



Suvi Sivén (toim.)

Vastuullisuuden palvelumalli, yritysvastuukysely ja viestintä

**Copyright © tekijät &
Laurea-ammattikorkeakoulu 2023
CC BY-SA 4.0
Kuvia Suomesta -kuvapankin kuvat CCO
Muut kuvapankkikuvat lisensoitu kuvapankin ehtojen mukaan.**

Kannen kuva: LookerStudio, Shutterstock

Sivun 6 kuva: Roine Piirainen, Kuvia Suomesta

Sivun 10 kuva: Roine Piirainen, Kuvia Suomesta

Sivun 22 kuva: Roine Piirainen, Kuvia Suomesta

Sivun 28 kuva: Shane Rounce, Unsplash

Sivun 35 kuva: Roine Piirainen, Kuvia Suomesta

Sivun 39 kuva: Roine Piirainen, Kuvia Suomesta

Sivun 55 kuva: Roine Piirainen, Kuvia Suomesta

Sivun 59 kuva: Roine Piirainen, Kuvia Suomesta

Sivun 62 kuva: Roine Piirainen, Kuvia Suomesta

ISSN-L 2242-5241

ISSN 2242-5225 (verkko)

ISBN 978-951-799-661-7 (paino)

ISBN 978-951-799-662-4 (verkko)

Suvi Sivén (toim.)

Vastuullisuuden palvelumalli, yritysvastuukysely ja viestintä



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



LAB University of
Applied Sciences

SISÄLLYSLUETTELO

Johdanto	5
1 Vertailukelpoisuus EU:n yritys vastuudirektiivissä.....	8
2 Yritysvastuuraportoinnin palvelumallin muotoilu yhteiskehittämällä	13
3 Taloudellinen vastuu – mittarit ja tunnusluvut	19
4 Sosiaalinen vastuu pk-yritysten yritys vastuuraportoinnissa	24
5 Ympäristövastuu pienten ja keskisuurten yritysten vihreässä tilinpäätöksessä ja vastuullisuusraportoinnissa	33
6 Kohderyhmän moninaisuuden huomiointi viestinnän suunnittelussa.....	37
7 Vastuullisuusviestinnän merkitys yrityksessä.....	42
8 Vastuullinen ja vastuuton viestintä	48
9 Talouden tarkastus ja yritys vastuulaki	52
10 Suomen kirjanpitolainsäädäntö vastuullisuusraportoinnin pyörteissä	56
11 Vastuullisuus kosmetiikka-alalla	60

Johdanto

Suvi Sivén

VASTUULLISEN PALVELUMALLIN JA YRITYSVASTUUKYSELYN LÄHTÖKOHDAT

VASTUULLISUUSRAPORTOINTI JA KESTÄVÄN kehityksen liiketoimintaan vaikuttava kehityskaari palveluineen eri yrityksissä on muodostumassa pysyväksi ilmiöksi maapallomme hyvinvoinnin takaamiseksi. Pienet ja keski-suuret yritykset (pk-yritykset) pieninäkin toimijoina vaikuttavat oman toimintaympäristönsä vastuullisuuteen ja kestäväan kehitykseen.

Vastuullisuusraportoinnin avulla yritys todentaa ja kertoo, miten se huomioi ja toteuttaa sidosryhmien vastuullisuusvaateita. EU:n yritys vastuudirektiivin (CSRD, Corporate Sustainability Reporting Directive) mukaan isojen yritysten arvoketjuissa olevien yritysten tulee esittää ennakoivia ja takautuvia tietoja sekä laadullisesti että määrällisesti kestävyystietojen osalta. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Direktiivien sekä lakien ja säädösten lisäksi vastuullisuusvaateita esittävät yritysten eri sidosryhmät vaatiessaan vastuullisia toimia ja tekoja tarkastellessaan yritysten vastuullista toimintaa. Vastatakseen muun muassa sidosryhmien vaateisiin yritysten tulisi esittää omaa kestäväa kehitystään kuvaavia realistisia ja objektiivisia tietoja sekä viestiä niistä todenmukaisesti.

Edistääkseen vastuullista vuoropuhelua sidosryhmien välillä yrityksen tulisi käyttää hyväksytyjä mittareita ja menetelmiä. Tätä toteuttaakseen EU:n jäsenvaltiot saattavat ottaa käyttöön erilaisia kansallisia sääntöjä ja standardeja. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Vihreä vastuu -hankkeessa heräteltiin yrityksiä tunnistamaan ja tunnustamaan oman liiketoimintansa vastuullisuuden taso ja siihen liittyviä kehittämiskohteita. Tämä tehtiin muotoilemalla tilitoimistojen palvelukoimaan vastuullisuuden palvelumalli yhdessä tilitoimistojen edustajien kanssa.



Vastuullisuuden palvelumalli sisältää yritysvastuukyselyn, jossa numeeristen arvojen avulla taustoitetaan niin sanotun vihreän tilinpäätöksen tasoa. Numeerisia arvoja selittävien kysymysten avulla tarkastellaan, miksi yritys on saanut kyseiset vihreän tilinpäätökset numeeriset arvot, ja miten vihreän tilinpäätöksen tasoa voisi kehittää tulevaisuudessa. Vastuullisuusraportoinnin näkökulmasta kehitetty yritysvastuukysely jakautuu taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun osioihin. Täyttämällä nämä osiot ja pohtimalla yrityksen vastuullisuuden nykytilaa eri näkökulmista, yritys pystyy arvioimaan liiketoimintansa vastuullisuuden tasoa ja tärkeimpiä kehityskohteita.

Kehittämistyö vastuullisen palvelumallin ja vastuullisuusraportoinnin yritysvastuukyselymallin osalta on tapahtunut yhteistyössä tilitoimistojen edustajien kanssa kolmessatoista työpajassa ja kuudessa työpajassa, joiden lisäksi kehittämisen iteroinnissa on hyödynnetty muun muassa testauksissa saatuja palautteita. Mukana kehittämistyössä on ollut satoja osallistujia.

Lopputuloksena olevat mallit laittavat vastaajan pohtimaan todellista vastuullisuuden tasoa ja sen kehittämistä omassa liiketoiminnassaan. Vihreä vastuu -hankkeen yhteiskehittämisen oheistuotoksina viestinnän tueksi on syntynyt vastuullisuutta ja kestävää kehitystä tukevia julkaisuja, artikkeleita, animaatioita ja Soundcloudista löytyviä podcasteja. Linkkejä julkaisuihin löytyy [Vihreä vastuu -verkkosivuilta](#).

Vihreä vastuu -hanke on rahoitettu osana Euroopan unionin COVID-19 pandemian johdosta toteuttamia toimia. Lämmin kiitos kaikille kehittämistyöhön osallistuneille sekä rahoittajalle. Ilman teidän panostanne tätä kokonaisuutta ei olisi hiottu näin monesta eri näkökulmasta.

Erityiskiitos tilitoimistojen edustajille D-House, Kirjausketju, Tilimix Oy, EMU, JBB, Tilitoimisto Ruokolainen, Eevan tupa, Tilitoimisto eProfit, LT Tili Oy, Tilikanava Oy, Tilitoimisto Utilis Oy, Tilimer Oy, Greenstep Oy, Rantalainen Oy, Gallant, GOS Consulting, Tilipalvelu Häkkinen, Tilisys Oy sekä podcast-vieraillemme Anne Kulla, Miira Heiniö, Juha Leskinen ja Heidi Savolainen.

Monet kiitokset osaamistaan ja ajatuksiaan kehitystyössämme jakaneet Terhi Tuominen, Arto Lindeberg, Jukka Sirkiä, Lea Huttunen, Sini Maunula, Tarja Isola, Veera Peltomaa, Jaakko Grönmark, Marianne Viinikainen, Tatu Saarinen, Teija Launiainen, Tiina Turku, Minna-Kaisa Lehtilinna, Anniina Vänskä, Paula Vedman, Maria Talari, Taina Vuorela, Oskari Vesterinen, Susanna Kivelä, Tarja Chydenius, Markku Anttonen, Henna Kempainen, Tiina Päivärinne, Jaana Ignatius ja Markus Bergman.

Lähteet

Direktiivi 2022/2464/EU. Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi asetuksen (EU) N:o 537/2014, direktiivin 2004/109/EY, direktiivin 2006/43/EY ja direktiivin 2013/34/EU muuttamisesta yritysten kestävyysraportoinnin osalta (ETA:n kannalta merkityksellinen teksti). Euroopan Unionin virallinen lehti 16.12.2022. Viitattu 11.2.2023. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX:32022L2464>

1 Vertailukelpoisuus EU:n yritysvastuudirektiivissä

Suvi Sivén & Terhi Tuominen

KESTÄVÄN KEHITYKSEN JA vastuullisuustekijöiden raportointi sekä niiden vaikutus liiketoimintaan, yhteiskuntaan ja globaalisti koko maapallon tilaan puhuttavat niin yksityisiä ihmisiä, yhteiskuntaa, organisaatioita kuin erikokoisia yrityksiä. Yrityksiin kohdistuvia vastuullisuutta ja kestävän kehityksen tavoitteita asetetaan globaalisti YK:n, Euroopassa EU:n parlamentin ja komission, kansallisesti valtioiden ja hallitusten sekä muiden vapaaehtoisia tavoitteita asettavien sidosryhmien tahoilta. Tavoitteiden asettelussa on käytetty lähtökohtana erilaisia vastuullisuuden viitekehyksiä ja malleja, työkaluja sekä standardeja, joiden lisäksi voi olla kansallisia toimialakohtaisia tavoitteita.

Yrityksen eri sidosryhmät ovat osittain alkaneet vaatia aiempaa enemmän vastuullisia toimia ja tekoja. Ne tarkastelevat organisaatioiden ja yritysten vastuullisuutta ja toimintaa kestävän kehityksen näkökulmasta ja pyrkivät näin saamaan mahdollisimman objektiivisen käsityksen vastuullisuuden tilasta. Tähän vastataksaan yritysten tulisi esittää omaa vastuullisuuttaan kuvaavia realistisia ja objektiivisia tietoja sekä viestiä niistä totuudenmukaisesti ja uskottavasti. Vastuullisuustiedon objektiivisuus ja vertailukelpoisuus vähentää esimerkiksi ns. viherpesun riskiä yrityksissä.

YRITYSVASTUUDIREKTIIVIN MUUTOSEHDOTUKSET VERTAILUKELPOISUUDEN VAHVISTAMISEKSI

Euroopan parlamentille ja komissiolle esitetyt yritysvastuun, CSR-direktiivin (corporate social responsibility) muutosehdotukset kohdistuivat muun muassa kestävyystietojen vertailukelpoisuuteen, merkityksellisyyteen ja luotettavuuteen. Muutosehdotuksessa toivottiin vähimmäisvaatimuksia EU:n ilmastosiiirtymään ja Pariisin sopimuksen vertailuarvoihin, jotta vastuullisuuden eri osa-alueita toteutettaisiin enemmän muun muassa ilmaston muutoksen vähentämiseksi. EU:n neuvosto korosti vuonna 2019 antamissaan päätelmissä

tiedon kestävyteen liittyvien riskien, mahdollisuuksien ja vaikutusten luotettavuutta, vertailukelpoisuutta ja merkityksellisyyttä. Näiden osalta toivottiin raportointistandardin sijasta jotain muuta lähestymistapaa luotettavuuden, merkityksellisyyden ja vertailukelpoisuuden takaamiseksi. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Muutosehdotuksissa tuotiin esille yritysten mahdollisuuksia toteuttaa parempaa kestävyysraportointia, joka hyödyttäisi yrityksen kaikkia eri sidosryhmiä ja helpottaisi vuoropuhelua sidosryhmien välillä. Tämän avulla kestävyteen liittyvät riskit ja vaikutukset arvoketjuissa olisivat toiminnan ja raportoinnin tukena. Koottuja tietoja voitaisiin käyttää esimerkiksi vihreän tilinpidon edistämiseksi. Samassa yhteydessä esitettiin eriteltyjen tietojen saatavuuden lisääntymisen vaikuttavan kestävyystietojen keräämisestä aiheutuvien kustannusten kohtuullistamiseen sekä vertailukelpoisuuden ja yhdenmukaisten standardien lisääntymiseen. Tätä kautta olisi mahdollisuus uusien työpaikkojen luomiseen. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Perustelu Euroopan parlamentin ja EU:n neuvoston esityksen vertailukelpoisten kestävyystietojen raportoinnille oli yritysten mahdollisuus tunnistaa ja hallita riskejä sekä erilaisten mahdollisuuksien tunnistaminen kestävyysraportoinnin avulla. Kestävyystietojen ja vastuullisuudesta raportointi ovat esimerkiksi yrityksen ja sen sidosryhmien välistä vuoropuhelua. Yhtenä vaihtoehtona kestävyysraportoinnille ehdotettiin yhtenäistä pohjaa kestävyysraportointistandardeille riittävien ja merkityksellisten tietojen esittämiseksi. Tätä esitettiin muun muassa sen vuoksi, että monet yritykset eivät kerro julkisesti kaikista toimintansa kestävyteen liittyvistä tiedoista kuten biologiseen monimuotoisuuteen vaikuttavista tekijöistä, mikä heikentää merkittävästi vertailukelpoisuutta ja luotettavuutta. Vertailutietoja käyttävät tarvitsevat esityksen mukaan ulkopuolisia kestävyystietoja raportointivelvollisuuteen. Tämän vuoksi tarvittaisiin luotettavaa ja kohtuuhintaista raportointikehystä liitettäväksi tilintarkastuskäytäntöihin viherpesun ja kaksinkertaisen laskennan välttämiseksi. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Vastuullisuuden liittyvää riskienhallintaa on pidetty yhtenä keskeisenä argumenttina kestävyysraportoinnille (Tuominen & Siven, 2021). Riskienhallinnan kannalta tärkeää on kestävyystietojen vertailukelpoisuus ja luotettavuus. Riskienhallintaan liittyy keskeisesti asianmukaisen huolellisuuden velvoite, joka tarkoittaa, että yritysten tulisi:

1. tunnistaa ja arvioida toimintansa vaikutukset ihmisoikeuksille ja ympäristölle
2. ehkäistä ja lieventää tunnistettuja haitallisia vaikutuksia
3. seurata toimenpiteidensä tehokkuutta ja
4. tiedottaa niistä sidosryhmille.

Asianmukaiseen huolellisuuteen liittyvän raportoinnin tai muun tiedottamisen tarkoituksena on antaa yrityksen sidosryhmille ja viranomaisille mahdollisuus arvioida yrityksen toimintaa (Helminen ym. 2020). Tämän toteuttamiseksi tarvitaan läpinäkyvää ja vertailukelpoista kestävyysraportointia.

