



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

JARI SALO

Yritysvastuullisuuden kehittäminen

TOIMITUSVERKOSTON KEHITTÄMISEN
YAMK-TUTKINTO-OHJELMA
2022

Tekijä Salo, Jari	Julkaisun laji Opinnäytetyö, ylempi AMK	Päivämäärä marraskuu 2022
	Sivumäärä 77	Julkaisun kieli Suomi
Julkaisun nimi Yritysvastuullisuuden kehittäminen		
Tutkinto-ohjelma Toimitusverkoston kehittäminen		
Tiivistelmä Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää kehitysehdotuksia kohdeyrityksen yritys vastuullisuuden kehittämiseen. Tutkimus oli hyvin teoriapainotteinen, eikä ollut tarkoitusta tai mahdollisuutta luoda valmiita yritys vastuullisuuteen liittyviä ohjeistuksia, koska aihe vaati yrityksen omaa sitoutumista, arvoja ja kehittämistä. Tutkimuksen empiirisessä osuudessa keskityttiin sosiaaliseen vastuullisuuteen sekä siihen liittyvään vastuullisuusviestintään ja vastuullisuusraportointiin. Taloudellinen ja ekologinen vastuullisuus käsiteltiin vain teoreettisesti. Kohdeyrityksenä toimi RR Site Service Oy Raumalta. Toimialana on kansainvälinen projektinhallinta laivanrakennus-, offshore- ja teollisuusprojekteissa. Lähestymistapana opinnäytetyössä käytettiin tapaustutkimusta, koska sekä sosiaalinen vastuullisuus, vastuullisuusviestintä, että vastuullisuusraportointi voidaan lukea tapauksiksi. Tutkimusmenetelminä käytettiin haastattelua, dokumenttianalyysia, kyselyä sekä benchmarkingia. Tutkinnassa hyödynnettiin kvalitatiivista, laadullista tutkimusmenetelmää. Benchmarkingilla saatiin tietoa vertailuyritysten hyvistä vastuullisuuskäytännöistä, joita käytettiin kohdeyrityksen vastuullisuuden kehittämisehdotuksissa sekä osittain kyselyn perustana. Dokumenttianalyysissa käytettiin hyväksi aiheeseen liittyvää teoriaa laajasti. Kohdeyrityksellä ei ollut aiheeseen liittyviä dokumentteja. Haastattelut keskittyivät pitkälti aihevalintaan ja nykytilan ymmärtämiseen. Tutkimusmenetelmien tulosten avulla tehtiin kehitysehdotuksia sosiaalisesta vastuullisuudesta, siihen liittyvästä raportoinnista sekä viestinnästä. Johtopäätökseksi tutkimuksesta saatiin ymmärrys vastuullisuuden kehittämisen tarpeellisuudesta. Ymmärrettiin, että vastuullisuutta kehittämällä parannetaan kohdeyrityksen mainetta, lisätään kilpailukykyä ja tämän myötä mahdollisia asiakkuuksia.		
Avainsanat Yritysvastuullisuus, sosiaalinen vastuullisuus, vastuullisuusraportointi, vastuullisuusviestintä		

Author Salo, Jari	Type of Publication Master's thesis	Date November 2022
	Number of pages 77	Language of publication: Finnish
Title of publication Corporate sustainability development		
Degree programme Development of Supply Network		
Abstract The aim of the thesis was to find development proposals for the target company's corporate responsibility developing. The research was very theory-oriented, and there was no purpose or opportunity to create ready-made guidelines related to corporate responsibility, because the topic required the company's own commitment, values and development. The empirical part of the study focused on social responsibility and the related responsibility communication and responsibility reporting. Economic and ecological responsibility was studied only theoretically. The target company was RR Site Service Oy from Rauma. The field of business is international project management in shipbuilding, off-shore and industrial projects. Case study was used as an approach in the thesis, because social responsibility, responsibility communication and responsibility reporting can be treated as cases. Interview, document analysis, survey and benchmarking were used as research methods. The investigation used a qualitative research method. Benchmarking provided information on the good responsibility practices of reference companies, which were used in the target company's responsibility development proposals and partly as a basis for the survey. The theory related to the topic was widely used in the document analysis. The target company had no documents related to the subject. The interviews largely focused on topic selection and understanding the current situation. Using the results of the research methods, development proposals were made about social responsibility, reporting and communication related to it. As a conclusion, the research resulted in an understanding of the necessity developing of corporate responsibility. It was understood that by developing responsibility, the target company's reputation will be improved, competitiveness will be increased and with this, more potential customers.		
Keywords Corporate sustainability, social responsibility, corporate responsibility reporting, corporate responsibility communication		

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 OPINNÄYTETYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET	7
2.1 Kohdeyritys ja toimiala	7
2.2 Opinnäytetyön tavoitteet	7
2.3 Tutkimuskysymykset, tutkimusongelmat ja rajaukset	9
2.4 Teoreettinen viitekehys	10
3 YRITYSVASTUULLISUUDEN KEHITTÄMINEN	12
3.1 Taloudellinen vastuullisuus.....	16
3.2 Ekologinen vastuullisuus	21
3.3 Sosiaalinen vastuullisuus	22
3.3.1 Työterveys- ja työturvallisuusjohtaminen	25
3.3.2 Työhyvinvointi ja työviihtyvyys.....	26
3.3.3 Korruptiontorjunta ja lahjonta	26
3.3.4 Pakkotyön ja ihmiskaupan torjunta	27
3.3.5 Ihmisoikeudet	28
3.3.6 Tasa-arvo ja syrjimättömyys.....	29
3.3.7 Lapsityövoima ja lasten hyväksikäyttö.....	29
4 VASTUULLISUUSVIESTINTÄ	31
4.1 Vastuullisuusviestinnän prosessi.....	34
4.2 Vastuullisuusviestinnän strategia, suunnittelu ja tavoitteet	36
4.3 Vastuullisuusviestinnän johtaminen.....	39
4.4 Vastuullisuusraportointi	40
4.4.1 Global Reporting Initiative	41
4.4.2 Integroitu raportointi.....	43
5 LÄHESTYMISTAPA JA TUTKIMUSMENETELMÄT	44
5.1 Haastattelu.....	46
5.2 Dokumenttianalyysi	46
5.3 Kysely	47
5.4 Benchmarking	48
6 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN	51
7 TUTKIMUKSEN TULOKSET	53
7.1 Sosiaalisen vastuullisuuden kysely	53
7.2 Vastuullisuusviestinnän kysely	54
7.3 Benchmarking yritykset ja havainnot.....	54
7.3.1 Componenta Oyj	54

7.3.2 Kone Oyj.....	56
7.3.3 Konecranes Oyj	57
7.3.4 Neste Oyj	59
7.3.5 Skanska AB	61
7.3.6 Benchmarking-matriisi	62
8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	63
8.1 Teorian ja tutkimuksen välinen suhde.....	63
8.2 Tutkimuksen luotettavuus	64
8.3 Tutkimusetiikka.....	64
8.4 Sosiaalisen vastuullisuuden kehitysehdotuksia.....	65
8.5 Vastuullisuusraportoinnin kehitysehdotuksia	67
8.6 Vastuullisuusviestinnän kehitysehdotuksia.....	68

LÄHTEET

LIITTEET

- Liite 1, kysely ja vastaukset sosiaalisesta vastuullisuudesta
- Liite 2, kysely ja vastaukset vastuullisuusviestinnästä

1 JOHDANTO

Perusperiaatteita yritysvastuullisuudessa ovat muun muassa lakien kunnioittaminen, rehellisyys ja lahjomattomuus. Vastuullisuus on osa yrityksen arvoja ja johtamista sekä omassa organisaatiossa, että koko toimitusketjussa. Ajatusmaailma on muuttunut, ennen mietittiin pitäisikö vastuullisuuteen panostaa, nyt mietitään, miten se parhaiten saadaan huomioitua. (Nieminen, 2016, s. 35, 143.)

Sosiaalisella vastuullisuudella tarkoitetaan vaikutuksia, joita organisaation toiminnalla on omalle henkilöstölle, verkostolle ja yleisemmin yhteisölle (Nieminen, 2016, s. 145). Vastuullisuusraportoinnilla ja vastuullisuusviestinnällä on tärkeä rooli yritysvastuullisuustyössä, nämä ovat kuin kolikon kaksi puolta. Yritysvastuullisuustyö tarvitsee vastuullisuusraportointia ja vastuullisuusviestintää. Ilman niitä ei tavoiteta työntekijöitä, asiakkaita, yhteistyöverkostoa tai omistajia ja monet hyödyt jäävät saavuttamatta. Toisaalta ilman vastuullista toimintaa ei siitä myöskään voi raportoida tai viestiä. (Liappis ym., 2019, s. 222.)

Yritysvastuullisuuden kehittäminen on luonnollisesti kilpailuvaltti kohdeyritykselle, eikä sen tärkeyteen oikein voi olla törmäämättä esimerkiksi tiedotusvälineissä. Yritysvastuullisuus jakautuu perinteisesti kolmeen eri osa-alueeseen: taloudelliseen, ekologiseen sekä sosiaaliseen vastuullisuuteen. Taloudellisuus eli kannattavuus on menestyvän yritystoiminnan tärkeimpiä osa-alueita, ilman sitä ei liiketoimintaa kauan ole. Toisaalta myös ekologinen ja sosiaalinen vastuullisuus korostuvat yhä enenevässä määrin muun muassa mainetta tai brändiä rakennettaessa. Raportointi on tärkeä osa vastuullisuustoimintaa ja osittain lakisääteistä. Toimivalla viestinnällä puolestaan saadaan sidosryhmät tietoisiksi vastuullisuustoiminnasta.

2 OPINNÄYTETYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

2.1 Kohdeyritys ja toimiala

Kohdeyritys on RR Site Service Oy, vuonna 2006 perustettu kansainväliseen projektihallintaan erikoistunut yritys Raumalta. Kohdeyrityksellä on noin 2000 m² tuotantotiloja, joissa on nosturi. Toiminta tapahtuu pääasiallisesti asiakkaiden tiloissa erilaisissa laivanrakennus-, offshore- ja teollisuusprojekteissa. Toiminta on maailmanlaajuisista, mutta pääpaino on Suomessa, Venäjällä ja FSU-maissa (Former Soviet Union). Yrityksen asiakaskunta on laaja. Referensseistä löytyy 16 eri yritystä, joista suurimpina ABB, STX Finland, MW biopower, Technip Offshore Finland, Cargotec ja Wellquip, joille on tehty töitä 44 eri projektiin. Omaa henkilökuntaa on 22 ja lisäksi käytetään vuokratyövoimaa tarpeen mukaan. Yhdenaikaisesti käynnissä on yleensä 4–10 projektia. Henkilökunnassa on sertifioituja teräs- ja hitsaustyöntarkastajia (IWS; IWT; IWI, VT2) sekä pintakäsittelyn Frosio Level III ja NACE tarkastajia. Osa henkilöstöstä on monialaosaajia, mikä tuo asiakkaille joustavuutta säädellä henkilöbudjettiaan tarpeen mukaisesti. (RR Site Service Oy, 2021.)

Kohdeyritykselle on myönnetty johtamisjärjestelmästandardia ISO 9001:2015 noudattava sertifikaatti, joka kattaa kansainväliset vientiprojektit, tarkastukset sekä teollisuuden valvontapalvelut. Kohdeyrityksen toimialana on palvelutoiminnot, joita ovat pintakäsittelyalan palvelut, tarkastustoiminta ja testaus, projektinhallintapalvelut, projektisuunnittelu, projektin konsultointipalvelut, laite-, putkisto- ja teräsrakennusasennukset ja urakoinnit sekä työnjohto. (RR Site Service Oy, 2021.)

Opinnäytetyö tuki hyvin tutkijan edellistä seitsemäntoista vuoden työkokemusta alihankintainsinöörinä raskaassa metallisteollisuudessa. Kohdeyritys oli tuolloin yksi alihankkijoista.

2.2 Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia ja antaa kehitysehdotuksia kohdeorganisaation vastuullisuustoimintaan sosiaalisen vastuullisuuden, tähän liittyvän vastuullisuus-

raportoinnin sekä vastuullisuusviestinnän osa-alueilla. Ensimmäisenä tehtävänä on nykytilan analysointi, ongelmien tunnistaminen ja ymmärtäminen, jonka jälkeen kehittämis ehdotuksia on mahdollista kohdistaa eri osa-alueille.

Vastuullisuuden kehittäminen on tärkeää itse kohdeyritykselle, mutta myös asiakkaille sekä toimitusverkostolle. Aihevalinta tuli keskusteluista kohdeyrityksen kanssa, sen tarpeista kehittää ja tehostaa toimintaansa.

Kuisman (2015, s. 52) mukaan yritys vastuullisuuden johtaminen perustuu pitkälti yrityksen arvoihin, visioon ja yleiseen strategiaan. Tärkeää on ensin selvittää mikä on yrityksen vastuullisuuden nykytila, mihin pyritään ja toisaalta mitä sidosryhmät haluavat. Jotta hahmotetaan mitä kaikkea olisi tarve kehittää, on hyvä verrata omaa toimintaa kilpailijoihin ja yleisemmin muiden yritysten hyviin käytäntöihin. Tärkeää on myös päättää, missä määrin omat vastuullisuusarvot halutaan viedä toimitusketjuun.

Kuisma (2015, s. 53–54) toteaa myös, että yritys vastuullisuutta varten kannattaa perustaa kehitysryhmä. Tämä ryhmä on kehittämistyössä alusta alkaen, mikä antaa sille hyvät eväät jatkaa yritys vastuullisuuden ohjausryhmänä, kun päästään toteutusvaiheeseen. Kehitysryhmän puheenjohtajan tulisi olla johtoryhmän jäsen. Kehitysryhmän jäseniä puolestaan pitäisi olla 4–5 henkilöä, koostuen organisaation eri toiminnoista, kuten esimerkiksi osto, myynti, taloushallinto, tuotanto, laatu ja turvallisuusosastot. Ryhmän koko on tuki riippuvainen organisaation koosta ja rakenteesta. Kohdeorganisaatio on kooltaan suppea, eikä ryhmä todennäköisesti koostu noin monesta henkilöstä, mutta tärkeää kuitenkin on määritellä vastuullisuusalueet.

Vastuullisuuden kehittäminen on olennaista kilpailukyvyn varmistamiseksi. Opinnäytetyö on hyvin teoriapainotteinen ja siinä keskitytään pitkälti nykytilan arviointiin sekä kehityskohteiden ja korjaavien toimenpide-ehtotusten määrittelyyn. Implementointi rajataan tutkimuksen ulkopuolelle, koska se vaatii yrityksen omaa panostusta ja pitkäaikaista sitoutumista läpi organisaation. Tutkija antaa havaittujen epäkohtien kautta ehdotukset kehitystyölle, mutta ei voi paljoa vaikuttaa itse kehitystyöhön. Strategian tai vastuullisuussuunnitelman kehittäminen vaatii pitkäjänteistä toimintaa, johon koko organisaation on sitouduttava. Tämä tapahtuu siis sekä strategisina päätöksinä, lähinnä johdon kautta, mutta myös operatiivisella tasolla. Vaikka usein puhutaan vain

strategian laatimisesta, on operatiivinen taso, esimerkiksi tehtaassa valmistavat osastot yhtä tärkeitä. Todellinen muutos vaatii käytännössä kaikkien organisaatiotasojen sitoutumista.

Sosiaalisen vastuullisuuden osalta käytetään esimerkkinä muiden yritysten menestyksekkäästi raportoitua vastuullisuustoimintaa. Tutkimalla muiden yritysten vastuullisuusraportteja pyritään löytämään aiheeseen liittyviä olennaisia kysymyksiä, joita käytetään hyväksi tehtävässä kyselyssä. Kyselyn tuloksia käytetään benchmarking menetelmässä, jolla kyetään vertailemaan toimintaa valittujen yritysten kesken. Havainnoista annetaan kohdeyritykselle kehitysehdotukset, joiden avulla yrityksessä voidaan kehittää omaan toimintaan sopiva sosiaalisen vastuullisuuden kehitysmalli.

Vastuullisuusraportoinnin erilaisista malleista suositellaan kohdeyritykselle parhaiten sopivaa ratkaisua. Raportointi voi tapahtua esimerkiksi yrityksen internet sivuilla, tai sen voi liittää osaksi vuosittaista tulosraportointia. Pitää myös päättää, hyödynnetäänkö esimerkiksi yleisintä kansainvälistä raportoinnin mallia Global Reporting Initiativeä (GRI) vai jotain muuta raportointimallia. GRI:stä kerrotaan tarkemmin kohdassa vastuullisuusraportointi.

Vastuullisuusviestinnästä selvitetään yrityksen nykyinen toimintatapa. Haastattelun ja kyselyn tuloksista tunnistetaan epäkohdat nykyisessä toiminnassa. Nämä epäkohdat huomioiden annetaan kehitysehdotuksia uudelle toimintamallille. Kehittämisen kohteena on sekä sisäinen, että ulkoinen vastuullisuusviestintä. Ulkoisen viestinnän kehittäminen avaa mahdollisuuksia uusille asiakkuuksille, mikä on tärkeää kohdeorganisaatiolle. Tässä tutkimuksessa ulkoisella vastuullisuusviestinnällä tarkoitetaan kohdeorganisaation ulkopuolisia sidosryhmiä. Sisäinen vastuullisuusviestintä tapahtuu vain kohdeorganisaatiossa. Kehittäminen tähtää toiminnan paranemiseen ja muutokseen käytännössä.

2.3 Tutkimuskysymykset, tutkimusongelmat ja rajaukset

Niemisen (2016, s. 144, 147) mukaan organisaatioiden vaikeutena on usein yhdistää taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuullisuus osaksi sujuvaa toimintaa.

Taloudellinen näkökulma on helppo perustella, mutta ympäristö- ja sosiaalisen vastuullisuuden kohdalla joudutaan usein tekemään kompromisseja. Menestyvä organisaatio vaatii yhtäaikaista vastuullisuuden ja taloudellisen kannattavuuden kehittämistä. Ei myöskään riitä, että organisaation johto sitoutuu vastuulliseen toimintaan, vaan se on koko organisaation asia. Kehittyessään vastuullisuus leviää koskemaan koko toimitusketjua, mutta tämä vaatii pitkäjänteistä työtä ja toimivaa ulkoista viestintää sidosryhmille.

Tutkimuskysymykset, joilla tavoitteisiin pyritään pääsemään ovat:

- Mikä on sosiaalisen vastuullisuuden, vastuullisuusraportoinnin ja vastuullisuusviestinnän nykytila?
- Mitä ovat sosiaalisen vastuullisuuden kehityskohteet?
- Miten vastuullisuusraportointi toteutetaan ja mitä siihen sisällytetään?
- Mitä viestintämuotoja käytetään ulkoisessa ja sisäisessä vastuullisuusviestinnässä?

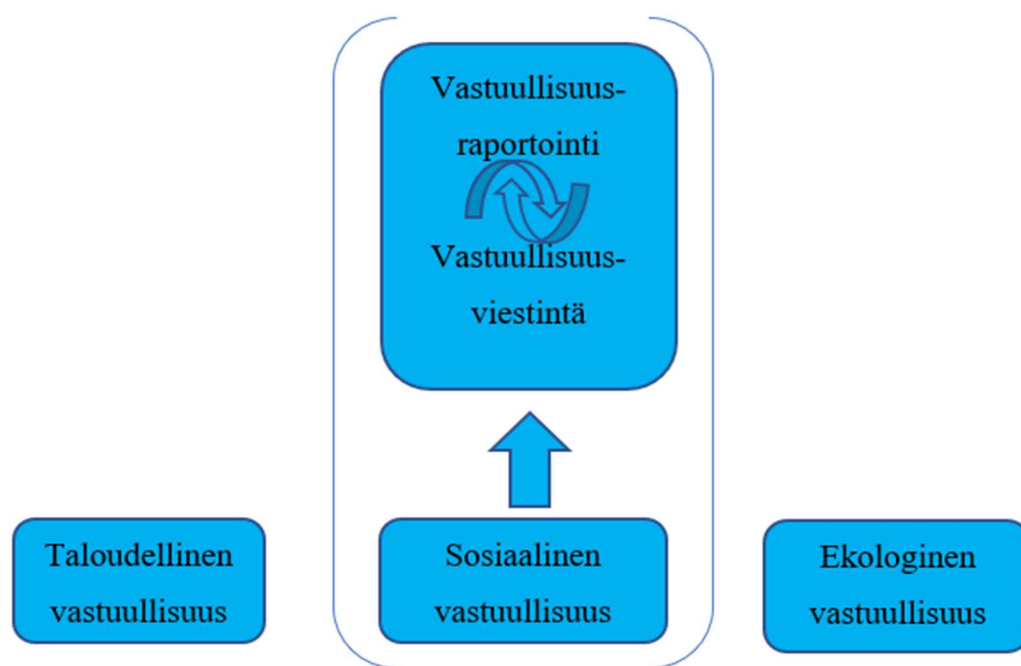
Tutkimusongelmat liittyvät tutkimuskysymyksiin, eli kohdeyrityksellä ei ole dokumentoitua ohjeistusta sosiaalisen vastuullisuuden, sen raportoinnin tai viestinnän alueilta. Kaikkia kolmea osa-aluetta on siis tarve kehittää. Kehittämistarve tulee asiakkaiden vaatimuksista sekä organisaation omasta halusta kehittää kilpailukykyään kiristyneessä yritysmaailmassa. Ongelman selvitys alkaa nykytilan kartoituksesta. Nykyisen toiminnan ymmärtämisen jälkeen annetaan kehitysehdotuksia Sosiaalisesta vastuullisuuteen, vastuullisuusviestintään ja vastuullisuusraportointiin, havaittujen puutteiden korjaamiseksi. Näkyvä vastuullisuustoiminta helpottaa uusien asiakkaiden löytämistä sekä saantia. Sosiaalisen vastuullisuuden kehitys lisää yrityksen vastuullista toimintatapaa, mutta ilman vastuullisuusraportointia ja vastuullisuusviestintää on sen asiakkaiden tietoisuuteen saattaminen vaikeaa.

2.4 Teoreettinen viitekehys

Tutkimuksellinen kehittämishanke aloitetaan kehittämiskohteen tunnistamisella ja selvittämällä kehityskohteeseen liittyvät eri tekijät, toisin sanoen ymmärtämällä ongelma eli kehitettävä hanke tai kohde. Kehittämiskohteen tunnistamisen jälkeen haetaan siihen liittyvää tietoa, eli tietoperustaa, perehtymällä olemassa olevaan teoreettiseen ja

muuhun kirjoitettuun tietoon. Kun teoreettinen tieto on sisäistetty, voidaan tutkia, miten se eroaa käytännöstä ja löytää mahdolliset kehityskohteet. Tietoperusta, josta usein käytetään myös nimeä teoreettinen viitekehys, on olemassa olevaa tutkittua, kirjoitettua tietoa, johon kehittämishankkeen suunnittelu ja toteuttaminen perustuvat. Tutkittavana olevan kohteen käytännön toiminnasta ja toimintaympäristöstä kootun taustaja tutkimustiedon avulla pystytään määrittelemään tarkempi kehittämistehtävä sekä rajamaan kehittämisen kohde. (Ojasalo ym., 2015, s. 23–25.)

Opinnäytetyön kirjallisuuskatsauksessa tutkitaan kaikkia kolmea vastuullisuuden eri osa-alueita, koska ne kuitenkin liittyvät toisiinsa jollakin tasolla. Taloudellisen ja ekologisen vastuullisuuden tarkastelu osana teoreettista viitekehystä on siis perusteltua, vaikka työ keskittyykin sosiaalisen vastuullisuuden kehittämiseen. Toimeenpano, mitaus ja seuranta on tässä opinnäytetyössä myös rajattu pois, koska ne ovat jatkuvia prosesseja. Teoreettinen viitekehys on esitetty kuviossa 1.



Kuvio 1. Teoreettinen viitekehys.

Tietoperustana tarkastellaan laajempaa yritys vastuullisuus kokonaisuutta, myös taloudellista ja ekologista vastuullisuutta, vaikka empiirinen osio keskittyy sosiaaliseen vastuullisuuteen, sekä siihen liittyvään viestintään ja raportointiin. Tutkimukseen saadaan näin laajempaa ulottuvuutta ja pystytään tarkastelemaan asioita usealta eri näkökannalta ja laajempaa kokonaisuutena.

3 YRITYSVASTUULLISUUDEN KEHITTÄMINEN

Hyvä maine edellyttää vastuullista ja kestävää liiketoimintaa. Asiakkaat haluavat olla tekemisissä sellaisten yritysten kanssa, jotka huolehtivat asioistaan vastuullisesti ja kestäväen kehityksen periaatteiden mukaisesti. Valveutuneet yritykset panostavat vastuullisuuteen ja näkevät sen oman organisaationsa, sekä yhteistyöverkostonsa toiminnan lähtökohtana. Yritykset uskovat, että vastuullinen toiminta turvaa tulevaisuuden toimintaedellytyksiä, asiakastyytyväisyyttä ja tätä kautta kilpailukykyä. Organisaatioiden vastuullisuus on kasvanut osittain omasta, niin sanotusta sisäisestä tahdosta, osittain taas johtuen ulkoisista paineista ja vaatimuksista. Ulkoista painetta on tullut neljästä suunnasta: taloudellisesta, yhteiskunnallisesta, ekologisesta ja sosiaalisesta suunnasta. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 49.)

Vastuullisuutta tulee käsitellä kokonaisuutena, ei yksittäisinä tapauksina, kuten esimerkiksi organisaatioiden eri osastojen kampanjoina. Vastuullisuus-strategia on tästä syystä tärkeä työkalu, jolla nähdään suunnitelmallisesti kokonaisuus, eikä vain yksittäisiä osa-alueita. Vastuullisuuden kehittämisen tarve johtuu monista eri seikoista, kuten lakivaatimuksista, mutta usein sen aiheuttaa julkinen paine tai asiakasvaatimukset vastuullisuustyöhön. (Marjamäki & Vuorio, 2021, s. 125.)

