

## Vastuullisuuden arviointi sertifikaattien avulla elintarvikkeiden hankinnoissa

Susan Hakkarainen



<b>Tekijä(t)</b> Susan Hakkarainen	
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalouden koulutusohjelma	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Vastuullisuuden arviointi sertifikaattien avulla elintarvikkeiden hankinnoissa	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 53 + 12
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia millä tavoin vastuullisina profiloituneet elintarvikkeita myyvät suomalaiset yritykset pystyvät hyödyntämään sertifikaatteja ja standardeja hankinnoissaan. Tavoitteena oli lisäksi selvittää miten sertifikaattien kriteerien vastuullisuutta voidaan arvioida. Tutkimus rajattiin koskemaan Suomessa toimivia elintarvikkeita myyviä yrityksiä, jotka keskittyvät toiminnassaan edistämään vastuullista liiketoimintaa ja tarjoamaan kuluttajille vastuullisia tuotteita.</p> <p>Tietoperustassa käsitellään ensin yritysvastuuta liiketoiminnan osana, yritysvastuuta ohjaavia tekijöitä ja yritysvastuun viemistä strategiasta käytännön liiketoimintaan. Seuraavaksi edetään vastuullisten hankintojen johtamiseen, ja aihetta avataan muun muassa vastuullisuuskriteerien määrittelyn kautta. Lopuksi syvennytään elintarvikkeiden vastuullisuussertifikaatteihin.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista puolistrukturoitua haastattelua eli teema-haastattelua. Haastatteluissa käsiteltiin tietoperustan pohjalta muodostettuja teemoja: yrityksen vastuullisuusstrategia ja arvot, vastuullisuuden määrittely ja toimeenpano toimitusketjussa, vastuullinen ostoprosessi: kannustimet ja esteet, kriteerit vastuulliselle ostotoiminnalle sekä elintarvikkeiden vastuullisuussertifikaatit ostotoiminnassa. Tutkimukseen haastateltiin kolmea eri yritysten hankinnoista vastaavaa henkilöä. Haastattelut toteutettiin marraskuu 2020 – huhtikuu 2021 välisenä aikana. Haastatteluiden lisäksi tehtiin sisältö-analyysi vastuullisuussertifikaattien standardeista, missä perehdyttiin sertifikaattien kriteerien vastuullisuusnäkökohtiin. Tutkimuksessa analysoitiin seuraavien sertifiointitahojen sertifikaatteja: Fairtrade International, Marine Stewardship Council (MSC) ja RSPO Round Table on Sustainable Palm Oil. Sertifikaattien kriteerien vastuullisuuden osa-alueiden kattavuutta arvioitiin YK:n Global Compact -aloitteen periaatteiden pohjalta.</p> <p>Haastatteluiden tuloksista tuli ilmi, että yritysten vastuullisuusperiaatteet ohjasivat ostopäätöksiä ja vastuullisuuskriteerien määrittelyä. Sertifikaatit huomioitiin ostopäätöksissä ja niiden koettiin olevan hyvä apuväline. Tiettyjä sertifikaatteja suosittiin riippuen yrityksen valikoiman painotuksesta tai kytköksestä sertifikaattiin esimerkiksi tuotteen maahantuonnin tai valmistuksen kautta. Lisäksi suosittiin sellaisia sertifikaatteja, joissa vastuullisuuskriteerit olivat yritysten mielestä riittävän kriittisiä ja kattavia. Joidenkin sertifiointijärjestelmien kriteereissä ja vastuullisuusväittämässä nähtiin puutoksia tai epäkohtia. Sertifiointijärjestelmiin ja niiden valvontaan luotettiin, ja etenkin kolmannen osapuolen valvonta koettiin tärkeäksi. Sertifikaatit olivat tärkeitä, mutta eivät kaikille yrityksille aina välttämätön tuotteen hankinnan kannalta. Sertifikaattien analysoinnissa selvisi, että YK:n Global Compact periaatteiden osalta ympäristö ja korruption vastaisuus näkyivät kaikkien tutkittujen standardien kriteereissä. Periaatteista ihmisoikeudet ja työelämä tulivat esille Fairtrade ja RSPO standardien kriteereissä, mutta MSC standardissa ei ollut selkeitä kriteerejä näistä periaatteista.</p>	
<b>Asiasanat</b> yritysvastuu, yhteiskuntavastuu, hankinta, ostot, sertifikaatti	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Tutkimuksen tavoite ja rajaus .....	2
1.2	Työn rakenne ja keskeiset käsitteet .....	3
2	Yritysvastuu liiketoiminnan osana .....	5
2.1	Yritysvastuuta ohjaavat periaatteet, ohjaukseen ja motivaatiot .....	6
2.2	Yritysvastuu strategiasta käytäntöön .....	9
3	Vastuullisten hankintojen johtaminen .....	12
3.1	Yritysvastuun jalkauttaminen ostoprosessiin .....	12
3.2	Vastuullisen ostotoiminnan kannustimet ja esteet .....	13
3.3	Vastuullisuusnäkökohdat ja -kriteerit ostotoiminnassa .....	14
4	Vastuullisuussertifikaatit elintarvikkeille .....	16
4.1	Reilu kauppa – Fairtrade .....	17
4.2	Round Table on Sustainable Palm Oil .....	18
4.3	Marine Stewardship Council .....	18
5	Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus .....	20
5.1	Sisältöanalyysi sertifikaattien vastuullisuuskriteereistä .....	20
5.2	Haastattelut .....	22
6	Tulokset .....	26
6.1	Vastuullisuusnäkökohdat sertifikaateissa .....	26
6.2	Sertifikaattien vastuullisuuden arviointi ostotoiminnassa .....	27
6.2.1	Yrityksen vastuullisuusstrategia ja arvot .....	27
6.2.2	Vastuullisuuden määrittely ja toimeenpano hankintaketjussa .....	29
6.2.3	Vastuullinen ostoprosessi: kannustimet ja esteet .....	30
6.2.4	Kriteerit elintarvikkeiden vastuulliselle ostotoiminnalle .....	32
6.2.5	Elintarvikkeiden vastuullisuussertifikaatit ostotoiminnassa .....	36
6.3	Yhteenveto tutkimuksen tuloksista .....	42
7	Pohdinta .....	44
7.1	Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset .....	44
7.2	Tutkimuksen ja opinnäytetyöprosessin arviointi .....	46
	Lähteet .....	50
	Liitteet .....	54
	Liite 1. Tutkimuksessa analysoidut sertifikaattien standardit .....	54
	Liite 2. YK:n Global Compact -aloitteen kymmenen periaatetta .....	55
	Liite 3. Haastattelurunko .....	56
	Liite 4. Global Compact periaatteet sertifikaattien kriteereissä .....	57
	Liite 5. Sertifikaattien standardien vertailutaulukko .....	63
	Liite 6. Yhteenveto haastattelujen tuloksista .....	65

# 1 Johdanto

Vastuullinen liiketoiminta on ollut käsitteenä jo jonkin aikaa osa yritystoimintaa, mutta sen soveltaminen käytännön liiketoiminnassa ei ole toteutunut laajamittaisesti globaalilla tasolla. Se mitä yritysvastuu tarkoittaa ei ole kaikille yrityksille sama asia käytännössä. Yritykset toimivat erilaisten kriteerien pohjalta. Yritysvastuuta määritellään esimerkiksi erilaisten standardien, sertifikaattien, eettisten toimintaohjeiden, johtamisjärjestelmien, lainsäädännön, kansainvälisten sopimusten ja vastuullisuutta edistävien järjestöjen suositusten kautta. Vastuullista liiketoimintaa ohjaavien kriteerien kirjo on laaja, minkä vuoksi myös vastuullisuuden taso yrityksissä vaihtelee. Osa yrityksistä katsoo, että riittävä taso on toimia vain minimissään lainsäädännön asettamien velvoitteiden sisällä. Osalle yrityksistä lainsäädännön velvoitteet eivät ole riittäviä, ja ne ovat määritelleet vastuullista toimintaa ohjaavia käytänteitä, joilla varmistetaan vastuullisen liiketoiminnan toteutuminen. Tällaiset edelläkävijäyritykset hyötyvät toiminnastaan, mutta toisaalta perästä tulevat yritykset voivat oppia edelläkävijöiden tekemisestä (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 47).

Monet kansalaisjärjestöt tutkivat yritysvastuun toteutumista ja ottavat kantaa yritysvastuuseen liittyviin teemoihin. Kansalaisjärjestö Finnwatch on toteuttanut useita tutkimuksia vastuullisen liiketoiminnan pääteemoista, joita ovat ympäristövastuu, sosiaalinen vastuu ja taloudellinen vastuu. Finnwatchin tutkimuksissa toistuu usein kysymykset hankintaketjun ja ostotoiminnan vastuullisuudesta. Yhdistys on tutkinut miten yritysten hankintaketjussa hallitaan riskimaissa toimivien toimittajien, eli valmistajien ja alihankkijoiden, ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun toteutumista. (Finnwatch ry 2020.) Samoja aiheita on tutkinut myös kansalaisjärjestö Eetti, eli Eettisen kaupan puolesta ry (Eettisen kaupan puolesta ry 2020). Kansalaisjärjestöjen tavoitteena on tuoda julkisuuteen esille epäkohtia toisinaan jopa dramaattisin keinoin, minkä tarkoitus on tavoitella halutulle asialle näkyvyyttä. Tämä ei vähennä järjestöjen tekemän työn tärkeyttä, kunhan tehdyt tutkimukset on toteutettu eettisesti ja objektiivisesti.

Finnwatchin tutkimuksissa on tuotu esille ruokatuotannon hankintaketjun vastuullisuuteen liittyviä ongelmia. Ruokatuotanto ja ruoan riittävyys ovat keskeisessä asemassa ihmiskunnan ja ympäristön tulevaisuuden kannalta. Maailman ilmatieteen järjestön pääsihteeri Petteri Taalas mainitsi Ylen Ykkösaamu -ohjelman haastattelussa, että väestön kasvu on merkittävä tekijä ilmastomuutoksen hallitsemisessa (Taalas 2020). Maapallon väestömäärän kasvaessa ruokatuotantoa on toteutettava entistä vastuullisemmin, jotta ympäristön kantokyky ja toisaalta ihmisten oikeudet tulevat huomioiduksi. Tämän opinnäytetyön aiheena oli perehtyä ruokatuotannon vastuullisuuteen, selvittämällä miten hankintatoi-

messä voidaan vaikuttaa vastuullisuuteen ja arvioida tuotteiden vastuullisuutta. Sertifikaatit, standardit ja järjestelmät ovat keinoja, joilla edistetään vastuullisuutta, mutta voidaanko niiden varassa toimia? Pystyvätkö yritykset toimimaan aidosti vastuullisesti sertifikaattien avulla? Edistävätkö sertifikaatit vastuullisia hankintapäätöksiä?

## 1.1 Tutkimuksen tavoite ja rajaus

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia millä tavoin vastuullisina profiloituneet elintarvikkeita myyvät suomalaiset yritykset pystyvät hyödyntämään sertifikaatteja ja standardeja hankinnoissaan. Vastuullinen hankintatyö voi olla haasteellista, koska luotettavaa tietoa toimittajista ja tuotteista erityisesti kansanvälisessä kaupankäynnissä ei ole aina saatavilla. Ensikäden luotettavaa tietoa ostettavien tuotteiden vastuullisuudesta voi olla vaikeaa hankkia, kun tuotteiden valmistajan tai toimittajan käytännön liiketoiminta on toisella puolella maapalloa. Matkustaminen ja asioiden varmistaminen paikan päällä ei ole aina mahdollista eikä se aina ole käytännön kannalta edes järkevää. Esimerkiksi tuotteiden pieniä hankintaeriä ei ole kustannusten kannalta mahdollista tarkistaa kaukana sijaitsevassa valmistusmaassa. Sertifikaatit, standardit ja järjestelmät tarjoavat valmiin työkalun, jonka avulla vastuullisuudesta voidaan varmistua. Nämä järjestelmät on luotu tietyin kriteerein, joiden riittävydestä ja tarkoituksenmukaisuudesta voidaan olla montaa mieltä. Yritysten tulee viime kädessä itse arvioida ovatko sertifikaatit yritysten vastuullisuuskäytänteiden mukaisia.

Tässä opinnäytetyössä oli tarkoitus selvittää kuinka hyvin yritysten ostajat pystyvät hyödyntämään sertifikaatteja työssään ja millä tavoin ne vastaavat yritysten arvoihin sekä vastuullisuustavoitteisiin ja -strategiaan? Kattavatko sertifikaatit riittävän laajasti vastuullisuuden eri osa-alueet?

Tavoitteena oli selvittää millä tavoin sertifikaatteja voidaan käyttää hankintatoimen työkaluna, kun arvioidaan tuotteiden vastuullisuutta. Onko sertifikaateista apua vastuullisuuden määrittelyssä ja toimittajien valinnassa hankintatyössä? Toisaalta tavoitteena oli tuoda esille sertifikaattien mahdolliset puutteet hankintatoimen näkökulmasta.

Lisäksi tutkimuksessa etsittiin vastauksia siihen ohjaavatko sertifikaatit hankintoja? Onko sertifikaateista tukea hankintapäätöksissä ja koetaanko ne luotettaviksi? Miten vertailu eri sertifikaattien välillä onnistuu ja miten sertifikaatti vaikuttaa ostopäätökseen esimerkiksi useamman tuotteen vertailutilanteessa?

Opinnäytetyön tuloksena oli tarkoitus kuvailla käytännön tasolla miten sertifikaatit auttavat ja ohjaavat ostajia päätöksenteossa. Ostajien näkemyksiä analysoitiin ja pyrittiin saamaan

syvällinen näkemys tutkimuskysymyksiin. Ostajien näkökulman kautta pyrittiin saamaan tietoa käytännön työn haasteista ja onnistumisista.

Tutkimuksen pääkysymys:

Millä tavoin vastuullisina profiloituneet elintarvikkeita myyvät suomalaiset yritykset pystyvät hyödyntämään sertifiointeja ja standardeja hankinnoissaan?

Pääkysymyksestä johdettiin tutkimusta tarkentavat alakysymykset:

- Onko sertifiointeista hyötyä ostajille hankintatyössä, kun ostopäätöksissä arvioidaan tuotteiden ja toimittajien vastuullisuutta?
- Miten ostajat pystyvät arvioimaan ovatko sertifiointien kriteerit linjassa yritysten omien vastuullisuus kriteerien kanssa?
- Miten ostajat pystyvät vertailemaan tuotteiden ja toimittajien vastuullisuutta eri sertifiointien välillä?
- Ohjaavatko ja tukevatko sertifiointit vastuullisia ostopäätöksiä?
- Mitä vastuullisuuden osa-alueita sertifiointien kriteereihin sisältyy?

Tutkimus rajattiin koskemaan Suomessa toimivia elintarvikkeita myyviä yrityksiä, jotka keskittyvät edistämään vastuullista liiketoimintaa ja tarjoamaan kuluttajille vastuullisia tuotteita. Tällä rajauksella tavoiteltiin asetelmaa, jossa tutkimukseen osallistuvat yritykset ovat aidosti sitoutuneita vastuulliseen hankintatoimeen ja niiden hankintatoimen lähtökohtana on saada valikoimiinsa vastuullisesti tuotettuja tuotteita. Hankintoja ohjaa vastuullisuus ja hankintapäätökset tehdään perehtyen tuotteiden taustoihin. Rajauksella pyrittiin rajaamaan pois sellaiset yritykset, joissa vastuullisuus ei ole vahvasti ohjaava kriteeri hankintatoimessa. Tutkimuksen toteutusta on kuvattu tarkemmin luvussa 5.

## **1.2 Työn rakenne ja keskeiset käsitteet**

Opinnäytetyön raportti noudattaa rakenteeltaan perinteisen tutkielman rakennetta, jossa työ muodostuu tietoperustasta ja empiriasta eli varsinaisesta tutkimuksesta. Raportissa luodaan teorian kautta katsaus vastuulliseen liiketoimintaan, toimitusketjun hallintaan ja vastuullisuussertifiointeihin. Teoreettisessa viitekehyksessä kuvaillaan miten vastuullisuutta määritellään, mitkä seikat vaikuttavat vastuulliseen ostoprosessiin ja minkälaisilla kriteereillä vastuullisia ostoja tehdään. Lisäksi teoriassa kuvataan mitä vastuullisuussertifiointit ovat, ja perehdytään tarkemmin elintarvikkeiden sertifiointeihin. Teorian jälkeen raportissa edetään valittuihin tutkimusmenetelmiin ja tutkimuksen toteutustapaan. Empiriaosuudessa kuvaillaan miten aineistonkeruu toteutettiin, miten aineisto on analysoitu ja mitä tuloksia kerätystä aineistosta saatiin. Tuloksista tehtävät johtopäätökset ja tutkimuksen luotettavuuden analysointi päättävät raportin.

Opinnäytetyössä esiintyviä keskeisiä käsitteitä ovat yritysvastuu, osto- ja hankintatoiminta, hankintaketju ja vastuullisuussertifikaatti. Yritys vastuulla tarkoitetaan yritysten vastuullista liiketoimintaa. Yritysten toiminnan vaikutukset ympäröivään ympäristöön ja yhteiskuntaan tulee olla kestävä kehityksen mukaista. Yritystoiminnan mahdollisia haittavaikutuksia tulee minimoida. Yritysten tulee toimia eettisten periaatteiden mukaan. Perinteisen kolmen pilarin mallin mukaan yritys vastuun eri osa-alueet luokitellaan ympäristövastuun, sosiaalisen vastuun ja taloudellisen vastuun alle. Yritys vastuusta puhuttaessa käytetään myös termiä yhteiskuntavastuu. Osto- ja hankintatoiminta ovat tuotteiden tai palveluiden hankintaa niiden toimittajilta. Toimintaan kuuluu tuotteiden ja toimittajien arviointi ja valinta. Hankintaketjuun kuuluvat kaikki tuotteen valmistukseen ja toimittamiseen liittyvät sidosryhmät alkaen tuotteen raaka-aineiden tuottajista päättyen tuotteen ostajaan. Hankintaketjusta käytetään myös termiä toimitusketju. Vastuullisuussertifikaatilla osoitetaan ja varmistetaan tuotteen tai toiminnan vastuullisuus. Sertifikaatin saaminen edellyttää sertifiointijärjestelmään asetettujen vastuullisuuskriteerien täyttämistä ja noudattamista.

## 2 Yritysvastuu liiketoiminnan osana

Vastuullisen liiketoiminnan käsite on muokkautunut ajan kuluessa, kun yhteiskunta ja yritykset ovat kehittyneet. On puhuttu esimerkiksi yhteiskuntavastuusta, vastuullisesta ja eettisestä johtamisesta sekä yritys vastuusta. Käsitteestä riippumatta yhteistä vastuullisuus ajattelulle on se, että yritysten tulee omalla toiminnallaan tukea kestävästä kehitystä. Yritysten tulee sopeuttaa omaa toimintaa, jotta toiminnan vaikutukset ovat kestävästä kehityksen näkökulmasta kunnossa. Voiton tavoittelu ja sen tuottaminen on hyväksyttävä, kunhan toiminta on avointa ja sitä voidaan perustella myös vastuullisuusnäkökohdat huomioiden. Vastuullinen liiketoiminta on hyvin laaja-alainen käsite, ja se kattaa ympäröivän maailmamme monia eri osa-alueita. Tämän moniulotteisuuden vuoksi vastuullista liiketoimintaa on pyritty selkeyttämään kategorisoimalla vastuullisuutta eri osa-alueisiin. Vastuullisuuden luokittelussa tunnetuin teoria lienee John Elkintonin 1990-luvulla luoma triple bottom line -malli eli kolmen pilarin -malli. Elkintonin mallissa vastuullisuus on jaoteltu kolmen teeman alle: talous, ympäristö ja sosiaalinen vastuu. Ympäristövastuu tarkoittaa luonnon puhtauden ja monimuotoisuuden suojelua. Ympäristövastuuta voidaan toteuttaa käytännössä torjumalla ilmastomuutosta, suojelemalla maaperää, vesistöjä, ilmakehää ja luonnon monimuotoisuutta, säästämällä luonnonvaroja sekä ottamalla vastuuta tuotteiden koko elinkaarren ja toiminnan arvoketjun aiheuttamista vaikutuksista. Sosiaalisen vastuun käsite sisältää ihmisoikeuskysymyksiä koskevia ilmiöitä. Taloudellisella vastuulla vaikutetaan yhteiskunnan taloudelliseen hyvinvointiin ja yritysten kannattavuuteen. Triple bottom line -malli antaa hyvän peruslähtökohdan yritys vastuuseen kuuluvien asioiden tunnistamiseksi. Mallin haasteena on kuitenkin vastuullisuuskysymysten moniulotteisuus, koska yksittäinen vastuullisuusasia voi liittyä kaikkiin kolmeen pilariin; ympäristöön, sosiaalisiin ja taloudellisiin asioihin. Mikäli moniulotteinen vastuullisuusasia luokitellaan väkiväisesti yhteen kolmesta luokasta, tämä voi johtaa siihen, että vastuullisuuden asiayhteyksiä ei tunnisteta, ja asiat jäävät irrallisiksi. Yritys vastuuta onkin syytä tarkastella lisäksi strategisten johtamismallien ja arvonmuodostuksen avulla, jolloin vastuullisuudesta saavutettavat kilpailuedut ja hyödyt tunnistetaan. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 18–21; Kuisma 2015, 14–16.)

Yritys vastuun mittakaava ja sen vaikutuspiiri on laajentunut vuosien saatossa. Nykyään ymmärretään miten laajalti yrityksen toiminta vaikuttaa eri osapuoliin koko yhteiskunnassa. Toimittajien ja alihankkijoiden toiminta kuuluu yrityksen vastuullisuuteen yhtä lailla kuin oma toiminta. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 19.) Erilaisten ajatusmallien kautta nähdään, että yritys vastuulla voidaan tuottaa myös yhteistä etua. Creating Shared Value ja Bottom of the Pyramid -malleissa otetaan sidosryhmien odotukset ja tarpeet huomioon jo liiketoiminnan suunnitteluvaiheessa. Tunnistetut tarpeet muokkaavat ja uudistavat toimintamalleja synnyttäen hyötyjä arvoketjun kaikille osapuolille. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 29–31.)

Lainsäädäntö ohjaa vastuullisuuteen ja asettaa minimivaatimukset vastuulliselle liiketoiminnalle. Vastuullisten yritysten toiminnan odotetaan ylittävän lainsäädännön vaatimukset. Vaatimusten ylittäminen ohjaa ennakoivaan toimintaan, jolla pyritään vastaamaan sidosryhmien odotuksiin. Parhaimmillaan yritysvastuu on ennakoivaa toimintaa, jolla saavutetaan kilpailuetua ja ymmärrystä liiketoimintaympäristön muutoksista. (Juutinen 2016, 28–29.)

## **2.1 Yritysvastuuta ohjaavat periaatteet, ohjauskeinot ja motivaatiot**

Vastuullista yritystoimintaa ohjaavat kansainväliset ohjeet ja aloitteet, joiden tavoitteena on määritellä mitä yritysvastuu tarkoittaa ja antaa yrityksille raamit vastuulliseen liiketoimintaan. Nämä aloitteet antavat yrityksille suuntaviivan, jonka mukaan toimia vastuullisesti. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 38.) Koipijärvi ja Kuvaja (2017, 38) katsovat, että tärkeimmät kansainväliset yritysvastuuta käsittelevät ohjeet ovat OECD:n toimintaohjeet, Yhdistyneiden Kansakuntien eli YK:n yritystoimintaa ja ihmisoikeuksia koskevat ohjaavat periaatteet, YK:n Global Compact -aloite sekä Global Reporting Initiative (yritysvastuuraportoinnin kansainväliset ohjeet). Edellä mainittujen lisäksi Työ- ja elinkeinoministeriö listaa vastuullista liiketoimintaa ohjaaviksi kansainvälisiksi ohjeiksi kansainvälisen työjärjestö ILO:n kolmikantaisen periaatejulistuksen ja standardisoimisjärjestö ISO:n ISO 26000 -yhteiskuntavastuuoppaan (Työ- ja elinkeinoministeriö 2020b).

