös ihmisten tai ympäristön hyvinvointi. Viime aikoina yritysten ja järjestöjen kumppanuuksien määrä on kasvanut. Alkusysäys tapahtui Johannesburgin kestävän kehityksen konferenssissa vuonna 2002. Siellä todettiin, että luontevin keino vastata välittömiin ympäristö- ja sosiaalisiin ongelmiin on yritysten, järjestöjen ja julkisyhteisöjen yhteistyö. (Kuvaja & Malmelin 2008, 116.)

Kumppanien valinnassa on pyrittävä tarkkuuteen. Vastuullisen yrityksen on varmistettava, että myös yrityksen alihankintaketjun ja muiden yhteistyökumppaneiden toiminta on laadukasta ja eettistä. Tämä sen vuoksi, että asiakkaat, kuluttajat ja muut yhteistyötahot mieltävät kumppanit yrityksen brändiin. Yritysten, joiden tavoitteena on riskeistä tietoinen vastuullinen toiminta, pyrkimyksenä on esimerkiksi kehittyvissä maissa toimivien alihankkijoidensa työelämäkäytäntöjen ja ympäristöosaamisen valvomisen ja edistäminen uskottavasti. Yhden ketjun lenkin toimiessa vastuuttomasti ovat muutkin vaarassa. Jos kumppanuus purkautuu luottamuspulan tai laiminlyönnin seurauksena, osapuolten uhkana ovat välittömien taloudellisten menetysten ohella maineriskit ja verkostoitumisen mahdollisuuksien väheneminen. (Kuvaja & Malmelin 2008, 121.)

7.1 Arvoketju/Elinkaari

Arvoketju- ja elinkaariajattelu on merkittävä lähtökohta, kun toiminnan kokonaisvaikutuksia arvioidaan. Suurilla jälleenmyyjillä erityisenä ongelmana ovat tavallisesti pitkät ja monimutkaiset toimitusketjut. Hankaluuksia tuottaa myös selvittää tuotteen alkuperä tai sen valmistusolot. Keskeinen tekijä arvoketjun hallinnassa on kaksisuun-

taisen tiedonkulun avoimuus ja keskinäinen luottamus. Parhaat edellytykset vastuulliselle yhteistyölle syntyvät, kun aihe on esillä yhteisissä keskusteluissa. Toiminnan päämääränä on parantaa arvoketjun laatua ja kustannustehokkuutta sekä lisätä toiminta- ja toimitusvarmuutta. (Könnölä & Rinne 2001, 81.)

Huolimatta siitä, että ympäristönhallintajärjestelmien perustana on ajatus, että yrityksen olisi kannustettava myös yhteistyökumppaneitaan pienentämään ympäristövaikutuksia, on järjestelmien kehittämisen tärkein kohta organisaation sisällä. Yrityksen vaikutukset ympäristöön saattavat tuntua pieniltä, vaikka ne varsinaisesti koko tuotteen elinkaarta ajatellen ovatkin suuret. Yrityksen sisäisissä ympäristövaikutuksissa eivät siten näy vaikutukset, jotka esimerkiksi kuljetus tai muut alihankinnat aiheuttavat. Vaikutuksista tulee sen myötä ”jonkun muun ongelma”. Yritysten kannattaisi yhdistää järjestelmien päämääriin entistä täsmällisempiä tavoitteita, jotka liittyvät tuotekehitykseen ja elinkaariarviointiin. (Rohweder 2004, 177.)

Ruotsalaisissa yrityksissä sekä julkisissa osastoissa ja laitoksissa elintarvikeketjun eri toimitusvaiheissa tehdyssä tutkimuksessa käytettiin ympäristönsuojelullisia tietoja, kun tunnistettiin elintarvikkeiden hankinnan käytäntöjä. Tutkimus paljasti ostajien erilaiset näkemykset ympäristöystävällisten hankintojen ratkaisuisissa. Elintarviketoimitusketjussa elintarvikkeiden ympäristölle aiheuttamaa vaikutusta vähennetään aktiivisesti laatujohtamisen avulla. Hankinnan päähuomio on elintarvikkeen alkuperän jäljittämässä, tuotteen käytössä kylmälaitteissa, kuljetuksissa sekä pakkaamisessa. Ostopäälliköiltä puuttuu kuitenkin tietämys ympäristövaikutuksista elintarviketoimitusketjun muissa vaiheissa. (Professional food purchasers' practice in using environmental information 2005.)

7.2 Alihankkijat

Yritysten on toimittava yhä globalisoituvammassa maailmassa pitkien hankinta-, valmistus- ja jakeluketjujen määrittämissä puitteissa. Ylikansalliset rajat ylittävä globaali ja tehokas yritys on melko usein tavalliselle asiakkaalle, raaka-ainetuottajalle tai näin suuressa verkostossa toimivalle pienelle alihankkijayritykselle haastava yhteistyökumppani. Ihmiskasvoinen markkinatalousyritys pystyy rakentamaan yhteistyömallit hankalissakin johtamis- ja toimintaolosuhteissa. Mallien avulla huomioidaan myös verkostossa mukana olevien muiden yritysten näkökulmat. Kun omaa toimintaa suunnitellaan ja toteutetaan, edellyttää se menestyvän, modernin yrityksen johtajalta tun-

neälyä, elämänkokemusta ja -näkemystä sekä kykyä ymmärtää myös muiden osapuolten tavoitteita ja toimintatapoja. (Järvinen 2004, 133.)

Sidosryhmien kokonaisuudesta muodostuvan alihankintaverkoston vastuullinen johtaminen on eräs kansainvälisten yritysten haasteellisimmista tehtävistä. Yritysten on kuluttajien, sijoittajien ja sertifiointisijoiden odotusten mukaisesti valikoitava alihankkijansa eettisin kriteerein. Yrityksen on seurattava ihmisoikeuksia, työoloja ja ympäristötyötä myös sellaisissa maissa, joissa lainsäädäntö ei sitä vaadi. Alihankkijoiden kanssa viestintä edellyttää kulttuuristen erojen ja kielimuurien ylittämistä. (Kuvaja & Malmelin 2008, 71.) Arvot ja etiikka yhdistyvät yhä tiiviimmäksi osaksi ihmiskasvoista markkinatalousyritystä, koska ihmiset ovat yrityksen luoneet ja muodostaneet organisaatioksi. Tämän johdosta organisaatio täyttää ihmisten yhteistyönä sellaisia tavoitteita, joita ihmiset ovat yritykselle asettaneet tai joita he yritykseltä odottavat. (Järvinen 2004, 133-134.)

Vastuullisessa suoraselkäisyydessä riittää haastetta yrityksille. Useiden toimialojen pitkissä, globaaleissa sekä paljon alihankkijoita tai kumppaneita sisältävissä toimitusketjuissa vastuullisuus ei aina toteudu täydellisenä, vaikka ihmiset siihen pyrkivät. (Haapala & Aavameri 2008, 129.) Kaupan hankinnoista vastaavien asiantuntijoiden mielestä kukaan ei pysty sataprosenttisesti takaamaan esimerkiksi puuvillan eettistä tuotantoa pelloilta pakkaan (Kauppa luottaa yhteistyöhön eettisen tuotannon valvonnassa 2007). Vastuullisuuden osa-alueet ovat moninaisia ja monesti vaikeasti hahmoteltavissa erityisesti hankintaketjun eri vaiheissa. Nopeus ja avoimuus globaalissa tiedonvälityksessä ovat kovia haasteita toimijalle, joka on tarkka maineestaan. Inhimillisiä virheitä, onnettomuuksia, epäonnistumisia ja läheltä piti-tilanteita sattuu, eikä niiden julkisuuteen tuloa ole mahdollista estää, eikä sitä kannata edes yrittää. (Vauhkonen 2007, 178.)

Varsinkin kehitysmaissa alihankkijat ovat merkittäviä paikallisen hyvinvoinnin kasvattajia. Toisin kuin suurten jakeluketjujen käyttäminen, paremman elintason paikallisille asukkaille antaa monesti pienten, paikallisten toimittajien suosiminen. Suoraan tuottajiin tapahtuvan yhteydenpidon avulla vähennetään myös toimitusketjussa lisäkuluja aiheuttavia välikäsiä. Alihankkijoiden vastuullinen liiketoiminta ja niiden käytöjen seuraaminen ovat asioita, joita yritysten on niiltä vaadittava. (Könnölä & Rinne 2001, 81.) Suurimmat ongelmat halpatuontimaissa tutkija Outi Moilalan mukaan ovat

tehtaissa työskentelevien aikuisten kelvottomien työolojen sekä vaatimattoman palkan lisäksi lapsityövoiman käyttö (Suomalaiset urheiluvälineyhtiöt valvovat kehnosti työoloja Aasiassa 2008).

Tuotteiden hankintaan kaukomaista liittyy monenlaisia riskejä, vaikka se on monesti taloudellisesti edullista. On mahdollista, että riskeihin varautuminen ja niiden välttäminen vaatii paljon työtä ja aiheuttaa arvaamattomia kustannuksia. Alihankkijoita kannattaa tavoitella läheltä. Kotimaan lait, säädökset ja sopimukset sisältävät ohjeita, joita ruotsalainen ja suomalainen alihankkija perinteisesti noudattavat. Tällaista ei tapahdu kaikkialla, ei edes EU-maissa. Kaukomaiden alihankkijoiden tuotteiden edullisuuden ohella niihin saattaa sisältyä monia riskejä. Halpa tavara saattaa lopulta muodostua ennalta arvaamattoman kalliiksi hankkijalleen. (Vauhkonen 2007, 67.)

Hankkijayritys voi kappalemäärien ja toimitusaikojen ohella asettaa myös muita vaatimuksia alihankintayritykselle. Se voi vaatia myös tuotantoprosessilta tärkeiksi katsomiaan asioita. Pk-yritys on monesti alihankkijan asemassa ja saattaa sen myötä joutua erilaisten vaatimusten kohteeksi. Useat yritykset ovatkin tarkkana ympäristövaikutusten kohdalla, joita yrityksen alihankintatyönä tehtävien tuotteiden laatu ja jopa tuotanto aiheuttavat. (Vauhkonen 2007, 63.)

7.3 Tavarantoimittajavalinta

Sidosryhmille on usein tärkeää saada tietoja, jotka koskevat tuotteen koko toimitusketjun tapoja ja tuotteen elinkaaren ympäristövaikutuksia. Kun yritykset valitsevat alihankkijoitaan ja toimittajiaan, niiden odotetaan vaikuttavan kumppaniensa ympäristöasioiden hoitamisen tasoon, henkilöstöstään huolehtimiseen ja siihen, miten hyviä toimintaperiaatteita noudatetaan niiden sidosryhmäsuhteissa. Myös yrityksen on osoitettava sidosryhmilleen ja yhteistyökumppaneilleen luotettavuutensa ja vastuullisuutensa osana laajoja toimintaverkostoja. (Vauhkonen 2007, 152.) Yrityksen olisi tavallisesti edellytettävä toimittajien, alihankkijoiden ja koko tuotantoketjun, tytäryhtiöiden ja toimiluvanhaltijoiden täyttää samat taloudellisen vastuun vaatimukset kuin yritys itse. Yrityksen tavoitteena tulisi myös saada nämä yritykset osallistumaan omiin ohjelmiinsa. (Yritysten yhteiskuntavastuu -Ohjeita 2006, 17.)

Euroopan unionin jäsenvaltioissa liiketoimintaa olevalla yrityksellä on toiminnassaan sosiaalinen ympäristö, jolle on luonteenomaista sosiaaliin vaatimuksiin yhdistyvät

vähimmäisstandardit. Itse yrityksen ohella nämä vähimmäisvaatimukset sisältävät säännöt kohdistuvat sen toimittajakumppaneihin, alihankkijoihin ja koko tuotantoketjuun sekä tytäryhtiöihin ja toimiluvanhaltijoihin. Useat näiden markkinoiden toimeli-
aat yritykset menevät paljon vähimmäisvaatimuksia pidemmälle. Ratkaisevinta on ta-
pa, jolla yritys tai ryhmä maailmanlaajuisesti toimii yhteiskuntavastuun yhteydessä.
Yrityksen tulisi huomioida, että sen sosiaalinen käytös vaikuttaa paljon myös yrityk-
sen ulkopuolella. (Yritysten yhteiskuntavastuu -Ohjeita 2006, 17.)

Vastuullisuuteen yhdistyy myös kyky ymmärtää yrityksen oman arvoketjun ja toimin-
nan välilliset ja välittömät vaikutukset. Viime aikoina lisääntyneen toimintojen ulkois-
tamisen ja yrityksen verkoston osana toimimisen seurauksena on mahdollista, että yri-
tyksen vastuun määrittelyssä ulkopuolelle jäävät yrityksen arvoketjuun yhdistyvät kes-
tävän kehityksen ulottuvuudet. Tämä sen vuoksi, koska ne ovat yrityksen juridisen
määrittelyn ulkopuolella. Vastuulliseen yritystoimintaan liittyvässä keskustelussa li-
sääntyneen arvoketjuajattelun myötä on esitetty, että yrityksen on huomioitava koko
arvoketjuunsa liittyvät yhteiskunnalliset vaikutukset, omistussuhteesta riippumatta,
omassa vaikutuspiirissään. (Rohweder 2004, 111.)

