

Yritysvastuun huomioiminen yrityksen viestinnässä ja toiminnassa

Matti Huvinen

Opinnäytetyö

Toukokuu 2020

Tekniikan ala

Insinööri (AMK), energia- ja ympäristötekniikan tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Huvinen, Matti	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Toukokuu 2020
	Sivumäärä 56	Julkaisun kieli Suomi
	-	Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Yritysvastuun huomioiminen yrityksen viestinnässä ja toiminnassa		
Tutkinto-ohjelma Insinööri (AMK), energia ja ympäristötekniikan tutkinto-ohjelma		
Työn ohjaaja(t) Marjukka Nuutinen, Hannariina Honkanen		
Toimeksiantaja(t) Koja-Yhtiöt Oy		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Yritysvastuu on laaja kokonaisuus asioita, jotka yrityksen tulee ottaa huomioon toiminnassaan. Sen sisältämät aihealueet luovat uusia ja vahvistavat nykyisiä edellytyksiä kannattavalle yritys-toiminnalle.</p> <p>Työ on tehty Koja-Yhtiöt Oy:n toimeksiannosta. Koja on metalliteollisuuden yritys, joka tuottaa tuotteita, järjestelmiä ja palveluja teollisuuteen, laivoihin ja kiinteistöihin maailmanlaajuisesti.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millainen mielikuva Kojan sidosryhmillä on yrityksen vastuullisesta toiminnasta ja millainen merkitys vastuullisella toiminnalla yritysvastuun eri osa-alueilla on sidosryhmille. Mielikuvaa ja merkitystä selvitettiin sidosryhmille lähetetyllä kyselyllä. Kojan aikaisemmat yritysvaluuseen liittyvät kyselyt ovat olleet tuotteisiin tai palveluihin liittyviä asiakastytyväisyyskyselyitä. Laajempia, koko yritystä koskevia yritysvaluusekyselyitä tai selvityksiä ei ole aikaisemmin tehty.</p> <p>Yritysvaluusekysely lähetettiin 1897:lle sidosryhmien edustajille, ja lisäksi avattiin vastauslinkki yrityksen kotisivuille. Osallistujien yhteystiedot saatiin Koja Oy:n eri toimialojen asiakasrekistereistä. Vastausaika oli kaksi viikkoa. Vastauksia saatiin 457, mikä kattaa 24 % koko ryhmästä.</p> <p>Työn tuloksena saatiin vastaajien mielikuva yrityksen onnistumisesta sekä asian tärkeydestä vastaajalle yritysvaluuseen eri osa-alueilla. Mielikuvat yrityksen vastuullisuudesta olivat vastausten perusteella pääosin hyviä tai erinomaisia.</p> <p>Lisäksi lähdekirjallisuutta, tutkimuksia ja standardeja apuna käyttäen selvitettiin yritysvaluusea tukevia toimintamalleja toiminnanohjaukseen, raportointiin ja markkinointiin. Johtopäätöksissä on arvioitu saatujen tulosten perusteella eri toimintamallien soveltuvuutta yritysvaluuseen huomioon ottamisessa toiminnan ohjauksessa, raportoinnissa ja markkinoinnissa.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Yritysvastuu, yritysvaluuseuraportointi, sidosryhmät, kyselytutkimus, markkinointiviesti, raportointi		
Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Huvinen, Matti	Type of publication Bachelor's thesis	Date May 2020 Language of publication: Finnish
	Number of pages 56	Permission for web publication: x
Title of publication Considering corporate responsibility in corporate communication and operation		
Degree programme Degree Programme in Energy and Environmental Technology		
Supervisor(s) Nuutinen Marjukka, Honkanen Hannariina		
Assigned by Koja-Yhtiöt Oy		
Abstract <p>Corporate responsibility is a large entirety of smaller things a corporation has to take into account in their operation. The topics covered by corporate responsibility both create new and reinforce existing requirements for profitable business.</p> <p>This thesis is made for Koja-Yhtiöt Oy. Koja is metal industry company that manufactures products, systems and services for industry, ships and premises worldwide.</p> <p>The goal was to find out the respondent's notion of the success of the corporation and the significance of the company to the respondents in different areas of corporate responsibility with a survey sent to stakeholders. Earlier opinion polls by Koja regarding corporate responsibility have been customer satisfaction queries related to products and services. More extensive, company wide opinion polls regarding the subject had not been made previously.</p> <p>Opinion poll on corporate responsibility was sent to 1897 stakeholders from various groups and a link to answering the poll was put on Koja's website. The contact information of the stakeholders was acquired from the customer registers of Koja Oy's branches of business. Time given for answering was two weeks. This resulted in 457 answers, which covers 24% of the whole group.</p> <p>Respondents' thoughts on Koja's success and the significance of the company to the respondent in different areas of corporate responsibility was determined as the result. Respondents' opinions about Koja were mainly positive and their trust for company making responsible decisions was relatively high.</p> <p>Additionally operating models for executive functions, reportage and marketing which support corporate responsibility were investigated with the help of literature sources, various studies and standards. The suitability of different operating models in taking corporate responsibility into account in executive functions, reportage and marketing is evaluated in conclusions based on the results of the survey.</p>		
Keywords/tags corporate responsibility, corporate responsibility reportage, stakeholder, opinion poll, marketing communication, reportage		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	4
2	Yritysvastuu	6
2.1	Mitä on yritysvastuu.....	6
2.2	Yritysvastuun osa-alueet	9
2.2.1	Sosiaalinen vastuu	10
2.2.2	Ympäristövastuu.....	11
2.2.3	Taloudellinen vastuu	12
2.2.4	Yritysvastuuviestintä	12
2.2.5	Standardit ja toimintamallit	14
3	Yritysvastuun ajurit Kojassa	17
4	Tutkimusasetelma	18
4.1	Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet.....	19
4.2	Tutkimusmenetelmät ja -aineisto	19
4.3	Tutkimuksen toteutus	22
5	Tutkimuksen tulokset	23
5.1	Tulokset	23
5.2	Kysymykset ja vastausjakaumat.....	26
6	Ehdotuksia Koja Oy:n yritysvastuuprosesseihin	40
6.1	Ehdotuksia Koja Oy:n markkinointiprosessiin.....	41
6.2	Ehdotuksia Koja Oy:n toimintaprosesseihin.....	42
6.3	Ehdotuksia Koja Oy:n yritysraportointiin	42
6.4	Ehdotuksia Koja Oy:n yritysvastuutoimintajärjestelmään	44

7 Johtopäätökset ja pohdinta	45
Lähteet	48
Liitteet	50
Liite 1. Yritysvastuukysely 2020 Koja-Yhtiöt Oy	50
Kuviot	
Kuvio 1. Esimerkki Stora Enson yritys vastuuhjelman osa-alueista	10
Kuvio 2. Vastaajien jakauma sidosryhmittäin	26
Kuvio 3. Kojan kolme tärkeintä yritys vastuutointa tai tekoa.....	27
Kuvio 4. Kojan neljä tärkeintä toimintapoliittisen ohjeen alakohtaa	28
Kuvio 5. Vastuullisuustoiminnan tärkeys	39
Kuvio 6. Vastuullisuuden merkitys yhteistyössä	40
Taulukot	
Taulukko 4. Kojan valmistamien tuotteiden ja järjestelmien turvallisuus.....	29
Taulukko 5. Kojan onnistuminen yleishyödyllisenä toimijana	29
Taulukko 6. Koja raportoi sosiaalisesta vastuustaan	30
Taulukko 7. Kojan ympäristömissiot	30
Taulukko 8. Koja on alansa ympäristöjohtaja toiminnassaan.....	31
Taulukko 9. Koja on alansa ympäristöjohtaja tuotteissaan ja järjestelmissään	31
Taulukko 10. Kojan tuotanto on luonnonvaroja säästävää	32
Taulukko 11. Kojan tuotteet ja järjestelmät säästävät energiaa	32
Taulukko 12. Kojan tuotteet ja järjestelmät ovat pitkäikäisiä	33
Taulukko 13. Koja ottaa toiminnassaan huomioon ympäristönsuojelun	33
Taulukko 14. Kojan tuotteilla ja järjestelmillä on merkitystä ilmastonmuutoksen torjunnassa.....	34

Taulukko 15. Kojia dokumentoi tuotteiden ja järjestelmien elinkaaren aikaiset ympäristövaikutukset.....	34
Taulukko 16. Kojia raportoi ympäristövastuustaan	35
Taulukko 17. Kojan tuotantoinvestoinnit Suomeen	35
Taulukko 18. Kojan toiminnan jatkuvuus.....	36
Taulukko 19. Kojan tuotteet ja järjestelmät ovat kilpailukykyisiä	36
Taulukko 20. Kojalla on tehokas tuotanto	37
Taulukko 21. Kojia tuo taloudellista hyvinvointia lähialueelleen	37
Taulukko 22. Kojia tuo taloudellista hyvinvointia Suomeen.....	38
Taulukko 23. Kojia on sitoutunut pitkäjännitteiseen perheyrittäjyyteen.....	38
Taulukko 24. Kojia raportoi taloudellisesta vastuustaan.....	39

1 Johdanto

Vastuullisuuden merkitys yritysten liiketoiminnassa kasvaa jatkuvasti, ja monet yritykset ovat ottaneet yritysvastuun eri osa-alueet organisaatiokulttuuriinsa osaksi johtamisjärjestelmää. Yritysvastuu ja kestävä kehityksen periaate mielletään eduksi, joka edistää ja vauhdittaa yrityksen kilpailukykyä. Niskala, Tarna-Mani, Puroila ja Pajunen (2019, 11) toteavatkin yritysvastuun osa-alueiden liittyvän yrityksen kilpailukykyyn usealla tavalla: toisaalta se on riskienhallintaa, sekä enenevässä määrin uusien liiketoimintamahdollisuuksien lähde.

Yritysvastuu on laaja kirjo asioita, jotka omalta osaltaan ohjaavat myös energia- ja ympäristönäkökohtien huomioimista yritystoiminnassa. Samalla kun yritysten ilma-
piiri on muuttunut avoimemmaksi ja yhteistyötä korostavammaksi, ovat sidosryhmien merkitys ja odotukset yritysten toimintaan kasvaneet. Kansainvälistyminen sekä uudet sidosryhmät ovat luoneet tarpeita laatu- ja ympäristöjärjestelmien kehittämiseksi, työntekijöiden osaamisen kasvattamiselle sekä tuotannon ja palvelujen laajentamiselle.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi suomalainen perheyritys Koja Oy. Koja valmistaa ja tuottaa älykkäitä ja energiatehokkaita tuotteita, järjestelmiä ja palveluita teollisuuteen, laivoihin ja kiinteistöihin. Liiketoiminta on jaettu kolmeen liiketoimialaan: marine joka toimittaa tuotteita ja järjestelmiä laivoihin, kiinteistöt joka toimittaa tuotteita ja järjestelmiä kiinteistöihin sekä prosessipuhaltimet joka toimittaa tuotteita ja järjestelmiä teollisuuden ja voimalaitosten prosesseihin.

Kojan liikevaihto oli vuonna 2018 95m€ ja päätoimipaikka Tampere.

Muita toimipaikkoja ovat: Suomi, Ruotsi, Norja, Venäjä, Yhdysvallat.

Henkilökuntaa Kojassa on yhteensä: 405 henkilöä. (Koja-yhtiöt. N.d.).

Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tehtävänä oli toteuttaa Koja Oy:n sidosryhmille yritys vastuuta koskeva kysely. Kyselyn tavoitteena oli selvittää Kojan eri toimialojen sidosryhmien mielikuva Kojan onnistumisesta toimintapoliittiseen ohjeeseen kirjatulla yritys vastuun osa-alueilla sekä niiden tärkeys vastaajalle. Yritys vastuun osa-alueet kyselyssä olivat sosiaalinen vastuu, ympäristövastuu ja taloudellinen vastuu. Kojan aikaisemmat yritys vastuuseen liittyvät kyselyt ovat olleet tuotteisiin ja palveluihin sekä niiden toimitusvarmuuteen liittyviä asiakastytyväisyyskyselyitä. Henkilöstölle on myös viime vuosina tehty kyselyitä.

Kysely oli tutkimuksellisesti tärkeä, sillä vastaavaa tutkimusta ei siis ollut aikaisemmin Kojassa tehty. Asia oli lisäksi ajankohtainen, sillä Kojan visiona on olla alan halutuin yhteistyökumppani ja ympäristöjohtaja. Sidosryhmien tarpeiden ja mielipiteiden huomioiminen on Kojan avainprosessien lähtökohta.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli myös lähdekirjallisuutta, tutkimuksia ja standardeja apuna käyttäen kartoittaa yritys vastuuta tukevia toimintamalleja toiminnan ohjaukseen, raportointiin ja markkinointiin. Työssä arvioidaan ja ehdotetaan kyselytutkimuksessa saatujen tulosten perusteella toimintamalleja sekä arvioidaan sitä, miten ne soveltuvat yritys vastuun huomioon ottamiseen toiminnan ohjauksen, raportoinnin ja markkinoinnin painopistealueilla.

Kuisma (2015) toteaaakin että, mitä enemmän yrityksen vastuuhenkilöt ovat tekemisissä sidosryhmien edustajien kanssa, sitä paremmin sidosryhmien odotukset ja vaatimukset tunnetaan. Hän painottaa myös, että sidosryhmien odotusten arviointi jää yrityksen oman kuvittelun varaan, ellei sidosryhmiin ole riittävää yhteyttä Kuisma (2015, 72).