OECD:n toimintaohjeet monikansallisille yrityksille sisältää ohjeita yritystoimintaa koskevien tietojen ilmoittamisesta, ihmisoikeuksista, työstä ja työelämän suhteista, ympäristöstä, lahjonnan ja kiristyksen torjunnasta, kuluttajansuojasta, tieteestä ja teknologiasta, kilpailuperiaatteista sekä verotuksesta. Ohjeiden yleisissä periaatteissa mainitaan, että yritysten tulee toimia lakien ja säädösten mukaan. Yritysten tulee toteuttaa liiketoimintaa huomioiden ihmisoikeudet, ympäristö ja korruption vastainen toiminta, sekä ehkäistä näihin kohdistuvat haitalliset vaikutukset. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2017, 7–8.) OECD:n toimintaohjeet on tunnustettu kansainvälisesti, sillä ne on hyväksytty 42 maassa, Suomi mukaan lukien. Toimintaohjeet ovat suosituksia monikansallisille yrityksille, jotka toimivat toimintaohjeet hyväksyneissä maissa. OECD:n ohjeet on hyväksytty ensimmäisen kerran vuonna 1976, ja viimeisin päivitys ohjeisiin on tehty vuonna 2011. Päivityksen yhteydessä otettiin huomioon näkemyksiä ohjeiden hyväksyneiden maiden lisäksi useilta tahoilta kuten YK, ILO, OECD:n komiteat ja G20-maat, jotka eivät ole hyväksyneet ohjeita. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 3–4; Työ- ja elinkeinoministeriö 2017, 5.)

Yhdistyneet Kansakunnat ottaa kantaa ihmisoikeuksiin yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskeissa ohjaavissa periaatteissaan, jotka on julkaistu vuonna 2011. Guiding Principles on Business and Human Rights muodostuu kolmesta pääperiaatteesta: valtion velvollisuus

suojella ihmisoikeuksia, yrityksen vastuu kunnioittaa ihmisoikeuksia ja korjaavien toimenpiteiden saatavuus väärinkäytösten uhreille. Periaatteet eivät ole sitovia, mutta YK julistaa, että periaatteiden noudattamista oletetaan kansainvälisesti kaikkien valtioiden ja yritysten osalta. (United Nations Human Rights Office of the High Commissioner 2012, 1). Suomessa Työ- ja elinkeinoministeriö on julkaissut vuonna 2014 YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteiden kansallisen toimeenpanosuunnitelman. Toimeenpanosuunnitelman taustalla vaikuttaa Suomen sitoutuminen yhdenvertaisuuden edistämiseen yhteiskunnassa YK:n ja Euroopan unionin jäsenenä. Kaikille avointa ja yhdenvertaista yhteiskuntaa tuetaan valtion tasolla muun muassa lainsäädännöllä. Suomen kansallisella toimeenpanosuunnitelmalla halutaan luoda yrityksille toimivia käytäntöjä ihmisoikeuksien edistämiseen. (Piirto, Riivari & Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 9–10.) YK:n toinen yritysten vastuullisuutta ohjaava ohjeisto on Global Compact -aloite. Global Compact koostuu kymmenestä periaatteesta, jotka koskevat ihmisoikeuksia, työvoimaa, ympäristöä ja korruption vastaisuutta. Nämä kymmenen periaatetta perustuvat YK:n ihmisoikeuksien yleismaailmalliseen julistukseen, ILO:n julistukseen työelämän perusperiaatteista ja -oikeuksista, YK:n kestävän kehityksen julistukseen ja YK:n korruption vastaiseen sopimukseen. (United Nations)

Kansainvälisen työjärjestö ILO:n kolmikantainen periaatejulistus ja yleissopimukset ohjaavat työelämää koskevia asioita. Kolmikantaisuus tarkoittaa käytännössä sitä, että ILO:n sopimusten neuvotteluun osallistuvat valtioiden, työnantajajärjestöjen ja työntekijäjärjestöjen edustajat. Valtioiden tehtävänä on vahvistaa sopimukset viemällä ne osaksi lainsäädäntöä. Global Reporting Initiative eli GRI on kansainvälinen raportointiohjeistus, jonka tavoitteena on ohjata ja kehittää vastuullisuusraportointia. GRI päivittää ja julkaisee raportointisuosituksiaan säännöllisin väliajoin. GRI:n raportointiohjeistus kattaa ympäristön, sosiaaliset ja hallinnolliset näkökohdat. (Kuisma 2015, 30–32.) ISO 26000 -yhteiskuntavastuuopas auttaa yrityksiä yhteiskuntavastuun johtamisessa. ISO 26000 ei ole varsinainen sertifioitava standardi, kuten ISO organisaation standardit yleensä ovat, vaan se on yhteiskuntavastuuta ohjaava järjestelmä. ISO 26000 -yhteiskuntavastuuopas käsittelee hallintotapaa, ihmisoikeuksia, työelämän käytäntöjä, ympäristöä, oikeudenmukaisia toimintatapoja, kuluttaja-asioita ja yhteisön toimintaan osallistumista. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2020b; Kuisma 2015, 188.)

Kansainvälisten periaatteiden, ohjeiden ja sopimusten lisäksi vastuullisuutta ohjaa kansainväliset ja kansalliset lait. Vastuullisen liiketoiminnan velvoitetta voidaan ohjata ja tarkentaa lainsäädännöllä, ja Suomessa nykyisen hallituksen ohjelmassa onkin kirjaus yritysvastuulain säätämistä. Työ- ja elinkeinoministeriö on teettänyt oikeudellisen selvityksen kansallisen yritysvastuulain säätämistä varten. ”Oikeudellisen selvityksen kohteena on

lainsäädännössä asetettava velvoite asianmukaiseen huolellisuuteen yrityksiin ja ihmisoi-  
keuksiin sekä ympäristöön liittyen.” (Työ- ja elinkeinoministeriö 2020a.) Euroopan parla-  
mentti hyväksyi maaliskuussa 2021 mietinnön, joka koskee yritys vastuulakia EU:n tasolla.  
Tässä parlamentin hyväksymässä päätöslauselmassa annettiin yksityiskohtaisia suosituksia  
yritysvastuulain sisältöön. (Finnwatch ry 2021.)

Lainsäädäntö ja periaatteet antavat yrityksille vastuullisuuden raamit, mutta vastuullisuu-  
den toteuttamisessa on yritysten omilla arvoilla ja periaatteilla suuri merkitys. Yritysvas-  
tuun tulisi näkyä yrityksen arvoissa, jotta vastuullisuustavoitteita voi pitää uskottavina. Yri-  
tyksen arvoilla ei ole käytännön merkitystä, ellei niitä noudateta ja pidetä tärkeinä. Oleel-  
lista onkin tarkistaa henkilöstöltä kuinka hyvin arvot on sisäistetty ja miten niiden kanssa  
pystyy toimimaan käytännössä. Motivaatiota arvojen noudattamiseen voidaan lisätä otta-  
malla henkilökunta mukaan arvojen määrittelyyn. Henkilöstön on ymmärrettävä miksi ar-  
vojen mukaan toimitaan ja mitä hyötyä siitä on. (Kuisma 2015, 62.)

Yritysvastuun hyötyjä voidaan etsiä arvonmuodostuksen avulla. Vastuulliset toimintamallit  
voivat tuoda monenlaista lisäarvoa yrityksille kuten erottautuminen kilpailijoista ja uusien  
liiketoimintamahdollisuuksien tunnistaminen. (Berninger & Tynkkynen 2017, 40–41.) Ar-  
vonmuodostumista voi olla vaikeaa arvioida, koska ei tiedetä miten asioiden välinen yh-  
teys voidaan osoittaa todeksi. On ymmärrettävää mitkä tekijät tuottavat eniten lisäarvoa.  
(Juutinen 2016, 63.) Yritysten näkemyksiä yritysvastuun hyödyistä on tutkittu FIBS ry:n  
vuonna 2019 teettämässä yritysvastuututkimuksessa. Tutkimuksen mukaan tärkeimmäksi  
vastuullisuustyön hyödyksi nousi maineen rakennus ja brändin arvon kasvattaminen. 62  
prosenttia tutkimukseen vastanneista yritysten edustajista valitsi tämän vaihtoehdon, kun  
haastateltavilta kysyttiin mitä liiketoimintahyötyjä vastuullisuustoiminnan kautta tavoitel-  
laan. Toiseksi tärkein tekijä oli tulevaisuuden toimintaedellytysten varmistaminen, minkä  
valisti 39 prosentin osuus vastanneista. Kolmanneksi tärkein tekijä oli asiakastyytyväisyy-  
den lisääminen, mikä nousi tälle sijalle 34 prosentin osuudella. Tutkimuksessa pyydettiin  
haastateltavia valitsemaan kolme tärkeintä syytä annetuista vaihtoehdoista. Muut kysy-  
myksen asettelussa annetut vaihtoehdot olivat riskien hallinta, kilpailukyvyyn tai -edun li-  
sääminen, sidosryhmien luottamuksen vahvistaminen, myynnin kasvattaminen, työvoiman  
sitouttaminen ja houkuttelu, innovoinnin, tuotteiden tai palveluiden kehittäminen, sosiaali-  
nen toimilupa, työtyytyväisyyden lisääminen, toiminnan ja prosessien kehittäminen, osak-  
keen arvon kasvattaminen, kustannussäästöt, muu hyöty, mikä sekä en osaa sanoa.  
(FIBS ry 2019a, 8.) FIBS:n yritysvastuututkimukseen vastasi 188 henkilöä, jotka olivat toi-  
mitusjohtajia, yritysvastuusta vastaavia johtajia tai päälliköitä. Kohderyhmänä oli Suomen  
1000 suurinta yritystä. (FIBS ry 2019a, 18.)

## 2.2 Yritysvastuu strategiasta käytäntöön

Jotta yritysten vastuullisuustyö olisi suunnitelmallista ja tavoitteellista, on vastuulliselle toiminnalle luotava strategia. Strategiaan liitettävät vastuullisuusasiat johdetaan vastuullisuusarvoista ja periaatteista. Kun vastuullisuusnäkökohdat on otettu osaksi yrityksen strategiaa, yritysvastuun toteutumiselle on paremmat edellytykset. (Kuisma 2015, 68–69.) Vastuullisuuden jalkauttaminen käytännön liiketoimintaan on sidoksissa siihen millä tavoin yrityksissä on ymmärretty yritysvastuu ja kuinka tärkeäksi yritysvastuu koetaan. Yritysvastuustrategian implementoinnin tasoa yrityksissä voidaan tarkastella eri näkökulmista. Kestävien toimintamallien integrointi osaksi liiketoimintaa voidaan luokitella neljään eri vaiheeseen. Luokittelu perustuu tarkasteluun, jossa katsotaan missä kehitysvaiheessa yrityksessä ollaan vastuullisten toimintamallien sopeuttamisessa liiketoimintaan. Vastahakoisen sopeuttamisen vaiheessa olevat yritykset tekevät vastuullisuuden eteen vain niitä asioita, jotka on pakko tehdä. Vastuullisuuteen liittyvien asioiden koetaan olevan yritystoiminnan vastaisia. Reaktiivisen sopeuttamisen vaiheessa vastuullisen toiminnan taustalla vaikuttaa halu noudattaa lakeja. Tässä vaiheessa olevat yritykset eivät tee töitä vastuullisuuden eteen ennakoivasti. Mahdollisia korjaavia toimenpiteitä vastuullisuuden kehittämiseksi toteutetaan yleensä vain toimitusketjun loppupäässä, jolloin koko prosessi ei tule huomioituksi. Vastaanottavaisen sopeuttamisen vaiheessa yritykset ymmärtävät vastuullisuudesta mahdollisesti saatavat hyödyt ja kilpailuedut. Tästä huolimatta vastuullisuutta ei ole vielä tässä vaiheessa saatu sopeutettua kunnolla yrityksen käytännön liiketoimintaan. Rakentavan sopeuttamisen vaiheessa ollaan vastuullisuuden näkökulmasta optimaalisessa tilanteessa, koska tällöin yritykset ovat integroineet vastuullisuuden osaksi prosessejaan. (Grant, Trautrim & Wong 2017, 162.) Edellä kuvaillun nelivaiheisen kehityskaaren lisäksi yritysvastuu voi käydä kehittyessään läpi viisi eri vaihetta. Aluksi yrityksellä on tahtotila tehdä asioita yritysvastuun eteen. Tahtotilan on voinut nostaa esille esimerkiksi yrityksen työntekijä tai jokin ulkopuolinen taho. Seuraavaksi yritysvastuuta toteuttaa yrityksessä pieni ryhmä, joka tuo esille yritysvastuun kannalta onnistuneet esimerkit. Kolmannessa vaiheessa yrityksessä toteutetaan projekteja, joilla kehitetään yritysvastuuta. Lisäksi yritysvastuusta aletaan raportoida. Neljännessä vaiheessa huomataan, että helpot projektit on jo toteutettu, ja vastuullisuustyö voidaan kokea vaikeaksi. Viimeisessä vaiheessa on havahduttu siihen tosiasiaan, että yritysvastuuta tulee toteuttaa jatkuvasti osana normaalia liiketoimintaa eikä erillisinä kehitysprojekteina. Yritysvastuu kattaa liiketoiminnan kaikki osa-alueet. (Juutinen 2016, 151.)

Vastuullisuuden toteutumista liiketoiminnan osana voidaan arvioida yritysvastuun sisäistämisen lisäksi myös viestinnän näkökulmasta. Tässä tarkastelumallissa arvioidaan yritysvastuun raportointia ja viestintää suhteessa vastuullisuustyön toteutumiseen käytännössä.

Käytäntö ja viestintä muodostavat nelikentän, jossa yritykset luokitellaan näiden kahden tekijän mukaan neljään ryhmään (Juutinen 2016, 52–55):

- Yritysvastuu on käytännön toiminnassa satunnaista, ei säännöllistä viestintää yritysvastuusta.
- Yritysvastuu on käytännön toiminnassa satunnaista tai yksittäisiä tekoja, markkinoinnissa ja viestinnässä raportoidaan yritysvastuusta.
- Yritysvastuu toteutuu käytännön toiminnassa operatiivisella tasolla (ei strategiassa), ei säännöllistä viestintää vastuullisesta toiminnasta.
- Yritysvastuu toteutuu käytännön toiminnassa strategian ohjaamana, yritysvastuusta viestitään avoimesti.

Yritysvastuun vieminen liiketoiminnan kaikille osa-alueille vaatii koko organisaation kattavaa keskusteluyhteyttä ja vuorovaikutusta. Eri toimintojen välillä on jaettava tietoa ja näkemyksiä, jotta voidaan muodostaa yhteinen strategia. Yrityksen sisäinen osastojen rajat ylittävä vuorovaikutus luo yhtenäistä yrityskulttuuria, joka vahvistaa yhdessä toimimista. Yhdessä muodostettu strategia luo hyvät edellytykset onnistuneeseen yritysvastuustrategian jalkauttamiseen. (Juutinen 2016, 76–77; Berninger & Tynkkynen 2017, 101–102.) Jotta vastuullisuus saadaan integroitua yrityksen liiketoimintaan, on vastuullista toimintaa mitattava ja asetettava sille tavoitteita. On kuitenkin huomioitava, että mittarit pelkästään eivät ole hyviä ohjaamaan vastuullisuutta. Joitakin vastuullisuuden osa-alueita voi olla vaikea mitata, jolloin tuloksien hyödyllisyyttäkin voi olla vaikea ymmärtää. Liiketoiminnan johtamisen taustalla on usein taloudellinen näkökulma, joka vaatii selkein luvuin ja tuloksin perusteltuja päätöksiä. Tämä ajatusmalli voi johtaa tilanteeseen, jossa vastuullisen toiminnan hyötyjä ei nähdä, koska mitatut asiat eivät anna selkeitä tuloksia tai vastauksia. Vaikka mittaaminen on toisinaan haasteellista, on yritysjohton katsottava tulevaisuuteen ja ymmärrettävä, että vastuullisuustyö vaatii sitoutumista pitkällä aikavälillä. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 22–23.) Yritysvastuun kehittyessä vastuullisuuden tavoitteet ovat muuttaneet konkreettisiksi ja mitattaviksi. Tavoitteiksi saatetaan asettaa esimerkiksi tietty määrä tai prosenttiosuus energian kulutuksen tai hiilidioksidipäästöjen vähentämiseksi. Mitattavuus edistää tavoitteiden toteutumisen seuranta ja yritysten vastuullisuustoiminnan onnistumisen arviointia. (Juutinen 2016, 187–189.)

Vastuullisuuden integroiminen osaksi yrityksen käytännön toimintaa ei ole johtamisen näkökulmasta yksinkertaista. FIBS ry:n yritys vastuututkimus 2019 toi esille yritys vastuun johtamisen haasteita. Tutkimuksessa selvisi, että yrityksen johto kokee vastuullisuuden integroinnin liiketoimintaan vastuullisen johtamisen kannalta haasteellisimpana asiana. Lisäksi vastuullisuuden vaikutusten mittaaminen ja seuranta koettiin lähes yhtä haasteelliseksi. Tutkimuksessa esitettiin haastateltaville vaihtoehtoja vastuullisen johtamisen haasteista, joista tuli valita kolme tärkeintä tekijää. Vastuullisuustoiminnasta aiheutuvat kustannukset tai henkilöstön sitoutuminen koettiin vastuullisuuden johtamisen näkökulmasta vähiten haasteellisiksi. (FIBS ry 2019b, 13.) Tutkimuksen mukaan vastuullisuuden johtamiskäytäntöjä

käytetään yrityksissä, mutta niiden käyttö ei ole kokonaisuudessaan lisääntynyt parin viime vuoden aikana. Code of conduct -ohjeisto oli käytössä 80 prosentilla vastanneista yrityksissä, ja se oli tutkimuksessa esitetyistä käytännöistä eniten käytetty johtamiskäytäntö. 54 prosenttia osallistuneista ilmoitti yrityksessä olevasta yritysvastuustrategiasta. 56 prosenttia katsoi, että vastuullisuudelle oli asetettu määrälliset tavoitteet ja 65 prosenttia ilmoitti vastuullisuudelle asetetuista laadullisista tavoitteista. 61 prosentin organisaatiossa oli yritysvastuusta vastaava johtaja tai päällikkö, kun taas johtoryhmässä tällainen henkilö oli 53 prosenttia vastanneiden yrityksissä. (FIBS ry 2019b, 4–5.)

### 3 Vastuullisten hankintojen johtaminen

Vastuullisissa hankinnoissa otetaan huomioon yritys vastuun kolme osa-aluetta: ympäristövastuu, sosiaalinen vastuu ja taloudellinen vastuu. Vastuullisuusnäkökohdat sisällytetään hankintastrategiaan ja -päätöksiin, jotka toteutuvat esimerkiksi ostopäätöksinä ja toimittajavalintointina. (Grant ym. 2017, 158). Vastuullisesti toimivan yrityksen odotetaan varmistavan, että yritys vastuu ulottuu koko hankintaketjuun. Nykyään katsotaan, että vastuu toimittajien ja alihankkijoiden toiminnan vaikutuksista kuuluu myös hankintaketjun loppupäässä olevalle yritykselle. Vaikka valvonnan vieminen ketjun loppuun asti on haasteellista, on sitä mahdollista toteuttaa. Hankintaketjun vastuullisuutta voidaan edistää noudattamalla erilaisia vastuullisuusaloitteita ja -periaatteita tai tähän tarkoitukseen luotuja johtamisstandardeja. Hankintojen vastuullisuusstrategian on hyvä olla ennakoiva, jotta sidosryhmien vaatimuksia voidaan tunnistaa etukäteen ja toimia niiden mukaan etupainotteisesti. Asiakkailta on omat vaatimukset vastuullisuudesta, ja näihin yritysten tulee vastata. Luonnollisesti nämä vaatimukset tulee viedä eteenpäin ja esittää ne myös alihankkijoille ja toimittajille. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 154–155; Juutinen 2016, 200–202.)

#### 3.1 Yritysvastuun jalkauttaminen ostoprosessiin

Aiemmissä luvuissa 2.1 ja 2.2 käytiin läpi kansainvälisiä vastuullisuutta ohjaavia periaatteita ja yritysten vastuullisuusstrategiaa, sekä sitä miten niitä viedään osaksi käytännön liiketoimintaa. Näiden vastuullisuusperiaatteiden integroiminen ostotoimintaan vaatii lisäksi tarkkoja käytännön toimia koko hankintaketjuun. Hankintoja varten luodaan ostopolitiikka, johon liitetään vastuullisuusnäkökohdat. Maignanin, Hillebrandin ja McAllisterin (2002, teoksessa Juutinen 2016, 205) mukaan vastuullisen ostopolitiikan periaatteita ovat

- sidosryhmien odotusten arvioiminen
- arvojen integroiminen ostopolitiikkaan
- mahdollisten kulujen ja hyötyjen arvioiminen
- vastuullisen ostostrategian valitseminen
- vastuullisten ostokäytäntöjen implementoiminen
- vastuullisten ostokäytäntöjen hyödyntäminen.

Ostopolitiikan periaatteita viedään käytäntöön edellä listatussa järjestyksessä. Sidosryhmien odotukset kohdistuvat esimerkiksi raaka-aineisiin, ympäristövaikutuksiin tai työntekijöiden oikeuksiin. Sidosryhmien odotukset on arvioitava ja huomioitava ostopäätöksissä, kun mietitään mitä tuotteita päätetään ottaa valikoimaan sekä mistä tuotteet tulevat ja miten tuotteet on valmistettu. Yrityksen arvot kirjataan osaksi ostopolitiikkaa ja ostopolitiikkaa päivitetään säännöllisesti tarvittaessa. Sidosryhmien odotusten muutoksia seurataan ja muutokset huomioidaan ostopolitiikan päivitysten yhteydessä. Vastuullisesta ostopolitiikasta muodostuvia kustannuksia tai hyötyjä arvioidaan, jotta saadaan tietoa ostostrate-

gian valinnan tueksi. Ostostrategian valinnan lähtökohtana toimii yrityksen arvot. Vastuullisen ostostrategian valinnassa voidaan arvioida myös odotettavien kustannusten ja hyötyjen vaikutusta sekä sidosryhmien kiinnostuksen painoarvoa. Vastuullisten ostokäytäntöjen implementointi toteutetaan ottamalla sidosryhmien palautteet huomioon ja ostokäytäntöjen hyödyntämisen osalta mietitään miten vastuullisista ostokäytännöistä halutaan viestiä sidosryhmille. (Juutinen 2016, 205–206.)

Hankintatoiminnan vastuullisuutta tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon toiminnan vaikutukset koko toimitusketjussa. Kun vastuullisuutta viedään käytännön tekemiseen, on järkevää koota yhteen henkilöstön näkemyksiä. Vastuullisesta ostotoiminnasta voidaan keskustella esimerkiksi seuraavien aihealueiden kautta: toimittajien taustojen selvittäminen, vähimmäisvaatimukset toimittajille, toimittajien vastuullisuuden seuranta, vaatimukset sertifiikaateista tai standardeista, sopimuskäytännöt ja vastuullisuus osana ostoprosessia. (Juutinen 2016, 178–179.) Tuotteiden alkuperätietojen selvittäminen ja toimitusketjun läpinäkyvyys ovat oleellisia vastuullisuuden toteutumisen kannalta. Toimittajien vastuullisuuden todentaminen ja seuranta ovat hankintaketjun riskienhallintaa. On yleistä, että yritykset vaativat toimittajia sitoutumaan yritysten omiin vastuullisuusperiaatteisiin toimittajille laadituilla Code of Conduct -periaatteilla. Vastuullisuuden hallintaa ja seurantaa pyritään myös helpottamaan vähentämällä toimittajien määrää. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 162–163.)