Vastuullinen yritystoiminta ei ole riippuvaista omistuksen tai yritysjohton kansalli-
suudesta. Sen sijaan yritysjohton ja omistajien kansallisuudella ja kulttuurilla on vai-
kutusta yrityksen toiminnan painotuksiin. Kyseessä on toimijoiden kokemusten ja ar-
vojen vaikuttama inhimillinen toiminta. Pääkonttorien sijainnit siten vaikuttavat yri-
tysjohton ja työntekijöiden toimintatapoihin. Vastuullisen yritystoiminnan jalkautta-
minen uskottavasti kansainväliseen yritykseen ei tapahdu nopeasti. On mahdollista, et-
tä monikansallisen yrityksen paikallinen toimipiste muodostuu vain muutamasta rajal-
liset, toiminnalliset ja taloudelliset resurssit omaavasta työntekijästä. Puhuttaessa mo-
nikansallisten yritysten todellisesta vaikutuskyvystä jonkun yksittäisen maan sisäisiin
ongelmiin tämä usein jätetään huomioimatta. (Vauhkonen 2007, 53.)

8 YRITYSTEN VASTUULLISEN HANKINNAN TUTKIMUS

Kestävä kehitys ja yritysvastuu ovat asioita, jotka lähes joka päivä sisältyvät eri tiedo-
tusvälineiden tärkeimpiin uutisiin. Koska nykyisin myös eri toimialojen yritykset koh-
taavat liike-elämässä vastuullisuuteen liittyviä vaatimuksia, selvitetään tässä tutki-
muksessa, miten ne huomioivat vastuullisuuden hankintatoimissaan. Tässä luvussa al-
kavassa empiirisessä osuudessa tuodaan jokaisen tähän tutkimukseen valitun yrityksen

osalta ne käytännöt ja tavoitteet, joihin niiden vastuulliseen hankintaan yhdistyvät toiminnot perustuvat.

Tutkimukseen oli tarkoitus löytää yrityksiä, jotka julkaisevat toiminnastaan yhteiskunta- ja yritysvastuuraportteja. Niitä löytyikin, mutta ei kuitenkaan riittävästi. On yllättävää, että on yrityksiä, jotka eivät huomioi vastuullista hankintaa tai ylipäätään vastuullista toimintaa lainkaan kotisivuillaan. Sen sijaan mukaan otettiin myös yritykset, jotka julkaisevat yritys vastuuta ja vastuullista hankintaa koskevat tiedotteensa vuosiraporteissa ja -kertomuksissa sekä yrityksen kotisivujen erillisissä osioissa. Yritysten edustamia toimialoja ovat kauppa- ja palveluala, metsäteollisuus, energiateollisuus, teknologia- sekä elintarviketeollisuus. Yhteenvedossa luvun lopussa yritykset on jaettu niille kuuluviin toimialoihin. Jokaisesta kyseisen toimialan yrityksestä tuodaan tiivistetysti esille niiden tärkeimmät vastuulliseen hankintaan liittyvät asiat.

8.1 Kesko

Keskon vastuullisen hankinnan johtamisen lähtökohtana ovat Keskon hallituksen vuonna 1999 hyväksymät ostotoiminnan eettiset periaatteet. Niillä se haluaa varmistaa sen, että tavarantoimittajat noudattavat vähintään kansallista työsuojelulainsäädäntöä. Tavarantoimittajan on kuitenkin noudatettava työelämän kansainvälisiä normeja, jos ne turvaavat työntekijän aseman kansallisia lakeja paremmin. Keskon toimielias työ jatkuu Business Social Compliance Initiativessa (BSCI). Sen periaatteet (BSCI Code of Conduct) ovat vaatimuksiltaan Keskon omien periaatteiden kanssa yhtenevät. Vuodesta 2005 alkaen on Kesko BSCI:n jäsenenä sitoutunut omassa ostotoiminnassaan noudattamaan näitä periaatteita. Keskon vastuullisen hankinnan vuonna 2007 perustettu ohjausryhmä koostuu riskimaatuentia harjoittavista toimiala- ja tytäryhtiöiden edustajista. Sen tehtäviin kuuluu kehittää ja koordinoida Keskon vastuulliseen hankintaan liittyviä toimintatapoja. (Yhteiskuntavastuun raportti 2008, 73.)

Ohjausryhmän yksi tärkeimmistä aiheista vuoden 2008 kokouksissa oli itsearviointilomakkeen käyttö. Keskon kaikki BSCI-kriteerit täyttävän itsearviointilomakkeen tarkoitus on kerätä riskimaissa perustietoja tavarantoimittajien työolosuhteista sekä ympäristöasioista. Lomakkeen saavat kaikki uusien riskimaiden tavarantoimittajat, joiden on palautettava lomake allekirjoitettuna ennen sopimuksen allekirjoitusta. Lomakkeella selvitetään millaisia laatu-, ympäristö- ja sosiaalisia auditointeja on tehtaalla käynnissä tai suoritettu. Itsearviointilomakkeen tietojen perusteella laaditaan alustava riski-

analyysi. (Yhteiskuntavastuun raportti 2008, 73.) Ohjausryhmän eräänä teemana olivat myös Keskon kemikaalilistan määrittelemät kielletyt ja rajoitetusti käytettävät kemikaalit, joita esiintyy Keskolle toimitettavissa kodintekstiileissä, vaatteissa, nahkatavaroissa, kengissä ja päällystetyissä huonekaluissa. (Yhteiskuntavastuun raportti 2008, 73.)

Vastuullisen toimintansa raportoinnissa Kesko noudattaa Global Reporting Initiativen laatimaa kestävän kehityksen raportointisuositusta. Konsernin tavarantoimittajien sosiaalisen laadun valvonnan päähuomio kohdistuu erityisesti riskimaissa toimiviin tavarantoimittajiin. Riskimaita ovat sellaiset maat ja alueet, joissa pääasiassa kansallisen työnlainsäädännön heikosta valvonnasta johtuen mahdollisesti loukataan ihmisoikeuksia ja työntekijöiden oikeuksia. Oman suoran tuonnin ohella Kesko ostaa riskimaissa valmistettuja tuotteita myös toisilta Suomessa toimivilta maahantuontiyrityksiltä sekä kansainvälisten ostoryhmittymien välityksellä. Suurin osa tästä tuonnista sisältää kansainvälisiä merkkituotteita, joiden valmistuksessa on viime vuosina huomioitu erityisesti sosiaalisen laadun varmistaminen. Keskon ulkomaisilla tytäryhtiöillä ei ole vielä käytössään vastaavaa menettelyä oman suoran tuontinsa valvonnassa. Tytäryhtiöillä on vain muutamia, pääosin EU:n alueella toimivia tavarantoimittajia, joiden emoyhtiöt ostavat kaukaisista maista pääasiassa keskitetysti. (Yhteiskuntavastuun raportti 2008, 73.)

Tukeakseen vastuullista hankintaansa Kesko aloitti Kiinassa lokakuussa 2008 oman monitorointitoimintansa, johon osallistuvat kaikki sen Kiinasta tuontia harjoittavat yhtiöt. Kahden asiantuntijan avulla ohjataan, koulutetaan ja valvotaan Keskon kiinalaisten tavarantoimittajien työehtoja ja työolosuhteita sekä ympäristö- ja kemikaalimääräysten noudattamista. Keskon monitorointiperiaatteiden ollessa yhtenevät BSCI-auditoinnin vaatimusten kanssa on monitoroinnin lopullinen tavoite saada tehdas hakeamaan BSCI-auditointia tai kolmannen osapuolen myöntämää SA 8000 -sertifiointia. (Yhteiskuntavastuun raportti 2008, 73.) Keskon oma monitorointityö on todistanut, että kiinalaiset tavarantoimittajat tarvitsevat arvioitua enemmän aikaa ja Keskon monitoroijien ammattimaista apua ja tukea selviytyäkseen BSCI:n vaatimista korjaustoimenpiteistä (Yhteiskuntavastuun raportti 2008, 72).

Kesko kouluttaa säännöllisesti ostajiaan vastuullisen hankinnan käytäntöihin. Vuonna 2008 koulutuksen keskipisteenä olivat monitoroinnin periaatteet ja prosessit ja Keskon

oman monitoroinnin tavoitteet. Lisäksi Keskon ostajat saivat koulutuksen BSCI:n tarjoamiin työkaluihin ja auditoinnin vaatimuksiin. SA 8000 -standardin sekä BSCI-auditointien avulla Kesko valvoo toimitusketjuaan. Toimitusketjunsä sosiaalisen laadun valvonnassa Keskon on mahdollista raportoida tarkkaa tietoa ainoastaan SA 8000 -sertifioinneista, BSCI-auditioinneista ja Reilun kaupan tuottajista. Keskon tavarantoimittajien itsearviointilomakkeen ohella vuonna 2008 otettiin käyttöön riskimaiden tavarantoimittajien tietokantaprojekti. Tietokannan myötä Kesko pystyy keväällä 2009 antamaan myös toimittajiensa muista tehdasauditoinneista tarkemmat tilastot. (Yhteiskuntavastuun raportti 2008, 74-75.) Keskon ympäristöjohtamisen lähtökohta on yhtiön ympäristöpolitiikka, kansainvälisen kauppakamarin kestävän kehityksen periaatteet sekä ISO 14001 -standardi (Yhteiskuntavastuun raportti 2008, 45).

8.2 Inex Partners Oy

S-ryhmän hankinta- ja logistiikkayrityksen Inex Partners Oy:n hankintastrategian painopiste kohdistuu tavarantoimittajien arviointiin ennen yhteistyön alkua ja sen jo alettua. Toimittajia arvioitaessa huomioidaan laatu, saatavuus ja hinta sekä ympäristö- ja sosiaalinen vastuu. (Inex Partners Oy 2010.) Inex on yhteistyössä kaupan, tavarantoimittajien sekä alan muiden toimijoiden, kuten kansallisten ja paikallisten viranomaisten, ammattiliittojen ja kansalaisjärjestöjen kanssa. Tämän myötä muodostuu laajempi pohja vastuullisen hankinnan periaatteiden toimeenpanolle. (Inex Partners Oy 2010.) S-ryhmä tekee päivittäistavarakaupan omien merkkien ja itse maahantuotujen tuotteiden ostoista riskimaista 44 prosenttia BSCI-auditoiduilta tavarantoimittajilta. (S-ryhmän vastuullisuuskatsaus 2009, 27).

Inex vaatii kaikkia tavarantoimittajiaan noudattamaan seuraavia vastuullisuuden periaatteita ja toimintatapoja, dokumentointia sekä avointa tiedottamista: tuotantotoiminnan on täytettävä EU:n ja/tai kansallisen ympäristölainsäädännön vaatimukset; toimittajan on sitouduttava ympäristöasioiden jatkuvaan parantamiseen; riskituotteiden ja riskimaiden toimittajien on sitouduttava noudattamaan BSCI Code of Contact -periaatteita ja toteuttamaan mallin mukaisen auditoinnin; tavarantoimittajan täytyy noudattaa elintarvikkeissa HACCP- ja käyttötarvikkeissa GMP- tai HACCP/FMEA-periaatteiden mukaista toimintatapaa; hedelmien ja vihannesten toimittajan on noudatettava GAP- tai IP-periaatteita; toimittajalla on oltava jäljitettävyyjärjestelmä, joka on kuvattu ja toimiva sekä omavalvontaohjelma, joka perustuu riskinarviointiin. Ine-

xin tai kolmannen osapuolen oikeuksiin kuuluu myös auditoida toimittaja. (Inex Partners Oy 2010).

Jotta sosiaalisen vastuun näkökohdat voidaan todeta, Inex liittyi vuoden 2006 lopulla BSCI-organisaatioon. Business Social Compliance Initiative (BSCI) on eurooppalaisten kauppaketjujen välinen yhteistyöhanke, jolla edistetään sosiaalisia auditointeja riskimaiden tuotehankinnoissa. Jokainen riskimaiden tavarantoimittaja sitoutuu noudattamaan Inexin minimivaatimuksia ja sopimusvaiheessa allekirjoitetaan BSCI Code of Conduct. Tämän lisäksi tavarantoimittajilta edellytetään BSCI-auditointi todentamaan Code of Contact -periaatteet.(Inex Partners Oy 2010). Viime vuonna S-ryhmän yhteisöyhtiöiden tehtäillä suoritettiin 56 tällaista auditointia (S-ryhmän vastuullisuuskatsaus 2009, 27). Toimittaja pystyy myös SA 8000 -standardin Social Accountability Internationalin (SAI) mukaisella sertifikaatilla todentamaan, että Inexin sosiaalisen vastuun periaatteet toteutuvat (Inex Partners Oy 2010).

8.3 Fortum

Fortum on kaikessa toiminnassaan sitoutunut kestäväan kehitykseen. Siihen päästäkseen Fortumin käyttämällä palvelun- ja tavarantoimittajilla sekä alihankkijoilla on tavoitteessa tärkeä rooli. Kaikkien Fortumin toimittajien on täytettävä kaikessa liiketoiminnassaan palvelun- ja tavarantoimittajille osoitetun toimintaohjeen mukaiset tai vastaavat vaatimukset. YK:n Global Compact -aloitteen kymmenen periaatetta on toimittajien toimintaohjeen perustana. (Fortum 2010a) Fortumin liiketoimintayksiköistä ja tytäryhtiöistä suurin osa on sertifioinut ympäristöjärjestelmänsä ISO 14001 -standardin ja jotkut yksiköt myös ISO 9001/9002:n ja OHSAS 18001:n mukaisesti (Fortum Vuosikertomus 2008, 43).

Fortumilla on käytössään yhteiset eettiset hankintaperiaatteet, joita jokaisen hankintoja tekevän on noudatettava. Konzernin hankintaperiaatteisiin kuuluu esimerkiksi se, että he tuntevat eettiset sääntönsä ja sitoutuvat noudattamaan niitä; hankinnoissa he noudattavat voimassaolevia lakeja, asetuksia ja säädöksiä, yleistä hyvää tapaa sekä rehellisyyden, tasapuolisuuden ja syrjimättömyyden periaatteita. Toista osapuolta on kohdeltava kunnioittavasti ja tasa-arvoisesti; hankinnat on suoritettava taloudellisesti ja tarkoituksenmukaisesti vapaassa kilpailutilanteessa. Lisäksi Fortum ei tee yhteistyötä kilpailijoiden kanssa hankintoihin liittyvissä asioissa. (Fortum 2010b.)