2 Yritysvastuu

2.1 Mitä on yritysvastuu

Harmaalan (2012, 16) mukaan yritysvastuulla (corporate responsibility) tarkoitetaan useimmiten erilaisia vapaaehtoisia toimia, joilla yritys toteuttaa yhteiskuntavastuutaan sidosryhmien odotusten perusteella. Juutinen (2016, 19) toteaa, että yritysvastuu on kehittynyt kaiken aikaa ja se aletaan ottaa huomioon vähintäänkin riskienhallinnan kysymyksenä, vähitellen myös laajemmin liiketoimintaan vaikuttavana ja jopa uusia liiketoimintamahdollisuuksia luovana tekijänä. Teivaisen (2013) mielestä yritysvastuukeskustelu on esimerkki siitä, miten talouden poliittinen luonne on tullut näkyväksi viimeisen parinkymmenen vuoden aikana. Hän määrittelee yhdeksi käännekohtaksi Maailman kauppajärjestön WTO:n vuonna 1999 Seattlessa pitämän kokouksen yhteydessä globaaliin julkisuuteen nousseen kanasalaisliikehdinnän Teivainen (2013, 18).

Globaalit megatrendit, kuten ilmastonmuutos ja resurssitehokkuus, vaikuttavat ja määrittelevät yritystoimintaa ja sen suuntaa. Pohjoismainen yritysvastuu eroaa eurooppalaisesta ja eurooppalainen afrikkalaisesta jne. Jo pelkästään Suomen lainsäädäntö määrittelee pitkälti yrityksen toimintaa sosiaalisen vastuun, ympäristövastuun, sekä taloudellisen vastuun osa-alueilla. Yrityksen sidosryhmien arvot, toiveet ja mielipiteet edellyttävät yrityksiltä, että vastuullisuutta tarkastellaan yhä kattavammin ja kokonaisvaltaisemmin. Esimerkiksi ympäristövaikutuksia tarkastellaan koko elinkaarren laajuudelta, tuotekehityksestä kierrätykseen. Osa sidosryhmistä on myös mukana yrityksen liiketoiminnassa ja esimerkiksi toimitusketjun vastuullisuutta tarkastellaan myös alihankkijoiden osalta.

Niskala, Tarna-Mani, Puroila ja Pajunen (2019, 9) toteavatkin, että nykyaikainen vastuullinen yritys ei toimi irrallaan ympäröivästä yhteiskunnasta. Yrityksen on seurattava ympärillään tapahtuvia muutoksia ja trendejä sekä otettava huomioon ja toteutettava sidosryhmiensä odotuksia. Yrityksen on toimittava myös yhä läpinäkyvämmiin.

Yrityksen sidosryhmät

Lovio (2004) jakaa yrityksen sidosryhmät seitsemään erilaiseen ryhmään:

1. yrityksen sisäiset sidosryhmät, joita ovat omistajat, johtajat ja henkilöstö
2. tuoteketjusidosryhmät, joita ovat yrityksen ulkopuoliset taloudelliset sidosryhmät, jotka vaikuttavat yrityksen tuotteen elinkaaren muotoutumiseen, kuten alihankkijat, jakelijat, kuluttajat, kierrättäjät ja jätehuolto-organisaatiot
3. muut tuotannontekijöitä tarjoavat sidosryhmät, joilla on yleensä lyhytaikaisia liikesuhteita yritysten kanssa, kuten rahoittajat konsultit yms.
4. taloudelliseen toimintaympäristöön kuuluvat sidosryhmät, kuten kilpailijat, toimiala-, työmarkkina- ja kuluttajajärjestöt
5. poliittiseen toimintaympäristöön kuuluvat sidosryhmät, kuten viranomaiset ja poliittiset järjestöt
6. yhteiskunnalliseen toimintaympäristöön kuuluvat sidosryhmät, kuten paikalliset asukkaat ja kansalaiset, yhteiskunnalliset järjestöt ja tutkijat
7. joukkotiedotusvälineet.

Lovio korostaa, että yrityksen on tärkeää itse määritellä omat sidosryhmänsä sekä sen, mitä vastuullisuus tarkoittaa ja mitä toimia se edellyttää yrityksen toiminnassa. Määrittelemällä sidosryhmien arvostuksien sekä liiketoiminnan kannalta olennaisimmat vastuullisuuden osa-alueet, voi yritys tunnistaa ja toteuttaa strategiassaan itselleen merkitykselliset seikat ja näkökulmat (2004, 53-68).

Yritysvastuun merkitys liiketoimintaan

Nykyaikaisen menestyvän ja elinvoimaisen yrityksen on tärkeää toimia sosiaalisesti, ekologisesti ja taloudellisesti kestäväällä tavalla. Yrityksen on tärkeitä ottaa toiminnassaan huomioon myös sen sidosryhmien tarpeet ja arvostukset.

Sidosryhmien tarpeiden ja arvostuksien mittaaminen ja selvittäminen on syytä ottaa osaksi liiketoiminnan johtamista. Toimimalla vastuullisesti on yritys kannattava ja kilpailukykyinen. Vastuullinen yritys parantaa jatkuvasti resurssitehokkuuttaan ja minimoi toimintansa kielteiset ympäristövaikutukset. Huomioimalla sidosryhmien tarpeet ja arvostukset yrityksen voimavarana ovat hyvät ja toimivat suhteet sidosryhmiin sekä motivoitunut ja kehittyvä henkilöstö.

Niskala ja muut (2019) toteavatkin, että yritysvastuu on osa yrityksen ja yhteiskunnan välistä vuorovaikutusta. Ympäristö ja yhteiskunta vaikuttavat yritystoimintaan ja sen edellytyksiin, toisaalta yritystoiminta vaikuttaa monin tavoin ympäröivään yhteiskuntaan ja ympäristöön. He toteavat myös, että globaalit megatrendit, erityisesti resurssitehokkuus ja ilmastonmuutos korostavat enenevässä määrin yritysvastuun merkitystä yritystoiminnalle Niskala ja muut (2019, 19).

Yritysvastuun haasteet ja ajurit

Suomalainen yrityskulttuuri on aina rakentunut vastuullisuudelle. Lakeja ja määräyksiä noudatetaan, sopimukset pidetään, myös suulliset, laskut maksetaan eikä ketään huijata tai petetä. Maailma on globalisoitunut ja muuttunut kovemmaksi, ja samalla sidosryhmien luottamus yrityksiin on heikentynyt. (Kuisma 2015, 12).

Sosiaalinen media ja tiedotusvälineet sekä erityisesti niiden nopeus ja globaalius tiedonvälittäjänä, niin hyvässä kuin pahassa, luovat haasteita ja paineita yritystoimintaan. Epäonnistumiset ja onnistumiset yrityksen toiminnassa ja johtamisessa saavuttavat yritysten sidosryhmät nopeasti ja osin kritiikittömästi. Yrityksen sosiaalista ja taloudellista vastuuta rapauttavat esimerkiksi yritysjohton kohtuuttomat palkkiot ja yrityksen epäeettinen tai ympäristöstä piittaamaton käytös.

Sosiaalinen media myös mahdollistaa valeuutisoinnin ja yrityksen mustamaalaamisen, jolloin yrityksen maineen palauttaminen saattaa olla työlästä ja hankalaa. Yritysten ja yritystoiminnan vastuullisuusajureina toimivat kansainväliset ja kansalliset lait ja määräykset, kuten, yritys-, ympäristö- ja työlainsäädäntö.

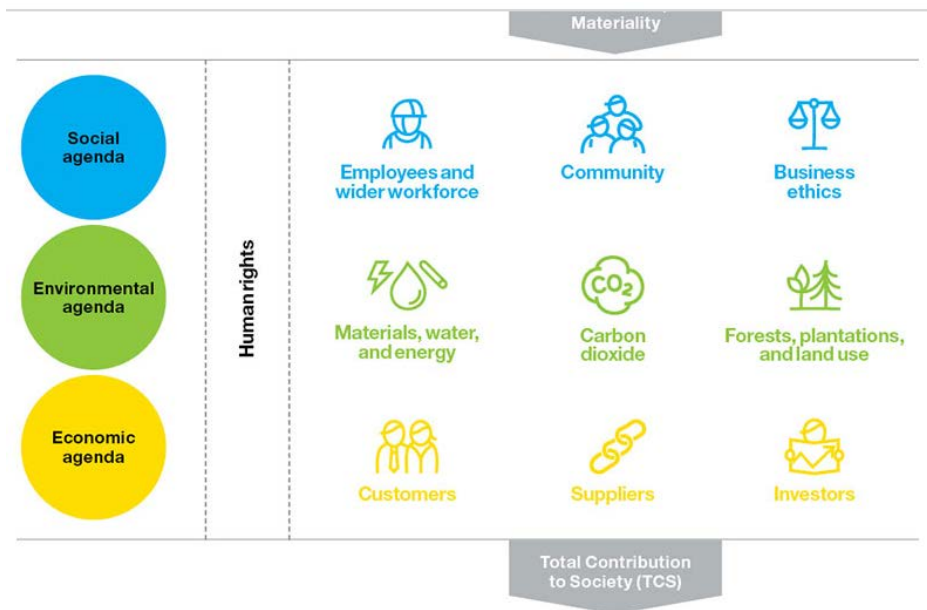
2.2 Yritysvastuun osa-alueet

Juutisen (2016) mielestä Milton Friedmanin kuuluisa fraasi ” The business of business is business” kattaa omistajien ja asiakkaiden odotukset mutta samalla ohjaa ajattelemaan yrityksen toimintaympäristöä liian kapea-alaisesti (Juutinen 2016, 23). Yritys ei elä kuplassa irrallaan ympäristöstään ja yhteiskunnasta. ” The business of business is business” onkin nykyaikana tulkittava uudestaan, jotta kaikki yrityksen kannattavuuteen vaikuttavat tekijät, myös yritysvastuu osa-alueineen, otetaan huomioon yrityksen toiminnassa. Juutinen muistuttaakin, että yrityksen on otettava huomioon ja täytettävä lainsäädännön vaatimukset ja velvoitteet. Ilman näiden täyttämistä yritys ei voi olla vastuullinen. Yritystoiminnassa on myös ns. harmaita alueita, joita ei ole vielä lailla säädelty. Juutinen toteaa myös yrityksen voivan pienentää harmaata aluetta yrityksen toimintapolitiikalla sisällyttäen siihen tason, jota yhteiskunta ja sidosryhmät pitävät oikeana ja tavoiteltavana. (Juutinen 2010, 23).

Yritysvastuu jaetaan yleisesti kolmeen osa-alueeseen, jotka ovat

- sosiaalinen vastuu
- ympäristövastuu
- taloudellinen vastuu.

Kuviossa 1 on esimerkki yritysvastuuohjelman osa-alueista Stora Enson yritysvastuuohjelma (Sustainability strategy and governance n.d.).



Kuvio 1. Esimerkki Stora Enson Yritysvastuuohjelman osa-alueista

2.2.1 Sosiaalinen vastuu

Niskalan ja muiden (2019, 21) mukaan yrityksen sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat henkilöstön hyvinvoinnista ja osaamisen kehittämisestä huolehtiminen, vastuulliset toimintatavat irtisanomistilanteessa, ihmisoikeuksien kunnioittaminen, tuotevastuu- ja kuluttajansuojakysymykset sekä hyvät toimintatavat yritysverkostossa sekä lähiyhteistyö- ja yhteiskuntasuhteissa. Harmaalan (2012, 10) mielestä sosiaalinen vastuu kohdistuu ensisijaisesti yrityksen henkilöstöön.

Kehittyneissä maissa kansalliset ja kansainväliset lait ja määräykset ohjaavat yritysten toimintaa. Sosiaalinen vastuu tulee yrityksissä otettua laajalti huomioon noudattamalla globaalia ja lokaalia lainsäädäntöä. Kehittyneiden maiden lainsäädäntö, ohjeet ja määräykset täyttävät jo itsessään suuren osan sosiaalisen vastuun osa-alueista. Viimeaikaiset uutisoinnit hoivapalvelujen ulkoistamisesta ja niitä tuottavien yritysten laiminlyönneistä ovat omalta osaltaan nostaneet esille yritysten vastuun sosiaalisesta toiminnastaan.

Juutinen (2010, 22-25) huomauttaakin että hyvinvointi-, terveys ja koulutuspalveluja tuottavat yritykset eivät itsessään ole välttämättä muita vastuullisempia. Hän painottaa myös, että yritysvastuu tarkoittaa nimenomaan liiketoiminnan vastuullisuutta.

2.2.2 Ympäristövastuu

Harmaalan (2012, 22) mielestä ympäristövastuullisuus tarkoittaa yrityksen pyrkimystä toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Niskala ja muut (2019, 21) luettelevat ympäristövastuun keskeiset osa-alueet, jotka ovat tehokas ja säästäväinen luonnonvarojen käyttö, vesien, ilman ja maaperän suojeleminen, luonnon monimuotoisuuden turvaaminen, ilmastomuutoksen torjunta sekä vastuu tuotteen elinkaaren aikaisista ympäristövaikutuksista kattaen tuotteen koko elinkaaren.

YK:n ilmastopuitesopimus antaa suuntaviivat ympäristön huomioimiseksi yritystasolla. Puitesopimusta täydentää Kioton pöytäkirja, joka asettaa oikeudellisesti sitovat velvoitteet kehittyneiden maiden kasvihuonepäästöille. Pöytäkirja astui voimaan 2005 ja sen ensimmäinen velvoitekausi kattoi vuodet 2008-2012. EU:n päästövähennysvelvoitteet määrättiin toteutettavaksi 2020 mennessä EU:n ilmasto- ja energialainsäädännöllä. EU:n lainsäädäntö vuosille 2021-2030 on juuri uudistettu. (Kioton pöytäkirja 2019).