Suomessa yritysvastuu on viety melko hyvin yritysten hankintatoimintaan, mutta tässä on vielä parannettavaa. FIBS ry:n teettämän yritys vastuututkimuksen osallistujista 73 prosenttia ilmoitti, että heidän yrityksessään on otettu huomioon yritys vastuukriteerit osana hankinta- ja ostopäätöksiä. 72 prosenttia vastanneista ilmoitti, että yrityksessään on Code of Conduct -ohjeisto (eettinen ohjeistus) toimittajille. Lisäksi 70 prosenttia vastasi, että yrityksessään tunnustetaan korruptioriskejä sekä on luotu korruption vastaiset periaatteet ja järjestelmät. (FIBS ry 2019b, 9.)

### **3.2 Vastuullisen ostotoiminnan kannustimet ja esteet**

Vastuullista ostotoimintaa ohjaavat sekä sisäiset että ulkoiset tekijät. Tässä luvussa käydään läpi näiden tekijöiden vaikutusta vastuulliseen ostotoimintaan. Tärkeimmät vastuulliseen ostotoimintaan kannustavat sisäiset tekijät ovat johdon ja sijoittajien henkilökohtainen sitoutuminen sekä halu pienentää kuluja. Kulujen pienentäminen toteutuu, kun yritys vastuun kautta jätteet, päästöt, vahingot brändin imagoon ja oikeuskulut vähenevät. Edellä mainittuja sisäisiä tekijöitä vahvistavat ulkoiset tekijät. Lainsäädäntö asettaa yrityksille rajoitteita, jotka ohjaavat esimerkiksi vähentämään päästöjä, mikä puolestaan johtaa kulujen pienentämiseen. Kustannukset ovatkin tärkeä ja ristiriitainen tekijä vastuullisessa

ostotoiminnassa. Asiakkaat eivät ole välttämättä halukkaita maksamaan lisähintaa vastuullisesta tuotteesta, jolloin edullisin hinta ratkaisee ostopäätöksen. Vastuullinen toiminta voi vaatia investointeja, jotka saatetaan nähdä kannattavan liiketoiminnan käänköpuolena. Tällöin kustannukset ovat esteenä vastuullisesti toteutettavalle ostotoiminnalle. Toisaalta mahdollisesti saavutettavat kustannussäästöt ovat merkittävä kannustin vastuulliselle ostotoiminnalle. (Grant ym. 2017, 161–163.)

Lainsäädäntö asettaa ostotoiminnalle vaatimukset, joiden puitteissa tulee toimia. Sääntelyn voidaan katsoa edesauttavan yrityksiä toimimaan vastuullisesti, koska se kannustaa kehittämään uusia ratkaisuja. Lainsäädännöllä voi olla myös negatiivisia vaikutuksia vastuullisen ostotoiminnan kehittämiselle. Lait voivat ohjata liiketoimintaympäristöä siihen suuntaan, ettei yritysten kannata luoda uusia innovaatioita tai toimintamalleja. Muita esteitä ovat muun muassa mainonnassa käytetty viherpesu ja johdon osaamisen puute, joka heijastuu vastuullisuuden integroimisessa. Asiakkaiden ja muiden sidosryhmien tietoisuus hankintaketjujen ongelmista edellyttää yrityksiä toimimaan vastuullisesti. Eritoten kuluttajapuolella liiketoimintaa harjoittavat yritykset ovat tarkkailun alaisina. Asiakkaiden lisäksi esimerkiksi kansalaisjärjestöt tarkkailevat yritysten vastuullisuutta ja vaativat toimia asioiden kehittämiseksi. Sidosryhmistä vastuullisuutta voivat edistää myös kilpailijat, joiden kanssa kilpaileminen voi tuottaa uusia innovaatioita vastuullisuuden hyväksi. Toimittajien kanssa tehtävä yhteistyö voi auttaa vastuullisten ostojen kehittämisessä, kun toimittajilta saadaan lisätietoa hankintaketjun alkupään toiminnasta. (Grant ym. 2017, 163–164.)

### **3.3 Vastuullisuusnäkökohdat ja -kriteerit ostotoiminnassa**

Vastuullisessa ostotoiminnassa voi olla vaikeaa vertailla eri toimittajia ja tuotteita keskenään eri kriteerien perusteella. Vertailua ja arviointia hankaloittaa vastuullisuusnäkökoh- tien arvon määrittäminen. Vastuullisten tuotteiden hankinta pitäisi pystyä perustelemaan jotenkin, ja määrällisten mittarien puuttuessa päätöksenteko on vaikeaa. Tavalliset hyöty- suhdelaskurit ja mittarit eivät taivu laskemaan ja havainnollistamaan sosiaalisten näkökoh- tien tuottamia kuluja tai hyötyjä. Näin ollen vastuullisuuden noudattamisesta aiheutuvat hyödyt voi olla vaikeaa nähdä. Perinteinen ajattelumalli kulujen ja tuotosten välisestä yh- teydestä voi aiheuttaa hämmennystä, kun vastuullisten ostojen tuotoksia eli hyötyjä ei välttämättä pystytä mittaamaan. (Grant ym. 2017, 174–175.)

Tuotteiden ja toimittajien valintapäätöstä muodostettaessa voidaan käydä läpi useita eri vastuullisuusnäkökohtia, joista tässä joitakin esimerkkejä. Ostoprosessissa vastuullisuus- kysymykset kohdistuvat tuotteiden alkuperään. Alkuperätiedot liittyvät karkeasti luokitel- tuna tuotteiden valmistusolosuhteisiin, valmistajaan ja raaka-aineisiin. (Koipijärvi & Kuvaja

2017, 155.) Grantin ym. (2017, 175) mukaan ympäristönäkökohtia arvioidaan todennäköisimmin tarkastelemalla helposti mitattavia asioita: esimerkiksi tuotantopanoksiin ja päästöihin kuuluvat sähkön ja polttoaineen kulutus sekä ajoneuvojen käyttö ovat määrällisesti mitattavissa. Ympäristöön kohdistuvia vaikutuksia voidaan tarkastella lisäksi jätteiden muodostumisen, kierrätyksen ja kiertotalouden kautta (Juutinen 2016, 198). Tuotantotavalla on suoria vaikutuksia etenkin ympäristöön, mutta myös ihmisiin. Esimerkiksi luomutuotanto on vastuullinen tapa tuottaa raaka-aineita, ja sillä voidaan varmistua vastuullisuudesta. Luomutuotannon vastuullisuudesta kertoo raaka-aineiden jäljitettävyys tuotantopaikkaan asti. Tuotantotavan lisäksi tuotantopaikan sijainnilla on merkitystä, sillä lähialueilla tuotettujen tuotteiden logistiikkaketju on lyhyt. Läheinen sijainti tuo toimitusvarmuutta ja toimittajaan on mahdollista luoda aktiivinen yhteistyösuhde. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 164–165.) Maataloudessa kestävät tuotantotavat ovat vastuullinen vaihtoehto ympäristön kannalta, mutta niillä on positiivisia vaikutuksia myös maatalouden työntekijöille. Ihmisoikeuksien ja työelämän perusoikeuksien noudattamisen seurantaan ja jatkuvaan kehittämiseen on vastuullista panostaa. Edellä mainittujen lisäksi eläinten kohtelu ja eettiset liiketoimintatavat ovat näkökohtia, joita on syytä tarkastella ostopäätöksissä. (Juutinen 2016, 196–200.)

## 4 Vastuullisuussertifikaatit elintarvikkeille

Elintarvikkeiden valmistamisessa käytetään uusiutuvia luonnonvaroja. Maataloustuotteet, joita ovat esimerkiksi soija ja palmuöljy, kuuluvat uusiutuviin luonnonvaroihin. Raaka-aineiden uusiutuvuus ei takaa sitä, että niitä riittäisi jatkossakin, sillä uusiutumiskyky on rajallinen. Uusiutuvia luonnonvaroja onkin siis suojeltava, jotta niitä olisi saatavilla myös tulevaisuudessa. Raaka-aineiden ylikäyttöä voidaan vähentää tai välttää kestäväillä viljelymenetelmillä, raaka-aineiden käytön minimoinnilla, tarkalla kierrätyksellä ja tuotesuunnittelulla. Sertifikaattien avulla voidaan osoittaa ja todentaa vastuullisuuden toteutuminen elintarvikkeiden tuotannossa. Vastuullisuutta tarkastelevilla sertifiointijärjestelmillä pyritään turvaamaan luonnonvarojen riittävyys, noudattamalla raaka-aineiden alkuperää ja kestävyttä varmistavia kriteerejä. (Berninger & Tynkkynen 2017, 77–79.) Elintarvikkeiden tuotantoon liittyy raaka-aineiden riittävyyden lisäksi luonnollisesti muitakin ympäristönäkökohtia. Tuotanto vaikuttaa ympäristöön torjunta-aineiden, lannoitteiden, maaperän ja veden käytön kautta. Luonnon monimuotoisuus vähenee, ekosysteemit tuhoutuvat, maaperän laatu heikkenee, vesistöt saastuvat, merielinympäristöt vaarantuvat, veden saatavuus vähenee ja päästöt vaikuttavat ilmastoon. (Berninger & Tynkkynen 2017, 79; Weetman 2017, 146.)

Sertifikaatit saattavat keskittyä vastuullisuuteen tietyn näkökulman kautta eikä sertifikaatti tällöin kata vastuullisuutta kokonaisuudessaan (Grant ym. 2017, 167). Tämä on haasteellista, mikäli yritykset haluavat toimia kokonaisvaltaisesti vastuullisesti, eikä yrityksillä ole riittävää osaamista sertifiokaattien vastuullisuuden arviointiin. Sertifiointijärjestelmiä on kritisoitu puutoksista sosiaalisen vastuun varmistamisen osalta. Ympäristövastuuseen liittyvät kriteerit ovat olleet painoarvoltaan tärkeämpiä tai tarkemmin auditoituja kuin sosiaalisen tai taloudellisen vastuun kriteerit. (Kultalahti & Vartiala 2016, 52–53.) Sosiaalisten ja taloudellisten vaikutusten arviointi sertifiointeissa on kuitenkin tärkeää, koska niiden vaikutukset näkyvät elintarvikkeiden valmistuksessa koko toimitusketjussa: raaka-aineiden keräämisessä, tuotannossa, logistiikassa, myynnissä ja tuotteiden loppukäytössä. Ongelmakohtia ovat lapsityövoiman käyttö, työturvallisuus, pakkotyö, yhteisöihin vaikuttavat saasteet, kaupan ehdot ja hinnat viljelijöille, työolot, palkka ja tuotteiden vaikutukset ihmiskehoon loppukäytössä. (Weetman 2017, 135–136.)

Sertifikaattien erilaiset kriteerit ja painopisteet vaikuttavat osaltaan siihen, mitkä tahot niitä käyttävät. Yritykset joutuvat vertailemaan sertifiointijärjestelmien erilaisia tavoitteita, ja puntaroimaan niiden yhteneväisyyttä omien tavoitteiden kanssa. Yhteensopivuus omaan liiketoimintaan ja sertifiointin käyttötarkoituksen taustat on selvitettävä hyvin ennen mahdollista päätöstä liittyä sertifiointijärjestelmään. Sertifikaattien toimivuus vastuullisuuden

varmistajana on luotettavuuskysymys järjestelmien uskottavuuden kannalta. Sertifiointien on oltava varmennettavia. Auditointiprosessien tulee olla läpinäkyviä ja riippumattomia. Läpinäkyvyyttä voidaan osoittaa tuomalla auditointiraportit julkisiksi ja kertomalla avoimesti miten kansainvälisiä ylätasoa sopimuksia on tulkittu. Auditointien riippumattomuuden korkean tason kannalta on tärkeää, että auditoinnin suorittaa ulkoinen kolmas osapuoli. Auditointikäytäntöihin kuuluu tästäkin huolimatta edelleen yritysten tekemää itsearviointia. Kolmansien osapuolien ja muiden sidosryhmien käyttö sertifikaattien kriteerien laadinnassa tuo myös uskottavuutta sertifikaateille. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 174–175.) Kansalaisjärjestö Finnwatch on tuonut tutkimusraportissaan esille seikkoja sertifiointijärjestelmien luotettavuudesta. Kyseisessä tutkimuksessa kiinnitettiin huomiota auditointeihin, joissa havaittiin ongelmia ja puutteita muun muassa edellä mainituissa läpinäkyvyydessä ja riippumattomuudessa. Tutkimuksessa selvisi esimerkiksi, että kaikki sertifiointijärjestelmät eivät julkaise auditointiraportteja tai auditoinnit läpäisseiden yritysten tietoja. Auditointien ja valvonnan suorittaminen on keskittynyt muutamille yrityksille, joiden keskinäinen kilpailu voi vaikuttaa suoritettujen auditointien laatuun ja perusteellisuuteen. (Kultalahti & Vartiala 2016, 52–53.)

Seuraavissa luvuissa käydään läpi muutamia tunnettuja sertifikaatteja, joita on arvioitu tämän opinnäytetyön tutkimuksessa. Sertifikaattien tarkoitus ja tavoitteet esitellään lyhyesti sekä kuvaillaan toiminnan vaikuttavuutta ja kattavuutta.

#### **4.1 Reilu kauppa – Fairtrade**

Reilu kauppa eli Fairtrade on kansainvälinen järjestelmä, joka on syntynyt 1980-luvulla. Reilun kaupan järjestelmän tarkoitus on toimia pienviljelijöiden ja maataloustyöntekijöiden reilun toimeentulon varmistajana. Järjestelmä on luotu takaamaan viljelijöille reilua hintaa tuotetusta sadosta takuuhinnan avulla. Lisäksi vastuullisesta toiminnasta tuleva Reilun kaupan lisä tarjoaa lisätuloja elintason ja tuotannon kehittämiseen. Reilu kauppa toimii sertifiointien, tuen ja koulutuksen, kampanjoinnin ja globaalikasvatuksen sekä vaikuttamistyön kautta. Suomalaisille Reilun kaupan toiminta tulee näkyvimmin esille Reilun kaupan merkissä, jota käyttääkseen tuotteen valmistajan on noudatettava Reilun kaupan sertifikaatin vastuullisuuskriteerejä. (Reilu kauppa 2020.) Fairtrade International raportoi 2018–2019 vuosiraportissaan, että Reilun kaupan järjestelmässä oli vuonna 2018 mukana 1,7 miljoonaa työntekijää ja viljelijää 73 maasta. Vuonna 2018 Reilun kaupan sertifiointin mukaan toimivia tuottajia ja yrityksiä oli 1707. Maailmanlaajuisesti on lanseerattu yli 35000 Reilun kaupan tuotetta ja Reilun kaupan tuotteita myytiin 158 eri maassa. (Fairtrade International 2019, 2.)

Reilun kaupan pitkän aikavälin tavoitteiksi on asetettu kaupankäynnin reiluksi tekeminen, pientuottajien ja työntekijöiden valtuuttaminen sekä kestävien elinkeinojen vaaliminen. Reilun kaupan standardin tarkoituksena on asettaa liiketoiminnan vaatimukset Reilun kaupan järjestelmässä mukana oleville yrityksille. Standardissa määritellään vaatimuksia sertifiointiprosessin, kaupankäynnin, tuotannon sekä liike- ja kehitystoiminnan osalta. Vaatimukset on jaettu kahteen luokkaan: ydinvaatimukset ja kehittämisvaatimukset. Sertifiointin saamisen edellytyksenä on, että ydinvaatimukset toteutuvat. Kehittämistä koskevia vaatimuksia seurataan auditoinneissa, ja ne tulee saavuttaa tietyn ajan sisällä. Standardin vaatimusten asettamisessa on noudatettu erityisesti ILO:n julistusta työelämän perusperiaatteista ja -oikeuksista. (Fairtrade Labelling Organizations International e.V 2019, 3–6.)

#### **4.2 Round Table on Sustainable Palm Oil**

Round Table on Sustainable Palm Oil, RSPO yhdistyksen tarkoituksena on kehittää ja viedä käytäntöön kansainväliset standardit kestäväille palmuöljylle. Kestävien standardien avulla vähennetään palmuöljyn viljelystä aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia ympäristöön ja yhteisöihin. RSPO:n tavoitteena on edistää kestävä palmuöljyn käyttöä. Yhdistyksen periaatteisiin kuuluvat eettinen ja läpinäkyvä käyttäytyminen, lakien noudattaminen, tuottavuuden ja positiivisten vaikutusten optimoiminen, ihmisoikeuksien ja yhteisön kunnioittaminen, pienviljelijöiden osallistaminen, työntekijöiden oikeuksien kunnioittaminen sekä luonnon ja ekosysteemien suojeleminen. RSPO:n periaatteet ja kriteerit on luokiteltu kolmen vaikutuspäämäärän alle: vauraus, ihmiset ja planeetta. Vuonna 2004 virallisesti perustettu RSPO sai alkunsa muutama vuosi sitä ennen, kun WWF kartoitti edellytyksiä kestävä palmuöljyn yhdistykselle. Nykyään RSPO:lla on yli 4000 jäsentä, jotka edustavat kattavasti koko palmuöljyn toimitusketjua. (Roundtable on Sustainable Palm Oil.)

#### **4.3 Marine Stewardship Council**

Marine Stewardship Council eli MSC sertifiointi- ja ympäristömerkintäohjelman tavoitteena on maailman kala- ja äyriäiskantojen suojeleminen. MSC:n ohjelman avulla pyritään edistämään näiden tavoitteiden toteutumista. Työtä edistetään palkitsemalla kestäviä kalastusmenetelmiä, vaikuttamalla kuluttajien valintoihin ja kehittämällä meriruoan toimialaa kestäväälle pohjalle. (Marine Stewardship Council 2020, 6.) Marine Stewardship Council on perustettu Lontoossa vuonna 1997. MSC standardi pohjautuu kolmelle periaatteelle, joita ovat kestävä kalakannat, kalastuksen ympäristövaikutukset ja tehokas johtaminen. Standardin periaatteiden arvioinnissa tarkastelun kohteena on ollut kalastettujen kalakantojen status, kalastuksen laajemmat vaikutukset ekosysteemiin ja kaikkiin kalakantoihin sekä vankka johtaminen ja valvonta. (The Press Association 2017.)

MSC:n uusimmassa 2019–2020 vuosiraportissa on esitetty sertifiointin edellytysten mukaan kalastettujen saaliiden määriä. Raportin mukaan tarkasteluajan aikana maailmanlaajuisesti kalastetuista merisaaliista 15 prosenttia oli MSC sertifioitua. Sertifioituja kalastusyrityksiä oli 409, joista 22 hylättiin. Lisäksi 89 kalastusyritystä oli sertifiointiarvioinnin kohteena. Sertifioidut kalastusyritykset toimivat ympäri maailmaa, mutta niiden toiminta on keskittynyt tietyille alueille. Maantieteellisesti näiden MSC sertifioitujen yritysten kalastustoiminta on painottunut Euroopan pohjoisille merialueille ja Atlantin meren pohjoisille alueille, Pohjois-Amerikkaan, Uuteen-Seelantiin ja Arktisille merialueille. (Marine Stewardship Council 2020, 12–13.)

## 5 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus

Opinnäytetyö toteutettiin laadullisena tutkimuksena. Tavoitteena oli tutkia millä tavoin vastuullisina profiloituneet elintarvikkeita myyvät suomalaiset yritykset pystyvät hyödyntämään sertifiointeja ja standardeja hankinnoissaan. Johdannossa on esitetty tarkemmin tutkimuskysymykset. Tutkimuksen tavoitteissa haettiin vastauksia asian ymmärtämiseksi. Laadullisen eli kvalitatiivinen tutkimuksen luonne auttaa muodostamaan ilmiöstä syvällisen näkemyksen ja hyvän kuvauksen. (Kananen 2015, 70–71.)

### 5.1 Sisältöanalyysi sertifiointien vastuullisuuskriteereistä

Tutkimukseen tehtiin sisältöanalyysi eri sertifiointien vastuullisuus kriteereistä. Eri sertifiointien välille tehtiin vertailu sisältöanalyysinä, jossa perehdyttiin sertifiointien kriteerien vastuullisuusnäkökohtiin. Analyysin tavoitteena oli tuottaa yhteenveto, josta sertifiointien kriteerien vastuullisuuden painopisteet ja toisaalta vastuullisuusnäkökohtien eroavaisuudet olisivat tulkittavissa. Sertifiointien kriteerien analysointityö alkoi toteutussuunnitelman laatimisella. Toteutussuunnitelmaan kirjattiin kolme vaihetta: aineiston keruu, aineiston analysointi ja tulosten raportointi. Alla on kuvailtu toteutussuunnitelman sisältö vaiheittain.

Vaihe 1: Aineiston keruu sisältöanalyysiin

- Sertifiointien kartoitus, rajaaminen ja valinta analyysiin
- Sertifiointien kriteerien hankinta (haku Internetistä sertifiointien sivustoilta)

Vaihe 2: Aineiston analysointi

- Teorian ja periaatteiden valinta analyysin taustalle
- Teoriaan perehtyminen ja mahdollisten analysointia avustavien työkalujen (ohjeet, oppaat, tutkimukset, tms.) kartoittaminen
- Sertifiointien kriteereihin perehtyminen (aiemmin kerätyn aineiston lukeminen)
- Sertifiointien kriteerien vertailu analyysiin valitun teorian / periaatteiden pohjalta
- Perehtymisen ja vertailun kautta tuotetun tiedon kirjaaminen: Excel -taulukot, muistiinpanot

Vaihe 3: Tulosten raportointi

- Taulukoiden muokkaaminen esitysmuotoon
- Analysoinnin perusteella tuotettujen taulukoiden ja tulosten kuvailu opinnäytetyön raporttiin

Prosessi lähti käyntiin sertifiointien valinnalla. Elintarvikkeiden vastuullisuutta tarkastelevia sertifiointeja ja standardeja on olemassa useita, joten tähän opinnäytetyöhön oli valittava ja rajattava ne sertifiointit, joihin oli oleellista perehtyä tämän työn kannalta. Sertifiointeiksi valikoitiin parhaiten tunnetuimpia sertifiointeja, joita on käytössä Suomessa

myynnissä olevissa elintarviketuotteissa. Tunnettuja sertifikaatteja oli listattu muun muassa kirjallisuudessa (Grant ym. 2017, 167–168; Koipijärvi & Kuvaja 2017, 167–171) ja Finnwatchin (Kultalahti & Vartiala 2016,6–8) toteuttamassa tutkimuksessa, jossa arvioitiin sertifiointijärjestelmien laatua työelämän oikeuksien näkökulmasta. Tunnetuilta sertifiointimerkeiltä löytyy avointa tietoa niiden standardeista ja kriteereistä, mikä oli tutkimuksen aiheiston saatavuuden kannalta tärkeää. Tutkimuksessa analysoitiin seuraavien sertifiointitahojen sertifikaatteja: Fairtrade International, Marine Stewardship Council ja RSPO Round Table on Sustainable Palm Oil. Liitteeseen 1 on listattu tiedot analysoiduista sertifikaateista: sertifiointitaho, sertifikaatin standardi, standardin versio ja lähde mistä standardi on saatu. Sertifikaattien standardit etsittiin sertifiointitahojen Internet -sivuilta. Standardeihin on listattu kriteerit, jotka tulee täyttää, jotta sertifikaatti voidaan myöntää sitä hakevalle yritykselle tai tuotteelle. Standardien löytäminen oli melko vaivatonta, ja etsimisen jälkeen ne löytyivät sertifiointitahojen Internet -sivuilta pdf. -tiedostoina. Tässä vaiheessa oli tärkeä tunnistaa mitä standardeja sertifikaattiin kuuluu, ja mitkä standardit olivat oleellisia tämän tutkimuksen kannalta.