Yksi hyvä tapa saada organisaatio sitoutumaan vastuulliseen toimintaan on kirjata vastuullisuusperiaatteet yhtiöjärjestykseen. Kirjaamalla periaatteet, tulee niistä lakissäteisiä ja vaatimukset pysyvät, vaikka organisaation omistusrakenne muuttuisi tai johto vaihtuisi. (Koipijärvi & Kuvaja, 2020, s. 37.)

Vastuullisuuteen panostamisella voi myös olla suoranaisia taloudellisia vaikutuksia sen parantaessa kilpailukykyä tai jopa mahdollistamalla edullisemman rahoituksen saannin, johtuen hyvästä vastuullisuusmaineesta. Toisaalta hyvä maine voi myös lisätä myyntiä ja mahdollistaa hinnan korotukset. Nämä saavutettavat edut vaativat kuitenkin usein koko toimitusketjun toimimista vastuullisesti. Vastuullisuuteen panostus myös vähentää kustannuksia esimerkiksi työviihtyvyyden tai työturvallisuuden parantamisessa. Työntekijöiden ollessa ylpeitä vastuullisuudesta, helpottaa se myös rekrytointia, hyvää työpaikkaa kehutaan ja maine leviää. Poissaolot vähenevät, josta aiheutuu

kustannussäästöjä. Yleensä ihmiset viihtyvät paremmin hyvässä, kuin huonossa maineessa olevassa työpaikassa. Toisaalta voidaan ajatella, että nämä asiat toimivat myös toisin päin. Mikäli vastuullisuuteen ei panosteta, saattavat kustannukset nousta edellä mainittujen seikkojen takia. (Juutinen, 2016, s. 59–60.)

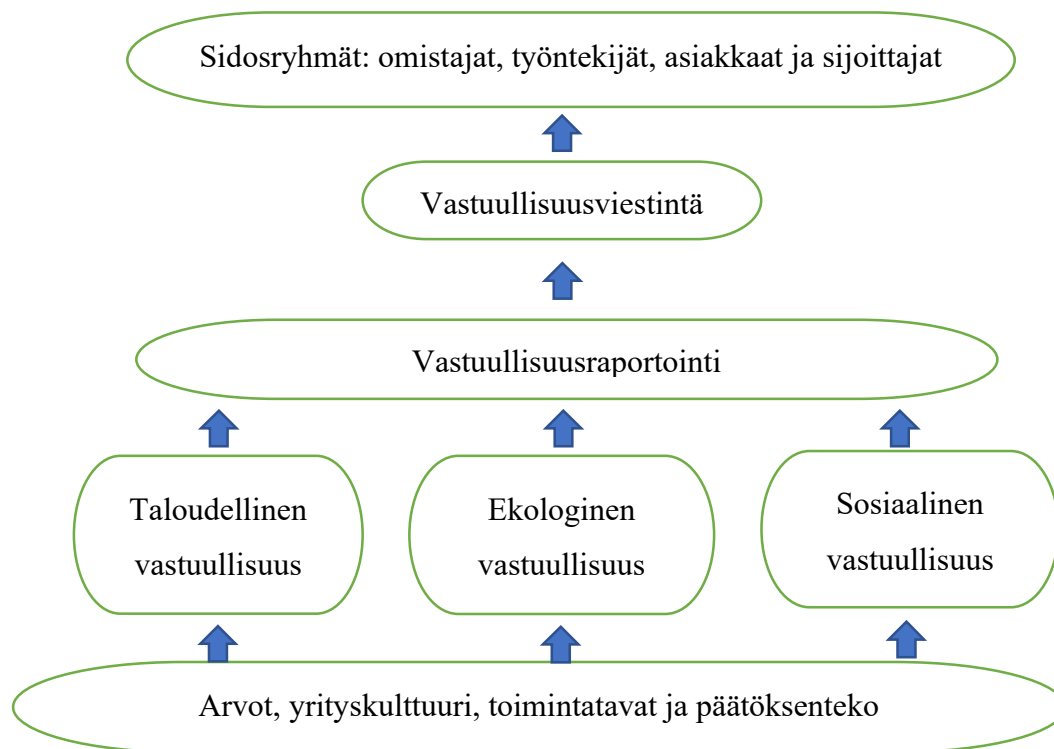
Vastuullisuudella vahvistetaan ja varmistetaan tulevaisuuden toimintaedellytyksiä, kilpailukyvyn säilymistä ja menestystekijöiden vahvistumista. Vastuullisuudella saatetaan myös löytää uusia toimintamahdollisuuksia. Lisäämällä yrityksen toiminnan ja palvelujen arvostusta asiakkaiden ja koko toimitusketjun silmissä, yritys vahvistaa näiden sitoutumista. Vastuullisuuden kehittämällä ja siitä raportoimalla sekä oikealla tavalla viestimällä saavutetaan myös kilpailijoista erottautuminen. Kun maine on hyvä, saavutetaan omien työntekijöiden tyytyväisyys ja sitoutuminen. Myös liiketoimintariskit pienenevät, toiminta tehostuu ja tuottavuus paranee. (Lassila, n.d., s. 7.)

Yritysmuodolla on Jussilan (2010, s. 25–27, 30) mukaan suuri vaikutus yritysvastuullisuuteen. Yritysmuotojen mukaan korostuvat eri asiat: *Osaakeyhtiössä, varsinkin pörssiin noteeratuissa yhtiöissä* ajatellaan yleisesti korostettavan vain taloudellista vastuullisuutta, maksimaalisen voiton tuottamista omistajille. Sidosryhmät, sijoittajat, osakkaat ja yhteiskunta luovat kuitenkin painetta myös ekologisen ja sosiaalisen vastuullisuuden osa-alueiden kehittämiseen ja nykyään niihin panostetaankin näyttävästi, pörssiin listautuneissa yhtiöissäkin. Tällä saavutetaan hyvää mainetta, parannetaan yrityksen brändiä ja saavutetaan näin kysynnän kasvua, joka puolestaan parantaa liiketuloa. Käytännössä siis edesautetaan saavuttamaan myös perinteistä voiton maksimointia. Tärkeät asiakasryhmät ja omistajat ovat harvoin samoja ja erilaiset odotukset vastuullisuudesta voivat aiheuttaa myös ongelmia. *Yksityisomisteisissa yhtiöissä, varsinkin perheyhtiöissä*, vastuullisuuteen liittyvä mielikuva on yleisesti positiivisempi. Yritykset ovat paikallisia ja toimineet pitkään alueella. Ne luovat työpaikkoja sekä positiivista sosiaalisen vastuullisuuden kuvaa ja ovat sekä keskeisiä että tunnettuja toimijoita alueella.

Myös toimialalla on suuri merkitys sosiaalisen vastuullisuuden kannalta. Esimerkiksi GRI, Global Reporting Initiative, josta on tarkemmin kerrottu luvussa 4.4.1 käyttää raporttipohjissaan täydennysohjeistoja eri toimialoille. Kun toimialat eroavat toisistaan, on niillä myös erilaisia tunnuslukuja. Asiakkaiden ja sidosryhmien on helpompi

vertailla ja seurata yritysten vastuullisuuskehitystä, jos osa raportointipohjista on toimialakohtaisia. Toisaalta ainoastaan toimialakohtaisesti tarkasteltuna ongelmat jäävät helpommin havaitsematta, joten tarkastelua tulisi tehdä yli toimialarajojen. (Jussila, 2010, s. 35–36.)

Liappiksen ym. (2019, s. 7–9) mukaan yritysvastuullisuus on laaja kokonaisuus, joka rakentuu muun muassa arvoista, yrityskulttuurista, toimintatavoista ja päätöksentekotavasta. Yrityksen arvot ovat keskeisessä roolissa yritysvastuullisuutta kehitettäessä. Yritysvastuullisuuden rakennetta voidaan kuvata rakennusmaisesti, jossa yritysvastuullisuuden varsinaiset elementit rakennetaan yllä mainittujen teemojen päälle. Vastuullisuusalueet jaotellaan yleisesti kolmeen, eli taloudelliseen, ekologiseen ja sosiaaliseen vastuullisuuteen. Näiden jälkeen seuraavat viestintä ja raportointi sidosryhmille, kuten omistajille, työntekijöille, asiakkaille ja sijoittajille. Rakennetta on kuvattu kuviossa 2.



Kuvio 2. Yritysvastuullisuuden rakentuminen (mukailtu, Liappis ym., 2019, s. 7).

Ketolan (2005, s. 117–119) mukaan yrityksen vastuullisuus koostuu arvoista, sanoista ja teoista. Ketolan mukaan arvot muokkautuvat ajan kuluessa ja sanattomat arvot, eli käytännön toiminnassa ilmenevät arvot voivat olla vaikutuksiltaan jopa kirjattuja

arvoja vahvempia. Sanattomat arvot ovat myös pysyvämpiä, kuin kirjatut arvot. Kirjalliset arvot saattavat muuttua esimerkiksi toimitusjohtajan vaihtuessa tai omistajan vaihdoksen myötä, mutta totutut käytännön toiminnan arvot muuttuvat hitaasti. Ketola käyttää nimitystä diskurssi, eli kirjoitettu ja puhuttu viestintä. Diskurssia löytyy esimerkiksi vastuullisuusraporteista, vuosikertomuksista, nettisivuilta ja lehdistötiedotteista. Yritykset pyrkivät kertomaan positiivisista vastuullisuusteioistaan. Puolustusmekanismi eli defenssit ovat kuitenkin ikäviinkin vastuullisuustekoihin usein olemassa, eli miten selitetään, oikeutetaan tai kielletään jokin ikävä asia. Teoilla tarkoitetaan käytännön toimintaa, tehdäänkö jotain, vai onko olemassa vain ohjelma, mitä pitäisi tai tullaan tekemään. Mikäli teot saadaan hyvin määriteltyä, voidaan niistä päätellä toteutuvatko yrityksen arvot.

Rohwederin (2004, s. 97–105) mukaan sekä taloudellinen, ekologinen, että sosiaalinen vastuullisuus voidaan jokaisessa osa-alueessa jakaa välittömään ja välilliseen vastuullisuuteen. *Taloudellisessa vastuullisuudessa* välitöntä vastuullisuutta ovat niin sanottuihin suoriin rahallisiin toimintoihin liittyvät asiat kuten esimerkiksi palkat, osingot ja verot eri muodoissa. Välilliset taloudelliset vastuullisuustoiminnot taas liittyvät yhteiskunnallisiin ja kansantaloudellisiin teemoihin, kuten esimerkiksi investointipäätösten sijoitukseen sekä siihen, mistä ja miten mahdolliset alihankinnat toteutetaan. *Ekologisessa vastuullisuudessa* jako voidaan tehdä välittömiin yrityksen aiheuttamiin ympäristöhaittoihin tai päästöjen määrän pienentämiseen esimerkiksi teknologisella kehityksellä. Välillinen ekologinen vastuullisuus liittyy esimerkiksi yhteistyökumppaneiden toimintaan. Välittömässä *sosiaalisessa vastuullisuudessa* otetaan huomioon nimensä mukaisesti niin sanottuja suoria toimia, kuten työturvallisuutta, koulutusta ja mahdollisuutta urakehitykseen, työkyvyn ylläpitäminen kuten vapaa-ajantoimintojen tukeminen ja työterveydenhuolto, syrjinnän kieltäminen ja monimuotoisuuden edistäminen. Välillinen sosiaalinen vastuullisuus puolestaan voi olla paikallista tai maailmanlaajuiseen toimintaan liittyviä yhteiskunnan toimintaa tukevia hankkeita, kuten koulutusta, riippuen yrityksen suuruudesta ja toimintamallista.

3.1 Taloudellinen vastuullisuus

Yrityksen taloudellisella vastuullisuudella on merkitystä kaikkiin sidosryhmiin, kuten työntekijöihin, omistajiin, asiakkaisiin, toimittajiin sekä erilaisiin yhteisöihin ja hyväntekeväisyysjärjestöihin, joita yritys mahdollisesti tukee. Kun yrityksen toiminta on menestyksestä taloudellisesti, mahdollistaa se muun muassa hyvän palkan maksun työntekijöille, mikä puolestaan vaikuttaa verotuloihin ja sitä kautta yhteiskuntaan laajemminkin. Vaikutukset voidaan jakaa välittömiin ja välillisiin vaikutuksiin. Mitä suurempi toimija yritys paikkakunnalla on, sen suurempia ovat kerrannaisvaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan esimerkiksi palveluiden oston ja verojen maksujen kautta. Voidaankin esittää kysymys: onko yrityksen ja sidosryhmien maksamat verot pelkästään negatiivinen asia, vai tulisiko niitä miettiä enemmän yhteiskuntavastuullisuuden kautta? Rehdillä toiminnalla, toisin sanoen välttämällä esimerkiksi veronkiertoa, lahjontaa tai korruptiota sekä kohtelemalla sidosryhmiään oikeudenmukaisesti, yritys varmistaa pitkäaikaista toimintaansa sekä saavuttaa luottamusta ympäröivässä yhteiskunnassa. (Uddin ym., 2008, s. 204–205.)

Organisaation tulee toimia taloudellisesti kannattavalla ja kestäväällä pohjalla, jotta toiminta on mahdollista. Taloudelliseen vastuullisuuteen kuuluu useita osa-alueita, kuten organisaation kannattavuus, kilpailukyky ja tehokkuus sekä voiton tuottaminen omistajille. Huomioon tulee ottaa myös muut sidosryhmät ja yhteiskunta. Laajemmalti taloudelliseen vastuullisuuteen voidaan katsoa kuuluvan yrityksen rahan ja muun varallisuuden käyttö, palkitsemisjärjestelmät sekä lakisääteisiä velvollisuuksia, kuten lahjonnan, korruption, rahanpesun ja harmaan talouden estäminen sekä verojen maksaminen lainsäädännön mukaisesti. (Liappis ym., 2019, s. 8.)

Taloudellinen vastuullisuus on laaja käsite, eikä mitään yksiselitteistä määritelmää ole, mutta on hyvä sisäistää siihen kuuluvia osa-alueita. Monesti taloudellinen vastuullisuus mielletään pelkästään yrityksen tarkoitukseen olla taloudellisesti kannattava. Senkin aiheena on totta ja lakisääteistäkin, koska osakeyhtiölaki (Finlex 624/2006) määrittää organisaation tarkoitukseksi voiton tuottamisen osakkeenomistajille. Voiton maksimointi lyhyellä aikavälillä ei kuitenkaan ole lain sisällöllinen tarkoitus, vaan siinä kannustetaan kehittämään organisaation toimintaa pitkällä aikavälillä. Laki vaatii myös, että toimitaan yhteiskunnallisesti hyväksyttävällä tavalla. Osakeyhtiölaki siis

myös kannustaa yritys vastuulliseen toimintaan, eli yrityksen tulee kyllä olla kannattava, mutta yhteiskunnan ja sidosryhmien hyväksymällä tavalla. (Liappis ym., 2019, s. 72–73.)

Harmaalan & Jallinojan (2012, s. 18–19) mukaan tärkeää taloudellisessa vastuullisuudessa on pitkän aikavälin vastuullisuustoiminta. Organisaation tulee panostaa vastuullisiin investointeihin, jotka voivat liittyä esimerkiksi ympäristöön tai työntekijöiden hyvinvointiin, eli tulokset saattavat näkyä vasta myöhemmin. Taloudellista tulosta ei siis katsota vain neljännesvuosittaisesta tai vuosittaisesta tuloksesta, vaan panostetaan pitkäaikaiseen tuottavuuteen tulevaisuudessa. Vastuullisista investoinneista päätettäessä tulee miettiä myös, millainen kannattavuus tuloskaudella on riittävä ja paljonko esimerkiksi osinkoa maksetaan omistajille. Taloudellisesti vastuullisen yrityksen pitää ottaa huomioon myös sidosryhmät ja yhteiskunta. Mitä suurempi yritys on, sen suurempi on sen vaikutus muun muassa verojen maksuun ja työllisyyteen yhteiskunnallisesti ja alueellisesti.

Jotta yritys voi toimia ja kehittyä pitkäjänteisesti, on kannattava liiketoiminta avainasemassa. Jotta kannattavuutta voi seurata tai mitata, on tunnettava siihen vaikuttavat tekijät. Kannattavuutta voidaan seurata ja parantaa vain vaikuttamalla siihen tunnistettuihin tekijöihin. Ensimmäisenä näistä tekijöistä on ymmärrettävä katetuoton määrä, mutta lopullinen kannattavuus näkyy kuitenkin vasta yrityksen kokonaistuloksesta, kun kiinteät kulut on vähennetty. Katetuottolaskelmassa tulee keskittyä neljään selkeästi kannattavuuteen vaikuttavaan seikkaan, jotka ovat myyntituotto, hinta, muuttuvat kustannukset ja kiinteät kustannukset. *Myyntituotto*, joka riippuu myytyjen tuotteiden volyymista, paljonko myydään sekä *hinnasta*, eli mikä on tuotekohtainen tuotto. Lisäksi tulee ottaa huomioon *sekä muuttuvat kustannukset*, jotka muuttuvat myynnin tai tuotantomäärien vaihteluiden mukaan, *että kiinteät kustannukset*, esimerkiksi toimitilat, joissa kustannukset pysyvät vakiona. Kannattavuutta voidaan siis parantaa esimerkiksi lisäämällä myyntituottoja, joko kasvattamalla myynnin määrää tai nostamalla myytävien tuotteiden hintaa. Myyntimäärän nostaminen kuitenkin myös lisää kustannuksia. Hintojen nosto puolestaan kyllä kasvattaa kannattavuutta, mikäli sillä ei pudoteta asiakaskuntaa, eli myytävien tuotteiden volyymiä. Hinnan noston kannattavuuteen vaikuttaa esimerkiksi toimintaympäristö, paljonko on kilpailua. Markkinat määrittelevät viime kädessä hinnoittelun. Paljonko asiakas on valmis maksamaan? Luonnollinen

tapa kannattavuuden nostoon on kustannusten karsiminen, jolloin hintoja voidaan alentaa. Tämä voidaan tehdä esimerkiksi toimintoja tehostamalla, kilpailuttamalla yrityksen toimittajaverkostoa tai luopumalla vähemmän kannattavista palveluista, toiminnoista tai tuotteista. (Eklund & Kekkonen, 2011, s. 70–74.)

Stenbackan ym. (2003, s. 73) mukaan kannattavuus vaihtelee yrityksen sisäisten tekijöiden mukaan, joihin se pystyy vaikuttamaan esimerkiksi syntyvien kustannusten kautta ja toisaalta ulkoisiin kannattavuustekijöihin, kuten markkinoiden hintatasoon, tai kysyntään, joihin yritys ei helposti voi vaikuttaa. Kannattavuustekijöistä tärkeimmät voidaan jakaa neljään ryhmään, joita ovat hinnan korotus, myyntimäärien lisäys sekä muuttuvien ja kiinteiden kustannusten aleneminen.

Organisaation kannattavuus riippuu tuotoista ja kustannuksista. Tuottojen tulee olla kustannuksia suurempia, jotta yritys katsotaan kannattavaksi. Kannattavuuden mittaamiseksi voidaan käyttää erilaisia talouden tunnuslukuja. Keskeiset tunnusluvut ovat *kokonaistulos (tilikauden tulos)*, *liiketulos*, *käyttökate ja myyntikate eli katetuotto*. Mikäli halutaan laskea tunnusluvut prosenttiosuuksina, saadaan ne johdettua edellä mainituista eli *tulos-*, *liiketulos-*, *käyttökate- ja myyntikateprosentti (katetuottoprocentti)*. (Eklund & Kekkonen, 2011, s. 63.) Kannattavuutta voidaan mitata absoluuttisesti, eli voittoina tai suhteellisesti, mikä tarkoittaa voiton suhdetta sijoitettuun pääomaan (Yritystutkimus RY, 2017, s. 63).

Yllä oleviin teoksiin ja tutkimuksiin taloudellisen vastuullisuuden tärkeydestä ja merkityksestä on helppo yhtyä, vaikkei se tämän opinnäytetyön keskeisemmin käsitelty aihe olekaan. Selvää on, että yrityksen toiminnan kannalta se on historiallisesti merkittävin vastuullisuuden osa-alueista ja mahdollistaa kannattavan, jatkuvan liiketoiminnan. Vasta lähiaikoina on alettu laajemmin keskittyä myös muihin vastuullisuusasioihin.

Taloudellista kannattavuutta voidaan ja tulee mitata useilla tunnusluvuilla. Seuraavaksi avataan tarkemmin kannattavuutta ilmaisevia tunnuslukuja, joita ovat muun muassa kokonaistulos, liiketulos, käyttökate, myyntikate, katetuotto ja katetuottoprocentti.

Kokonaistulos kertoo tuloslaskelmassa mikä on organisaation voitto, kun kaikki liiketoimintaan liittyvät kustannukset on vähennetty. Mikäli kokonaistulos lasketaan esimerkiksi tilikaudelta tai vuosineljännekseltä, käytetään siitä nimitystä tilikauden tulos tai kvartaalitulos. (Eklund & Kekkonen, 2011, s. 64.) Kokonaistuloksella tarkoitetaan tilikauden kokonaistulosta. Tulokseen on sisällytetty myös satunnaiset ja kertaluonteiset tuotto- sekä kuluerät. Tällaisia eräiä ovat esimerkiksi saadut konserniavustukset ja liiketoiminnan uudelleenjärjestelykulut. (Almatalent, n.d.)

Liiketulos saadaan, kun tuotoista vähennetään kaikki liiketoimintaan liittyvät kustannukset, sekä muuttuvat, että kiinteät kustannukset, pois lukien rahoitus ja verotus. Liiketulos kertoo toiminnan kannattavuuden. (Eklund & Kekkonen, 2011, s. 64.) Ensimmäisenä välituloksena tuloslaskelmassa käytetään nimitystä liiketulos. Siitä selviää, paljonko tuotosta on jäänyt jäljelle ilman rahoituseriä ja veroja. Liiketulos huomioi myös toimintakulut ja poistot, eli käyttöomaisuuden kulumisen. (Almatalent, n.d.)

Käyttökatteesta selviää yrityksen tulos ennen poistoja, korkomenoja ja veroja. Se kertoo yrityksen liiketoiminnan tuloksen huomioimatta yrityksen rahoitusrakennetta tai investointeihin varattuja ja käytettyjä varoja. (Eklund & Kekkonen, 2011, s. 64.) Käyttökatetta ei esitetä virallisen tuloslaskelman välituloksena, vaan oikaistussa tuloslaskelmassa, jossa liiketulokseen lisätään tuloslaskelmassa olevat poistot ja arvonalennukset (Yritystutkimus RY, 2017, s. 63).

Myyntikate saadaan, kun myyntituotoista vähennetään muuttuvat kustannukset, eli tuotanto- ja hankintakustannukset. Myyntikate on enemmän tuotannon kannattavuuden tunnusluku, kuin koko yrityksen kannattavuudesta kertova mittari. Myyntikatteen suuruus vaihtelee toimialakohtaisesti, joten se ei ole vertailukelpoinen tutkittaessa eri alojen yritysten kannattavuutta keskenään. (Eklund & Kekkonen, 2011, s. 64.)

Myyntikatetta käytetään yrityksen sisäisen laskennan työkaluna. Myyntikatelaskelmaa käytetään erityisesti, kun halutaan vertailla eri tuoteryhmien välistä kannattavuutta. Aina ei tavoitella mahdollisimman korkeaa myyntikatetta. Alhainen myyntikate voi olla kilpailukeino, jolla pyritään saavuttamaan lisää myyntiä. (Almatalent, n.d.)

Katetuottolaskentaa käytetään usein varsinkin organisaation lyhyen aikavälin kannattavuuden arviointiin, sisäisissä vertailuissa ja analyyseissä. Eri toimialojen vertailuun katetuottolaskenta ei sovellu, mutta yrityksen sisällä voidaan vertailla esimerkiksi eri tuotteiden tai tuoteryhmien kannattavuutta. Katetuotto tunnuslukuna on erityisesti osto-, myynti- ja valmistusosastojen seurattava mittari, koska se lasketaan myyntituotteiden ja ostohintojen tai toisaalta valmistavassa teollisuudessa myyntituotteiden ja valmistuskustannusten erotuksena. Organisaation tulos on positiivinen, jos katetuotto on suurempi kuin kiinteät kustannukset, eli myyntituotteet - muuttuvat kustannukset = katetuotto - kiinteät kustannukset = tulos. (Eklund & Kekkonen, 2011, s. 64–65.)

Katetuottolaskentaa voidaan käyttää myös tuoteryhmittäin tai tuotekohtaisesti. Tällöin pyritään selvittämään tai vertailemaan näiden kannattavuuseroja, joko tuoteryhmittäin tai tuotekohtaisesti. Laskennassa tarkoituksena on selvittää myyntikustannukset ja muuttuvat kustannukset. Näiden erotuksena saadaan tuoteryhmän katetuotto. (Osaa-vayrittäjä, n.d.)

Katetuotto kertoo rahallisesti palveluista saatavan katteen muuttuvien kustannusten jälkeen. Pelkästään rahamääräinen mittari on haastava sikäli, että sen avulla on vaikea vertailla esimerkiksi erikokoisten yritysten menestymistä. Mitä suurempi yritys, sitä suurempi sen katetuoton tulee olla, jotta yrityksen on mahdollista kattaa kiinteät kustannuksensa. Usein vertailukelpoisempi katetuoton ilmaisutapa on laskea se prosentteina myyntituotoista, eli kateprosentteina. Katetuotto-prosentti = katetuotto/myyntituotteet x 100. (Eklund & Kekkonen, 2011, s. 67.)