Fortumin hankintaperiaatteet ohjeistavat noudattamaan voimassaolevia lakeja, asetuksia ja säädöksiä, yleistä hyvää tapaa sekä korkeaa moraalialia. Myös rehellisyyden, tasa-arpuisuuden ja syrjimättömyyden periaatteita on noudatettava. Toista osapuolta on kohdeltava kunnioittavasti ja tasa-arvoisesti. Fortumin hankinnat tehdään kilpailutilanteessa, joka on taloudellisesti ja tarkoituksenmukaisesti vapaa. Toimittajan valinnan poiketessa tarjousvertailun tuloksesta hankinta-asiakirjoihin on liitettävä kirjalliset perustelut. Fortumin edustajilta tai näiden perheenjäseniltä on kielletty vastaanottamasta suosionosoituksia yhdeltäkään Fortumin nykyiseltä tai mahdolliselta uudelta toimittajalta. Suosionosoituksiin kuuluvat esimerkiksi raha, arvokkaat lahjat tai ilmaismatkat. Sen sijaan joululahjojen tapaisia liikelahjoja voidaan ottaa vastaan. Niiden arvo ei kuitenkaan saa ylittää verottajan ilmoittamaa verottoman lahjan arvoa. (Fortum 2010a.)

Fortumin työntekijöiden tavatessa nykyisiä tai mahdollisia uusia toimittajia on näiden tarjoaman normaalin lounaan tai päivällisen nauttiminen hyväksyttävää. Kaikkea kohtuuttomuutta, kuten nykyisen tai mahdollisen tulevan toimittajan kutsua Fortumin työntekijälle johonkin työpaikan ulkopuolella järjestettävään seminaariin tai tapahtumaan on vältettävä. Kyseisen henkilön on ensin tehtävä kriittinen arviointi siitä, edistääkö tapahtuma todella Fortumin liiketoimintaa. Osallistuminen vaatii aina myös esimiehen hyväksynnän. (Fortum 2010a.)

8.4 Vattenfall

Hankinnoissa Vattenfall noudattaa YK:n Global Compact -periaatteita, johon kuuluvat ihmisoikeudet, työnormit, ympäristö sekä korruption vastustaminen. Tarvittaessa tämä varmistetaan auditoinneilla. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 41). Vattenfall-konsernin ostotoiminto on kehittänyt ratkaisun, jossa kaikkien toimittajien on käytävä läpi hyväksymismenettely. Tällä varmistetaan, että kaikki toimittajat hyväksyvät menettelyohjeet ja noudattavat vähimmäisstandardeja. Yhtiö tekee paikan päällä tarkistuksia, jotka koskevat polttoainetoimittajien menettelyohjeiden ja YK:n Global Compact -periaatteiden noudattamista. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 61.) Vattenfall ostaa aina kilpailukykyisimmältä ja asetetut vaatimukset täyttävältä toimittajalta. Yhtiön hankintatoiminto tukee materiaalihankintojen maailmanlaajuistuvaa kehitystä. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 76.)

Nykyisin ydinpolttoainetta käytetään entistä tehokkaammin. Tämä johtuu polttoaineen valmistuksessa tapahtuneista parannuksista ja siitä, miten polttoaineita käytetään tuo-

tannossa. Sen seurauksena louhinta ja ydinjätteiden määrä on vähentynyt suhteessa samaan määrään tuotettuun energiaan. Vattenfall kasvattaa polttoainetehokkuuttaan kahdella tavalla. Toimittajia rohkaistaan kehittämään edelleen polttoaineita. Samalla yhtiön on tarkoitus optimoida polttoaineen kulutus tuotannossa. Toimittajiensa kanssa tehtävässä yhteistyössä Vattenfall muotoilee vaatimukset ja selittää, kuinka polttoainetta on tarkoitus käyttää reaktoreissa. Toimittajat voivat täten kehittää vaatimukset täyttävän ja tehokkuutta lisäävän tuotteen. Yhtiön ja sen ydinpolttoaineiden toimittajien yhteistyö on johtanut edistyneempään polttoainetekniikkaan ja -suunnitteluun, parempiin materiaaleihin ja mahdollisuuteen käyttää rikastetumpaa polttoainetta. Vattenfall edellyttää myös kaikilta toimittajiltaan ympäristöön ja yhteiskuntaan liittyvien standardien käyttöä. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 29.)

Vattenfallin toimintaa ohjaa yhteiskunnan asettamat puitteet. Yhtiö investoi talouden, ympäristön ja yhteiskunnan kestävästä kehitystä tukeviin energianlähteisiin. Pitkän aikavälin päätökset mahdollistavat kestävästä kehityksestä. Kaikkien energiatuotannon vaihtoehtojen suhteellisten etujen arviointiin vaikuttaa niiden yksilölliset ominaisuudet ja niiden toimivuus yhdessä energijärjestelmien osina. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 4.) Vattenfall investoi jatkuvasti voimalaitostensa ympäristövaikutusten pienentämiseen. Yhtiö on käytännössä poistanut hiukkaset ja nykytekniikka on huomattavasti vähentänyt SO₂- ja NO_x-päästöjä. Vattenfall aikoo hiilidioksidin talteenotto- ja varastointi- eli CCS-tekniikan (Carbon Capture and Storage) kehittämällä tehdä saman CO₂-päästöille. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 21.)

8.5 UPM

UPM on paperin, tarralaminaattien ja puutuotteiden valmistuksessa tarvittavien raaka-aineiden ohella merkittävä sellun, kuidun, kemikaalien, täyteaineiden ja pigmenttien käyttäjä. Yhtiö on sitoutunut vastuulliseen hankintaan ja edellyttää sitä myös toimittajiltaan. UPM:llä on kaikkia toimittajia koskevat määrätyt valinta- ja seurantaprosessit. Kun toimittajia valitaan, yhtiö noudattaa tasapuolisuutta ja puolueettomuutta. UPM:n toimintaohje ohjaa myös toimittajien toimintaa. Pitkäaikaisen yhteistyön lisäksi yhtiön tavoitteena on avaintoimittajiensa kanssa mahdollisimman avoin toiminta. (UPM 2010.)

UPM tarkistaa toimittajan valinnassa strategisen sopivuuden, palveluvalikoiman ja tuotteiden laadun ohella ympäristö- ja yhteiskuntavastuuseen liittyvät asiat. Kun toi-

mittajat toimivat UPM:n toimipaikoissa, on niiden tunnettava yhtiön työterveys- ja turvallisuusvaatimukset ja noudatettavat ohjeet. UPM kannustaa toimittajiaan hallintajärjestelmien, kuten ISO 9001-, ISO 14001- ja OHSAS 18001 -standardien käyttöön. Se rohkaisee myös ympäristökuormituksen, työtapaturmien ja terveysturvien vähentämiseksi käyttämään parasta käytettävissä olevaa tekniikkaa ja käytäntöjä. (UPM 2010.) UPM vaatii kaikkien sopimuskumppaniensa raportoivan ympäristö- ja yhteiskuntavastuutoiminnastaan sekä sallivan yhtiön teettämät ulkopuoliset auditoinnit. Ennen yhteistyösopimuksen allekirjoitusta uuden toimittajan kanssa arvioidaan kaikki ympäristö- ja työsuojeluriskit. Jos puutteita havaitaan, on ne korjattava. (UPM 2010.)

UPM:n toimintaohje määrittelee yleiset linjaukset, joita jokaisen yhtiön palveluksessa olevan on noudatettava. UPM on myös sitoutunut YK:n Global Compact -aloitteeseen. Yhtiö on kehittänyt toimittajille vaatimukset, joiden lähtökohtana on UPM:n toimittajien ja alihankkijoiden velvollisuus noudattaa toimintaohjeessa määriteltyjä periaatteita. Yhtiö arvioi myös alihankkijoidensa toimintaa säännöllisesti. (Vuosikertomus 2009, 52.) Melkein jokaisella UPM:n tuotantolaitoksella, kuten myös puunhankinnassa ja metsänhoidossa on käytössä ympäristö- ja laatuohjelmat, jotka ovat sertifioitu ISO 9001- ja ISO 14001 -standardien mukaisesti (Vuosikertomus 2009, 63).

8.6 KONE

KONE on luonut optimoidun jakelija- ja toimittajaverkoston tukeman globaalin toimitusorganisaation, jotta se pystyy tehokkaasti vastaamaan asiakkaidensa tarpeisiin. Toimitusketjun on toimitettava tuotteet rakennustyömaille mahdollisimman tehokkaasti. Sen on myös täytettävä ajalliset ja laadulliset vaatimukset sekä minimoida toimitusketjun toiminnan aiheuttama hiilijalanjälki. Laitteiden valmistus käynnistyy, kun raaka-aineet ja osat toimitetaan yhdeksässä maassa sijaitseviin KONEen suunnittelu- ja tuotantoyksiköihin. (Yritysvastuuraportti 2008, 16.)

KONE ostaa 80 % uuslaitetuotantoon käyttämistään raaka-aineista ja osista tuotantolaitosten lähellä olevilta noin 100 toimittajalta. Raaka-ainetoimittajien ohella verkostoon kuuluvat sopimus- ja laitevalmistajat. Verkoston päämääränä on varmistaa maailmassa tapahtuvat oikea-aikaiset, laadukkaat ja kilpailukykyiset toimitukset. (Yritysvastuuraportti 2008, 16-17.) Omien tekniikoiden avulla KONE kokoaa itse hissien avainkomponentit. Sen sijaan ulkopuoliset toimittajat toimittavat muut komponentit ja ne lähetetään joko tuotantoyksiköihin tai suoraan jakelukeskuksiin. Kun

osa toimittajista kokoaa eri hissikomponenteista moduulit ja toimittaa ne KONEen jakelukeskuksiin, vähenee pakkausmateriaalin tarve ja logistiikka yksinkertaistuu. (Yritysvastuuraportti 2008, 17.)

KONEen tehdessä yhteistyötä lukuisten kumppaneiden, toimittajien ja alihankkijoiden kanssa edellyttää yhtiö myös heidän sitoutuvan ympäristöystävällisyyteen ja eettiseen toimintaan. KONEen vuonna 2008 toimittajilleen laatimat eettiset periaatteet vaativat kaikkien toimittajien sitoutuvan eettisesti hyväksyttävään toimintaan, noudattamaan kaikkia kansallisia määräyksiä ja kansainvälisiä sopimuksia sekä kunnioittamaan kansainvälisten standardien mukaisia ihmisoikeuksia. KONE odottaa myös toimittajiensa ottavan käyttöönsä yhtiön periaatteet, joiden mukaan kunnioitetaan luonnonvaroja ja ympäristöä. Toimittajien liiketoimintaa odotetaan harjoitettavan siten, että ympäristölle ei aiheudu haittavaikutuksia tai ainakin vaikutukset minimoidaan. Toimittajien on myös jatkuvasti parannettava tuotteitaan ja palvelujaan ottamalla huomioon ympäristönäkökulmat. (Yritysvastuuraportti 2008, 45.)

Kaikkiin uusiin joulukuussa 2008 tai myöhempisiin tehtäviin toimittajasopimuksiin on tarkoitus liittää KONEen toimittajien eettiset periaatteet. Nykyiset toimittajat KONE vaatii sitoutumaan periaatteisiin vuonna 2009 sopimuksiin tehtävillä muutosliitteillä. Yhtiön päämääränä on lisätä eettiset näkökohdat toimittaja-auditointiensä ohjelmaan. KONEen toimittajien laadusta vastaava johtoryhmä auditoi vuonna 2008 yli 600 toimittajaa eri puolilla maailmaa. Niiden tarkoituksena on tarkastaa toimittajien tuotanto-, laatu- ja ympäristötoiminnan taso. Jotta KONE voisi ylläpitää jatkuvaa vuoropuhelua strategisten toimittajien kanssa, järjestää se vuosittain toimittajapäivän. Siellä toimittajia informoidaan KONEen laadullisista ja toiminnallisista odotuksista ja he voivat antaa yhtiölle palautetta. (Yritysvastuuraportti 2008, 45.)

KONEen ympäristöjärjestelmämallina on ISO 14001 -sertifioitu järjestelmä ja se jatkaa ISO 14001 -sertifiointeja yksiköissä. Yhtiön päämääränä on, että vuoden 2010 loppuun mennessä kaikilla sen tärkeillä yksiköillä on ISO-sertifioitu laatu- ja ympäristöjohtamisjärjestelmä. KONE vaatii toimittajiltaan myös vastaavien ympäristö- ja eettisten standardien noudattamista. (Yritysvastuuraportti 2008, 26.)

8.7 Nokia

Nokian toimintaohjeiden ohjaamaan yhtiön koko liiketoimintaan kuuluu myös yhteistyö tavarantoimittajien kanssa. Nokia kertoo Nokia-tuotemerkillä myytävien tuotteiden ja palvelujen vaativan kansainvälisten säännösten mukaisia hankintakäytäntöjä. Myös ihmisoikeuksia ja työolosuhteita koskevaa lainsäädäntöä on noudatettava koko arvoketjussa. Nokia kehittää jatkuvasti prosessejaan ja hankintaverkostoaan pystyäkseen vastaamaan edellä mainittuihin kasvaviin vaatimuksiin. Tämä on sille merkittävä kilpailuetu. (Nokia 2010, 18-19.)