Ympäristövastuu on ollut koko 2000-luvun laajan kiinnostuksen kohteena koko maailmassa. Poikkeukselliset sääolot ja luonnon katastrofit, kuten tulvat ja metsäpalot ovat olleet päivittäin median otsikoissa. 3-4.2.2020 pidettiin hallituksen Oikeudenneuvoston mukainen siirtymä hiilineutraaliin yhteiskuntaan -ilmastoseminaari. Seminaarin aiheina olivat ilmastopolitikan vaikutus Suomeen ja miten ilmastotoimien ja sitoumusten välinen erotus saadaan kurottua kiinni. Päämäärä vuoden 2035 hiilineutraalista Suomesta edistää yritysten energiatehokkaiden ja ympäristöystävällisten palveluiden suunnittelua ja toteuttamista, sekä velvoittaa yrityksiä kiinnittämään huomiota ja parantamaan prosessejaan ympäristöystävällisiksi. Täytyy muistaa, että vastuu pelkäänsä ilman puhtaudesta ja ilmaston lämpenemisestä ei riitä.

Ympäristövastuun osa-alueita ovat myös, haitallisten aineiden, kemikaalien, geenitekniikan, kestävän kehityksen ja kulutuksen, kierotalouden ym. ympäristöön vaikuttavat toiminnot ja teot.

2.2.3 Taloudellinen vastuu

Yrityksen omistajat tulevat taloudellisen vastuunkannon näkökulmasta ensimmäisinä, mutta yritys vaikuttaa taloudellisesti myös muihin sidosryhmiin maksamalla veroja yhteiskunnalle, palkkaamalla työntekijöitä ja sekä maksamalla palkkaa työntekijöilleen. Knuutisen (2014, 99) mielestä yrityksen taloudellista vastuuta voidaan tarkastella kapeasti ja lavasti. Kapein näkemys on, että yritys on vastuussa vain omistajilleen. Tällöin vastuu keskittyy pääsääntöisesti voiton tuottamiseen lainsäädännön asettamissa rajoissa. Oikeastaan tämä näkökulma ei sisällä mitään yhteiskuntavastuun osa-aluetta, koska vastuu tulee laista. Knuutinen (2014, 100-101) toteaa, että yrityksen taloudellinen menestyminen edellyttää toiminnan tehokkuutta, kilpailukykyä sekä kannattavuutta, ja että toiminnan tehokkuus sekä kilpailukyky voivat usein olla ristiriidassa yritysvastuun muiden osa-alueiden kanssa.

Yksinkertaistettuna voidaan sanoa, että yrityksen sosiaalinen vastuu ja ympäristövastuu kuvaavat ja kertovat siitä, miten yritys toimii. Taloudellinen vastuu kuvaa sitä, miten yrityksen tuottama lisäarvo jakaantuu.

2.2.4 Yritysvastuuviestintä

Kirjanpitolaki edellyttää kaikkien yritysten raportoivan taloudestaan tekemällä tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen. Kirjanpitolain muutos, joka hyväksyttiin 29.12.2016, edellyttää tietynlaisia yhtiöitä raportoimaan yhteiskuntavastuustaan. Raportointivelvoite koskee 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. (L 1376/2016).

Lainsäädäntö pohjautuu EU:n direktiiviin, ja se velvoittaa edellä mainitut yhtiöt raportoimaan omista toimintalinjoistaan, jotka koskevat ympäristöä, työntekijöitä ja sosiaalisia asioita, ihmisoikeuksia sekä korruption ja lahjonnan torjuntaa. Yhtiöiden tulee myös antaa lyhyt kuvaus omasta liiketoimintamallistaan sekä kertoa toimintalinjoihinsa liittyvistä riskeistä ja niiden hallinnasta. (Vastuullisuusraportointi n.d.)

Yritysvastuuviestintä on markkinointiviestintää, mutta myös pakollista sekä vapaaehtoista raportointia. Harmaalan (2012, 163) mukaan viestinnän prosessissa on viisi eri vaihetta:

- viestinnän tavoitteiden määrittely
- viestinnän kohderyhmän/-ien määrittely
- viestin ja menetelmien suunnittelu
- viestinnän toteuttaminen ja julkaiseminen
- palautteen kerääminen ja analysointi.

Yritysten vastuuviestintä on keino tuoda informaatiota päätöksenteon tueksi laajasti sekä sisäisesti, että ulkoisesti. Vastuuviestinnän avulla voidaan tuoda esille sidosryhmille tärkeitä oleellisia asioita. Vastuuviestinnän vastuuraportointia on myös kritisoitu ja se on koettu usein yritysten mainoskampanjoinniksi. Koska raporttien luonti on raskas ja henkilöstöä sitova prosessi, kannattaa tarkoin tutkia ja miettiä, minkälaisia ja kuinka laajoja raportteja kannattaa tuottaa sekä lukevatko ihmiset niitä. Vastuuraportoinnista ei ole olemassa standardeja ja siksi niitä on vaikea vertailla eri yritysten välillä. (Harmaala 2012, 221-223). Vastuuviestinnässä on myös sudenkuoppansa, jonka seuraukset Fazer sai kokea vuonna 2012. Fazer osoitti vastuullisuuttaan julkaisemalla Helsingin Sanomien etusivulla näyttävän mainoksen, jossa se kertoi käyttävänsä jokaisesta elokuun aikana myytävästä Fazerin Sininen suklaalevyistä viisi senttiä koulun rakentamiseen Norsunluurannikolle. Julkisuudessa esiteltiin laskelmia, joiden mukaan koulun rakentamisen olisi pystynyt pääosin kustantamaan mainoksen hinnalla.

Julkisuudessa käydyn keskustelun ja sen aiheuttaman kritiikin vuoksi Fazer julkisti tiedotteen, jossa se myönsi kampanjansa epäonnistuneen. (Teivainen 2013, 20-21).

Sosiaalisen median alustat tarjoavat nykyään laajan, edullisen ja joustavan tavan toteuttaa yritysvastuuviestintää. Yritys voi esimerkiksi luoda itselleen oman persoonan, jota yrityksen on helppo päivittää ja sidosryhmien seurata. Verkko mahdollistaa viestinnän myös sidosryhmille, jotka eivät ehkä koskaan päätyisi lukemaan yrityksen vastuuviestintää. Sosiaalisen median keskusteluissa mukana oleminen voi antaa yrityksen johdolle tärkeää tietoa sidosryhmien odotuksista yritystä kohtaan.

2.2.5 Standardit ja toimintamallit

Lainsäädännöllä on merkittävä rooli ympäristönsuojelun tavoitteiden saavuttamisessa. Lainsäädännön on oltava kattavaa ja sitä on jatkuvasti kehitettävä vastaamaan yhteiskunnan ja yritysten tarpeita. Suomen ympäristölainsäädäntö ja sen kehittäminen ovat vahvasti kytköksissä EU-lainsäädäntöön.

Vuonna 2000 voimaan astunut ympäristönsuojelulaki, joka uudistettiin kokonaisuudessaan 2014, on ympäristönsuojelun keskeisin ohjauskeino. Ympäristön fyysistä muuttamista tai rakenteellista pilaamista säädellään erikseen maankäytön ja luonnonuojelun laeilla. Vesistöjen käyttöä ohjataan vesilaissa, jätelaki säätelee jätteiden hyötykäyttöä ja jätehuoltoa. Merien suojelusta sekä geenitekniikan ja kemikaalien käytöstä on myös olemassa omat lakinsa. (Kioton pöytäkirja 2019).

Yrityksille on tarjolla useita vapaaehtoisuuteen perustuvia ohjeita ja standardeja. Myös EU on julkaissut yritysvastuuseen liittyviä kannanottoja ja suosituksia. Kaikki edellä mainitut perustuvat monilta osin YK:n kansainvälisiin sopimuksiin ja julistuksiin. Kansainvälinen työjärjestö ILO on tehnyt sopimukset työelämän keskeisistä oikeuksista. YK:ssa on solmittu myös monia ympäristönsuojelua ja luonnonvaroja koskevia sopimuksia.

Taloudellisen kehityksen ja yhteistyön järjestö OECD on myös keskeinen kansainvälinen toimija, jonka pääasiallisia tavoitteita ovat jäsenmaiden taloudellisen kasvun, elintason nousun sekä maailmankaupan edistäminen. (Niskala ym., 35-43)

Standardit ja toimintajärjestelmät tarjoavat myös hyviä toiminta- ja toteuttamismalleja yritysten vastuullisen toimintaan. Keskeisiä standardeja ovat

ISO 26000 (yhteiskuntavastuuopas)

GRI-standardisarja (yritysvastuuraportointi)

ISO 14000 -standardisarja (ympäristöjohtaminen)

OHSAS 18001-standardi (työterveys- ja turvallisuus)

ISO 45001-standardi (työterveyden ja turvallisuuden johtaminen)

AA1000S-standardisarja (sosiaalinen laskentatoimi ja sidosryhmäteoria)

SA8000-standardi (työelämän oikeudet)

EU:n EMAS (ympäristöasioiden hallintajärjestelmä).

ISO 26000 Yhteiskuntavastuuopas on kansainvälinen standardi, joka antaa opastusta yhteiskuntavastuun peruseriaatteista, yhteiskuntavastuun tunnistamisesta ja sidosryhmien osallistamisesta, ydinaiheista ja kysymyksistä sekä tavoista, joilla vastuullinen toiminta voidaan sisällyttää organisaatioon. Standardissa korostetaan yhteiskuntavastuullisen toiminnan tulosten ja tason parantamisen tärkeyttä.

GRI-standardisarja on laajimmin käytetty malli yritysvastuutietojen raportointiin.

Standardin mukainen raportointi perustuu olennaisuusprosessiin, jossa tunnistetaan ja priorisoidaan raportoitavan organisaation omaan toimintaan ja arvoketjuun liittyvien sidosryhmien odotukset vastuullisuustiedolle.

ISO 14000 –standardisarja on maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmä. Se on systemaattinen tapa parantaa ympäristöasioiden hallintaa ja ympäristönsuojelutoimien tuloksellisuutta. ISO 14001 auttaa organisaatioita sekä parantamaan ympäristönsuojelunsa tasoa, että osoittamaan ympäristöasioidensa hyvää hoitoa.

OHSAS 18001 on työterveys- ja turvallisuusjohtamisen standardi, joka tarjoaa puitteet työterveyteen ja turvallisuuteen liittyvien riskien tunnistamiseen ja hallintaan.

ISO 45001-standardi tarjoaa organisaatioille kansainvälisesti hyväksytyyn viitekehyksen työntekijöiden terveyden ja turvallisuuden parantamiseen, työpaikan riskien vähentämiseen sekä terveellisempien ja turvallisempien työolosuhteiden luomiseen.

AA1000S on prosessilähtöinen standardisarja, joka keskittyy sidosryhmävaikutukseen jatkuvan parantamisen periaatteella.

SA8000 on sosiaalisen varmentamisen standardi tehtaille ja organisaatioille. Standardi auttaa organisaatioita osoittamaan työntekijöiden tasapuolisen kohtelun eri toimialoilla. Standardi mittaa sosiaalista suorituskkyä kahdeksalla tärkeimmällä vastuullisuusvelvollisuuden osa-alueella ja antaa ohjeita jatkuvan parantamisen johtamisjärjestelmään.

EMAS on kaikille yrityksille ja organisaatioille tarkoitettu vapaaehtoinen ympäristöjärjestelmä. Ympäristöjärjestelmä on organisaation ympäristöjohtamisen väline, jonka avulla organisaatio tunnistaa toimintansa, tuotteidensa ja palvelujensa välilliset ja välittömät ympäristövaikutukset ja toimii suunnitelmallisesti erilaisten päästöjen ja jätteiden sekä energian ja luonnonvarojen kulutuksen vähentämiseksi.

3 Yritysvastuun ajurit Kojassa

Sekä Koja Oy:n missio että visio korostavat yritysvastuuta ja yhteistyötä sidosryhmien kanssa.

Missiomme on puhtaampi ja terveellisempi elinympäristö. Tähtäämme menestymiseen asiakkaiden kanssa, yhdessä kehittämällä ja laadukkaasti palvelemalla. Luomme älykkäitä, innovatiivisia konsepteja tehokkaasti, turvallisesti ja kestävän kehityksen mukaisesti. Oma tuotekehitys, moderni tuotanto ja kattavat palvelut luovat menestystä myös asiakkaillemme laivojen, tuotantolaitosten ja kiinteistöjen koko elinkaaren ajan.

Visiomme on olla alan halutuin yhteistyökumppani ja ympäristöjohtaja, perheyrietyksenä säilyen. Olemme tehneet mittavia investointeja tuotantoon ja työpaikoihin Suomessa. Haluamme muuttaa visiot teoiksi – yhdessä teidän kanssanne, pienellä hiilijalanjäljellä. (Vastuullista kasvua asiakkaiden kanssa n.d.).

Kojalla on sisäinen toimintakäsikirja (Kojan sisäinen toimintakäsikirja n.d.), jonka eri osa-alueilla kuvataan ja ohjeistetaan yrityksen toimintaa myös yritysvastuun osalta.

Toimintakäsikirjassa on kuvaukset seuraavista sisällöistä:

1. toimintaympäristö
2. johtamismenettelyt
3. suunnittelu
4. tukitoiminnot
5. toiminta
6. suorituskyvyn arviointi
7. parantaminen.

Koja on laatinut itselleen toimintapoliittisen ohjeen vuonna 2015 ja se on tarkastettu vuonna 2015. Toimintapoliittisessa ohjeessa on otettu laajasti kantaa yritysvastuun eri osa-alueisiin, ja se on keskeinen yritysvastuun ajuri Kojassa. Siihen on kirjattu tavoitteeksi toimia kestävästi, tuottavasti, eettisesti ja vastuullisesti.

Kojan yritys vastuun haasteet ja ajurit vaihtelevat toimialoittain. Koja on metalliteollisuusyritys, joka tuottaa tuotteita, järjestelmiä ja palveluja teollisuuteen, laivoihin ja kiinteistöihin. Tämän tyyppisessä teollisessa toiminnassa korostuvat erityisesti tuotannon ja tuotteiden materiaalitehokkuus, energiankulutus, hiilijalanjälki, kierrätys, henkilöstön hyvinvointi ja koulutus, lainsäädäntö sekä yhteistyökumppaneiden sitoutuminen yhteisiin arvoihin.