Vakavaraisuudella puolestaan kerrotaan siitä, miten yrityksen rahoitus on hoidettu. Paljonko on velkaa ja omaa rahoitusta. Mitä vähemmän yrityksellä on velkaa ja puolestaan mitä enemmän omaa rahoitusta, sitä vakavaraisempi yritys on. Vakavaraisuudesta käytetään myös nimeä omavaraisuusaste. Mitä pienempi luku on, sitä enemmän yrityksellä on velkaa verrattuna omaan rahoitukseen. Yleisesti yli 30 % vakavaraisuutta pidetään hyvänä ja yli 50 % menevää erinomaisena. (Osuuspankki, n.d.)

3.2 Ekologinen vastuullisuus

Ympäristövastuullisuudella tai ekologisella vastuullisuudella, molempia nimityksiä käytetään, tarkoitetaan Harmaalan & Jallinojan (2012, s. 22) mukaan sitä, että yritys pyrkii toimimaan ympäristönäkökohdat huomioiden parhaalla mahdollisella tavalla ja vastaa mahdollisista aiheuttamistaan ympäristöhaitoista. Ympäristövastuullisuuden käsite on laaja ja siihen kuuluvat muun muassa maaperän, ilman ja vesiensuojelu, jätteiden määrän minimointi, luonnonvarojen mahdollisimman tehokas hyödyntäminen sekä terveys- ja ympäristöhaittojen hallinta. Aikaisemmin ympäristönsuojelulla ajateltiin lähinnä tuotteen valmistamiseen liittyviä haittoja ja päästöjä, mutta ajatus on nykypäivänä laajentunut tuotteen koko elinkaaren aikaisten ympäristövaikutusten vähentämiseen. Myös verkostoituminen on vaikuttanut siihen, että organisaatiot pyrkivät ulottamaan ja vaatimaan ekologista vastuullisuuteen sitoutumista myös sidosryhmiltään. Ekologisen vastuullisuuden näkökohdat pyritään ottamaan huomioon yhteistyönä ja koko tuotantoketjussa.

Liappis ym. (2019, s. 8, 99) puolestaan toteavat, että ekologisten vastuullisuuteen kuuluvat luonnonvarojen käyttö kestävästi sekä ympäristön suojeleminen, energian ja materiaalien tehokas käyttö, eli hukan minimointi, jolloin saavutetaan jätteiden ja päästöjen vähentäminen, turvataan luonnonmonimuotoisuus ja torjutaan ilmastomuutosta. Perus- eli minimivaatimukset ekologiselle vastuullisuudelle tulevat lähtökohtaisesti lainsäädännöstä. Nämä vaatimukset organisaation tulee siis vähintään täyttää. ”Suomen perustuslain 20 §:n mukaan vastuu luonnosta ja sen monimuotoisuudesta, ympäristöstä ja kulttuuriperinnöstä kuuluu kaikille”. Jotta kuitenkin toimitaan ekologisesti vastuullisesti, tulee näitä asioita käsitellä ja kehittää paljon laajemmin, jotta täytetään myös vaatimukset, jotka tulevat esimerkiksi asiakkailta tai sidosryhmiltä sekä yhteiskunnalta.

Niskala ym. (2019, s. 21) katsovat ekologisen vastuullisuuden keskeisten osa-alueiden olevan tehokkaan ja säästävän luonnonvarojen käytön, vesien, ilman ja maaperän suojelun, luonnon monimuotoisuuden turvaamisen, ilmastonmuutoksen torjunnan sekä tuotteen koko elinkaaren aikaisten ympäristövaikutusten vastuullisen huomioonottamisen. Lassila (n.d.) on samoilla linjoilla. Hänenkin mukaansa ekologinen vastuullisuus voidaan määritellä yksinkertaisimmillaan luonnon monimuotoisuuden

turvaamiseksi. Käytetään tehokkaasti ja säästävaisesti luonnonvaroja. Torjutaan ilmastomuutosta sekä suojellaan ympäristöä. Ekologista vastuullisuutta ohjaavat lait ja säädökset, mutta myös taloudelliset etuudet.

Yllä olevasta Harmaalan & Jallinojan toteamuksesta, jonka mukaan ekologisen vastuullisuuden painopiste on muuttunut aikaisemmista valmistuskeskeisyyden ympäristövaikutuksista laajempaan ymmärrykseen voi olla samaa mieltä. Toisaalta jokseenkin eri mieltä voi olla laajenevan verkoston positiivisista vaikutuksista. Globaalit, maailmanlaajuiset toimintaketjut vaikuttavat myös negatiivisesti, erilaisista toimintakulttuureista, lainsäädännöstä ja valvonnan vaikeudesta johtuen. Samaa mieltä voi olla myös tehokkaasta luonnonvarojen ja energian käytön positiivisesta vaikutuksesta. Ilmastomuutoskysymykset ovat osa jokapäiväistä tiedotusvälineiden viestintää, eikä niihin voi liian kevyesti suhtautua. Ikävä kyllä ilmastomuutoksen aiheuttamat sääilmiöt, kuten tulvat, myrskyt ja kuivuus tuntuvat erityisesti kehittyvien maiden ihmisten elämässä ja taloudessa, aiheuttaen usein myös mittavia ihmishenkien menetyksiä.

Tärkeimpinä ilmastositoumuksina voidaan pitää Pariisin sopimusta, joka tuli voimaan loppuvuodesta 2016. Suomi hyväksyi sopimuksen samaan aikaan. Sopimus pitää sisällään muun muassa keskilämpötilan nousun estämiseen, sekä päästöjen leikkaukseen liittyviä tavoitteita. Sopimus ei sinänsä ole velvoittava, vaan maat luovat omat päästötavoitteensa. Suomi on asettanut tavoitteeksi olla hiilineutraali vuonna 2035. Hiilineutraalisuus tarkoittaa hiilinielujen, jotka sitovat hiilidioksidia ja aiheutettujen hiilidioksidipäästöjen välistä tasapainoa. Vuonna 1992 tehty YK:n ilmastomuutosta koskeva puitesopimus sekä siihen liittyvä Kioton pöytäkirja ovat myös tunnettuja ilmastoon liittyviä dokumentteja, jotka olivat käytössä ennen Pariisin sopimusta. (Ulkoministeriö, n.d.)

3.3 Sosiaalinen vastuullisuus

Sosiaalisen vastuullisuuden kehittämisen vaatimukset voivat tulla monilta eri tahoilta, esimerkiksi asiakkailta, toimittajilta tai sijoittajilta, jotka vaativat yrityksen sitoutumista eettiseen käyttäytymiseen ja viemään sosiaalista vastuullisuuttaan lakivaatimuksia ylemmälle tasolle. Vastuullinen toiminta edistää liiketoiminnan pitkäaikaista

menestystä, mutta vaatii myös sosiaalisen vastuullisuuden tunnustamista ja ymmärtämistä. Kolmesta osa-alueesta sosiaalinen vastuullisuus on vähiten tuttu ja siten yrityksissä yleensä heikoimmin määritelty. Sosiaalinen vastuullisuus sisältää muun muassa henkilöstöpolitiikkaa sekä työterveys- ja työturvallisuuskäytäntöjä, joiden tulee olla yhdenmukaisia työterveys- ja työturvallisuusstandardien kanssa. Lisäksi tulee täyttää asiakkaiden vaatimukset ja olla avoin omistajille. (Galea, 2004, s. 108, 111.)

Liappis ym. (2019, s. 9, 128–131) toteavat sosiaalisen vastuullisuuden tarkoittavan muun muassa organisaation toiminnallisen vaikutuksen huomioimasta sidosryhmiin, työntekijöihin sekä myös lähialueiden asukkaisiin, mikä viittaa yhteiskuntavastuullisuuteen. Tämän lisäksi organisaation tulee huomioida työturvallisuus, työhyvinvointi sekä hyvät johtamiskäytännöt. Yrityksen sosiaalinen vastuullisuus on laaja kokonaisuus, mutta tärkeässä osassa on ihmisten asiallinen ja tasa-arvoinen kohtelu, huomioiminen, arvostaminen sekä ihmisoikeuskysymykset. Ihmisoikeuksien päälle sijoittuvat muut tärkeät asiat, kuten työhyvinvointi ja hyvä johtamiskäytäntö. Nämä vaikuttavat työtyytyväisyyteen ja esimerkiksi poissaoloihin. Tärkeä on myös asiakaspalvelu, jonka myötä saavutetaan asiakastytytyväisyyttä. Yrityksen omaan henkilöstöön liittyvää sosiaalista vastuullisuutta on varmistaa työntekijöiden turvallinen työskentely sekä huolehtia henkilökunnan terveydenhuollosta ja työhyvinvoinnista, joilla turvataan osaltaan työkyky sekä hyvä työilmapiiri. Organisaation sosiaalista vastuullisuutta on kaikenlaisen epäasiallisen käytöksen, kuten esimerkiksi eriarvoisuuden, kiusaamisen ja häirinnän, syrjinnän tai rasismien poistaminen työpaikalta. Rasismi tai syrjintä voi koskea esimerkiksi ikää, sukupuolta tai etnistä taustaa. Vähimmillään tulee huolehtia siitä, että organisaation toiminta ei aiheuta negatiivisia vaikutuksia vastuullisuuden näkökulmasta.

Jussilan (2010, s. 16) mukaan sosiaalinen vastuullisuus voidaan jakaa muun muassa *työhyvinvointiin ja vastuulliseen henkilöstöjohtamiseen*, joka on perinteisesti oma selkeä sosiaalisen vastuullisuuden osa-alue ja monesti ajatellaan, että henkilöstön kohtelu määrittelee yrityksen suhtautumista myös laajemmin ihmisiin ja sidosryhmiin. *Ihmisoikeuskysymyksiin*, vaikkakin ihmisoikeudet suomalaisten yritysten kannalta voivat kuulostaa kaukaa haetulta, niin globaalissa ja kansainvälisessä yritysmaailmassa ne ovat tärkeässä asemassa. Jussila mainitsee myös *lähialuevastuullisuuden ja tuotevastuullisuuden*.

Ketolan (2005, s. 40–41) mukaan sosiaalinen vastuullisuus ilmenee eri lailla eri yrityksissä ja on vaikea määritellä mikä toimintatapa on oikein tai väärin. Yritys saattaa maksaa hyvää palkkaa ja tarjota monenlaisia etuja, mutta heikkona aikana irtisanoa työntekijät nopeasti. Toinen yritys taas maksaa huonompia palkkoja tai etuisuuksia, bonuksia ei myöskään makseta, mutta yritys pitää työntekijänsä huonompina aikoina. Osa yrityksistä pitää tuotantonsa esimerkiksi Suomessa, vaikkakin kustannukset ovat suurempia, toiset siirtävät tuotantoaan ulkomaille, joissa työvoima on halpaa, eikä ihmisoikeuksista tai ekologiasta pidetä huolta yhtä hyvin kuin Suomessa. Toisaalta tämä yritys kuitenkin tuo töitä ja jonkinlaisen palkan sikäläisille työntekijöille.

ISO 26000:2010-yhteiskuntavastuuoppaassa todetaan: ”Kansainvälisen standardisointijärjestö ISO:n oppaan teemoja ovat hallintotavat, ihmisoikeudet, työelämän käytännöt, ympäristö, oikeudenmukaisuus, kuluttaja-asiat ja yhteisön toimintaan osallistuminen. Lisäosana on julkaistu ohje standardin käyttämisestä koskevan omaehtoisen vakuutuksen laatimisesta (NPR 9026:fi).” Käytännössä lisäosalla pyritään siis kertomaan, että yritys noudattaa toiminnassaan ISO 26000:2010 opasta. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2011.)

ISO 26000:2010 on tarkoitettu ohjeistukseksi sosiaaliseen vastuullisuuteen kaiken tyyppisille organisaatioille, yritysten koosta tai sijainnista riippumatta. Sisältö on laaja ja itse opas on maksullinen, mutta tiivistelmän saa ilmaiseksi. Siinä kerrotaan ohjeistuksen pääpiirteittäin pitävän sisällään seuraavaa: sosiaaliseen vastuullisuuteen liittyviä käsitteitä, terminologiaa, määritelmiä, periaatteita, käytäntöjä, ydinaiheita ja kysymyksiä. Ohjeistus pyrkii yhdistämään, toteuttamaan ja edistämään sosiaalista vastuullisuutta koko organisaatiossa, sekä sidosryhmissä. ISO 26000:2010 kannustaa yrityksiä kehittämään vastuullisuuttaan lain vaatimuksia pidemmälle, mikä on perusvelvollisuus. ISO 26000:2010 ohjeistuksella on tarkoitus tuoda lisäarvoa organisaation jo vastuullisuudessa käyttämiin toimintatapoihin, ei korvata niitä. Sillä ei myöskään ole tarkoitus estää vaativampien ohjeistusten tai vaatimusten käyttöä, eikä sitä ole tarkoitettu sertifiointitarkoituksiin. (ISO 26000:2010, 2021.)

Sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluvat esimerkiksi siihen perinteisesti liitetyt osa-alueet, kuten henkilöstön työturvallisuudesta ja tuotantotilojen turvallisuudesta huolehtiminen ja henkilöstön kouluttaminen. Nämä voidaan katsoa pitkän välin tuottoa

tuottaviksi investoinneiksi, joilla saavutetaan kustannussäästöjä ja parannetaan tuottavuutta. Kun henkilöstö voi hyvin ja saa työskennellä turvallisissa oloissa, on sillä selkeä psyykkinen vaikutus työtyytyväisyyteen, jolloin esimerkiksi sairauspoissaolot vähenevät ja innovatiivisuus yrityksessä lisääntyy. Sosiaaliseen vastuullisuuteen panostettaessa myös yrityksen maine paranee, mikä voi vaikuttaa esimerkiksi sen rahoituksen saantiin, yhteistyökumppanuuksiin tai toimittaja- ja viranomaissuhteisiin. (Harmaala & Jallinoja, 2012, s. 59–60.)

Maineriskit ovat useimmiten laukaiseva tekijä sosiaalisen vastuullisuuden kehittämisen motivointiin. Vaikka esimerkiksi työturvallisuusrikkomukset ovat laissa määriteltä sanktioituiksi, niin suurempi kannustin on maineen menetyksen pelko. Hyvä maine auttaa esimerkiksi työvoiman rekrytoinnissa, joka on erittäin tärkeää monilla aloilla, joilla tilaukset eivät ole mitenkään tasaisia, vaan työvoiman tarve vaihtelee paljon ja sitä on saatava nopeasti.

3.3.1 Työterveys- ja työturvallisuusjohtaminen

Työterveys- ja työturvallisuusjohtamisen (TTT) sertifikaatti ISO 45001 määrittelee vaatimukset työterveyden ja turvallisuuden johtamisjärjestelmälle sekä ohjeistaa sen käyttöä, jotta organisaatiot voivat tarjota turvallisia ja terveellisiä työpaikkoja ehkäisemällä työtapaturmia ja sairauksia sekä ehkäisemällä sekä parantamalla ennakoivasti organisaation TTT suorituskykyä. Ainoa tapa saada ISO 45001 sertifikaatti on turvallisuushallinnan riippumaton auditointi. Sertifiointi ei kuitenkaan ole pakollinen, vaan voidaan tehdä niin sanottu itseilmoitus ISO 45001 standardin noudattamisesta, jolloin vältetään sertifiointiin liittyvät kustannukset. Toisaalta esimerkiksi asiakkaat voivat edellyttää sertifiointia, joten pitää tarkkaan miettiä, kannattaako sertifiointi. ISO 45001:2018 on korvannut British Standards Institutionin OHSAS 18001:n, joka poistettiin käytöstä 12. maaliskuuta 2021. Eroina näissä on se, että ISO 45001 keskittyy koko organisaatioon ja sidosryhmiin, ottaen huomion sekä riskejä että mahdollisuuksia. OHSAS 18001 ei ota huomioon organisaation ulkopuolisten toimijoiden näkökulmia ja käsittelee yksinomaan riskejä. (Ecoonline, 2021; ISO 45001:2018, 2021; Laitinen ym., 2013, s. 297–298.)

ISO 45001 Standardi asettaa vähimmäisvaatimukset työntekijöiden suojelulle maailmanlaajuisesti. Standardin mukainen toiminta edistää useita yhdistyneiden kansakuntien kestävän kehityksen tavoitteita tasa-arvosta terveyteen ja hyvinvointiin. Standardi korostaa ennakoivaa ja systemaattista toiminnan suunnittelua, hallintaa, mittaamista ja parantamista. Sen avulla myös kilpailukyky hyötyy, kun työtapaturmat vähenevät, jolloin vakuutusmaksuissa säästetään. Työkulttuuri kehittyy edistämään terveyttä, organisaatio ja erityisesti johto sitoutuu työterveys- ja työturvallisuusasioihin, jolloin myös yrityksen maine paranee. (ISO 45001:2018, 2021.)

3.3.2 Työhyvinvointi ja työviihtyvyys

Iso osa työhyvinvointia ja työviihtyvyyttä on hyvin suunniteltu työn ja toimintapisteen ergonomia. Tällä tarkoitetaan, että työvälineet, työkäytännöt ja työympäristö tukevat ja helpottavat työn tekoa. Hyvällä ergonomian suunnittelulla saavutetaan sekä fyysistä, että psyykkistä jaksamista. (Työterveyslaitos, n.d.)

Työterveyslaitos (Työterveyslaitos, n.d.) listaa työhyvinvointia ja työviihtyvyyttä parantaviksi toimiksi hyvän ergonomian lisäksi muun muassa seuraavia: palveleva johtaminen, joustava organisaatio sekä työntekijöiden terveydestä ja toimintakyvystä huolehtiminen. Lisäksi tulevat jatkuva koulutus, eli osaamisen ylläpito sekä työpaikan arvoista ja asenteista huolehtiminen.

3.3.3 Korruptiontorjunta ja lahjonta

Korruption torjunnan tulee koskea koko toimitusketjua, mukaan lukien myös toimitajat ja alihankkijat sekä muut yhteistyökumppanit. Korruptiontorjunta ei myöskään rajoitu yritystoimintaan, vaan on jokaisen yhteiskunnallinen velvollisuus. Korruptio vaikuttaa negatiivisesti taloudelliseen kehitykseen sekä lisää köyhyyttä ja epätasa-arvoa, erityisesti kehitysmaissa. Kun käytetään vaikutusvaltaa väärin henkilökohtaisen edun saamiseksi, on kyse korruptiosta. Väärinkäyttöön liittyy usein lahjonta, eli annetaan rahaa, palveluksia tai muuta hyötyä olettaen, että vastapalveluksena saadaan toivottua hyötyä itselle. Korruption muotoja on paljon. Niitä ovat muun muassa lahjonta, rahanpesu, sisäpiirikaupat sekä kaikenlaiset luottamusaseman väärinkäytökset.

Korruptiota voidaan yrityksissä välttää huolellisella sisäisellä valvonnalla sekä eettisillä toimintaohjeilla. Luotettavalla yritysilmapiirillä, jossa korruptiosta ilmoittavaa työntekijää suojellaan, on positiivinen merkitys, koska mahdolliset korruptoituneet yritykset tulevat ilmi. Avoin yrityskulttuuri lisää korruptiosta ilmoittamisen helpoutta. Pelkkien eettisten toimintaohjeiden käyttöönotto ei riitä. Koulutus ja sisäinen viestintä ovat avainasemassa korruption torjunnassa. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2020, s. 3–10.)

Lahjusrikoksia säätelee Suomen rikoslaki (RL). Virkamiesten, kansanedustajien ja muiden virkamiesten lahjontaa tai muuta epäasiallista vaikuttamista, tai vaikuttamisyritystä koskee RL 16 ja 40 luku. Yksityisellä puolella pyritään suojelemaan yritystoimintaa ja elinkeinonharjoittajia yleisemminkin. Yksityistä sektoria koskee RL 30 luku. Rangaistavaa menettelyä voi olla jo pelkkä oikeudettoman edun tarjoaminen virkamiehelle, kansanedustajalle tai yrittäjän lukuun toimivalle henkilölle. Hyödyn ei siis tarvitse edes konkretisoitua. Rangaistava menettely määritellään aktiiviseksi tai passiiviseksi. Aktiivisessa joku tarjoaa hyötyä ja passiivisessa taas vastaanotetaan jotain arvokasta, tarkoituksena antaa vastavuoroisesti hyötyä lahjuksen antajalle. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2020, s. 11.)

3.3.4 Pakkotyön ja ihmiskaupan torjunta

Mikäli henkilö pakotetaan tekemään työtä, johon ei ole vapaaehtoisesti suostunut, on kyse pakkotyöstä. Pakkotyön tunnistamisesta on julkaistu Euroopan komission ohjeistus vuonna 2021. Ohjeistuksessa neuvotaan ja kannustetaan organisaatioiden sitoutumista pakkotyön torjuntaan ja riskien arvioinnin toteuttamiseen sekä vastuulliseen toimintaan. Ohjeet eivät ole toimiala- tai tuotesidonnaisia ja niitä voidaan käyttää globaalisti. (Työ- ja elinkeinoministeriö, n.d.)

Sopimus pakkotyön lopettamisesta on hyväksytty jo vuonna 1930 Kansainvälisen työjärjestön (ILO) toimesta. Sopimuksen tarkoituksena on lopettaa kaikki pakkotyö ja sen on ratifioinut 178 valtiota, maailmanlaajuisesti. Suomessa kyseinen sopimus on ratifioitu vuonna 1935 (SopS 44/1935). ILO on arvioinut, että tällä hetkelläkin pakkotyötä joutuu tekemään noin 21 miljoonaa ihmistä, joista 4,5 miljoonaa liittyy seksuaaliseen

hyväksikäyttöön liittyvään pakkotyöhön. Todellista määrää on kuitenkin vaikea arvioida, koska vain osa tapauksista tulee viranomaisten tietoon. Pakkotyö lisääntyy muun muassa muuttoliikkeiden ja globaaleiden rikollisverkostojen kautta ja keskittyy suurelta osin yksityiseen sektoriin. (HE 69/2016, luku 1.)

3.3.5 Ihmisoikeudet

Työ- ja elinkeinoministeriön (TEM) mukaan ihmisoikeudet ovat yhteneviä ja kuuluvat jokaiselle ilman pelkoa syrjinnästä. Ihmisoikeudet liittyvät toisiinsa ja ovat toisistaan riippuvaisia. Toisin sanoen yksilön ihmisoikeuksien parantaminen vaikuttaa positiivisesti myös muiden oikeuksiin ja vastaavasti toisinpäin. Ihmisoikeuksiin kuuluvat muun muassa oikeus syrjimättömyyteen ja yksityisyyteen, sekä järjestäytymisvapaus. Yritykset ja ihmisoikeudet rakentuvat kolmelle päätasolle: ”valtioiden velvollisuudelle suojella ja edistää ihmisoikeuksia, yritysten vastuulle kunnioittaa ihmisoikeuksia sekä toimenpiteille, joilla korjataan tapahtuneet haittavaikutukset”. (Työ- ja elinkeinoministeriö, n.d.)

Tärkeimpänä ihmisoikeutta koskevana edistäjänä voidaan pitää Yhdistyneiden Kansakuntien (YK) ihmisoikeuksien yleismaailmallista julistusta, joka on hyväksytty YK:n yleiskokouksessa 10.12.1948. Julistus pitää sisällään kolmekymmentä artiklaa ihmisoikeuksista. YK:n jäsenvaltiot ovat sitoutuneet julistusta noudattamaan. Yleiskokous antaa julistuksen ” ihmisoikeuksien yleismaailmallisen julistuksen kaikkien kansojen ja kaikkien kansakuntien tavoiteltavaksi yhteiseksi ohjeksi, jotta kukin yksilö ja kukin yhteiskuntaelin pyrkisi, pitäen alati mielessään tämän julistuksen, valistamalla ja opettamalla edistämään näiden oikeuksien ja vapauksien kunnioittamista sekä turvaamaan jatkuvien kansallisten ja kansainvälisten toimenpitein niiden yleisen ja tehokkaan tunnustamisen ja noudattamisen sekä itse jäsenvaltioiden kansojen että niiden oikeuspiirissä olevien alueiden kansojen keskuudessa”. (Ihmisoikeusliitto, 1948.)

Yhdistyneet kansakunnat toteaa ihmisoikeuksien yleismaailmallista julistuksen johdannossa, että peruste julistuksen antamiselle tulee ihmisarvojen ja oikeuksien tunnustamisesta ja puuttumisesta niiden rikkomuksiin. Päämääränä tulee olla sananvapaus,

vapaus uskonnon harrastamiseen sekä tasa-arvoinen yhteiskunta, niin sukupuolisesti, kuin eri etnisyyteenkin perustuen. (Yhdistyneet kansakunnat, n.d.)

3.3.6 Tasa-arvo ja syrjimättömyys

Suomessa on käytössä yhdenvertaisuuslaki, joka on annettu Helsingissä 30 päivänä joulukuuta 2014. ”Lain tarkoituksena on edistää yhdenvertaisuutta ja ehkäistä syrjintää sekä tehostaa syrjinnän kohteeksi joutuneen oikeusturvaa.” Lakia sovelletaan sekä julkisessa että yksityisessä toiminnassa. Rajauksena lain soveltamiseen ovat yksityis- ja perhe-elämän piirin toiminta sekä uskonnonharjoitus. (Finlex 1325/2014.)

Unicefin (Unicef, n.d.) mukaan kaikkien työntekijöiden tasa-arvoisuus työpaikalla vahvistaa ihmisoikeuksia. Monimuotoisuus työpaikalla saattaa johtaa syrjintään. Tärkeää on, että kaikilla on samat oikeudet. Kaikkien tasa-arvoinen kohtelu ei kuitenkaan tarkoita, että työpaikka olisi syrjimätön. Myös erityisryhmien erilaiset tarpeet tulee ottaa huomioon. Suomen Unicefilla on tasa-arvosuunnitelma, jota päivitetään vuosittain. Suunnitelma sisältää konkreettiset toimenpiteet, joita kyseisenä vuotena edistetään.