Seuraavassa vaiheessa valittiin periaatteet, joiden perusteella sertifikaattien vastuullisuutta arvioitiin. Tutkimukseen valittujen elintarvikkeiden sertifikaattien kriteerien vastuullisuuden osa-alueiden kattavuutta arvioitiin YK:n Global Compact -aloitteen periaatteiden pohjalta. Global Compact periaatteet päätettiin ottaa tutkimuksen arviointikriteereiksi, koska ne on listattu tärkeiden ja yleisesti käytössä olevien vastuullisuutta ohjaavien periaatteiden joukkoon. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 38; Työ- ja elinkeinoministeriö 2020b). YK:n Global Compact sisältää kymmenen periaatetta, jotka koskevat ihmisoikeuksia, työelämää, ympäristöä ja korruption vastaisuutta (Liite 2). Ihmisoikeuksien osalta yritysten tulee kunnioittaa ihmisoikeuksia ja huolehtia etteivät ole osallisina ihmisoikeusloukkauksiin. Työelämässä yritysten tulee vaalia työntekijöiden yhdistymisvapautta, tukea pakkotyön ja lapsityövoiman käytön poistamista sekä tukea syrjinnän poistamista. Ympäristön osalta yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatteita, edistää vastuullisuutta ympäristöasioissa ja kannustaa ympäristöystävällisiin teknologioihin. Korruptionvastaisuutta yritysten tulee toteuttaa toimimalla kaikkia korruption muotoja vastaan. (United Nations.) Global Compactin Internet sivuilla oli tarkat kuvaukset jokaisesta periaatteesta, ja näiden kuvausten avulla pyrittiin sisäistämään periaatteiden tavoitteita. Kuvaukset sisälsivät selvitykset seuraaviin kysymyksiin: mitä periaate tarkoittaa, miksi yritysten tulisi olla kiinnostuneita periaatteesta ja mitä yritykset voivat tehdä periaatteen toteutumisen eteen. Analysoinnin tukena käytettiin myös YK:n Global Compactin (United Nations Global Compact 2014) laatimaa opasta. Guide to Corporate Sustainability -oppaassa käydään läpi Global Compactin periaatteet ja

tuodaan käytännön esimerkein esille asioita mitä periaatteilla voidaan saavuttaa. Opas sisältää tarkistuslistat, joissa on esimerkkejä oleellisista käytännöistä, joilla voidaan edistää periaatteiden toteutumista.

Kun sertifikaatit ja periaatteet oli rajattu, perehdyttiin ensin sertifikaattien standardeihin ja käytiin niiden kriteerit läpi kohta kohdalta. Perehtyminen sertifikaattien standardeihin eteni seuraavissa vaiheissa: oikeiden standardien tunnistaminen, standardien rakenteen hahmottaminen, standardien pääperiaatteisiin perehtyminen, standardin lukeminen ja standardin kriteerien tunnistaminen ja ymmärtäminen. Tämän perehtymisen jälkeen alkoi varsinainen kriteerien tarkastelu, jossa arviointiin Global Compact -periaatteiden toteutumista standardeissa. Global Compact periaatteiden toteutumista etsittiin kriteereistä ja tiedot kriteereistä kirjattiin Excel -taulukoon. Standardit sisälsivät usein varsinaisen standardi-osuuden lisäksi Guidance liitteen tai vastaavanlaisen opastavan liitteen, jossa avattiin tarkemmin kriteerien sisältöä esimerkein ja tarkennuksin. Analyysissa käytettiin myös Guidance liitteitä arvioinnin apuna, laadukkaan arvioinnin varmistamiseksi. Tämän jälkeen etsittiin erillisiä sertifikaattien standardien toteuttamisen avuksi laadittuja ohjeita ja tutkittiin oliko niistä saatavilla vielä lisätietoa arvioinnin tueksi.

## **5.2 Haastattelut**

Yritysten kokemuksia sertifikaattien käytettävyydestä ostotoiminnassa tutkittiin teema-haastatteluiden avulla. Tutkimukseen soveltuvia yrityksiä lähdettiin kartoittamaan Internetin avulla. Haastatteluihin etsittiin tutkimuskysymyksen asettelun mukaisesti suomalaisia vastuullisesti profiloituneita yrityksiä. Yritysten valinnassa painotettiin sellaisia yrityksiä, jotka keskittyvät edistämään vastuullista liiketoimintaa ja tarjoamaan kuluttajille vastuullisia tuotteita. Rajauksella pyrittiin rajaamaan pois sellaiset yritykset, joissa vastuullisuus ei ole vahvasti ohjaava kriteeri hankintatoimessa. Haastattelupyynnöt lähetettiin sähköpostilla kartoituksessa löytyneille yrityksille. Haastattelukysymyksiin vastaamaan haluttiin asiantuntijoita, jotka tiesivät oman organisaationsa ostoprosessista, joten haastattelupyynnöt kohdennettiin yritysten ostoista päättävälle henkilölle. Haastattelupyynnössä esitettiin tutkimuksen aihe ja tavoite. Lisäksi kerrottiin haastattelujen tallentamisesta ja luottamuksellisuudesta: aineiston käsittelystä nimettöminä ja aineiston hävittämisestä tutkimuksen jälkeen. Sähköpostitse lähetetyn haastattelupyynnön jälkeen yrityssoitettiin muutaman päivän kuluttua, ja haastattelupyynnöt esitettiin puhelimitse, mikäli haastatteluun tavoiteltu henkilö saatiin kiinni. Haastattelupyynnöt lähetettiin 17:lle yritykselle, joista kolmesta saatiin myönteinen vastaus. Jokaisesta yrityksestä osallistui haastatteluun yksi henkilö. Haastattelut henkilöt olivat tekemissä hankintojen kanssa, ja heidän toimenkuvia olivat ostoista vastaava, ostopäällikkö ja toimitusjohtaja. Tutkimukseen osallistuneet yritykset olivat suo-

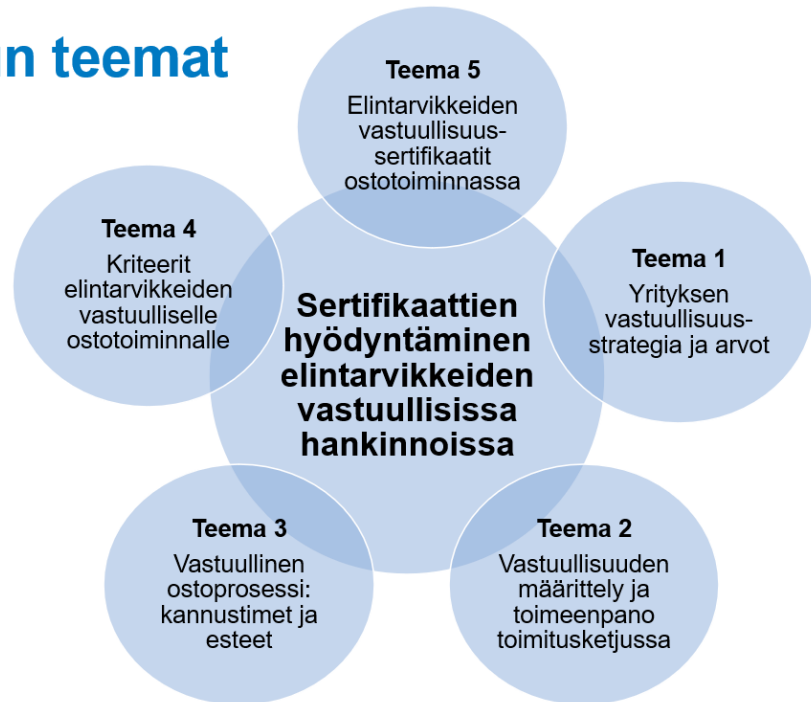
malaisia yrityksiä, joiden liiketoimintaan kuului elintarvikkeiden myynti. Yritysten päätoimialoja olivat kalatukkukauppa ja muu päivittäistavaroiden erikoisvähittäiskauppa. Tutkimukseen osallistuneet yritykset olivat tukkukauppiaita, mutta yhdellä yrityksistä oli myös myymälöitä ja verkkokauppa kuluttajille.

Haastattelut toteutettiin marraskuu 2020 – huhtikuu 2021 välisenä aikana. Yksi haastattelu toteutettiin kasvotusten haastateltavan kanssa yrityksen toimitiloissa ja kaksi haastattelua toteutettiin Teams -ohjelman kautta videoyhteydellä haastateltaviin. Haastattelujen kestot vaihtelivat noin tunnin ja 15 minuutin – tunnin ja 30 minuutin välillä.

Haastattelun toteutusta varten laadittiin haastattelusuunnitelma, johon listattiin haastatteluprosessin eri vaiheet, jotka tulee huomioida. Haastattelu toteutettiin puolistrukturoituna teemahaastatteluna. Teemahaastattelussa on ennalta määritelty haastattelun aiheet ja teemat sekä kysymyksiä, mutta kysymysten muoto ja esitysjärjestys voi vaihdella. Tarkkoja kysymyksiä ei tarvitse noudattaa, vaan ennalta suunniteltujen teemojen käsittely on keskeistä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47–48.) Teemahaastattelu valikoitui tutkimusmenetelmäksi, koska sen kulku ei ole rajattu etukäteen laadittuun kysymyslistaan, vaan tutkija voi tarvittaessa tarkentaa kysymyksiä, mikä on hyödyllistä vastausten tulkinnan kannalta (Sarajärvi & Tuomi 2018, 87–88). Tämän työn tutkimusote oli laadullinen, joten aineiston laadun kannalta oli hyvä, että haastattelutilanteissa oli mahdollista syventää vastauksia.

Haastattelua varten laadittiin haastattelurunko, jonka tarkoitus oli ohjata haastattelun kulua ja varmistaa, että haastattelussa käydään läpi ne asiat, joita haastattelulla oli tarkoitus selvittää. Haastattelurunkoon hahmoteltiin teemat, eli haastattelussa käsiteltävät aiheet. Opinnäytetyön teoriaosuudesta muodostettiin viisi teemaa: yrityksen vastuullisuusstrategia ja arvot, vastuullisuuden määrittely ja toimeenpano toimitusketjussa, vastuullinen ostoprosessi: kannustimet ja esteet, kriteerit vastuulliselle ostotoiminnalle ja elintarvikkeiden vastuullisuussertifikaatit ostotoiminnassa (kuva 1).

# Haastattelun teemat



Kuva 1. Haastattelun teemat

Teemahaastattelun ideana on kerätä tietoa haastateltavilta ennalta suunniteltujen teemojen ympäriltä. Teemojen tulee kattaa tutkittava aihealue mahdollisimman laajasti. Teemoja käsitellään siten, että aihetta lähestytään ensin yleisellä tasolla ja haastattelun edetessä tarkennetaan teemaa menemällä tarkempiin yksityiskohtiin. (Kananen 2015, 149–150.) Teemojen pohjalta muodostettiin haastattelukysymykset. Lisäksi tarkasteltiin tutkimuksen tavoitteita, ja varmistettiin, että haastattelukysymykset olivat oleellisia ja riittävän kattavia tutkimuskysymysten kannalta. Haastattelukysymykset on listattu liitteeseen 3. Teemojen ja haastattelukysymysten tarkoituksena oli johdatella haastattelua yleisistä vastuullisuus-kysymyksistä syvemmälle vastuulliseen ostotoimintaan ja vastuullisuussertifikaatteihin. Ensin haastateltavilta kysyttiin yritysten toimintaa ohjaavista arvoista ja vastuullisuusstrategiasta. Seuraavaksi haastateltavia pyydettiin kertomaan miten vastuullisuus näkyy käytännössä hankintatoimessa. Kolmannessa teemassa keskusteltiin vastuullista ostotoimintaa kannustavista tekijöistä ja esteistä. Neljännen teeman kysymyksillä pyrittiin saamaan selville minkälaiset vastuullisuuskriteerit olivat yrityksille tärkeitä ostotoiminnassa ja miten kriteereitä oli määritelty. Haastattelun viimeiseen teemaan vastuullisuussertifikaateista oli laadittu useampi kysymys sertifikaattien valinnasta, sertifikaattien kriteereistä, sertifikaattien aitoudesta ja varmentamisesta sekä niiden vertailusta. Näillä pyrittiin saamaan haastateltavilta mahdollisimman monipuolisia kuvauksia, joilla saisi syvemmän käsityksen sertifikaattien käytöstä ostoissa. Teemat esitettiin haastateltaville haastattelun alussa kuvana (kuva 1), ja niiden sisällöstä kerrottiin hyvin lyhyesti. Haastattelun aikana seurattiin haas-

tattelurunkoa ja varmistettiin, että kaikki teemat käytiin läpi haastateltavien kanssa. Haastateltavat kertoivat avoimesti aiheisiin liittyvistä tiedoistaan ja kokemuksistaan. Haastattelut etenivät teemojen mukaan välillä poiketen aiheesta toiseen.

Haastattelut tallennettiin analysointia varten. Tallenteet litteroitiin, ja analysointivaiheessa käsiteltiin litteroitua aineistoa. Haastatteluaineiston sisältö analysoitiin aineistolähtöisesti. Aineistolähtöinen eli induktiivinen sisällönanalyysi etenee vaiheittain ja se koostuu haastatteluaineiston purkamisesta, ilmausten listaamisesta, ilmausten ryhmittelystä, alaluokkien, yläluokkien ja pääluokkien muodostamisesta sekä kokoavan käsitteen muodostamisesta. Tässä analyysimenetelmässä aineiston käsitteet tiivistetään ja yhdistetään, jotta voidaan tulkita aineistoa ja etsiä vastauksia tutkimuskysymyksiin. Aineistosta muodostetut käsitteet ja luokat linkitetään teoriaan. (Sarajärvi & Tuomi 2018, 122–127.) Litteroidut haastattelut kuunneltiin ja luettiin useaan kertaan läpi, jotta aineiston analysointi toteutui vaiheittain. Aineistoa purettiin etsimällä siitä ilmauksia ja käsitteitä, jotka selittivät tutkimukseen liittyviä teemoja ja kysymyksiä. Ensin ilmauksia pelkistettiin, jonka jälkeen ilmaukset ryhmiteltiin eli luokiteltiin. Luokkien muodostamisessa käytettiin apuna haastattelun teemoja, opinnäytetyön teoriaa, ja itse aineistoa (Hirsjärvi & Hurme 2008, 148–149.) Aineistosta muodostetut luokat olivat tärkeitä, koska sillä varmistettiin, etteivät tutkimuksen teoria ja teemat ohjanneet liikaa aineiston analysointia. Aineistoa käytettiin etenkin alaluokkien muodostamisessa ja teoriaa hyödynnettiin enemmän ylempien luokkien muodostamisessa. Koko prosessin ajan varmistettiin, että luokitellun aineiston yhteys alkuperäiseen aineistoon säilyi. Luokittelun jälkeen haastatteluaineistosta etsittiin vastausten yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Lopuksi listattiin aineiston pääkohtia ja muodostettiin kokonaiskuva.

## 6 Tulokset

Tässä luvussa esitetään tutkimuksen tulokset. Aluksi luvussa 6.1 käydään läpi vastuullisuussertifikaattien kriteereistä tehtyä analyysia ja seuraavaksi luvussa 6.2 perehdytään haastatteluiden tuloksiin.

### 6.1 Vastuullisuusnäkökohdat sertifikaateissa

Sertifikaattien kriteerien vastuullisuusnäkökohtien tarkastelua varten luotiin Excel -taulukot, joihin koottiin tiedot tutkimuksen tuloksista. Taulukot ovat tämän opinnäytetyön liitteissä. Jokaiselle analyysissa mukana olleelle sertifikaatin standardille luotiin oma taulukko (Liite 4), jossa on tiedot YK:n Global Compact periaatteiden toteutumisesta sertifikaatin kriteereissä. Sertifikaattien kriteerejä nostettiin taulukoihin, vain mikäli niistä pystyi selkeästi tulkitsemaan, että niillä oli suora vaikutus kyseisen Global Compact periaatteen toteutumiseen. Taulukoihin listattiin Global Compact periaatteet ja jokaisen periaatteen kohdalle kirjattiin sertifikaatin vastaavat periaatteet ja kriteerit. Lisätietoihin kirjattiin sertifikaattien kriteereissä olleita tarkentavia kohtia tai otsikoita, joiden alla kyseistä Global Compactin periaatetta käsiteltiin. Taulukoihin nostettiin ne kriteerit, joissa tuli selvästi esille, että Global Compactin periaatteen pitäisi täytyä kriteeriä noudattamalla. Jokaisen sertifikaatin analysoinnin lisäksi luotiin yhteenvetotaulukko (Liite 5), johon kerättiin samat tiedot yleisellä tasolla kaikkien tutkimuksessa analysoitujen sertifikaattien osalta.

Global Compactin kymmenen periaatetta luokitellaan seuraavien teemojen alle: ihmisoikeudet, työelämä, ympäristö ja korruption vastaisuus.

Global Compactin ihmisoikeuksiin liittyvät periaatteet olivat mukana Fairtrade ja RSPO standardien kriteereissä. Nämä tulivat esille esimerkiksi Fairtrade standardin kriteeristön termeissä: Freedom from forced or compulsory labour, Child labour and child protection, Freedom from discrimination. MSC standardin kriteereissä ei ollut löydettävissä selkeää konkreettista kriteeriä tai kriteerejä ihmisoikeuksista. MSC standardin kolmannessa periaatteessa Effective management mainitaan, että siinä edellytetään kansallisten ja kansainvälisten lakien ja standardien noudattamista. Tämä ei kuitenkaan takaa ihmisoikeuksien noudattamista, koska ihmisoikeuksien toteutuminen ja valvonta eri maissa vaihtelee varsin paljon.

Työelämää koskevat periaatteet tulivat esille Fairtrade ja RSPO standardien kriteereissä. Kriteereissä mainittiin vapaus pakkotyöstä, syrjinnästä ja häirinnästä, oikeus kollektiiviseen neuvotteluun, terveys ja turvallisuussuunnitelman dokumentointi sekä lapsityövoiman kieltäminen. MSC standardin kriteereissä ei ollut löydettävissä selkeää konkreettista

kriteeriä tai kriteerejä työelämän periaatteista. MSC standardin kolmannessa periaatteessa Effective management mainitaan, että siinä edellytetään kansallisten ja kansainvälisten lakien ja standardien noudattamista. Kuten ihmisoikeuksien kohdalla, tämä ei takaa sitä, että työelämän periaatteet toteutuisivat, koska kansallisten lakien sisältö vaihtelee.

Ympäristöön keskittyvät periaatteet näkyivät kaikkien tutkittujen standardien kriteereissä. RSPO standardin kriteerit liittyivät muun muassa vaikutusten arviointiin, henkilöstön koulutukseen sekä suunnitelmiin päästöjen vähentämiseksi ja toiminnan kehittämiseksi. MSC standardin kriteereissä otettiin kantaa kestäviin tavoitteisiin kalakantojen statuksessa, kalakantojen kasvattamiseen, kalastuksen ympäristövaikutuksiin sekä kalastuksen kontrollointiin. Fairtrade standardien kriteereissä tuli esille luonnon monimuotoisuuden suojeleminen, ilmastonmuutokseen sopeutuminen, torjunta- ja vaarallisten aineiden käytön hallinta, kestävät tuotantotavat, ympäristövaikutusten hallinta sekä hiilijalanjäljen vähentäminen.

Korruption vastaisuus näkyi niin ikään kaikkien standardien kriteereissä. Kriteereissä oli mainittuna esimerkiksi eettiseen ja läpinäkyvään toimintamalliin sitoutuminen, taloudelliset auditoinnit Reilun kaupan lisän osalta, auditointitulosten jakaminen jäsenille sekä dokumentoinnin jäljitettävyys.

## **6.2 Sertifikaattien vastuullisuuden arviointi ostotoiminnassa**

Tässä luvussa esitetään haastatteluista saadut tulokset haastattelun teemojen mukaan. Haastatteluteemat olivat yrityksen vastuullisuusstrategia ja arvot, vastuullisuuden määrittely ja toimeenpano hankintaketjussa, vastuullinen ostoprosessi: kannustimet ja esteet, kriteerit elintarvikkeiden vastuulliselle ostotoiminnalle sekä elintarvikkeiden vastuullisuussertifikaatit ostotoiminnassa. Teemat johdettiin opinnäytetyön teoriasta ja haastattelujen tulosten esitys on ryhmitelty teemojen alle, jotta tulosten yhteys teoriaan olisi mahdollista hahmottaa. Haastatteluaineistoa havainnollistetaan vastauksista poimituilla suorilla lainauksilla, jotka on merkitty lainausmerkein ja esitetty kursivoituna tekstissä.

### **6.2.1 Yrityksen vastuullisuusstrategia ja arvot**

Haastatteluun osallistuneissa kaikissa yrityksissä oli määritelty arvoja, joihin yritysten vastuullisuusperiaatteet ja vastuullisuusstrategiat perustuivat. Varsinaista vastuullisuusstrategiaa ei kaikissa yrityksissä ollut dokumentoitu, mutta liiketoimintaa ohjaavia vastuullisuusperiaatteita oli esitelty esimerkiksi yritysten Internet -sivuilla. Vastuullisuus osoittautui yrityksille tärkeäksi arvoksi. Vastuullisuus oli vahvasti osa yritysten liiketoimintaa ja sitä kuvasi etenkin seuraavat haastateltavien kuvailut.

*"...sellainen niin liikkeelle paneva voima"*

*”vastuullisuus läpäisee koko meidän liiketoimintaa ja se on aina kaikista tärkein asia”*  
*”ydinarvo on se et meidän tuotteet ovat parempia ihmisen, eläinten ja luonnon kannalta”*  
*”Ollaan aina oltu, pyritty olemaan edelläkävijä noissa asioissa.”*  
*”Luomuun erikoistuneena yrityksenä tietenkin ympäristö on siinä ykkösenä.”*  
*”meidän valikoima on isolta osalta, ei täysin sataprosenttisesti, vegaaninen.”*

Kaksi haastateltavaa mainitsi, että yritykset olivat olleet mukana vastuullisuus kampanjoissa, joista esimerkkeinä mainittiin Itämeri -kampanjat, Ostaavastuullisesti.fi -kampanja ja Finnwatchin organisoima Ykkösketjuun -kampanja. Kampanjoihin osallistumalla yritykset pyrkivät nostamaan esille omia arvoja vastaavia vastuullisuusteemoja ja olemaan mukana vastuullisuuden edistämässä.

Kaikissa yrityksissä ympäristövastuuseen liittyvät asiat olivat osa vastuullisuusstrategiaa. Ympäristövastuun näkyminen arvoissa tuli keskusteluissa esille monien esimerkkien kautta. Haastateltavat kertoivat, että vastuullisuusperiaatteisiin vaikuttivat ilmasto- ja ympäristösyöt, eläinten oikeudet ja suojelu, merien hyvinvointi, hiilijalanjäljen pienentäminen, kierrätys, hävikin vähentäminen sekä kestävän kulutuksen edistäminen. Edellä mainittujen lisäksi vastuulliset ja luonnonmukaiset tuotantotavat sekä kestävän tuotantotalouden edistäminen olivat vastuullisuusperiaatteissa mukana.

*”meillä tää vastuullisuus perustuu kalakantoihin ja kaloihin ja WWF:n luokitukseen ja kaikkeen tällaseen”*

*”...me arvotetaan sekä sitä alkutuotantoa ja sitä kuinka lähellä tai kaukana se on tuotettu, mut sit on myös tää pakkaussuunnittelu ja materiaalin kierrätys ja hävikin minimointi ja tämmöset.”*

*”...meidän tuotteet ovat hyviä ympäristön kannalta, ovat parempia eläinoikeuksien kannalta, eläinten hyvinvoinnin kannalta ja sitten ovat parempia myös ihmisten kannalta.”*

Sosiaalisesta ja taloudellisesta vastuusta esitettiin hieman vähemmän esimerkkejä kuin ympäristövastuusta, mutta nekin tulivat jokaisen yrityksen vastauksissa esille. Sosiaalista ja taloudellista vastuuta kannettiin painottamalla hankinnoissa tuotteita, joissa oli sosiaalisen vastuun kriteerit täyttävä sertifiointi. Tämä toimintamalli oli käytössä kaikissa tutkimukseen osallistuneissa yrityksissä. Lisäksi yhdessä yrityksessä sosiaalinen vastuu näkyi suoraan omassa työyhteisössä huomioimalla työntekijöiden erilaiset taustat ja lähtökohdat positiivisesti rekrytoinnissa. Yksi yrityksistä ilmoitti myös suosivansa yhteistyötä pienten yritysten kanssa, jotta omistuksen keskittymistä isoille yrityksille ei tuettaisi.