Toimintapoliittisen ohjeensa mukaan Koja haluaa yrityksenä olla edistyksellinen ja tulla tunnetuksi kyvystään ja halustaan toimia korkeatasoisten terveysturvallisuus- ja ympäristölaatustandardien mukaisesti. Koja panostaa kestäväan kehitykseen ja energiatehokkuuteen kaikessa toiminnassaan. Kojan toimintajärjestelmä on sertifioitu ja se täyttää kansainvälisten standardien ISO 9001:2015, ISO 14001:2015 ja OHSAS 18001:2007 mukaiset vaatimukset. Koja edellyttää tuotteiltaan ja palveluiltaan parasta mahdollista laatua. Se on sitoutunut vahvasti tuotteiden ja palveluiden laadun ja luotettavuuden jatkuvaan parantamiseen. Koja myös edellyttää työntekijöidensä antavan parastaan sekä töissä että työyhteisön vuorovaikutuksessa. Kojan toimintapoliittinen ohje, arvot ja johtamisperiaatteet muodostavat liiketoiminnan ja työtehtävien yhteisen perustan. Toimintaohjeeseen on myös kirjattuna Kojan toimintapolitiikka ympäristöasioihin, lainsäädännön noudattamiseen, ihmisoikeuksien kunnioittamiseen ja edistämiseen, korruption ja lahjonnan torjuntaan, henkilöstöhallintoon, terveeseen kilpailu- ja kartellilainsäädäntöön, aineettomaan omaisuuteen ja yrityksen omaisuuteen, toimittajien ja alihankkijoiden eettisyyteen sekä päihdepolitiikkaan (Kojan toimintapoliittinen ohje 2019).

4 Tutkimusasetelma

(Järvinen 2004,3) toteaa että tavallisesti tutkimustyö tuottaa uutta tietoa, jolla on käyttöä sekä tieteen edistämässä, että käytännössä.

Yritysvastuun eri osa-alueita on tähän asti Kojassa käsitelty sisäisesti omista lähtökohdista sekä tyytyväisyyskyselyillä. Yrityksen aikaisemmat yritysvastuuseen liittyvät toimialakohtaiset kyselyt ovat olleet tuotteisiin tai palveluihin liittyviä asiakastyytyväisyyskyselyitä. Yrityksen sisäistä toimintaa ja tyytyväisyyttä on mitattu henkilöstökyselyillä. Tutkimusaiheen valinnan kriteereinä olivat aiheen ajankohtaisuus ja sen mahdollinen lisäarvo yritykselle, sekä henkilökohtainen kiinnostus aiheeseen. Opinäytetyön päätavoitteena oli selvittää sidosryhmille lähetetyllä kyselyllä, mielikuva yrityksen onnistumisesta ja sen tärkeydestä vastaajalle yritysvastuun eri osa-alueilla.

4.1 Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet

Tutkimusongelmana oli selvittää Kojan toimialojen sidosryhmien mielikuva Kojan onnistumisesta toimintapoliittiseen ohjeeseen kirjatuilla yritysvastuun osa-alueilla sekä niiden tärkeys vastaajalle. Ongelma on tutkimuksellisesti tärkeä, koska vastaavaa tutkimusta ei ole aikaisemmin Kojassa tehty. Ongelma on ajankohtainen, koska Kojan visiona on olla alan halutuin yhteistyökumppani ja ympäristöjohtaja. Sidoryhmien tarpeiden ja mielipiteiden huomioiminen on Kojan avainprosessien lähtökohta.

4.2 Tutkimusmenetelmät ja -aineisto

Alasuutarin (1999, 74) mielestä teoreettinen viitekehys määrää sen, millaista menetelmää tai millaisia menetelmiä käytetään aineiston keräämiseen. Kanasen (2008, 10-11) mukaan tutkimusmenetelmät voidaan jakaa karkeasti kahteen ryhmään, kvantitatiiviseen (määrälliseen) ja kvalitatiiviseen (laadulliseen). Menetelmät soveltuvat erilaisiin lähtökohtatilanteisiin, mutta molempia voidaan käyttää myös rinnakkain. Joskus on tilanteita, joissa tarvitaan erilaisia menetelmiä tulosten vahvistamiseen. Käyttämällä useampia näkökulmia saadaan luotettavampaa tietoa.

Soininen (1995, 110) toteaa, että kvalitatiiviselle aineistolle on ominaista sen ilmaisullinen rikkaus, monitasoisuus ja kompleksisuus. Usein aineiston tuottamustilanteet ovat tutkimusta varten järjestettyjä, jolloin ei kerätä aineistoa tietyissä tilanteissa, vaan aineisto koostuu dokumentoiduista tilanteista. Järvisen (2004, 146) mukaan haastattelu on kvalitatiivisen tutkimuksen tietojenhankintamenetelmä, jossa tutkija keskustelee tutkittavan kanssa. Tutkittava on tietolähde ja haastattelu on vuorovaikutustilanne jossa tutkija edistää toiminnallaan keskustelua joka tavoitteena on saada oikeaa tietoa. Menetelmä on herkkä kahdessa mielessä. Haastateltava voi kokea tilanteen urkkimiseksi tai valvontamenettelyksi. Haastattelutilanteessa haastateltava voi jättää jotain kertomatta tai puhua muunneltua totuutta. Hän voi myös kertoa haluttuja asioita miellyttääkseen tutkijaa. Myös tutkija voi toimia niin, että kuulee vain haluamansa asiat, jotka sopivat hänen tutkimusasetelmaansa.

Soininen (1995, 34) on kuvannut kvantitatiivisen tutkimusotteen nojautuvan positivismiin ja pyrkivän kvantifioimaan eli määrällistämään tutkittavat ilmiöt. Tutkimusotteessa edellytetään menetelmiä, joiden kautta saatu tieto on kvantifioitavissa. Vehkalahden (2019, 11) mielestä kyselytutkimus on tärkeä tapa kerätä ja tarkastella tietoa mm. mielipiteistä, asenteista ja arvoista. Kyselylomake on mittausväline, jolla tutkija esittää kysymyksiä vastaajalle. Vehkalahti toteaa myös, että ratkaisevaa on kysyä sisällöllisesti oikeita kysymyksiä tilastollisesti mielekkäällä tavalla ja että hyvässä kyselylomakkeessa toteutuvat sekä sisällölliset että tilastolliset näkökohdat.

Määrällisessä tutkimuksessa tiedot kerätään kysymyksillä, jotka voivat olla avoimia tai valmiilla vaihtoehdoilla varustettuja. Kysymysten toimivuus riippuu kolmesta asiasta: vastaajan tulee ymmärtää kysymykset oikein, vastaajalla tulee olla kysymysten edellyttämä tieto ja vastaajalla tulee olla halu antaa kysymyksiin liittyvä tietonsa tutkimuksen käyttöön. Kaikkien näiden kolmen edellytyksen tulee täytyä jokaisessa kysymyksessä, jotta kyselytutkimus onnistuisi. (Kananen 2008, 25).

Järvisen (2004, 147) mielestä kysely sopiikin tilanteisiin joissa tiedusteltavia asioita on suhteellisen vähän ja vastaajia suhteellisen paljon. Se on haastattelua parempi siksi, että vastaajat voivat valita itse vastaamisajankohdan.

Soininen (1995, 120-121) toteaa että kvantitatiivisen tutkimusotteen ollessa vallalla on tutkimuksen luotettavuuden tarkastelu keskittynyt yleensä käsitteisiin sisäinen ja ulkoinen luotettavuus, satunnaisvirheettömyys sekä kaikkien osapuolien huomiointi. Sisäinen luotettavuus tarkoittaa sitä, että ymmärretään tulosten pätevyyttä suhteessa tutkimuskohteeseen. Ulkoinen luotettavuus tarkoittaa sitä missä määrin saadut tulokset ovat yleistettävissä tai siirrettävissä toiseen tilanteeseen tai toisia ryhmiä koskeviksi.

Tutkimuksen tulosten luotettavuuden kannalta on tärkeää arvioida, ymmärrettiinkö kysymykset oikein, oliko vastausprosentti riittävä ja vastattiinko tarpeeksi laajasti. Valli (2001, 28) toteaaakin, että usein tutkija joutuu itse rakentamaan tai muokkaamaan olemassa olevaa mittaria, jolla tutkimusongelmaa voidaan mitata sekä paneutua sen ratkaisemiseen. Tutkimus perustuu aina teoriaan, josta käytettävät mittarit on johdettava. Tutkijan on mietittävä, miten asiat ovat mitattavissa. Mittarin rakentamisessa keskeisin huomioitava seikka on tutkimuskohde sekä kuka tai ketkä lomakkeeseen vastaavat, millainen tausta heillä on (esim. koulutus tai vaikkapa harrastukset), vastaajien aikataulu jne. Hän painottaakin, että kysymysten muotoilussa tulee olla erittäin huolellinen.

Kyselytutkimuksessa haluttava tieto ja kiinnostuksen kohteet ovat yleensä abstrakteja, kuten asenteita tai arvoja. Koska mittaus edellyttää konkreettisia kysymyksiä ja väitteitä, oli kysymysten laatiminen ymmärrettävään ja yksiselitteiseen muotoon haastavaa ja aikaa vievää. Huonosti laaditut kysymykset voivat vesittää koko kyselyn.

4.3 Tutkimuksen toteutus

Koska Kojassa on tehty toimintapoliittinen ohje ja siinä on määritelty Kojan keskeiset yritys vastuun osa-alueet, pitäydyin työssäni näissä alueissa. Tutkimusmenetelmäksi valitsin kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen, koska halusin laajan otannan kahteen keskeiseen Kojan yritys vastuuta koskevaan mielipiteeseen: Kojan onnistuminen yrityksenä sekä onnistumisen merkitys vastaajalle yritys vastuun eri osa-alueilla. Tutkimuksen toteutustavaksi valitsin kyselytutkimuksen, jossa kysymykset esitettiin sanallisesti ja vastaukset annettiin numeraalisesti. Kyselyn lopussa sai esittää sanallisesti toiveita ja ehdotuksia yritys vastuun huomiointiin Kojassa.

Ennen liitteenä 1 olevan kyselylomakkeen laatimista pidettiin Kojassa kokous, jossa oli mukana itseni lisäksi Koja Yhtiöt Oy:n toimitusjohtaja Leena Aalto, laatu- ja kehitysjohtaja Johanna Kärki sekä HR-koordinaattori Minna Virtavuo. Kyselyyn valittiin Kojan toimintajärjestelmän sidosryhmistä ne ryhmät, joille kysely lähetettiin. Kyselyn kysymykset käytiin myös läpi. Kyselyyn oli käytössä Kojan laaja sidosryhmärekisteri sekä Webropol 3.0 kysely- ja raportointisovellus, jolla yritys vastuukysely lähetettiin sidosryhmien edustajille, sekä avattiin vastauslinkki yrityksen kotisivuille. Vastausaika oli kaksi viikkoa.

Vastaamisaika kyselyyn oli kaksi viikkoa ja ensimmäisen viikon jälkeen lähetettiin muistutus. Muistutus olikin hyväksi vastausmäärälle, sillä ensimmäisen viikon jälkeen vastauksia oli tullut 183 vastaajalta.

Koja Oy:n eri toimialojen sidosryhmät ovat laaja joukko ryhmiä tai henkilöitä, jotka vaikuttavat Kojan toimintaan tai joihin Koja vaikuttaa. Kyselytutkimuksen sidosryhmät, joille kysely lähetettiin, muodostui asiakkaista, jälleenmyyjistä, tavarantoimittajista, suunnittelijoista, viranomaisista, opiskelijoista sekä Kojan henkilöstöstä, -johtoryhmästä ja -omistajista. Asiakkaat ostavat Kojan tuotteita, järjestelmiä tai palveluita, jälleenmyyjät kuten esimerkiksi tukkuliikkeiden myyjät myyvät Kojan tuotteita. Tavarantoimittajat toimittavat komponentteja raaka-aineita ja palveluja. LVI-suunnittelijat ovat tärkeä sidosryhmä Kojalle ja he olivatkin

suurin ryhmä, jolle kysely lähetettiin. Suunnittelijat edustivat myös suurinta ryhmää vastaajista. Oppilaitosyhteistyö on viime vuosina lisääntynyt Kojassa ja opiskelijat olivat myös sidosryhmänä mukana, tosin vastaajien määrä oli erittäin pieni. Kojan henkilöstö, - johtoryhmä ja -omistajat olivat sidosryhminä mukana kyselyssä. Koska sidosryhmärekisteri on hyvin laaja, vastaajien valittavana oli myös ryhmä joku muu/mikä, johon sai määritellä itse oman sidosryhmänsä.

5 Tutkimuksen tulokset

5.1 Tulokset

Yritysvastuukysely lähetettiin 1897:lle sidosryhmien edustajille, sekä avattiin vastauslinkki yrityksen kotisivuille. Vastausaika oli kaksi viikkoa. Vastauksia saatiin 457, mikä kattaa 24 % koko ryhmästä. Kyselyyn vastasi 457 sidosryhmien edustajaa joista 448 talletti vastauksensa. Koska kyselyssä käytetty rekisteri oli sellainen, jossa pidetään yllä kaikkien sidosryhmien sähköpostiosoitteita, kyselyyn vastanneista 51 vastaajaa määritteli sidosryhmäkseen jokin muu -ryhmän. Osa näistä vastaajista sijoittuu todellisuudessa johonkin määritellyistä ryhmistä, osa ei.

Jos markkinointia ja tiedotusta kohdennetaan tulevaisuudessa eri sidosryhmille, tulee jokin muu -ryhmän vastaajat ottaa huomioon sijoittamalla heidät muihin ryhmiin. Kyselyä voidaan pitää onnistuneena vastaajien määrällä mitattuna sekä vastaajien positiivisen palautteen perusteella.