Yritystoiminnan kestävyden varmistamiseksi tarvitaan hyväksytyt mittarit ja menetelmät riskien mitaamiseen, arvostamiseen ja hallintaan sekä eri sidosryhmien vuoropuheluiden edistämiseen. Tätä varten jäsenvaltiot saattavat ottaa käyttöön erilaisia kansallisia sääntöjä ja standardeja, joiden seurauksena raportoinnin kustannukset nousevat ja raportointivaatimusten vertailukelpoisuus heikkenee. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

EU:n yritysvaltuudirektiivin muutosehdotuksessa toivotaan täsmennystä kestävyystietojen ennakoivien ja takautuvien tietojen raportointiin esimerkiksi määrällisten ja laadullisten tietojen osalta. Täsmennystä



toivotaan, koska kestävyystietoja käyttävät arvostavat ennakoivia tietoja suhteutettuna aiempaan tulokseen. Yhdenmukaisten ja vertailukelpoisten indikaattoreiden avulla pyritään mahdollistamaan kestävyysraportointi yksittäisille yrityksille. Koko arvoketjun, käsittäen liikesuhteet ja toimitusketju, raportoinnissa tulisi huomioida eri aikajänteet lyhyestä keskipitkään ja pitkään. Kestävyystietojen tulisi olla vertailukelpoisia yrityksen taloudellisten tietojen kanssa. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Tällä hetkellä mikään standardi tai kehys ei vastaa EU:n kestävyysraportoinnin tarpeeseen. Kestävyysraportointistandardit tulisi suhteuttaa vihreän kehityksen ohjelmaan sekä EU:n 2050 ilmastoneutraaliin tavoitteeseen ja esimerkiksi YK:n Agenda 2030 ja EU:n kestävyystavoitteisiin. Tämä ei saisi aiheuttaa esimerkiksi hallinnollisia rasitteita standardeja käyttäville yrityksille. Yritysvastuudirektiivin muutosesityksessä muistutetaan aiemmista standardeista ja kehyksistä, joita ovat antaneet muun muassa Global Reporting Initiative (GRI) ja Sustainability Accounting Standards Board (SASB) sekä kansainvälinen tilinpäätösstandardilautakunta. Huomiota kiinnitetään seikkaan, että tulisi huomioida kaikki IFRS-säätiön standardit (International Financial Reporting Standards Foundation) sääntelyiden hajanaisuuden välttämiseksi ja ISSBn (International Sustainability Standards Board) työn tukemiseksi. Kestävyysraportointistandardit voisivat auttaa yhtenäisemmän käsityksen saamista toimintakertomuksessa olevista tiedoista. Tällöin kestävyystietojen käyttäjät ymmärtäisivät paremmin yritysten kehitystä, tulosta, asemaa ja vaikutusta. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

VAHVISTETUN YRITYSVASTUUDIREKTIIVIN VERTAILUKELPOISUUTTA TUKEVAT TOIMET

EU:n joulukuussa 2022 vahvistamassa yritysvastuudirektiivissä (CSRD) todetaan muutosehdotuksen mukaisesti, että kestävyysraportoinnin standardeilla tulee varmistaa raportissa esitettyjen tietojen laatu, niin että ne ovat ymmärrettäviä, merkityksellisiä, todennettavia, vertailukelpoisia ja totuudenmukaisia. Näiden lisäksi tulee välttää kohtuutonta hallinnollista rasitetta ja huomioida globaalit standardointialoitteet. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Vahvistetussa direktiivissä todetaan, että kestävyysraportointistandardeissa tulee huomioida ja täsmentää sen hetkiset tiedot:

1. ympäristötekijöistä (ilmastonmuutoksen hillintä ja sopeutuminen, vesivarat ja merten luonnonvarat, resurssien käyttö, kiertotalous, ympäristön pilaantuminen, biologinen monimuotoisuus, ekosysteemit)
2. yhteiskuntaan ja ihmisoikeuksiin liittyvistä tekijöistä (yhdenvertaisuus, tasa-arvo, palkkaehdit, koulutus, taitojen kehittäminen, osatyökyvyttömiä työllisyys ja osallistaminen, häirinnän vastaiset toimenpiteet työpaikalla, työehdot eri tasoisesti, terveys, turvallisuus, osallistumisoikeudet, perusvapaudet, ihmisoikeuksien kunnioittaminen, demokratian periaatteet ja normit, YK:n yleissopimukset ja sopimukset muun muassa ihmisoikeuksista, vammaisten henkilöiden ja alkuperäiskansojen oikeuksista)
3. hallintotapaan liittyvistä tekijöistä (esimerkiksi yrityksen hallinto- ja johtelinten rooli sekä kokoonpano sekä asiantuntemus, sisäinen valvonta ja riskienhallinta päätöksentekoprosessissa, liiketoimintaetiikka sisältäen esimerkiksi korruption ja lahjonnan torjunnan, poliittinen toiminta ja sitoumukset, sidosryhmäsuhteiden hoidon laatu. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Direktiivin mukaan kestävyysraportointistandardeissa tulee täsmentää yritysten raportoimat ennakoivat, takautuvat ja määrälliset tiedot sekä huomioida yrityksen kohtaamat mahdolliset vaikeudet merkityksellisten ja oikeasuhteisten tietojen keruussa koko arvoketjussa. Pieniltä ja keskiuurilta yrityksiltä ei pidä kerätä ylimääräisiä tietoja. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Direktiiviä täydennettiin vertailuarvoselvityksellä, jossa on ilmoitettava esimerkiksi seuraavia asioita:

- miten ympäristöön, yhteiskuntaan ja hyvään hallintotapaan liittyvät tekijät huomioidaan tarjotuissa ja julkaistuissa vertailuarvoissa
- vertailuarvojen menetelmässä
- täydentämisessä EU:n ilmastosiirtymää koskevien vertailuarvojen ja EU:n Pariisin sopimuksen vähimmäisvaatimuksissa
- kasvihuonekaasujen päästöoikeuksien järjestelmäkaupan toteutumisessa
- tuotteiden ja organisaatioiden elinkaaren ympäristöhokkuuden mittaamisessa ja siitä tiedottamisessa
- organisaatioiden vapaaehtoisesta osallistumisesta yhteisön ympäristöasioiden hallinta- ja auditointijärjestelmässä. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

Vertailukelpoisuuden parantaminen ei toteudu joulukuussa 2022 vahvistetussa direktiivissä yritys vastuudirektiivin aloitteessa ja kansallisissa sidosryhmäkuulemisissa ehdotettujen muutosten mukaisesti. Vahvistetussa direktiivissä todetaan, että täsmennyksiä ja muutoksia tullaan tekemään jatkossakin esimerkiksi vuosina 2024, 2025 ja 2028. Kestävyystietojen, -raportointien ja -raportointistandardien erilaiset kehykset eivät tässä yhteydessä täsmentyneet selkeästi tai vähentyneet, mutta muutoksia kestävä kehityksen edistämiseksi EU-tasolla sekä globaalisti kolmansissa maissa toteutettiin joiltakin osin. Työ vertailukelpoisuuden ja kestävä kehityksen sekä vihreän tilinpidon vahvistamiseksi jatkuu, sillä sidosryhmien ja loppukäyttäjien tietojen käyttötarve kasvaa edelleen.

Lähteet

Direktiivi 2022/2464/EU. Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi asetuksen (EU) N:o 537/2014, direktiivin 2004/109/EY, direktiivin 2006/43/EY ja direktiivin 2013/34/EU muuttamisesta yritysten kestävyysraportoinnin osalta (ETA:n kannalta merkityksellinen teksti). Euroopan Unionin virallinen lehti 16.12.2022. Viitattu 11.2.2023. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX:32022L2464>

Helminen, S., Alenius, J., Walta, V. & Donner, S. 2020. Oikeudellinen selvitys yritysvastuulaista. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2020:42. Viitattu 12.2.2023. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-560-7>

Tuominen, T. & Sívén, S. 2022. Kuinka uusi EU-yritysvastuulakialoite vaikuttaa pk-yritysten vastuullisuusvaatimuksiin? Teoksessa: Sívén, S. (toim.). Vastuullisuuden taustavaikuttajat. Laurea Julkaisut 194. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-799-658-7>

2 Yritysvastuuraportoinnin palvelumallin muotoilu yhteiskehittämällä

Veera Peltomaa & Maria Talari

EU:N YRITYSVASTUUDIREKTIIVIN MUUTOSEHDOTUS vahvistettiin joulukuussa 2022. Direktiivi tulee jatkossa kiristämään yritysten tilikauden raportointia vuoden 2024 tilikaudesta alkaen ja velvoittamaan yrityksiä raportoimaan yritys vastuun piiriin kuuluvista toiminnoista. Se on osa European Green Dealia ja EU:n tavoitetta lisätä läpinäkyvyyttä yritysten toimintojen seurauksista ihmisiin ja ympäristöön. Direktiivi ei kohdistu suoraan pk-yrityksiin, mutta säännökset tulevat koskemaan niitä välillisesti niiden ollessa osana suurempien yritysten arvoketjuja. (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2022/2464; European Green Deal.)

Miten pk-sektorin toimijat pystyvät varautumaan tähän muutokseen? Laurea- ja LAB-ammattikorkeakouluissa haasteeseen vastattiin Vihreä vastuu -hankkeella, jonka tavoitteena on yhdessä pk-tilitoimistojen kanssa kehittää yritys vastuuraportoinnin palvelua ja siihen liittyvää palvelumallia. Hankkeessa kehitetyn palvelumallin avulla tilitoimistot pystyvät vastaamaan yritys vastuun raportointivaatimuksiin ketterästi ja vaivattomasti luoden samalla erinomaista asiakaskokemusta omille asiakkailleen.

MIKÄ ON PALVELUMALLI?

Palvelumalli on kuvaus toiminnasta, jolla edistetään asiakaspalveluprosessia niin, että asiakas kokee palvelun toimivan mutkattomasti ja vaivattomasti. Samalla se auttaa yritystä toteuttamaan palvelutilanteen asiakkaan odottamalla tavalla. Palvelumallissa kuvataan asiakkaan ja yrityksen kontaktipisteet, päätöksenteko, vuorovaikutus, palvelutilannetta tukevat elementit (kuten prosessit ja lomakkeet), fyysistä palvelutilannetta tukeva ympäristö, tukipalvelut sekä palvelutilanteessa olevien henkilöiden roolit ja vastuut. (Tuulaniemi 2011, 211–217.)

Palvelumallin avulla yrityksen on mahdollista kehittää sisäisiä prosessejaan tehokkaiksi, sujuviksi ja suoraivaisiksi. Palvelumalli visualisoi palveluprosessin eri näkökulmat, jolloin pullonkaulat huomataan helpommin ja toimenpiteisiin niiden korjaamiseksi on helpompi ryhtyä. Lopulta tämä näkyy asiakkaalle parantuneena ja laadukkaampana asiakaspalveluna.

PALVELUMUOTOILU PALVELUMALLIN KEHITTÄMISESSÄ

Kehittämismetodina palvelumuotoilu ja sen tarjoamat työkalut antavat mahdollisuuden syventyä asiakkaan tarpeisiin ja näkökulmiin. Palvelumuotoiluajattelu tuottaa usein haasteita tottumattomille ja tämä epävarmuuden tunne on tärkeä huomioida työpajoja järjestettäessä (Stickdorn ym. 2018, 398–401). Onnistuneen yhteiskehittämisen perusta luodaan rakentamalla psykologisesti turvallinen tila työhön osallistujille. Tähän voidaan vaikuttaa antamalla työryhmälle fasilitaattori, joka ohjaa ja tukee työtä sekä työryhmän tunnelmaa kannustavasti ja avoimesti. Psykologista turvallisuutta edistävät tehtävälle annetut selkeät raamit ja tavoitteet, joiden ymmärtämiseen fasilitaattori pystyy ohjaamisellaan vaikuttamaan. (Edmondson 1999, 350–383.)

Vihreä vastuu -hankkeessa pk-tilitoimistot otettiin mukaan kehittämään toimistoille ja heidän asiakkailleen sopivaa palvelumallia järjestämällä palvelumuotoilun työpajoja. Työpajojen osallistujille pyrittiin luomaan turvallinen tila muun muassa pienryhmätyöskentelyllä, vapaalla ja hyväksyvällä ideoinnilla, selkeällä orientaatiolla, esimerkeillä ja tehtävän rajauksella sekä sulkemalla muut vastuut työpajan ulkopuolelle. Yhteiskehittämisen ja palvelumuotoilun avulla tilitoimistot pystyivät tuomaan esiin aiheeseen liittyvät tarpeet ja näkemykset, ja vaikuttamaan siten lopulliseen palvelumalliin. Lisäksi se antoi mahdollisuuden tilitoimistoille tutustua toistensa toimintatapoihin ja jakaa hyviä käytänteitä.

MITEN PALVELUMALLI MUOTOUTUI?

Pohjimmiltaan palvelumallin kehittämisessä on kyse siitä, mihin ongelmaan asiakas etsii ratkaisua ja vastaako tuotettava palvelu tähän tarpeeseen. Vihreä vastuu -hankkeessa sovellettiin palvelumallin kehittämiseen Design Councilin vuonna 2003 kehittämää palvelumuotoilun tuplatimanttikonseptia (Design Council 2015). Tuplatimanttikonsepti tarjoaa monia erilaisia työkaluja ajattelun edistämiseksi ja ideoiden jäsentämiseksi. Vihreä vastuu -hankkeen työpajoissa käytettiin muun muassa arvokarttaa, jonka avulla pohdittiin, mikä on se arvo, jonka yritys palvelulla luo ja luodaanko se omista vai asiakkaan lähtökohdista. Asiakasprofiilien avulla pystyttiin tarkentamaan kohderyhmän tarpeita ja palvelun vaatimuksia.

Muita käytettyjä työkaluja hankkeessa olivat muun muassa ideakortti, palvelukonsepti, asiakaspolku ja palvelumallin blueprint. Ideakortti ja palvelukonsepti auttoivat jäsentämään palvelun kehitysideoita jatkotyöstöä varten. Jatkotyöstössä jäsenneiltyjä ideoita kehitettiin asiakaspolun avulla konkreettiseen muotoon asiakkaan näkökulmasta. Palvelumallin blueprint toi asiakaspolun ympärille muut palvelumallin osat mietittäväksi, kuten esimerkiksi, mitä tapahtuu tilitoimistossa, kun halutaan varmistaa positiivinen asiakaskokemus.

Vihreä vastuu -hankkeen palvelumallin kehittämisessä hyödynnettiin hanketiimin lisäksi paria sataa Laurean AMK- ja YAMK-opiskelijaa integroimalla heidän opintojaksonsa palvelumallin kehittämistyön ympärille. Näin saatiin raikasta ja arvokasta uutta näkökulmaa palvelun kehittämiseen. Tämä lisäksi tietojenkäsittelyn opiskelijat tuottivat omissa opinnoissaan esimerkiksi chatbot-palvelun ja animaatioita vastuullisuusraportoinnista. Opiskelijoiden tuotokset liitetään lopullisen palvelumallin tukimateriaaleihin.

Kun selkeä uusi palvelumalli ja sen vaatimat sisäiset toiminnot oli kartoitettu, tilitoimistot pääsivät testaamaan palvelumallia omien asiakkaidensa kanssa. Testaus kuuluu olennaisena osana palvelumuotoilun tuplatimanttikonseptiin. Sen avulla saadaan palaute kehitetystä palvelusta loppukäyttäjältä eli yrityksen asiakkaalta. Palvelumallin kehittäjille malli voi näyttytyä selkeänä kokonaisuutena, jolloin helposti sokeutuu puuttuville yksityiskohdille. Palvelumallia muokataan lopuksi asiakkailta saadun palautteen perusteella.