Yksi haastateltavista kertoi seuraavansa myös vastuullisuuden suuntaviivojen kehittymistä Ruotsissa, koska miellettiin, että siellä vastuullisuusasiat ovat Suomea edellä:

*”Ruotsi yleensä menee Suomea näissä vastuullisuusasioissa sen pari–kolme vuotta edellä. Ruotsia kun seuraa, niin tietää mitä Suomessa tapahtuu kahden vuoden kuluttua. Näin se yleensä on ollut. ...katon mitä Ruotsissa tapahtuu, ja sit mä rupeen muokkaamaan omia ostotoimintoja sen mukaan. Ja sit kun se on Suomessa, meillä on jo ne kaikki käytössä.”*

## **6.2.2 Vastuullisuuden määrittely ja toimeenpano hankintaketjussa**

Seuraavaksi haastatteluissa edettiin vastuullisuuden määrittelyyn ja vastuullisuuden näkymiseen käytännön ostotoiminnassa. Vastuullisuus näkyi haastateltujen yritysten hankintaketjuissa vastuullisuusperiaatteiden ja arvojen toteuttamisen kautta. Yritykset noudattivat hankinnoissa edellisessä luvussa kuvattuja periaatteita, ja ne ohjasivat ostoprosessia ja koko hankintaketjua. Yritysten oman toiminnan vastuullisuutta seurattiin säännöllisesti esimerkiksi laatusertifikaatin auditoinnin tai luomuvalvonnan yhteydessä.

Haastateltavien vastauksissa yhteistä oli se, että toimittajien vastuullisuutta seurattiin säännöllisesti. Seuranta toteutettiin tarkistamalla toimittajien sertifikaatteja ja niiden voimassaoloa sekä perehtymällä toimittajien liiketoimintaan.

*”Meidän tavarantoimittajien sertifikaatit tarkastetaan vähintään vuosittain luomun ja Reilun kaupan osalta. Ja sitten, koska me ollaan luomuyritys ja Reilun kaupan yritysjäsen, meitä myös samalla lailla valvotaan näitten valvontaorganisaatioiden toimesta.”*

*”Auditointeja niille, joilla ei ole laatusertifikaattia niin kahen vuoden välein. Ja sitten niillä, joilla on ulkopuolisen tekemä auditointisertifikaatti, ollaan tultu siihen tulokseen, että meidän ei tarvitse sitä sitten erikseen käydä siellä auditoidussa.”*

Tiivis ja läheinen yhteistyö tuotteiden valmistajien ja toimittajien kanssa koettiin luottamusta vahvistavaksi asiaksi:

*”Ja aina kun luo sen yhteyden toimittajaan, niin sitten yleensä se on molemmin puolinen luottamus.”*

Vastuullisuuden näkymistä hankintaketjussa kuvailtiin myös muilla tavoin, mutta nämä esimerkit eivät olleet haastateltujen kesken täysin samanlaisia. Seuraavassa poimintoja haastateltavien antamista esimerkeistä.

Yksi yritys oli pyrkinyt toimimaan liiketoiminnan aloittamisesta asti zero waste periaatteen mukaan, ja tällä tavoin pyrki vähentämään jätteen määrää. Tämän periaatteen mukaan ei kuitenkaan voitu täysin toimia, koska se edellyttäisi valikoiman karsimista.

*”Me emme pysty ihan täydellisesti nyt siihen menemään, koska se edellyttäis aika paljon valikoiman karsimista. Et me emme pysty sitä tekemään, mut se on aina ollut se ajattelu mukana, jätteen vähentäminen.”*

Logistiikan ympäristövaikutuksia pyrittiin vähentämään organisoimalla jakeluyhteistyötä:

*”No Suomessa kun tehdään yhteistyötä suomalaisten yritysten kanssa, suomalaisten valmistajien ja viljelijöitten kanssa, niin meidän rooli siinä logistiikkaketjussa, niin me halutaan tarjota avoin ja tämmönen molempia osapuolia hyödyntävä yhteistyö näitten pienten tai isojenkin valmistajien kanssa, et sen sijaan että se viljelijä tai valmistaja lähettelisi niitä paketteja postilla, niin me voidaan toimia siinä jakeluketjussa pääjakelijana, jolloin ne menee osana isompia kuljetuksia.”*

Eräs haastatelluista koki, että oma toimintatapa saattoi poiketa normaaleista vähittäiskauppan ostoprosesseista:

*”Ehkä voi olla, että meidän ostoprosessi on jotenkin niin erilainen. ... Ei ole mikään systemaattinen tai pisteytystä vaativa prosessi.”*

### **6.2.3 Vastuullinen ostoprosessi: kannustimet ja esteet**

Kysymys vastuullisten ostojen kannustimista ja esteistä osoittautui hieman haasteelliseksi, koska osasta vastauksista jäi sellainen vaikutelma, ettei näitä asioita ollut todennäköisesti tarvinnut miettiä kovin paljoa. Keskeisin vastuullisuuteen kannustava tekijä oli haastateltavien mielestä yritysten oma motivaatio toimia vastuullisesti ja edistää vastuullista liiketoimintaa. Vastuullisuutta haluttiin nostaa esille hankintaketjun eri osapuolille. Henkilökunnan arvioitiin arvostavan vastuullisuutta ja se saattoi olla henkilökohtaisesti tärkeä asia.

*”Ja kuinka moni ihminen loppujen lopuksi arvostaa tällaista, ei ehkä välttämättä kaikki, mut se on meille tärkeää, koska se motivoi aika monia meistä. ... No aika vähän vaikutusvaltaa tietysti meidän kokoisella yrityksellä on, mutta se on varmaan henkilökohtaisesti monille meistä tärkeä asia”*

*”me aidosti yritetään edistää tiettyjä asioita”*

*”Mun mielestä meidän kuuluu nostaa vastuullisuusasiat esille, vaikka asiakas ei sitä välttämättä haluaakaan.”*

Yhteistä vastauksille oli myös se, että niissä korostui asiakkaiden merkitys yhtenä tekijänä. Asiakkaiden kysyntä, arvot, motivaatio, osaaminen, ymmärrys sekä tietoisuus vastuullisuusasioista ja sertifiointeista vaikuttivat haastateltavien mielestä vastuulliseen ostotoimintaan joko negatiivisesti tai positiivisesti.

Asiakkaiden kysyntä ohjasi ja kannusti tekemään vastuullisia hankintoja:

*”tietysti jonkin verran asiakkaiden kysyntä ohjaa, ja aika paljonkin ohjaa. Ja meidänhän asiakaskunta on sellainen, et meihin luotetaan”*

*”...suurin osa asiakkaista valitsee meidät toimittajaksi juuri sen takia, että he tietävät, että meillä kaikki toimii vastuullisen, tai vastuullisesti pyritään kaikissa asioissa olemaan.”*

Vastuullisuuden tunnistaminen voi olla vaikeaa asiakkaille. Haastatellut olivat sitä mieltä, että asiakkaat ja kuluttajat eivät välttämättä tunnista kaikkia sertifikaatteja eivätkä ymmärrä niiden tarkoitusta, mikä saattoi olla haitallista tuotteen myynnin kannalta.

*”Yhtenä mä pidän tavallaan esteenä sitä, että kuluttaja ei aina tiedä näitä merkintöjä.”*

*”Mut sit on lukuisia tämmösiä sertifiointeja, mitkä saattaa olla niinkun, niillä saattaa olla voimakkaampi arvopohja, mitä näillä tunnetuilla sertifikaateilla on, mut kuluttajat ei vaan yksinkertaisesti tunne sitä... tai kuluttaja ei pysty siinä ostotilanteessa tunnistamaan, et okei mitä tää symboli tässä paketissa tarkoittaa.”*

*”Mutta jos kuluttaja ei vaan tunnista mitään niistä merkinnöistä, niin se ei voi tietää onks tää joku tän yrityksen oma joku merkintä vai onks tää joku toinen taho, ja mitä se tarkoittaa. Niin silloin se ostopäätös saatetaan tehdä puhtaasti hinnan perusteella, jolloin se marketin oma halpamerkki voittaa tietenkin.”*

Muita vastuulliseen ostotoimintaan kannustavia tai sitä estäviä asioita oli monenlaisia. Seuraavana esitellyt asiat vaihtelivat haastateltujen vastausten välillä. Yhtenä tekijänä mainittiin henkilökunnan osaaminen ja alan hyvä tunteminen, mikä auttoi tuotteiden vastuullisuuden arvioinnissa.

Yksi haastateltavista sanoi, ettei ostoja ollut aina mahdollista tehdä niin vastuullisesti kuin oli tavoitteena, koska tuotteissa eivät täytyneet kaikki vastuullisuuskriteerit. Vastuullisten tuotteiden hankinnassa oli toisinaan tullut vastaan saatavuusongelmat, koska esimerkiksi tuotteita, jotka olisi pakattu yrityksen kriteerit täyttäviin ekologisiin pakkauksiin, ei ollut riittävästi tarjolla. Toisaalta toisessa yrityksessä koettiin, että esimerkiksi sertifioitujen tuotteiden saatavuus ei ollut este vastuullisille hankinnoille, koska niitä oli hyvin saatavilla:

*”Ne rupee olee niin laajalla, et löytyy niin sanotusti vastuullinen tuote aina tilalle.”*

Reilu kauppa ry:n jäsenyys oli yhden haastateltavan mielestä toimintaa tukeva asia muun muassa viestinnän ja näkyvyyden kannalta. Reilu kauppa ry esimerkiksi viestii uusista Reilun kaupan tuotteista.

*”Me oltiin alun perin Reilu kauppa ry:ssä maahantuojana, mut nyt me ollaan jäsenenä myös valmistajana. ... ja sit meille tavallaan etuna on se, et sit kun se on Reilun kaupan sertifioitu tuote ja me ollaan se Reilun kaupan tuotteen valmistaja, niin Reilu kauppa ry kertoo myös meidän puolesta näille, et hei tämmönen uus Reilun kaupan tuote on tullut markkinoille.”*

Moni tekijä oli vastuullisuutta kannustava, mutta toisaalta myös hankaloittava tai lisätyötä vaativa tekijä. Esimerkiksi sertifikaatit aiheuttivat lisätyötä ja seurantaa, mutta ne koettiin kuitenkin tärkeäksi.

*”Kaikki tällaset sertifikaatit ja mitä nyt on, ne yleensä vaatii melkoista kirjanpitoa ja dokumentaatiota, että pystyy sitten seisomaan niiden omien argumenttien takana. Että kyllä hän se luo paljon työtä, sellaista niinkun seurantatyötä siihen, että kaikki menee oikein. Ja että tilastot pysyy, ja ne on niinkun pitääkin olla. Ne on periaatteessa esteitä ja kannustimia samalla. Selkeästi ei niinkun pysty lokeroimaan.”*

#### **6.2.4 Kriteerit elintarvikkeiden vastuulliselle ostotoiminnalle**

Haastatteluissa selvisi, että yritysten ostopäätöksissä tarkasteltiin laajasti erilaisia vastuullisuusnäkökohtia- ja kriteerejä, jotka on koostettu tähän lukuun. Kriteerit pohjautuivat yritysten arvoihin, vastuullisuusperiaatteisiin ja -strategiaan, joista pidettiin kiinni ostoja toteuttaessa. Vastuullisuusperiaatteiden noudattaminen tuli esille esimerkiksi haastateltavien kuvailtua miten periaatteiden vastaisista hankinnoista oli kieltäydytty asiakkaiden mahdollisista tiedusteluista huolimatta. Poikkeuksille piti olla perusteltu syy.

*”Se on se meidän liiketoiminnan niinkun peruslähtötaso on se, että tuote on luomu ja siihen tehdään poikkeuksia perustellusta syystä. Et ei pelkästään sen takia, et se tuote on halvempi, jos se ei oo luomusertifioitu, vaan pitää olla joku konkreettinen syy, esimerkiksi jotain tuotetta vaan ei saa luomuna.”*

Kriteerien taustalla vaikuttivat yritysten omien arvojen lisäksi asiakkaiden arvot ja asiakkaisiin muodostettu luottamus.

*”...tää tulee yrityksen arvojen pohjalta ja meidän pääasiakkaiden eli näiden jälleenmyyjien arvojen pohjalta. Eli jos meille tulee selkeä viesti, että 75 prosenttia meidän asiakkaista myy vegaanisia tuotteita ja meille tarjotaan jotain luomuväsiä, niin ei me välttämättä*

*lähetä kiinnostumaan siitä. Sekä kaupallisista syistä, että ne asiakkaat on meidän asiakkaita jatkossakin, ja että meillä on tietty luottamus saatu aikaan meidän asiakkaiden kanssa, että me ymmärretään näiden jälleenmyyjien ja kuluttajien arvot ja vaatimukset.”*

Ostoprosessissa vastuullisuuden tarkastelu kohdistui karkeasti luokiteltuna seuraaviin näkökohtiin ja kriteereihin: sertifikaatit, luonnon ja eläinten suojeleminen, tuotteen vegaanisuus, tuotantotapa, tuotteen pakkaus ja kierrätettävyyden mahdollisuus, ihmisoikeudet ja sosiaalinen vastuu sekä tuotteen jäljitettävyyden mahdollisuus. Kriteerien painottuminen tiettyihin asioihin yrityskohtaisesti johtui ainakin osittain siitä, että yritysten liiketoiminta ja tuotevalikoima olivat keskittyneet tietyn kategorian tuotteisiin.

Sertifikaatit mainittiin jokaisen yrityksen ostotoiminnan vastuullisuuskriteereissä. Tiedetyt sertifikaatit olivat vahvasti läsnä kriteerien määrittelyssä, mikäli yrityksen oma liiketoiminta oli jollain tavoin kytköksissä sertifikaattiin. Yritykset joko valmistivat tai maahantoivat jotain tuotetta, jolla oli tietty sertifikaatti, esimerkiksi luomusertifikaatti, jolloin kyseisen sertifikaatin kriteerit vaikuttivat ostotoiminnan kriteereihin.

*”... kun me ollaan EU luomusertifioitu toimija, jota Suomessa valvoo Ruokavirasto, niin meidän toiminnassa meidän pitää toimia sen luomusertifikaatin mukaisesti. Ja sit samalla lailla Reilu kauppa ry valvoo meitä valmistajana. Niin siinä pitää toimia niitten Reilun kaupan sertifioinnin ehtojen mukaan. Täs on tämmönen lainsäädännöllinen ja sopimuksellinen valvonta ja kriteeristö.”*

*”Pyrimme ostamaan just MSC ja ASC sertifioituja tuotteita maailmalta. Tai sitten kotimaisia, jotka ovat hyvin vastuullisesti yleensä, tai Suomessahan on meidän kalastama kala hyvin vastuullisesti pyydettyä, että siinä ei tarvii sitä mieltii juuri ollenkaan. Eli ne periaatteessa määrittelee hyvin pitkälti.”*

Sertifikaattien avulla oli tehty tuotevalintaa ja karsittu tuotevalikoimasta pois sertifioimattomia tuotteita:

*”...olla tiputettu pois sitä mukaan kun esimerkiksi tulee MSC tai ASC tuote, joku tietty laji, niin sitten ei- MSC tai ASC tuote on tiputettu pois valikoimista, ja on otettu tilalle sertifioitu tuote.”*

*”Eli alkaen siitä, että onks se tuote luomusertifioitu, kyllä vai ei. Sit onks sillä tuotteella joku reilun kaupan sertifikaatti. Onks se tuote vegaaninen ja kertooko se pakkaus sen jollain symbolilla.”*

*”melkein aina ensimmäisenä meitä kiinnostaa et onks tää tuote luomusertifioitu vai ei, ja sit ne muut on silleen tavallaan toissijaisia siinä.”*

*”Pyritään luomuun. Meillä ei sataprosenttisesti ole luomua, mutta noin 98 prosenttia tuotteista on luomua.”*

*”Sit me katsotaan ne raaka-aineet ja raaka-aineiden kohdalla sertifikaatit nousee esiin.”*

Sertifikaatteja suosittiin tuotevalikoimissa, ja mikäli tuotteella oli sertifikaatti, ostopäätösten tekeminen oli helpompaa:

*”Ja jos on, niin sitten se yleensä helpottaa asioita huomattavasti. Sitten taas jos ei ole, niin sit se vaatii enemmän taustatyötä ja selvää ottamista missä mennään tuotteen osalta. Ja yleensä se vaan päättyy niin, että se ei pääse valikoimiin.”*

Kaikissa yrityksissä ympäristövastuun toteutumista arvioitiin varmistamalla, että luonnon-suojelu huomioidaan ostopäätöksissä:

*”valitaan ne tuotteet, niin että ne olis maailman merille parhaat mahdolliset, että me ollaan mieluummin osa ratkasua kuin osa ongelmaa niin sanotusti.”*

Yksi haastateltavista mainitsi lisäksi eläinten suojelun:

*”...otetaan huomioon eläinten oikeudet ja sitten ei pelkästään ilmastosyistä tai ympäristösyistä vaan myös eläinoikeussyistä suoraan.”*

Ostopäätöksiä tehtäessä arvioitiin tuotteiden tuotantotapaa, ja vastuullisiksi tuotantotavoiksi määriteltiin

- luomutuotanto
- alkutuotanto
- ekologiset tuotantotavat
- energian säästö ja energiatehokkaat tuotantotavat
- lähituotanto
- tehotuotannon puuttuminen
- vähäinen prosessointi.

Luomutuotannon tärkeys nostettiin erikseen esille:

*”Ja luomu on tosi tärkeä, koska silloin varmistetaan, että siinä ympäristössä ei ole tehotuotantoa.”*

Tuotteen prosessointiasteen kerrottiin olevan ostopäätökseen vaikuttava tekijä, koska mahdollisimman vähäinen prosessointi kuluttaa vähemmän energiaa.

*”Alkutuotanto on tosi tärkeä myös. Silloin kun prosessoidaan mahdollisimman vähän, niin silloin ei tarvita raskasta infraa, joka kuluttaa paljon energiaa.”*

Tuotteen elinkaaren aikaisia vaikutuksia seurattiin, ja keskusteluissa niistä nousi esiin tuotteen kuormitus sekä tuotantopanoksen ja energiankäytön tarkastelu.

*”Eli aina valintaprosessissa otetaan huomioon se et tuote kuormittaa luontoa mahdollisimman vähän kaikissa elinkaaren vaiheissa.”*

Myös pakkausmateriaaleja tutkittiin ja valikoimaan pyrittiin valitsemaan ekologisesti pakattuja tuotteita. Tuotteen pakkauksen arvioinnista ja ostopäätöksen puntaroinnista kertoi seuraava:

*”jos tuote ei ole kovin kummoinen muutenkaan ja sit, jos se on ylipakattu, niin saattaa tulla päätös et me ei oteta ollenkaan”*

Pakkaamiseen kiinnitettiin huomiota myös logistisesta näkökulmasta, jotta kuljetuksiin käytettävä tila olisi optimaalisesti hyödynnetty ja sitä kautta logistiikan hiilijalanjälki olisi mahdollisimman pieni:

*”Sit myös se tukkuporrasta kiinnostava logistinen paketointi. Onks se tuote pakattu silleen, että se tukkupakkaus, onks se sellanen, että se kestää kuljetuksen ja onks se semmonen, että se on mitotettu sen tuotteen mukaan, vai onks siellä hirveesti ylimääräistä tyhjää tilaa, jolloin maksetaan siitä, että toi rahtifirma kuljettaa ilmaa ja lisätään sitä hiilijalanjälkeä silleen.”*

Yksi yritys käytti ympäristöjärjestö WWF:n laatimaa kalaopasta vastuullisten ostopäätösten tukena, koska sen katsottiin olevan hyvä apuväline vastuullisuuden arvioinnissa:

*”Sehän on erittäin hyvä dokumentti. Sehän on kuluttajalle suunnattu tietysti eikä tällaiselle isommalle yritykselle suunnattu. Mut siel on hyvin selkeesti kerrottu. Sithän se tietysti on et kalaopas on tehty kuluttajille, niin sitähan on rajoitettu. Ne ei pysty ihan kaikkea laittamaan siihen, mikä sitten tietysti voi aiheuttaa hieman hämminkiä. Jos jotkut ajattelee, et jos sitä ei ole mainittu siinä, niin sit se voi olla ihan ok. Mutta asia ei ole näin, vaan WWF:llä on sellainen iso tietokanta, jossa on, en muista onko siinä yli 6000 lajia mainittuna, josta sitten jokainen kansallinen WWF ottaa sitten ne tiedot mitä ne haluaa nostaa esiin omassa kalaoppaassa. Mikä sitten tekee sen, että esimerkiksi Suomen ja Ruotsin kalaoppaat voi näyttää hyvin erilaiselta, ja molemmat on oikein. Eli tässä joutuu välillä vähän luovimaankin, koska se meidän Suomen kalaopas ei ihan kaikkea kerro, niin joutuu sitten välillä muitten maitten kalaoppaista etsimään sitä tietoa. Eli siitä on tukea, kyllä, on hyvä opas.”*

Tuotteen alkuperätietojen saaminen koettiin tärkeäksi, ja ostoprosessissa sitä kuvaavia kriteereitä olivat tieto alkuperästä, tiedon saatavuus, tuotteen jäljitettävyyys, tuotteen tunteminen ja tuotteen varmistettavuus.

*”Se on meille tosi tärkeätä, kun meille tulee suklaata pientuottajilta, me pystytään tiloille asti jäljittämään. Me tiedetään mistä se tulee tai ainakin saamme tarvittaessa tiedon. Suklaan, teen ja kahvin kohdalla tosi tarkasti esimerkiksi.”*

Yksi haastateltavista kuvaili miten sosiaalisen vastuullisuuden toteutumista arvioitiin tarkastelemalla ihmisoikeuksia. Ihmisoikeudet tuotteiden lähtömaissa olivat yritykselle tärkeä vastuullisuuskriteeri. Ihmisoikeuksia ei saisi polkea ja tuotteiden tulisi olla ihmisoikeuksia kunnioittavia.

### **6.2.5 Elintarvikkeiden vastuullisuussertifikaatit ostotoiminnassa**

Haastatteluiden viimeisessä teemassa keskityttiin elintarvikkeiden vastuullisuussertifikaatteihin ostotoiminnan näkökulmasta. Kaikissa haastatteluissa tuli selvästi esille, että sertifikaatit huomioidaan ostopäätöksissä. Haastateltujen mielestä sertifikaatit olivat hyvä apuväline sekä etuna ja tukena päätöksenteossa. Sertifikaattien koettiin auttavan etenkin uusissa toimittajasuhteissa:

*”Ja ostoprosessin tapauksessa siitä on hyötyä, jos se tuottaja ei oo niin tunnettu ja läheinen, niin sit siitä on hyötyä, siitä on apua.”*

*”Varsinkin, jos on uusi toimittajasuhde, niin sitten se auttaa tosi paljon.”*

Yritysten vastuullisuusperiaatteita ja -strategiaa noudattelevien sertifikaattien käyttöä suositettiin:

*”Sitten jos miettii näitä muita sertifikaatteja miks me ei niitä seurata, niin osa syy on just se, että ne ei seuraa sitä tai ne ei vastaa meidän periaatteita eikä strategiaa.”*

Kuten jo ostotoiminnan kriteerien kohdalla kävi ilmi, valikoituneilla sertifikaateilla oli jokin kytkös yritysten omaan liiketoimintaan esimerkiksi maahantuonnin tai valmistuksen kautta:

*”Mutta meitä kiinnostaa tai meille suurimman painoarvon saa se luomusertifiointi, koska me ollaan luomuvalvottu, siinä luomusertifioinnissa mukana. Ja Reilun kaupan sertifikaatti, koska me ollaan Reilun kaupan yhdistyksen jäsenyritys. ... Et näitä muitakin reilun kaupan sertifikaatteja on, mut meillä suurimman painoarvon saa se FLO:n sertifikaatti siitä syystä, että me ollaan se jäsenyritys siinä sertifioinnissa.”*

*”Me ei niissä muissa sertifikaateissa olla jäsenyrityksenä, niin niillä ei ole samanlaista painoarvoa, vaikka niitä arvotetaankin ja arvostetaan. ...jos ei sillä oo niitä sertifikaatteja,*

*mitä me tunnetaan, joitten jäseniä me ollaan, niin sit ne sertifikaatit ei välttämättä saa sitä painoarvoa, mitä ne sais jollain toisella yrityksellä.”*

Haastatteluissa nousi esille tärkeimpinä sertifikaatteina: Luomu, Demeter, Reilu kauppa, muut reilun kaupan sertifikaatit, MSC, ASC ja vegaani sertifikaatit. Yritysten valikoimissa olevat tuotteet olivat kaikki tai lähes kaikki sertifioituja.