Kyselyssä ilmeni myös haaste, jota ei osattu ottaa ennakolta huomioon. Kun kysely lähetettiin sunnuntai iltana, tulivat seuraavana aamuna jo ennen kello kahdeksaa ensimmäiset tiedustelut siitä, onko linkki johonkin haitalliselle sivulle. Kaikille lähetettiin pikaisesti vahvistusviesti linkin turvallisuudesta.

Kysely tehtiin Webropol 3.0 kysely- ja raportointisovelluksella. Vastauksia saatiin 457. Vastaajia oli 457, kysymyksiä 27 joissa oli 1-12 vastausvaihtoehtoa. Raportointisovelluksessa on suodatus ja ristiintaulukointimahdollisuus, joten vastauksia voidaan tulevaisuudessa käsitellä Kojan tarpeiden mukaisesti. Seuraavassa olen nostanut esiin muutamia lukuja ja havaintoja kyselyn tuloksista. Kyselyn kolme suurinta vastaajaryhmää olivat suunnittelijat, 37 %/ 165 vastausta, asiakkaat, 24 %/ 107 vastausta sekä Kojan henkilöstö, 15 %/ 68 vastaajaa.

Kolmesta tärkeimmästä Kojan yritys vastuutoimesta 71 % vastaajista piti tärkeimpänä sitä, että Koja huolehtii henkilöstön terveydestä ja hyvinvoinnista. Tämä on mielenkiintoinen tulos siinä mielessä, että Suomessa on kattava ja toimiva, sekä lähes ilmainen terveydenhuolto. Ehkä tästä voi kuitenkin tehdä päätelmän, että vastaajat ymmärsivät kysymyksen laajemmin, esimerkiksi työkykyä ylläpitävänä toimintana, kuten liikunta-, ja kulttuuritoimintana. Toiseksi tärkeimpänä 53 % vastaajista piti panostusta henkilöstön jatkuvaan koulutukseen. Kolmanneksi tärkein toimi, jota 40 % vastaajista piti tärkeimpänä, oli toiminta avoimessa vuorovaikutuksessa sidosryhmien kanssa.

Kojalla on 12 kohtainen toimintapoliittinen ohje. Toimintapoliittisen ohjeen tärkeimpänä kohtana pidettiin sitä, että Koja kehittää energiatehokkaita tuotteita ja palveluita. Tätä mieltä oli 60 % kaikista vastaajista ja suunnittelijoista jopa 68 %. Jälleensuunnittelijista 46 % piti asiaa tärkeänä.

Vastausvaihtoehto on ehkä tämän vastausryhmän näkyvin yrityksen ulkopuolisille vastaajille ja mielikuva on tärkeä yrityksen liiketoiminnan ja sen jatkuvuuden kannalta.

71 % vastaajista piti yritys vastuutoimintaa erittäin tärkeänä ja 28 % jokseenkin tärkeänä. 1 %:n mielestä yritys vastuutoiminta ei ole lainkaan tärkeätä. Vastuullisuutta yhteistyössä piti erittäin merkittävänä 41 %, jokseenkin merkittävänä 55 % ja ei lainkaan merkittävänä 4 %.

Kojan sosiaalisen vastuun raportoinnin onnistumisen keskiarvo oli 3,3, ympäristövastuun raportoinnin keskiarvo oli 3,4 ja taloudellisen vastuun raportoinnin keskiarvo 3,6. Tulokset ovat mielenkiintoisia koska Koja ei raportoi toistaiseksi ulkoisesti muusta kuin taloudestaan. Toisaalta kysymyksissä kysyttiin mielikuvaa.

Kyselyn viimeinen kysymys oli vapaa sana. Vapaassa sanassa sai kirjoittaa toiveita ja kehitysehdotuksia yritysvastuun huomiontiin Kojassa. Vastaajia oli 76 ja olen poiminut alle keskeisimmät esiin nousseet mielipiteet.

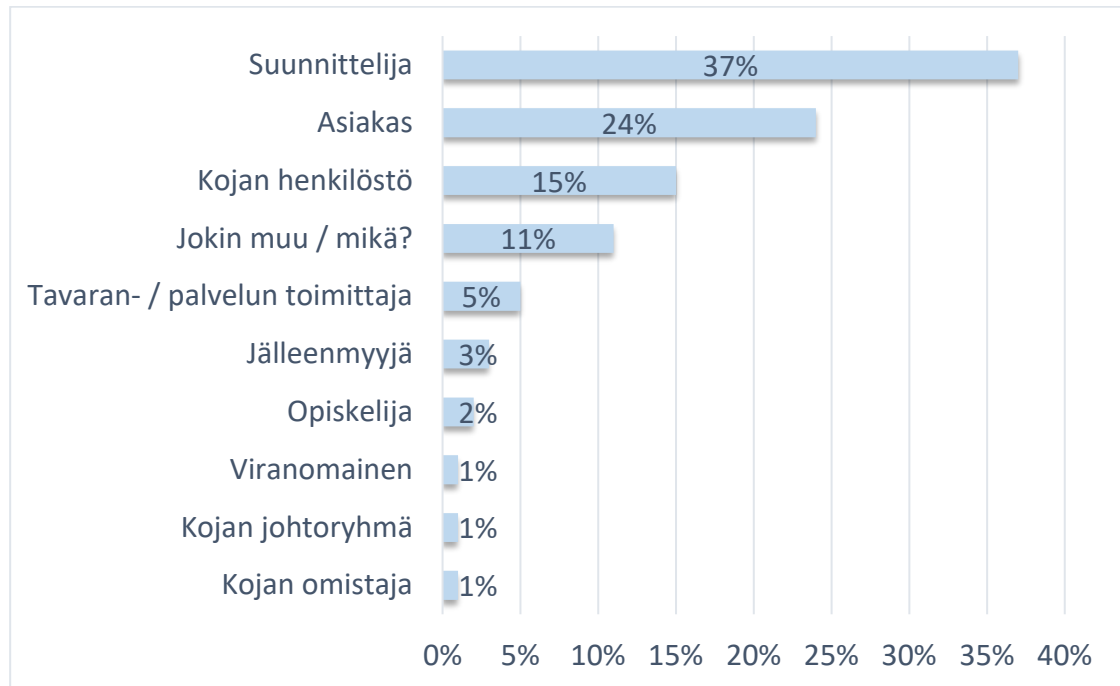
Vastauksissa kiitettiin ja korostettiin muiden muassa pitkäjänteistä toimintaa, oppilaitosyhteistyötä, henkilöstön arvostamista ja tukemista, yritysvastuun huomioon ottamista, tuotteiden laatua, sitä että tuotteilla voidaan tehdä ilmaston kannalta hyviä ratkaisuja, sujuvaa yhteistyötä suunnittelijoiden kanssa, luotettavaa yhteistyökumppanuutta, sekä mitoitusohjelman merkitystä laskettaessa IV-kone uusinoilla saatavaa energiansäästöä.

Ongelmaksi mainittiin laitteiden hankalaa liitettävyyttä taloautomaatioon, toimintaa ohjaavien mittarien puute, johtaminen, suunnittelu, tuotannon ohjaus, palkka suhteessa työntekijä panokseen, puutteellinen työhön perehdytys, puutteelliset asennusohjeet, koneiden öljyvuodot, suppea tuotevalikoima, työntekijöiden pyyntöjä kouluttautua, yritysvastuuraportoinnin puuttuminen sekä oikeiden kesätyöpaikkojen vähäisyys. Lisäksi osa vastaajista koki vastaamisen hankalaksi koska ei työskentele Kojalla.

Mahdollisuuksiksi ja kehityskohteiksi mainittiin yritysvastuuyhteistyö sidosryhmien kanssa, Ilmastonmuutoksen tarjoamat uudet liiketoimintamahdollisuudet sekä yritysvastuuraportoinnin ja siihen liittyvien mittarien ylläpito ja visualisointi, joilla vastuullisuuden kehitys näkyisi yrityksen sisällä ja sidosryhmille.

5.2 Kysymykset ja vastausjakaumat

Kysymyksellä 1 selvitettiin vastaajien jakauma sidosryhmittäin. Suurin vastaajaryhmä on suunnittelijat. Vastaajien määrä: 448.



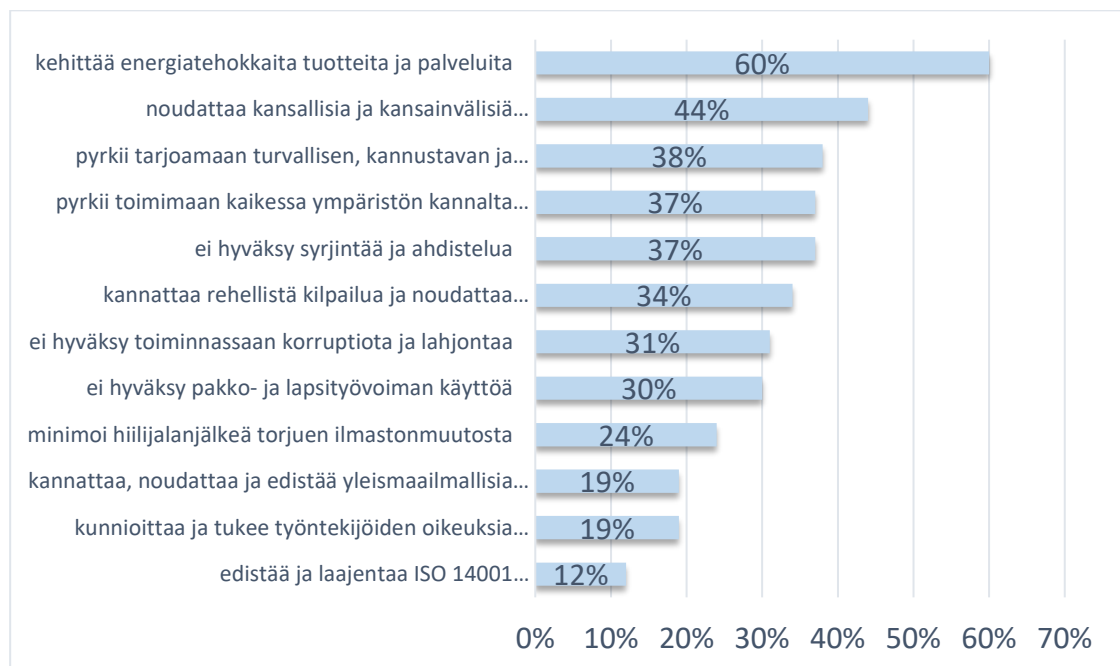
Kuvio 2. Vastaajien jakauma sidosryhmittäin.

Kysymyksellä 2 selvitettiin kolme vastaajille tärkeintä Kojan käytännön tointa tai tekoa. Vastaajien mielestä 1. tärkeintä on huolehtia henkilöstön terveydestä ja hyvinvoinnista, 2. tärkein asia on panostaa henkilöstön jatkuvaan koulutukseen ja 3. tärkeintä on toimia avoimessa vuorovaikutuksessa sidosryhmien kanssa. Vastaajien määrä: 447.



Kuvio 3. Kojan kolme tärkeintä käytännön tointa tai tekoa

Kysymyksellä 3 selvitettiin neljä vastaajille tärkeintä Kojan toimintapoliittisen ohjeeseen kirjattua tointa tai tekoa, jota noudatetaan yhteistyössä ja toiminnassa kaikkien sidosryhmien kanssa. Vastaajien mielestä 1. tärkeintä on kehittää energiatehokkaita tuotteita ja palveluita, 2. tärkeintä on noudattaa kansallisia ja kansainvälisiä lakeja, määräyksiä ja menettelytapoja, 3. tärkeintä on pyrkiä tarjoamaan turvallisen, kannustava ja innostava työympäristö. 4. tärkeimmäksi nousi 2 asiaa: pyrkiä toimimaan kaikessa ympäristön kannalta kestävästi sekä olla hyväksymättä syrjintää ja ahdistelua. Vastaajien määrä: 447.



Kuvio 4. Kojan neljä tärkeintä toimintapolitiittisen ohjeen alakohtaa

Kysymyksellä 4 selvitettiin vastaajien mielipidettä Kojan tuotteiden turvallisuudesta sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 4,2, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,4. Vastaajien määrä: 441.

Taulukko 1. Kojan valmistamien tuotteiden ja järjestelmien turvallisuus

Kysymys 4.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	0 %	2 %	7 %	57 %	33 %	4,2	4
Tärkeys sinulle	1 %	0 %	9 %	40 %	50 %	4,4	4

Kysymyksellä 5 selvitettiin vastaajien mielipidettä Kojan onnistumista yleishyödyllisten toimintojen tukijana (oppilaitokset, järjestöt, yms.) sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,5, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 3,4. Vastaajien määrä: 441.

Taulukko 2. Kojan onnistuminen yleishyödyllisenä toimijana

Kysymys 5.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	0 %	6 %	46 %	41 %	8 %	3,5	3
Tärkeys sinulle	2 %	12 %	36 %	37 %	12 %	3,4	3

Kysymyksellä 6 selvitettiin vastaajien mielipidettä Kojan onnistumista sosiaalisen vastuun raportoinnissa sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,3, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 3,3. Vastaajien määrä: 442.

Taulukko 3. Koja raportoi sosiaalisesta vastuustaan

Kysymys 6.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	10 %	47 %	37 %	5 %	3,3	3
Tärkeys sinulle	3 %	14 %	44 %	31 %	8 %	3,3	3

Kysymyksellä 7 selvitettiin vastaajien mielipidettä Kojan onnistumista missiossa puhdas ja terveellinen ympäristö sekä pieni hiilijalanjälki sekä näiden tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,7, kysymyksen tärkeyden vastaajalle ollessa 4,0. Vastaajien määrä: 445.