MIKSI TILITOIMISTOT LÄHTIVÄT MUKAAN KEHITTÄMÄÄN PALVELUMALLIA?

Vihreä vastuu -hankkeessa järjestettiin kaiken kaikkiaan viisi palvelumallin kehittämistyöpajaa pilottitoimistoille. Tämän lisäksi järjestettiin 11 palvelumallin iterointiin ja muuhun kehittämiseen liittyvää työpajaa. Nämä veivät jonkin verran aikaa, joka oli pois tilitoimistojen muutoinkin niukoista resursseista. Miksi tilitoimistot sitten lähtivät mukaan kehittämään palvelumallia?

Tärkeimmäksi syyksi tilitoimistot mainitsivat, että he haluavat olla edelläkävijöitä ja vastata asiakkaidensa tarpeisiin jo ennen kuin asiakkaat huomaavat tarvitsevansa palvelua. Tilitoimistot kertoivat, että asiakassuhteet ovat monivuotisia kumppanuuksia, jotka perustuvat luottamukseen. Vastuullisuus nähdään perusedellytyksenä liiketoiminnalle ja siihen halutaan sitouttaa kaikki sidosryhmät. Tilitoimistoille vastuullisuusraportoinnin palvelumalli on kilpailuetu, joka vaikuttaa yrityksen brändiin ja maineeseen sekä asiakkaiden kilpailutilanteissa että rahoittajiin nähden.

Tilitoimistoilla oli aito halu olla vaikuttamassa palvelumallin sisältöön. Toivottiin, että olisi jonkinlainen perusstandardi, joka olisi neutraali ja vertailukelpoinen. Tämän ajateltiin parantavan raportoinnin tuomaa lisäarvoa. Samalla toivottiin, että raportointi olisi tarpeeksi kunnianhimoinen, eikä vain Excel-sivu. Vaikka useimmilla toimistoilla oli jo käytössään sähköiset järjestelmät, niin varsinkin pienet tilitoimistot kokivat tämän vielä haasteeksi, sillä kaikki asiakkaat eivät olleet vielä valmiita sähköisten järjestelmien käyttöönottoon liittyviin muutoksiin. Useat pienet toimistot toivoivat, että palvelumalli olisi mahdollisimman kevyt toteuttaa, jottei se veisi liikaa aikaa jo valmiiksi niukoista resursseista.

PALAUTE TYÖPAJOISTA

Vihreä vastuu -hankkeen työpajat olivat intensiivisiä tilaisuuksia, joissa tilitoimistot hyvin ennakkoluulottomasti heittäytyivät mukaan kehittämään palvelumallia. Ideoita syntyi paljon, niitä iteroitiin ja palloiteltiin, ja välillä uskallettiin jopa ehdottaa "outside the box" -ajatuksia. Jokaisen työpajan jälkeen osallistujilla oli mahdollisuus antaa palautetta tunnelmistaan. Palautteen perusteella tilitoimistot kokivat työpajat hyödyllisiksi, ajatuksia herättäviksi ja inspiroiviksi. Jotkut mainitsivat saaneensa ideoita, joita voivat toteuttaa saman tien omassa työssään.

Tunnelmia neljännen työpajan jälkeen?



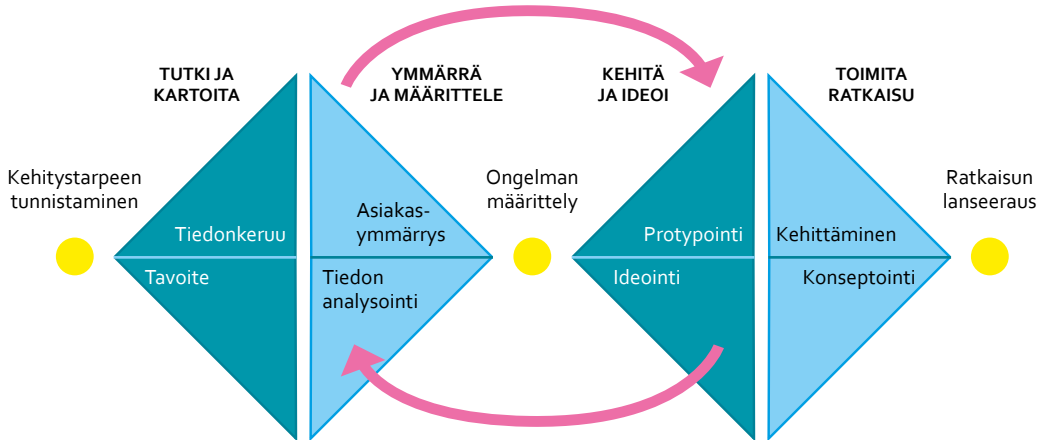
A word cloud of feedback phrases from a pilot workshop. The phrases are arranged in a roughly circular pattern and include:

- hyvä työpohja
- paljon miettimistä
- vastuullisuuspalvelu-ahaa
- loistava päivä
- loistavia ideoita
- mielenkiintoinen
- hyvää ryhmätyöskentelyä
- innostava
- hyvää kesää
- ajatuksia herättävä
- syvällistä pohdintaa
- hyvä pohja lähteä eteenpä

Kuvio 1. Tunnelmia kesäkuun 2022 pilottityöpajan jälkeen.

Vihreän tilinpäätöksen ja vastuullisuusraportoinnin palvelumallia on kehitetty sadoissa työpajoissa tilitoimistojen, heidän asiakkaidensa, opiskelijoiden ja hanketiimin kanssa testausvaiheeseen mennessä. Palvelumallin kehittäminen jatkuu mm. yhteistyössä tilitoimistojen ja heidän asiakkaitensa testauksesta antaman palautteen, EUn yritysvastuulain etenemisen, Laurean YAMK-opiskelijoiden tekemien kehittämis ehdotusten ja hanketiimin jatkotyöskentelyn pohjalta. Vastuullisella toiminnalla ja palvelumallia hyödyntämällä pk-sektorin toimijat voivat omalta osaltaan vaikuttaa kestäväen kehityksen edistämiseen ja oman liiketoimintansa kannattavuuteen.

- **Tuplatimantti** on visuaalinen kuvaus ideointi- ja suunnitteluprosessista, jota käytetään usein palvelumuotoiluprosessin pohjana. Se kuvaa suunnittelun neljänä vaiheena, jotka on ryhmitelty kahden timantin muotoon.



Tuplatimanttiprosessi (Ahtola 2020).

Palvelumuotoilun työkaluja:

- **Ideakortti** auttaa työstämään idean eri näkökulmia, jäsentämään ideaa ja arvioimaan sen tuomaa arvoa asiakkaalle.
- **Palvelukonseptin** avulla mietitään mitä resursseja palvelun toteuttamiseen tarvitaan, mitä hyötyä ja millaisen kokemuksen se tarjoaa asiakkaalle, miksi ja miten palvelua käytetään, mitä liiketoiminnallista arvoa palvelusta syntyy ja miten sitä mitataan.
- **Asiakaspolun** avulla pääsee syventymään asiakkaan näkökulmaan ja kokemukseen palvelusta.
- **Palvelumallin blueprint** auttaa kuvaamaan palvelun kokonaisvaltaisesti askel askelelta ohjeeksi, jonka avulla kuka tahansa voi rakentaa ja toteuttaa ideoidun palvelun.

Lähteet

Ahtola, H. 2020. Palvelumuotoiluprosessi ja sen vaiheet. Blogi. Arter. Viitattu 20.4.2023 <https://www.arter.fi/palvelumuotoiluprosessi-ja-sen-vaiheet/>

Design Council. 2015. The Double Diamond. Viitattu 10.2.2023 <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/the-double-diamond/>

Edmondson, A. 1999. Psychological Safety and Learning Behavior in Work Teams. Administrative Science Quarterly. Cornell University.

Euroopan komissio. 2022. A European Green Deal. Striving to be the first climate-neutral continent. Viitattu 5.2.2023. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2022/2464. EUR-Lex. Viitattu 5.2.2023. https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

Stickdorn M., Hormess M., Lawrence A. & Schneider J. 2018. This is service design doing. Sebastopol: O'Reilly.

Tuulaniemi, J. Palvelumuotoilu. 2011. Helsinki: Talentum Media Oy.

JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET:

Talari, M. 2022. Vihreä vastuu -hanke. Tilitoimistojen haastattelut.

3 Taloudellinen vastuu – mittarit ja tunnusluvut

Arto Lindeberg & Jukka Sirkiä

KIRJANPITOLAUTAKUNTA ON ANTANUT vuonna 2006 yleisohjeen ympäristöasioiden kirjaamisesta, laskennasta ja esittämisestä tilinpäätöksessä (Kirjanpitolautakunta 2006). Ohjeen käyttö on omaksuttu vain jossain määrin suurissa yrityksissä. Ympäristöasioita on yritysten osalta tarkasteltu lähinnä itselle edullisesti, ei kriittisesti.

Asiaan tuli lisää virtaa keväällä 2021, kun Euroopan Unioni aloitti valmistelevan uutta yritysvastuulakia, joka toisi tarkasteluun yritysten vastuuta laajemminkin (Euroopan parlamentin päätöslauselma 2021). Yritysvastuulaki tulisi jatkossa tarkastelemaan yrityksen vastuuta taloudellisen vastuun, sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun osalta.

TALOUDELLINEN VASTUU – LÄHTÖKOHTA JA MITTARIT

Tähän mennessä yritysvastuuseen kuuluvaa vastuullisuusraportointia ovat toteuttaneet lähinnä isot yritykset (yli 500 henkilöä työllistävät ja yleisen edun kannalta merkittävät yritykset). Vuonna 2021 Euroopan komissio teki yritysvastuulakialoitteen. Lainsäädännöllä ohjataan jatkossa suomalaisyrityksiä ottamaan huomioon sekä omassa toiminnassa että toimitusketjuissa aiheutuvat haitalliset vaikutukset ihmisiin ja ympäristöön. Yritysvastuulaki koskisi jatkossakin vain suuria yrityksiä.

Isoin muutos uudessa lakiehdotuksessa on, että käytännössä isot yritykset voivat jatkossa vaatia pieniltä pk-yrityksiltä ja yhteistyökumppaneiltaan vastuullisuusraportointia, joten direktiivi koskisi epäsuorasti niitä pk-yrityksiä, jotka toimivat osana isojen yritysten arvoketjua. Pk-yritysten sidosryhmät (asiakkaat, työntekijät, rahoittajat, sijoittajat) odottavat ja vaativat vastuullisuutta. Vastuullisuus voi parantaa pk-yrityksen mainetta, kilpailukykyä, läpinäkyvyyttä, luottamusta ja vastuullisuuteen liittyvää riskienhallintaa. Yritys voi

pärsjätä kilpailutuksissa paremmin, jos vastuullisuus on todennettavissa, sillä vastuullisuusraportti kertoo yrityksen käytännön liiketoiminnassa toteuttamista arvoista ja toiminnasta.

TALOUDELLISEN VASTUUN MERKITYS YRITYKSILLE

Yritystoiminnan tulee lähtökohtaisesti olla kannattavaa yrityksen omistajien tavoitteiden mukaisesti. Osakeyhtiölain (624/2006, 1:5.) mukaan asia nähdään voiton tuottamisena omistajille, ellei yhtiöjärjestyksessä ole toisin mainittu. Voimakkaasti kasvua hakevissa niin sanotuissa kasvuyhtiöissä voiton tavoittelu voi olla valitun strategian mukaan korvattu vahvalla kasvutavoitteella. Taloudellinen vastuu voidaan tiivistäen kiteyttää aiheisiin: kilpailukyky ja -etu, kannattavuus, tehokkuus, omistajien tuotto-odotuksiin vastaaminen sekä taloudellisen lisäarvon jakautuminen eri sidosryhmien kesken.

Yrityksen kannattavuus on merkittävä toiminnan jatkuvuuden turvaaja, ei vain omistajien näkökulmasta vaan myös erityisesti asiakkaiden ja sidosryhmien näkökulmasta. Yrityksen jatkuvuus varmistaa elinkaareltaan pitkäkestoisia ja laadukkaita palveluja tulevaisuudessa odottavien asiakkaiden tarpeiden huomioimisen. Yrityksen sisäisissä sidosryhmissä tärkeää on kiinnittää huomiota henkilöstön työpaikkojen turvaamiseen ja oikeudenmukaiseen palkkaukseen. Vastaavasti ulkoisista sidosryhmistä verottaja, rahoittajat ja vakuutusyhtiöt odottavat sitoumuksien täyttämistä heikompina aikoina. Luotettava yritys hoitaa velvoitteensa ja maksunsa ajallaan. Kaikkiaan tämä lisää tarvetta onnistuneeseen ja riittävään myyntiin sekä oikeanlaiseen hinnoitteluun.

VIHREÄ VASTUU -HANKKEESSA KEHITETTIIN TALOUDELLISEN VASTUUN MITTARISTOA

Vihreä vastuu -hanke on syntynyt tarpeesta tarkastella yritysten vihreitä tilinpäätöksiä samalla tavalla kuin taloudellisia arvoja on jo pitkään tarkasteltu perinteisessä tilinpäätöksessä. Hankkeessa on järjestetty yli kymmenen työpajaa tai webinaaria tilitoimistoille loppuvuodesta 2021 lähtien. Vihreä vastuu -hankkeen tilitoimistoille ja heidän asiakkailleen järjestämät työpajat ovat tähdänneet tilitoimistojen ja heidän asiakkaidensa vastuullisuusosaamisen kehittämiseen ja vastuullisuuteen liittyvän palvelumallin ja raportoinnin kehittämiseen ja käyttöönottoon.

Taloudellisen vastuun raportoinnin tueksi liittyvää yritys vastuukyselyä on kehitetty yhteistyössä hankkeen asiantuntijatiimin ja hankkeeseen osallistuneiden tilitoimistojen sekä järjestelmätoimittajien asiantuntijoiden kanssa. Yritys vastuukyselyn taloudellisen vastuun kysymysosio ja palvelumalli ovat

- pk-yrityksille työväline ja raportoinnin tuki
- yritysten käytettävissä ja hyödynnettävissä vapaasti hankkeen aikana ja sen jälkeen.

Yritys vastuukyselyn kehittäminen on aloitettu keväällä 2022 ja tammikuussa 2023 testauksessa on versio 1.5, jota kehitetään edelleen elokuuhun 2023 asti. Yritys vastuukyselyn versiohallinta ja kehittyminen ilmenevät versiohallinnan kautta.

Kyselylomakkeen avulla on tarkoitus tuoda julki vastaajan taloudelliseen vastuuseen liittyviä asioita, joilla voi olla tärkeä merkitys yrityksen eri sidosryhmille. Vastatessaan kysymyksiin vastaaja joutuu tarkastelemaan ja pohtimaan liiketoiminnan nykytilaa ja tulevaa kehitystä vastuullisuuden näkökulmasta. Lomakkeessa on pyritty huomioimaan kaikki yrityksen sidosryhmät. Kuviossa 1 on esimerkki yritys vastuukyselyn taloudellisen vastuun osiosta.

Taloudellisen vastuun kysymykset

17. Onko yrityksenne hoitanut kaikki verovelvoitteensa ja työnantajavelvoitteensa (kuten tapaturma- ja eläkevakuutukset)?