*”Luomu on tietysti, se on kaikista laajimmin käytössä meillä. Eli melkein kaikki tuotteet mitä meillä on valikoimassa, noin 98 prosenttia on luomusertifioituja.”*

Tiettyihin sertifikaatteihin muodostunut luottamus oli ostopäätöksiä edesauttava tekijä.

Näiden sertifikaattien tuotteiden aitouteen ja alkuperään luotettiin.

*”Ja sitten se, että MSC:hen pystyy luottamaan. Siihen, että ne tekee myöskin tutkimuksia ja näitä ns. kalaväärennöksiä, mitä maailmalla saattaa olla tai on ehkä enemmän maailmalla kun Suomessa, niin niitä myöskin tarkistetaan. Eli 99,99 prosenttia, jos on MSC merkki siinä pakkauksessa, voit olla varma, et se tuote on sitä mitä sen on luvattu olevan myöskin. Nehän geenitutkitaan, että pitääkö todellakin paikkansa, että se tuote on sieltä mistä ne väittää sen olevan.”*

Sertifikaateilta vaadittiin kattavia ja laajoja kriteeristöjä. Liian suppeat kriteerit sertifikaateissa eivät täyttäneet haastateltavien mielestä yritysten omia vastuullisuuskriteerejä tarpeeksi.

*”No vähemmän kriittisiä, siellä saattaa puuttua tiettyä, ettei välttämättä seurata kalakantojen voimallisuutta tai kalastusmenetelmiä, että onko ne ok. Ne ei vaan ole tarpeeks kattavia meidän mielestä.”*

Sertifikaateissa arvostettiin, ja niistä haettiin seuraavia ominaisuuksia

- riittävä kriittisyys, kattavuus ja laajuus
- luotettavuus
- kolmannen osapuolen valvonta
- vakiintuneisuus ja tunnettuus
- ympäristökriteerit
- sosiaalisen vastuun kriteerit
- hyöty tuotantomaa yhteisölle.

Seuraavat lausunnot kuvailevat hyvin edellä listattujen ominaisuuksien arvostusta.

*”No kaloillahan löytyy monta sertifikaattii, joista sit nää MSC ja ASC on ehdottomasti laajimmat... Niin nää on ne on laajimmat, vaikeimmat saada niin sanotusti. Niin ne on valikoitunut, että näitä kahta me seurataan ja pyritään käyttämään.”*

*”Niillä on useampi etu, että ne on vakiintuneita ja ne on tunnettuja sekä elintarvikealalla että kuluttajien osalta, ja ne nähdään luotettavina, koska EU:n luomusertifikaattia valvoo EU ja jäsenmaiden viranomaiset ja Reilu kauppa ry:kin on jostain 60-luvusta lähtien ollut olemassa. Niin ne on sekä tunnettuja, ja ne on niin tunnettuja ja selkeitä, että niitä voidaan pitää alan standardeina melkeinpä.”*

*”Ja just tästä syystä kun näitä reilun kaupan sertifikaatteja on joku 10–12 erilaista ainakin, niin et mikä se konkreettinen hyöty siitä on sille alkutuottajalle, viljelijälle ja sitten sille tuotantomaaalle tai sille tuotantoalueen yhteisölle.”*

*”Demeter on sertifiointimerkinä vielä parempi kuin luomu. Siinä on paljon tiiviimpi ja kunnioittavampi suhde siihen luontoon ja kasveihin. Eli se on vielä askel pidemmälle. Me arvostetaan tätä merkkiä. Ja yleensä jos on Demeter merkki, voi vaan luottaa ihan täysin, et kaikki on kunnossa.”*

Sertifikaatteja myös kritisoitiin. Yhden haastateltavan mielestä Reilun kaupan sertifikaatin ehdoissa oli tapahtunut muutoksia, jotka olivat heikentäneet kriteerejä:

*”Siihen tuli viitisen vuotta sitten Unileverit ja kaikki muut. Niillä on niin paljon lobbausvaltaa, et se loppujen lopuksi meni siihen, että tätä merkkiä saa käyttää, vaikka vaan yksi raaka-aine olisi reilua. Eli ne lobbasi niin voimakkaasti ne ehdot, että tän merkin sai laittaa tuotteen pakkaukseen, vaikka vaan yks raaka-aine oli sertifioitu. Eli se vesitti tosi paljon niitä kriteerejä.”*

Tässä yrityksessä suosittiinkin tuottajien perustamaa uutta reilun kaupan sertifikaattia, koska sen kriteerit miellettiin tiukemmiksi:

*”Eli se on WFTO, joka on tuottajilta lähtöisin oleva, tuottajien perustama reilun kaupan sertifiointiorganisaatio, jossa on paljon tiukemmat kriteerit ja kovemmat ehdot. Eli tää on sitten se mitä myös pyritään edistää, koska se on paljon reilumpi”*

Joissakin sertifikaateissa oli erään haastateltavan mukaan kyseenalaiset vastuullisuusväittämät tai niitä oli käytetty harhaanjohtavasti, ja siksi niitä sertifikaatteja ei suosittu:

*”...ne mainostaa sitä, et he on käyttäny koukkua mihin ei merikilpikonnat tartu. No mut tekekö se siitä vastuullisen? Ne ei tee, koska se on luultavasti sitten kumminkin kalastettu niin kutsutulla pitkäsiimalla mihin kyllä tarttuu kaikennäköstä muuta, joka on kyllä WWF:n punasella listalla sen takia, koska pitkäsiima on, niitä kalastusvälineitä jää mereen, ja sinne tarttuu kiinni sellasia lajeja, joita ei oo tarkotus pyydystää. Et onko se tonnikala vastuullinen sitten siinä vaiheessa? Ei minun mielestä.”*

Kritiikistä huolimatta tiettyjen sertifikaattien kriteerit miellettiin hyvänä asiana, koska yrityksillä oli rajalliset resurssit perehtyä asioihin ja miettiä itse kaikkia kriteerejä:

*”Eli just sen takia se on hyvä, että meil on MSC ja on WWF, jotka on tehny näitä kriteerejä. Jos me omana yrityksenä jouduttais tekee näitä kriteerejä, niin siis me tarvittais sellainen armeija ihmisiä, jotka ottais asioista selvää. Et me, ei siihen vaan niinkun pysty.”*

Haastatteluista sai sellaisen vaikutelman, että sertifiointijärjestelmien toimintaan luotettiin yleisellä tasolla. Haastatellut kertoivat miten he valvoivat omia toimittajiaan, ja miten heitä valvottiin:

*”Jokainen meidän toimittaja, joka toimittaa meille ASC:tä, me varmistetaan että niillä on se sertifikaatti ja että se on voimassa.”*

*”Eli siellä sitten tää kolmas osapuoli..., joka tekee sen auditoinnin, tarkistaa että näillä todellakin on sertifikaatti voimassa.”*

*”Eli tietysti luomuvalvontahan edellyttää meitä keräämään ne sertifikaatit. Kerran vuodessa meillä käy luomuvalvoja.”*

Yrityksillä oli omia kokemuksia sertifiointijärjestelmien valvonnan toiminnasta. Eräs haastateltu kuvaili Reilun kaupan -merkin käyttöoikeuden seurantaa:

*”Reilun kaupan tuotteissa, kun me ollaan valmistaja, jotta siinä meidän valmistamassa tuotteessa saa olla Reilun kaupan -merkki, niin se tuote on pitänyt ilmoittaa Reilu kauppa ry:lle. Ja sit jos sitä tuotetta ei ole niitten järjestelmässä, niin sitä ei saa markkinoida reiluna tuotteena silloin tai Reilu kauppa -sertifioituna tuotteena.”*

Kolmannen puolueettoman osapuolen rooli auditoinneissa ja valvonnassa oli tärkeää. Yritysten itse perustamia sertifiointijärjestelmiä ei arvostettu. Erään haastateltavan mielipide kuvasi hyvin kolmannen osapuolen valvonnan painoarvoa:

*”Mä sanoisin ensimmäisenä, että sen pitää olla jonkin kolmannen puolueettoman tahon valvoma. Koska näitä on siis jotain ympäristöarvoista kertovia sertifikaatteja, mitkä on tämmösten suurten elintarvikealan ylikansallisten jättiyritysten luomia ja no mä en henkilökohtaisesti anna sille samanlaista painoarvoa ja arvostusta kun semmoselle sertifikaatille, jota valvoo kolmas osapuoli. Se ei oo se sidosryhmä itse siinä prosessissa mukana taputtelemassa itteään selkään, vaan että se on, niillä ei ole siinä semmosta sananvaltaa saako ne sen sertifikaatin vai ei, vaan niitten pitää täyttää sen sertifikaatin ehdot.”*

Viranomaisten valvonnan toimivuuteen luotettiin.

*”Mut siinäkin sitten toi tulli ja muut elintarvikkeita valvovat viranomaiset, niin ne kyllä siihen pystyy puuttumaan, ja ne valvoo näitä elintarvikkeita tarpeen mukaan. ... Ja kuluttajienkin on hyvä luottaa ainakin Suomessa näihin viranomaisten toimintaan. Että kyllä se on pääosin ihan perusteltua ja toimivaa.”*

Erityisesti luomutuotteiden valvonta ja järjestelmän avoimuus saivat luotettavuuden näkökulmasta positiivisia kommentteja:

*”No esimerkiksi tässä luomussa, luomua valvoo eri tahot Suomessa. On ruokavirasto, Valvira että näitten eri maakuntien ELY-keskukset. ... Niin kaikki nää kolmen eri luomuviranomaisen sertifikaatit Suomessa on löydettävissä Ruokaviraston hakusysteemissä, mikä on ihan kaikille avoin, että kuluttajatkin voi sinne mennä. ... Niin aikakin suomalaisen luomun osalta on hyvin helppo ihan milloin vaan mennä tarkistamaan sen luomusertifikaatin voimassaolo.”*

Sertifioitujen tuotteiden tuotantoprosessin valvontaa ja siirtymäkausia kuvailtiin tarkasti:

*”Me tiedämme, että se prosessihan käynnistyy sillä, että ne tulee mittaamaan, jos joku alue hakee tähän merkkiin, niin siinä ensin testataan maaperä. Nähdään soveltuuko se vai ei. Jos se soveltuu, niin sittenhän tulee se siirtymäkausi. Silloin siirtymäkaudella kahden–kolmen vuoden aikana et vielä saa tätä merkkiä, mutta sun pitää viljellä luomusti. Ensinnäkin lähdetään siitä ettei siellä oo mitään huonoja aineita. Et se maa on puhdas. Sen jälkeen lähdetään viljelemään luomusti kahden–kolmen vuoden ajan ilman tätä merkkiä, jotta varmistetaan, että luodaan se hyvä pohja tälle. Ja sit vasta saat sen, kun oot viljelly kolme vuotta luomusti, sä saat sen merkin, sä voit jatkaa.”*

Haastateltavat olivat törmänneet vain yksittäisiin tapauksiin, joissa sertifioituista tuotteista oli löytynyt jotain niihin kuulumatonta. Näissä tapauksissa poikkeamat olivat löytyneet tulin tai toimittajan omavalvonnan yhteydessä. Eräs haastatelluista muisteli näin:

*”Kerran oli aprikoosi, kuivattu aprikoosi. Meidän toimittaja on pyytänyt, että vedetään pois, koska siitä löyty pieniä, pieniä määriä yhdestä kielletystä torjunta-aineesta. Sehän käytännössä, jos ajattelet et se ois tehotuotettu, siinä ei olis mitään ongelmaa. Siinä vois olla kymmeniä muita vastaavia tavallaan torjunta-aineita. ... nää aprikoosit mitä meillä oli silloin, meidän oma saksalainen luomutukku omassa valvonnassa, ne itse testaa vielä, eli itse havaitsi sen. Ja ne veti sen pois.”*

Haastateltavat kuvailivat luottamuksen perustuvan myös pitkiin yhteistyökumppanuuksiin valmistajien ja toimittajien kanssa.

*”Et se perustuu luottamukseen. Meidän pitää pystyä luottamaan meidän tavarantoimittajiin.”*

*”Omien merkkien kohdalla meillä on aika hyvä varmuus aina. Tässä on monta vuotta tehty jokaisen brändin kanssa yhteistyötä.”*

Joskus oli vain luotettava sertifikaattien aitouteen ja luottaa siihen, että alalla toimitaan rehellisesti.

*”Ja sit joskus me vaan, meidän on vaan pakko luottaa siihen, että okei tää sertifikaatti on, me ollaan saatu joku pdf tai paperi, niin tää on nyt aito. En sanoisi suoraan, että näissä tuotteissa mitä me markkinoidaan, niin että näissä olis semmosta suurta elintarvikeväärännösten tai tämmösten riskiä.”*

Sertifikaatteja pidettiin tärkeänä, ja se vaikutti tuotevalintoihin. Yksi haastateltavista ilmoitti, että valitsevat valikoimiinsa vain sellaisia tuotteita, joissa on sertifikaatti. Kaikille haastateltaville sertifikaatti ei välttämättä aina ollut edellytys tuotteen valinnalle, mikäli tiedettiin, että tuote oli jollain tavalla sertifioitua tuotetta parempi. Esimerkiksi tuotteen tuotantotapa, tuotantomaa, pakkaus tai ainesosat saattoivat saada isomman painoarvon kuin itse sertifikaatti. Sertifioimattoman tuotteen vastuullisuus oli kuitenkin pystyttävä tarkistamaan. Suora kontakti valmistajaan oli oleellista vastuullisuuden varmentamisen kannalta.

*”...sertifikaatti on tärkeä, mut joskus on suora yhteys valmistajaan, ja sä tiedät, et tuote on jopa parempi kuin sertifioitu. Eli silloin me tehdään ne poikkeukset ja me otetaan tuote.”*

*”Et siitä kyllä ehdottomasti hyötyä, vaikka se ei meidän pienten toimijoiden tapauksessa ei ole aina mikään ehdoton vaatimus, mutta auttaa.”*

Joidenkin tuoteryhmien kohdalla sertifikaatti oli oltava, esimerkiksi luomutuotteissa lainsäädännön takia.

*”Mut ei semmosta oo kun meilkein luomu tälleen viranomaiskannalta katottuna. Joko sillä tuotteella on luomusertifiointi tai ei. Et se määrittelee sen, että saako sitä markkinoida kulluttajille luonnonmukaisena tuotantona vai ei. Niin tässä se on niinkun meille se vähimmäistaso, jos meille tarjotaan, hei täs on tämmönen luomutuote, ja sit sitä sertifikaattia ei ookaan, niin silloin se on se väite aika heikoilla kantamilla.”*

Sertifikaattien vertailu oli osa ostoprosessia. Yritykset olivat arvottaneet eri sertifikaattien tärkeyttä ja painoarvoa ostopäätöksissä. Eräs haastatelluista kuvaili Luomun ja Reilun kaupan sertifikaattien painoarvoa:

*”Mut sit muuten, me emme yleensä ota valikoimaan pelkästään Reilun kaupan tuotteita, jos se ei oo luomusertifioitu. Mut toisin päin se on aina plussaa. Eli aina ensisijaisesti me pyritään siihen luomuun ja sit se plussa on Reilun kaupan sertifiointi.”*

Ostopäätöksissä pidettiin sertifikaattien rinnalla myös muita yrityksille tärkeitä arviointikriteereitä:

*”Se mitä me aina ensin tarkistetaan on se, että mikä on sen tuotteen WWF luokitus. Se on niinkun se ensimmäinen, se aina tarkistetaan jokasen tuotteen kohdalla. Ja sit tietysti onko tuotteella sertifikaattia.”*

### 6.3 Yhteenveto tutkimuksen tuloksista

Valittujen sertifikaattien vastuullisuusnäkökohtien analyysin tulokset on koostettu yhteen sertifikaattien standardien vertailutaulukkoon (Liite 5). YK:n Global Compactin periaatteiden osalta ympäristö ja korruption vastaisuus näkyivät kaikkien tutkittujen standardien kriteereissä. Periaatteista ihmisoikeudet ja työelämä tulivat esille Fairtrade ja RSPO standardien kriteereissä, mutta MSC standardissa ei ollut selkeää konkreettista kriteeriä tai kriteerejä näistä periaatteista.

Liitteeseen 6 on listattu yhteenveto haastattelujen tuloksista. Yhteenvetotaulukossa on tuloksien pääkohdat teemoittain yrityskohtaisesti. Haastattelujen tuloksista tärkeimpiä havaintoja ja asioita on listattu seuraavaksi.

#### Yrityksen vastuullisuusstrategia ja arvot

- Vastuullisuus vahvasti osa liiketoimintaa
- Ympäristövastuu näkyi arvoissa ja periaatteissa monin eri tavoin
- Sosiaalinen ja taloudellinen vastuu myös tärkeitä arvoja

#### Vastuullisuuden määrittely ja toimeenpano hankintaketjussa

- Toimittajien vastuullisuutta seurataan ja arvioidaan säännöllisesti
- Omaan toimintaan kohdistuva valvonta

#### Vastuullinen ostoprosessi: kannustimet ja esteet

- Oma motivaatio tärkeää vastuullisuuden edistämisessä
- Asiakkaiden vastuullisuusosaaminen ja motivaatio vaikuttaa
- Monenlaisia vastuullisuuteen kannustavia ja hankaloittavia tekijöitä
- Jokin asia voi olla sekä kannustin että este
- Sertifikaattien tunnistaminen ja ymmärtäminen oleellista tuotteiden myynnin kannalta

#### Kriteerit elintarvikkeiden vastuulliselle ostotoiminnalle

- Kriteerien määrittelyssä taustalla yritysten vastuullisuusperiaatteet
- Tiettyjä sertifikaatteja käytettiin ja suositettiin valintakriteereinä ostopäätöksissä
- Ostopäätöksissä arvioitiin luonnon suojelua, vegaanisuuksia, tuotantotapaa, pakkausta ja kierrätettävyyttä, ihmisoikeuksia ja sosiaalista vastuuta sekä tuotteen jäljitettävyyttä

## Elintarvikkeiden vastuullisuussertifikaatit ostotoiminnassa

- Tiettyjä sertifikaatteja suosittiin riippuen yrityksen valikoiman painotuksesta tai kytköksestä sertifikaattiin esimerkiksi maahantuonti tai valmistus
- Tärkeimpiä sertifikaatteja Luomu, Demeter, Reilu kauppa, muut reilun kaupan sertifikaatit, MSC, ASC ja vegaani sertifikaatit
- Valikoimissa olevat tuotteet kaikki tai lähes kaikki sertifioituja
- Sertifikaatit tärkeitä, mutta ei kaikille välttämätön
- Sertifikaattien kriteerien oltava riittävän kriittisiä ja kattavia
- Sertifiointijärjestelmät ja valvonta koettiin luotettavina
- Sertifikaatteja vertailtiin osana ostoprosessia
- Joidenkin sertifikaattien kriteereissä ja vastuullisuusväittämissä nähtiin puutoksia tai epäkohtia

## 7 Pohdinta

Lopuksi tässä luvussa tarkastellaan ja pohditaan ensin tutkimuksen tuloksia, ja sen jälkeen arvioidaan opinnäytetyön toteutusta.

### 7.1 Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset

Haastatteluun osallistuneiden yritysten vastuullisuusperiaatteet noudattelivat odotetusti yritysvastuun kolmea pilaria eli ympäristövastuuta, sosiaalista vastuuta ja taloudellista vastuuta. Ympäristöarvot korostuivat vastauksissa, mutta sosiaalinen ja taloudellinen vastuu olivat myös tärkeitä. Tutkimukseen valikoituneiden yritysten vastuullisuuteen sitoutumisen oletettiin olevan korkealla tasolla, ja se vahvistui vastausten kautta.

Haastatteluiden perusteella tutkimukseen osallistuneille yrityksille oli tärkeää, että sertifikaattien kriteerien oli oltava riittävän kriittisiä ja kattavia. Esimerkiksi tuotteiden tuotanto- ja valmistusmenetelmät oli tunnettava perusteellisesti, jotta kriteerien oleellisuutta vastuullisuuden kannalta kykeni arvioimaan. Myös kriteerien kattavuuden arviointi voi olla haasteellista. Vaikutti siltä, että haastatellut olivat hyvin perehtyneitä omaan toimialaansa. Haastatellut olivat tunnistaneet sertifiointijärjestelmien ongelmia esimerkkeinä muutokset sertifiointijärjestelmissä kuten kriteerien helpottuminen, vastuullisuusväittämien väärinkäyttö tietyissä sertifikaateissa ja sosiaalisen vastuun kriteerien puuttuminen. Kuten esimerkiksi Finnwatchin 2016 tekemässä tutkimuksessa havaittiin, sertifikaatit eivät välttämättä kata yritysvastuun kaikkia kokonaisuuksia, vaan monesti sosiaalisen vastuullisuuden arviointi jää puutteelliseksi (Kultalahti & Vartiala 2016, 52–53). Tiettyjä sertifikaatteja suosittiin riippuen yrityksen valikoiman painotuksesta tai kytköksestä sertifikaattiin esimerkiksi maahantuonnin tai valmistuksen kautta. Tämä osoitti sen, että lopulta yritysten omat arvot ja tavoitteet vaikuttivat sertifikaattien käytön taustalla. Yritysten ostotoimintaa ohjasivat tietyt vastuullisuustavoitteet ja kriteerit, joiden toteuttamisen tueksi oli valikoitunut tietyt sertifikaatit, jotka vastasivat näihin tavoitteisiin.

Tutkimuksessa pyrittiin saamaan tietoa siitä miten sertifikaatteja pystytään hyödyntämään vastuullisessa ostotoiminnassa. Koipijärvi & Kuvaja (2017, 174–175) suosittelevat yrityksiä arvioimaan vastuullisuussertifikaattien soveltuvuutta omaan toimintaan ja muistuttavat ottamaan huomioon yrityksen omat tavoitteet. On tärkeää selvittää itselle mitä asioita sertifikaatilla tai sertifiointilla pyritään saavuttamaan. Seuraavia asioita suositellaan miettimään sertifikaatin hyötyjen arvioinnissa

- sertifiointin tavoitteet yritykselle esim. toimitusketjun vastuullisuuden hallinta
- sidosryhmien tuntemat ja luottamat sertifikaatit
- sidosryhmien odotusten täyttäminen sertifikaatin avulla
- vaadittavat resurssit

- ihmisoikeusvaikutusten arviointi sertifikaatissa.

Näitä eri näkökulmia pohtimalla pystyy käymään läpi melko kattavasti sertifikaattien mahdollisia hyötyjä ja haittoja. Tutkimuksen haastatteluissa keskusteltiin edellä luetelluista asioista. Haastateltujen kertomien perusteella kaikkia näitä seikkoja oli pohdittu sertifikaattien soveltuvuuden arvioinnissa ja niiden vertailussa. Esimerkiksi asiakkaille tuttuja ja asiakkaiden arvostamia sertifikaatteja suosittiin. Lisäksi yritysten omat vastuullisuustavoitteet olivat arvioinnin taustalla ja tiettyjen sertifikaattien suosiminen johtui osittain kytköksestä tuotteiden maahantuonnin tai valmistuksen kautta. Koipijärven ja Kuvajan asialista vaikuttaisikin näiden haastattelujen perusteella käytännölliseltä työkalulta sertifikaattien hyötyjen tunnistamisessa.