Taulukko 4. Kojan ympäristömissiot

Kysymys 7.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	4 %	29 %	56 %	10 %	3,7	4
Tärkeys sinulle	1 %	4 %	18 %	49 %	28 %	4,0	4

Kysymyksellä 8 selvitettiin vastaajien mielipidettä Kojan onnistumista alansa ympäristöjohtajana omassa toiminnassaan sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,6, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 3,9. Vastaajien määrä: 443.

Taulukko 5. Koja on alansa ympäristöjohtaja toiminnassaan

Kysymys 8.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	6 %	32 %	52 %	9 %	3,6	4
Tärkeys sinulle	0 %	4 %	23 %	48 %	25 %	3,9	4

Kysymyksellä 9 selvitettiin vastaajien mielipidettä Kojan onnistumista alansa ympäristöjohtajana omassa tuotteissaan ja järjestelmissään, sekä ympäristökuormituksen jatkuvassa minimoinnissa ja energiatehokkuuden huomioidnissa sekä näiden tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,7, kysymyksen tärkeyden vastaajalle ollessa 4,0. Vastaajien määrä: 443.

Taulukko 6. Koja on alansa ympäristöjohtaja tuotteissaan ja järjestelmissään

Kysymys 9.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	0 %	5 %	31 %	50 %	14 %	3,7	4
Tärkeys sinulle	1 %	2 %	19 %	49 %	29 %	4,0	4

Kysymyksellä 10 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, onko Kojan tuotanto luonnonvaroja säästävää sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,5, kysymyksen tärkeyden vastaajalle ollessa 4,0. Vastaajien määrä: 443.

Taulukko 7. Kojan tuotanto on luonnonvaroja säästävää

Kysymys 10.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	4 %	41 %	47 %	6 %	3,5	4
Tärkeys sinulle	2 %	2 %	21 %	47 %	29 %	4,0	4

Kysymyksellä 11 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä säästävätkö Kojan valmistamat tuotteet ja järjestelmät energiaa sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,9, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,3. Vastaajien määrä: 440.

Taulukko 8. Kojan tuotteet ja järjestelmät säästävät energiaa

Kysymys 11.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	3 %	21 %	57 %	19 %	3,9	4
Tärkeys sinulle	1 %	1 %	8 %	47 %	43 %	4,3	4

Kysymyksellä 12 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä ovatko Kojan valmistamat tuotteet ja järjestelmät pitkäikäisiä ts. niillä on pieni elinkaarikustannus sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 4,0, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,4. Vastaajien määrä: 440.

Taulukko 9. Kojan tuotteet ja järjestelmät ovat pitkäikäisiä

Kysymys 12.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	2 %	15 %	58 %	24 %	4,0	4
Tärkeys sinulle	1 %	1 %	6 %	44 %	48 %	4,4	4

Kysymyksellä 13 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, kuinka hyvin Koja ottaa ympäristönsuojelun tuotannossaan huomioon sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,6, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,0. Vastaajien määrä: 444.

Taulukko 10. Koja ottaa toiminnassaan huomioon ympäristönsuojelun

Kysymys 13.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	5 %	35 %	47 %	11 %	3,6	4
Tärkeys sinulle	1 %	2 %	22 %	46 %	28 %	4,0	4

Kysymyksellä 14 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, onko Kojan tuotteilla merkitystä ilmastonmuutoksen torjunnassa sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,7, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 3,9. Vastaajien määrä: 442.

Taulukko 11. Kojan tuotteilla ja järjestelmillä on merkitystä ilmastonmuutoksen torjunnassa

Kysymys 14.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	3 %	34 %	49 %	12 %	3,7	4
Tärkeys sinulle	2 %	5 %	20 %	45 %	28 %	3,9	4

Kysymyksellä 15 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, onko Kojan tuotteiden ja järjestelmien elinkaaren aikaiset ympäristövaikutukset on dokumentoitu sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,4, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 3,7. Vastaajien määrä: 443.

Taulukko 12. Kojan dokumentoi tuotteiden ja järjestelmien elinkaaren aikaiset ympäristövaikutukset

Kysymys 15.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	9 %	42 %	41 %	7 %	3,4	3
Tärkeys sinulle	1 %	6 %	31 %	46 %	17 %	3,7	4

Kysymyksellä 16 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, raportoiko Koja ympäristövastuustaan sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,4, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 3,5. Vastaajien määrä: 442.

Taulukko 13. Koja raportoi ympäristövastuustaan

Kysymys 16.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	2 %	10 %	46 %	35 %	7 %	3,4	3
Tärkeys sinulle	2 %	8 %	41 %	34 %	14 %	3,5	3

Kysymyksellä selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, onko Koja investoinut tuotantoon Suomessa sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 4,2, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,4. Vastaajien määrä: 444.

Taulukko 14. Kojan tuotantoinvestoinnit Suomeen

Kysymys 17.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	2 %	13 %	41 %	44 %	4,2	4
Tärkeys sinulle	1 %	1 %	8 %	40 %	50 %	4,4	4

Kysymyksellä 18 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, onko Kojan toiminnalla jatkuvuutta sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 4,4, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,4. Vastaajien määrä: 445.

Taulukko 15. Kojan toiminnan jatkuvuus

Kysymys 18.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	0 %	9 %	41 %	48 %	4,4	4
Tärkeys sinulle	1 %	1 %	7 %	36 %	55 %	4,4	5

Kysymyksellä 19 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, ovatko Kojan tuotteet ja järjestelmät hinnoiltaan kilpailukykyisiä sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,9, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,2. Vastaajien määrä: 443.

Taulukko 16. Kojan tuotteet ja järjestelmät ovat kilpailukykyisiä

Kysymys 19.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	2 %	23 %	55 %	19 %	3,9	4
Tärkeys sinulle	1 %	3 %	14 %	37 %	45 %	4,2	4

Kysymyksellä 20 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, onko Kojan tuotanto tehokas sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,8, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,0. Vastaajien määrä: 443.

Taulukko 17. Kojalla on tehokas tuotanto

Kysymys 20	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	2 %	4 %	26 %	53 %	16 %	3,8	4
Tärkeys sinulle	2 %	3 %	18 %	46 %	31 %	4,0	4

Kysymyksellä selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä tuottaako Koja taloudellista hyvinvointia lähialueelleen sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 4,1, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,0. Vastaajien määrä: 440.

Taulukko 18. Koja tuo taloudellista hyvinvointia lähialueelleen

Kysymys 21.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	2 %	17 %	49 %	31 %	4,1	4
Tärkeys sinulle	2 %	5 %	21 %	38 %	34 %	4,0	4

Kysymyksellä 22 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä tuottaako Koja taloudellista hyvinvointia Suomeen sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 4,1, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,3. Vastaajien määrä: 444.

Taulukko 19. Koja tuo taloudellista hyvinvointia Suomeen

Kysymys 22.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	0 %	2 %	16 %	48 %	33 %	4,1	4
Tärkeys sinulle	1 %	1 %	12 %	42 %	44 %	4,3	4

Kysymyksellä 23 selvitettiin vastaajien mielipidettä Kojan sitoutumista pitkäjänteiseen perheyrittäjyyteen sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 4,4, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 4,0. Vastaajien määrä: 443.

Taulukko 20. Koja on sitoutunut pitkäjänteiseen perheyrittäjyyteen

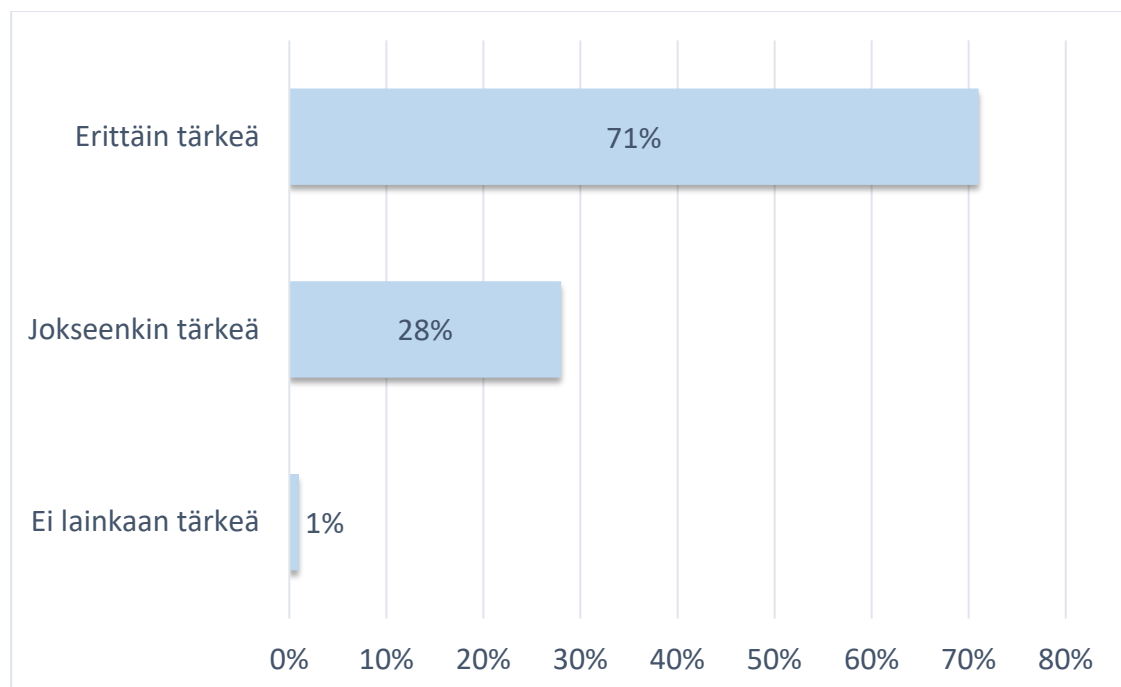
Kysymys 23.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	0 %	11 %	32 %	55 %	4,4	5
Tärkeys sinulle	2 %	5 %	21 %	34 %	38 %	4,0	4

Kysymyksellä 24 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä raportoiko Koja taloudellisesta vastuustaan sekä asian tärkeyttä vastaajalle. Kojan onnistuminen sai keskiarvon 3,6, kysymyksen tärkeyden vastaajille ollessa 3,5. Vastaajien määrä: 443.

Taulukko 21. Koja raportoi taloudellisesta vastuustaan

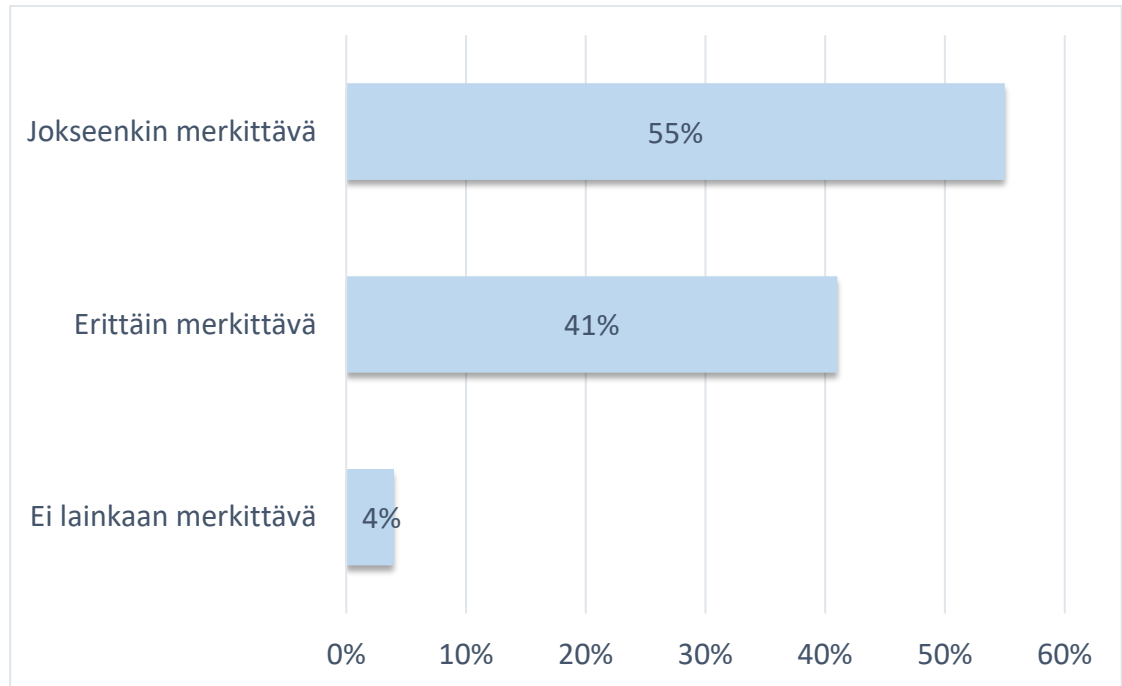
Kysymys 24.	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Medi-aani
Kojan onnistuminen	1 %	4 %	37 %	46 %	12 %	3,6	4
Tärkeys sinulle	2 %	10 %	36 %	36 %	16 %	3,5	4

Kysymyksellä 25 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, miten tärkeää vastuullisuus-toiminta on yrityksen toiminnassa. 71% pitää sitä erittäin tärkeänä, 28% jokseenkin tärkeänä ja 1 % ei lainkaan tärkeänä. Vastaajien määrä 448.



Kuvio 5. Vastuullisuustoiminnan tärkeys

Kysymyksellä 26 selvitettiin vastaajien mielipidettä siitä, kuinka merkittävä tekijä vastuullisuus on Kojan ja sidosryhmien yhteistyössä. 41% pitää sitä erittäin merkittävänä, 56% jokseenkin merkittävänä ja 4% ei lainkaan merkittävänä. Vastaajien määrä: 443.



Kuvio 6. Vastuullisuuden merkitys yhteistyössä

6 Ehdotuksia Koja Oy:n yritysvastuuprosesseihin

Yritysvastuukyselyn tuloksena saatiin laaja aineisto käytettäväksi tulevaisuuden tarpeisiin. Kysely toimi hyvänä työkaluna mitattaessa mielipidettä ja asian tärkeyttä vastaajille Kojan onnistumisesta yritysvastuun eri osa-alueilla. Kyselyä olisi hyvä käyttää jatkossakin mittaamaan sidosryhmien mielipiteitä sekä ottaa osaksi toimintajärjestelmää. Alla on kyselyn tuloksista nousseita ehdotuksia Kojan yritysvastuuprosesseihin.