Nokian tavoitteena on varmistaa, että ympäristöön, etiikkaan, terveyteen ja turvallisuuden liittyvät asiat sisältyvät erillisten prosessien sijaan yhtiön koko hankintaprosessiin, toimittajien valintaan ja toimittajasuhteiden kehittämiseen. Nokia edellyttää kyseistä toimintatapaa myös heidän toimittajaverkostoonsa kuuluvilta yrityksiltä. (Nokia 2010c, 69.) Nokialle avoimuus ja luottamus ovat tärkeitä asioita, kun se tekee yhteistyötä toimittajien kanssa sekä edistää vaatimustenmukaisuutta. Joillakin toimittajilla on kattavat yritysvastuuohjelmat, kun taas osa toimittajista tarvitsee enemmän tukea vastaavissa asioissa. Toimittajien eettinen kehitys edistyy Nokian toimittajavaatimusten, yhtiön järjestämien henkilökohtaisten tapaamisten, arviointien, sopimusten, koulutuksen ja erilaisten toimittajatapahtumien myötä. (Nokia 2010, 78-79.)

Nokian ympäristö- ja eettisiin vaatimuksiin liittyvien asioiden tiedotus kohdistuu ensisijaisesti ensimmäisen tason toimittajille. Heille ilmoitetaan, että raaka-aineita ei pidä hankkia yrityksiltä, jotka laiminlyövät ihmisoikeuksien kunnioituksen tai ympäristön hyvinvoinnin. Nokia vaatii toimittajiensa asettavan omille toimittajillensa samanlaiset vaatimukset siten, että toimitusketjun jokainen osa on vastuussa toimia eettisesti kestäväällä tavalla. (Nokia 2010, 70.)

Nokian hankintaorganisaatio ja toimittajat ovat avainroolissa komponenttien ja osien turvallisuuden takaamisessa yhtiön materiaalihankintaohjeiden mukaisesti. Ohjeet tunnistavat materiaalit, jotka Nokia on kieltänyt, rajoittanut tai jotka se aikoo vaiheittain poistaa käytöstä. Yhtiö vaatii toimittajiltaan luettelon, joka ilmoittaa toimitettujen tuotteiden raaka-ainesisällön ja tarvittaessa loppukäyttösuositukset. (Nokia 2010c, 83.) Vuoden 2008 aikana Nokia jatkoi sosiaalisen ja ympäristövastuun edistämistä toimitusketjussa. Ympäristönsuojelullisesta näkökulmasta katsoen yhtiö lisäsi toimittajien ympäristönsuojelullisen suorituskyvyn läpinäkyvyyttä neljällä avainalueella. Niitä

ovat energian kulutus, hiilidioksidipäästöt, veden kulutus sekä jätteen tuotanto. (Nokia 2010, 87.)

Nokia vaatii toimittajaverkostoonsa kuuluvilta yrityksiltä samanlaista eettistä toimintatapaa kuin itseltäänkin. Tämän varmistamiseksi se on kehittänyt kattavat toimittajavaatimukset, joihin kuuluu yksityiskohtaisia ympäristö- ja yritys vastuuseen liittyviä vaatimuksia. Ne perustuvat kansainvälisiin ISO 14001 -, SA 8000 -, OHSAS 18001 - ja PCMM -standardeihin, Kansainvälisen työjärjestön ILO:n määräyksiin sekä YK:n sopimukseen. (Nokia 2010, 72-73.)

8.8 Tapiola

Tapiola valitsee yhteistyökumppaninsa yrityksistä, joiden arvopohja on yhdenlainen yhtiön arvojen kanssa. Merkittävä osa vuorovaikutuksesta kohdistuu sosiaaliseen vastuuseen, mutta myös ympäristövastuu on alkanut kiinnostaa. Tapiolan ostopolitiikan vaatimuksen mukaan hankitut hyödykkeet ja palvelut on oltava oikeanlaatuisia ja kestävä kehitystä edistäviä. Tapiolan suurin mielenkiinto rakennus- ja kiinteistötoiminnassa yhteistyökumppaneita ja alihankkijoita valittaessa kohdistuu mahdolliseen omaan ympäristöohjelmaan ja nimettyihin ympäristövastaviin. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 12.)

8.9 ABB

ABB:n tavarantoimittajien ja palvelujen toimittajista etusijalla ovat kansainvälisesti hyväksytyt ympäristö-, yhteiskunta- ja työturvallisuusjärjestelmiä soveltavat toimittajat. Vuonna 2007 jatkuivat koulutukset, jotka tähtäävät toimittajien toimintatapojen kestävyteen. Yli 600 auditointia arvioivat toimintatapoja. Ulkoisen auditoinnin myötä 35 prosenttia ABB:n tärkeimmistä toimittajista on saanut ISO14001-standardin. (ABB 2010.)

Kaikkien uusien materiaalien, komponenttien ja palvelujen strategisesti tärkeiden toimittajien arvioinnin perustana olivat mahdolliset ympäristö- ja yhteiskuntavaikutukset. Ennen ABB:n liikekumppaniksi hyväksymistä suoritettiin myös kestävä kehitystä koskeva auditointi. Prosessia eivät ole läpäisseet esimerkiksi eräät kilpailukykyisillä hinnoilla mahdollisia liiketoiminnallisia etuja omaavat potentiaaliset toimittajat. (ABB 2010.) Tavallisesti ABB ei auditoi alihankkijoita, jotka ovat toimitusketjussa kauempana. Sen sijaan yhtiön omia toimittajia kannustetaan tarkastamaan niiden alihankki-

joiden toimintatapojen laatu. Sen avulla on mahdollista varmistaa, että koko toimittajaketjun ympäristö- ja yhteiskuntavastuuta ohjaavat ABB:n periaatteet. (ABB 2010.)

Etusijan saavat toimittajat, jotka käyttävät samaa järjestelmää kuin ABB. Näitä ovat esimerkiksi kansainvälinen laatustandardi ISO 9001, ISO 14 001 -ympäristö-, SA 8000 -yhteiskuntavastuu- ja OHSAS 18001 -työturvallisuusstandardi. ABB:n yhdessä toimittajien kanssa järjestetyissä säännöllisissä yhteistyötapaamisissa on tarkoitus lisätä toimintatapojen ja vaatimusten tietoisuutta. Yhtiö osallistuu myös yhteistyöhankkeisiin, joiden tarkoitus on löytää esimerkiksi kuljetuksiin käyttökelpoisempia ratkaisuja. (ABB 2010.)

8.10 Vantaan Energia

Vantaan Energialla on Suomessa ja Euroopan unionin alueella olevien 2500 toimittajan ohella myös muualla olevia yksittäisiä toimittajia. Kun yhtiö valitsee toimittajiaan, on sen vaatimuksena, että toimittaja täyttää yhteiskuntavastuuseen sisältyvät velvoitteensa ja sen myötä hyvän yrityskansalaisuuden. Tällä Vantaan Energia tarkoittaa taloudellista, sosiaalista sekä ympäristöllistä vastuuta. Jotta toimittaja pääsisi yhtiön toimittajaksi, on sen todistettava, että se on hoitanut myös verot, työntekijöiden eläkemaksut ja vakuutukset sekä ennakkoperintärekisteröitymisen. Vantaan Energia vaatii myös, että yrityksellä on joko ympäristö- tai laatujärjestelmä. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 49.)

Toimittajayhteistyön periaatteena on avoin vuoropuhelu ja osapuolien markkinoilla pysyminen omalla alallaan kehittyen. Vantaan Energian vuoden 2009 hankintatoiminnassa toimittajien arvioinnin kehittäminen on merkittävä osa-alue. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 49.) Yhtiön kaikkea toimintaa ohjaa ISO 14001 -ympäristöjärjestelmä (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 20). Vantaan Energian eräs ensisijaisista strategisista tavoitteista on, että vuonna 2012 sen sähkönhankinnasta 1/3 on hiilidioksidivapaata (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, 9).

8.11 Stockmann

Stockmann kuuluu Keskuskauppakamarin koordinoimaan vastuullisen tuontikaupan verkostoon. Sen jäsenet koostuvat kaupparyityksistä, elintarvikkeiden, jalkineiden ja vaatteiden valmistajista sekä maahantuojista. Verkosto määrittelee, miten tuontikau-

pan eettisten periaatteiden käyttöä edistetään. Siihen, kuten myös kansainvälisen tavaratalojärjestön IADS:n (International Association of Department Stores) vastuulliseen tuontikauppaan liittyviin periaatteisiin Stockmann on sitoutunut. Ne ovat Keskuskauppakamarin vastuullisen tuontikaupan periaatteiden kanssa pääosin samanlaisia. Vuodesta 2005 lähtien Stockmann-konserni on ollut Business Social Compliance Initiative (BSCI) -järjestelmän jäsenenä. BSCI:n tarkoitus on parantaa tavarantoimittajien tuotantolaitosten työoloja sekä selkeyttää ja yhtenäistää riskimaiden tavarantoimittajien valvontaa. Sertifiointilaitokset, jotka ovat valtuutettuja BSCI-auditointeihin, tekevät myös SA 8000 -auditointeja. Tämän myötä yritys voi halutessaan edetä SA 8000 -sertifiointiin. Ulkopuolisen riippumattoman auditoijan suorittamalla auditoinnilla varmistetaan järjestelmän läpinäkyvyys ja luotettavuus. (Yhteiskuntavastuu 2008, 42.)

Yrityksen oman henkilöstön ohella Stockmannin sosiaalinen vastuu yltää välillisesti myös tavarantoimittajien hankintaketjun henkilöstön työolosuhteisiin. Omien tehtaiden tai tuotantolaitosten puuttuessa Stockmann ostaa tuotteet ensisijaisesti Euroopassa ja Aasiassa sijaitsevilta tavarantoimittajiltaan. Eräänä vastuulliseen toimintaan kuuluvana asiana Stockmann vaatii tavarantoimittajiltaan tuotteiden tuotantoprosessissa sosiaalista vastuullisuutta. Stockmannin ollessa maailmanlaajuisesti varsin pieni toimija tekee se tiivistä yhteistyötä muiden kauppayritysten ja -ryhmittymien kanssa tuotteiden koko toimitusketjun vastuullisuuden edistämiseksi. (Yhteiskuntavastuu 2008, 42.) Stockmannin Suomen tavarataloketjulla on ympäristöjärjestelmä, joka on sertifioitu ISO 14001 -standardin ohjeiden mukaisesti (Yhteiskuntavastuu 2008, 38).

8.12 Huhtamäki

Huhtamäki noudattaa kaikessa toiminnassaan kestävän kehityksen periaatteita. Sen tavoitteena on erityisesti lisätä pakkausten vaikutusten tietoisuutta niiden elinkaaren aikana, koska vähittäismyyjät ja markkinat edellyttävät vastuullisempaa tuotetarjontaa. Kun tarkastellaan pakkauksen ”kestävän kehityksen jalanjälkeä”, on aina huomioitava pakkauksen koko elinkaari. Ainoastaan tuotteen koko elinkaaren ja jokaisen kestävään kehitykseen liittyvän näkökohdan tarkastelulla saadaan pakkauksen kestävän kehityksen suoritteesta tasapuolinen käsitys. Jotta pakkauksen ympäristöön kohdistamia ympäristövaikutuksia voidaan arvioida, käyttää Huhtamäki siihen elinkaariarviointeja. (Huhtamäen kestävän kehityksen raportti 2008, 4.)

Pakkausten elinkaari koostuu raaka-aineiden tuotannosta ja hankinnasta, pakkausten valmistuksesta, käytöstä sekä hävittämisestä. Lopullisen raaka-aineen valintaa ohjaavat pakkaukselle asetetut edellytykset, kuten suojaus-, kesto-, ja käyttövaatimukset sekä ulkonäköön liittyvät tekijät. Kartonkipakkausten valmistukseen käytetään ensisijaisesti alkuperäketjun PEFC-sertifikaatin omaavaa tai sertifioidusta metsästä tulevaa ensikuitua. Sertifiointi varmistaa sen, että kuidun alkuperänä ovat lailliset ja hyväksytyt lähteet sekä kestävästi hoidetut metsät. Huhtamäki hyödyntää tuotannossaan myös sekä teollisesti kierrätettyä että kuluttajakierrätettyä kuitua. Kierrätyskuitua saadaan leikkuujätteestä omilta tuotantolaitoksilta sekä paperimateriaalista, joita kuluttajat ovat toimittaneet paperinkeräykseen. Muovipakkausten raaka-aineina Huhtamäki käyttää erilaisten polymeerien ohella myös kierrätettyä muovia sekä teollisessa kompostoinnissa täydellisesti kompostoituvia tärkkelyspohjaisia biopolymeerejä. (Huhtamäen kestävä kehityksen raportti 2008, 6.)

Huhtamäen ympäristöasioiden johtamisen, ympäristön ja uusien tuotteiden kehitysten lähtökohta pohjautuu yhteisiin arvoihin, konsernin ympäristöpolitiikkaan sekä Kansainvälisen kauppakamarin julkaisemaan kestävä kehityksen peruskirjaan. Ulkoisesti auditoitua ympäristöjohtamisjärjestelmää, kuten ISO 14001 - tai EMAS-järjestelmää (Eco-Management Audit Scheme) tai sisäisesti valvottua ohjelmaa, kuten yhdysvaltalaisista Environmental Care Programia noudatti vuonna 2008 yhteensä 48 prosenttia yksiköistä. Lisäksi vuonna 2008 Huhtamäki sitoutui ulkoisesti auditoitujen ympäristöjohtamisjärjestelmien (EMS) käyttöön ottoon Aasian merkittävimmissä tarjoilupakkausvalmistavissa yksiköissä. (Huhtamäen kestävä kehityksen raportti 2008, 16.)