3.3.7 Lapsityövoima ja lasten hyväksikäyttö

Merkittävin lasten oikeuksia koskeva sopimus on Yhdistyneiden Kansakuntien (YK) lapsen oikeuksien sopimus, joka on hyväksytty YK:n yleiskokouksessa 20.11.1989. Sopimus painottaa, että ”lapsuus on itsessään tärkeä, eikä vain kulkua aikuisuuteen”. Sopimus on yksi maailman laajimmin ratifioituja. ”Sopimus on ainoa ihmisoikeussopimus, joka sisältää tiedottamisvelvollisuuden (LOS 42. artikla)”. Sopimuksen mukaan lapselle tulee taata hyvä elämä ”rotuun, ihonväriin, sukupuoleen, kieleen, uskontoon, poliittisiin tai muihin mielipiteisiin, kansallisuuteen, etniseen tai sosiaaliseen alkuperään, varallisuuteen, vammaisuuteen, syntyperään tai muuhun erotteluun katsomatta”. (Unicef, 1989, s. 4.)

Lapsityövoiman käyttö aiheuttaa lasten eriarvoisuutta myöhemmässä elämässä. Tämä johtuu pitkälti koulutuksen puuttumisesta. Työskentely lapsena haittaa heidän kehitystään, mutta myös vaarantaa terveyden. Unicef hyväksyy kevyet kotityöt sekä

esimerkiksi avustavan työn perheyriyksissä. Nämäkään eivät kuitenkaan saa rajoittaa lasten mahdollisuutta koulutukseen. Unicefin mukaan lapsityötä tekee arviolta 150 miljoonaa lasta. (Unicef, n.d.)

Unicefin mukaan arviolta miljoona lasta joutuu vuosittain seksibisneksen uhriksi. Unicef pitääkin tärkeänä, että kaikki maat ratifioivat YK:n yleissopimuksen lapsen oikeuksista sekä siihen liittyvän lisäpöytäkirjan 2, joka käsittelee lapsikauppaa, lasten hyväksikäyttöä prostituutiossa sekä pornografiassa. Suomi allekirjoitti pöytäkirjan vuonna 2000 ja hyväksyi lisäpöytäkirjan vuonna 2012. (Unicef, 1989, s. 44–46.)

YK:n yleissopimus lapsen oikeuksista sekä siihen liittyvä lisäpöytäkirja (1989, s. 44–46) käsittelee aihetta hyvinkin laajasti ja pitää sisällään muun muassa lapsikauppaa, lapsiprotituutiota, lapsipornografiaa, mutta myös ”lasten oikeuden tulla suojelluksi taloudelliselta hyväksikäytöltä ja sellaisen työn tekemiseltä, joka on todennäköisesti vaarallista tai häiritsee lapsen oppimista, tai on haitallista lapsen terveydelle tai fyysiselle, psyykkiselle, henkiselie, moraaliselie tai sosiaaliselle kehitykselle”. Lisäpöytäkirjassa ilmaistaan huoli myös yhä laajenevasta seksimatkailusta, internetin mahdollistamasta hyväksikäytöstä sekä tyttöjen suuresta osuudesta hyväksikäytön uhreina. Parhaiten lapsikauppaa, lapsiprotituutiota ja lapsipornografiaa voidaan torjua vaikuttamalla niitä mahdollistaviin tekijöihin, kuten ”alikehittyneisyyteen, köyhyyteen, tuloeroihin, epäoikeudenmukaiseen sosiaaliseseen rakenteeseen, perheiden sisäisiin ongelmiin, koulutuksen puutteeseen, maaltamuuttoon, sukupuoliseen syrjintään, aikuisten vastuuttomaan seksuaaliseen käyttäytymiseen, vahingollisiin paikallisiin tapoihin, aseellisiin konflikteihin sekä laittomaan lapsikauppaan”. (Unicef, 1989, s. 44–46.)

Vaikka yllä olevat aiheet, kuten korruptiontorjunta, lahjonta, pakkotyö, ihmiskaupan torjunta, ihmisoikeudet, tasa-arvo, syrjimättömyys, lapsityövoima ja lasten hyväksikäyttö suomalaisessa yhteiskunnassa ja yrityselaässä voivat tuntua oudoilta ja kaukaa haetuilta, pitää muistaa, että globaalissa yrityskulttuurissa aiheisiin kyllä valitettavasti törmää ja on tärkeää, että aiheita käsitellään. Myös kohdeyrityksen on hyvä sisäistää sosiaalisen vastuullisuuden sisältöä, jotta voi luoda oman strategiansa ja arvonsa, joihin sitoutua.

4 VASTUULLISUUSVIESTINTÄ

Kortetjärvi-Nurmen & Murtolan (2015, s. 68) mukaan viestinnän muotoja on paljon ja on tärkeää, että yritys löytää itselleen ja sidosryhmilleen parhaiten soveltuvat. Vastuullisuusviestinnän muodot voidaan jakaa kahteen pääryhmään, eli *välittömiin*, jolloin ei käytetä mitään varsinaisia välineitä, sekä *välillisiin*, jolloin viestintä tapahtuu jonkin laitteen avulla.

Näistä *välittömiä* ovat muun muassa palaverit, kokoukset, neuvottelut, tiedotustilaisuudet, henkilökohtaiset keskustelut, vaikkapa kahvipöydässä tai käytävillä tapahtuvat, kehityskeskustelut, ryhmäkeskustelut, aamukahvitilaisuudet, kick off -tilaisuudet, suunnittelupäivät, koulutustilaisuudet, virkistystapahtumat tai erilaiset juhlatilaisuudet. Välittömällä viestinnällä tarkoitetaan siis henkilöiden välistä kommunikointia. *Välillisiä* viestinnän muotoja puolestaan ovat esimerkiksi: mobiiliviestintä, sähköposti, yrityksen sisäinen intranet, yrityksen internet sivustot, sosiaalinen media, erilaiset sisäiset ja ulkoiset tiedotteet, verkkokokoukset ja -palaverit ja henkilöstölehdet, video- ja verkkoneuvottelut, vuosikertomukset sekä osavuosikatsaukset. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 68.)

Vastuullisuudesta viestiminen on yhteydessä laajempaan vastuullisuuden johtamisen kokonaisuuteen. Sillä voidaan saavuttaa kustannussäästöjä ja kilpailuetua, liittyen markkinoihin ja asiakkaisiin. Näiden etujen saavuttaminen vaatii kuitenkin ulkoista vastuullisuusviestintää. Vastuullinen toiminta ei useinkaan näy esimerkiksi tuotteesta päällepäin, eikä pelkkä sisäinen viestintä tuota yllä mainittuja etuja. Vastuullisuusviestintä mielletään usein vain organisaation sisäisissä raporteissa ja muissa julkaisuissa julkaistavaksi tiedoksi. Vastuullisuusviestintä on kuitenkin huomattavasti laajempi kokonaisuus, sisäiset raportit eivät tavoita kaikkia sidosryhmiä tai asiakkaita, vaan tarvitaan monia eri viestinnän keinoja. Vastuullisuudesta viestitään erilaisten kanavien kautta ja monin keinoin. Viestintää tapahtuu myös silloin, vaikka siihen ei tarkoituksellisesti pyritä. Raporttien lisäksi vastuullisuudesta viestimiseen käytetään esimerkiksi henkilöstö- ja asiakaslehtiä, yritys- ja palveluesitteitä sekä tuotepakkauksien selontekoja. Sidosryhmäyhteistyö ja julkiset keskustelutilanteet tarjoavat hyviä mahdollisuuksia viestintään. Samoin tuotteiden ja palveluiden vastuullisuudesta kertominen

asiakaspalvelutilanteissa on vastuullisuusviestintää. (Joutsenvirta ym., 2011, s. 251–252.)

Tynkkysen & Berningerin (2017, s. 125–126) mukaan vastuullisuusviestintä voidaan kiteyttää kahdeksaan erilliseen teemaan: *totuudenmukaisuuteen*, *olennaisuuteen* ja *avoimuuteen*, kerrotaan vain faktoja olennaisista asioista avoimesti. *Johdonmukaisuuteen*, jolloin ei voi viestiä yrityksen olevan esimerkiksi sosiaalisesti vastuullinen, jos käytetään ulkomaista työvoimaa, jolle maksetaan alle työehtosopimusten mukaista palkkaa. *Konkreettisuus* ja *näyttäminen* tarkoittaa, että tulosten pitää näkyä, jotta lukija niitä ymmärtää ja syntyy uskottavuutta. *Jatkuvuus* tarkoittaa, että työn on oltava pitkäjänteistä kehittämistä. On myös oltava *kunnianhimoinen*, tehtävä enemmän, kuin lait ja yhteiskunta vaativat, sillä erotutaan massasta.

Yksityisten tai pienten sekä keskisuurten (PK) sektorin yritysten kohdalla kirjallista vastuullisuusviestinnän strategiaa ei vielä yleisesti ole julkaistu esimerkiksi yritysten nettisivuilla. Vastuullisuusviestintä on kuitenkin keskeinen osa yritys vastuullisuutta, koska yritys vastuullisuuden yksi keskeisistä tarkoituksista on toimia mahdollisimman avoimesti ja läpinäkyvästi. Pörssiyhtiöt ovat viestinnän avoimuuden suhteen kehittyneet vastuullisuusviestinnässä yksityisiä ja PK-sektorin yrityksiä paremmin. Tämä johtuu pörssitiedottamiselle asetetuista vaatimuksista. Monella listautuneellakin yhtiöllä raportointi on kuitenkin vieläkin pääosin hallinnointiperiaatteisiin, taloudellisiin sekä ympäristöasioihin liittyvää tiedottamista. Muilla kuin pörssiyhtiöillä ei ole samanlaisia lakisääteisiä vaatimuksia, mutta ei toki usein resurssijakaan, minkä takia viestintään ei niin paljon ole panostettu.

Viestintäpolitiikan perussisältöä ovat Kuusman (2015, s. 185) mukaan muun muassa arvot ja strategia, yrityksen näkemys siitä, mitä viestinnältä halutaan, mikä on viestinnän tehtävä ja mitä tavoitellaan. Viestinnälle tärkeää ovat avoimuus, luotettavuus ja nopeus, sekä vastuullisuusviestinnän sisältö, eli mikä on organisaation kannalta tärkeää informaatiota.

Sisäisen vastuullisuusviestinnän tulee olla avointa ja perustua vuoropuheluun organisaation toimijoiden kanssa. Vuoropuhelussa kuunnellaan organisaation eri toimijoiden näkemyksiä, opitaan uutta ja tuotetaan sitä kautta lisäarvoa organisaatiolle.

Vuoropuhelu kasvattaa työhyvinvointia työntekijöiden tuntiessa, että heitä kuunnellaan ja arvostetaan. Johdon tulee viestiä alaisille, mutta myös kuunnella alaisilta johdolle tulevaa viestintää. Viestinnän tulee kulkea sujuvasti myös projektien, erilaisten ryhmien, tiimien, yksiköiden, osastojen ja toimipisteiden välillä, eikä pidä unohtaa myöskään yksittäisten työntekijöiden kanssa käytävää vastuullisuuteen liittyvää viestintää. Myös tulevista muutoksista ja suunnitelmista tulee viestiä. Viestinnällä luodaan yhteiset pelisäännöt, eli miten organisaatiossa toimitaan. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 60–62.)

Åberg (2000, s. 99–100) on jakanut sisäisen viestinnän tarpeen viiteen tärkeimpään asiaan. *Perustoimintojen tuki*, joka on operatiivisen toiminnan kannalta tärkeää ja liittyy vahvasti työprosesseihin, eli itse palveluiden ja tuotteiden tekemiseen. *Työyhteisön profiloinnilla pitkällä aikavälillä* pyritään vaikuttamaan maineeseen positiivisella henkilöstökuvalla. *Informoinnilla* uutisoidaan toimitusverkostolle ja omalle henkilöstölle uusista tapahtumista. *Kiinnittämisellä* Åberg tarkoittaa viestintää yrityksen tavasta toimia henkilöstölle esimerkiksi työhön perehdytyksellä. *Sosiaalinen vuorovaikutus* on osa jokapäiväistä työyhteisöviestintää.

Hyvin toimiva ulkoinen viestintä on paljolti kiinni sisäisen viestinnän laadullisuudesta. Monessa organisaatiossa valitaan vastuullisuusviestintään erillinen vastuuhenkilö. Tämä on tietysti hyvä, jotta tiedetään, kuka on vastuussa, mutta helposti tällöin voi myös käydä niin, että organisaatio olettaa, että vastuullisuudesta ja viestinnästä vastaava henkilö hoitaa kaiken. Tulee painottaa, että vastuullisuus ja siitä viestiminen on koko organisaation yhteinen asia. Tähän päästään riittävällä, jatkuvalla ja pitkäjänteisellä koulutuksella. (Tynkkynen & Berninger, 2017, s. 155.)

Juholin (2010, s. 85) käsittelee sisäistä viestintää nimellä työyhteisöviestintä, siinä oman organisaation lisäksi huomioidaan myös esimerkiksi suunnittelu ja prosessit. Työyhteisöviestintä pitää sisällään kaikki organisaation jäsenet, mutta myös yhteistyökumppanit, eli se on laajempi käsite kuin perinteinen sisäinen viestintä. Pyrkimyksenä on saada ja jakaa ajankohtaista tietoa esimerkiksi projektin tilasta, työhyvinvoinnista tai johtamisen onnistumisesta koko organisaatio huomioiden.

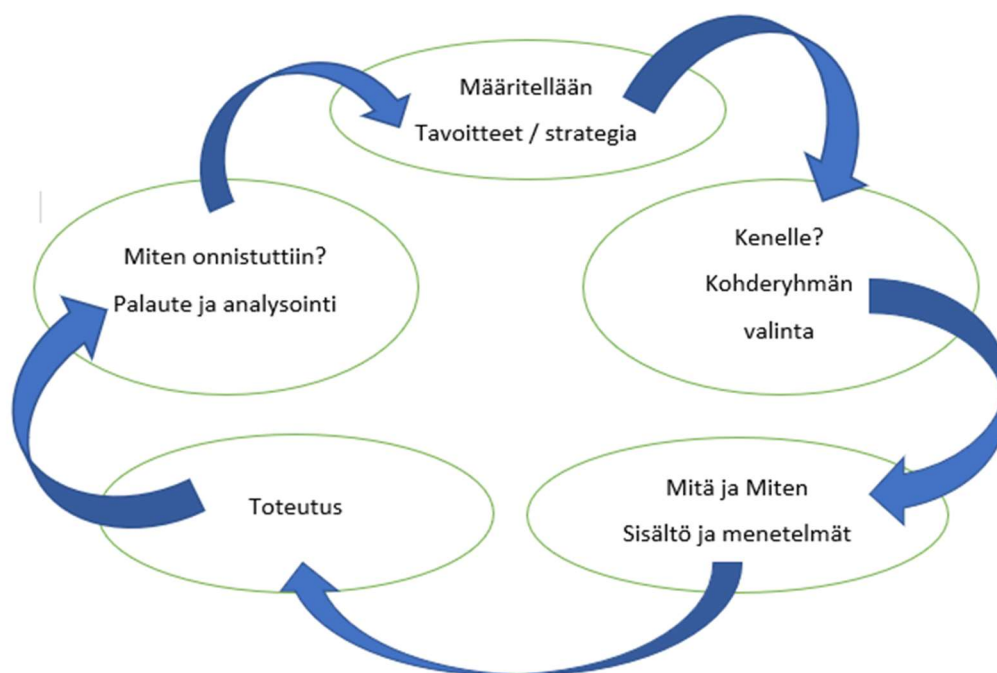
Yllä olevat teoriat kohdistuvat viestintään yleisesti ja ovat enemmän ulkoiseen vastuullisuusviestintään liittyviä. Vastuullisuusviestinnän pääjako on sisäinen ja ulkoinen vastuullisuusviestintä. Näiden lisäksi on vielä Juholinin määrittelemä työyhteisöviestintä, mutta sitä ei tutkija tässä opinnäytetyössä käsittele, koska kokee sen jonkin näköisenä sisäisen ja ulkoisen viestinnän välimuotona. Viestintä on varsinkin PK-yrityksissä usein enemmän sisäistä viestintää ja ulkoinen viestintä jää vähemmälle. Tutkija ja kohdeorganisaatio pitävät tärkeänä, että molempia viestinnän muotoja kehitetään. Kohdeyritys on panostanut vastuullisuustoimintaansa ja pyrkii sitä jatkuvasti kehittämään. On siis luontevaa viestiä siitä laajemmin sidosryhmille ja omalle organisaatiolle. Vastuullisuusviestinnän tulee lähteä liikkeelle viestinnän nykytilan arvioinnista, jonka jälkeen asetetaan tavoitteet ja suunnitelma, miten tavoitteisiin päästään. Tämän jälkeen viestinnän toimivuutta tulee seurata, eli analysoida. Keinoja tähän on paljon, mutta esimerkiksi PK-yrityksille hyvin sopiva muoto on työyhteisökyselyt. Kehittämisen kannalta on tärkeää saada tietoa mikä viestintä toimii ja miten mitäkin viestintämuotoa voidaan kehittää.

Viestintätutkimus on yksi työyhteisökyselymuoto. Siihen voi liittyä esimerkiksi työhyvinvointitutkimukset tai työilmapiiritutkimukset. Näillä tutkimuksilla henkilöstö viestii nimensä mukaisesti ajatuksiaan työyhteisön toimivuudesta. Kokemuksen mukaan kyselyt olisi hyvä pitää anonyymeinä, jotta saadaan todelliset mielipiteet toiminnasta.

4.1 Vastuullisuusviestinnän prosessi

Vastuullisuusviestintä voidaan nähdä osana organisaation markkinointiviestintää, mutta se keskittyy vastuullisuudesta viestimiseen. Vastuullisuusviestinnällä pyritään lisäämään yrityksen vastuullisen toiminnan näkyvyyttä ja tätä kautta lisäämään hyvää mainetta. Jotta vastuullisuusviestintä toimisi, tulee organisaation sitoutua sen pitkäjänteiseen toiminnan kehittämiseen. Parhaat tulokset saavutetaan, kun vastuullisuusteemat liitetään yhteisiksi organisaation muihin markkinointi- ja viestintätoimiin. Vastuullisuusviestinnän suunnittelussa tulee ymmärtää mitä viestinnällä tavoitellaan ja kenelle se suunnataan, eli mikä organisaation vastuullisuusstrategia on. Kun tavoitteet ja viestinnän kohde sekä strategia on selvitetty, suunnitellaan viestin sisältö, eli mitä

halutaan viestiä ja kenelle. Saattaa olla järkevää myös käyttää viestintästrategiaa kohderyhmäkohtaisesti, eli ei välttämättä saavuteta parasta tulosta, jos viestintä ei tuota kohteelle lisäarvoa. Lisäksi pitää miettiä tarkkaan myös viestintävälineet, kohderyhmäkohtaisesti. Soveltuvan viestintävälineen valintaan voi vaikuttaa esimerkiksi kohderyhmän tavoitettavuus. Nuorempi sukupolvi tavoitetaan hyvin sosiaalisen median kautta. Vanhempi kansa ei sitä juurikaan yleisesti seuraa, joten heille henkilökohtainen viestintätapa voi sopia paremmin. Viestinnän kehittämisen kannalta on tärkeää kerätä palautetta, kuinka viestintä kohderyhmän tavoitti. Viestinnän onnistuminen riippuu pitkälti siitä, kuinka hyvin tavoitteet ja strategia on määriteltä, sekä mitkä yritys vastuullisuuden osa-alueet on huomioitu. Johdon ja koko henkilökunnan sitoutuminen on tärkeää. Mitä parempaa sitoutuminen on ja mitä paremmin viestintä on suunniteltu, sitä parempi tulos ja laatu saavutetaan. (Harmaala & Jallinoja, 2012, s. 162–164.)



Kuvio 3. Vastuullisuusviestinnän kehittämisen prosessi (mukailtu, Harmaala & Jallinoja, 2012, s. 163).

Yllä oleva kuvio on hyvin havainnollistava. Jokainen osa-alue on tärkeä. Pitää ymmärtää mitä halutaan viestinnällä saavuttaa, kenelle viesti suunnataan, mitä ja millä viestintäkeinoin edetään, ymmärretään itse viestinnän kokonaisuus ja vielä kerätään tietoa siitä, miten onnistuttiin, eli mitataan toiminnan tuloksia.

4.2 Vastuullisuusviestinnän strategia, suunnittelu ja tavoitteet

Juholinin (2010, s. 58–59) mukaan vastuullisuusviestinnän strategisen suunnittelun voidaan ajatella tarkoittavan tavoitteiden määrittelyä, tapoja miten tavoitteisiin päästään sekä kenelle mitkäkin tavoitteet asetetaan. Strategialla määritellään mihin yritys pyrkii vastuullisuusviestinnällään, mikä on tulevaisuuden visio. On tärkeää, että johdon lisäksi tavoitteisiin sitoutuu koko henkilökunta sekä myös asiakkaat ja toimitusverkosto. Strategian suunnittelussa tulee huomioida yritykselle oleelliset seikat kuten myynnin lisäys, jolloin saavutetaan tulosta ja voittoa omistajille. Toisaalta esimerkiksi uusista innovaatioista viestiminen voi tuoda uusia asiakkaita tai säästöä kustannuksista, jolloin taas päästään parempaan taloudelliseen tulokseen.

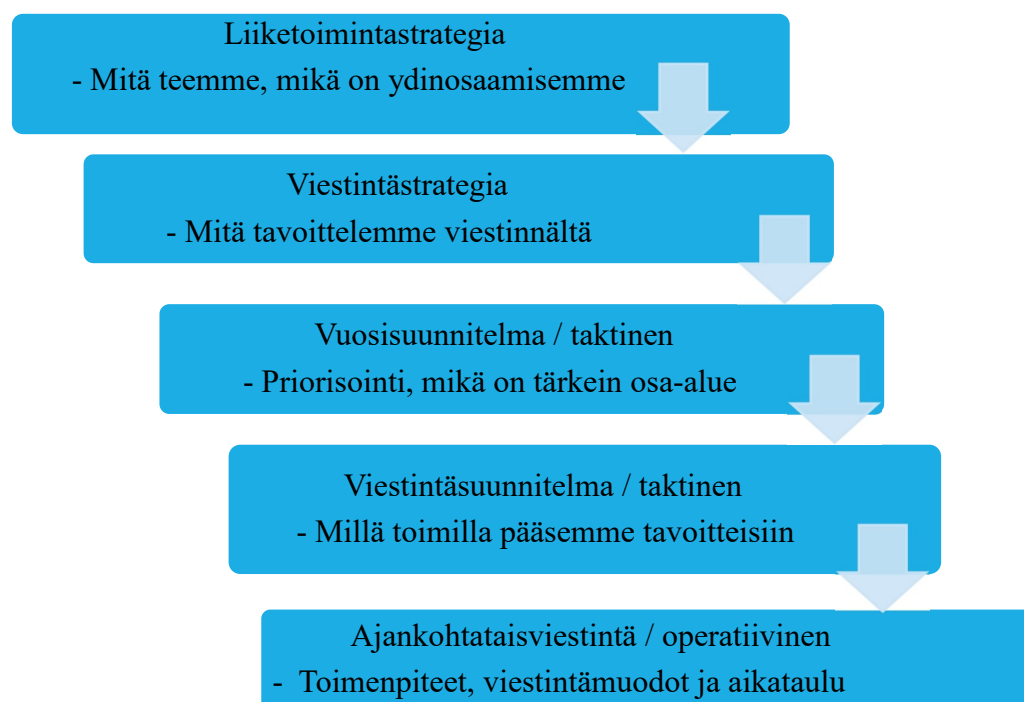
Marjamäen & Vuorion (2021, s. 50–53) mukaan *strategista vastuullisuusviestintää* on kaikki yritykselle tärkeä viestintä, se liittyy kiinteästi määriteltyyn toimintastrategiaan. Yksittäiset viestit eivät sinällään ole niin tärkeitä, vaan se miten kokonaisviestintä sidotaan tavoitteisiin ja johtamiseen. Hyvään lopputulokseen päästään monin eri keinoin, kunhan tavoitteet ja ymmärrys kokonaisuudesta mihin pyritään, on selvillä. *Viestintästrategiassa* määritellään mihin viestinnällä pyritään ja millä tavoin nämä tavoitteet saavutetaan. Kun viestintästrategia on organisaatiossa ymmärretty, voidaan alkaa luomaan viestintäsuunnitelmia, jotka ovat avainasemassa viestinnän johtamisessa. Vastuualueet on myös hyvä määritellä viestintästrategiassa.

Vuosisuunnitelmaan kirjataan isot linjaukset, joihin vaaditaan viestintää. Tällaisia ovat esimerkiksi toteutettavat suuremmat projektit ja muut yrityksen strategialle tärkeät voimavaroja vaativat hankkeet. Tässä vaiheessa määritellään alustavasti myös mitä viestintämuotoja käytetään. Vuosisuunnitelmaa voidaan luontevasti käyttää yrityksen strategian pilkkomiseen pienempiin, helpommin ymmärrettäviin osioihin. (Marjamäki & Vuorio, 2021, s. 53.)

Viestintäsuunnitelmaan kirjataan millä viestinnän keinoin päästään haluttuihin tavoitteisiin. Usein määritellään useita eri viestintämuotoja, joita tarvitaan eri osa-alueiden, kuten erilaisten projektien tai hankkeiden avustamiseen. Viestintäsuunnitelmia voidaan täten joutua tekemään useita eri osa-alueille, joiden tarpeet ovat erilaisia. Suunnitelmia voi tehdä lähes mille tahansa alueelle. (Marjamäki & Vuorio, 2021, s. 54.)