6.1 Ehdotuksia Koja Oy:n markkinointiprosessiin

Kun yritys vastuuta kehitetään yrityksessä, yrityksen toiminnan läpinäkyvyysvaatimukset kasvavat merkittävästi kaikilla yritys vastuun osa-alueilla. Yritys vastuun keskeisiä periaatteita ovat toimintatapojen ja tuloksien läpinäkyvä esittely siten, että sidosryhmät voivat arvioida yrityksen vastuullisuutta (Kuisma 2015, 211). WWW-sivut ovat yrityksen ”kasvot” ja yritys vastuuta koskevat osa-alueet tulisikin nostaa pääsivulle helposti löydettäväksi. Yritys vastuuosiossa tulisi olla edustettuna yritys vastuun osa-alueet ja niihin liittyvät toimet yritys vastuun toteuttamiseksi sekä yritys vastuuraportointi. Tieto tulisi olla selkeää, visuaalista ja helposti luettavaa. Yritys vastuun pääotsikoista tulisi olla linkki yritys vastuun johtamisen eri alakohtiin, joita ovat esimerkiksi yritys vastuujohtamisen periaatteet, yrityksen arvot, yritys vastuuvision ja sidosryhmät. Koska Koja toimii vahvasti energiansäästön eri osa-alueilla, olisi yritys vastuuosiossa hyvä nostaa vaihtuvia esimerkkejä saavutetuista säästöistä, tehtyjen tuotteiden ja ratkaisujen hiilijalan-, ja kädenjäljestä sekä niiden vaikutuksista ympäristöön, talouteen ja terveyteen.

Yritys vastuuyhteistyöstä eri sidosryhmien kanssa olisi myös hyvä olla vaihtuvia esimerkkejä. Yritys vastuutoimien esittely niin ulkoisesti kuin sisäisesti luo positiivisia mielikuvia sidosryhmille ja auttaa yritystä resurssien ja yhteistyökumppanien saamisessa ja ylläpidossa. Mainontaa ja markkinointia suunniteltaessa kannattaa hyödyntää tämän opinnäytetyön kyselyn tuloksia ja kohdentaa markkinointia sidosryhmäkohtaisesti. Markkinoinnin suunnittelussa kannattaa ottaa huomioon eri sidosryhmien tietotarpeet; kaikki eivät halua tietää kaikesta. Markkinoinnista olisi hyvä olla vuosisuunnitelma sekä valita teemoja ja kohderyhmiä vaihtelevasti. Myös yrityksen henkilökunnan tulee olla tietoinen yritys vastuun toimintatavoista ja johtamisperiaatteista ja heidät tulee ottaa mukaan toimintaan. Akuuttia tiedontarvetta palvelemaan tulee vastuuhenkilöiden yhteystiedot olla helposti löydettävissä. Koska Suomessa on harhaanjohtavan markkinoinnin kieltävä lainsäädäntö, on markkinoinnissa syytä pitää kiinni faktoissa. Hyvä tapa onkin tukeutua ympäristömerkkeihin ja sertifikaatteihin. (Kuisma 2015, 216).

6.2 Ehdotuksia Koja Oy:n toimintaprosesseihin

Yritysvastuuseen panostamista on perusteltu sillä, että sen avulla yritys pystyy parantamaan kilpailukykyään. Kun yrityksen palvelut ja tuotteet vastaavat asiakkaiden tarpeisiin, pystyy yritys pitämään asiakkaansa ja markkinansa ja parhaassa tapauksessa valtaamaan uusia. Em. lähtökohdasta onkin tärkeää, että sidosryhmien toiveet ja tarpeet otetaan huomioon. Säännölliset toimialakohtaiset kyselyt ovat hyvä toimintatapa ajaa tätä asiaa. (Juutinen 2010, 39). Kuisma (2015, 49) toteaaakin että yritysvastuun ottamisesta strategiaprosessiin tulee hyötyjä

- paremman ja tarkemman markkina-analyysien tekemiseen
- sidosryhmien monipuoliseen kuulemiseen ja odotusten syvempään ymmärtämiseen
- heikkojen signaalien tunnistamiseen
- liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamiseen
- luotettavaan riskikartoitukseen sekä riskienhallinnan parantamiseen.

Koska Kojan yritysvastuun eteenpäinvienti on kaikkien toimialojen yhteinen hanke, lisää se myös vuorovaikutusta niiden välillä. Yhteiset yritysvastuu toiminnot auttavat eri toimialojen henkilöitä tutustumaan toisiinsa ja toistensa hankkeisiin, sekä edesauttavat löytämään vahvuuksia ja ideoita liiketoimintamahdollisuuksiin yhdessä. Säännölliset kilpailija-analyysit ovat myös hyvä työkalu ennustamaan kehityksen suuntaa ja uusia odotuksia sidosryhmien keskuudessa.

6.3 Ehdotuksia Koja Oy:n yritysraportointiin

Kuisman (2015, 197) mielestä tiedot yritysvastuun raportointiin ovat yleensä yrityksissä olemassa jo. Taloudellisen vastuun tiedot löytyvät kirjanpidosta, henkilöstövastuun tarvitsemat tilastot ovat pääosin olemassa, samoin ainakin osa ympäristövastuun ja tuoteturvallisuuden luvuista. Hänen mielestään raportointi kannattaa aloittaa ensimmäisestä mahdollisesta kalenterivuodesta eikä odottaa, että kaikki olisi mahdollisimman valmista. Niskala ja muut (2019, 109) toteavat, että yritysvastuuraportointia on ohjeistettu erilaisten kansallisten ja kansanvälisten ohjeistojen avulla.

He määrittelevät keskeisimmäksi yritysraportoinnin viitekehykseksi Global Reporting Intitativen (GRI), joka on laajimmin käytetty malli raportoida yritys vastuuta. Taloudellista raportointia ohjeistetaan 1.1.2016 uudistetussa kirjanpitolainsäädännössä ja kirjanpitolautakunnan suosituksissa. Niskala ja muut ovat käsitelleet perusteellisesti taloudellista raportointia kirjassaan, ja jätänkin tämän osa-alueen ammattilaisille.

Kuisman (2015, 192) mukaan GRI-raportointisuositus sisältää pääpiirteissään seuraavat asiakokonaisuudet:

- suosituksen tarkoitus, käyttöohjeet ja periaatteet
- ohjeet yleisten johtamiskäytäntöjen ja periaatteiden kuvaamiseen
- ohjeet yritys vastuun eri osa-alueiden johtamisperiaatteiden ja suorituskykyä kuvaavien tunnuslukujen esittelyyn
- näkemykset YK:n Global Compactin, OECD:n toimintaohjeiden ja YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteiden yhtymäkohdista GRI-raportointiin.

Lisäksi suositus sisältää laajan toimeenpano-ohjeen (Implementation Manual), jossa kaikki raportoinnin yksityiskohdat käsitellään erittäin perusteellisesti.

Kuisma (2015, 193) toteaa että GRI- Suositus on erittäin laaja kokonaisuus ja siihen perehtyminen vie aikaa. Hän muistuttaa, että jokainen yritys voi soveltaa sitä omiin tarpeisiinsa keskittyen omalta kannaltaan olennaisiin asioihin ja oppia etsimään sieltä ne alueet, joihin yritys vastuun kehittäminen luontevasti rajautuu.

Yritys vastuusta olisi hyvä raportoida laajemmin ja tuoda raportointi esille luvuin sekä visuaalisesti esimerkiksi kotisivuilla ja yrityksen vuosikatsauksessa. GRI-raportointisuositus on siihen varmasti yksi hyvä vaihtoehto.

6.4 Ehdotuksia Koja Oy:n yritys vastuutoimintajärjestelmään

Kojan nykyiseen toimintajärjestelmään voisi lisätä yritys vastuun eri osa-alueet ja niihin liittyvät vuotuiset toimenpiteet omaksi kokonaisuudekseen. Erillistä yritys vastuutoimintajärjestelmää ei tällöin tarvita ja yritys vastuun tulee osaksi jokapäiväistä johtamista. Osaksi yritys vastuuosiota tulisi myös vuosikello, joka ohjaa yritys vastuun eri osa-alueiden kausittaiset toimenpiteet. Paraikaa Kojassa päivitettävänä olevat hyvän hallintotavan ja kestävän kehityksen toimintaohjeet sopivat myös aihealueeltaan toimintajärjestelmän yritys vastuuosioon.

Yritys vastuun mittaaminen ja siihen liittyvät mittarit on hyvä ottaa osaksi johtamista. Yritys vastuun eri osa-alueista laaditaan vastuullisuustaulukko, johon arvioidaan esimerkiksi GRI-suosituksesta poimitut, Kojalle tärkeät tunnusluvut sanallisesti. Taulukon arvioidaan tunnuslukujen kohdalle:

- sidosryhmät, joille mittarilla on merkitystä
- arvo sidosryhmille
- arvo yritykselle.

Tunnuslukuja voidaan arvioida esimerkiksi asteikolla 1-10. Olennaisiksi mitattaviksi ja lähemmin tarkasteltaviksi tunnusluvuiksi voidaan valita esimerkiksi kaikki osa-alueet, jotka saavat arvon 6 tai enemmän. Mittari edellyttää sidosryhmien mielipiteen säännöllistä, esimerkiksi vuosittaista mittaamista, sekä taulukon aktiivista päivittämistä. Taulukko antaa suunnan yritys vastuussa onnistumiselle ja osoittaa yritys vastuun osa-alueiden tunnusluvut, joihin on syytä panostaa.

7 Johtopäätökset ja pohdinta

Opinnäytetyön lähtökohtana oli perhtyä yritys vastuun eri osa-alueisiin ja toteuttaa Koja Oy:n sidosryhmille kysely. Työn tarkoituksena oli selvittää kysymyksillä mielikuva kujan onnistumisesta ja sen tärkeydestä vastaajalle yritys vastuun eri osa-alueilla. Kujan aikaisemmat yritys vastuuseen liittyvät kyselyt ovat olleet tuotteisiin tai palveluihin liittyviä asiakastytyväsyysskyselyitä. Laajempia koko yritystä koskevia yritys vastuukyselyitä tai selvityksiä ei ole aikaisemmin tehty.

Yritys vastuukysely lähetettiin 1897:lle sidosryhmien edustajalle, sekä avattiin vastauslinkki yrityksen kotisivuille. Vastausaika oli 2 viikkoa. Vastauksia saatiin 457, mikä kattaa 24 % koko ryhmästä. Vastausten prosentuaaliselle tai lukumääräiselle arvolle ei asetettu ennakkotavoitetta, mutta kyselyä voidaan pitää onnistuneena, sillä tämän tyyppisessä kyselyssä hyvänä vastausprosenttina pidetään 10 %:a. Kysely toteutettiin Webropol 3.0 kysely- ja raportointisovelluksella ja kyselyn vastaukset ovat osana opinnäytetyötä.

Kyselyn kysymykset laadittiin työryhmällä, johon kuuluivat lisäksi Koja Yhtiöt Oy:n toimitusjohtaja Leena Aalto, laatu- ja kehitysjohtaja Johanna Kärki sekä HR-koordinaattori Minna Virtavuo. Kujan toimintajärjestelmästä valittiin sidosryhmistä ryhmät, joille kysely lähetettiin. Kyselyn kysymykset käytiin myös työryhmässä läpi. Vastaajien palautteen mukaan kysymykset olivat selkeitä ja yksiselitteisiä. Joillekin vastaajille tuotti ongelmia vastausvaihtoehdon ”en osaa sanoa” puuttuminen. Tämän tyyppisten kyselyiden haasteena on se, että vastaajat eivät luota vastauslinkin turvallisuuteen. Kysymysten tekemiseen kannattaa uhrata aikaa ja käydä ne huolellisesti läpi ennen lähettämistä, sillä sitten kun kysely on lähtenyt mitään ei ole enää tehtävissä.

Tutkimuksen toteutustavaksi valittiin kyselytutkimus, jossa kysymykset esitettiin sanallisesti ja vastaukset annettiin numeraallisesti.

Kyselyn lopussa sai esittää sanallisesti toiveita ja ehdotuksia yritys vastuun huomiointiin Kojassa. Kyselytutkimus soveltui hyvin tämän tyyppiseen kyselyyn jossa kysyttiin mielipidettä onnistumisesta sekä sen tärkeyttä vastaajalle.

Tutkimusmenetelmä oli luotettava, koska vastaajat vastasivat omasta eivätkä esimerkiksi edustamansa yrityksen puolesta.

Kyselytutkimuksen perusteella voidaan päätellä, että Koja on onnistunut hyvin toiminnassaan ja markkinoinnissaan yritys vastuullisena toimijana. Vastaajien mielikuva onnistumisesta yritys vastuun eri osa-alueilla on hyvä ja vastaa pääosin asian tärkeyttä vastaajille. Koska katson itse asioita yrityksen sisältä ja tiedän mitä toimenpiteitä on tehty ja mitä on vielä tekemättä yritys vastuun osa-alueilla, ehdotan toimenpide-ehdotuksissa myös asioita, jotka näkyivät mutta eivät vahvasti nousseet esiin kyselyn tuloksissa. Vaikka kyselyn tulokset ovat hyviä niin niitä pitää tarkastella kriittisesti ja ottaa huomioon suunniteltaessa yrityksen toimintaa. Maailma ja sidosryhmien mielipiteet muuttuvat. Sidoryhmien mielipidettä kannattaa mitata säännöllisesti ja yritys vastuukysely on hyvä lisä toimintajärjestelmän työkaluksi, vaikka vuosittain.