Kyllä

Ei

18. Onko yrityksellänne maksamattomia veroja tällä hetkellä?

Kyllä

Ei

19. Mikäli yrityksellänne on maksamattomia veroja avaa tähän syy eli miksi?

Kirjoita vastaus

20. Kuinka paljon yrityksenne on maksanut tulo-, kunnallis- ja yhteisöveroa yhteensä päättyneen tilikauden aikana? (Toiminimen osalta tiedot löytyvät henkilökohtaisesta verotuksesta.)

Kirjoita vastaus

Kuvio 1. Yritysvastuukyselyn taloudellisen vastuun esimerkkiosio.

Taloudellisen vastuun tarkastelussa mukana on yrityksen maksettujen tai maksamattomien verojen tilanne valtion ja kunnan suuntaan. Verojen osalta tarkastelussa ovat välittömät ja välilliset verot. Tärkeää on tietää, ovatko kaikki työnantajan lakisääteiset sitoumukset hoidettu asiallisesti ja ajallaan. Yrityksen saamat avustukset ja kohteet on hyvä tuoda julki. Yhtiömuotoisten yritysten hallinnon asiallinen hoitaminen ja dokumentointi lisäävät luottamusta. Henkilöstön osalta kiinnostavia tekijöitä ovat palkka ja muut edut sekä henkilöstön mahdollisuus vaikuttaa yrityksen hallinnossa, viimeaikaiset irtisanomiset ja niiden syyt. Kyselylomake sisältää lisäksi esimerkiksi yrityksen kannattavuuteen, maksuvalmiuteen ja vakavaraisuuteen liittyviä asioita. Joitakin sidosryhmiä voi kiinnostaa yrityksen tulevaisuus ja kasvuaikheet sekä voitonjakopolitiikka, jonka vuoksi nekin on huomioitu yritysvastuukyselyssä.



YHTEENVETO

Yhtenä Vihreä vastu -hankkeen keskeisenä lisäarvona on pk-yritysten herättäminen tunnistamaan vastuullisuus yhdeksi kilpailueduksi ja kehittämään liiketoiminta vastuullisuuden vaatimuksia vastaavaksi. Vihreä tilinpäätös ja yritys vastuulaki käsiteltynä yhdessä tai erikseen ovat tervetullut lisä yritysten raportointiin. Sen perinteistä tilinpäätöstä täydentävä rooli tarjoaa huomattavaa lisäarvoa yritysten erilaisille sidosryhmille. Vihreä vastu -hankkeessa on kehitelty vihreään tilinpäätökseen ja vastuullisuusraportointiin liittyvää lisäpalvelua tilitoimistoille, jotta ne voisivat palvella paremmin ja monipuolisemmin omia asiakkaitaan.

Yritysvastuulain lopullinen muoto tulee vielä varmasti muokkaantumaan lopullisen lain valmistuttua. Vaikka yritys vastuuseen liittyvät asiat ovat kehityksen alla ja keskeneräisiä, on jo nyt nähtävissä joidenkin yritysten osalta yritys vastuulain vaateisiin suuntautuvaa käyttäytymistä ja toimintaa. Suunnannäyttäjinä ovat olleet erityisesti kansainväliset yritykset.

Lähteet

Kirjanpitolautakunta. 2006. Viitattu 27.1.2023. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0073_FI.html

Euroopan parlamentin päätöslauselma 2021. Viitattu 2.2.2023. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0073_FI.html

Osakeyhtiölaki 624/2006. FINLEX – Säädökset alkuperäisinä: 624/2006. Viitattu 17.1.2023. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>

4 Sosiaalinen vastuu pk-yritysten yritys vastuuraportoinnissa

Suvi Sivén & Terhi Tuominen

YRITYSVASTUU POHJAUTUU TALOUDELLISEN, ympäristöllisen, kulttuurisen ja sosiaalisen vastuun osa-alueisiin (Opas sosiaalisesti vastuullisiin... 2017). Kestävään kehitykseen ja vastuullisuuden liittyvässä yhteiskunnallisessa keskustelussa on huomioitu ennen kaikkea kierrätykseen ja ympäristövastuullisuuteen liittyvät asiat viime vuosina (esim. ympäristöystävälliset energia- muodot). Yritysvastuu ja vastuullisuus kattavat ympäristövastuullisuuden lisäksi muun muassa sosiaaliseen vastuullisuuteen liittyvät asiat.

Tällä hetkellä sota Euroopassa ja siihen liittyvät ihmisoikeuksiin ja sosiaaliseen vastuuseen liittyvät kysymykset ovat nousseet yleisiin keskusteluihin. (Sustainable Brand Index 2023). Tästä huolimatta sosiaaliseen vastuullisuuteen liittyvät asiat eivät ole yhtä paljon esillä vastuullisuuteen liittyvissä kirjoituksissa ja keskusteluissa kuin esimerkiksi ympäristövastuullisuuteen liittyvät asiat. Sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan ennen kaikkea sitä, että yritys huomioi toiminnassaan ihmisoikeudet ja niiden toteutumisen sekä sidosryhmäsuhteet toimintaympäristössään (Opas sosiaalisesti vastuullisiin... 2017).

Sosiaalisen vastuun tekijöitä tarkasteltaessa laajemmassa yhteiskunnallisessa viitekehyksessä esille tulevat erilaiset yhteiskunnalliset hyödyt ja säästöt, kuten esimerkiksi sosiaali- ja terveystalouden kuormituksen aleneminen sairauspoissaolojen vähenemisen kautta. Sosiaalisesti vastuullisesti tuotettujen palvelujen ja tuotteiden kysyntä on kasvanut ja yritykset tarjoavat enemmän tuotteita ja palveluja, joissa on huomioitu sosiaalinen vastuullisuus (Opas sosiaalisesti vastuullisiin... 2017).

Sosiaalinen vastuu on osa EU:n yritys vastuulakia, jossa korostuu ihmisoikeuksien huolellisuusvastuun elvoite. Yritysvastuulaki ei suoraan edellytä pk-yrityksiltä vastuullisuusraportointia tai vastuullisuuteen liittyvien tekijöiden ja mitattujen tunnuslukujen esittämistä osana toiminnantarkastusta tai tilinpäätöksen liitetietoja. Näistä kertominen konkretisoituu yrityksen osallistuessa esimerkiksi julkisiin hankintoihin, suuren yrityksen arvoketjuun tai investointirahoitusta haettaessa. Tällöin pk-yrityksen tulee esittää tarvittavat vastuullisuudes-

ta kertovat tiedot. Sosiaalisen vastuun osalta julkisten hankintojen yhteydessä kiinnitetään huomiota esimerkiksi työehtoihin, palkanmaksuun, työaikoihin, ihmisoikeuksiin, palvelu- tai tuotantoprosessiin osallistuvien työoloihin sekä työväliseisiin, esiintyneisiin väärinkäytöksiin ja toimitusketjun eri vaiheiden työntekijöiden oikeuksiin. (Opas sosiaalisesti vastuullisiin... 2017.)

Tässä artikkelissa rajaudutaan sosiaalisen vastuun käsittelyyn näkökulmista 1) mitkä ovat sosiaalisen vastuullisuuden lähtökohtia ja ulottuvuuksia, 2) miten sosiaalinen vastuu vaikuttaa pk-yrityksissä, 3) kuinka sosiaalista vastuuta voidaan arvioida ja 4) miten sosiaalinen vastuu on huomioitu pk-yrityksille suunnatun Vihreä vastuu -hankkeen palvelumallin muotoilussa.

SOSIAALISEN VASTUUN LÄHTÖKOHDAT JA ULOTTUVUUDET

Arvoketjun sosiaalisten vaikutusten kartoituksessa huomioidaan Porterin 1985 mukaan myönteiset ja kielteiset vaikutukset rekrytoinnista lomautuksiin ja kasvihuonekaasujen päästöemissioihin. Porter on jakanut arvoketjun perus- ja tukitoimintoihin, joiden jokaisessa toiminta-alueessa on esimerkkinä nostettu jokin sosiaaliseen vastuuseen liittyvä tekijä kuten sidosryhmätoiminta, eettiset kysymykset, koulutus, työharjoittelu, turvallisuus, syrjimättömyys ja työehdot. (Porter & Kramer 2006, 104–105.)

Suomalainen yritysvastuullisuuden järjestö Finnwatch edistää ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti vastuullista liiketoimintaa ja korostaa ihmisoikeuskysymysten toteuttamista keskeisenä osana yritysvastuuta. Järjestö on muun muassa korostanut EU:n yritysvastuulakialoitteeseen liittyen yritysten velvoitetta huolehtia ennaltaehkäisevästi haitallisista ihmisoikeus- ja ympäristövaikutuksista koko yrityksen arvoketjussa. (Finnwatch 2022.) Ihmisoikeuksien toteuttamiseen liittyvät asiat kuuluvat keskeisesti sosiaalisen vastuun ulottuuteen ja toimivat sen perustana (Koskenranta 2021).

Ihmisoikeuksilla tarkoitetaan perustavaa laatua olevia oikeuksia, jotka on turvattu kansainvälisissä sopimuksissa. Ihmisoikeussopimukset ovat valtioiden välisiä sopimuksia. Saattamalla sopimuksen voimaan valtio sitoutuu toteuttamaan sopimuksessa määritellyt velvoitteet. Ihmisoikeussopimuksia on sekä kansainvälisiä, kaikkien maailman valtioiden sovellettavaksi mahdollisesti tulevia sopimuksia, että alueellisia sopimuksia, jotka koskevat vain tiettyä aluetta, kuten Eurooppaa tai Amerikkaa. Kansainväliset sopimukset on laadittu esimerkiksi Yhdistyneissä kansakunnissa. Alueelliset sopimukset on puolestaan laadittu esimerkiksi Euroopan neuvostossa, joka on laatinut Euroopan ihmisoikeussopimuksen. Perus- ja ihmisoikeudet muodostavat yhdessä toisiaan täydentävän oikeudellisen suojajärjestelmän. Ihmisoikeussopimukset on sisällytetty Suomen perustuslakiin, kun se uudistettiin vuonna 1995. Kansainväliset ihmisoikeussopimukset määrittävät vähimmäistason, jolla ihmisoikeuksia on suojattava. Ihmisoikeuksien toteuttaminen liittyy monesti sananvapauden, tasa-arvoon ja vähemmistöryhmien oikeudenmukaiseen kohteluun.

Sosiaalisen vastuun vaikutukset pk-yrityksissä

Suuren määrän vuoksi pienillä ja keskisuurilla yrityksillä on yhteiskunnallisesti suuri vaikutus sosiaaliseen vastuuseen. Yritysten tulisi huomioida liiketoiminnassaan selkeästi sosiaalisen vastuun strategia: kuinka yritys toteuttaa toiminnassaan tasa-arvoa ja syrjimättömyyden periaatteita sekä edistää tasa-arvoista ja oikeudenmukaista kohtelua sidosryhmiensä kanssa? Määrittelemällä sosiaalisen vastuun strategiset painopisteet voi yritys tunnistaa omat vaikutusmahdollisuudet sekä asettaa liiketoiminnassaan tavoitteet sosiaaliselle vastuulle. Yrityksen tulisi seurata sosiaalisen vastuun eri ulottuvuuksien toteutumista yrityksessään: tarjoaako yritys esimerkiksi koulutusta tai ylimääräisiä työterveys- ja työhyvinvointia tukevia palveluita työntekijöilleen?

Osa sosiaalisen vastuun osa-alueista on minimivaatimuksia, joita yritykseltä odotetaan (esimerkiksi pakollinen työterveyshuolto ja lain noudattaminen sosiaaliseen vastuuseen liittyen), kun taas tiettyjen sosiaalisen vastuun osa-alueiden (esim. erinomainen esimiestyö ja työhyvinvointi) avulla yritys voi luoda itselleen kilpailu- ja imagoetua sidosryhmien keskuudessa. Sosiaalisesti vastuullisella toiminnalla on myönteinen vaikutus esimerkiksi yrityksen vastuullisuuden vetovoimaan, työllistymiseen, ihmisoikeuksien turvaamiseen, työllistymisen muotoihin ja työhyvinvointiin, jotka vahvistavat edelleen yrityksen kannattavuutta. Yritys voi saada kilpailuetua sosiaalisen vastuun toteuttamisesta esimerkiksi julkisissa hankinnoissa. Toisin sanoen, yritysten tulee esittää sosiaalisen vastuun eri osa-alueiden toteutuminen esimerkiksi julkisiin hankintoihin osallistuessaan.

Sosiaalisesti vastuullisella toiminnalla voi olla positiivisia vaikutuksia muihin vastuullisuuden ulottuvuuksiin. Turusen (2021) väitöskirjan mukaan vastuullisuuden eri ulottuvuuksilla on usein ristikkäisvaikutuksia muihin vastuullisuuden osa-alueisiin. Tämän vuoksi vastuullisuusstrategian suunnittelussa on huomioitava eri osa-alueiden ristikkäisvaikutukset muille osa-alueille. Esimerkiksi sosiaalisesti vastuullinen toiminta voi vaikuttaa positiivisesti taloudellisen vastuun ulottuvuuteen.

Seuraavassa, sosiaalisen vastuun arviointia käsittelevässä osuudessa, on muutama esimerkki Vihreä vastuu -hankkeessa tarkastelluista yritysvastuuseen liittyvistä vastuullisuusmalleista, arviointityökaluista ja standardeista osana yritysvastuukyselyn taustatyöstä.

SOSIAALISEN VASTUUN ARVIOINNISTA

Ihmisoikeusjuristi Pentikäisen (Koskenranta 2021) mukaan pk-yrittäjän kannattaa kiinnittää huomiota seuraaviin asioihin arvioidessaan oman yrityksensä ihmisoikeuksien toteuttamiseen liittyviä asioita:

1. Aloita vastuullisuustyö ihmisoikeusvaikutusten arvioinnilla.
2. Tunnista, käyttäkö yritys raaka-aineita, joihin liittyy ihmisoikeusriski.
3. Ihmisoikeusasiat ovat arkea, kuten terveyden, turvallisuuden ja yksityisyyden turvaamista.
4. Ymmärrä yritysvastuun osa-alueiden riippuvuussuhteet kuten ympäristövastuun vaikutus ihmisoikeuksiin.
5. Ymmärrä vastuullisuusviestinnän avoimuus, ymmärrettävyys ja rohkeus.
6. Ymmärrä, että liiketoiminnan muuttuessa vastuullisuuden vaikutukset muuttuvat.

Organisaatioiden ja yritysten vastuullisuuden ja kestäväen kehityksen arviointiin on kehitetty useita erilaisia malleja, työkaluja ja standardeja. Yhtä yhteismitallista tapaa ei ole, mutta joulukuussa 2022 vahvistettu CSR-direktiivi (corporate social responsibility directive) pohjustaa yhtenäisempää tapaa yritysvastuun arvioinnin osata. Sosiaalinen vastuu on yksi keskeinen osa laajempaa yritysvastuuta (Niskala, Tarna-Mani, Puroila & Pajunen 2019, 19) mutta on vielä epäselvää, miten CSR-direktiivi tulee vaikuttamaan sosiaalisen vastuun arviointiin. Monet sosiaaliseen vastuuseen liittyvät asiat ovat kokemuspohjaisia, ja niitä on vaikea mitata objektiivisesti ja neutraalisti: esimerkiksi saman yrityksen työntekijät voivat kokea hyvin eri tavalla työhyvinvointiin tai esimiestyöhön ja tasa-arvon toteuttamiseen liittyvät asiat. Työhyvinvoinnin mittaamiseen voidaan käyttää esimerkiksi Great Place to Work – tai Pulssi-kyselyitä.