8.13 Elcoteq

Elcoteq ja sen asiakkaat vaativat jokaiselta toimitusketjuun kuuluvalta kumppaniltaan yritys vastuuasioita koskevien lakien, kansainvälisten standardien sekä sopimusten mukaista toimintaa. Vuoden 2008 tärkeimpiä hankkeita Elcoteqin toiminnassa oli toimitusketjun hallinnan edistäminen. (Elcoteqin vuosikertomus ja yritys vastuuraportti 2008, 26.)

Siihen päästäkseen Elcoteq määrittelee toimittajiaan koskevat vaatimukset. Yhtiön on saatava ne myös sitoutumaan vaatimuksiin ja toimintaperiaatteisiin sekä varmistettava, että toimittajilla on kyky täyttää nämä vaatimukset. Elcoteq on sisällyttänyt yritys vastuuasiat osana toimittajien hallinnan prosesseja, vaatimuksia ja auditointeja. Siten

se pystyy varmistamaan toimitusketjunsä kyvykkyyden. Yhtiö on kehittänyt myös erillisen toimintamallin tunnistettujen riskitoimittajien yksityiskohtaisille yritysvaluuauuditoinneille. (Elqotecin vuosikertomus ja yritysvaluuauuditointti 2008, 33.)

Toimittajien yritysvaluuauuditoinnit keskittyvät ympäristö-, työterveys ja -turvallisuus ja sosiaalisen vastuun asioihin. Elqotecin toimittaja-auditointien perustana on vuoden 2008 lopulla julkaistu Elqotecin toimittajien eettinen toimintaohjeistus. Osana toimittajien eettiseen toimintaohjeistukseen kuuluu myös yhtiön julkaisema yksityiskohtaiset toimittajien yritysvaluuauuditointti, joissa Elqotecin vaatimukset määritellään tarkemmin. Yhtiö vaatii toimittajiltaan ISO 14001 -standardin mukaista ympäristöjärjestelmää, sekä SA 8000 - ja OHSAS 18001 -standardien periaatteiden noudattamista. Toimittajien on myös täytettävä Elqotecin kiellettyjen aineiden listan asettamat vaatimukset, jotka koskevat rajoitettuja ja kokonaan kiellettyjä aineita. Vuoden 2008 aikana julkaistun uuden sivuston avulla toimittajat löytävät Elqotecin vaatimusten uusimmat versiot vaivattomasti. (Elqotecin vuosikertomus ja yritysvaluuauuditointti 2008, 33.)

8.14 Stora Enso

Stora Enso hankkii suurimman osan puuraaka-aineestaan yksityisiltä metsänomistajilta, valtion omistamista metsistä sekä Suomessa, Ruotsissa, Baltian maissa, Keski-Euroopassa ja Venäjällä olevilta yhtiöiltä. Noin seitsemän prosenttia Stora Enson puusta hankitaan kolmelta plantaasilta eteläiseltä pallonpuoliskolta, johon sisältyy sen yhteisyrityksen Veracelin tuottama sellu. Vaikka vain seitsemän prosenttia Stora Enson käyttämästä puusta tulee kolmelta plantaasilta, on näillä kolmella raaka-ainehankintalähteellä kasvava ja merkittävä rooli yhtiölle. Stora Enson maailmanlaajuinen puunhankinta ja maan liikkeenjohdolliset periaatteet, vakaat jäljitystaitojärjestelmät ja toimielias metsän sertifioinnin edistäminen ovat merkittäviä välineitä takamaan sen, että puuta hyväksymättömistä lähteistä ei tunkeudu yhtiön toimitusketjuun. (Stora Enso 2010b. Wood and Fibre Sourcing 2009, 12.) Stora Enson ostama sellu kohtaa samat ympäristöä säästävät vaatimukset kuin ostettu puu. Jokaisella Stora Enson sellun toimittajalla oli vuonna 2009 ympäristöjohtamisjärjestelmä käytössään (Stora Enso 2010b. Wood and Fibre Sourcing 2009, 17.)

Huhtikuusta 2005 alkaen Stora Enson käytössä olleiden kestävän puun- ja kuidunhankinnan sekä maankäytön periaatteiden mukaan yhtiötä ohjaa kunkin maan puunhankintaa koskeva politiikka, lait ja muut säädökset. Stora Enso tukee kestävää metsän-

hoitoa ja kehittää metsäsertifiointia kaikilla puun- ja kuidunhankinta-alueillaan. Varmistukseksi siitä, että kaikki puu ja kuitu on lähtöisin laillisista lähteistä, käyttää Stora Enso siihen puun alkuperän jäljitettävyyssjärjestelmiä. Yhtiön tarkoitus on hankkia järjestelmille kolmannen osapuolen todentaminen ISO-sertifioinnin, EMAS-rekisteröinnin tai puun alkuperäketjun sertifioinnin (Chain-of-Custody) mukaisesti. (Stora Enso 2010a. Kestävän puun- ja kuidunhankinnan sekä maankäytön periaatteet.) PEFC (the Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes) ja FSC (the Forest Stewardship Council) ovat metsäsertifiointijärjestelmät, joihin Stora Enso kuuluu (Stora Enso 2010b. Wood and Fibre Sourcing 2009, 12).

Stora Enso pidättäytyy kaikista kiistanalaisista kaupallisista geenimuuntelun sovelluksista, jotka koskevat puita ja muita organismeja. Yhtiön periaatteiden mukaan se tunnustaa alkuperäisväestön taloudelliset ja kulttuuriset tarpeet ja kehittää alkuperäisväestön perinteisiä metsänkäyttömuotoja kunnioittavaa puun- ja kuidunhankintaa sekä metsien hoitoa ja käyttöä. Se ei osta puuta ja kuitua suojelukäytössä olevilta tai siihen suunnitelluilta alueilta, vanhoista metsistä ja metsistä, joiden suojelutarve on osoitettu kansallisissa sidosryhmäprosesseissa. Puunhankinta on oltava selvästi kansallisen luonnonsuojelulain mukaista, mikäli puuta hankitaan tällaisilta alueilta. Puuta eettisesti ostamalla sekä alihankkijoille ja metsänomistajille koulutusta ja pitkäaikaisia yhteistyösopimuksia tarjoamalla edistetään puu- ja kuitulähteiden kestävyyttä. (Stora Enso 2010a. Kestävän puun- ja kuidunhankinnan sekä maankäytön periaatteet.) Säännöllisten sisäisten ja ulkoisten auditointien avulla varmistetaan, että kaikki tapahtuu Stora Enson vaatimusten mukaisesti (Stora Enso 2010b. Wood and Fibre Sourcing 2009, 13).

8.15 Raisio

Luonnonvarojen säästämiseksi YK:n elintarvike- ja maatalousjärjestö FAO korostaa kasvipainoisen ruoan merkitystä. Terveellisyyden ja edullisuuden lisäksi kasvipohjainen ravinto ei tavallisesti vaadi kylmäsäilytystä. Tämän myötä sillä on matalat hiilidioksidipäästöt ja energiantarve koko jalostusketjussa. Tuottajien, jalostajien, kaupan ja kuluttajien kannalta ruokaketjun on oltava energiatehokas ja ekologinen. Olennaista on vähentää kuljetusten ja kylmäketjun tarvetta koko ruokaketjussa sekä elintarvikkeiden pakkaamista. Kuluttajille ovat avuksi elintarvikkeiden hiilidioksidimerkinnot.

Raisio on toimeliaasti kehittämässä koko ketjua panostamalla erityisesti helposti varastoitaviin ja säilyviin kasvipohjaisiin tuotteisiin. (Raision vuosikertomus 2008, 31.)

Raaka-aineina Raisio käyttää uusiutuvia pellontuotteita hyödyntäen ne lähes täysimääräisesti. Huomattavimmat ympäristövaikutukset, jotka koskevat tärkeimpien raaka-aineiden, viljojen ja öljykasvien hankintaa, liittyvät alkutuotannon viljelypanosten käyttöön sekä kuljetuksiin. Huomio kiinnitetään erityisesti raaka-aine- ja palvelutoimittajien arviointiin ja tuotteiden jäljitettävyyteen. Raision viljelyneuvontapalvelun päämääränä on parantaa satotasoja, sen laatua sekä ympäristöystävällistä viljelytapaa. (Raision vuosikertomus 2008, 36.)

Toimittajia valittaessa otetaan mahdollisuuksien mukaan huomioon toimittajan sijainti. Kuljetusjärjestelyt tähtäävät ympäristökustannusten minimointiin hyödyntämällä meno-paluukuljetuksia silloin kun se on mahdollista. Jotta toimitusten laatu voidaan turvata, ovat tuoteturvallisuustekijät ja kuljetusten hygieenisuus kuitenkin aina etusijalla. (Raision vuosikertomus 2008, 38.) Raision toiminnasta pääosan kattavat ISO 9001 - ja ISO 14001 -sertifioinnit. Tuoteturvallisuuden jatkuvaan kehittämiseen ja asiakastyytyväisyyden parantamiseen Raisio hyödyntää elintarviketuotantolaitoksissa myös elintarviketurvallisuusstandardeja. (Raision vuosikertomus 2008, 34.)

Elintarviketeollisuuden tehtävä on terveellisen ja ekologisen ravinnon kehittäminen ilman, että kuluttajan pitää tehdä makuun liittyviä kompromisseja. Yhteiskunnan on lainsäädännöllä ohjattava teollisuuden tuotantoa ja kulutusta kestävämmäksi. Raisio rohkaisee elintarviketeollisuutta kohti rohkeaa uusiutumista, jonka avulla on mahdollista säilyttää toimialan työpaikat Suomessa. (Raision vuosikertomus 2008, 31.)

8.16 Hartwall

Hartwallin valmistamat tuotteet aiheuttavat pääosin vähäistä ekologista jalanjälkeä. Kuten kaikkien juoma-alaryitysten, myös Hartwallin tuotteiden kuljetus aiheuttaa huomattavimmat ympäristövaikutukset. Vesistöjen hyvinvointi on Hartwallille erityisen merkittävä asia, koska sen tuotteiden tärkein raaka-aine on puhdas ja raikas vesi. Tämän myötä yrityksen itselleen asettamat ympäristöarvojen huomioimiselle sekä jätevesien käsittelylle kohdistetut korkeat vaatimukset ovat itsestään selviä asioita. (Vastuullinen Hartwall 2008, 26.)

Raaka-aineet, joita Hartwall käyttää tuotteissaan, ovat pääasiassa vesi, mallas, sokeri, siirapit, tärkkelys, humala sekä aromiaineet. On esitetty arvioita, joiden mukaan Hartwall on maailman suurin lähdevettä tuotteisiinsa käyttävä panimo. (Vastuullinen Hartwall 2008, 30.) Lisäaineita yhtiö käyttää mahdollisimman vähän. Säilöntäaineiden käyttö esimerkiksi takaa tuotteiden mikrobiologisen turvallisuuden. Hartwall ostaa käyttämänsä lisäaineet aina hyväksytyiltä toimittajilta, joiden toimintaa ohjaa voimassaoleva lainsäädäntö. Jokaisella lisäaineella on oltava myös puhtaustodistus. (Vastuullinen Hartwall 2008, 35.)

Hartwallin tuotantoon sisältyvät useat, kriittiset valvontapisteet. Valvottaviin kohteisiin kuuluvat esimerkiksi raaka-aineiden, tuotteiden ja pakkausten turvallisuus. Sisäisen valvonnan ohella Hartwallin toimintaa auditoivat kahdesti vuodessa ulkopuoliset toimijat SFS-EN ISO 14001 - ja SFS-EN ISO 9001:2000 -standardien mukaisesti. Raaka-aineiden toimittajista alkavaa ja kuluttajalle päättyvää valmiin tuotteen valmistusprosessia yhtiö hoitaa huolehtimalla tuotteiden turvallisuudesta prosessin jokaisessa vaiheessa. Niihin on omat, laatua ja turvallisuutta seuraavat mittarit. Hartwall valvoo itse, jatkuvien, laajamittaisten analyysien avulla muita tärkeimpiä raaka-aineitaan, kuten sokerin mikrobiologista tilaa. (Vastuullinen Hartwall 2008, 35.)

8.17 Paulig

Pauligin kahvinhankintaa ohjaavat eettiset ostotoiminnan periaatteet. Niitä ovat myös sen kauppakumppanit sitoutuneet noudattamaan. Ohjeiden perustana ovat Euroopan kahvialan kattojärjestön, European Coffee Federationin ohjeet kahvialan osapuolille sekä Maailman työjärjestön ILO:n ja YK:n ohjeet. Ostotoiminta kertoo myös kahvin lähtömaan tuotantotavoista. Pauligin päämääränä ovat mahdollisimman vähän ympäristöä kuormittavat toimintatavat sekä turvallisuuteen ja vastuullisuuteen perustuvat työolot. Yhtiö kieltää myös lapsityövoiman käytön. (Yritysvastuuraportti 2008, 8.)

Maita, joista Paulig ostaa kahvia ovat esimerkiksi Brasilia, Kolumbia, Nicaragua, Guatemala, Kenia ja Etiopia. Sillä on kolmesta kuuteen yhteistyökumppania näissä jokaisessa maassa. Niiltä Paulig on ostanut kahvia useiden kymmenien vuosien ajan. Suurin osa kahvista hankitaan suoraan alkuperämaiden vientiyrityksiltä ja hieman myös eurooppalaisilta kauppahuoneilta. Yhtiö osti vuonna 2008 noin 55 miljoonaa kiloa raakakahvia, joka on noin 0,6 prosenttia maailman raakakahvin vuosittaisesta tuotannosta. Paulig huomioi kahvin ostajana vastuunsa alkuperämaista kahvin kuluttajiin

ulottuvassa kokonaisessa kahviketjussa. Suoraan ja säännöllisesti pidettävällä yhteydellä tuottajamaihin varmistetaan pitkän tähtäimen kahvin laatu, riittävyys sekä sopiva ostohinta. (Yritysvastuuraportti 2008, 8.)