Sertifikaattien tunnettuudella, imagolla ja luotettavuudella oli vaikutusta ostopäätöksiin. Tähän voisi olla mielenkiintoista perehtyä tarkemmin, ja tutkia miten sertifikaattien imago ja tunnettuus vaikuttaa ostopäätökseen. Ainakin kuluttajien asenteita ja mielipiteitä vastuullisuussertifikaateista on tutkittu, todennäköisesti yritystenkin osalta. Mutta yritykset luottivat tiettyihin sertifikaatteihin enemmän kuin toisiin, niin miksi juuri näihin? Minkälaisen painoarvon sertifikaatin imago ja tunnettuus saa ostopäätöksissä verrattuna muihin kriteereihin?

Sertifikaattien vastuullisuusnäkökohtien arvioinnin tarkoituksena oli tuoda esille miten kattavasti Global Compactin periaatteet olivat esillä kriteereissä. Sertifikaattien analysoinnin tuloksena muodostettiin taulukot (Liitteet 4–5), joista näkee periaatteiden toteutumisen sertifikaattien kriteereissä. Taulukot tuovat esille sen mitä vastuullisuuden osa-alueita kussakin sertifikaatissa on ja miten ne ovat mahdollisesti painottuneet. Taulukoissa on kriteerien tiedot otsikkotasolla. Otsikko voi kertoa jotain itse sisällöstä, mutta tarkempi kriteerin sisältö on katsottava varsinaisesta standardista. Sertifikaattien kriteerien ymmärtäminen ja tulkinta vaatii asiaan perehtyneisyyttä, ja kriteereihin on aina syytä perehtyä tarkemmin, mikäli sertifikaattia aiotaan käyttää vastuullisen ostotoiminnan työkaluna.

Sertifikaattien kriteerien arviointi niiden toimivuuden kannalta olisi vaatinut enemmän osaamista. Vertailutaulukossa ei otetakaan kantaa siihen ovatko sertifikaateissa olevat kriteerit riittävän hyviä, tarkkoja tai kriittisiä vastuullisuusperiaatteiden toteutumisen arvioinnin kannalta. Esimerkiksi onko tietty kriteeri riittävän hyvä, jotta sillä voidaan varmistaa tietyn Global Companctin periaatteen toteutuminen. Tällaisen arvioinnin toteuttamiseen olisi tarvittu enemmän asiantuntijuutta, kuin mitä tutkimuksen tekijällä oli käytettävissään. Tiettyjen spesifien kriteerien kriittinen ja objektiivinen arviointi, esimerkiksi kriteerit ympäristövaikutusten vähentämiseksi tai ihmisoikeuksien toteutumiseksi, olisi vaatinut parempaa

alan osaamista. Kriteerien laadun arviointi ei ollutkaan työn tavoitteena, vaan tarkoituksena oli luoda katsaus vastuullisuusnäkökohtien kattavuuteen sertifikaateissa.

Opinnäytetyön tavoitteiden toteutumista havainnollistetaan peittomatriisissa (taulukko 1). Peittomatriisin avulla kuvataan tutkimuskysymysten toteutumista suhteessa teoriaan, haastattelukysymyksiin ja tuloksiin. Taulukossa 1 on eritelty Teoria -sarakkeeseen luvut, joista löytyy tietoperustaa tutkimuskysymyksiin. Tulokset -sarakkeessa on luvut, joissa käsitellään tutkimuskysymyksiin vastaavia tuloksia. Lisäksi taulukossa on lueteltu haastattelukysymysten numerot, jotka pohjautuvat tutkimuskysymyksiin.

Taulukko 1. Opinnäytetyön peittomatriisi

<b>Tutkimuskysymys</b>			
Millä tavoin vastuullisina profiloituneet elintarvikkeita myyvät suomalaiset yritykset pystyvät hyödyntämään sertifikaatteja ja standardeja hankinnoissaan?			
<b>Pääkysymyksestä johdetut alakysymykset:</b>	<b>Teoria</b>	<b>Haastattelukysymykset</b>	<b>Tulokset</b>
Onko sertifikaateista hyötyä ostajille hankintatyössä, kun ostopäätöksissä arvioidaan tuotteiden ja toimittajien vastuullisuutta?	Luku 3, 3.1	7, 9	Luku 6.2.2, 6.2.4, 6.2.5
Miten ostajat pystyvät arvioimaan ovatko sertifikaattien kriteerit linjassa yritysten omien vastuullisuus kriteerien kanssa?	Luku 3.3, 4	5, 6, 7, 8, 9, 10	Luku 6.2.4, 6.2.5
Miten ostajat pystyvät vertailemaan tuotteiden ja toimittajien vastuullisuutta eri sertifikaattien välillä?	Luku 4	11, 12	Luku 6.2.5
Ohjaavatko ja tukevatko sertifikaatit vastuullisia ostopäätöksiä?	Luku 3.1, 3.2	4, 5, 7, 9	Luku 6.2.2, 6.2.3, 6.2.4, 6.2.5
Mitä vastuullisuuden osa-alueita sertifikaattien kriteereihin sisältyy?	Luku 4, 4.1, 4.2, 4.3	8	Luku 6.1

## 7.2 Tutkimuksen ja opinnäytetyöprosessin arviointi

Tämä opinnäytetyö noudatti perinteisen tutkielman rakennetta ja vaiheita. Työ eteni teoriaan perehtymisestä ja kirjoittamisesta tutkimuksen toteuttamiseen ja sen tulosten analysointiin ja johtopäätöksiin. Teoriaan perehtyminen ensimmäisenä prosessin alussa tuki tutkimuksen toteuttamista ja etenkin haastatteluteemojen ja -kysymysten muodostamista. Toki teoriaa täydennettiin ja muokattiin myöhemmin työn edetessä, kun asioiden ymmärrys syventyi. Opinnäytetyöprosessi aloitettiin tutkimussuunnitelmalla, jossa määriteltiin työn tavoite, rajaukset ja aikataulu. Suunnitelma ohjasi työn etenemistä ja piti suuntaviivan

selkeänä, jos työn edetessä oli vaarana eksyä tutkimuksen kannalta epäolennaisen tekemisen pariin.

Tietoperustan rakentaminen muodostui seuraavista vaiheista

- teoriaan eli kirjallisuuteen ja muihin tutkimuksiin perehtyminen
- aineiston kerääminen ja karsiminen tutkimuksen kannalta oleellisiin lähteisiin
- tiedon sisäistäminen, muistiinpanojen tekeminen
- teorian kirjoittaminen.

Tutkimuksen toteutus eli empiria eteni alla listattujen vaiheiden kautta

- aineiston keruu sisältöanalyysiin
- sisältöanalyysin toteutus
- haastattelurungon / kysymysten laatiminen
- haastateltavien hankkiminen
- haastatteluihin valmistautuminen
- haastattelut
- haastattelujen litterointi
- haastatteluaineiston läpikäynti ja analysointi
- tulosten raportoiminen.

Teemahaastattelun oikeanlaista käyttöä aineistonkeruumenetelmänä pyrittiin varmistamaan perehtymällä haastattelumenetelmän toteutusta kuvaavaan kirjallisuuteen. Haastattelusuunnitelma toimi toteutuksen kannalta hyvänä tarkistuslistana. Haastattelujen toteutus eteni tämän avulla suunnitelmallisesti vaiheittain, ja varsinaisiin haastattelutilaisuuksiin oli valmistauduttu hyvin. Haastattelun suunnittelu- ja toteutusvaiheessa perehdyttiin lisäksi haastattelun eettisiin kysymyksiin. Nikanderin (2017, 381–383) laatima tarkistuslista haastattelututkimuksen tekijöille auttoi pohtimaan haastattelun toteutuksen kannalta tärkeitä kysymyksiä ennen varsinaista toteutusta. Haastattelupyynnössä esitettiin tutkimuksen tavoite sekä kerrottiin haastattelun tallentamisesta ja aineiston käsittelystä nimettömänä. Lisäksi kerrottiin, että aineisto hävitetään analysoinnin jälkeen. Haastattelujen alussa haastateltaville kerrattiin nämä tutkimuksen luottamuksellisuuteen liittyvät asiat.

Haastattelun menetelmäksi valikoitunut teemahaastattelu osoittautui hyvin toimivaksi. Haastattelut etenivät enimmäkseen teemahaastattelun idean mukaisesti, ja keskusteluissa poikettiin välillä haastattelukysymysten ja teemojen ulkopuolelle. Haastattelujen aikana keskustelu eteni välillä eri aiheesta toiseen, mikä asetti jonkin verran haasteita teemojen seuraamiselle. Kun kaikkia teemoja ja kysymyksiä ei käyty läpi haastattelurungon mukaisessa järjestyksessä, piti olla tarkkana, että kaikki aiheet tuli käsiteltyä. Kaikkia kysymyksiä ei tarvinnut välttämättä esittää, koska keskustelu eteni välillä itsestään joihinkin kysymyksiin. Aineiston analysointivaiheessa vahvistui, että kaikkien teemojen osalta käytiin keskustelua ja saatiin vastauksia. Kananen (2015, 150) korostaa, että tutkijan ja haastateltavan välinen vuorovaikutus on tärkeässä roolissa teemahaastatteluissa. Haastatteli-

jan on oltava hereillä ja huomioitava haastateltavan mahdollisesti aloittamat ennalta suunnittelemttomat keskustelunavaukset. Teemahaastattelua vetävän haastattelijan on uskaltauduttava poikkeamaan haastattelurungosta ja kysymyksistä, jotta haastatteluista saadaa tietoa mahdollisimman kattavasti. Teemahaastattelu on laadullinen tutkimusmenetelmä, jossa haastattelijan tulee pystyä esittämään jatkokysymyksiä ja toisaalta vastaanotamaan lisätietoa, joka nousee esille alkuperäisistä kysymyksistä. Haastattelun teemat toimivat haastattelutilanteissa hyvin ainakin haastattelijan näkökulmasta. Teorian pohjalta muodostetut teemat sitoivat haastattelujen tulokset teoriaan. Haastattelukysymyksetkin toimivat hyvin, mutta niissä oli huomattavissa jonkin verran päällekkäisyyttä esimerkiksi viimeisen teeman sertifikaatteihin liittyvissä kysymyksissä. Päällekkäisyys tuli esille vastausten kautta, kun saman haastattelun aikana vastauksissa alkoi toistua jonkin verran samoja asioita.

Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa jo tiedostettiin, haastattelut tutkimusmenetelmänä voivat olla vaativia. Haastattelut vievät aikaa, vaativat osaamista ja niiden analysointi on haasteellista (Hirsjärvi & Hurme 2008, 35). Ennen haastatteluja oli perehdyttävä haastattelun tekemiseen ja haastattelijan rooliin. Haastatteluteknisten seikkojen lisäksi oli huomioitava, että haastateltavia ei välttämättä saisi riittävästi vastaamaan tutkimuskysymyksiin. Riittävän kattava määrä haastatteluja on saturaation saavuttamisen kannalta tärkeää (Kananen 2015, 146). Haastateltaviksi kutsutut voivat kieltäytyä haastattelusta tai jättää vastaamatta kutsuun. Isoin haaste tutkimuksen toteutuksessa olikin saada haastateltavia mukaan tutkimukseen. Opinnäytetyöprosessin hallinnan ja eteenpäin viemisen kannalta tämä oli haasteellisin vaihe työssä, ja alun perin asetettu aikataulutavoite venyi ajateltua pitemmäksi. Haastatteluun tavoiteltujen yritysten yleisin kieltäytymisen syy oli ajan tai resursien puute, mikä on luonnollista etenkin pienissä yrityksissä. Toisaalta syynä saattoi olla nimeämättömät syyt kuten mielenkiinnon puute tutkimuksen aihetta kohtaan tai aihe saatettiin kokea liian vaikeaksi tai arkaluonteiseksi. Haasteista huolimatta haastattelututkimukseen olisi ollut hyvä saada mukaan enemmän haastateltavia. Haastatteluaineiston saturaatiota eli kylläntymistä ei tapahtunut riittävästi kaikkien kysymysten kohdalla, jotta tutkimuksen tulokset olisivat yleistettävissä vastuullisina profiloituneiden suomalaisten elintarvikkeita myyvien yritysten osalta. Osa tuloksissa esiintyvistä asioista oli toistuvia, mutta kolmen henkilön haastattelujen tuloksien perusteella ei ole täysin perusteltua yleistää havaintoja. Tutkimuksen tulokset ovat enemminkin otanta, mikä kuvaa hyvin tutkimukseen osallistuneiden yritysten ja haastateltujen näkemyksiä ja kokemuksia aiheesta. Haastatteluun osallistuneet henkilöt kertoivat asioista hyvin avoimesti. Vastaukset olivat kattavia eikä haastattelijan roolissa joutunut kaivelemaan lisätietoa. Saatu haastatteluaineisto oli tutkimuskokonaisuuden kannalta melko suppea, mutta toisaalta yksittäisissä haastatteluissa syvennyttiin aiheeseen syvällisesti ja laajasti.

Haastatteluista pyrittiin parhaan mukaan löytämään ja tuomaan esille vastausten samankaltaisuudet ja yhtäläisyydet eri haastateltavien välillä. Samalla tavoin pyrittiin etsimään ja erottelemaan vastausten eroavaisuudet ja poikkeavuudet. Tällä tavoin tulosten esityksessä haluttiin erotella mahdollisimman selkeästi se mikä oli vastaajille yhteistä ja mikä taas ei, koska joistakin aiheista tuli hyvin monenlaisia vastauksia. Tulosten esittelyluvuissa kirjoitettiin aina ensin haastattelujen yhtäläisistä tuloksista ja näiden jälkeen vasta eroavaisuuksista. Tämä esitysjärjestys pidettiin samana kaikissa tulosten läpikäyntiä koskevissa alaluvuissa. Tällä pyrittiin siihen, että esitystapa olisi lukijalle mahdollisimman selkeä ja esitysjärjestyksen toistuvuudella vähennettäisiin väärinymmärryksen mahdollisuutta.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprosessin toteuttaminen oli mielenkiintoista ja se opetti mitä työvaiheita tutkimuksen toteuttaminen sisältää eritoten haastattelun osalta. Tutkimuskysymys oli mielenkiintoinen, ja ensimmäinen syvälinen lähestyminen aiheeseen. Opinnäytetyöprosessin aikana aihepiirin ymmärrys syveni erityisesti sertifikaattien kriteereistä ja yritysvastuun implementoinnista ostotoimintaan.

## Lähteet

Berninger, K. & Tynkkynen, O. 2017. Nettopositiivisuus, menestyvän ja vastuullisen liiketoiminnan uusi taso. Alma Talent. Helsinki.

Eettisen kaupan puolesta ry. 2020. Julkaisut. Luettavissa: <https://eetti.fi/materiaalit/julkaisut/>. Luettu: 20.9.2020.

Fairtrade International. 2019. Choosing a Fairer Future Trough Trade. Annual Report 2018-2019. Fairtrade International. Bonn. Luettavissa: [https://files.fairtrade.net/publications/2018-19\\_FI\\_AnnualReport.pdf](https://files.fairtrade.net/publications/2018-19_FI_AnnualReport.pdf). Luettu: 26.10.2020.

Fairtrade Labelling Organizations International e.V. 2019. Fairtrade Standard for Small-scale Producer Organizations. Current version: 03.04.2019\_v2.3. Fairtrade Labelling Organizations International e.V. Bonn. Luettavissa: [https://files.fairtrade.net/standards/SPO\\_EN.pdf](https://files.fairtrade.net/standards/SPO_EN.pdf). Luettu: 2.11.2020.

FIBS ry. 2019a. Yritysvastuu 2019 - Avaintulokset 2: Vastuullisuuden olennaisuus ja hyödyt yrityksille. FIBS ry. Helsinki. Luettavissa: [https://www.fibsry.fi/wp-content/uploads/2019/05/2\\_Yritysvastuun-olennaisuus-ja-hyodyt\\_Yritysvastuu2019\\_FINAL.pdf](https://www.fibsry.fi/wp-content/uploads/2019/05/2_Yritysvastuun-olennaisuus-ja-hyodyt_Yritysvastuu2019_FINAL.pdf). Luettu: 15.10.2020.

FIBS ry. 2019b. Yritysvastuu 2019 - Avaintulokset 3: Yritysvastuun johtamiskäytännöt, käytännön toimenpiteet ja haasteet. FIBS ry. Helsinki. Luettavissa: [https://www.fibsry.fi/wp-content/uploads/2019/05/3\\_Yritysvastuun-johtamiskaytannot-toimenpiteet-ja-haasteet\\_Yritysvastuu2019\\_FINAL.pdf](https://www.fibsry.fi/wp-content/uploads/2019/05/3_Yritysvastuun-johtamiskaytannot-toimenpiteet-ja-haasteet_Yritysvastuu2019_FINAL.pdf). Luettu: 15.10.2020.

Finnwatch ry. 2020. Julkaisut. Luettavissa: <https://finnwatch.org/fi/julkaisut>. Luettu: 20.9.2020.

Finnwatch ry. 2021. Europarlamentilta tuki vahvalle yritysvastuulaille – suomalaismepit tukivat yksimielisesti. Luettavissa: <https://finnwatch.org/fi/uutiset/822-europarlamentilta-tuki-vahvalle-yritysvastuulaille-%E2%80%93-suomalaismepit-tukivat-yksimielisesti>. Luettu: 29.3.2021.

Grant, D. B., Trautrim, A. & Wong, C. Y. 2017. Sustainable logistics and supply chain management: Principles and practices for sustainable operations and management. Kogan Page Limited. Lontoo.

Hakala, J. 2004. Opinnäytetyöopas ammattikorkeakouluille. Gaudeamus. Helsinki.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus Helsinki University Press. Helsinki.

Juutinen, S. 2016. Strategisen yritysvastuun käsikirja. Talentum Pro. Helsinki.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kuisma, J. 2015. Mainetta ja tulosta. Yritysvastuun johtamisen lyhyt oppimäärä. ST-Akatemia Oy. Helsinki.

Kultalahti, A. & Vartiola, S. 2016. Kaalimaan vartijat. Näkökulmia työelämän oikeuksia tarkastelevien sertifiointi- ja auditointijärjestelmien laatuun. Finnwatch ry. Helsinki. Luettavissa: [https://finnwatch.org/images/pdf/KaalimaanVartijat\\_web.pdf](https://finnwatch.org/images/pdf/KaalimaanVartijat_web.pdf). Luettu: 24.9.2020.

Koipijärvi, T. & Kuvaja, S. 2017. Yritysvastuu: Johtamisen uusi normaali. Kauppakamari. Helsinki.

Marine Stewardship Council. 2020. Celebrating and supporting sustainable fisheries. The Marine Stewardship Council Annual Report 2019 - 20. Marine Stewardship Council. London. Luettavissa: <https://www.msc.org/docs/default-source/default-document-library/about-the-msc/msc-annual-report-2019-2020.pdf>. Luettu: 3.11.2020.

Nikander, P. 2017. Teoksessa Hyvärinen, M., Nikander P. & Ruusuvuori, J. (toim.). Tutkimushaastattelun käsikirja. Vastapaino. Tampere. Luettavissa: <https://www.elibrary.com/book/9789517686112>. Luettu: 27.10.2020.

Piirto, L., Riivari, A. & Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014. YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteiden kansallinen toimeenpanosuunnitelma. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/2870803/YKn+yri-tyksi%C3%A4+ja+ihmisoikeuksia+koskevien+ohjaavien+periaatteiden+kansallinen+toimeenpanosuunnitelma.pdf/b11511d2-d664-4046-96aa-d07b90b6605a/YKn+yri-tyksi%C3%A4+ja+ihmisoikeuksia+koskevien+ohjaavien+periaatteiden+kansallinen+toimeenpanosuunnitelma.pdf>. Luettu: 6.10.2020.

Reilu kauppa 2020. Mikä on Reilu kauppa? Luettavissa: <https://reilukauppa.fi/meista/mika-on-reilu-kauppa/>. Luettu: 26.10.2020.

Roundtable on Sustainable Palm Oil. About. Luettavissa: <https://rspo.org/about#vision-mission>. Luettu: 2.11.2020.

Sarajärvi, A. & Tuomi, J. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Taalas, P. 24.10.2020. Ylen ykkösaamu. Haastattelu. Katsottavissa: <https://areena.yle.fi/1-50331162>. Katsottu 24.10.2020.

The Press Association. 2017. Sustainable Seafood: the first 20 years. A history of the Marine Stewardship Council. Luettavissa: [http://20-years.msc.org/?\\_ga=2.27535484.1507678112.1606146281-1002458937.1600880605](http://20-years.msc.org/?_ga=2.27535484.1507678112.1606146281-1002458937.1600880605). Luettu: 3.11.2020.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2020a. Oikeudellinen selvitys yritys vastuulaista. Luettavissa: <https://tem.fi/hankesivu?tunnus=TEM045:00/2020>. Luettu: 20.9.2020.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2020b. Yhteiskuntavastuun ohjeet ja periaatteet. Luettavissa: <https://tem.fi/yhteiskuntavastuun-ohjeet-ja-periaatteet>. Luettu: 5.10.2020.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2017. Opas OECD:n toimintaohjeisiin monikansallisille yrityksille. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80005/TEM\\_oppaat\\_1\\_2017\\_Opas\\_OECDn\\_toimintaohjeisiin\\_monikansallisille\\_yrityksille.pdf?sequence=1](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80005/TEM_oppaat_1_2017_Opas_OECDn_toimintaohjeisiin_monikansallisille_yrityksille.pdf?sequence=1)). Luettu: 5.10.2020.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2013. OECD:n toimintaohjeet monikansallisille yrityksille. Vuoden 2011 tarkistus. Käännös julkaisusta OECD Guidelines for Multinational Enterprises 2011 Edition. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: <http://mneguidelines.oecd.org/guidelines/OECDn-toimintaohjeet-monikansallisille-yrityksille.pdf>. Luettu: 6.10.2020.

United Nations. The Ten Principles of the UN Global Compact. Luettavissa: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>. Luettu: 7.10.2020.

United Nations Global Compact. 2014. Guide to Corporate Sustainability. United Nations Global Compact. New York. Luettavissa: [https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/publications%2FUN\\_Global\\_Compact\\_Guide\\_to\\_Corporate\\_Sustainability.pdf](https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/publications%2FUN_Global_Compact_Guide_to_Corporate_Sustainability.pdf). Luettu: 5.11.2020.

United Nations Human Rights Office of the High Commissioner. 2012. The Corporate Responsibility to Respect Human Rights. An Interpretive Guide. United Nations. New York and Geneva. Luettavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/2870803/RtRInterpretativeGuide-1.pdf/e6bae653-aad3-4f44-829f-e2e5d10f0578/RtRInterpretativeGuide-1.pdf>. Luettu: 6.10.2020.

Weetman, C. 2017. A Circular Economy Handbook for Business and Supply Chains: Repair, remake, redesign, rethink. Kogan Page Limited. London, New York.