Kyselyn vastaukset ovat Kojan käytettävissä ja hyödynnettävissä laajemmin ja niitä voidaan suodattaa ja ristiintaulukoida Webropol- sovelluksessa sidoryhmäkohtaisesti. Vastauksia voidaan käyttää suunniteltaessa markkinointia ja kehitettäessä yritys vastuuraportointia. Vastauksia voidaan myös jatkossa käyttää mietittäessä panostuksia yritys vastuun eri osa-alueilla Kojassa. Opinnäytetyön tarkoituksena oli myös lähdekirjallisuutta, tutkimuksia ja standardeja apuna käyttäen selvittää yritys vastuuta tukevia toimintamalleja toiminnan ohjaukseen, raportointiin ja markkinointiin. Mielestäni sain tuotua esiin myös näihin liittyviä kehitysehdotuksia.

Yritys vastuu ja siihen liittyvät toimintamallit, tiedonkeruu sekä raportointi ovat laaja kokonaisuus. Yritys vastuuta koskevaa työtä voisi syventää perehtymällä yritys vastuun eri osa-alueisiin syvemmin ja kehittämällä esimerkiksi yritys vastuuraportoinnin

tiedonkeruuta yrityksessä ja toteuttamalla malliraportointipohjia. Markkinoinnin tarpeisiin voisi suunnitella yritysvastuuraportointikokonaisuuden esimerkiksi www-sivuille.

Lähteet

Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. Tampere:Vastapaino.

EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen. 2013. Ympäristöhallinnon julkaisema selitys EMAS-järjestelmästä. Julkaistu 24.10.2013, päivitetty 1.3.2019. Viitattu 16.2.2020.
https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen/EMASin_toteuttaminen.

Harmaala, M. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiinta. Helsinki: Sanoma Pro.

ISO 14001 – maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmämalli. N.d. Ympäristöministeriön julkaisema yhteenveto ISO 14000 -sarjan standardeista. Viitattu 18.2.2020.
https://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/tuotteet_valokeilassa/iso_14000_ymparistoj_ohtaminen/ymparistojarjestelma.

Juutinen, S. 2010. Strateginen yritysvastuu. Helsinki: WSOYpro.

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

Järvinen, P., Järvinen A. 2004. Tutkimustyön metodeista. Tampere: Opinpajan kirja.

Kananen, J. 2008. Kvantti: Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kioton pöytäkirja. 2019. Ympäristöministeriön julkaisema tiivistelmä Kioton pöytäkirjasta 29.3.2019. Viitattu 1.3.2020. https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Ymparisto/Ilmasto_ja_ilma/Ilmastonmuutoksen_hillitseminen/Kansainvaliset_ilma_stoneuvottelut/Kioton_poytakirja.

Knuutinen, R. 2014. Verotus ja yrityksen yhteiskuntavastuu. Helsinki: Lakimiesliiton kustannus.

Koja-yhtiöt. N.d. Artikkelin Kojan www-sivuilla. Viitattu 23.3.2020.
<https://www.koja.fi/koja/koja-yhtiot/>.

Kojan tarina. N.d. Artikkelin Kojan www-sivuilla. Viitattu 23.3.2020.
<https://www.koja.fi/koja/kojan-tarina/>.

Kojan toimintapoliittinen ohje. N.d. Artikkelin Kojan www-sivuilla. Viitattu 1.4.2020.
<https://www.koja.fi/koja/toimintapoliittinen/>.

Kojan sisäinen toimintakäsikirja. N.d. Sisäinen dokumentti. Viitattu 1.4.2020.

Kuisma, J. 2015. Mainetta ja tulosta : yritysvastuun johtamisen lyhyt oppimäärä. Helsinki: ST-Akatemia.

L 1376/2016. Laki kirjanpitolain muuttamisesta. Viitattu 3.3.2020.
<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2016/20161376#Pidp447435280>.

Lovio, R. 2004. Yrityksen sidosryhmät ja ympäristöjohtaminen. Teoksessa: Ympäristö ja liiketoiminta. Helsinki: Gaudeamus.

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

OHSAS 18001:2007 Occupational Health and Safety Management Certification. Selitys OHSAS 18001:2007 -standardista Certification Europeen www-sivuilla. Viitattu 3.3.2020. <https://www.certificationeurope.com/certification/ohsas-18001-occupational-health-and-safety-management/>.

Puhtaampi huomina alkaa jo tänään. N.d. Artikkelin Kojan sivustolla. Viitattu 2.2.2020. <https://www.koja.fi>.

SFS-ISO/26000:2010. Yhteiskuntavastuuopas. Helsinki: Suomen Stadartoimisliitto SFS. Vahvistettu 22.11.2010. Viitattu 3.3.2020. <https://janet.finna.fi>.

Soininen, M. 1995. Tieteellisen tutkimuksen perusteet. Turku: Turun yliopisto.

Sustainability strategy and governance. N.d. Kuvaus Stora Enson bisnesstrategiasta yrityksen www-sivuilla. Viitattu 6.3.2020. <https://www.storaenso.com/en/sustainability/sustainability-strategy-and-governance>.

Teivainen, T. 2013. Yritysvastuun umpikuja. Helsinki: Kalevi Sorsa -säätiö.

Valli, R.2001: Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vastuullista kasvua asiakkaiden kanssa. N.d. Artikkelin Kojan www-sivuilla. Viitattu 24.3.2020. <https://www.koja.fi/koja/arvot-vastuullisuus/>.


Vastuullisuusraportointi. N.d. Työ- ja elinkeinoministeriön artikkeli vastuullisuusraportoinnin velvoittavuudesta. Viitattu 1.4.2020. <https://tem.fi/vastuullisuusraportointi>.

Vehkalahti, K. 2019. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Yleisohje ympäristöasioiden kirjaamisesta, laskennasta ja esittämisestä tilinpäätöksessä. 2006. Kirjanpitolautakunta.

Liitteet

Liite 1. Yritysvastuukysely 2020 Koja-Yhtiöt Oy



Yritysvastuukysely 2020 Koja-Yhtiöt Oy

1. Minkä sidosryhmän edustajana vastaat kyselyyn?

Asiakas
 Jälleenmyyjä
 Tavarantoimittaja / palvelun toimittaja
 Suunnittelija
 Viranomainen
 Opiskelija
 Kojan henkilöstö
 Kojan johtoryhmä
 Kojan omistaja
 Jokin muu / mikä?

Yritysvastuun osa-alueita ovat sosiaalinen vastuu, ympäristövastuu ja taloudellinen vastuu.

Sosiaalinen vastuu
Yrityksen sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat henkilöstön hyvinvoinnista ja osaamisen kehittämisestä huolehtiminen, vastuulliset toimintatavat irtisanomistilanteessa, ihmisolkeuksien kunnioittaminen, tuotevastuu- ja kuluttajansuojakysymykset sekä hyvät toimintatavat yritysverkostossa sekä lähilyhteistyö- ja yhteiskuntasuhteissa.

2. Koja haluaa olla hyvä työnantaja myös tulevaisuudessa. Edistämme tätä mm. seuraavilla käytännön toimilla ja toilla.

Valitse listasta 3 sinulle tärkeintä.

Huolehtii henkilöstön terveydestä ja hyvinvoinnista

- On savuton työpaikka
- On turvallinen työpaikka jonka tavoitteena 0-lapaturmaa
- Ei hyväksy seksuaalista häirintää
- Panostaa henkilöstön jatkuvaan koulutukseen
- Edistää työllisyyttä
- On tiivissä yhteistyössä oppilaitosten kanssa
- Mittaa sidosryhmien tyytyväisyyttä ja parantaa toimintaansa palautteen pohjalta
- Toimii avoimessa vuorovaikutuksessa sidosryhmien kanssa
- Panostaa viestintään sidosryhmielle

3. Kojalta on määritelty toimintapolitiittinen ohje, jota noudatetaan yhteistyössä ja toiminnassa kaikkien sidosryhmien kanssa. Ohjeessa on määritelty mm. seuraavat kohdat.

Valitse 4 listasta sinulle tärkeintä.

Koja...

- kannattaa, noudattaa ja edistää yleismaailmallisia ihmisoikeuksia toiminnassaan
- kunnioittaa ja tukee työntekijöiden oikeuksia vapaaseen järjestytymiseen sekä yhteisesti sovittuihin työehtoihin
- ei hyväksy syrjintää ja ahdistelua
- ei hyväksy pakko- ja lapsityövoiman käyttöä
- pyrkii toimimaan kaikessa ympäristön kannalta kestävästi
- edistää ja laajentaa ISO 14001 ympäristöjärjestelmän toteutusta toiminnassaan
- kehittää energiatehokkaita tuotteita ja palveluita
- minimoi hiilijalanjälkeä torjuen ilmastomuutosta
- ei hyväksy toiminnassaan korruptiota ja lahjontaa
- noudattaa kansallisia ja kansainvälisiä lakeja, määräyksiä ja menettelytapoja
- kannattaa rehellistä kilpailua ja noudattaa toimintamallensa kilpailulainsäädäntöä
- pyrkii tarjoamaan turvallisen, kannustavan ja innostavan työympäristön

Arviot ylemmällä rivillä *mielikuvasi* Koja Oy:n onnistumisesta sosiaaliseen vastuun osa-alueilla
1 = onnistunut erittäin huonosti 5 = onnistunut erittäin hyvin

Arviot alemmalla rivillä osa-alueen *tärkeys sinulle*

1 = ei lainkaan tärkeä 5 = erittäin tärkeä

4. Kojan valmistamat tuotteet ja järjestelmät ovat turvallisia

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Tukee yleishyödyllisiä toimintoja (oppilaitokset, järjestöt, yms.)

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Raportoi sosiaalisesta vastuustaan

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ympäristövastuu

Ympäristövastuun kannalta keskeisiä kysymyksiä ovat tehokas ja säästävälinen luonnonvarojen käyttö, vesien, ilman ja maaperän suojeleminen, luonnon monimuotoisuuden turvaaminen, ilmastonmuutoksen torjunta sekä vastuu koko tuotteen elinkaaren alkaisista ympäristövaikutuksista ja toiminnan arvoketjusta.

Arviot ylempällä rivillä *mielikuvasi* Koja Oy:n onnistumisesta ympäristövastuun osa-alueilla

1 = onnistunut erittäin huonoasti 5 = onnistunut erittäin hyvin

Arviot alemmalla rivillä osa-alueen *tärkeys sinulle*

1 = ei lainkaan tärkeä 5 = erittäin tärkeä

7. Missiomme on puhdas ja terveellinen ympäristö sekä pieni hiilijalanjälki.

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. On alansa ympäristöjohtaja <i>omassa toiminnassaan</i>					
- Ympäristökuormituksen jatkuva minimointi ja energiatehokkuuden huomiointi					
	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. On alansa ympäristöjohtaja <i>tuotteissaan ja järjestelmissään</i>					
- Ympäristökuormituksen jatkuva minimointi ja energiatehokkuuden huomiointi					
	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Tuotanto on luonnonvaroja säästävää					
	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Tuotteet ja järjestelmät säästävät energiaa (pieni elinkaarikustannus)					
	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Tuotteet ja järjestelmät ovat pitkäikäisiä (pieni elinkaarikustannus)					
	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Ottaa toiminnassaan huomioon ympäristönsuojelun

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Tuotteilla ja järjestelmillä on merkittävää ilmastomuutoksen torjunnassa

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Tuotteiden ja järjestelmien elinkaaren alkaiset ympäristövaikutukset on dokumentoitu

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Raportoi ympäristövastuustaan

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Taloudellinen vastuu

Taloudellinen vastuu tarkastelee erityisesti yrityksen pitkän tähtäimen taloudellisia toimintaedellytyksiä sekä yrityksen toiminnasta syntyvien rahavirtojen jakautumista eri sidosryhmille ja alueille. Yrityksen pitkän tähtäimen toimintaedellytysten tarkasteleminen perustuu ajatukseen, että vain kannattava yritys kykenee toimimaan tulevaisuudessakin ja palvelemaan sidosryhmiään pitkällä aikavälillä.

Yrityksen toiminnasta syntyvien rahavirtojen tarkastelun pyrkimyksenä on, että yritys hyödyttäisi tasapuolisesti kaikkia sidosryhmiä yrityksen koko toimialueella.

Arviot ylemmällä rivillä *mielikkavasi* Koja Oy:n onnistumisesta taloudelliseen vastuun osa-alueilla
1 = onnistunut erittäin huonosti 5 = onnistunut erittäin hyvin

Arviot alemmalla rivillä osa-alueen *tärkeys sinulle*
1 = ei lainkaan tärkeä 5 = erittäin tärkeä

17. Tuotantoinvestoinnit Suomeen

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Toiminnan jatkuvuus

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Tuotteet ja järjestelmät ovat hinnoitltaan kilpailukykyisiä

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Tehokas tuotanto

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Tuottaa taloudellista hyvinvointia lähialueelleen

	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. Tuottaa taloudellista hyvinvointia Suomeen					
	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. Sitoutuminen pitkäjänteiseen perheyrittäjyyteen					
	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. Raportoi taloudellisesta vastuustaan					
	1	2	3	4	5
Kojan onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tärkeys sinulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. Miten tärkeää vastuullisuustoiminta on yrityksen toiminnassa					
<input type="radio"/> Erittäin tärkeä <input type="radio"/> Jokseenkin tärkeä <input type="radio"/> Ei lainkaan tärkeä					
26. Kuinka merkittävä tekijä Kojan vastuullisuus on yhteistyössänne					
<input type="radio"/> Erittäin merkittävä <input type="radio"/> Jokseenkin merkittävä <input type="radio"/> Ei lainkaan merkittävä					

Ei lainkaan merkittävä

27. Vapaa sana. Kirjoita tähän toiveitasi ja kehitysehdotuksiasi yritysvastuun huomioon Kojä Oy:ssä. Arvostamme mielipidettäsi.