Kestävän kehityksen tukemiseksi ja kahvin alkuperän varmistamiseksi on eräänä keinona käyttää vastuullisuussertifioituja kahveja. Maailman kahvintuotannosta niiden osuus on noin 1,5 prosenttia. Suurin haaste muodostuu haluttujen, laadukkaiden kahvien riittävydestä. Niissä tuotteissa, jotka on vastuullisuussertifioitu, Paulig käyttää UTZ-sertifioituja raakakahveja. UTZ certified on kahvin maailmanlaajuinen sertifiointiohjelma, jota valvotaan riippumattomasti ja puolueettomasti. Siten voidaan varmistaa ja todentaa kahvin vastuullinen tuotanto. (Yritysvastuuraportti 2008, 12.)

Yhdysvalloissa ja useissa Euroopan maissa jo käytössä olevan ja ripeästi kasvavan UTZ certifiedin avulla kuluttajat saavat mahdollisuuden varmistua kahvin alkuperästä, koska vastuullisuussertifioitu kahvi on mahdollista jäljittää yksittäiselle kahvitilalle asti. Pauligin kahviostoista vastuullisuussertifioidun kahvin osuus on noin 2,8 prosenttia. Pientilojen lisäksi yritys hankkii myös suurilla kahvitiloilla ja kaikilla tuotantoalueilla viljeltyjä sertifioituja raakakahveja. (Yritysvastuuraportti 2008, 12.)

8.18 Vaasan & Vaasan Oy

Vaasan & Vaasan Oy:n raaka-ainepolitiikka määrittää ne olennaiset periaatteet, jotka ohjaavat yhtiön raaka-aine- ja raaka-ainetoimittajavalintoja. Sitä noudattamalla yritys varmistaa käyttämiensä raaka-aineiden tunnistamisen sekä alkuperän tavalla, jolla se pystyy varmistamaan tuotteidensa turvallisuuden ja lainmukaisuuden. Raaka-ainehankinnoissa etusijan saavat kotimaiset viljaraaka-aineet. Vaasan & Vaasan Oy suhtautuu kielteisesti myös nykyisin runsaasti keskustelua aiheuttaviin kysymyksiin, jotka koskevat esimerkiksi atsovärejä, muuntogeenisiä elintarvikkeita sekä transrasvahappoja. (Yritysvastuuraportti 2008, 8.)

Eettiset periaatteet tukevat Vaasan & Vaasan Oy:n kestävästä kehitystä. Ne näyttävät myös yhteisen suunnan yhtiön ja sen sidosryhmien toimintaan sekä tulevaisuuden päätöksentekoon. Tämän myötä eettisistä periaatteista syntyvä yhtenäisyys liittyy kaikkien liiketoimintaan ja työtehtäviin. (Yritysvastuuraportti 2008, 8.)

Laatu-, turvallisuus- ja ympäristöperiaatteidensa yhdeksi pääteemaksi Vaasan & Vaasan Oy on nostanut tuoteturvallisuuden. Se huomioidaan jo tuotekehityksessä, jossa tunnistetaan mahdolliset raaka-aineisiin tai tuotteisiin liittyvät riskit. Kotkan ja Joutseon tehtailla sillä on ISO 9001 -laatusertifikaatti sekä tuoteturvallisuuteen ja hygieniaan keskittyvät BRC-sertifikaatit. Valmistuksen eri vaiheissa tapahtuvan tuotelaadun ja -turvallisuuden seurannalla ja valvonnalla voidaan puuttua epäkohtiin välittömästi. (Yritysvastuuraportti 2008, 12.)

Vaasan & Vaasan Oy:n hankintojen tavoitteena ovat pitkäaikaiset toimittajasuhteet sekä hankinnan kehittäminen yhdessä toimittajien kanssa. Yritys kohdistaa hankintansa nimikeryhmittäin tärkeimmille toimittajille. Kun Vaasan & Vaasan Oy arvioi toimittajiaan, tärkeimmät kriteerit ovat paikallisuus sekä laatu ja kustannukset. Laadun perustana ovat ennalta määrätyt, tasalaatuiset täytettävät kriteerit sekä valmistus-, tilaus- ja toimitusprosessien toimivuus. Toimittajasuhteet perustuvat täsmällisiin, toimintatavoista sovittuihin, osapuolten vastuualueet ja tuotteet yksityiskohtaisesti kuvattuihin toimittajasopimuksiin. Auditoinella sekä Vaasan & Vaasan Oy:n palautejärjestelmän toimittajareklamaatioilla tarkkaillaan uusien ja nykyisten toimittajien toimintaa. (Yritysvastuuraportti 2008, 12.)

8.19 Fazer

Fazerin vastuullisen hankinnan eettiset periaatteet ohjaavat käytännön työtä kaikilla liiketoiminta-alueilla ja toimintamaissa. Niissä Fazer-konsernin toimintaa ohjaa myös voimassa oleva lainsäädäntö. Yhtiö toimii vastuullisesti ja vaatii sitä myös yhteistyökumppaneiltaan. Sen yritys vastuutyöhön kuuluu käyttämiensä materiaalien ja raaka-aineiden laadun, alkuperän ja hankintaketjun vastuun valvominen. Fazerin hankintaorganisaatio, joka vastaa keskitetysti konsernin hankinnasta, tekee raaka-aine- ja palveluntoimittajien kanssa erilliset hankintasopimukset, joissa määritellään laatuvaatimukset ostettaville raaka-aineille, tuotteille ja palveluille. (Vuosikertomus 2009, 22.)

Fazer kerää järjestelmällisesti tietoa toimittajista ennen valintaa ja hyväksymistä. Prosessiin kuuluu potentiaalisen toimittajan auditointi, jossa tarkastetaan toimittajan tuotanto-, laatu- sekä ympäristötoiminnan taso. (Vuosikertomus 2009, 22.) Yhtiö lähetti vuoden 2009 aikana jokaiselle suurimmalle toimittajalleen normaalien kyselyiden ohella erillisen, yritys vastuuta koskevan kyselyn. Puutteelliset vastaukset käytiin toimittajan kanssa tarkemmin läpi ja yhdessä päätettiin mahdollisista jatkotoimenpiteistä.

Yritysvastuuta koskevat kysymykset ovat jatkossa osa Fazerin toimittajan normaalia hyväksymisprosessia. Toimittajilta kerätyt vastaukset kattavat vuoden 2009 loppuun mennessä 45,3 prosenttia ostojen kokonaismäärästä. Fazerin käyttämän palmuöljyn, kalatuotteiden ja kaakaon vastuulliseen hankintaan konserni kiinnittää erityistä huomiota. (Vuosikertomus 2009, 23.)

Fazerin päämääränä on saada kaikki Suomen leipomotoiminnot sertifioitua vuoden 2010 aikana ISO 14001 -standardin mukaisesti. Kyseinen sertifioitu ympäristöjärjestelmä oli vuoden 2010 alussa Suomen toiminnot kattavalla Fazer Food Services -liiketoiminta-alueella, kaikki toimipaikat kattavalla Fazer Makeisilla, sekä Fazer Leipomoiden Lidköpingin-leipomolla Ruotsissa ja Smolenskajan-, Murinskin- ja Zvjozdnyin-leipomoilla Venäjällä. (Vuosikertomus 2009, 22.)

8.20 Ahlstöm

Kestävässä kehityksessä Ahlstöm pääsi vuoden 2009 aikana tavoitteeseensa saada puukuitu sertifioituilta toimittajilta (Vuosikertomus 2009, 10). Yhtiön kestävän kehityksen arvoketjuun kuuluvassa kuitujen ja muiden raaka-aineiden vastuullisessa toimitusketjussa huomioidaan taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuu. Luonnonkuidut ovat Ahlströmin raaka-aineista ylivoimaisesti tärkein. Vuonna 2009 kaikki yhtiön selluntoimittajat ovat alkuperäketjun osalta sertifioitu laajimmin käytössä olevien PEFC:n tai FSC:n kestävän metsänhoidon sertifiointijärjestelmien mukaisesti. (Vuosikertomus 2009, 12.) Ahlström kehitti vuoden aikana yhdessä ulkopuolisen konsultin kanssa oman hiilijalanjäljen laskemismenetelmän kaikille tuotteilleen. Sen avulla voidaan kehittää hiilijalanjäljeltään alhaisempia tuotteita. Ympäristövastuun toteutumisen eräänä avainmittarina yhtiöllä on ISO 14001 -standardin mukainen ympäristönjohtamisjärjestelmä. (Vuosikertomus 2009, 14-15.)

Alkuperäketjusertifiointeja Ahlström jatkoi tehtaiden ohella myös pääkonttorissa. Kaikkiaan 12 tehtaalla oli vuoden 2010 alussa alkuperäketjusertifikaatti. Yhtiö jatkaa sertifiointeja kuitukankaissa, joissa luonnonkuitujen osuus on yhä merkittävämpi. Muun toimitusketjun vastuullisuuden arviointiin Ahlström kehitti vuoden aikana uutta lähestymistapaa. Lähtökohtana on se, että ainakin strategiset toimittajat toimivat vastuullisesti. (Vuosikertomus 2009, 12.) Kestävän kehityksen mukaisesti hoidetuista metsistä hankittujen erikoispaperien kuiduista valmistetaan paperia tehtailla, joiden päästöt on minimoitu. Ne ovat myös kierrätettäviä ja luonnossa hajoavia. Kuitukan-

kaiden elinkaariarvioinneissa Ahlström osallistuu eurooppalaiseen yhteistyöhön kuitukankaita valmistavan teollisuuden kanssa. (Vuosikertomus 2009, 14.)

9 YHTEENVETO

Eettiset periaatteet ovat kaupanalan yrityksille yhdistävä tekijä vastuulliseen hankintaan liittyvissä asioissa. Erityisesti huomioidaan riskimaiden tavarantoimittajat ja se, miten sosiaalinen vastuu niiden tuotantolaitoksissa toteutuu. Kesko, Inex Partners Oy ja Stockmann edellyttävät tavarantoimittajiaan noudattamaan BSCI:n vaatimuksia. Keskolle on tärkeää, että tavarantoimittaja noudattaa vähintään kansallista työsuojelulainsäädäntöä. Inex Partners Oy puolestaan vaatii toimittajiltaan EU:n tai kansallisen ympäristölainsäädännön täyttöä ja ympäristöasioiden jatkuvaa parannusta. Stockmann pääsee edistämään tuontikaupan eettisiä periaatteita, koska se kuuluu Keskuskauppakamarin koordinoimaan vastuullisen tuontikaupan verkostoon.

Kesko on mielestäni kilpakumppaneitaan paremmin paneutunut vastuulliseen hankintaan. Perustamallaan ohjausryhmällään, monitorointitoiminnallaan sekä ostajien koulutuksellaan konserni pystyy entistä tehokkaammin valvomaan toimitusketjuaan. Sen sijaan Inex Partners Oyn ja Stockmannin vastuullinen hankinta perustuu yhteistyöhön eri kauppayritysten ja -ryhmittymien sekä alan muiden toimijoiden kanssa. Yhteistä toimialan yrityksille on se, että jokainen valvoo tavarantoimittajiaan säännöllisillä auditoinneilla.

Energiayhtiöiden vastuullisen hankinnan päähuomio kohdistuu yritysten toimittajilleen asettamiin vaatimuksiin. Fortumin ja Vattenfallin hankintojen lähtökohtana ovat YK:n Global Compact-aloitteen kymmenen periaatetta, jotka Vattenfall tarvittaessa myös auditoi. Fortumin toimittajilleen asettaman ja YK:n Global Compact-periaatteisiin pohjautuvan toimintaohjeen ohella myös Vattenfall on laatinut toimittajilleen menettelyohjeet. Vantaan Energian ensisijainen vaatimus toimittajilleen on yhteiskuntavastuun sekä yrityskansalaisuuden täyttö. Sen lisäksi, että Vantaan Energian toimittajilla on oltava ympäristö- tai laatujärjestelmä, on niiden hoidettava myös verot, työntekijöiden eläkemaksut ja vakuutukset sekä ennakoperintärekisteröityminen.

Fortum ja Vattenfall kertovat Vantaan Energiaa laajemmin ja yksityiskohtaisemmin toimittajilleen asettamista vaatimuksista. Niille ovat yhteistä myös kestävä kehitysseen perustuva toiminta. Fortum korostaa hankintaperiaatteissaan lakeja, asetuksia ja

säädöksiä sekä heidän edustajilleen ja perheenjäsenilleen asettamia korkeita eettisiä vaatimuksia. Vattenfall tuo esille toimittajiensa kanssa tekemänsä ympäristöystävällisemmän polttoaineen kehitystyön. Sille on myös tärkeää vähentää voimalaitostensa ympäristövaikutuksia.

Metsäyhtiöiden sekä kartonkipakkauksia valmistavan Huhtamäen vastuullisen hankinnan lähtökohtana ovat sertifioidut metsät, joista ne hankkivat raaka-aineensa. UPM:lle on tärkeää, että toimittajan ympäristö- ja yhteiskuntavastuuseen liittyvät asiat ovat muiden sille asetettujen kriteereiden ohella kunnossa. UPM:n sopimuskumppanien on raportoitava ympäristö- ja yhteiskuntavastuutoiminnastaan ja sallittava ulkopuoliset auditoinnit. Toimittajien ja alihankkijoiden on noudatettava UPM:n niille kehitettäviä vaatimuksia, jotka perustuvat yhtiön toimintaohjeessa määriteltyihin periaatteisiin. UPM myös rohkaisee toimittajiaan käyttämään hallintajärjestelmiä sekä parasta mahdollista tekniikkaa ja käytäntöjä riskien vähentämiseksi.