Sosiaalisen vastuun arviointi pienten ja keskusuurten yritysten näkökulmasta vaatii paneutumista erilaisiin aiheita käsitteleviin kyselyihin. Kyselyihin paneutumisen lisäksi tarvitaan paneutumista siihen, mistä sosiaa-

lisen vastuun osa-alueesta halutaan tarkempaa tietoa. Pk-yrityksen tulisi arvioida, mikä kaikista tarjolla olevista kyselyistä ja mittareista on itselle käyttökelpoinen ja riittävä yrityksen liiketoiminnan kannalta. Arvioinnin lisäksi tulisi miettiä, mitä kyseistä kyselyä/työkäytäntöä käyttämällä voidaan kertoa vastuullisuudesta sekä kestävästä kehityksestä yrityksen sidosryhmille vastaten heidän kysymyksiinsä ja tarpeisiinsa.

Sosiaalisen vastuun laatutason arvioinnissa ja auditoinnissa voidaan käyttää esimerkiksi amfori BSCI (Business Social Compliance Initiative) -järjestelmää. Amfori BSCI perustuu käytäntösuunnitelmiin, jotka pohjautuvat Kansainvälisen Työjärjestö (ILO):n perussopimuksiin. Käytännössä tämä tarkoittaa yrityksen toimitusketjun edistymisen tarkkailua kestävä kehityksen vaatimukset täyttävien liiketoimintatapojen käyttöönotossa ja niiden parantamisessa. BSCI:n tavoitteena on muun muassa toimitusketjujen sosiaalisen suorituskyvyn parantaminen sekä selkeä ja yhtenäinen valvonta. Tavoitteiden toteutumisen auditoinnissa ja tarkastelussa kiinnitetään erityisesti huomiota Code of Conductin toteutumiseen ja suorituskyvyn osalta huomion kohteena ovat muun muassa henkilöstön osallistaminen ja suojeleminen, syrjimättömyys, oikeudenmukainen palkkaus, järjestäytymisvapaus, työehtosopimukset, työterveys ja -turvallisuus, pätkätyöt, työaika sekä lapsi-työvoiman käyttämättömyys. (SGS 2023.)

Sosiaalista vastuuta voidaan arvioida YK:n Agenda 2030 (Valtioneuvostonkanslia) SDG (Sustainable Development Goals) määrittelemien kestävä kehityksen tavoitteilla. Yleisen tason tavoitteita on 17 kappaletta. Näistä seitsemästätoista tavoitteesta sosiaaliseen vastuuseen linkittyvät keskeisesti esimerkiksi seuraavat päätavoitteet:

- Tavoite 1. Poistaa köyhyys sen kaikissa muodoissa kaikkialta.
- Tavoite 2. Poistaa nälkä, saavuttaa ruokaturva, parantaa ravitsemusta ja edistää kestävää maataloutta.
- Tavoite 3. Taata terveellinen elämä ja hyvinvointi kaiken ikäisille.
- Tavoite 4. Taata kaikille avoin, tasa-arvoinen ja laadukas koulutus sekä elinikäiset oppimismahdollisuudet.
- Tavoite 5. Saavuttaa sukupuolten välinen tasa-arvo sekä vahvistaa naisten ja tyttöjen oikeuksia ja mahdollisuuksia.
- Tavoite 6. Varmistaa veden saanti ja kestävä käyttö sekä sanitaatio kaikille.
- Tavoite 8. Edistää kaikkia koskevaa kestävää talouskasvua, täyttä ja tuottavaa työllisyyttä sekä säällisiä työpaikkoja.
- Tavoite 10. Vähentää eriarvoisuutta maiden sisällä ja niiden välillä.
- Tavoite 16. Edistää rauhanomaisia yhteiskuntia ja taata kaikille pääsy oikeuspalveluiden pariin; rakentaa tehokkaita ja vastuullisia instituutioita kaikilla tasoilla. (Agenda 2030.)

Mainittujen tavoitteiden tarkastelu pienten ja keskisuurten yritysten näkökulmasta vaikuttaa otsikoiden pohjalta laajalta.

Yhtenä arvioinnin mahdollisuutena on ESRS:n (European Sustainability Reporting Standards) sosiaalista vastuuta koskevat standardit, joita on neljä eli:

- S1 Oma työvoima,
- S2 Arvoketjun työvoima,
- S3 Vaikutuksen piirissä olevat yhteisöt
- S4 Kuluttajat ja loppukäyttäjät.



Omaa työvoimaa koskevan standardin toimenpiteet jakautuvat työoloihin, tasa-arvoisiin mahdollisuuksiin ja työoikeuksiin liittyviin asioihin. Arvoketjun työvoimaa koskevan standardin tavoitteisiin vastaamiseksi tulee kiinnittää huomiota arvoketjussa olevan työvoiman työoloihin, tasa-arvoisiin mahdollisuuksiin ja muihin ihmisoikeuksiin. Vaikutuksen piirissä olevien yhteisöjen osalta yrityksen tulee kertoa vaikutuksista yhteisön taloudellisiin, sosiaalisiin ja kulttuurisiin oikeuksiin sekä vaikutuksista yhteisön yksityisoikeuksiin, poliittisiin ja alkuperäiskansojen oikeuksiin. Kuluttajia ja loppukäyttäjiä koskeva standardin toimenpiteet kohdistuvat yksityisyyteen ja ilmaisuvapauteen, kuluttajien ja loppukäyttäjien turvallisuuteen sekä sosiaaliseen osallisuuteen ja syrjimättömyyteen. (EFRAG 2022.)

Joulukuussa 2022 Euroopan Unionin virallisessa lehdessä julkistetussa EU:n yritysten kestävyysraportoinnin direktiivin vahvistamisen tarkastelun yhteydessä tuotiin esille, että tosiasialliset tai mahdolliset haittavaikutukset ihmisoikeuksissa kuuluvat merkittävimpiin yritysvaikutuksiin. Arvioinnin kohteena olevat vakavuus ja merkitys perustuvat vaikutuksen kohteena olevien ihmisten lukumäärään ja vaikutuksen kohteena olevien ihmisten tilanteen korjaamiseen. Näitä kestävyysseikkoja, joita tulisi arvioida ja ottaa mukaan raportointiin, ovat esimerkiksi työntekijöiden osaaminen ja motivaatio sekä yrityksen sidosryhmiin kohdistuvat vaikutukset, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa. Yritysten olisi julkistettava tietoja täsmennyksin esimerkiksi ihmisoikeuksista, perusvapauksista, sukupuolten tasa-arvosta, palkkaeroista ja esteettömyystoimenpiteistä. Direktiivi huomioi arvioinnin kohteena edellisten lisäksi esimerkiksi koulutuksen, osaamisen kehittämisen, työehtosopimuksista sekä sukupuolten monimuotoisuudesta. (Euroopan Unionin virallinen lehti 2022.)

SOSIAALINEN VASTUU VIHREÄ VASTUU -HANKKEEN YRITYSVASTUUN PALVELUMALLISSA

Pk-yrityksille suunnatun yritys vastuun palvelumallin muotoilussa ja siihen liittyvän yritys vastuukyselyn sosiaalisen vastuun kysymysten asettamisessa hyödynnettiin hankkeessa tehtyjä erilaisia aiheeseen liittyviä selvityksiä sekä eri vastuullisuusmallien, -työkalujen ja -standardien tarkasteluja ja benchmarking-toimia. Näitä taustaselvityksiä on käsitelty muun muassa Laurea Journalissa julkaistussa ”Vastuullisuuden taustavaikeuttajat” -yhteisjulkaisussa, joka koostui yhteensä yhdeksästä eri artikkelista (Siven 2022).

Vihreä vastuu -hankkeessa analysoitiin aiempia vastuullisuusmalleja ja työkaluja. Tehtyjen selvitysten avulla hahmoteltiin, mitä pienten ja keskisuurten yritysten yritys vastuukyselyssä tulisi sosiaalisen vastuun osalta painottaa. Samalla arvioitiin, mitkä sosiaalisen vastuun asiat ovat sekä tärkeitä että mitattavissa pk-yrityksissä Sosiaalisen vastuun osalta analysoitiin ja arvioitiin, mitkä sosiaaliseen vastuun asiat ovat tärkeitä ja mitattavissa pk-yrityksissä.

Merkittävin vaikutus kysymysten asettamisessa ja valinnassa oli EU:n CSR direktiivillä (Corporate Social Responsibility Directive). Tavoitteena oli asettaa kysymyksiä, joihin voidaan vastata jo olemassa olevilla tiedoilla, ja joita seuraamalla yritys voi asettaa itsellensä kehitystavoitteet sekä seurata kehitystä ja mahdollisesti verrata itseään samalla toimialalla toimivan yrityksen tietoihin.

Lähtökohtana kysymyksiä asetellessa oli jakaa kysymykset numeerisia tietoja kerääviin ja sosiaalisen vastuun tilanteita selittäviin tietoihin. Ohessa kyselyyn valikoituneet numeerisia tietoja koskevat kysymykset:

1. Kuinka monta henkilöä yrityksestänne on irtisanoutunut päättäneen tilikauden aikana?
2. Montako työntekijää yrityksessänne on tällä hetkellä?
3. Montako määräaikaista työntekijää yrityksessänne on tällä hetkellä?

4. Montako osa-aikaista työntekijää yrityksessänne on tällä hetkellä?
5. Paljonko yrityksessänne on ollut sairauslomapäiviä päättyneen tilikauden aikana?
6. Paljonko yrityksessänne on ollut työtapaturmia päättyneen tilikauden aikana?
7. Paljonko yrityksessänne on ollut palkattomia työkuukausia vuodessa?
8. Paljonko olette investoineet työterveyteen lakisäätteisten pakollisten investointien lisäksi?
9. Paljonko yrityksessänne järjestettiin koulutuspäiviä päättyneen tilikauden aikana?
10. Montako palkallisessa työsuhteessa olevaa osatyökykyistä työntekijää yrityksessänne on?

Sosiaalisen vastuun tilanteita selittäviksi kysymyksiksi valikoituivat lopulta seuraavat kysymykset:

1. Kuinka huomioitte tasa-arvoon, monimuotoisuuteen, yhdenvertaisuuteen ja ihmisoikeuksien toteuttamiseen liittyvät asiat yrityksessänne?
2. Mitkä tekijät vaikuttavat työntekijöidenne vaihtuvuuteen yrityksessänne?
3. Mitkä asiat selittävät määräaikaisten työntekijöiden osuutta yrityksessänne?
4. Mitkä asiat selittävät osa-aikaisten työntekijöiden osuutta yrityksessänne?
5. Millaiset asiat vaikuttavat yrityksenne sairaslomiin?
6. Millaiset asiat vaikuttavat yrityksenne työtapaturmiin?
7. Millaisia ennakoivia toimenpiteitä teette sairauspoissaolojen vähentämiseksi?
8. Millaisia ennakoivia toimenpiteitä teette työtapaturmien vähentämiseksi?
9. Miten ylläpidätte henkilöstönne ammattitaitoa ja työssä suoriutumista kannattavuuden takaamiseksi?
10. Mitkä tekijät vaikuttavat yrityksenne ikäjakamaan?
Mikä on yrityksenne tavoite ikäjakautumisen osalta ja miksi?
11. Miten esimiestyönne tukee työssä suoriutumista?
12. Miten esimiestyönne tukee henkilöstön työkykyä, työssäjaksamista ja työn- ja yksityiselämän yhteensovittamista?
13. Onko yrityksessänne käytössä tasa-arvo suunnitelma?
14. Tarjoaako yrityksenne työterveyspalveluja?

Yllä esitetyt sosiaalisen vastuun kysymykset liittyvät keskeisesti tasa-arvoon, työehtoihin, työoloihin, koulutukseen, osaamisen kehittämiseen, työterveyteen- ja turvallisuuteen sekä työvoiman monimuotoisuuteen. Vastausten pohjalta yritys voi kertoa omille sidosryhmilleen sosiaalisen vastuullisuutensa tasosta sekä pohtia sosiaalisen vastuun strategiaansa tarkemmin, asettaa tavoitteita ja tehdä kehityssuunnitelmia vastuullisen liiketoimintansa vahvistamiseksi.

Sosiaalisen vastuun kysymysten kehittämiseksi hankkeessa mukana olevilta pk-tilioimistoilta kerättiin palautetta joulukuun 2022 aikana. Tällä hetkellä kyselystä on menossa versio 1.5. Hankkeessa mukana olevien tilioimistojen palautteiden pohjalta vastuullisuuskyselyä työstetään kevään 2023 aikana siten, että uusi vastuullisuuskysely on valmis tuotettavaksi sekä palvelumalliksi että graafiseen raporttimuotoon. Tulos esitellään Vihreä vastuu -hankkeen lopputilaisuudessa 06.06.2023.

YHTEENVETO

Sosiaalinen vastuu korostuu entisestään EU:n yritys vastuulain muutosten täsmentyessä ja laajentuessa kohti pk-sektoria. Se konkretisoituu jo nyt yrityksen ollessa osa laajempaa arvoketjua, jolloin pk-yrityksen tulee esittää vastuullisuudesta kertovia tietoja. Pk-yritysten merkitys sosiaalisen vastuun kysymyksissä korostuu niiden suuren määrän ja työllistämisen vuoksi.

Tunnistamalla sosiaalisen vastuun strategiset painopisteet pk-yritys voi tunnistaa vaikutusmahdollisuutensa ja asettaa liiketoiminnalleen tavoitteet sosiaalisen vastuun osalta. Näin tehdessään yritys voi luoda itselleen kilpailuetua esimerkiksi vastuullisuuden vetovoimaan rekrytoinnin yhteydessä. Sosiaalisesti vastuullisella toiminnalla voi olla myönteisiä vaikutuksia muihin yrityksen vastuullisuuden ulottuvuuksiin ja sitä kautta kannattavuuteen.

Sosiaalisen vastuun arviointiin on tarjolla erilaisia vastuullisuuden viitekehyksiä, arviointimalleja ja -työkaluja. EU:n alueella tällä hetkellä merkityksellinen on EU:n joulukuussa 2022 vahvistama kestävyysraportoinnin direktiivi, jota tullaan muokkaamaan jatkossa täsmällisemmäksi laajemman yrityskentän kattavaksi. Arvioinnissa kiinnitetään huomiota vaikutuksen kohteena olevien ihmisten lukumäärään ja tilanteen korjaamiseen esimerkiksi ihmisoikeuksista, perusvapauksista, sukupuolten tasa-arvosta, palkkaeroista ja esteettömyystoimenpiteistä.