Tavoitteiden saavuttamiseksi tulee ymmärtää ja määritellä viestintäsuunnitelmaan mitä viestitään kussakin osa-alueessa, mitä tavoitellaan sekä mikä on kohderyhmä. Tärkeää on myös alustavasti valita viestintäkanavat, joita käytetään koska tämä vaikuttaa budjettiin, joka myös määritellään tässä vaiheessa. Lisäksi kirjaus siitä, kuka viestii. Kenellä on asiasta paras asiantuntemus. Kun viestintäsuunnitelma on valmis ja julkaistu paikassa, johon kaikilla on pääsy, on siitä hyötyä koko organisaatiolle ja se auttaa myös niitä ymmärtämään tavoitteet, jotka eivät työkseen toimi viestinnän parissa. (Marjamäki & Vuorio, 2021, s. 65.)

Ajankohtaisviestintä, jota kutsutaan myös päivittäisviestinnäksi, on nimensä mukaisesti niin sanottua jatkuvaa viestintää. Usein viestitään paljon, jolloin on syytä ylläpitää listaa siitä, mitä, koska, kuka ja millä viestintämuodolla toimitaan. Organisaation osastojen on pystyttävä kommunikoimaan päivittäisestä viestinnästä, jotta ei jouduta tilanteeseen, jossa viestitään samoista asioista. (Marjamäki & Vuorio, 2021, s. 70.)



Kuvio 4. Viestinnän suunnittelun ja toimenpiteiden eri tasot (mukailtu Marjamäki & Vuorio 2021, s. 55).

Viestinnän suunnittelussa on tärkeää muistaa, että viestinnän tulee olla avointa ja tuudenmukaista. Pitää myös olla ymmärrys asiakaskunnasta, mitkä heidän arvonsa ovat ja mitä he mahdollisesti haluavat kuulla, jotta osataan viestiä vain olennaisesta.

Sama koskee toki muutakin yhteistyöverkostoa. Haasteellista viestinnän suunnittelusta tekee myös se, että kaikki eivät arvosta samoja asioita. Jollekin tärkeää voi olla esimerkiksi hinta tai laatu ja toiselle ympäristöystävällinen tuote, työntekijöiden eettinen kohtelu tai valmistusmaa. (Kuvaja & Malmelin, 2008, s. 24–26.)

Hyvin tehdyillä kirjallisilla suunnitelmilla on se hyvä puoli, että kun asiat on riittävän tarkasti määritelty, tulee ne myös tehtyä. Tavoitteet, aikataulu, budjetti ja esimerkiksi vastuuhenkilön nimeäminen kirjattuna ja kaikkien ymmärtämänä auttavat myöhemmin, kun ongelmia tulee.

Vastuullisuusviestinnän tavoitteiden tulee olla sellaisia, että ne tukevat yrityksen määriteltyä toimintastrategiaa. Tavoitteiden määrittelyyn kannattaa uhrata aikaa sekä katsoa niitä eri toimintojen kannalta, mitä missäkin viestinnällä pyritään saavuttamaan. Kun tavoitteet saadaan onnistuneesti määriteltyä, viedään ne osaksi viestintäsuunnitelmaa. (Marjamäki & Vuorio, 2021, s. 57.)

Tavoitteiden määrittelyssä tulee ottaa huomioon, että ne ovat täsmällisiä, selkeitä, konkreettisia jotta niitä voidaan seurata, saavutettavia eli realistisia sekä oikein ajoitettuja. Mikäli tavoitteita ei ole onnistuttu riittävän selkeästi määrittelemään, ei niihin myöskään pysty koko henkilöstö sitoutumaan, koska ei tiedetä mitä pitäisi tehdä. Jos taas tavoitteet asetetaan yläkanttiin, eli ne eivät ole realistisia, johtaa tämä usein henkilöstön sitoutumisen puutteeseen. (Juholin, 2010, s. 59–61.)

Juholin (2010, s. 64) toteaa hyvin myös ajallisesti velvoittavista tavoitteista, kuten vuosikertomusraportoinnista. Tätä käsitellään paremmin luvussa 4.4. Laki on muuttunut vuonna 2017 niin että myös ekologisesta ja sosiaalisesta vastuullisuudesta raportoidaan, eli viestitään, kun yrityksen koko keskimäärin on 500 henkilöä tai liikevaihto ylittää 40 miljoonaa euroa. Tämä vaikutti monen listautumattoman yhtiön viestinnän muutokseen. Usein vuosittain aikaan sidonnaisesti suoritettavaa viestintää on myös esimerkiksi sidosryhmäkyselyt tai henkilöstön kehityskeskustelut.

Viestinnän tavoitteet ovat kestoaltaan erilaisia. Vaikka päästrategia on se iso kuva, niin yleensä tavoitteet jakautuvat pienempiin osa-alueisiin esimerkiksi organisaation eri osastojen kesken. Tutkijan toimiessa alihankintainsinöörinä viestintätavoitteet olivat

usein projekteihin liittyviä. Alihankkijoille viestittiin vastuullisuudesta, ennen kaikkea työturvallisuudesta ja eettisyydestä. Tämä tapahtuu monesti jo tarjouspyynnöissä, sopimuksissa, sopimusneuvotteluissa, kick-off, eli aloituspalavereissa sekä projektin kuluessa viikoittaisissa projektin seurantalavereissa. Projektin loputtua pidettiin lessons learned palaveri, jossa viestittiin siitä, miten projekti meni ja mitä voidaan tehdä toisin yhteistyön kehittämiseksi. Alihankkijat myös sitoutuvat noudattamaan projekti-kohtaisia toimintaohjeita. Edellä mainitut koskevat yleisesti myös kohdeyrityksen toimintaa, koska toiminta tapahtuu usein suurempien yritysten tiloissa ja on hyvin samantyyppistä.

Lopputilaajalle puolestaan viestittiin pidempiaikaisesti, koko projektin ajan uusista sopimuksista, edistymästä sekä heidän tärkeänä pitämistään yhteistyökumppaneiden tapaturmatilastoista sekä esimerkiksi laatupoikkeamista. Omalle organisaatiolle viestittiin alihankinnan tilasta viikoittain pidettävissä sisäisissä projektipalavereissa, joihin myös tilaajan edustaja osallistui.

4.3 Vastuullisuusviestinnän johtaminen

Yrityksen vastuullisuusviestinnän strategia pitää saada vietyä organisaatioon niin että se ymmärretään, tämä taas vaatii johtamista. Työntekijöiden pitää ymmärtää mitkä ovat yrityksen tavoitteet, miksi vastuullisuutta korostetaan. Hyvä vastuullisuusviestinnän johtaja osaa jakaa tietoa ja edistää koko organisaation osallistumista vastuullisuustoimintaan. Kun tieto alkaa kulkea työntekijältä toiselle ja muutos parempaan vastuullisuuskulttuuriin saavutetaan, ollaan oikealla polulla. Myös viestintä eri sidosryhmille ja viestintäkanavien valinta kertoo hyvästä viestintäjohtamisesta. (Marjamäki & Vuorio, 2021, s. 44–45.)

Vastuullisuusviestinnän johtamiseen tarvitaan myös työkaluja. Näistä tärkeimpiä ovat muun muassa viestintästrategia, selkeät viestinnän linjat, selkeys siitä kuka viestii ja mitä viestitään, millä kanavalla viestitään ja kenelle viesti osoitetaan, mikä on tärkein kohderyhmä, mikä on yrityksen ydinviesti ja onko se organisaatiossa kaikkien ymmärtämä, onko viestinnästä tehty vuosisuunnitelma ja ovatko viestinnän eettiset periaatteet kaikkien tiedossa. (Marjamäki & Vuorio, 2021, s. 83.)

Vastuullisuuden johtamisessa on monta tasoa, eikä monessakaan yrityksessä ole yhtä nimettyä johtajaa vastuullisuusviestinnän osa-alueelle. Vaikkakin esimerkiksi QHSE (Quality, Health, Safety, and Environment) päällikön alaisuuteen on monesti liitetty vastuullisuusasiat, niin tosiasiaassa esimerkiksi tutkijan toimiessa telakalla raskaassa metallisteollisuudessa alihankintainsinöörinä 17 vuotta, kuului alihankkijoiden käytännön vastuullisuustoimintojen noudattamisen seuranta alihankintainsinöörille. Käytännössä niin, että alihankkijat kyllä saivat vastuullisuuden toimintaohjeet QHSE toimesta, mutta niiden noudattamisesta vastasivat alihankintavalvojat, jotka raportoivat alihankintainsinöörille, joka puolestaan raportoi QHSE insinöörille ja toimitusjohtajalle asian vaativuuden mukaan.

4.4 Vastuullisuusraportointi

Vastuullisuusraportoinnilla pyritään saamaan organisaation vastuullinen toiminta, vastuullisuustavoitteet sekä tavoitteiden edistyminen ja saavutukset sidosryhmien tietoisuuteen uskottavasti ja vakuuttavalla tavalla. Raportti itsessään voidaan esittää monin tavoin, kuten verkkosivustolla tai painettuna raporttina, sähköisesti lähetettynä esimerkiksi määrätyille organisaation tärkeinä pitämille tahoille tai näiden yhdistelmänä. Vastuullisuusraportti voidaan myös liittää osaksi vuosiraportointia. (Koipijärvi & Kuva, 2020, s. 48.)

Vastuullisuusraportointi lisääntyi merkittävästi 2018, jolloin yritykset alkoivat liittää myös vastuullisuusraportteja osaksi vuosiraportointiaan. Tähän vaikutti huomattavasti Euroopan komission direktiivi, jossa määritellään muunkin kuin taloudellisen tiedon raportointi. Vuodesta 2017 alkaen määräytyjen yritysten on ollut pakko raportoida vastuullisuudestaan, mutta ohjeistus on melko joustava, koska raportoinnin muoto on vapaa. Direktiivi velvoittaa kuitenkin raportoimaan siitä, kuinka yritys omassa toiminnassaan suojelee ympäristöä, kohtelee työntekijöitään ja huolehtii sosiaalisesta vastuullisuudestaan. Direktiivi sisältää myös toteamuksen ihmisoikeuksien kunnioituksesta, se ei hyväksy korruptiota tai lahjontaa. Useissa maissa raportointivelvollisuus on viety myös osaksi kansallista lainsäädäntöä. (Rodinia, 2020.)

Työ- ja elinkeinoministeriö määrittelee raportointivelvoitteen koskevan ”suuria, yleisen edun kannalta merkittäviä yhtiöitä, eli listayhtiöitä, luottolaitoksia ja vakuutusyhtiöitä, joiden henkilömäärä ylittää tilikauden aikana keskimäärin 500 henkeä. Lisäksi yhtiön liikevaihdon tulee olla yli 40 miljoonaa euroa tai taseen 20 miljoonaa euroa.” Lainsäädäntö pohjautuu EU:n direktiiviin ja sillä velvoitetaan organisaatioita raportoimaan taloudellisten tietojen lisäksi sosiaalisesta ja ekologisesta vastuullisuudesta, ihmisoikeuksien noudattamisesta, korruption ja lahjonnan torjunnasta sekä toiminnan riskeistä. Tunnettuja vastuullisuusraportteja käsitteleviä toimijoita ovat muun muassa Global Reporting Initiative ja Business Social Compliance Initiative. (Työ- ja elinkeinoministeriö, n.d.)

4.4.1 Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative (GRI) on kansainvälinen organisaatio, joka on kehittänyt ohjeiston vastuullisuusraportointia varten. Raportoimalla vastuullisuudestaan, organisaatio samalla viestii vastuullisuustavoitteistaan ja suunnitelmistaan yrityksen verkostolle, omistajille sekä asiakkaille. Samalla saadaan selkeä kuva organisaation toiminnan vaikutuksista ympäristöön ja yhteiskuntaan. GRI raportoinnin ajatuksena on, että yhdenmukaistamalla raportointia saadaan vertailtavuutta raporteihin. Ohjeisto on myös hyvä apu organisaatiolle, joka pyrkii määrittämään taloudellisen, sosiaalisen ja ekologisen toimintansa. Global Reporting Initiative toimii yhdessä YK:n ympäristöjärjestön kanssa. (Rodinia, 2020.)

Koipijärvi & Kuvaja (2020, s. 49–50) toteavat, että GRI:n tavoitteena on yhdenmukaistaa vastuullisuusraportoinnin käytäntöjä tilinpäätösraportoinnin mukaiselle tasolle. GRI raportoinnilla pyritään siis luomaan yhtenäinen viitekehys taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristötoiminnan raportointiin. Ohjeistus pyrkii keskittymään olennaiseen raportointiin ja antamaan ohjeita esimerkiksi uusien EU-direktiivien vaatimuksista ei-taloudellisen tiedon raportointiin.

Vastuullisuusraportointi on kehittynyt vuosien varrella ja kehitys jatkuu. Global Reporting Initiativen arvioimat kolme tulevaisuuden trendiä ovat uudet vastuullisuusraportoinnin muodot ja lähteet, uudenlainen sisältö ja painopiste sekä uudet tehtävät

sidosryhmille. Uudella *vastuullisuusraportoinnin muodolla ja useilla lähteillä* tarkoitetaan, että perinteisesti kerran vuodessa kerrotusta vastuullisesta toiminnasta annetaan tulevaisuudessa tietoa useammin. Osa pörssiyhtiöistä raportoi vastuullisuudestaan jo nyt myös kvartaaleittain ja tulevaisuudessa, tietotekniikan kehittymisen myötä raportoinnin on mahdollista tapahtua jopa reaaliaikaisesti. Toimitusketjut viestivät keskenään ja jakavat tietoa, organisaatiot eivät enää itsenäisesti huolehdi informaation saannista. Tietoa tulee lukuisilta toimijoilta ja lisääntyvin määrin yrityksen ulkopuolelta. Yrityksiltä vaaditaan tietoja kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan ja maailmaan, on syntynyt *uudenlainen sisältö ja painopiste sekä uusia tehtäviä sidosryhmille*. Vastuullisuusviestinnän vaateet kohdistuvat koko toimitusketjuun. Tiedetään ja kerrotaan kumppaneidenkin toiminnasta. Toimitusketjulta myös kysytään, miten se vastaa vastuullisuushaasteisiin ja miten se pyrkii ratkaisemaan niitä? Toimitusketjut saavat tietoa vastuullisuustoiminnasta useita eri kanavia pitkin. Tieto siirtyy aktiivisesti ja koko toimitusketjun on mahdollista kehittyä. (Tynkkynen & Berninger, 2017, s. 162.)

GRI standardi on varmasti monelle pienelle tai keskisuurelle yritykselle haastava raportointimuoto. Toisaalta sitä ei tarvitse ottaa käyttöön kokonaan, vaan on mahdollista poimia sieltä vain hyviä omalle organisaatiolle sopivia osioita. Standardin rakenne alkaa numerosarjasta 101, jossa on kerrottu perusteet siitä mitä raportin tulee sisältää, jotta voidaan ilmoittaa käytettävän GRI raportointipohjaa. 102 koostuu puolestaan raportoitavan yrityksen perustiedoista ja 103:ssa kerrotaan yrityksen tavasta johtaa vastuullisuutta. Näiden perustietojen jälkeen käsitellään sarjaa 200, joka sisältää taloudellista vastuullisuutta, 300 on ekologista vastuullisuutta ja 400 määrittelee sosiaalista vastuullisuutta. Toimialakohtaiset tunnusluvut on myös kerrottu kattavasti. Tämä helpottaa yritysten tiedon hakua. Toimialakohtaiset tunnusluvut löytyvät GRI internet sivustolta nimellä Sustainability Topics for Sectors. (Globalreporting, n.d, Kurittu, 2018, s. 42, 77.)

On todettava, että GRI sivuston selaus ja ohjeiston sisäistäminen on haastavaa. Ohjeisto on englanniksi ja useilla muilla kielillä, mutta ei suomeksi. Yllä mainitussa Kuritun kirjassa on aika kattavasti kuvattu GRI perusasiat, siitä pääsee sisälle raportointitapaan ja sen mahdollisuuksiin. GRI päivittää standardeja taas 2023, joten kirjan tiedot ovat osittain pian vanhoja, mutta opastavat silti hyvin ymmärtämään GRI raportointia.

4.4.2 Integroitu raportointi

Integroitu raportointi pyrkii lisäämään arvoa yhdistämällä taloudellisen, sosiaalisen sekä ekologisen vastuullisuusraportoinnin. Integroidussa mallissa pyritään myös tarkastelemaan tulevaisuutta enemmän, kuin perinteisissä malleissa sekä luomaan koko toimitusketjuun liittyvää lisäarvoa, lyhyellä ja pitkällä aikavälillä. (Koipijärvi & Kuva, 2020, s. 51.)

Integroitu raportointi, josta englanniksi käytetään myös nimitystä triple bottom line, eli kolmoistilinpäätös on yksittäinen vuosiraportointi, joka sisältää yhdistetysti yrityksen taloudellisen, ekologisen ja sosiaalisen vastuullisuusraportoinnin. Suurelta osin integroitua raportointia on vienyt eteenpäin IIRC (International Integrated Reporting Committee) sekä GRI (Global Reporting Initiative). Tavoite on, että yksi integroitu raportti toimisi lakisääteisesti vaadittavana raporttina ja kattaisi kaikki yllä mainitut kolme osa-aluetta. Jotta ulkopuolinen voi ymmärtää yrityksen vastuullisuustoimintaa, on tärkeää, että saadaan tietoa laajemmin eri vastuullisuusalueista. Perinteinen tilinpäätösraportti sisältää ainoastaan vuosittaista taloudellista tietoa, mutta siinä ei juurikaan oteta kantaa esimerkiksi yrityksen investointeihin, jotka saattavat tuottaa arvoa ja tulosta vasta tulevaisuudessa, pidemmällä aikavälillä. (Harmaala & Jallinoja, 2012, s. 228–229.)

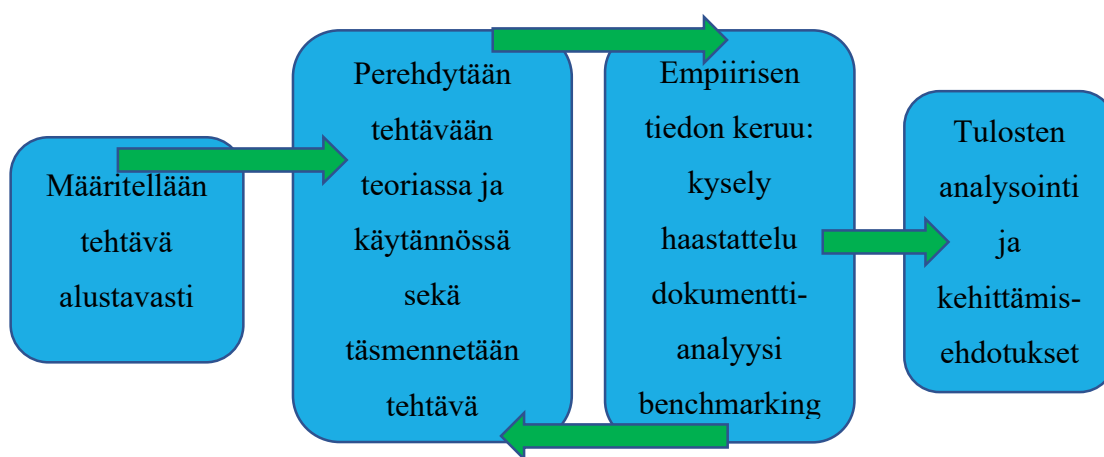
Kuritun (2018, s. 38.) mukaan tärkeintä integroidussa raportoinnissa on tuottaa lukijalle tietoa siitä, mitkä organisaation arvot ovat pitkällä aikavälillä, taloudellisesti, ekologisesti tai sosiaalisesti. Raportti kertoo myös mitä resursseja tulee budjetoida vastuullisuustavoitteiden saavuttamiseksi. Tarkempaa tietoa ja esimerkkiraportteja löytyy integroidun raportoinnin sivuilta integratedreporting.org.

5 LÄHESTYMISTAPA JA TUTKIMUSMENETELMÄT

Opinnäytetyön aiheen alustavan selviämisen jälkeen mietitään, tehdäänkö tutkimus vai kehitystyötä. Miten opinnäytetyön aihetta tulisi lähestyä. Onko kyseessä esimerkiksi tapaustutkimus, toimintatutkimus, verkostotutkimus tai konstrukttiivinen tutkimus. (Oppariapu, 2016.)

Tapaustutkimus soveltuu hyvin lähestymistavaksi, kun tavoitteena on tuottaa kehittä-misehdotuksia tai löytää uusia ideoita esimerkiksi jonkin uuden toiminnon käyttöö-nottoon. Tapaustutkimus liittyy esimerkiksi organisaation tuotteeseen, palveluun, toi-mintaan tai prosessiin. (Ojasalo ym., 2015, s. 53.)

Tapaustutkimuksen vaiheet ovat Ojasalon ym. (2015, s. 54) mukaan seuraavat. Kehi-tystehtävä määritellään alustavasti. Tämän jälkeen perehdytään asiaan teoriassa ja käy-tännössä sekä täsmennetään tehtävä. Empiirisen tiedon keruun eri menetelmillä, esi-merkiksi tässä tapauksessa kyselyllä, haastattelemalla ja dokumenttianalyysillä selvi-tetään nykytila ja pyritään löytämään kehityskohteita. Lopuksi suoritetaan tiedon ana-lysointi ja luodaan kehittä-misehdotuksia. Tapaustutkimuksen vaiheet on esitetty kuvi-ossa 5.



Kuvio 5. Tapaustutkimuksen vaiheet (mukailtu, Ojasalo ym., 2015, s. 54).

Tapaustutkimuksella tuotetaan syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta ta-pauksesta kehittämisen tueksi. Tapaustutkimuksen avulla voidaan ymmärtää yritystä tai kehittämisen kohdetta kokonaisvaltaisesti. (Ojasalo ym., 2015, s. 53.)

Erikssonin ja Koistisen (2014, s. 4–5, 18–20) mukaan tapaustutkimuksessa tarkastellaan yhtä tai useampaa tapausta. Tärkeätä tapauksen ratkaisemisessa on tutkimuskysymysten laadinta. Kysymykset saattavat olla aikaisempaan teoriaan painottuvia tai aineistolähtöisiä. Tyypillistä tapaustutkimukselle on kvalitatiivisten, eli laadullisten ja kvantitatiivisten, eli määrällisten menetelmien rinnakkainen käyttö. Tapaustutkimukset voidaan jakaa intensiivisiin ja ekstensiivisiin tutkimuksiin. Intensiivisessä tapaustutkimuksessa on tavoitteena ainutlaatuisen, teoreettisesti mielenkiintoisen tapauksen ymmärtäminen. Ekstensiivisessä tapaustutkimuksessa puolestaan vertaillaan useaa tapausta ja pyritään löytämään yhteisiä ominaisuuksia ja uusia teoreettisia ideoita. Tapaustutkimuksen raportti voi olla rakenteeltaan esimerkiksi vertaileva tai teoriaa kehittävä.

Tässä opinnäytetyössä lähestymistapana käytetään tapaustutkimusta. Kaikki opinnäytetyön osa-alueet, sosiaalinen vastuullisuus, vastuullisuusviestintä ja vastuullisuusraportointi voidaan lukea tapauksiksi.

Tutkimuskohteen alustavan ymmärryksen ja lähestymistavan valinnan jälkeen mietitään, millä menetelmillä tietoa aiheesta kerätään. Mitä tietoa tutkimuksessa tarvitaan ja millaisilla menetelmillä se parhaiten saavutetaan. (Oppariapu, 2016.)

Tässä opinnäytetyössä käytettävät tutkimusmenetelmät ovat haastattelu, dokumenttianalyysi, kysely sekä benchmarking. Tutkinnassa hyödynnetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää.

Opinnäytetyön aloitusvaiheessa tarkoituksena oli käyttää sekä kvalitatiivista, että kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimuksessa kävi kuitenkin ilmi, että kohdeyrityksellä ei ole tunnuslukuja esimerkiksi tapaturmataajuudesta TRI (Total Recordable Incident) tai tapaturmattomista päivistä eli TRIF (Total Recordable Injury Frequency), joiden vertailuun kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä soveltuu, joten jäljelle jäi laadullinen tutkimusmenetelmä.

5.1 Haastattelu

Haastattelumuotoja on Ojasalon ym. (2015, s. 108–109) mukaan neljä erilaista. *Täysin strukturoitu haastattelu*, jossa kysymykset ja esitysjärjestys on määritelty. Usein käytetään valmista lomaketta, mikä mahdollistaa samojen kysymysten esittämisen usealle haastateltavalle. *Puolistrukturoitu haastattelu*, tässäkin kysymykset on laadittu ennakoon, mutta kysymysten järjestystä ja sanamuotoa voidaan muuttaa tarpeen mukaan. Osa kysymyksistä voidaan myös jättää esittämättä ja toisaalta lisätä kysymyksiä, joita haastattelun aikana tulee mieleen. *Avoin haastattelu*, jossa keskustellaan tutkittavasta aiheesta avoimesti ja yleisesti. Keskustelu voi olla myös epämuodollista. *Syvähaastattelu* on luottamuksellista keskustelua käsiteltävästä aiheesta ja haastateltava pyritään saamaan kertomaan avoimesti aiheeseen liittyvät asiat, jotta syntyisi syvälinen ymmärrys. Haastattelukysymykset on hyvä tehdä etukäteen, jotta tärkeät tutkittavat kysymykset varmasti käydään läpi haastattelun aikana. Haastattelun aikana nousee usein esiin myös uusia tavoitteen kannalta olennaisia teemoja, joten kysymykset eivät rajoitu ennalta määriteltyihin.