Stora Enson kestävässä puun- ja kuidunhankinnassa on keskeistä kunnioittaa kyseessä olevan maan puunhankinnan politiikkaa, lakia ja muita säädöksiä. Yhtiö varmistaa sekä sisäisillä että ulkoisilla auditoinneilla toiminnalle asetettujen vaatimusten täyttyminen. Ahlström pitää tärkeänä, että sen tärkein raaka-aine, luonnonkuitu, tulee kestävän kehityksen mukaisesti hoidetuista metsistä. Ympäristön kannalta myönteistä on Ahlströmin kehittämä hiilijalanjäljen laskemismenetelmä. Myös Huhtamäen tuotannossaan käyttämä kierrätetty kuitu ja muovi sekä teollisessa kompostoinnissa täydellisesti kompostoituvat tärkkelypohjaiset biopolymeerit ovat luonnolle hyväksi.

Ympäristöystävällinen toiminta on myös teknologiayritysten vaatimus. KONE ja Nokia korostavat myös eettisiä periaatteita. Niiden sekä Elcotecin toimintaa ohjaavat kansalliset määräykset ja kansainväliset säännöt, standardit ja sopimukset. KONE, Nokia ja ABB vaativat toimittajiaan kunnioittamaan ja noudattamaan kansainvälisten standardien mukaisia ihmisoikeuksia ja työolosuhteita koskevaa lainsäädäntöä. Niille on tärkeää huolehtia myös terveydestä ja työturvallisuudesta.

Toimittajien laadun varmistamiseksi teknologiayritykset suorittavat auditointeja. Lisäksi Elcotec kehittämällään erillisellä toimintamallilla pystyy auditoimaan riskitoimittajien yksityiskohtaista yritysvastuuta. Auditoinnin ohella KONE, Nokia ja ABB järjestävät koulutuksia ja toimittajatapaamisia, joissa lisätään toiminnan ja vaatimusten läpinäkyvyyttä. Nokiolla ja Elcotecillä on käytössään myös materiaalihankintaoh-

jeet, jolla hankintaorganisaatio ja toimittajat ohjeistetaan turvallisten tuotteiden hankintaan.

Elintarvikealan yritysten vastuullisen hankinnan keskeinen tekijä on myös ympäristöystävällisyys. Kuljetukset ja alkutuotannon viljelypanostukset aiheuttavat elintarvike- ja juoma-alan yrityksissä huomattavimmat ympäristövaikutukset. Kun Raision ja Vaasan & Vaasan Oy:n raaka-aineet koostuvat pääosin viljasta, arvioivat ne erityisesti raaka-aine- ja palvelutoimittajiaan sekä tuotteiden jäljitettävyyttä. Keskeisiksi asioiksi nousevat myös satotason kasvu ja laatu sekä ympäristöystävällinen viljelytapa. Kestävää kehitystä tukeakseen Pauligin raaka-ainehankintaan kuuluu myös vastuullisuussertifioitu kahvi.

Tuoteturvallisuus on elintarvikealan yrityksille tärkeä asia. Raisio panostaa kuljetusten hygieenisyyteen ja elintarviketurvallisuusstandardeihin. Hartwallille puolestaan on tärkeää vesistöjen hyvinvointi, jätevesien käsittely sekä vähäisille lisäaineille asetettavat korkeat vaatimukset. Vaasan & Vaasan Oy pystyy tuotevalvonnan ja -turvallisuuden seurannalla puuttumaan epäkohtiin välittömästi. Fazerin yritysvastuutyöhön kuuluu koko tuotantoketjun valvominen. Pauligin tavoitteena ovat turvallisuus ja vastuulliset työolot. Elintarvikeyrityksillä on auditointien ohella myös omia toimintoja valvovia järjestelmiä.

Tapiolalle on tärkeintä yhteistyökumppaneiden kanssa jakamat yhteiset arvot. Sosiaalisen vastuun ohella sitä on alkanut kiinnostaa myös ympäristövastuu. Yhtiön ostopoliitikassa hyödykkeiden ja palvelujen on oltava oikeanlaatuisia ja kestävästä kehitystä edistäviä. Rakennus- ja kiinteistötoiminnassa Tapiolan suurin mielenkiinto kohdistuu yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden ympäristövastuuasioihin.

Tutkimuksen esimerkkiyritysten vastuullinen hankinta perustuu pääosin eri hallintajärjestelmien käyttöön. Yritykset edellyttävät myös toimittajiltaan samojen järjestelmien käyttöön ottoa, jotta yhteistyö onnistuisi mahdollisimman hyvin. Seuraava taulukko kertoo tunnetuimmat standardit, jotka ohjaavat yritysten käytännön toimintaa. Siihen on myös poimittu yritykset, joiden raportointi perustuu GRI-ohjeistukseen.

TAULUKKO 1. Yleisimmät esimerkkiyritysten käytössä olevat yhteiskuntavastuuseen liittyvät standardit

	ISO 14001	SA 8000	OHSAS 18001	ISO 9001	BSCI	Global Compact	PEFC	FSC	GRI
Kesko	x	x			x				x
Inex Partners Oy		x			x				
Fortum	x		x	x		x			x
Vattenfall	x	x				x			x
UPM	x		x	x		x	x	x	x
KONE	x								x
Nokia	x	x	x						x
Tapiola									
ABB	x	x	x	x					x
Vantaan Energia	x								x
Stockmann	x	x			x				x
Huhtamäki	x						x		x
Elqotec	x	x	x						x
Stora Enso	x		x	x			x	x	x
Raisio	x			x					x
Hartwall	x			x					x
Paulig									x
Vaasan & Vaasan Oy				x					x
Fazer	x								x
Ahlström	x						x	x	x

Yritysten yhteiskuntavastuuta tarkasteltaessa huomataan lähes jokaisen yrityksen käyttävän raportoinnissaan GRI-ohjeistoa. Taulukosta ilmenee myös, että ympäristöasiat koetaan yrityksissä tärkeäksi. Laadun-, työterveys- ja työturvallisuushallinnan sekä sosiaalisen vastuun standardeja on yrityksillä käytössään huomattavasti vähemmän. Kaupanalan yrityksille on yhteistä BSCI-järjestelmän käyttö ja metsäyhtiöt sitoutuvat metsäsertifiointistandardeihin ja -järjestelmiin. Global Compact-aloitteen käyttö tutkimuksen yrityksissä on sängen vähäistä.

10 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tarkoitus oli tehdä perusselvitys siitä, miten eräiden suurimpien, Suomessa toimivien eri toimialojen yritysten toiminnassa huomioidaan vastuullinen hankinta. Tavoitteena oli kuvata niiden vastuullisen hankinnan käytännön toimia. Tutkimuksen tuloksia ei pidä tulkita siten, että ne olisivat rinnastettavissa jokaiseen Suomessa toimivaan yritykseen. On mahdollista, että on yrityksiä, jotka puutteellisesta

vastuulliseen hankintaan liittyvästä tiedottamisesta huolimatta hoitavat vastuullisen hankinnan moitteettomasti. Toisaalta, joissakin yrityksissä kustannussyyt saattavat aiheuttaa sen, että aiheeseen ei ole mahdollista paneutua.

Vastuullisuuteen liittyvät raportit osoittavat niiden päähuomion kohdistuvan tavarantoimittajavalintaan. Yhteisenä tekijänä kaikkien toimialojen yrityksille on se, että ne vaativat toimittajiltaan samojen eettisten periaatteiden sekä lakien, sääntöjen ja standardien noudattamista, jotka niiden omaan toimintaan sisältyvät. Taloudellinen vastuu on jokaisen menestyvän yrityksen kannalta elinehto. Ympäristön hyvinvointi huomioidaan jokaisessa yrityksessä. Sen sijaan yritysten toimialalla näyttäisi olevan vaikutus siihen, kuinka tärkeä sosiaalinen vastuu on niiden toiminnassa.

Kaupanalalan yritysten päähuomio kohdistuu erityisesti riskimaiden tavarantoimittajien sosiaaliseen vastuuseen. Siihen on mahdollisesti vaikuttanut viimeaikaiset eri tiedotusvälineiden uutisoimat kielteiset uutiset kyseisten maiden tuotantolaitosten työolosuhteista. Tavarantoimittajien koulutus, tiukat raaka-ainevaatimukset sekä yhteistyö ovat tekijöitä, joilla kaupanalalan yritykset osoittavat vastuullisuuttaan hankinnoissa. Toisaalta yritysten sosiaalinen vastuu kotimaahan vähenee, koska ne yhä enemmän siirtävät toimintaansa halpatyömaihin.

Energiayhtiöiden vastuullisessa hankinnassa keskeistä on ympäristöystävällisyys, koska niillä on ilmastonmuutoksen hillintään suuri vaikutus. Polttoaineiden kehittäminen ja hiukkaspäästöjen vähentäminen on vastuullista toimintaa, mutta vesistöistä huolehtiminen on kuitenkin yhtä tärkeää. Lahjonnan vastaiset periaatteet ja työelämään liittyvien lakien noudattaminen olivat asioita, jotka raporteissa tulivat esiin. Energiayhtiöiden kannanotot vaihtoehtoisiin energiaratkaisuihin ja se, kuuluvatko ne niiden tulevaisuuden suunnitelmiin, jäivät huomioimatta.

Metsäyhtiöiden hankkiessa raaka-aineensa sertifioiduista metsistä ne osoittavat vastuunsa ilmastonmuutosta kohtaan. Tiukkojen, toimittajilleen asetettujen vaatimusten ohella myös kierrätys on otettu huomioon. Ympäristövastuun ohella sosiaalinen vastuu on merkittävä asia, jonka ne päivittäin joutuvat kohtaamaan. Se on myös asia, jota metsäyhtiöt vaativat toimittajiltaan. Niillä on suuri haaste esimerkiksi Etelä-Amerikassa osoittaa toimittajien sosiaalinen vastuu työntekijöidensä kohtelussa sekä maanomistus- ja käyttöoikeuksissa. Samalla voidaan pohtia niiden sosiaalista vastuuta täällä, kun ne siirtävät tuotantoaan kustannuksiltaan edullisimpiin maihin.

Teknologiayritykset edellyttävät toimittajiltaan sosiaalisen ja ympäristövastuun ohella myös toiminnan laatua. Yrityksen menetetyin maineen palauttaminen voi olla ongelmallista, jos tuotteiden laatu ja saatavuus eivät täytä asetettuja vaatimuksia. Kiellettyjen aineiden listalla ja loppukäyttösuosituksilla on mahdollista vähentää ongelmaa. Kun myös teknologiateollisuus kansainvälistyy, on teknologiayritysten toimittajiinsa panostama koulutus ja logistiikan kehittäminen mielestäni välttämätöntä.

Elintarvikealan yritysten vastuullisessa hankinnassa on tärkeää se, että ne hankkivat raaka-aineensa ensisijaisesti kotimaisilta tuottajilta. Siten on mahdollista säilyttää suomalaisen maaseudun hyvinvointi. Pidän tätä elintarvikealan yritysten sosiaalista vastuuta merkittävänä, koska sillä on työllistävä vaikutus koko elintarvikeketjuun. Elintarvikkeiden hiilidioksidimerkinnällä voidaan korostaa kotimaisen ruoan laatua ja turvallisuutta. Raaka-aineiden hankinta lähialueilta on myös ympäristövastuun kannalta myönteinen asia. Lyhyet kuljetukset aiheuttavat vähemmän liikenteen hiilidioksidipäästöjä ja tuotteet säilyvät kuljetuksen aikana paremmin. Kielteinen suhtautuminen lisäaineisiin ja muuntogeenisiin elintarvikkeisiin on elintarvikeyrityksiltä vastuullista toimintaa. Elintarvikeyritysten kaukomaisten raaka-ainehankinnoissa sosiaalinen vastuu kohdistuu erityisesti toimittajien työolosuhteisiin.

Yritysten on tämän päivän liike-elämässä otettava vastuullisuusnäkökohdat hankinnoissa huomioon, koska vain niin toimimalla on mahdollista saavuttaa markkinoilla kilpailuetu. Siihen pakottavat myös eri sidosryhmien kasvavat vaatimukset. Mielestäni myös tiedotusvälineillä ja niiden kyseisiä alueita tutkivilla toimittajilla on asiassa merkittävä rooli, jotta ihmiset pysyisivät tietoisina siitä, miten asiat käytännössä ovat. Myönteisen julkisuuskuvan ansiosta vastuullisen hankinnan huomioivilla yrityksillä on uskoakseni myös huomattavasti paremmat mahdollisuudet saada hankintoihin erikoistunutta osaavaa työvoimaa.

Tutkimuksen tulokset ovat odotuksen mukaisia. Vastuullinen hankinta esimerkkiyrityksissä huomioidaan raporttien perusteella kattavasti. Yritysten yhteiskuntavastuu perustuu eettisiin periaatteisiin, lakeihin ja hallintajärjestelmästandardeihin. Niiden käyttöä edellytetään myös toimittajilta. Vaatimusten toteutumista tuotantolaitoksilla valvotaan auditoinneilla. Tutkimuksen tuloksia voidaan edellä mainituista syistä johtuen pitää luotettavina. Yritysten vastuullisesta hankinnasta vastaavien henkilöiden haastatteluilla tutkimus olisi saanut lisää ”värikkyyttä”. Siihen sisältyy kuitenkin epävar-

muustekijöitä, kuten yritysten mahdollinen haluttomuus osallistua haastatteluun sekä ajan käytön suunnittelu. Tutkimusta voidaan käyttää perusselvityksenä niille, jotka haluavat ryhtyä laajempaan, aihetta koskevaan selvitykseen.