Vihreä vastuu -hankkeessa muotoiltiin erilaisten selvitysten ja benchmarkkausten avulla, mitä sosiaalisen vastuun osalta tulisi painottaa pienten ja keskisuurten yritysten yritys vastuukyselyssä. Yritys vastuukyselyn sosiaalisen vastuun kysymysten asettelun tavoitteena oli vastausmahdollisuus jo olemassa olevilla tiedoilla. Kyselyn sosiaalisen vastuun kysymyksiksi valikoitui lopulta yhteensä 24 kysymystä, joista 10 kysymystä kohdistui sosiaalista vastuuta kuvaaviin numeerisiin arvoihin ja 14 kysymystä näitä arvoja ja tietoja täsmentäviin kysymyksiin. Vastausten tietoja seuraamalla yritys voi asettaa itsellensä kehitystavoitteet ja seurata yrityksen vastuullisuuskehitystä ja tehdä vertailua samalla toimialalla toimiviin muihin yrityksiin. Näin tehdessään yritys pystyy arvioimaan omaa vastuullisuuttaan sosiaalisen vastuun kautta ja vaikuttaa laajemmin toimintaympäristönsä kestävä kehityksen edistämiseen.

Lähteet

EFRAG. 2022. Sustainability reporting standards. Public consultation on the first set of Draft ESRS – EFRAG Viitattu 10.2.2023. <https://efrag.org/lab3?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

Direktiivi 2022/2464/EU. Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi asetuksen (EU) N:o 537/2014, direktiivin 2004/109/EY, direktiivin 2006/43/EY ja direktiivin 2013/34/EU muuttamisesta yritysten kestävyysraportoinnin osalta (ETA:n kannalta merkityksellinen teksti). Euroopan Unionin virallinen lehti 16.12.2022. Viitattu 11.2.2023. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX:32022L2464>

Finnwatch. 2021. Yritysvastuulaki on nyt lähempänä kuin koskaan. Viitattu 3.2.2023. <https://finnwatch.org/fi/uutiset/892-yritysvastuulaki-on-nyt-laehempaena-kuin-koskaan-%E2%80%93-miten-se-vaikuttaisi>

Kestävähely.fi. Kestävän kehityksen globaali toimintaohjelma Agenda 2030. Valtioneuvoston kanslia. Viitattu 8.2.2023. <https://kestavakehitys.fi/agenda-2030>

Koskenranta, R. 2021. Mitä pk-yrityksen pitää tietää sosiaalisesta vastuusta? Lue Ihmisoikeusjuristin vinkit liikkeelle lähtöön. Suomen yrittäjät. Viitattu 10.2.2023. <https://www.yrittajat.fi/uutiset/mita-pk-yrityksen-pitaa-tietaa-sosiaalisesta-vastuusta-lue-ihmisoikeusjuristin-vinkit-liikkeelle-lahtoon/>

Kyllönen, S. 2016. Eettinen kartta Suomelle. Kestävyys moraalisenä kysymyksenä keskinäisriippuvaisessa maailmassa. Sitran selvityksiä 116. Viitattu 3.2.2023. <https://www.sitra.fi/julkaisut/eettinen-kartta-suomelle/>

Möller, K. & Rajala, A. 2017. Rise of strategic nets – new modes of value creation. Industrial Marketing Management, 36, 895–908.

Niskala, M., Tarna-Mani, K., Puroila, J. & Pajunen, T. 2019. Yritysvastuu. Raportointi – ja laskentaperiaatteet. 3. painos. Helsinki: ST-Akatemia.

Opas sosiaalisesti vastuullisiin julkisiin hankintoihin. 2017. TEM oppaat ja muut julkaisut 3/2017. Viitattu 9.2.2023. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-264-4>

Porter, M. & Kramer, M. 2006. Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Julkaistu uudelleen teoksessa: Harvard Business Review. Greening Your Business Profitably. 2011.

SGS Société Générale de Surveillance SA. Kestävä kehitys. Yhteiskuntavastuun auditoinnit. 2023. Viitattu 9.2.2023. <https://www.sgs.fi/fi-fi/sustainability/social-sustainability/audit-certification-and-verification/social-responsibility-audits>

Sustainable Brand Index™ 2023 Finland. Webinaari 21.3.2023.

Sivén, S. (toim.). 2022. Vastuullisuuden taustavaikuttajat. Laurea julkaisut 194. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-799-658-7>

Turunen, J. 2021. Exploring the Corporate Financial and Social Performance Relationship with Net Impact Method. Väitöskirja. Tampere University. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-2137-6>

5 Ympäristövastuu pienten ja keskisuurten yritysten vihreässä tilinpäätöksessä ja vastuullisuusraportoinnissa

Sini Maunula

KESTÄVÄN KEHITYKSEN TÄRKEYS korostuu ilmastonmuutoksen edetessä, ja yritysten vastuullisuuden kohdistuu enemmän vaatimuksia sidosryhmiltä ja lainsäätäjiltä. Ympäristövastuun raportointi voi olla pienille ja keskisuurille yrityksille haastavaa, jos yrityksessä ei ole ennestään tarpeeksi osaamista vastuullisuudesta eikä aikaa tai resursseja raportoinnille ole. Vihreä tilinpäätös ja vastuullisuus osana vihreää siirtymää eli Vihreä vastuu -hankkeessa pyritään pienten ja keskisuurten yritysten raportoinnin helpottamiseen muun muassa vastuullisuuden raportointiin käytettävän lomakkeen avulla. Tässä artikkelissa kuvataan, miten vihreän tilinpäätöksen ympäristövastuun kysymykset kehitettiin ja valikoitiin.

Yritysvastuu jakaantuu kolmeen osa-alueeseen: taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristölliseen. Ympäristövastuu pitää sisällään yrityksen toiminnan ympäristölle suoraan tai epäsuorasti aiheuttamat vaikutukset. Toiminnan vaikutukset voivat olla laajat ja niiden tunnistaminen ja mittaaminen vastuullisuusraportointia varten voi olla haastavaa yrityksissä, joissa ympäristövastuuseen keskittyvää osaamista ei ole. Vastuullisuusraportteja tekevät pääosin isot yritykset ja raporttien laajuus ja sisällöt vaihtelevat, joten pienelle tai keskisuurille yritykselle voi olla vaikea ottaa niistä mallia.

Vihreä vastuu -hankkeen tavoitteena on kehittää uudenlainen palvelumalli tilitoimistoille tilinpäätöskonaisuuteen. Palvelumallissa yhdistyy vihreä tilinpäätös ja vastuullisuusraportointi. Vihreä tilinpäätös on hankkeessa käytetty ja hankkeessa määriteltävä termi vakiintuneen määrittelyn toistaiseksi puuttuessa. Vihreän tilinpäätöksen ajatuksena on, että sen avulla yritykset voisivat raportoida vastuullisuudestaan yhtenäisesti, neutraalisti ja objektiivisesti. Erona vastuullisuusraportointiin on, että vihreässä tilinpäätöksessä kaikki yritykset raportoivat samat asiat lukuina. Kun raportointipohja on kaikille sama, eivät yrityksen omat valinnat pääse vaikuttamaan siihen, mitä raportoidaan. Tällöin ei synny houkutusta jättää huonoimmalla tolalla olevia asioita raportoimatta. Lukujen raportointi taas mahdollistaa niiden vertailtavuuden muiden yritysten kesken.

Osana palvelumallia hankkeen työpajoissa työstettiin vihreän tilinpäätöksen kysymyksiä ja tähän liitettävää vastuullisuusraportointia. Vastuullisuusraportoinnilla voidaan täydentää ja selittää vihreän tilinpäätöksen lukuja, jolloin yritys voi tarkemmin avata, mistä luvut johtuvat ja miten niihin aiotaan mahdollisesti jatkossa puuttua. Vihreän tilinpäätöksen kysymykset jaettiin kolmeen osioon vastuullisuuden kolmijaon perusteella: sosiaaliseen, taloudelliseen ja ympäristölliseen vastuuseen.

Sekä vihreän tilinpäätöksen että vastuullisuusraportoinnin kyselylomakkeen tarkoitus on helpottaa pienten ja keskiuurten yritysten vastuullisuusraportointia valmiiksi rajatuilla kysymyksillä, joihin vastaukset pitäisi löytyä jo yrityksillä olemassa olevista tiedoista. Palvelumallin kehitystyö jatkuu palvelumuotoilun iteratiivisen ajattelutavan mukaisesti eli tiedon ja palautteen keruu ja lopputuotosten hiominen saadun palautteen pohjalta tulee jatkumaan hankkeen loppuun asti elokuuhun 2023.

YMPÄRISTÖVASTUUN KYSYMYSTEN KEHITYSTYÖN LÄHTÖKOHDAT HANKKEESSA

Hankkeen palvelumallin kohderyhmänä ovat pienet ja keskiuuret eli pk-yritykset, joiden kirjanpitoa hoitavat usein pienen kokoluokan tilitoimistot. Yritysten kokoluokan vuoksi palvelumallissa on pyritty huomioimaan niiden rajalliset resurssit. Vihreän tilinpäätöksen ja vastuullisuusraportoinnin kohdalla tämä tarkoitti käytännössä sitä, että kysymysten määrä pyrittiin pitämään kohtuullisena ja kysymykset sellaisina, että niihin on löydettävissä tiedot helposti, ilman tarvetta esimerkiksi hiilijalanjäljen tai muiden laskelmien tekemiselle. Lisäksi pyydettyjen tietojen oli tarkoitus olla sellaisia, jotka olisivat tilitoimistojen käytössä tai helposti selvitettävissä, jotta tilitoimistot voisivat tarjota kokonaisvaltaista vihreän tilinpäätöksen ja vastuullisuusraportoinnin palvelua osana tilinpäätöstä.

Koska kysymysten määrä haluttiin pitää kohtuullisena, valittiin yleisesti yritysten toiminnan kannalta olennaisia asioita. Tätä varten tehtiin taustatutkimusta ja perehdyttiin jo olemassa oleviin raportointipohjiin ja vertailtiin niitä keskenään. Näistä poimittiin usein esiintyviä ja tyypillisiä mittareita, joiden katsottiin soveltuvan pienten yritysten tarpeisiin.

Vihreän tilinpäätöksen ajatus on tarjota mahdollisimman objektiivista ja vertailtavaa tietoa numeromuodossa. Tämän takia kyselylomakkeessa pyrittiin välttämään liian tulkinnanvaraisia mittareita, kuten esimerkiksi hiilijalanjäljen laskentaa. Hiilijalanjäljen laskemista varten on olemassa ilmaisia työkaluja, mutta eri työkalujen tulokset eroavat toisistaan. Jotta vertailtavuus toteutuisi, pitäisi kaikkien käyttää yhtä ja samaa laskuria. Erilaiset hiilijalanjäljen laskurit ovat kehitetty erilaisia liiketoimintamalleja silmällä pitäen, minkä vuoksi toistaiseksi voi olla haastava valita työkalua, joka palvelisi eri toimialalla olevia yrityksiä yhtä hyvin ja tuottaisi vertailtavuuden kannalta oikeudenmukaisia tuloksia.

VIHREÄN TILINPÄÄTÖSOSUUTEEN VALITUT YMPÄRISTÖVASTUUN KYSYMYKSET

Vihreän tilinpäätöksen vastuullisuuskyselyyn valikoitui kahdeksan yritysten ympäristövastuuta kuvaavaa kysymystä. Tulosten vertailussa on tarkoitus huomioida yritysten koko ja toimialojen keskiarvot, koska nämä voivat vaikuttaa huomattavasti raportoituihin tietoihin. Mitä enemmän yrityksessä on henkilöstöä, sitä enemmän esimerkiksi energian- ja vedenkulutus kasvaa. Tämän vuoksi luvut ilmoitetaan suhteutettuna henkilöstön määrään. Tuloksinna pitää huomioida toimialakohtaiset erot, koska esimerkiksi vedenkulutus vaihtelee paljon toimialan mukaan.



Vihreässä tilinpäätöksessä kysyttävät asiat:

1. Paljonko kokonaisenergiankulutus on?
2. Paljonko veden kulutus on?
3. Kuinka paljon syntyy kaatopaikalle menevää jätettä?
4. Mikä on jätteiden määrä jätelajeittain?
5. Kuinka suuri osa raaka-aineista ja tuotantomateriaaleista on kierrätettyjä?
6. Paljonko on liiketoiminnasta aiheutuva liikennepolttoaineiden kulutus? (myös työntekijöiden, jos maksavat itse)
7. Onko yritystänne kohtaan nostettu ympäristörikosyytettä?
8. Paljonko olette maksaneet ympäristösakkoja?

Energian- ja vedenkulutus ovat lukuja, jotka tyypillisesti esiintyvät vastuullisuusraportoinneissa ja standardeissa. Lisäksi niiden määrät ovat helposti selvitettävissä laskujen pohjalta. Jätteiden määrä on tyypillinen raportoinnin kohde. Tätä tarkennetaan tiedolla jätelajeista, koska lajitteluun panostaminen on perusympäristövastuuta. Tästä edistyneempi, kiertotalouteen suuntautuva yritys, käyttää toiminnassaan kierrätettyjä raaka-aineita ja tuotantomateriaaleja, minkä vuoksi näiden käyttö kertoo tästä suuntautumisesta.

Yrityksen toiminnassa kuluva polttoaineen määrä selviää yrityksen laskutuksesta. Etenkin pienissä yrityksissä voi olla tilanne, ettei yrityksellä ole omaa kalustoa vaan työntekijät ajavat työajoja omilla autoillaan ja raportoivat työajonsa. Työntekijöiden omilla autoilla kulunut polttoaineen määrä on tarkoitus raportoida, koska ne ovat yrityksen toiminnasta aiheutuvaa kulutusta. Tämän laskemisessa voi hyödyntää ajopäiväkirjojen tietoja ja tietoa autojen keskikulutuksesta.

Nostettujen ympäristörikosyytteiden määrä kertoo mahdollisista laiminlyönneistä, vaikka lopullista tuomioita ei olisi tullutkaan. Tieto ympäristörikosyytteistä on saatavilla Suomen asiastiedolta. Maksettujen ympäristösakkojen määrä taas kertoo, ovatko syytteet edenneet tuomioon ja minkä mittakaavan tuomioita on tullut.

VASTUULLISUUSRAPORTIN TARKENTAVAT KYSYMYKSET

Kysymyslomakkeen vastuullisuusraportointia koskevassa osiossa on tarkoitus selventää vihreässä tilinpäätöksessä raportoituja lukuja. Vastuullisuusraportoinnissa voidaan perustella esimerkiksi toimialasta johtuvaa suurta energian, veden tai polttoaineiden kulutusta ja jätteiden syntyminen syytä. Lisäksi mahdollisista ympäristörikosyytteistä voidaan kertoa, mitä syyte koski ja mitä toimenpiteitä se aiheutti. Vihreän tilinpäätöksen lukujen perusteluilla yritys voi tuoda vastuullisuuttaan esille, sillä perustelut osoittavat, että mahdolliset epäkohdat on havaittu ja tunnistettu ja niiden kehittämiseksi ollaan tekemässä toimenpiteitä. Vastuulliseltakin yritykseltä voi löytyä kehitettävää. Kehityskohtien tunnistaminen ja tunnistaminen on yksi tapa kantaa yritysvastuuta.