Tässä opinnäytetyössä käytetään soveltuvasti avointa ja puolistrukturoitua haastattelua, liittyen nykytilan kartoitukseen sekä kohdeyrityksen odotuksiin kehitystyöstä. Aiheina on sosiaalinen vastuullisuus, vastuullisuusviestintä ja vastuullisuusraportointi. Kysymyksiä laaditaan osittain ennakoon, mutta haastattelu on avoin myös uusille esille tuleville asioille. Haastattelumetodeina käytetään puhelin- ja videoneuvottelumuotoisia, sekä sähköpostitse käytäviä haastatteluja. Haastateltavana on kohdeyrityksen toimitusjohtaja sekä tarvittaessa muita yrityksen avainhenkilöitä.

5.2 Dokumenttianalyysi

Dokumenttianalyysi on menetelmä, jossa tehdään päätelmiä ja tutkitaan kirjallisessa muodossa olevaa aineistoa. Tarkastelun kohteena olevia dokumentteja voivat olla esimerkiksi tekstiksi muutetut haastattelut, www-sivut, vuosikertomukset, markkinointimateriaalit, muistiot, puheet, keskustelut ja raportit. Tieteellisessä kuvauksessa luodaan sanallinen ja selkeä kuvaus tutkittavasta ja/tai kehitettävästä asiasta. Tarkoituksena on informaatioarvon lisääminen, sekä aineiston selkeyden luominen (Ojasalo ym., 2015, s. 136.)

Dokumenttianalyysin analysointitavat voidaan erottaa kahteen keskeisimpään, sisällön analyysiin ja sisällön erittelyyn. *Sisällön analyysissä* pyritään kuvamaan tutkittavan aineiston sisältöä sanallisesti, etsimään ja tunnistamaan tekstin merkityksiä. *Sisällön erittelyssä* puolestaan tekstin sisältöä kuvataan esimerkiksi numeroin. Sisällön erittely on siis muodoltaan määrällinen analyysitapa. Molempia metodeja voidaan käyttää yhdenaikaisesti. (Ojasalo ym., 2015, s. 137.)

Dokumenttianalyysi on tämän opinnäytetyön kannalta yksi tärkeimpiä tutkimusmenetelmiä, koska työ on hyvin teoriapainotteinen. Dokumenttianalyysillä tarkoitetaan tässä kaikkea analysoitua, dokumentoitua teoriaa, jota työssä on käytetty. Analysointimenetelmänä käytetään sisällön analyysiä.

5.3 Kysely

Toteuttamistavaltaan kyselytutkimus voi olla hyvin monimuotoinen ja se sopii monenlaisten aiheiden tutkimiseen. Yleisemmin käytettyjä tiedonkeruumuotoja ovat lomakekyselyt, puhelukyselyt sekä internetissä tehtävät kyselyt. Tärkeää on osata valita oikeanlainen tiedonkeruuteknikka ja oikeanlaiset kysymykset, jotta saavutetaan halutunlaisia luotettavia ja oikeanlaisia vastauksia. (Ojasalo ym., 2015, s. 121.)

Ojasalon ym. (2015, s. 130–131) mukaan kyselylomakkeen suunnittelu on tärkeä vaihe, joka perustuu työn tavoitteisiin. Ennen lomakesuunnittelun alkamista on tiedettävä mitä kysymyksillä halutaan saavuttaa, eli mihin kehitystyöllä pyritään. Ymmärtääkseen tutkittavan kohteen tulee ensin perehtyä aiheeseen saatavilla olevaan aineistoon mahdollisimman kattavasti. Kyselylomakkeeseen tulee sisällyttää vain kysymykset, jotka ovat työn kannalta tärkeitä. Toisaalta tärkeitä kysymyksiä tulee olla kattavasti, jotta saadaan tarvittavat vastaukset. Kysymysten tulee myös olla helposti ja oikein ymmärrettäviä.

Tässä opinnäytetyössä kyselyssä käytettävien kysymysten laatimisessa hyödynnettiin vertailuyritysten vastuullisuusraporteissa ja alan kirjallisuudessa esille nousseita teemoja. Pää tarkoituksena oli saada kattava ymmärrys kohdeyrityksen nykytilasta, sekä suunta kehitystyön eteenpäin viemiseksi, eli löytää hyvät ja tärkeät kysymykset

teoriasta ja muilla käytössä olevista käytännöistä. Löydettyjen tietojen pohjalta luotiin kysely ja vastausten pohjalta saatiin tietoa kohdeyrityksen nykytilasta. Opinnäytetyö soveltuu hyvin juuri tähän tietoisuuden lisäämiseen ja soveltamalla näitä valittuja muiden yritysten hyviä käytäntöjä saadaan vietyä opittu kohdeyrityksen käyttöön. Kysely suoritettiin kyselylomakkeilla.

5.4 Benchmarking

Oppariavun (2016) kirjoituksessa todetaan ”Benchmarking eli *vertaisarviointi*, *esikuva-arviointi* tai *vertaisanalyysi* ” tarkoittaa oman organisaation toiminnan vertaamista muiden parhaisiin vastaaviin käytäntöihin. Pyritään tunnistamaan oman organisaation ongelmat ja kehittämään toimintatapaa.

Ojasalon ym. (2015, s.186) mukaan benchmarking on sellainen menetelmä, jonka perustana on pyrkimys tutkia ja vertailla, miten muut menestyvät yritykset toimivat. Pyritään oppimaan ja kehittämään omaa toimintaa muiden tekemisen kautta. Benchmarking alkaa oman kehittämistä kaipaavan osa-alueen tunnistamisella, jonka jälkeen etsitään kohteen vertailuorganisaatiot, joissa kehitettävän alueen tiedetään toimivan hyvin. Tämän jälkeen kerätään tietoa näiden organisaatioiden toimintatavoista, esimerkiksi heidän internet-sivustoiltaan. Benchmarkingin jälkeen tuloksia tulkitaan ja pyritään soveltamaan parhaita käytäntöjä omaan toimintaan. Kaikki havaitut hyvätkin tulokset eivät välttämättä sovellu oman organisaation toimintaan, joten tuloksiin tulee suhtautua kriittisesti.

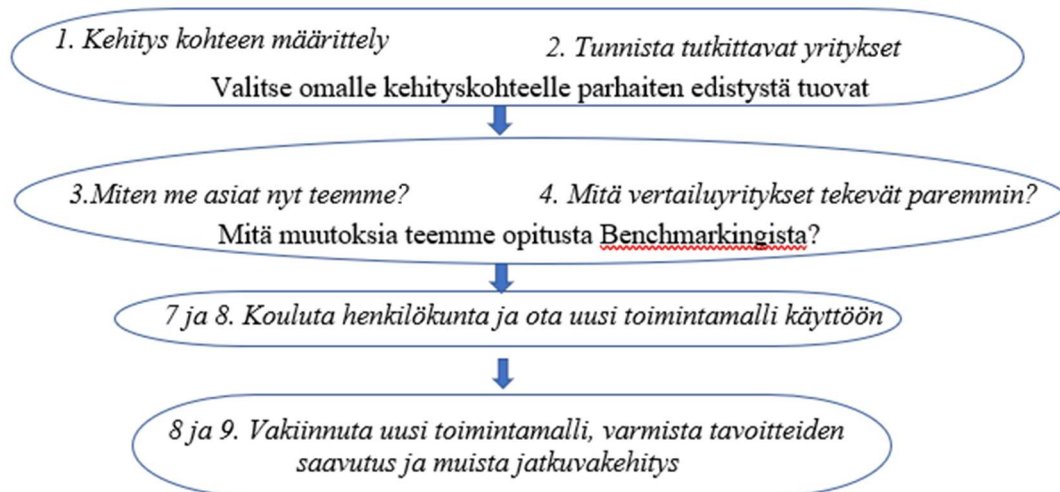
Vuorisen (2013, s. 160–161) mukaan benchmarking-prosessi alkaa omien kehityskohdeiden ymmärtämisellä sekä nykytoiminnan mahdollisimman tarkalla määrittelyllä. Tämän jälkeen etsitään parhaat vertailuyritykset, joiden kanssa on mahdollista päästä yhteistyöhön. Nämä voivat olla saman tai eri toimialan yrityksiä, joiden katsotaan toimivan hyvin. Tässä kohtaa on myös tarpeellista miettiä, miten kehitys hyödyttää molempia osapuolia. Jos valitaan oma asiakas tai toimittaja, voidaan kehittää jo olevaa yhteistyötä syvemmäksi ja paremmin tuottavaksi. Tällöin lisätään tehokkuutta, jolloin kehitys voidaan rinnastaa myös ainakin osittain Lean malliksi. Jos taas päädytään toimimaan toimialat ylittävästi, voidaan oppia yleisesti käytössä olevista käytännöistä.

Molemmissa tapauksissa pyritään löytämään toiminnan erot ja soveltamaan löydettyjä hyviä käytäntöjä omassa toiminnassa.

Benchmarkingin toteuttamisvaihtoehdot voidaan Vuorisen (2013, s. 159–165) mukaan pääosin jakaa neljään eri vaihtoehtoon ja ne sisältävät tarkemmin seuraavaa:

1. *Sisäisessä benchmarkingissa* organisaatio keskittyy oman toimintansa tutkimiseen toiminnoissaan tai yksiköissään. Vertailemalla tunnuslukuja esimerkiksi kustannusten, poissaolojen, tapaturmatiheyden kautta toimipaikkakohtaisesti, olettaen että yrityksellä on useita eri toimipisteitä, päästään sisäisesti tarkastelemaan parhaita toimintatapoja ja löytämään kehityskohteita sisäisesti.
2. *Kilpailijabenchmarkingissa* puolestaan vertailua tehdään nimensä mukaisesti kilpailijoiden ja oman organisaation kesken. Vertailukohteiksi valittavat kilpailijat on syytä valita tarkkaan ja heidän toimintatapansa on syytä tuntea hyvin. Tämä vertaileminen vaatii luonnollisesti luottamusta ja avoimuutta kilpailijoiden kesken. Pitää myös olla yhteisymmärrys, jossa kilpailijoilla on samankaltaisia tavoitteita, yhteistyön pitää hyödyntää molempia osapuolia. Yhteistyön kautta syntynyt luottamus puolestaan voi luoda laajempaakin osapuolia hyödyttävää yhteistyötä tulevaisuudessa.
3. *Toiminnallisessa benchmarkingissa* keskitytään jonkin toiminnon kehittämiseen. Tämän ei tarvitse olla toimialakohtaista, koska kehityskohteet eivät ole toimialaan sidoksissa, vaan yleisempiä kehityskohteita. Kuten tässä opinnäytetyössä käsiteltävät aiheet, eli sosiaalinen vastuullisuus, vastuullisuusviestintä, ja vastuullisuusraportointi. Esimerkkejä voi hyvin ottaa yli toimialojen, parhailta toimijoilta.
4. *Toimialan benchmarkingissa* pyritään löytämään organisaatiolle toimialalla käytössä olevia parhaita toimintatapoja. Keskittymällä toimialaan yleisemmin vältytään kilpailijabenchmarkingista mahdollisesti tulevilta luottamusongelmilta sekä saadaan tietoa suuremmalta volyymilta, samalta toimialalta. Toimiala benchmarkingin tavalla voidaan myös toimia anonyymimmin, kuin vain kilpailijoita tutkimalla, koska otanta voi olla hyvinkin laaja.

Tuomisen (2016, s. 9–10) mukaan benchmarking-prosessin päävaiheet ovat: *kohteen määrittely*, jonka jälkeen pitää *tunnistaa yritykset*, joita vertailussa käytetään, *tunnistaa miten itse kohdeyritys tutkittavan asian tekee*, oppia *miten vertailtavat yritykset saman asian hoitavat*, *asettaa tavoitteet*, *soveltaa ja ottaa uusi toimintamalli käyttöön*, *vakiinnuttaa uusi toimintatapa ja kehittää sitä*. Tärkeää on vertailla ja löytää syyt, miksi vertailuyritykset tekevät jotain paremmin ja valita sitten itselle sopivat menetelmät. Benchmarking-prosessin kulku on esitetty kuviossa 6.



Kuvio 6. Benchmarking-prosessin kulku (mukailtu, Tuominen 2016, s. 9).

Tässä opinnäytetyössä benchmarking suomentuu parhaiten vertailuanalyysiksi, koska muita yrityksiä vertailemalla pyritään löytämään parhaat kehitysehdotukset kohdeyritykselle sosiaalisen vastuullisuuden, vastuullisuusviestinnän ja vastuullisuusraportoinnin osa-alueilla. Vertailussa käytetään niin sanottua sekundääristä tietoa, eli vertailuyhtiöiden vastuullisuusjulkaisuista saatua informaatiota tutkittavina olevien osa-alueiden hyvistä käytännöistä. Näitä verrataan kyselyllä ja haastattelemalla saatuun kohdeyrityksen toimintaan ja käytäntöön. Tuloksista kehitetään kohdeyritykselle parhaiten sopivia toimintaehdotuksia. Benchmarking vertailuyhtiöt ovat tässä tapauksessa toimialan ylittäviä yhtiöitä, koska vastuullisuuden tutkimusaiheet hyvin mahdollistavat sen, eivätkä ole mitenkään toimialasidonnaisia. Pitää muistaa, että benchmarkingilla pyritään oppimiseen, ei kopioimiseen, kaikilla on erilaiset toimintatavat, vaikka hyviä sovellettavia yhtäläisyyksiä varmasti löytyy.

6 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

Opinnäytetyössä käytettävät neljä menetelmää nivoutuvat toisiinsa loogisesti. Alkuhaastattelulla päästiin kiinni työn aiheeseen, jonka jälkeen kerättiin benchmarking menetelmällä vertailutietoa eri yrityksistä kyselyä varten. Tämän jälkeen suoritettiin vielä haastattelu kyselyn kysymysten ymmärtämisen tueksi. Työn vaativin osuus oli dokumenttianalyysi, eli aiheen selvittyä perehdyttiin siihen liittyvää teoreettiseen tietoon laajasti.

Haastatteluissa suoritettiin ensin nykytilan kartoitusta sekä soveltuvaa opinnäytetyön aihevalinnan määrittelyä. Kyselytutkimuksien ja kehitysehdotusten jälkeen suoritettiin haastattelu kyselyiden tulosten yksimielisyydestä ja oikein ymmärtämisestä. Haastattelut muotoutuvat lopulta pitkälti avoimiksi ja osittain puolistrukturoiduiksi.

Dokumenttianalyysiä käytettiin aiheeseen liittyvän teorian sekä benchmarkingissa käytettyjen yritysten vastuullisuustoiminnan analysointia kohdeyritykselle tehtävien kehitysehdotusten tueksi. Analysointitapana käytettiin sisällönanalyysiä.

Kyselyt keskittyivät enimmäkseen kohdeyrityksen nykytilaan, jotta saatiin hyvä käsitys siitä, mihin suuntaan kehitystyötä viedään. Sosiaalisen vastuullisuuden kysymykset luotiin osittain benchmarkingissa käytettyjen yritysten vertailukohdista. Lisäksi käytettiin kirjallisuudesta esille nousseita, sekä tutkijan omaan kokemukseen pohjautuvia, aiheeseen liittyviä relevantteja kysymyksiä. Sosiaalisen vastuullisuuden kysely toteutettiin avoimena kyselynä, jossa kysymykset ovat tekstimuodossa, kuten vastauksetkin. Vastuullisuusviestinnän kysely suoritettiin monivalintakyselynä ja siinäkin selvitettiin nykytilaa sekä toimintatapaa kehitysehdotusten tueksi. Kohdeyrityksessä on vain kaksi toimihenkilöä, joiden kanssa opinnäytetyötä on edistetty. Kyselyt kohdistettiin kohdeyrityksen toimitusjohtajalle.

Benchmarking vertailuyrityksiksi valikoitui lopulta viisi parhaiten ja selkeimmin vastuullisuudestaan raportoivaa yritystä. Yritykset ovat Componenta Oyj, Kone Oyj, Koncranes Oyj, Neste Oyj ja Skanska AB. Mielenkiintoista on havaita kuinka laajasti yritykset yritysvastuullisuuteen panostavat. Vastuullisuusraportti esimerkiksi

Nesteellä vuodelta 2021 on 251 sivua pitkä. Aikaisemmin todettiin, ettei yritys vastuullisuus ole toimialakohtaista. Näin tietysti onkin, mutta tähän opinnäytetyöhön parhaiten soveltuvat teollisuusyritykset. Muilla kuin teollisuusyrityksillä korostuu pitkälti tuoteturvallisuuden panostus, sosiaalisen vastuullisuuden raportointiosuus on aika suppea, eivätkä monet yritykset sikäli ole soveltuvia ajatellen hyvien käytäntöjen löytämistä kohdeyrityksen kehitykseen. Valitulla vertailuyrityksilläkin vastuullisuus keskittyy paljolti ekologiseen vastuullisuuteen, kestävään kehitykseen ja hiilineutraaliin toimintaan sitoutumiseen, johonkin ajankohtaan mennessä, mutta myös sosiaalisen vastuullisuuden asioita on käsitelty. Benchmarking yrityksistä ja tehdyistä havainnoista on kerrottu paremmin luvussa tutkimuksen tulokset.

7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Päällimmäisenä tuloksena kyselyn, benchmarkingin ja haastattelujen perusteella havaittiin, että kehitettävää on kaikilla tutkituilla osa-alueilla. Kyselyt ja niiden tulokset on tarkemmin esitelty kyselylomakkeissa liitteissä 1 ja 2.

Tutkinnan tuloksena selvisi myös, ettei kohdeorganisaatiolla ole sosiaaliseen vastuullisuuteen, vastuullisuusviestintään tai raportointiin liittyviä dokumentteja tai toimintaohjeita, joten niitä ei voinut tutkia.

Kysely kohdistui kahteen osa-alueeseen, sosiaaliseen vastuullisuuteen ja siihen liittyvään vastuullisuusviestintään. Raportoinnista ei tehty kyselyä, koska siitä on selkeä kehitysehdotus. Kohdeorganisaatio ei ole sosiaalisesta vastuullisuudesta koskaan raportoinut, joten kysely olisi myös ollut turha.

7.1 Sosiaalisen vastuullisuuden kysely

Sosiaalisen vastuullisuuden osalta voi todeta, että kohdeyrityksessä otetaan huomioon työntekijöiden ja yhteistyöverkoston hyvinvointiin liittyviä kysymyksiä, kuten työterveys- ja työturvallisuusjohtaminen, työhyvinvointi, työviihtyvyys, hyvät johtamiskäytännöt, tasa-arvoinen ja yhdenvertainen kohtelu sekä syrjimättömyys ja yhteisöllisyys. Kohdeyrityksellä on käytössä vuosittain tapahtuvat riskientunnistamisen ja riskien arvioinnin menetelmät. Työntekijöiden vapaa-ajan toimintaa sekä koulutusta ja urakehitystä tuetaan.

Yhteenvedona sosiaalisen vastuullisuuden kyselystä ilmenee kehitystarve muun muassa eettisyyteen liittyvin osa-alueisiin, joita sosiaalisen vastuullisuuteen liittyy. Näitä ei kohdeyrityksessä selvästikään ollut huomioitu. Sosiaalisen vastuullisuuden osa-alueita on kuvattu benchmarking yritysten raporteissa, sekä opinnäytetyön sosiaalisen vastuullisuuden osiossa 3.3. Kyselyn vastaukset on esitetty liitteessä 1.

7.2 Vastuullisuusviestinnän kysely

Vastuullisuusviestinnässä kohdeyritys käyttää selkeästi enemmän *välittömiä* (ei käytetä mitään varsinaisia välineitä) viestintämuotoja, kuten palavereja, kokouksia, neuvotteluja, henkilökohtaisia keskusteluja, kick-off tilaisuuksia ja virkistystapahtumia. *Välillisistä* viestintämuodoista käytetään vain mobiiliviestintää ja sähköpostia, mikä oli yllättävää, mutta toisaalta ymmärrettävää, koska suuri osa työstä tapahtuu ulkopuolisisissa tiloissa.

Vastuullisuusviestintä on kohdentunut työturvallisuuteen ja muihin työntekijöihin liittyviin teemoihin, josta mainitaan sosiaalisen vastuullisuuden kappaleessa. Viestinnässä on paljon opittavaa ja kohdeyritys myöntääkin, ettei strategiaa, suunnitelmaa, priorisointia tai vastuuhenkilöä ole. Vastuullisuusviestinnän kyselyn vastaukset on esitetty liitteessä 2.

7.3 Benchmarking yritykset ja havainnot

Benchmarkingia varten kerättiin pääkohtia vertailuyritysten internet-sivustoilta ja raporteista, sosiaaliseen vastuullisuuteen liittyen. Löydettyistä hyvistä käytännöistä saatiin apua kohdeyrityksen kehitystyölle.

Valitut viisi vertailuyritystä raportoivat sosiaalisesta vastuullisuudesta kattavasti. Eri-tyisesti korostetaan muun muassa monimuotoisuutta ja hyväksyvää työyhteisöä. Eri-laiset ihmiset luovat monipuolisempia kehitysideoita, jolloin lopputuloksena saadaan kilpailukykyisempi yritys.

7.3.1 Componenta Oyj

Yritys painottaa sosiaalisen vastuullisuuden toiminnassaan tärkeinä pitämiään asioita, eli yhtiön arvoja, avoimuutta, henkilöstöpolitiikkaa, rehellisyyttä sekä arvostusta ihmisistä ja ympäristöstä. Yhtiön strategiassa vastuullinen toiminta on tärkeä osa toimintaa. Henkilöstöpolitiikassa yhdenvertaisuus ja tasa-arvo ovat tärkeitä yritykselle. Tämä näkyy muun muassa sitoutumisena oikeudenmukaisiin ja yhdenmukaisiin

palkkausjärjestelmiin. Monimuotoisuuden tukeminen näkyy töiden tasapuolisella tarjoamisella kansallisuudesta riippumatta sekä suomalaisille että ulkomaisille työntekijöille. Kaikki uudet työntekijät perehdytetään työhön sekä siihen liittyviin työturvallisuusvaatimuksiin. Henkilöstön jatkuvaan kehitykseen kannustetaan koulutuksen kautta. Tasa-arvosuunnitelmat päivitetään vuosittain. Työntekijöiden ja toimitusverkoston käytössä on ilmoituskanava väärinkäytöksistä, esimerkiksi mahdollisista syrjintäepäilyistä, ihmisoikeusrikkomuksista sekä epäilyistä korruptiosta tai lahjonnasta raportointiin. Ilmoituskanavalla pyritään kannustamaan jokaista työntekijää raportoimaan mahdollisista rikkomuksista. (Componenta, 2021.)

Tapaturmat, pitkät sairauslomat ja henkilöstön vaihtuvuuden yritys kokee riskeiksi, ne aiheuttavat myös epäsuoria kustannuksia uusien henkilöiden kouluttamisen muodossa. Usein myös niin sanottu hiljainen tieto jää siirtymättä henkilöstön vaihtuessa. Componenta pyrkii tukemaan henkilöstön työkykyä ylläpitävää toimintaa, jolla ennalta ehkäistään sairauspoissaoloja sekä kehittämään työturvallisuutta välttyäkseen edellä mainituilta poissaoloilta. Työturvallisuuden parantamiseen vaikutetaan muun muassa koulutuksilla, turvallisuuskävelyillä sekä huolehtimalla oikeanlaista työkaluista. (Componenta, 2021.)

Ihmisoikeudet, eettinen, läpinäkyvä, rehellinen ja luotettava toiminta ovat tärkeitä sekä Componentalle että asiakkaille. Samoja arvoja vaaditaan myös toimitusverkostolta ja tähän on erillinen ohjeistus. Lait ja asetukset, laatu- ja ympäristöstandardit sekä YK:n määrittelemät yleismaailmalliset ihmisoikeusteemat ovat osa vaatimusta. (Componenta, 2021.)

Componenta on sitoutunut korruption vastaiseen toimintaan. Yhtiön ohjeistus sisältää säännöt muun muassa sopimattomien taloudellisten etujen, lahjojen, illanviettojen tai laittomien etuuksien tarjoamisesta liikekumppaneille, viranomaisille tai poliitikoille omien etujen saavuttamiseksi. Ohjeistuksen yritys käsittelee vuosittain koko henkilökunnan kanssa. Poliittisesti Componenta on sitoutumaton. (Componenta, 2021.)

7.3.2 Kone Oyj

Kone on globaali yhtiö, jonka palveluksessa on 147 eri kansallisuuden edustajaa maailmanlaajuisesti. Tärkeitä vastuullisuusaiheita ovat henkilöstön monimuotoisuus, yhdenvertaisuus ja yhteenkuuluvuus. Tavoitteina monimuotoisuuteen liittyen on muun muassa, että johtajista naisia on 35 % vuoteen 2030 mennessä, työntekijöiden palkkaus oman toimialan ulkopuolelta. Tavoitteena on olla yhtä monimuotoisia kuin asiakkaat ja yhteistyökumppanit. Avoimuus on Koneelle tärkeää monimuotoisuuden edistymisen raportoinnissa ja viestinnässä. (Kone, n.d.)

Koneen monimuotoisuuteen sitoutuminen on laajempaa kuin muiden yritysten vastuullisuustavoitteissa. Tavoitteena on esimerkiksi, että työntekijät, asiakkaat ja sidosryhmät kokevat olevan oma itsensä seksuaalisesta suuntautuneisuudestaan tai sukupuoli-identiteetistään riippumatta. Koneella on yhteistyötä myös voittoa tavoitteilematoman Workplace Priden järjestön kanssa, jonka tarkoituksena on ”parantaa sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluvien ihmisten LHBTIQ (lesbot, homot, biseksuaalit, transihmiset, intersukupuoliset, queerit) elämää työyhteisöissä ympäri maailmaa”. (Kone, n.d.)