LÄHTEET

ABB. 2010. Toimitusketjun vakaus: Laajempi tietämys, parempi tehokkuus. Saatavissa: <http://www.abb.fi/cawp/fiabb253/ea79f330a4c0b095c125749600282cd4.aspx> [viitattu 14.3.2010].

Ahlström. Vuosikertomus 2009. Saatavissa: <http://www.ahlstrom.com/fi/sijoittajat/katsauksetJaPresentaatiot/2009/Documents/Vuosikertomus%202009.pdf> [viitattu 15.8.2010].

British Food Journal. 2006. Corporate social responsibility and sustainable food procurement. Saatavissa: <http://www.emerald-library.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/Insight/ViewContentServlet?contentType=Article&Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/0701081002.html> [viitattu 11.3.2010].

British Food Journal. 2005. Professional food purchasers' practice in using environmental information. Saatavissa: <http://www.emerald-library.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/Insight/ViewContentServlet?contentType=Article&Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/0701070503.html> [viitattu 14.3.2010].

Eettinen yritys tekee vastuullisia tuotteita. 2009. Helsingin Sanomat. Saatavissa: <http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Eettinen+yritys+tekee+vastuullisia+tuotteita/HT20090809S11TT026i1> [viitattu 29.8.2010].

Elqotec 2010. 2008 vuosikertomus ja yritysraportti. Saatavissa: <http://www.elcoteq.com/NR/rdonlyres/6E90C55B-FDB1-473A-9E23-54AE7A7DE878/0/Vuosikertomus2008.pdf> [viitattu 18.3.2010].

Fazer. Vuosiraportti 2009. Saatavissa: http://www.fazer.fi/Documents/Fazer%20Group/Annual%20reviews/Fazer_2009_FI.pdf [viitattu 10.8.2010].

Fortum. Vuosikertomus 2008. Saatavissa: http://www.fortum.com/gallery/Vuosikertomus/Fortum_AR08_Fin.pdf [viitattu 6.8.2010].

Fortum 2010a. Hankintaperiaatteet. Saatavis-

sa:<http://www.fortum.fi/document.asp?path=14020;14028;14029;14055;14211;14214;31208;31209;31230&level=4> [viitattu 28.2.2010].

Fortum 2010b. Eettiset hankintaperiaattemme. Saatavissa:

<http://www.fortum.fi/document.asp?path=14020;14028;14029;14055;14244;14248;52445;52491> [viitattu 1.3.2010].

Haapala, J. & Aavameri, L. 2008. Omatuntotalous. Helsinki: Talentum Media Oy.

Hartwall. Vastuullinen Hartwall 2008. Saatavissa:

<http://www.hartwall.fi/Tiedostot/vastuullinen-hartwall/vastuullinen-hartwall-2008.pdf> [viitattu 24.3.2010].

Heippa vaan, helpot voitot. 2009. Fakta. Saatavissa:

<http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=1592280> [viitattu 3.9.2010].

Hirsjärvi, S., Remes P. & Sajavaara P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusyhtiö Tammi.

Huhtamäki 2010. Huhtamäen kestävän kehityksen raportti 2008. Saatavissa:

[http://www.huhtamaki.com/Websites.nsf/index/A8C7F99B9B9746F2C22575C4004C6488/\\$FILE/sustainability%20report%202008_fi.pdf](http://www.huhtamaki.com/Websites.nsf/index/A8C7F99B9B9746F2C22575C4004C6488/$FILE/sustainability%20report%202008_fi.pdf) [viitattu 17.3.2010].

Inex Partners Oy. Vastuullinen hankinta. Saatavissa:

<http://www.inex.fi/yritys/ymparisto/vastuu.php> [viitattu 25.2.2010].

Journal of Fashion Marketing and Management . 2009. Consumer likelihood of purchasing organic cotton apparel: Influence of attitudes and self-identity. Saatavissa:

<http://www.emerald-library.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/Insight/ViewContentServlet?contentType=Article&Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/2840130104.html> [viitattu 16.3.2010].

Julkiset hankinnat edistämään ympäristöasiaa. 2006. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Julkiset+hankinnat+edist%C3%A4m%C3%A4%C3>

%A4n+ymp%C3%A4rist%C3%B6asiaa/HS20060919SI1MP015zi?free=Kestävä hankinta&date=year2006&advancedSearch=& [viitattu 24.8.2010].

Järvinen, R. (toim.) 2004. Yhteiskuntavastuu. Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen. Tampere University Press.

Kansalaisjärjestöt kirittävät yrityksiä yhteiskuntavastuuseen. 2009. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Kansalaisj%C3%A4rjest%C3%B6t+kiritt%C3%A4y%C3%A4t+yriytyksi%C3%A4yhteiskuntavastuuseen/HS20090730SI1MA01a51?free=Vastuullisuus&date=year2009&advancedSearch=&> [viitattu 1.9.2010].

Kauppa luottaa yhteistyöhön eettisen tuotannon valvonnassa. 2007. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Kauppa+luottaa+yhteisty%C3%B6h%C3%B6n+eettisen+tuotannon+valvonnassa/HS20071128SI2TA01hor?free=Eettinen+hankinta&date=year2007&advancedSearch=&> [viitattu 28.8.2010].

Keski-ikäiset naiset ovat eettisimpiä kuluttajia. 2008. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Keski-ikäiset+naiset+ovat+eettisimpi%C3%A4+kuluttajia/HS20080122SI1TA03s2v?free=Vastuullisuus&date=year2008&advancedSearch=&> [viitattu 5.9.2010].

Kesko. Yhteiskuntavastuun raportti 2008. Saatavissa:

<http://www.kesko.fi/index.asp?id=D17D43F73D2E46A9BCEE31B70581525D&data=1,00308B787886459385F296A5AFD4FA74,EC8C68A5A2804F0CA506543B639F205C> [viitattu 23.2.2010].

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta. Sanoista teoiksi. Helsinki: Edita Prima Oy.

KONE. Yritysvastuuraportti 2008. Saatavissa:

http://www.kone.com/corporate/fi/yhtio/Documents/KONE_Yritysvastuuraportti%202008_bm.pdf [viitattu 7.3.2010].

Kuluttajan valinnat vaikuttavat yritysten toimintaan. 2007. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Kuluttajan+valinnat+vaikuttavat+yritysten+toimintaan/HS20070203SI1MP01zch?free=Vastuullisuus&date=year2007&advancedSearch=&> [viitattu 6.8.2010].

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

Könnölä, T. & Rinne, P. 2001. Elinehtona eettisyys. Helsinki: Talentum Media Oy.

Lehtomäki: Elintarvikkeille laatumerkki. 2007. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Lehtom%C3%A4ki++Elintarvikkeille++laatumerkki/HS20070606SI1YO02tme?free=Vastuullisuus&date=year2007&advancedSearch=&> [viitattu 18.8.2010].

Litvinoff, M. & Madeley, J. 2008. 50 syytä ostaa Reilun kaupan tuotteita. Helsinki: Like Kustannus Oy.

Merkitystä markkinoillakin. 2009. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Merkityst%C3%A4+markkinoillakin/HS20090409SI1YO02he9> [viitattu 23.8.2010].

Nokia. 2010. Nokia Corporate Responsibility Review 2008. Saatavissa:

http://www.nokia.com/NOKIA_COM_1/Corporate_Responsibility/CR_report_2008/nokia_cr_report_2008.pdf [viitattu 8.3.2010].

Osta omatunto puhtaaksi. 2007. Talouselämä. Saatavissa:

<http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=1129973> [viitattu 2.9.2010].

Palmuöljyn ostajat reputtivat vastuullisuustestissä. 2010. Ekomies. Saatavissa:

<http://www.ekomies.fi/ruoka-maalous/useimmat-palmuoljyn-ostajat-reputtivat-vastuullisuustestissa/> [viitattu 27.8.2010].

Paulig 2010. Yritysvastuuraportti 2008. Saatavissa:

http://www.paulig.fi/yhteiskuntavastuu/corporate_responsibility_report08_fi.html [viitattu 24.3.2010].

Pulliainen, E. 2008. Yhteiskuntavastuu. Helsinki: Cosmoprint Oy.

Raisio 2010. Vuosikertomus 2008. Yritysvastuu. Saatavissa:

http://raisio.smartpage.fi/vuosikertomus08/pdf/Raisio_vsk_suomi.pdf [viitattu 20.3.2010].

Reilu kauppa repii rahaa.2007. Talouselämä. Saatavissa:

<http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=1157068> [viitattu 24.8.2010].

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu- kestävää kehitystä organisaatiotasolla. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Social Responsibility Journal. 2010. Sustainability along the global supply chain: the case of Vietnam. Saatavissa: <http://www.emerald-library.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/Insight/ViewContentServlet?contentType=Article&Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/3680060107.html> [viitattu 18.3.2010].

S-ryhmän vastuullisuuskatsaus 2009. Saatavissa: <http://www.digipaper.fi/sok-yhtyma/45495/> [viitattu 15.8.2010].

Stockmannin vuosikertomus 2008. Yhteiskuntavastuu. Saatavissa:

http://www.stockmann.com/attachments/vuosikertomukset/yhteiskuntavastuu_2008_fi.pdf [viitattu 16.3.2010].

Stora Enso 2010a. Maaliskuu 2005. Kestävän puun- ja kuidunhankinnan sekä maankäytön periaatteet. Saatavissa:

<http://www.storaenso.com/sustainability/sustainablewood/oldgrowthforests/Document/s/wood-procurement-principles-march-2005-finnish.pdf> [viitattu 19.3.2010].

Stora Enso 2010b.The Sustainability Performance 2009 report. ”planting for our future... sustainable performance 2009. Saatavissa: <http://www.storaenso.com/media->

[centre/publications/sustainability-report/Documents/S_Stora_Enso_Sustainability_2009.pdf](#) [viitattu 19.3.2010].

Suomalaiset urheiluvälineyhtiöt valvovat kehnosti työoloja Aasiassa. 2008. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Suomalaiset+urheiluv%C3%A4lineyhti%C3%B6t++valvovat+kehnosti+ty%C3%B6loja+Aasiassa/HS20080205SI2TA01sol?free=Vastuullisuus&date=year2008&advancedSearch=&> [viitattu 25.8.2010].

Supply Chain Management An International Journal. 2009. Sustainable procurement in the United Kingdom public sector. Saatavissa: <http://www.emerald-ng.kyamk.fi:2048/Insight/ViewContentServlet?contentType=Article&Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/1770140206.html> [viitattu 12.3.2010].

Tapiola. Yhteiskuntavastuuraportti 2008. Saatavissa:

http://www.tapiola.fi/NR/rdonlyres/B02322DE-CEE4-4BBB-AF2F-1BF4239A7917/0/X00_020_YKV_20082.pdf [viitattu 11.3.2010].

Teräväinen, J. 1993. Johdatus filosofiaan. Helsinki: Kirjapaja.

UPM. Vastuullinen hankinta. Saatavissa: <http://www.upm-kymmene.com/fi/upm/vastuullisuus/hankinta/> [viitattu 2.3.2010].

UPM. Vuosikertomus 2009. Saatavissa:

http://www.upm.com/downloads/compinfo/UPM_AR_09_fi_full_online.pdf [viitattu 9.8.2010].

Vaasan & Vaasan Oy 2010. Yritysvastuuraportti 2008. Saatavissa:

http://www.vaasan.com/public/fi/07_yritys/021_yritysvastuuraportti/lisatieto/vaasan_yritysvastuuraportti_2008.pdf [viitattu 27.3.2010].

Vantaan Energia. Yhteiskuntavastuuraportti 2008. Saatavissa:

http://www.vantaanenergia.fi/tietoa_konsernista/vuosiraportit/fi_FI/vuosiraportit/ [viitattu 15.3.2010].

Vastuu joutuu happotestiin. 2009. Energia. Saatavissa:

<http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=1538058> [viitattu 29.8.2010].

Vastuullisesti tuotettu ruoka alkanut kiinnostaa kuluttajia. 2006. Helsingin Sanomat.

Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Vastuullisesti+tuotettu+ruoka++alkanut+kiinnostaa+kuluttajia/HS20060319SIIMP02yx9?free=Vastuullisuus&date=year2006&advancedSearch=&> [viitattu 28.8.2010].

Vattenfall. Yhteiskuntavastuuraportti 2008. Saatavissa:

http://www.vattenfall.fi/www/vf_fi/vf_fi/Gemeinsame_Inhalte/DOCUMENT/196002vatt/753294kons/1551983yht/P0285497.pdf [viitattu 28.2.2010].

Vauhkonen, P. (toim.) 2007. Liiketoiminnan vastuullisuus- minkä väristä se on? Johdantamistaidon opisto JTO.

Yrityksen yhteiskuntavastuu vaikuttaa ostopäätökseen. 2008. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Yrityksen+yhteiskuntavastuu++vaikuttaa+ostop%C3%A4%C3%A4t%C3%B6kseen/HS20080218SIITA01vei?free=Vastuullisuus&date=year2008&advancedSearch=&> [viitattu 7.9.2010].

Yhteiskuntavastuun tuettava liiketoimintaa. 2006. Helsingin Sanomat. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Yhteiskuntavastuun++tuettava+liiketoimintaa/HS20060821SIIMP01akl?free=Kestävä+hankinta&date=year2006&advancedSearch=&> [viitattu 29.8.2010].

Yrityksistä tuli mallikansalaisia. 2006. Talouselämä. Saatavissa:

<http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=1084558> [viitattu 25.8.2010].

Yritysten vastuullinen palmuöljyn hankinta. 2010. WWF Suomi. Saatavissa:

<http://www.wwf.fi/ymparisto/metsat/sademetsat/palmuoljy.html> [viitattu 21.8.2010].

Yritysten yhteiskuntavastuu- Ohjeita. 2006. Helsinki: SFS.