Vastuullisuusraportoinnin kysymykset:

1. Miksi kokonaisenergiankulutuksenne on tällä tasolla?
2. Miksi vedenkulutuksenne on tällä tasolla?
3. Miksi kaatopaikalle menevän jätteen määrä on tämä?
4. Miksi kierrätysasteenne on tämä?
5. Miksi liikennepolttoaineiden kulutuksenne on tämä?
6. Jos teitä vastaan on nostettu ympäristörikosyyte niin miksi?

LOPUKSI

Esitetyillä kysymyksillä ei saada täydellistä kuvaa yrityksen ympäristövastuun tasosta, mutta kattavamman kuvan muodostaminen edellyttäisi laajemman raportin tekemistä, johon pienillä ja keskisuurilla yrityksillä ei välttämättä ole mahdollisuuksia. Vihreä vastuu -hankkeen tavoitteena oli luoda yrityksille realistisesti hyödynnettävissä olevat mallit ja vastata niiden avulla tulevaisuudessa yhä lisääntyviin vaateisiin yrityksen toiminnan vastuullisuudesta. Pitämällä vastuullisuusraportoinnin vaatimat ajalliset ja rahalliset panostukset kohtuullisina ja mahdollistamalla raportointi tilitoimistojen kautta, mahdollistetaan useammalle yrityksille raportoinnin aloittaminen.

6 Kohderyhmän moninaisuuden huomiointi viestinnän suunnittelussa

Sini Maunula

VIESTINNÄN KOHDERYHMÄN MONINAISUUS haastaa viestinnän suunnittelun. Kun koko kohderyhmää ei ole mahdollista tavoittaa yhden viestintäkanavan avulla, joudutaan miettimään mitä kanavia kannattaa käyttää. Tämän artikkelin lähtökohtana on pyrkimys ymmärtää kohderyhmää ja sen moninaisia tarpeita. Vihreä tilinpäätös ja vastuullisuus osana vihreää siirtymää eli Vihreä vastuu -hankkeen kohderyhmänä ovat pienet tilitoimistot ja heidän asiakkaansa. Viestinnässä pyrittiin huomioimaan esimerkiksi pienyrittäjän kiireinen arki ja resurssien niukkuus sekä tuottamaan helposti sisäistettävää materiaalia eri muodoissa. Tässä artikkelissa käsitellään hankkeessa tehtyjä ratkaisuja käytettyjen viestintäkanavien suhteen ja sitä, miksi niihin päädyttiin.

ERILAISET VIESTINNÄN KANAVAT MAHDOLLISTAVAT IHMISTEN TAVOITTAMISEN LAAJEMMIN

Usein viestinnän tarkoituksena on saada jokin tietty viesti kohderyhmän tietoisuuteen. Nykyisin viestintäkanavia on lukuisia, minkä vuoksi viestinnän suunnittelussa joudutaan miettimään, mitä kanavia kannattaa käyttää, ja mitkä niistä parhaiten tavoittavat kohderyhmän. Haasteita syntyy, kun kohderyhmään kuuluu paljon erilaisia ihmisiä. Ihmiset eroavat merkittävästi sen suhteen, miten uusia asioita opitaan. Joku oppii lukemalla, toinen tekemällä omia muistiinpanoja ja joku kuuntelemalla. (Cassidy 2004.) Jotta erilaisia kohderyhmiä tavoitetaan mahdollisimman laajasti, pitää viestintää toteuttaa monin eri tavoin.

Vihreä tilinpäätös ja vastuullisuus osana vihreää siirtymää eli Vihreä vastuu -hankkeessa yhtenä viestinnän tavoitteena on ollut lisätä tilitoimistojen ja pienten ja keskisuurten (pk)-yritysten ymmärrystä vastuullisuuden lainsäädännöstä ja sen muutoksista sekä vastuullisuudesta ylipäänsä. Lisäksi hankkeessa kehitettävän palvelumallin osalta panostetaan viestintään, ja viestitään esimerkiksi palvelumallin käyttämisestä.

Viestinnän suunnittelun keskiössä on ollut kohderyhmän tarpeiden huomioiminen. Hankkeen kohderyhminä ovat tilioimistot ja heidän asiakkansa Uudenmaan, Päijät-Hämeen ja Etelä-Karjalan alueilla. Hankkeessa on pyritty erityisesti pk-yritysten huomioimiseen, koska pienemmillä yrityksillä ei välttämättä ole omia resursseja reagoida EU:ssa valmistelussa olevan yritysvastuulain mukanaan tuomiin muutoksiin.

Pk-yrityksessä yhdellä ihmisellä voi olla monta asiaa vastuullaan. Tämä tarkoittaa resurssien niukkuutta eli rajallisia mahdollisuuksia etsiä uutta tietoa ja perehtyä siihen. Lisäksi yrittäjän oma persoona on voimakkaasti läsnä yrityksessä ja yrittäjä vaikuttaa vahvasti yrityksen toimintatapoihin. Tämä tarkoittaa, että hankkeen kohderyhmä tarvitsee tiedon juuri heille yksilöllisesti sopivassa, helposti omaksuttavassa muodossa, jotta heillä on realistinen mahdollisuus vastaanottaa uutta tietoa.

SYVENTÄVIÄ SISÄLTÖJÄ TEKSTEISTÄ PODCASTEIHIN

Vihreä vastuu -hankkeessa tuotettiin tekstisisältöjä sekä artikkeli- että blogimuodossa, podcasteja sekä lyhyitä animaatioita ja pidempiä webinaarinauhotteita. Lisäksi hankkeessa kehitettiin opiskelijatyönä tietoa tarjoavaa chatbottia.

Hankkeen kirjoitukset pyrkivät tuottamaan sisältöä niille, jotka perehtyvät uusiin asioihin mieluiten lukemalla. Artikkeleissa pyritään syvällisempiin, lähteisiin perustuviin teksteihin. Hankkeen sisältöihin liittyvissä blogeissa taasen käsitellään lyhyemmin ja ytimekkäämmin yksittäisiä teemoja, jotta kiireinenkin lukija saa katsauksia hankkeen aiheisiin. Lisäksi hankkeessa tehdään laajempia julkaisukokoelmia, joissa samaan pakettiin on koottu artikkeleita esimerkiksi hankkeessa tehdyistä selvitys- ja palvelumallin kehitystyöstä. Julkaisukokoelmien tarkoitus on tarjota kattavia ajankohtaisia katsauksia vihreään talouteen, yritysvastuulakiin ja vastuullisuusraportointiin sekä hankkeessa tuotettavaan palvelumalliin ja sen käyttöönoton tueksi tuotettaviin materiaaleihin.

Podcastien suosio on ollut kasvussa viime vuodet. Podcasteja kuunnelleiden osuus Suomen väestöstä kasvoi tasaisesti vuosien 2019–2021 välillä (Kohvakka & Saarenmaa 2022) ja esimerkiksi RadioMedian tutkimuksen mukaan 39 % suomalaisista kuunteli podcasteja vuonna 2020. Tyypillinen podcastin kuuntelija kuuntelee podcasteja tehdessään jotakin muuta, kuten esimerkiksi siirtyessään paikasta toiseen. (Aho 2020.) Podcast on siis kätevä ja ajallisesti tehokas tapa oppia jotakin uutta muiden asioiden ohessa.

Tämän vuoksi hankkeessa päädyttiin toteuttamaan kiireisille pk-yrittäjille tai muuten vaan podcastien kuuntelusta pitävälle suunnattua podcast-sarjaa. Vihreä vastuu -hankkeen Yritysvastuuraportoinnin ABC -podcast keskittyy pienten ja keskisuurten yritysten vastuullisuustoiminnan avaamiseen. Sarjassa tarkastellaan vastuullisuutta taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun näkökulmista. Lisäksi tutustutaan Vihreä vastuu -hankkeessa tehtävään palvelumallin palvelumuotoilu hyödyntävään kehitystyöhön.

Kokonaisten tekstien lukeminen on ihmisillä vähentynyt (Liu 2005) ja lyhyet tiivistävät videot ovat kasvattaneet suosiotaan (Valjakka 2021). Lyhyiden videoiden etuna on, ettei niiden katsomiseen mene paljon aikaa, jolloin ihmiset jaksavat katsoa ne keskittyneesti loppuun (DigitalInformationWorld.com 2018). Hankkeen keskeisiä sisältöjä on tiivistetty animaatioiden muotoon, jolloin muutamassakin minuutissa on mahdollista saada katsaus aiheeseen. Samalla kenties herää kiinnostus perehtyä teemaan syvemmin.

Pidempiä videoita on tehty niille, joille videoiden katselu on luonteva tapa perehtyä asioihin. Hankkeessa tuotettujen pidempien videoiden sisältö on tuotettu työpajojen esitysten nauhoitteista. Tarjolla on videoita sekä hankkeen omien asiantuntijoiden näkemyksiä vastuullisuudesta ja EU:n yritysvastuulakialoitteesta.

Chatbotit ovat yleistyneet verkkosivuilla (Backlinko 2023). Sivustolla vierailija voi esittää chatbotille kysymyksiä joko valitsemalla kysymyksen valmiista vaihtoehdoista tai kirjoittamalla kysymyksensä kenttään,



jolloin chatbotin tekoäly yrittää löytää sille laadituista vastauksista oikean. Tyypillisesti chatbottia käytetään kuluttajan apuna löytämään tietoa nopeasti ja helposti ja päätöksenteon apuna. (Certainly 2023).

Hankkeessa mietittiin chatbotin käyttömahdollisuuksia tiedonvälityksen välineenä muun muassa vastuullisuudesta keskustelemisen kautta. Hankkeessa rakennettiin opiskelijatyön avulla valmiita kysymyksiä käyttävä chatbot-runko, johon sisällytettiin sekä tilitoimistoja että heidän asiakkaitaan palvelevaa tietoa. Hankkeen chatbot-runko sekä ohjeistus chatbotin käyttöönotosta on tarkoitus jakaa tilitoimistoille, jotta he voivat halutessaan ottaa chatbotin käyttöön omilla verkkosivuillaan ja laittaa sen vastaamaan heidän asiakkaidensa kysymyksiin.

USEIDEN KANAVIEN KÄYTTÖ HANKEVIESTINNÄSSÄ

Edellä kuvattujen hankkeen tuotosten päätarkoituksena on tarjota uutta tietoa hankkeen kohderyhmälle. Lisäksi hankkeen viestintään on kuulunut tiedotusta erilaisissa kanavissa.

Tiedotuksessa on säännöllisesti hyödynnetty hankkeen kuulumisia kokoavia uutiskirjeitä ja LinkedIn-julkaisuja esimerkiksi hankkeen julkaisuista ja podcasteista. Hankkeen asiantuntijat ovat osallistuneet erilaisiin sisäisiin ja ulkoisiin tilaisuuksiin, jossa he ovat kertoneet hankkeesta ja välittäneet tietoa.

Verkkosivut ovat hankkeen keskeisin viestintäkanava, jonne kootaan kaikki hankkeessa tuotettu ja vapaasti käytössä oleva materiaali kohderyhmiä ja muita kiinnostuneita varten. Verkkosivujen kehitykseen on panostettu hankkeen aikana esimerkiksi hyödyntämällä opiskelijatyötä verkkosivujen analytiikassa ja hakukoneoptimoinnissa, jotta verkkosivut löytyisivät paremmin.

YHTEENVETO JA TULOKSET VIESTINTÄKANAVIEN KÄYTÖSTÄ

Kun erilaisia sisältöjä lähdettiin suunnittelemaan hankkeessa, tavoitteena oli saavuttaa kohderyhmä mahdollisimman kattavasti. Julkaisuja on markkinoitu muun muassa LinkedInissä ja hankkeen uutiskirjeessä sekä soveltuvissa tapahtumissa. Analytiikkatietojen perusteella on pystytty tarkastelemaan eri kanavien toimivuutta. Esimerkiksi Laurea Journalissa julkaistuista teksteistä suosituinta on luettu 446 kertaa noin vuodessa. Myös lukuisat muut myöhemmin julkaistut tekstit ovat saavuttaneet jo 100–200 lukukertaa.

Hankkeen podcastin ensimmäinen jakso julkaistiin 5 kuukautta sitten ja se on kerännyt 217 kuuntelukertaa. Myöhemmissä jaksoissa kuuntelukertoja on vähemmän, joistakin kymmenistä yli sataan. Esimerkiksi tuoreimmassa jaksossa kuuntelukertoja on 45. Podcasteille kertyykin kuuntelukertoja yleensä ajan kanssa. Kukin animaatio on kerännyt noin 100 katselukertaa, videoidut asiantuntijapuheenvuorot hyvin vaihtelevasti muutamasta kymmenestä vajaaseen kahteensataan. Chatbot on ollut vain pilotoitavana, joten sen käytöstä ei ole kerätty luotettavaa käyttödataa.

Kokonaisuudessaan kaikkien valittujen viestintäkanavien kautta on onnistuttu tavoittamaan ihmisiä. Katselukertojen perusteella ei voida suoraan vetää johtopäätöksiä siitä, mikä kanava on ollut toimivin, koska esimerkiksi suosituin teksti on ollut saatavilla hieman yli vuoden, kun taas tuoreimmat podcastit ja animaatiot ovat olleet kuunneltavissa tai katsottavissa vasta joitain viikkoja. Analytiikan avulla ei voida myöskään sanoa, kuinka moni katsojista on ollut hankkeen nimenomaista kohderyhmää ja miten eri kanavien suosio on vaihdellut hankkeen kohderyhmän kesken.

Varmaa kuitenkin on, että esimerkiksi pelkästään tekstisisältöjä tuottamalla olisi ollut vaara rajata hankkeen sisältöjen ulkopuolelle kaikki, jotka eivät syystä tai toisesta halua tai pysty tekstisisältöjä hyödyntämään. Erilaisuuden huomiointi ja pyrkimys estää joidenkin ryhmien sivuun jääminen on osa vastuullisuutta, joka on Vihreä vastuu –hankkeenkin keskiössä.

Lähteet

Aho, R. Podcast-tutkimus 2020: tunnettuus ja kuuntelu edelleen kasvussa. RadioMedia. Viitattu 24.1.2023. <https://radiomedia.fi/ajankohtaista/podcast-tutkimus-2020-tunnettuus-ja-kuuntelu-edelleen-kavussa/>

Backlinko 2023. 40 Amazing Chatbot Statistics. Viitattu 24.1.2023. <https://backlinko.com/chatbot-stats>

Cassidy, S. 2004. Learning Styles: An overview of theories, models, and measures. Educational Psychology, 24(4), elokuu 2004. Carfax Publishing. Taylor & Francis Group.