Eettisyys on tärkeä vastuullisuuden osa-alue, jossa Kone noudattaa YK:n Global Compact -aloitteen kymmentä periaatetta liittyen ympäristöön, työelämään, ihmisoikeuksiin ja korruption vastaiseen toimintaan. Rehellisyys, lahjomattomuus ja välittäminen yhteistyössä toimitusverkoston ja asiakkaiden kanssa ovat eettisyyden kulmakiviä ja sisällytetty yrityksen vastuullisuusstrategiaan ja eettisiin ohjesääntöihin, jotka koskevat koko henkilökuntaa, tytäryhtiöitä ja yksiköitä kaikkialla maailmassa. Toimittajille on erillinen ohjesääntö, jossa on kerrottu Koneen arvoista ja vaatimuksista. Säännön merkittävä rikkominen voi johtaa liiketoimintasuhteiden välittömään päättämisen, joten toimittajien tulee valvoa sen noudattamista. Ohjesääntö on käännetty 30 eri kielelle ja on käytössä maailmanlaajuisesti. (Kone, n.d.)

Tämä kolmesivuinen yhdeksänkohtainen ohjesääntö on enemmänkin osa yleisiä sopimusehtoja, joka taas on osa sopimusta. Toisaalta mikäli halutaan varmistua siitä, että henkilöstö tietää miten tulee eettisesti toimia, saattaa tämä olla hyvä laittaa myös

sisäiseen viestintään esimerkiksi ilmoitustaululle tai intranettiin, koska itse sopimusta vain harvat näkevät.

7.3.3 Konecranes Oyj

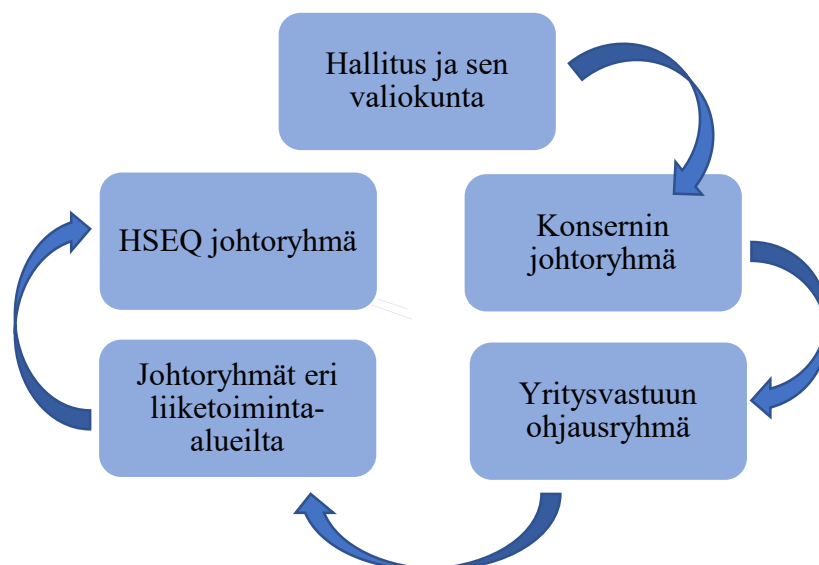
Konecranes on sitoutunut sosiaalisessa vastuullisuustyössään muun muassa työturvallisuuteen, monikulttuurisuuteen, tasavertaisuuteen, monimuotoisuuteen, osallistavaan työkuulttuuriin sekä eettisyyteen kaikessa toiminnassaan. Toimintoja ohjaavat toimintaohjeet, yhtiön vastuullisuusarvot sekä eettiset standardit. (Konecranes, 2022.)

Sosiaalisen vastuullisuuden tavoitteita Konecranesilla on opinnäytetyön tekohetken aineiston mukaan 15 kappaletta. Tavoitteet jakautuvat pääosin kolmeen eri ryhmään ja suurimmalle osalle tavoitteista on asetettu aikaraja. (Konecranes, 2022.)

- *Työturvallisuus*, tapaturmataajuuden TRI (Total Recordable Incident) pienentäminen, SIF-riskin (Serious Injury or Fatality) eli vakavien ja kuolemaan johtaneiden tapaturmien pienentäminen, ISO 45001 sertifiointi sekä turvallisuushavaintojen kasvattaminen.
- *Yhdenvertaisuuden parantaminen*, naisten osuuden kasvattaminen koko organisaatiossa, monimuotoisuuden lisääminen johtoryhmissä globaalisti, vähemmistöryhmien osuuden oikeudenmukaistaminen, monimuotoisuuden ja osallistamisen koulutuksen loppuunsaattaminen.
- *Eettiset arvot* kuten pakollisen vastuullisuuskoulutuksen (Code of Conduct) suorittaminen (koskien kaikkia työntekijöiltä), henkilöstön sataprosenttinen sitoutuminen rehelliseen ja eettiseen toimintaan sekä epäkohdista raportointiin, sosiaalisen vastuullisuuden auditointien kasvattaminen sekä supplier code of conduct toimintaohjeen käyttöönoton lisääminen toimittajilla.

Konecranesin vastuullisuustyöhallinta on jaettu viiteen eri toimintoon. Tehtävät on selkeästi määritelty, joka luo luotettavuutta toimintaan. Toisaalta pitää olla realistisiinä, että näin laaja hallintaorganisaatio vaatii taakseen suuret resurssit, niin taloudellisesti, kuin henkilöstön kannaltakin. Pienemmillä organisaatioilla, kuten kohdeyrityksellä ei ole mahdollisuuksia samankaltaisen toiminnan ylläpitämiseen.

Hallituksen ja sen valiokunnan tehtävänä on hyväksyä vastuullisuustavoitteet vuosittain pitkällä aikavälillä, arvioida miten vastuullisuustoiminnassa onnistuttiin, millainen oli suorituskyky sekä käydä läpi ei-taloudelliset tiedot. *Konsernin johtoryhmä* seuraa kuukausittain vastuullisuuden ensisijaisten tavoitteiden edistymistä. *Yritysvastuun ohjausryhmä* kokoontuu neljä kertaa vuodessa ja sillä on päävastuu vastuullisuusasioista. Tehtävänä on läpikäydä ja hyväksyä vastuullisuudelle asetetut tavoitteet ja toimintaperiaatteet, määrittää strategia, edistää sen toteutumista sekä ottaa kantaa saavutettuihin tuloksiin. *Johtoryhmien eri liiketoiminta-alueilta* tehtävät liittyvät nimensä mukaisesti omaan liiketoiminta alueeseen, toimintasuunnitelmiin, vastuullisuustavoitteisiin sekä näiden toteutumisen ja edistymisen seurantaan. *HSEQ johtoryhmän* tehtävä on kehitysluonteinen liittyen muun muassa globaaleihin vastuullisuusohjelmiin ja toimintoihin pitkän ajan tähtäimellä, standardeihin, työkaluihin kuten suorituskyvyn mittareihin ja raportointiin. (Konecranes, 2022.)



Kuvio 7. Vastuullisuustyön hallintaprosessi (mukailtu, Konecranes, 2021).

Konecranesilla on viidestä vertailuyhtiöstä parhaiten selitetty vastuullisuustyön hallinnointi. Tehtävien jakaantuminen monelle eri vastuualueelle kertoo yritysvastuullisuuden panostuksesta. Aikatauluun sidotut tehtävät luovat varmuutta siihen, että jokaisen vastuualueelle tulevat tehtävät tulevat myös suoritettua.

7.3.4 Neste Oyj

Neste painottaa vastuullisuudessaan paljon ekologista vastuullisuutta, kuten ilmasto-tavoitteita. Tavoitteena on muun muassa hiilineutraaliseksi pääseminen vuoteen 2035 mennessä. Neste huomioi kuitenkin hyvin myös sosiaalisenvastuullisuuden osa-alueen vastuullisuustoiminnassaan. Tästä mainitaan muun muassa ihmisoikeudet, oikeus tasa-arvoiseen kohteluun ja vähimmäispalkkatasoon, järjestäytymisvapaus, oikeudenmukaiset työehdot, eriarvoisuuden vähentäminen, lasten koulutusmahdollisuuksien turvaaminen sekä rehellinen ja läpinäkyvä toiminta. Tärkeää Nesteen mielestä on soveltaa vastuullisuusarvoja koko toimitusketjuun. Käytössä ovat myös eettiset säännöt (code of conduct), joita Neste velvoittaa myös toimittajien noudattavan. (Neste, n.d.)

Nesteen vastuullisuusraportti vuodelta 2021 on 251 sivua pitkä ja siihen voi tarvittaessa tutustua paremmin Nesteen internetsivustolla. Tässä opinnäytetyössä keskitytään vain raportoituihin sosiaalisen vastuullisuuden pääkohtiin.

Neste on sitoutunut noudattamaan ihmisoikeuksia sekä työntekijöiden oikeuksia ja ne otetaan huomioon kaikessa liiketoiminnassa. Perustana on seitsemän periaatetta, jotka koskevat reilua tasa-arvoista ja oikeudenmukaista kohtelua, syrjimätöntä työllistämistä, terveyttä ja turvallisuutta, lasten ja nuorten oikeuksia, pakkotyön kieltämistä, sekä oikeutta sosiaaliseen ja taloudelliseen kehitykseen sekä koulutukseen. Lisäksi myös vähemmistöjen ja alkuperäiskansojen oikeudet on huomioitu. Nesteen ihmisoikeusperiaatteet perustuvat ”kansainväliseen ihmisoikeusasiakirjaan, Kansainvälisen työjärjestö ILO:n julistukseen työelämän perusperiaatteista ja -oikeuksista, YK:n naisten voimaannuttamisen periaatteisiin, lasten oikeuksia ja liike-elämää koskeviin periaatteisiin sekä YK:n julistukseen alkuperäiskansojen oikeuksista”. Neste on allekirjoittanut myös YK:n Global Compact -aloitteen. Nesteellä on käytössä Neste Ethics Hotline palvelu, jonka kautta mahdollisista epäilyistä rikkomuksista voi ilmoittaa. Kaikista epäilyistä rikkomuksista kannustetaan ilmoittamaan, jotta ne voidaan tutkia ja niihin voidaan puuttua korjaavilla toimenpiteillä. Ihmisarvon, hyvinvoinnin ja ihmisoikeuksien kunnioitus koko toimintapiirissä on osa yrityksen perusarvoja. Neste pyrkii jatkuvasti havaitsemaan mahdolliset epäkohdat ihmisoikeuksiin liittyen ja toteutti tähän liittyen vuosina 2018–2019 ihmisoikeuksiin liittyvän puutearvion, joka

perustuu YK:n liike-elämää ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteisiin. (Neste, n.d.)

Neste toteaa myös hienosti tiedostavansa, että ”vaikka valtioiden tehtävänä on suojella ihmisoikeuksia, yritysten vastuulla on ihmisoikeuksien kunnioittaminen” (Neste, n.d). Tämä on tärkeä muistaa. Lainsäädännöllä voidaan asettaa säännöt, miten tulee toimia, mutta velvoitteet eivät konkretisoidu, jos yrityksissä ei velvoiteta henkilöstön toimivan sovitun mukaisesti vastuullisuusperiaatteita noudattaen.

Työturvallisuus ja sen jatkuva parantaminen on Nesteelle osa jokapäiväistä toimintaa, tärkeä osa arvoja. Työturvallisuuden parantamisen tärkeiksi toimiksi nimetään riskien-tunnistaminen, vakavuuden mittaaminen ja ymmärtäminen, arviointi sekä hallinta. Työturvallisuuden arvioinnissa käytettäviä mittareita ovat TRIF (Total Recordable Injury Frequency) eli lääkinnällistä hoitoa vaativien tapaturmien taajuus, PSER (Process Safety Events Rate) eli prosessiturvallisuu tapahtumien taajuuden ja tapaturmatomien päivien määrä. Työturvallisuuden mittausta ja raportointia koskee myös nesteen yhteistyökumppaneita. Tärkeää on, että jokainen työntekijä on sitoutunut vastuulliseen ja turvalliseen toimintaan sekä puuttuu havaitsemiinsa epäkohtiin. (Neste, n.d.)

Neste huomio toiminnassaan henkilöstön monimuotoisuuden ja ymmärtää tämän tuovan kilpailuetua. Yritys näkee saavansa parhaat osaajat sekä monipuolisempia näkökulmia ja innovaatioita monimuotoisuuden lisääntyessä. Kaikenlainen henkilöstön ominaisuuksiin liittyvä syrjintä sekä häirintä, hyväksikäyttö ja pelottelu on kielletty. Neste luettelee henkilön ominaisuuksiksi ”sukupuolen, rodun, ihonvärin, etnisen taustan, kansallisuuden, iän, raskauden, seksuaalisen suuntautumisen, sukupuoli-identiteetin, vamman, uskonnon ja poliittiset näkemykset”. (Neste, n.d.)

Viestinnässä ja raportoinnissa Neste pitää tärkeänä avoimuutta ja luotettavuutta, eli julkaistaan vain totuudenmukaisia, olennaisia ja selkeitä tietoja strategiasta, eettisyydestä ja toiminnasta. Tärkeätä on, että tiedot saavuttavat kaikki sidosryhmät ja henkilöstön. (Neste, n.d.)

Korruption suhteen Nesteellä on nollatoleranssi maailmanlaajuisesti. Vaatimukset koskevat koko henkilöstöä ja myös liikekumppaneiden sitoutumista, tiedostamista ja

toimimista Nesteen korruption vastaisen ja rehellisen sitoutumisen periaatteiden mukaisesti. Mitään lahjoja tai esimerkiksi illanviettoja, joilla henkilöstöön voidaan vaikuttaa ei ole lupa ottaa vastaan. Nesteen mukaan korruptiolla tarkoitetaan vallan tai aseman väärinkäyttöä, pyrkimyksenä saavuttaa yksityistä etua. Korruptiota voi esiintyä eri muodoissa, kuten esimerkiksi lahjuksien ottamisena tai saamisena, asiattomina lahjoituksina tai sponsorointeina sekä kohtuuttomien lahjojen tai vieraanvaraisuuden tarjoamisena tai vastaanottamisena. (Neste Oyj, n.d.)

7.3.5 Skanska AB

Skanska korostaa vastuullisuudessaan työturvallisuutta ja hyvinvointia, eettisyyttä, ympäristöä, yhteiskuntatyötä, monimuotoisuutta, hyväksyvää työyhteisöä sekä yhteistyötä toimitusverkoston kanssa. Tavoitteena on parantaa yritys vastuullisuuden huomioimista paitsi omalla toimialalla, myös yhteiskunnassa. (Skanska, 2019.)

Tavoitteena työturvallisuuden ja hyvinvoinnin vastuullisuudessa on jatkuva parantaminen, tapaturmaton yrityskulttuuri sekä terveysriskien ennaltaehkäisy. Skanska kannustaa henkilöstöä ajattelemaan omaa ja muiden turvallisuutta niin vapaa-ajalla kuin työyhteisössä. (Skanska, 2019.)

Skanskan eettinen toiminta perustuu yrityksen eettiseen ohjeistoon (Code of Conduct), jossa määritetään eettiset arvot, sitoumukset ja vaatimukset käytännön toiminnassa. Yhteistyökumppaneille on erillinen Supplier Code of Conduct, jossa määritellään vaatimukset ja odotukset heidän toiminnalleen. Skanska korostaa työyhteisön turvallisuutta, työhyvinvointia ja hyväksyvyyttä, reilua toimintaa sekä mahdollisuutta koulutukseen ja urakehitykseen. (Skanska, 2019.)

Tärkeää yhteiskuntatyössä on niin lähiympäristön, kuin koko yhteiskunnan huomioon ottaminen ja kehittäminen. Yhteiskuntatyötä edesautetaan muun muassa jakamalla omaa vastuullisuusosaamista ja alan tietotaitoa sidosryhmien ja yhteiskunnan käyttöön. Skanskalla on hanke CI (Corporate Community Investment) joka keskittyy sosiaaliseen kestävyys- sekä toimialakohtaiseen koulutusmahdollisuuksien kehittämiseen. (Skanska, 2019.)

7.3.6 Benchmarking-matriisi

Matriisissa esitetään benchmarkingissa käsiteltyjen yritysten vastuullisuudesta julkaiseman materiaalin analysointia, sekä sen pohjalta tehty havaintojen yhteenveto. Osa nimikkeistä on yhdistetty, koska ne ovat samaa asiaa.

YRITYKSET		Componenta Oyj	Kone Oyj	Konecranes Oyj	Neste Oyj	Skanska AB	Kohdeyritys
	Eettisyys ja arvot	OK	OK	OK	OK	OK	OK
	Rehellisyys, läpinäkyvyys, avoimuus	OK	OK	OK	OK	OK	OK
V	Ihmisten ja ihmisoikeuksien arvostus	OK	OK	OK	OK	OK	
A	Syrjinnän ehkäisy / tasa-arvo	OK	OK	OK	OK	OK	OK
S	Tasa-arvosuunnitelmat käytössä	OK	OK	OK			
T	Oikeudenmukaiset työehdot ja palkkaus	OK	OK	OK	OK	OK	OK
U	Monimuotoisuuden tukeminen	OK	OK	OK	OK	OK	OK
U	(Naisten osuus, vähemmistöt, ulkomaiset)						
L	Työntekijöiden perehdytys, työ / turvallisuus	OK	OK		OK		
L	Väärinkäytösten raportoinnin kannustus	OK	OK	OK	OK	OK	OK
I	Korruption ja lahjonnan vastaisuus	OK	OK		OK	OK	
S	Työturvallisuus / tapaturmien ehkäisy	OK	OK	OK	OK	OK	OK
U	Pitkien sairaslomien ehkäisy	OK					
U	Henkilöstön vaihtuvuuden ehkäisy	OK					OK
S	Työkykyä ylläpitävä toiminta	OK	OK			OK	OK
	Turvallisuuskävelyt	OK					
T	Työergonomia / työhyvinvointi	OK	OK	OK	OK	OK	OK
O	Työntekijöiden osallistaminen		OK	OK			
I	Jatkuva koulutus ja kehittäminen	OK	OK	OK		OK	OK
M	Pakollinen vastuullisuuskoulutus			OK		OK	
I	Järjestäytymisvapaus	OK	OK	OK	OK	OK	OK
N	Pakkotyön torjunta	OK	OK	OK	OK	OK	OK
N	Työturvallisuuden mittaus		OK	OK	OK		
A	Häirinnän ehkäisy	OK	OK	OK	OK	OK	OK
T	Hyväksikäytön ehkäisy	OK	OK	OK	OK	OK	OK
	Yhteiskuntavastuu (hyväntekeväisyys ym.)		OK			OK	
Määritelty yrityksen vastuullisuus sivuilla		OK					
Ei määritelty yrityksen vastuullisuus sivuilla							

Taulukko 1. Benchmarking-matriisi

Matriisissa on käytetty niin sanottua liikennevalomenetelmää, jossa vihreällä ja OK merkinnällä on toimet, joita yritykset ovat käsitelleet ja keltaisella ne, joita ei ole käsitelty. Osa lakivaatimuksellisista toimista on myös oletettu olevan vihreitä.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Opinnäytetyö luo hyvän pohjan kohdeyrityksen tiedon lisäämiseen ja sosiaalisen vastuullisuuden kehittämiseen. Viestintää ja raportointia kehittämällä puolestaan saadaan vastuullisuustyölle näkyvyyttä ja näin ollen hyödytään kehitykseen panostuksesta. Vastuullisuuden kehittäminen lisää kilpailukykyä ja tämän myötä mahdollisia uusia asiakkaita.

Vastuullisuus on yhteiskunnallisesti tärkeä aihe, johon törmää lähes päivittäin esimerkiksi tiedotusvälineissä. Työ koettiin ajankohtaiseksi ja tärkeäksi sekä tutkijan, että kohdeyrityksen kannalta. Opinnäytetyö lisäsi ammattitaitoa käsiteltyillä osa-alueilla ja myös tutkija voi hyödyntää sitä tulevaisuudessa eri työnantajien palveluksessa. Kohdeyritys puolestaan voi hyödyntää työtä paitsi omassa kehitystyössään, niin myös omaa toimitusverkostoa kehittäessään. Opinnäytetyötä on siis mahdollista hyödyntää myös laajemmin. Tutkimusaineisto auttaa kohdeyritystä myös sosiaalisen vastuullisuuden mahdollisessa sertifiointissa tulevaisuudessa.

8.1 Teorian ja tutkimuksen välinen suhde

Tutkimuksen toteutukseen ja tuloksiin liittyen voidaan todeta, että benchmarkingissa käytettyjen yritysten toiminta vastaa hyvin teoriassa esitettyihin tietoihin. Yritysvastuullisuusraportit vertailuyrityksillä ovat kattavia ja niihin on yhdistetty kaikki kolme osa-aluetta, taloudellinen, ekologinen ja sosiaalinen vastuullisuus.

Raportoinnissa kaikki vertailuyritykset käyttävät Global Reporting Initiative (GRI) menetelmää, joka teoriansa mukaan on yleisin käytetty malli. Vastuullisuusviestinnän metodeista vertailuyritykset eivät juurikaan raporteissaan tai internet-sivustoillaan kertoneet, joten siltä osin vertailua teoriaan ei tehty, mutta toki vastuullisuusraportointi itsessään on myös tapa viestiä. Toisaalta myöskään teoriassa ei määritellä mitään oikeaa tai väärää tapaa viestinnän metodeista, ne ovat täysin yritys ja kohderyhmä kohdista. Kohdeyritys ei vastuullisuudesta ole raportoinut eikä myöskään viestinyt, nämä ovat opinnäytetyöhön liittyviä kehityskohteita.

8.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimustulosten luotettavuus on perusteltua, koska se pohjautuu pitkälti teoriaan ja on monissa lähteissä samantapaista. Moni tutkija on siis päätenyt samankaltaisiin tuloksiin. Benchmarking yritysten raportointia taas ei ole syytä epäillä, koska raportointi on lakisääteistä ja sikäli sen on oltava läpinäkyvää ja totuudenmukaista. Eri asia tietenkin on, raportoivatko yritykset negatiivisista asioista.

Vastuullisuusraporteissa on pääosin kerrottu vertailuyritysten tekemistä positiivisista toimista, varsinkin ekologisen vastuullisuuden kohdalla. Osassa raporteista on määritetty kehityskohteita, liittyen usein esimerkiksi ilmastotekoihin, kuten hiilineutraaliksi sitoutumiseen tai päästöjen vähentämiseen johonkin ajankohtaan mennessä. Päästöjen vähennysvaatimukset tulevat jo kansallisista sitoumuksista ja EU vaatimuksista, joten niihin sitoutumiseen on helppo uskoa. Sosiaalisen vastuullisuuden alueella usein toistunut teema on esimerkiksi monimuotoisuuden lisääminen. Tämä toteutuu luonnollisesti maahanmuuton ja ulkomaalaisen työvoiman lisääntyessä. Naisten osuuden kasvattaminen johtotehtävissä on myös eräs kehityskohde vastuullisuusraporteissa. Tilastojen mukaan naiset kouluttautuvat miehiä korkeammin, joten lienee luontevaa, että myös tämä kehityskohde toteutuu.

8.3 Tutkimusetiikka

Opinnäytetyössä käsiteltyjen yhtiöiden eettistä toimintaa ei ole tutkimuksessa käytettyjen tietojen varjossa syytä kyseenalaistaa. Yritysten vastuullisuusraportoinneista käy hyvin ilmi sitoutuminen oikeanlaisiin eettisiin arvoihin ja toimintaan.

Toisaalta yleisesti ottaen, tiedotusvälineissä ilmeneviä uutisia seurattaessa voi havaita epäkohtia esimerkiksi oikeudenmukaisen palkkauksen, työehtojen ja tasa-arvon toteutumisen puutteista, jolloin monen yrityksen eettisen toiminnan voi kyseenalaistaa. Yleisessä tiedossa on esimerkiksi ulkomaalaiselle vuokratyövoimalle maksetut palkat, jotka ovat alle työehtosopimuksissa sovittujen minimipalkkojen. Ongelmana on myös, että kolmansissa maissa toimivilta monikansallisilla yhtiöillä ei alihankkijat välttämättä toimi eettisten sääntöjen mukaan. Sopimuksissa eettiset säännöt kyllä yleensä määritellään, mutta valvonta on vaikeaa.

Maine on yleensä merkittävin kannustin vastuulliseen toimintaan. Vastuullisuuden tuleekin koskea koko toimitusketjua, sillä alihankkijoiden toiminnan epäkohdat heijastuvat myös päätilaajaan.

8.4 Sosiaalisen vastuullisuuden kehitysehdotuksia

Tutkimuksen tulokset kappaleessa todetaan, että kohdeyritys ottaa hyvin huomioon työntekijöiden ja yhteistyöverkoston hyvinvointiin liittyviä kysymyksiä ja kehityskohdetta painottuvat muihin sosiaalisen vastuullisuuden osa-alueisiin. Kohdeyrityksen tulee itse määritellä omat eettiset arvonsa, mutta tutkija antaa muutamia poimintoja, joihin varmasti on helppo samaistua. Osa ehdotuksista on tässä työssä erikseen käsiteltyjä eettisiä arvoja ja osa on osittain lakisääteisiäkin.

Kehitystyö kannattaa aloittaa sosiaalisen vastuullisuuden sisällön ymmärtämisellä. Tästä on kerrottu esimerkiksi ISO 26000:2010 ohjeistuksessa sosiaalisesta vastuullisuudesta. Tiivistelmän ohjeistuksesta saa ilmaiseksi. Lisäosana tähän on julkaistu ohje standardin käyttämistä koskevan omaehtoisen vakuutuksen laatimisesta (NPR 9026:fi) siitä, että yritys noudattaa toiminnassaan ISO 26000:2010 ohjeistusta. Tällainen vakuutus voi olla hyvä perusta sosiaalisesta raportoinnista.