## Liitteet

### Liite 1. Tutkimuksessa analysoidut sertifikaattien standardit

Sertifiointitaho	Fairtrade International	Fairtrade International	Marine Stewardship Council	RSPO Round Table on Sustainable Palm Oil
<b>Sertifikaatin standardi</b>	Fairtrade Standard for Small-scale Producers	Fairtrade Trader Standard	MSC Fisheries Standard	Principles and Criteria for the Production of Sustainable Palm Oil
<b>Versio</b>	03.04.2019_v2.3	01.03.2015 v1.6	Version 2.01	2018* - *Revised 01 February 2020 with updated Supply Chain Requirements for Mills
<b>Sertifikaatin standardi saatavilla</b>	<a href="https://files.fairtrade.net/standards/SPO_EN.pdf">https://files.fairtrade.net/standards/SPO_EN.pdf</a>	<a href="https://files.fairtrade.net/standards/TS_EN.pdf">https://files.fairtrade.net/standards/TS_EN.pdf</a>	<a href="https://www.msc.org/docs/default-source/default-document-library/for-business/program-documents/fisheries-program-documents/msc-fisheries-standard-v2-01.pdf?sfvrsn=8ecb3272_11">https://www.msc.org/docs/default-source/default-document-library/for-business/program-documents/fisheries-program-documents/msc-fisheries-standard-v2-01.pdf?sfvrsn=8ecb3272_11</a>	<a href="https://www.rspo.org/library/lib_files/preview/1079">https://www.rspo.org/library/lib_files/preview/1079</a>

## **Liite 2. YK:n Global Compact -aloitteen kymmenen periaatetta**

### **Ihmisoikeudet (Human Rights)**

**Periaate 1:** Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.

**Periaate 2:** Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.

### **Työelämä (Labour)**

**Periaate 3:** Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotteluoikeuden tehokasta tunnustamista.

**Periaate 4:** Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.

**Periaate 5:** Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.

**Periaate 6:** Yritysten tulee tukea työmarkkinoilla ja ammatinharjoittamisen yhteydessä tapahtuvan syrjinnän poistamista.

### **Ympäristö (Environment)**

**Periaate 7:** Yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.

**Periaate 8:** Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.

**Periaate 9:** Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.

### **Korruption vastaisuus (Anti-Corruption)**

**Periaate 10:** Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kiristys ja lahjonta.

### **Liite 3. Haastattelurunko**

#### **Teema 1: Yrityksen vastuullisuusstrategia ja arvot**

1. Minkälainen vastuullisuusstrategia yrityksessänne on? Mikäli strategiaa ei ole, minkälaisen vastuullisuusperiaatteiden mukaan toimitte?

#### **Teema 2: Vastuullisuuden määrittely ja toimeenpano hankintaketjussa**

2. Miten vastuullisuus näkyy käytännössä yrityksenne hankintatoimessa ja ostoissa?  
3. Millä tavoin seuraatte vastuullisuuden toteutumista?

#### **Teema 3: Vastuullinen ostoprosessi: kannustimet ja esteet**

4. Minkälaisia kannustimia ja esteitä (sisäisiä ja ulkoisia) olette kohdanneet vastuullista ostotoimintaa toteuttaessanne?

#### **Teema 4: Kriteerit elintarvikkeiden vastuulliselle ostotoiminnalle**

5. Minkälaisilla kriteereillä teette vastuullisia ostopäätöksiä elintarvikkeiden osalta?  
6. Miten olette määritelleet kriteerit elintarvikkeiden vastuullisille ostoille?

#### **Teema 5: Elintarvikkeiden vastuullisuussertifikaatit ostotoiminnassa**

7. Miten päätätte mitkä elintarvikkeiden sertifikaatit vastaavat yrityksenne vastuullisuuskriteerejä ja mitkä sertifikaatit voitte ottaa valikoimiinne?  
8. Mitä kriteerejä elintarvikkeen sertifikaatin tulee täyttää, jotta se on mielestänne vastuullinen?  
9. Kuinka hyvin eri elintarvikkeiden sertifikaattien kriteerit vastaavat yrityksenne vastuullisuusstrategiaan tai periaatteisiin?  
10. Miten varmistatte, että sertifikaatti on aito ja toimii sen kriteerien mukaisesti?  
11. Vertailetteko eri elintarvikkeiden sertifikaatteja keskenään? Miten se tapahtuu?  
12. Miten ostopäätös syntyy kahden eri vaihtoehdon välillä: jos toisella tuotteella on sertifikaatti ja toisella ei tai jos kahdella tuotteella on eri sertifikaatit?

#### Liite 4. Global Compact periaatteet sertifiointien kriteereissä

Fairtrade Standard for Small-scale Producer Organizations		
Global Compact kymmenen periaatetta (The Ten Principles)	Vastaavat periaatteet ja kriteerit sertifiointin standardissa	Lisätiedot
<b>Ihmisoikeudet (Human Rights)</b>		
Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.	3. Production: 3.3 Labour Conditions, 4. Business and Development: 4.3 Non-Discrimination	Freedom from forced or compulsory labour, Child labour and child protection, Freedom from discrimination
Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.	3. Production: 3.3 Labour Conditions, 4. Business and Development: 4.3 Non-Discrimination	Freedom from forced or compulsory labour, Child labour and child protection, Freedom from discrimination
<b>Työelämä (Labour)</b>		
Periaate 3: Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotteluoikeuden tehokasta tunnustamista.	3. Production: 3.3 Labour Conditions	Freedom of association and collective bargaining
Periaate 4: Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.	3. Production: 3.3 Labour Conditions	Freedom from forced or compulsory labour
Periaate 5: Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.	3. Production: 3.3 Labour Conditions	Child labour and child protection
Periaate 6: Yritysten tulee tukea työmarkkinoilla ja ammatinharjoittamisen yhteydessä tapahtuvan syrjinnän poistamista.	3. Production: 3.3 Labour Conditions, 4. Business and Development: 4.3 Non-Discrimination	Freedom from discrimination, 4.3.1 Non-discrimination of members, 4.3.2 Non-discriminatory membership rules
<b>Ympäristö (Environment)</b>		
Periaate 7: Yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.	3. Production: 3.2 Environmental Development	Pest management and hazardous materials use 3.2.2, Biodiversity, Waste, Genetically Modified Organisms (GMO), Climate change adaptation and mitigation
Periaate 8: Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.	3. Production: 3.2 Environmental Development	Soil and Water, Biodiversity, Climate change adaptation and mitigation
Periaate 9: Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.	3. Production: 3.2 Environmental Development, 4. Business and Development: 4.1 Development Potential	Climate change adaptation and mitigation, 4.1.15 Sustainable production practices in the Fairtrade Development Plan
<b>Korruption vastaisuus (Anti-Corruption)</b>		
Periaate 10: Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kirstus ja lahjonta.	4. Business and Development: 4.1 Development Potential, 4.2 Democracy, Participation and Transparency	Financial audit on Fairtrade Premium, Fairtrade Premium use reporting, Responsible management of Fairtrade Premium, 4.2.1 Organizational structure, 4.2.8 Administration, 4.2.9 Accessibility of records, 4.2.11 Surveillance Committee, 4.2.13 Sharing audit results with members

<b>Fairtrade Trader Standard</b>		
<b>Global Compact kymmenen periaatetta (The Ten Principles)</b>	<b>Vastaavat periaatteet ja kriteerit sertifiikaatin standardissa</b>	<b>Lisätiedot</b>
<b>Ihmisoikeudet (Human Rights)</b>		
Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.	3. Production: 3.1 Labour rights, 4. Business and Development: 4.2 Price and Fairtrade Premium	3.1.1 Compliance with labour law and ILO conventions, 4.2: Price of Fairtrade products, Fairtrade Premium
Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.	3. Production: 3.1 Labour rights, 4. Business and Development: 4.2 Price and Fairtrade Premium	3.1.1 Compliance with labour law and ILO conventions, 4.2: Price of Fairtrade products, Fairtrade Premium
<b>Työelämä (Labour)</b>		
Periaate 3: Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotteluoikeuden tehokasta tunnustamista.	3. Production: 3.1 Labour rights	3.1.1 Compliance with labour law and ILO conventions
Periaate 4: Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakko-työn poistamista.	3. Production: 3.1 Labour rights	3.1.1 Compliance with labour law and ILO conventions
Periaate 5: Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.	3. Production: 3.1 Labour rights	3.1.1 Compliance with labour law and ILO conventions
Periaate 6: Yritysten tulee tukea työmarkkinoilla ja ammatinharjoittamisen yhteydessä tapahtuvan syrjinnän poistamista.	3. Production: 3.1 Labour rights	3.1.1 Compliance with labour law and ILO conventions
<b>Ympäristö (Environment)</b>		
Periaate 7: Yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.	3. Production: 3.2 Environmental protection	3.2.1 Compliance with environmental law, 3.2.2 Hazardous Materials List (HML), 3.2.4 Management of environmental impacts
Periaate 8: Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.	3. Production: 3.2 Environmental protection	3.2.2 Hazardous Materials List (HML), 3.2.5 Recycled or biodegradable packaging material
Periaate 9: Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.	3. Production: 3.2 Environmental protection	3.2.6 Carbon footprint reduction
<b>Korruption vastaisuus (Anti-Corruption)</b>		
Periaate 10: Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kirstus ja lahjonta.	2. Trade: 2.1 Traceability, 4. Business and Development: 4.1 Contracts, 4.8 Trading with integrity	2.1: Documentary traceability, Mass balance, 4.1: Contracts, 4.8: Trading with integrity

<b>Marine Stewardship Council - MSC Fisheries Standard</b>		
<b>Global Compact kymmenen periaatetta (The Ten Principles)</b>	<b>Vastaavat periaatteet ja kriteerit sertifikaatin standardissa</b>	<b>Lisätiedot</b>
<b>Ihmisoikeudet (Human Rights)</b>		
Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)	Ei suoraa mainintaa kriteereissä, mutta periaatteissa edellytetään kansallisten ja kansainvälisten lakien ja standardien noudattamista.
Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)	Ei suoraa mainintaa kriteereissä, mutta periaatteissa edellytetään kansallisten ja kansainvälisten lakien ja standardien noudattamista.
<b>Työelämä (Labour)</b>		
Periaate 3: Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotteluvoimavarojen tehokasta tunnistamista.	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)	Ei suoraa mainintaa kriteereissä, mutta periaatteissa edellytetään kansallisten ja kansainvälisten lakien ja standardien noudattamista.
Periaate 4: Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)	Ei suoraa mainintaa kriteereissä, mutta periaatteissa edellytetään kansallisten ja kansainvälisten lakien ja standardien noudattamista.
Periaate 5: Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)	Ei suoraa mainintaa kriteereissä, mutta periaatteissa edellytetään kansallisten ja kansainvälisten lakien ja standardien noudattamista.
Periaate 6: Yritysten tulee tukea työmarkkinoilla ja ammatinharjoittamisen yhteydessä tapahtuvan syrjinnän poistamista.	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)	Ei suoraa mainintaa kriteereissä, mutta periaatteissa edellytetään kansallisten ja kansainvälisten lakien ja standardien noudattamista.
<b>Ympäristö (Environment)</b>		
Periaate 7: Yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.	Principle 1: Sustainable target fish stocks, Principle 2: Environmental impact of fishing, Principle 3: Effective management	PI 1.1.1 Stock Status, PI 1.1.2 Stock Rebuilding
Periaate 8: Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.	Principle 1: Sustainable target fish stocks, Principle 3: Effective management	PI 1.2.1 Harvest Strategy, PI 1.2.2 Harvest Control Rules & Tools
Periaate 9: Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.	Principle 1: Sustainable target fish stocks, Principle 3: Effective management	PI 1.2.1 Harvest Strategy, PI 1.2.2 Harvest Control Rules & Tools
<b>Korruption vastaisuus (Anti-Corruption)</b>		
Periaate 10: Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kirstus ja lahjonta.	Principle 3: Effective management	PI 3.1.1 Legal and/or customary framework PISGs, PI 3.1.2 Consultation, roles and responsibilities PISGs

RSPO Round Table on Sustainable Palm Oil - Principles and Criteria for the Production of Sustainable Palm Oil		
Global Compact kymmenen periaatetta (The Ten Principles)	Vastaavat periaatteet ja kriteerit sertifiikaatin standardissa	Lisätiedot
<b>Ihmisoikeudet (Human Rights)</b>		
Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.	Principle 2: Operate legally and respect rights, Principle 3: Optimise productivity, efficiency, positive impacts and resilience, Principle 4: Respect community and human rights and deliver benefits	2.2 All contractors providing operational services and supplying labour, and Fresh Fruit Bunch (FFB) suppliers, comply with legal requirements., 3.6 An occupational health and safety (H&S) plan is documented, effectively communicated and implemented., 3.7 All staff, workers, Scheme Smallholders, outgrowers, and contract workers are appropriately trained., 4.5 No new plantings are established on local peoples' land where it can be demonstrated that there are legal, customary or user rights, without their FPIC. This is dealt with through a documented system that enables these and other stakeholders to express their views through their own representative institutions.
Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.	Principle 2: Operate legally and respect rights, Principle 3: Optimise productivity, efficiency, positive impacts and resilience, Principle 4: Respect community and human rights and deliver benefits	2.2 All contractors providing operational services and supplying labour, and Fresh Fruit Bunch (FFB) suppliers, comply with legal requirements., 3.6 An occupational health and safety (H&S) plan is documented, effectively communicated and implemented., 3.7 All staff, workers, Scheme Smallholders, outgrowers, and contract workers are appropriately trained., 4.5 No new plantings are established on local peoples' land where it can be demonstrated that there are legal, customary or user rights, without their FPIC. This is dealt with through a documented system that enables these and other stakeholders to express their views through their own representative institutions.

<b>Työelämä (Labour)</b>		
Periaate 3: Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotte- luoikeuden tehokasta tun- nustamista.	Principle 6: Respect workers' rights and conditions	6.3 The unit of certification re- spects the rights of all person- nel to form and join trade un- ions of their choice and to bar- gain collectively. Where the right to freedom of association and collective bargaining are restricted under law, the em- ployer facilitates parallel means of independent and free association and bargaining for all such personnel.
Periaate 4: Yritysten tulee tu- kea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.	Principle 2: Operate legally and respect rights, Principle 6: Respect workers' rights and conditions	2.2 All contractors providing operational services and sup- plying labour, and Fresh Fruit Bunch (FFB) suppliers, comply with legal requirements., 6.6 No forms of forced or trafficked labour are used.
Periaate 5: Yritysten tulee tu- kea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.	Principle 2: Operate legally and respect rights, Principle 6: Respect workers' rights and conditions	2.2 All contractors providing operational services and sup- plying labour, and Fresh Fruit Bunch (FFB) suppliers, comply with legal requirements., 6.4 Children are not employed or exploited.
Periaate 6: Yritysten tulee tu- kea työmarkkinoilla ja am- matinharjoittamisen yhtey- dessä tapahtuvan syrjinnän poistamista.	Principle 5: Support small- holder inclusion, Principle 6: Respect workers' rights and conditions	5.1.4 (C) Evidence is available that all parties, including women and independent repre- sentative organisations assist- ing smallholders where re- quested, are involved in deci- sion-making processes and un- derstand the contracts. ... 6.1 Any form of discrimination is prohibited., 6.5 There is no harassment or abuse in the workplace, and reproductive rights are protected.
<b>Ympäristö (Environment)</b>		
Periaate 7: Yritysten tulee tu- kea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.	Principle 3: Optimise produc- tivity, efficiency, positive im- pacts and resilience, Principle 7: Protect, conserve and en- hance ecosystems and the en- vironment	3.4 A comprehensive Social and Environmental Impact As- sessment (SEIA) is undertaken prior to new plantings or opera- tions, and a social and environ- mental management and moni- toring plan is implemented and regularly updated in ongoing operations., 3.7 All staff, work- ers, Scheme Smallholders, outgrowers, and contract work- ers are appropriately trained., 7.2 Pesticides are used in ways that do not endanger health of workers, families, communities or the environ- ment.

Periaate 8: Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.	Principle 3: Optimise productivity, efficiency, positive impacts and resilience, Principle 7: Protect, conserve and enhance ecosystems and the environment	3.2 The unit of certification regularly monitors and reviews their economic, social and environmental performance and develops and implements action plans that allow demonstrable continuous improvement in key operations., 7.10 Plans to reduce pollution and emissions, including greenhouse gases (GHG), are developed, implemented and monitored and new developments are designed to minimise GHG emissions.
Periaate 9: Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.	Principle 7: Protect, conserve and enhance ecosystems and the environment	7.9 Efficiency of fossil fuel use and the use of renewable energy is optimised.
<b>Korruption vastaisuus (Anti-Corruption)</b>		
Periaate 10: Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kirstys ja lahjonta.	Principle 1: Behave ethically and transparently, Principle 2: Operate legally and respect rights	1.2 The unit of certification commits to ethical conduct in all business operations and transactions, 2.3 All FFB supplies from outside the unit of certification are from legal sources.

**Liite 5. Sertifikaattien standardien vertailutaulukko**

<b>Sertifikaattien standardien vertailutaulukko</b>				
<b>Global Compact kymmenen periaatetta (The Ten Principles)</b>	<b>Fairtrade Standard for Small-scale Producer Organizations</b>	<b>Fairtrade Trader Standard</b>	<b>RSPO Round Table on Sustainable Palm Oil - Principles and Criteria for the Production of Sustainable Palm Oil</b>	<b>Marine Stewardship Council - MSC Fisheries Standard</b>
<b>Ihmisoikeudet (Human Rights)</b>				
Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.	3. Production: 3.3 Labour Conditions, 4. Business and Development: 4.3 Non-Discrimination	3. Production: 3.1 Labour rights, 4. Business and Development: 4.2 Price and Fairtrade Premium	Principle 2: Operate legally and respect rights, Principle 3: Optimise productivity, efficiency, positive impacts and resilience, Principle 4: Respect community and human rights and deliver benefits	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)
Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.	3. Production: 3.3 Labour Conditions, 4. Business and Development: 4.3 Non-Discrimination	3. Production: 3.1 Labour rights, 4. Business and Development: 4.2 Price and Fairtrade Premium	Principle 2: Operate legally and respect rights, Principle 3: Optimise productivity, efficiency, positive impacts and resilience, Principle 4: Respect community and human rights and deliver benefits	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)
<b>Työelämä (Labour)</b>				
Periaate 3: Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotteluoikeuden tehokasta tunnustamista.	3. Production: 3.3 Labour Conditions	3. Production: 3.1 Labour rights	Principle 6: Respect workers' rights and conditions	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)
Periaate 4: Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.	3. Production: 3.3 Labour Conditions	3. Production: 3.1 Labour rights	Principle 2: Operate legally and respect rights, Principle 6: Respect workers' rights and conditions	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)

Periaate 5: Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.	3. Production: 3.3 Labour Conditions	3. Production: 3.1 Labour rights	Principle 2: Operate legally and respect rights, Principle 6: Respect workers' rights and conditions	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)
Periaate 6: Yritysten tulee tukea työmarkkinoilla ja ammatinharjoittamisen yhteydessä tapahtuvan syrjinnän poistamista.	3. Production: 3.3 Labour Conditions, 4. Business and Development: 4.3 Non-Discrimination	3. Production: 3.1 Labour rights	Principle 5: Support smallholder inclusion, Principle 6: Respect workers' rights and conditions	Huom! Ei suoraa mainintaa kriteereissä (Principle 3: Effective management - edellytys lainmukaisuudesta)
<b>Ympäristö (Environment)</b>				
Periaate 7: Yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.	3. Production: 3.2 Environmental Development	3. Production: 3.2 Environmental protection	Principle 3: Optimise productivity, efficiency, positive impacts and resilience, Principle 7: Protect, conserve and enhance ecosystems and the environment	Principle 1: Sustainable target fish stocks, Principle 2: Environmental impact of fishing, Principle 3: Effective management
Periaate 8: Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.	3. Production: 3.2 Environmental Development	3. Production: 3.2 Environmental protection	Principle 3: Optimise productivity, efficiency, positive impacts and resilience, Principle 7: Protect, conserve and enhance ecosystems and the environment	Principle 1: Sustainable target fish stocks, Principle 3: Effective management
Periaate 9: Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.	3. Production: 3.2 Environmental Development, 4. Business and Development: 4.1 Development Potential	3. Production: 3.2 Environmental protection	Principle 7: Protect, conserve and enhance ecosystems and the environment	Principle 1: Sustainable target fish stocks, Principle 3: Effective management
<b>Korruption vastaisuus (Anti-Corruption)</b>				
Periaate 10: Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kirstys ja lahjonta.	4. Business and Development: 4.1 Development Potential, 4.2 Democracy, Participation and Transparency	2. Trade: 2.1 Traceability, 4. Business and Development: 4.1 Contracts, 4.8 Trading with integrity	Principle 1: Behave ethically and transparently, Principle 2: Operate legally and respect rights	Principle 3: Effective management

## Liite 6. Yhteenveto haastattelujen tuloksista

Teema	Yritys 1	Yritys 2	Yritys 3
<b>Vastuullisuusstrategia ja arvot</b>	Ilmasto- ja ympäristösyys, Eläinten oikeudet, Kestävän kulutuksen ja tuotantotalouden edistäminen, Pienten yritysten suosiminen	Merien hyvinvointi, Vastuulliset kalastus- ja tuotantotavat, Vastuullisen elämäntavan mahdollistaminen, Itämeri -kampanjat	Ympäristö, työyhteisö ja hankinnat, Luomu, Reilu kauppa, Ostavastuullisesti.fi -kampanja, Ykkösketjuun -kampanja
<b>Vastuullisuuden määrittely ja toimeenpano hankintaketjussa</b>	Tiivis yhteistyö toimittajien kanssa, Toimittajien vastuullisuuden arviointi, Zero waste toimintaperiaate	Auditoinnit, Toimittajien vastuullisuuden seuranta, Sertifioitujen tuotteiden suosiminen, Oma laatusertifikaatti	Luomuun painottuminen, Logistiikassa jakeluyhteistyön tarjoaminen valmistajille, Reilun kaupan tuotteet, Toimittajien sertifikaattien tarkistaminen, Omaan toimintaan kohdistuva valvonta
<b>Kannustimet ja esteet</b>	Henkilöstön osaaminen, Motivaatio vastuullisuuteen, Asiakkaiden kysyntä	Motivaatio vastuullisuuteen, Asiakkaiden ymmärrys ja osaaminen, Vastuullisten tuotteiden hyvä saatavuus, Sertifikaattien aiheuttama lisätyö ja seuranta, Vastuullisuuden tunnistaminen asiakkaille ja kuluttajille	Reilu kauppa ry:n jäsenyys tukena, Sertifikaattien tärkeys, Kuluttajien ymmärrys ja osaaminen, Sertifikaattien tunnettuus ja tunnistaminen kuluttajille, Tuotteen hinta
<b>Kriteerit vastuulliselle ostotoiminnalle</b>	Yrityksen vastuullisuusperiaatteet, Luomutuotteiden suosiminen, Vegaaniset tuotteet, Tuotantotapa, Luonnon suojeleminen, Tuotteen jäljitettävyyden, Pakkaus ja kierrätettävyyden, Ihmisoikeudet	Yrityksen vastuullisuusperiaatteet, MSC ja ASC sertifikaatit, Tuotantotapa, WWF:n kalaopas, Luonnon suojeleminen	Yrityksen vastuullisuusperiaatteet, Luomu sertifiointi tärkein, Reilun kaupan sertifiointi, Vegaaniset tuotteet, Tuotantotapa, Pakkaus ja kierrätettävyyden
<b>Vastuullisuussertifikaatit ostotoiminnassa</b>	Luomu laajimmin käytössä, Sertifikaatti tärkeä, mutta ei välttämätön, Apuväline etenkin uusissa toimittajasuhteissa, Tuottajien perustamien sertifikaattien suosiminen, Huomioidaan tuotteet, joissa sertifikaatteja tiukemmat kriteerit, Luottamus alan toimijoihin ja sertifikaattien valvontaan, Luomun tarkka valvonta	MSC ja ACS sertifikaatit eniten käytössä, Valikoimassa vain sertifioituja tuotteita, Kriteerien oltava laajimmat ja kattavimmat, Sertifikaattien vastuullisuusväittämiä kyseenalaistettava, Luottamus tiettyihin sertifikaatteihin ja valvontaan, Kolmannen osapuolen tekemät auditoinnit	Luomulla ja Reilun kaupan sertifikaatilla suurin painoarvo, Alalla vakiintuneiden ja tunnettujen sertifikaattien suosiminen, Luottamus tavarantoimittajiin ja valvontaan, Luomua ohjaa lainsäädäntö ja viranomaisten valvonta, Kolmannen osapuolen valvonta tärkeää