Toisena asiana on hyvä tutustua työterveys- ja työturvallisuusjohtamisen (TTT) sertifikaattiin ISO 45001. Siinä määritellään vaatimukset työterveyden ja turvallisuuden johtamisjärjestelmälle sekä ohjeistetaan sen käyttöä. Kehitysehdotuksena on niin sanotun itseilmoituksen tekeminen ISO 45001 standardin noudattamisesta, jolloin vältetään sertifiointiin liittyvät kustannukset, mutta saavutetaan hyvä lisäys raportoitavaan eettiseen toimintaan.

Kannattaa myös tutustua tähän opinnäytetyöhön yleisesti, mutta erityisesti tähän kehitysehdotuksiin liittyvään kohtaan 3.3 sosiaalinen vastuullisuus. Siellä on useita teemoja, joita voi käyttää hyväksi yhtiön eettisiä arvoja painotettaessa, kuten esimerkiksi, korruptiontorjunta ja lahjonta, pakkotyön ja ihmiskaupan torjunta, ihmisoikeudet, tasa-arvo ja syrjimättömyys sekä lapsityövoima ja lasten hyväksikäyttö. Tässä kohtaa kannattaa erikseen tutustua YK:n yleissopimukseen lapsen oikeuksista sekä siihen

liittyvään lisäpöytäkirjaan 2, joka käsittelee lapsikauppaa, lasten hyväksikäyttöä prostituutiossa sekä pornografiassa.

Yllä olevat aiheet ovat varmaankin arvoja, joihin on helppo sitoutua. Suomalaisessa yhteiskunnassa ja yrityselämässä voi tuntua oudoilta ja kaukaa haetuilta yllä oleviin sitoutumisesta erikseen mainita, mutta kohdeyritys toimii myös Venäjällä ja FSU-maissa (Former Soviet Union), joten niistä mainitseminen tuo lisäarvoa sosiaaliseen vastuullisuusraporttiin.

Kyselystä selvisi, ettei tapaturmataajuutta TRI (Total Recordable Incident) tai TRIF (Total Recordable Injury Frequency) lukuja seurata. Näiden seuraaminen on hyvä kehityskohde. Lukujen kehityksestä ja kehittämistoimenpiteistä on hyvä mainita sosiaalisessa vastuullisuusraportissa. Tähän kannattaa vielä lisätä SIF-riskin (Serious Injury or Fatality) eli vakavat tapaturmat ja kuolemaan johtaneet tapaturmat, näiden määrällinen seuranta sekä tavoite tapaturmien pienentämiseen.

TRI luvuissa kannattaa kiinnittää huomiota siihen, mikä on tapaturman määritelmä, jotta luvut ovat vertailukelpoisia. Tutkija törmäsi edellisen työnantajan palveluksessa siihen, että esimerkiksi Amerikassa luvut ovat hyvinkin matalia, koska jos on vasen käsi poikki, voi vielä tehdä jotain oikealla ja niin edelleen. Suomessa työntekijä on silloin sairauslomalla, jolloin tapaturma saatetaan luokitella jopa vakavaksi tapaturmaksi. Näistä luokitteluista on yleensä työterveyshuollon kanssa yhteisymmärrys.

Hyvänä sosiaaliseen vastuullisuuteen perehtymisen keinona on tutustua kansainvälisiin julkaisuihin, näihin sitoutumisesta voi myös raportoida. Pitää kuitenkin muistaa, että arvojen pitää olla myös totuudenmukaisia, eli miettiä miten asiat oikeasti hoidetaan.

Hyviä julkaisuja ovat esimerkiksi Nesteen benchmarking osuudessa mainitut, kansainvälinen ihmisoikeusasiakirja, kansainvälisen työjärjestö ILO:n julistus työelämän perusperiaatteista ja -oikeuksista, YK:n naisten voimaannuttamisen periaatteet, lasten oikeuksia ja liike-elämää koskevat periaatteet, YK:n julistukseen alkuperäiskansojen oikeuksista, YK:n Global Compact aloite sekä YK:n liike-elämää ja ihmisoikeuksia ohjaavat periaatteet.

Yllä olevien kehitysehdotusten lisäksi kohdeyrityksen kannattaa tutustua opinnäytetyön benchmarking osuuteen syvemmin. Lisäksi omaa vastuullisuusraporttia tehdessä kannattaa tutustua myös esimerkiksi omien kilpailijoiden internet-sivustoihin ja vastuullisuusraportteihin. Näistä voi saada hyviä vinkkejä oman raportin muodostukseen.

8.5 Vastuullisuusraportoinnin kehitysehdotuksia

Raportoinnin osalta kohdeyrityksen tulee päättää, miten haluaa raportoinnin suoritettavan. Vastuullisuusvaatimukset kasvavat jatkuvasti ja vaikka niiden raportointi ei vielä ole pienille ja keskisuurille yrityksille pakollista, on hyvä varautua tulevaisuuteen.

Raportoinnin kehitystyön alkuvaiheessa kannattaa aloittaa yksinkertaisimmasta tavasta, eli laittaa yrityksen internet sivuille organisaation sosiaalisen vastuullisuustoiminnan periaatteet. Lyhyt toteaminen siitä, mitä arvoja kohdeyritys painottaa. Tähän löytyy hyviä aiheita benchmarkingissa käytettyjen yritysten toiminnassaan painottamista toimista.

Seuraavassa kehitysvaiheessa voi siirtyä niin sanottuun integroituun raportointimalliin, jossa yhdistetään sosiaalinen vastuullisuus sekä mahdollisesti myös ekologinen vastuullisuus yhtenäiseen vuosittaiseen taloudelliseen raporttiin.

Kolmannessa vaiheessa voi perehtyä tarkemmin Global Reporting Initiative (GRI) raportointimalliin. Mikäli se on soveltuva kohdeyritykselle, niin sitä on hyvä käyttää, tai ainakin ottaa osia sieltä. GRI itsessään saattaa kyllä olla pienelle yritykselle turhan raskas, mutta se on yleisemmin käytetty yritysmaailmassa. Raportointivaatimusten yleistyessä, tulevaisuudessa mahdollisesti myös pieniin ja keskisuuriin yrityksiin, on sen käyttö perusteltua.

8.6 Vastuullisuusviestinnän kehitysehdotuksia

Vastuullisuusviestintää kehittämällä saadaan vastuullinen toiminta toimitusverkoston ja asiakkaiden tietoisuuteen. Yritysviestintää tutkija ja kohdeorganisaatio pitävät tärkeänä kehittämisen kohteena, koska mainetta on vaikeaa parantaa, mikäli yhteistyöverkostolle ei pystytä yrityksen panostuksesta vastuulliseen toimintaan viestimään.

Opinnäytetyössä ja erikseen myös sen kyselyosiossa on kattavasti tietoa eri viestintämahdollisuuksista. Kehityskohteena viestintään ehdotuksena on kirjallisen toimintaohjeen luominen, jossa määritellään miten, kenelle ja koska viestitään sekä myös kuka viestintää johtaa.

Vastuullisuusraportti on tärkeä osa vastuullisuusviestintää. Kehitysehdotuksena on liittää raportti osaksi uusien työntekijöiden perehdytyskoulutusta. Raportista on hyvä viestiä myös muualla, kuten esimerkiksi ilmoitustauluilla. Erilaisiin palaverimuistioihin voi myös liittää sosiaalisen vastuullisuuden olennaisia teemoja, kuten esimerkiksi työturvallisuus.

LÄHTEET

Almatalent. (n.d.). Kannattavuus. Haettu 07.05.2022 osoitteesta <https://www.almatalent.fi/tunnuslukuopas/kannattavuus/>

Componenta. (2021). Vastuullisuus. Haettu 21.08.2022 osoitteesta <https://www.componenta.com/vastuullisuus/>

Ecoonline. (2021). Polku ISO 45001 sertifiointiin. Haettu 26.09.2021 osoitteesta <https://www.ecoonline.fi/blogi/polku-iso-45001-sertifiointiin>

Eklund, I., Kekkonen, H. (2011). Toiminnan kannattavuus. WSOYpro.

Eriksson, P., Koistinen, K. (2014). Monenlainen tapaustutkimus. Haettu 14.12.2021 osoitteesta <https://docplayer.fi/39970805-Monenlainen-tapaustutkimus-paivi-eriksson-katri-koistinen.html>

Finlex. (2016). HE 69/2016. Esitys eduskunnalle pakollista työtä koskevaan sopimukseen liittyvän pöytäkirjan hyväksymisestä sekä laiksi pöytäkirjan lainsäädännön alaan kuuluvien määräysten voimaansaattamisesta. <https://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2016/20160069>

Finlex. (2006). 644/2006. Osakeyhtiölakilaki. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2006/20060624>

Finlex. (2014). 1325/2014. Yhdenvertaisuuslaki. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20141325>

Galea, C. (2004). Teaching Business Sustainability Volume 1: From Theory to Practice. Greenleaf Publishing Limited.

Global Reporting Initiative. (n.d.) Haettu 15.07. 2022 osoitteesta <https://www.globalreporting.org/>

Harmaala, M.M., Jallinoja, N. (2012). Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Sanoma Pro Oy.

Ihmisoikeusliitto. (1948). YK:n ihmisoikeus julistus. <https://ihmisoikeusliitto.fi/ihmisoikeudet/ihmisoikeuksien-julistus/>

ISO 26000:2010. (2021) Ohjeita sosiaaliseen vastuuseen. <https://www.iso.org/standard/42546.html>

Joutsenvirta, M., Halme, M., Mäkinen J. (2011). Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Oy yliopistokustannus, HYY Yhtymä.

Juholin, E. (2010). Arvioi ja paranna. Infor Oy.

Jussila, M. (2010). Yhteiskuntavastuu. Nyt. Infor Oy.

Juutinen, S. (2016). Strategisen yritysvastuun käsikirja. Tallentum media Oy.

Ketola, T. (2005). Vastuullinen liiketoiminta, sanoista teoiksi. Edita Publishing Oy.

Koipijärvi, T. & Kuvaja, S. (2020). Yritysvastuu 2.0 johtamisen uusi normaali. Helsingin seudun Kauppakamari.

Kone. (n.d.). Yritysvastuu. Haettu 20.08.2022 osoitteesta <https://www.kone.com/fi/yritysvastuu/>

Konecranes. (2022). Vastuullisuus. Haettu 21.08.2022 osoitteesta <https://investors.konecranes.com/fi/vastuullisuus>

Kortetjärvi -Nurmi, S. & Murtola, K. (2015). Areena: yritysviestinnän käsikirja. Edita Publishing Oy.

Kuisma, J. (2015). Yritysvastuun johtamisen lyhyt oppimäärä. ST-Akatemia Oy.

Kurittu, K. (2018). Yritysvastuuraportointi, kiinnostavan viestinnän käsikirja. Alma Talent Oy

Kuvaja, S. & Malmelin, K. (2008). Vastuullinen viestintä, kilpailuetua vuoropuhelusta. Edita Publishing Oy.

Laitinen, H., Vuorinen, M. ja Simola, A. (2013). Työturvallisuuden ja -terveyden johtaminen. Tietosanoma Oy.

Lassila H. Vastuullinen liiketoiminta. Oppimateriaali aineistoa. https://moodle.savonia.fi/pluginfile.php/1308182/mod_resource/content/1/Perusteita.pdf

Liappis, H., Pentikäinen, M., Vanhala, A. (2019). Menesty yritysvastuulla, käsikirja kokonaisuuteen. Edita Publishing Oy.

Marjamäki, P., Vuorio J. (2021). Viestinnän johtaminen, strategiasta tuloksiin. Alma Talent Oy.

Neste. (n.d.). Vastuullisuus. Haettu 22.08.2022 osoitteesta <https://www.neste.fi/-konserni/vastuullisuus/vastuullisuus-nesteella>

Neste. (n.d.). Eettiset säännöt. https://www.neste.fi/sites/neste.fi/files/Code_of_Conduct_Finnish.pdf

Nieminen S. (2016). Hyvä hankinta - parempi business. Alma Talent Oy.

Niskala, M., Tarna-Mani, K., Puroila, J. & Pajunen, T. (2019). Yritysvastuu: Raportointi- ja laskentaperiaatteet. ST-Akatemia.

Ojasalo, M., Moilanen, T., Ritalahti, J. (2015). Kehittämistyön menetelmät, Uudella osaamisella liiketoimintaan (3–4 painos). Sanoma Pro Oy.

Oppariapu. (2016). Benchmarking. Haettu 20.12.2021 osoitteesta <https://oppariapu.wordpress.com/>

Osaavayrittäjä. (n.d.). Kannattavuuslaskenta. Haettu 06.05.2022 osoitteesta <https://www.osaavayrittaja.fi/kannattavuuslaskenta/katetuottolaskenta>

Osuuspankki. (n.d.). Talouden tunnusluvut. <https://www.op.fi/yritykset/asiakkuus/yrittajan-talousvalmennus/taloudenhallinnan-abc-yrittajille/tunnetko-tarkeimmat-talouden-tunnusluvut>

Rodinia Oy. (2020). Viestintästrategia ja vastuullisuusviestintä. Haettu 08.08.2021 osoitteesta <https://rodinia.fi/>

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu - kestävä kehitys organisaatiotasolla. WSOY.

RR Site Service Oy. (2021). Yritysesittely. Haettu 08.07.2021 osoitteesta <https://www.rrss.fi/>

SFS. ISO 45001:2018. (2021) Työterveys- ja työturvallisuusjärjestelmät. Vaatimukset ja niiden soveltamisohjeita. Haettu 08.08.2021 osoitteesta <https://sfs.fi/standardeista/tutustu-standardeihin/suositut-standardit/iso-45001-tyoterveys-ja-tyoturvallisuusjohtaminen/>

Skanska. (2019). Vastuullisuus. <https://www.skanska.fi/tietoa-skanskasta/vastuullisuus/>

Stenbacka, J., Mäkinen, I., Söderström, T. (2003). Kannattavuuden avaimet. WSOY. tarkasta ketä tässä on.

Tuominen, K. (2016). Kehityksen tie, Benchmarking prosessi. Oy Benchmarking Ltd.

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

Työ- ja elinkeinoministeriö. (n.d.). Ihmisoikeudet. Haettu 28.03.2022 osoitteesta <https://tem.fi/yritykset-ja-ihmisoikeudet>.

Työ- ja elinkeinoministeriö. (2020). Korruptiontorjuntaopas pk-yrityksille. Haettu 28.03.2022 <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162225>.

Työ- ja elinkeinoministeriö. (n.d.). Pakkotyön torjunta. Haettu 28.03.2022 osoitteesta <https://tem.fi/pakkotyön-torjunta>

Työ- ja elinkeinoministeriö. (n.d.). Vastuullisuusraportointi. Työ- ja elinkeinoministeriön artikkeli vastuullisuusraportoinnin velvoittavuudesta. Haettu 09.12.2021 osoitteesta <https://tem.fi/vastuullisuusraportointi>

Työ- ja elinkeinoministeriö. (2011). Yhteiskuntavastuun ohjeet ja periaatteet. Haettu 14.12.2022 <https://tem.fi/yhteiskuntavastuun-ohjeet-ja-periaatteet>

Työterveyslaitos. (n.d.). Työhyvinvointi ja työkyky Haettu 07.05.2022 osoitteesta <https://www.ttl.fi/teemat/tyohyvinvointi-ja-tyokyky>

Uddin, M. B., Hassan, M., Tarique, K. (2008). Three dimensional aspects of corporate social responsibility. Daffodil International University Journal of Business and Economics, vol 3, no 1, s. 199—212. Haettu 09.12.2021 osoitteesta <http://dspace.daffodilvarsity.edu.bd:8080/handle/20.500.11948/655>

Ulkoministeriö (n.d.). Ilmastoulkopolitiikka. Haettu 09.05.2022 osoitteesta <https://um.fi/ilmastoulkopolitiikka>

Unicef. (n.d.). Lapsityö. Haettu 08.05.2022 osoitteesta <https://www.unicef.fi/unicef/tyomme-paakohteet/suojelu/lapsityo/>

Unicef. (n.d.). Tasa-arvo ja yhdenvertaisuus. Haettu 07.05.2022 sivulta <https://www.unicef.fi/unicef/vastuullisuus/tasa-arvo-ja-yhdenvertaisuus/>

Unicef. (1989). YK:n yleissopimus lapsen oikeuksista. <https://www.unicef.fi/tyomme/lapsen-oikeudet/lapsen-oikeuksien-sopimus/lapsen-oikeuksien-sopimuksen-koko-teksti/>

Vuorinen, T. (2013). Strategiakirja: 20 työkalua. Talentum Oy.

Yhdistyneiden kansakunnat. (n.d.). Ihmisoikeuksien yleismaailmallinen julistus. Haettu 07.05.2022 sivulta <https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/finnish>

Yritystutkimus RY. (2017). Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. Gaudeamus Oy.

Åberg, L. (2000). Viestinnän johtaminen. Inforviestintä Oy.

KYSELY SOSIAALISESTA VASTUULLISUUDESTA

1. Katsotteko että sosiaalisen vastuullisuuden kehittämisen vaatimukset tulevat teille enimmäkseen omista eettisistä arvoista, yhteiskunnalta, asiakkailta, toimittajilta ja muulta yhteistyöverkostolta, vai noista kaikista?

Kohdeyrityksen vastaus: Ei mistään noista.

2. ISO 26000:2010 on tarkoitettu ohjeistukseksi sosiaaliseen vastuullisuuteen kaiken-tyyppisille organisaatioille. Ohjeistuksella on tarkoitus tuoda lisäarvoa organisaation jo vastuullisuudessa käyttämiin toimintatapoihin. Onko ohjeistus tuttu yrityksellenne ja jos, niin missä määrin käytössä?

Kohdeyrityksen vastaus: Ei ole tuttu, eikä käytössä.

3. Sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluu esimerkiksi työturvallisuus. Kuinka hyvin tunnette työterveys- ja työturvallisuusjohtamisen (TTT) sertifikaatin ISO 45001?

Kohdeyrityksen vastaus: Jossain määrin tunnettu

4. Miten otatte huomioon seuraavia sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluvia teemoja eettisissä arvoissanne (lyhyt vastaus aihealueittain)

- Työhyvinvointi, työviihtyvyys ja hyvät johtamiskäytännöt

Kohdeyrityksen vastaus: Jatkuva huolenpito läpi henkilöstön.

- Korruptiontorjunta ja lahjonta

Kohdeyrityksen vastaus: Aihetta ei ole käsitelty.

- Pakkotyön ja ihmiskaupan torjunta sekä oikeudenmukainen palkkaus

Kohdeyrityksen vastaus: Aihetta ei ole käsitelty.

- Ihmisoikeudet ja työntekijöiden oikeudet

Kohdeyrityksen vastaus: Aihetta ei ole käsitelty.

- Tasa-arvoinen ja yhdenvertainen kohtelu sekä syrjimättömyys. Onko käytössä tasa-arvosuunnitelma

Kohdeyrityksen vastaus: Tasa-arvoisuus on kunniassa, mutta tasa-arvosuunnitelmaa ei ole.

- Monimuotoisuus (muun muassa ikä, sukupuoli, monikulttuurisuus jne.) Millainen on esim. naisten ja ulkomaisen työvoiman % osuus työvoimasta? Entä millainen on ikä-jakauma?

Kohdeyrityksen vastaus: Naisia ja ulkomaisia työntekijöitä on vähän, molempia 2. Keski-ikä on 53 vuotta.

- Yhteisöllisyys (yhteistyö verkoston kanssa)
Kohdeyrityksen vastaus: Jatkuva yhteistyötä.

5. Onko henkilöstöllä käytössä jokin ilmoituskanava, jolla epäkohdista tai väärinkäytöksistä, esimerkiksi mahdollisista syrjintäepäilyistä, ihmisoikeusrikkomuksista tai epäilyistä korruptiosta / lahjonnasta voi ilmoittaa?

Kohdeyrityksen vastaus: Ei ole. Yrityksessä on kaksi toimistotyöntekijää, joille asioista voi ilmoittaa.

6. Mitkä ovat tapaturmataajuus TRI (Total Recordable Incident) luvut viimeiseltä 5 vuodelta? Ilmoittakaa myös työtunti määrä, jota laskennassa on käytetty.

Kohdeyrityksen vastaus: Ei ole seurattu.

7. Mittaatteko tapaturmattomia päiviä eli TRIF (Total Recordable Injury Frequency) lukua?

Kohdeyrityksen vastaus: Ei seurata,

8. Millaisia työturvallisuutta edistäviä toimintoja teillä on käytössä (esim. riskientunnistaminen, turvallisuus kierrokset ym.)

Kohdeyrityksen vastaus: Seurataan taulukko mallisena, vuosittain, riskientunnistamista ja riskien arviointia käytetään.

9. Edistättekö vapaa-ajan toiminnan mahdollisuuksia jotenkin (esim. liikuntasetelit ym. tuki)

Kohdeyrityksen vastaus: Vapaa-ajan harrastuksia tuetaan.

10. Onko sopimuksissanne vaatimus eettisten arvojen noudattamisesta myös yhteistyökumppaneille?

Kohdeyrityksen vastaus: Ei ole.

11. Kannustatteko koulutuksen/jatkuvaan kehitykseen/urakehitykseen?

Kohdeyrityksen vastaus: Kyllä ja osallistumme myös kustannuksiin.

12. Osallistuttko yhteiskuntavastuullisuuteen toimintaan, kuten esimerkiksi hyväntekeväisyys toimintaan ym.

Kohdeyrityksen vastaus: Ei osallistuta.

13. Nimetkää omien arvojenne kannalta tärkeimmät sosiaalisenvastuullisuuden osa-alueet (n.5–8 kpl). Yleisesti käytettäviä ovat esimerkiksi *avoimuus, henkilöstöpolitiikka, rehellisyys ihmisten ja ympäristön arvostus, monimuotoisuus, yhdenvertaisuus, tasa-arvoinen kohtelu, tapaturmien ja pitkien sairaslomien ja henkilöstön vaihtuvuuden minimointi, Ihmisoikeudet, työntekijöiden oikeudet, eettinen, läpinäkyvä, rehellinen ja luotettava toiminta, anti korruptio jne.*

Kohdeyrityksen vastaus: Avoimuus, arvostus, tasa-arvo, rasismi, vaihtuvuus jne.

KYSELY VASTUULLISUUSVIESTINNÄSTÄ

Tässä kyselyssä käsitellään vastuullisuusviestintää yleisen pääjaon mukaisesti, käsit-
tään sekä sisäistä ja ulkoista viestintää. Kysely kohdistuu sosiaalisen vastuullisuuden
viestintään.

Miten luonnehtisitte yrityksessänne käytettävän eri vastuullisuusviestinnän muotoja.

Välittömiä (ei käytetä mitään varsinaisia välineitä)

Palaverit	Kokoukset	Neuvottelut	Tiedotustilaisuudet	Henkilökohtaiset keskustelut
x	x	x		x

Kick off -ti- laisuudet	Koulutustilai- suudet	Virkistysta- pahtumat	Juhlatilaisuudet	Muu, mikä
x		x		

Mitä *välillisiä* vastuullisuusviestinnän muotoja yrityksessänne käytetään?

Mobiilivies- tintä	Sähköposti	intranet	internet sivustot	sosiaalinen media
x	x			

Tiedotteet	Henkilöstö- lehdet	Palaveri muistiot	Vuosikertomukset	Muu, mikä

Onko ulkoisessa viestinnässä huomioitu eri viestintämuodot
eri kohderyhmille?

Ei	Kyllä
x	

Miten mielestänne yrityksenne johto on tiedostanut sosiaalisenvastuullisuuden vies-
tinnän merkityksen?

1	2	3	4	5
	x			

Huonosti (1) - hyvin (5)

Miten mielestänne yrityksenne työntekijät on tiedostanut sosiaalisenvastuullisuuden
viestinnän merkityksen?

1	2	3	4	5
	x			

Huonosti (1) - hyvin (5)

Onko yrityksellenne laadittu strategia vastuullisuusviestinnästä?
(Strategialla määritellään mihin yritys pyrkii vastuullisuus vies-
tinnällään)

Ei	Kyllä
x	

Onko yrityksellenne laadittu vastuullisuusviestinnälle suunnitelma? (Millä toimilla tavoitteisiin päästään)

Ei	Kyllä
x	

Onko yrityksellenne laadittu vastuullisuusviestinnälle taktiikka? (Priorisointi, mikä on tärkein osa-alue)

Ei	Kyllä
x	

Onko yrityksellenne laadittu vastuullisuusviestinnälle toimenpidesuunnitelma ja aikataulu? (viestintämuodot, aikataulu jne.)

Ei	Kyllä
x	

Onko vastuullisuusviestinnälle määritetty vastuuhenkilö?

Ei	Kyllä
x	

Viestitäänkö vastuullisuudesta uusien henkilöiden perehdytyksessä?

Huonosti (1) - hyvin (5)

1	2	3	4	5
x				

Viestintätutkimus on yksi työyhteisökyselymuoto. Siihen voi liittyä esimerkiksi työhyvinvointitutkimukset tai työilmapiiritutkimukset. Suoritetaan yrityksessänne näitä?

Työhyvinvointitutkimus

Ei	Harvoin	Kyllä
	x	

Työilmapiiritutkimus

Ei	Harvoin	Kyllä
	x	

Viestittekö vastuullisuustoiminnassanne aikomuksista, nykyisestä toiminnasta vai saavutuksista?

Tulevaisuus	Nykypäivä	mennyt
Ei	Ei	Ei

Onko vastuullisuusviestintänne mielestänne riittävän avointa, rehellistä ja perustuu vuorovaikutukseen työntekijöiden ja sidosryhmien kesken?

Ei	Parannettavaa (mitä erityisesti?)	Kyllä
x	Aloittaa vastuullisuusviestintä	