Certainly 2023. Conversational User Interface: 10 Reasons Why It's Great For Ecommerce. Viitattu 24.1.2023. <https://certainly.io/blog/conversational-website/>

Digital Information World 2018. The Human Attention Span [Infographic]. Viitattu 24.1.2023. <https://www.digitalinformationworld.com/2018/09/the-human-attention-span-infographic.html>

Kohvakka, R. & Saarenmaa, K. 2022. Verkkomedian seuraaminen yleistyi erityisesti pandemian alussa – toisena vuotena muutokset pienempiä. Tilastokeskus. Viitattu 10.2.2023. <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2022/verkkomedian-seuraaminen-yleistyi-erityisesti-pandemian-alussa-toisena-vuotena-muutokset-pienempia/?listing=simple#:~:text=Tilastokeskuksen%20tietojen%20perusteella%20podcastien%20kuuntelu,yhtä%20osuuria%20kuin%20vuonna%202020.>

Liu, Z. 2005. Reading behavior in the digital environment. Changes in reading behavior over the past ten years. Journal of Documentation. 61(69), sivut 700–712. Saatavilla: <http://dx.doi.org/10.1108/00220410510632040>

Valjakka, J. 2021. Asiantuntijana somessa? Ota lyhytvideot haltuun! Aito Video Oy. Viitattu 24.1.2023. <https://aito.video/blogi/lyhytvideo-ja-asiantuntijabrändi/>

Vihreävastuu.fi. Vihreä vastuu –hanke. Viitattu 24.1.2023. <https://vihreavastuu.fi/>

7 Vastuullisuusviestinnän merkitys yrityksessä

Tarja Isola

VASTUULLISUUSVIESTINTÄ ON KEINO tuoda esille yrityksen vastuullisuustoimenpiteitä sekä -toimintatapoja. Vastuullisuusviestinnän tehtävänä on kasvattaa luottamusta organisaatiota kohtaan ja aikaansaada sidosryhmiltä toivottua käyttäytymistä. Onnistuessaan vastuullisuusviestintä luo yritykselle kilpailuetua. Tämän artikkelin tavoitteena on esittää pk-yrityksille, mitä vastuullisuusviestintä on, ja mitä siinä tulisi ottaa huomioon?

Vastuullisuusviestinnän avulla yritys synnyttää suotuisia asenteita sidosryhmien keskuudessa yritystä ja sen palveluja kohtaan. Näin yritys tuottaa toivotunlaista käytöstä, kuten ostoja, työnhakemuksia sekä sijoituksia yritykseen. Pitkällä tähtäimellä vastuullisuusviestintä rakentaa yrityskuvaa ja imagoa, sekä vahvistaa sidosryhmäsuhteita.

KULUTTAJAT HALUAVAT YRITYSTEN AUTTAVAN HEITÄ TEKEMÄÄN VASTUULLISIA VALINTOJA

Futerran (2019) tekemän tutkimuksen mukaan kuluttajat haluavat yritysten auttavan heitä tekemään vastuullisia valintoja. Tutkimuksen mukaan vuonna 2018 Yhdysvaltojen ja Isossa-Britanniassa kuluttajista 88 % haluaa yritysten brändien auttavan heitä elämään vastuullisesti. Vastaajista 43 % oli sitä mieltä, että yritykset vaikeuttavat vastuullisten valintojen tekemistä. Yritys voi jo toimia vastuullisesti monin eri tavoin, mutta ei ole viestinyt siitä. Yritys voi auttaa kuluttajia valitsemaan vastuullisesti tuotettuja palveluja ja tuotteita toteuttamalla vastuullisuusviestintää.

LUOTETTAVAN VASTUULLISUUSVIESTINNÄN RAKENTAMINEN

Yritysten sidosryhmät haluavat tietää yrityksen vastuullisuusteosta, mutta samalla sidosryhmät voivat suhtautua epäluuloisesti yrityksen vastuullisuusaloitteisiin. Vastuullisuusviestinnän haasteena onkin saavuttaa sidosryhmien luottamus. (Du, Bhattacharya & Sen 2010.) Tutkitusti suomalaisista 57 % ei luota yritysten esittämiin ympäristövälitteisiin (Kuluttajaliitto 2022). On syytä tarkastella, kuinka kuluttajien luottamusta yritysten vastuullisuusviestintään voisi lisätä, millaista uskottava vastuullisuusviestintä on, ja kuinka vastuullisuusviestintää voisi konkreettisesti toteuttaa.

KUINKA KULUTTAJIEN LUOTTAMUSTA VASTUULLISUUSVIESTINTÄÄN VOISI LISÄTÄ?

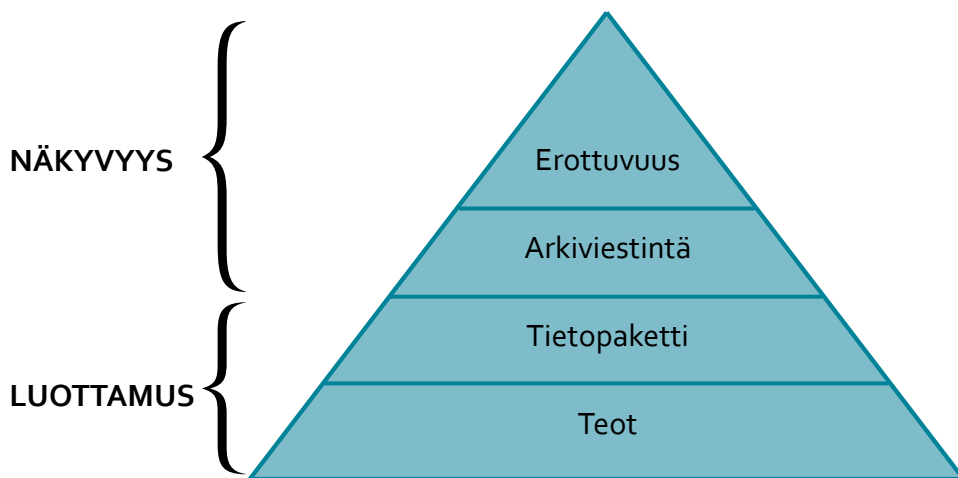
Uskottavaa viestintää ei ole ilman uskottavia tekoja, jotka kumpuavat yrityksen johdon ymmärryksestä oman toiminnan vaikutuksista kuluttajiin, asiakkaisiin, omiin työntekijöihin, toimitusketjujen toimintaan ja ympäristöön. Tekoja voi todentaa eri keinoin.

Yksi keino lisätä kuluttajien luottamusta yrityksen toteuttamaa vastuullisuusviestintää kohtaan on ottaa käyttöön virallinen ympäristömerkki, jonka avulla yritys todentaa toimintansa vastuullisuutta. Suomalaisista 67 % luottaa yrityksen esittämiin virallisiin ympäristömerkkeihin (Kuluttajaliitto 2022). Ympäristömerkki on esillä esimerkiksi tuotteen pakkauksessa ja kuluttajan selkeästi nähtävissä. Toinen keino lisätä luottamusta on julkaista yrityksen yritysvastuun eri osa-alueita kuvaava vihreä tilinpäätös, joka perustuu dataan ja sisältää usein pelkästään numeerista tietoa.

Kolmas keino on kirjoittaa yrityksen vastuullisuusraportti, jossa yritys kertoo vastuullisuustavoitteistaan sekä oman toimintansa vaikutuksista sekä ympäristöön että ympäröivään yhteiskuntaan. Raportissa kerrotaan, kuinka yritys toimii vastuullisuuden eri osa-alueilla (ympäristövastuu, sosiaalinen vastuu, taloudellinen vastuu). Näitä tietoja yritys voi kuvata raportissa myös erilaisilla indikaattoreilla. Indikaattorit ovat numeraalista tietoa esimerkiksi jätteiden määrästä sekä veden ja energian kulutuksesta. Neljäs keino on laskea yrityksen hiilijalanjälki tai tehdä tuotteen tai palvelun elinkaariarviointi (LCA), joka on menetelmä, jolla arvioidaan ja analysoidaan tuotteen tai palvelun vaatimia resursseja sekä ympäristövaikutuksia. Erilaisista raporteista saatavaa todenmukaista tietoa voidaan jakaa yrityksen viestinnän kanavissa, jolloin ne ovat sidosryhmien nähtävillä ja saatavilla.

YRITYKSEN VASTUULLISUUSTEOT JA -TOIMINTA JA NIISTÄ VIESTIMINEN

Uskottava viestintä perustuu luottamukseen. Lukija luottaa siihen, että hänen saamansa tieto on todenmukaista. Avoimuus on olennainen osa vastuullisuusviestintää todenmukaisuuden lisäksi. Yrityksen on hyvä jakaa tietoa avoimesti luodakseen luottamuksen tunnetta.



Kuvio 1. Vastuullisuusviestinnän eri tasot (Korva 2022).

Heidi Korvan pyramidissa (kuvio 1) kuvataan vastuullisuusviestinnän eri tasoja. Mallin tavoitteena on auttaa yritystä toteuttamaan uskottavaa ja vaikuttavaa vastuullisuusviestintää. Pyramidin kaksi alinta tasoa rakentavat luottamusta yrityksen ja sen sidosryhmien välille. Alin taso kuvastaa yrityksen konkreettisia vastuullisuustekoja. Toiseksi alin taso kuvastaa tietoa, jonka yritys on koonnut sidosryhmiä varten. Pyramidin kaksi ylintä tasoa rakentavat yrityksen näkyvyyttä sidosryhmien keskuudessa. Toiseksi ylin taso kuvastaa yrityksen aktiivista arkiviestintää, joka sisältää myös uutisia ja julkaisuja yrityksen vastuullisuusteista. Pyramidin huipulla yritys erottautuu erilaisilla vastuullisuuskampanjoilla ja -tempauksilla. Varmistaakseen uskottavan viestinnän yrityksen vastuullisuusteista ja -toimista yrityksen on rakennettava pyramidi alhaalta ylöspäin. (Korva 2022.)

Sitoutuessaan viestimään vastuullisuusteista sidosryhmilleen yritys antautuu samalla keskusteluun sidosryhmiensä kanssa. Jotkin sidosryhmän edustajien kysymyksistä voivat olla vaikeitakin. Näin voi käydä yrityksen julkistaessa esimerkiksi vastuullisuustavoitteitaan. Yrityksen ei ole tarpeen tietää kaikkea heti. On sopivaa viestiä, ettei vielä tiedä tai ei osaa, kun samalla viestii, että aikoo ottaa selvää tai pohtia miten asian kanssa olisi syytä toimia. Yritys voi viestiä heti, vaikka vastuullisuusteon edistäminen olisi aivan alussa. Näin yritys viestii sitoutumisestaan asian edistämiseen.

VASTUULLISUUSVIESTINNÄN TOTEUTTAMINEN

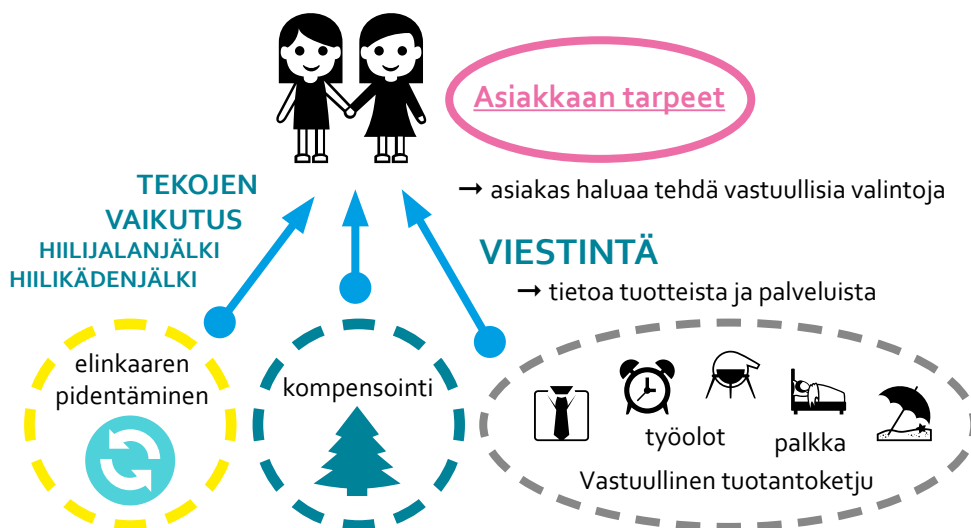
Vastuullisuusviestintää voi toteuttaa eri tavoin ja eri muodossa. Erilaisiin vastuullisuustavoitteisiin sitoutuminen ja niiden seurannasta kertovien indikaattoreiden julkaiseminen ovat toimivia askeleita lähtee liikkeelle. Indikaattoreiden antamaa tietoa voi julkaista esimerkiksi taulukkomuodossa yrityksen nettisivuilla tai osana yrityksen vastuullisuusraporttia. Yrityksen viestinnän asiantuntijat voivat hyödyntää indikaattoreiden antamaa tietoa kirjoittamalla niihin perustuen julkaisuja yrityksen tavoitteista ja niiden toteutumisesta yrityksen viestinnän eri kanaviin: vähenikö jätteiden tai energiankulutuksen määrä, mistä tämä voisi johtua. Tai jos kulu- tus päinvastoin nousi, on sitäkin hyvä perustella antamalla tietoa kasvun syistä. Yritys voi pyrkiä avaamaan sidosryhmille esimerkiksi omaa tuotantoketjuaan kertomalla raaka-aineiden alkuperistä ja niiden tuotannosta.

Datan kerääminen yhteen auttaa viestintää. Tämä tarkoittaa sitä, että kerätään tietoa siitä, mitä yritys tekee jo nyt. Tässä vaiheessa on hyvä tehdä päätös, haetaanko ympäristömerkkiä tai kirjoitetaanko vastuullisuusraportti, johon kerätty data voidaan koota.

VASTUULLISUUSVIESTINTÄ VOI TUKEA YRITYKSEN KILPAILUKYKYÄ JA HOUKUTTELEVUUTTA

Yritys voi pyrkiä tekemään vastuullisuudesta kilpailutekijän, jolloin yrityksen viestinnän täytyy erottautua muista yrityksistä (Korva 2022). Tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen tulee panostaa vastuullisuudesta viestimiseen erityisen paljon. Panostukset voivat olla erilaisia kampanjoita, tempauksia tai paikalliseen ja julkiseen keskusteluun osallistumista. Yhteistyötä voi tehdä myös muiden yritysten tai järjestöjen kanssa. Ajankohtaisen keskustelun seuraaminen on hyödyllistä – tai keskustelun aloituksen voi tehdä itse.

Yritys voi kertoa pelkästään omista vastuullisuusteoistaan, mutta yritys voi myös pyrkiä kohdentamaan viestintää kuluttajille tavalla, joka auttaa kuluttajaa ymmärtämään, kuinka yritysten tuotteita tai palveluja käyttämällä kuluttaja voi tehdä vastuullisen kulutusvalinnan. Kuluttaja voi esimerkiksi haluta pienentää oman kulutuksensa hiilijalanjälkeä. Vastuullisuusviestinnällä voi pyrkiä vaikuttamaan kuluttajan asenteisiin tuomalla esimerkiksi ilmi kuluttajan ostokäyttäytymisen vaikutukset ilmastoon ja ympäristöön tai yrityksen työntekijöiden työoloihin. Viestinnän avulla yritys osoittaa kuluttajalle, kuinka kuluttajan teot voivat muuttaa maailmaa. Tällainen asenteisiin vaikuttava viestintä aloittaa vuoropuhelun sidosryhmien kanssa. Ja toisin päin: antautumalla vuoropuheluun sidosryhmien kanssa yritys voi ennakoida ja reagoida toimintaympäristöönsä koskevia, yhteiskunnallisia ja sääntelyyn liittyviä muutoksiin. (Liappis ym. 2019.)



Kuvio 2. Kuinka yrityksen viestintä voi auttaa kuluttajaa tekemään vastuullisia kulutusvalintoja (Tarja Isola 2023).

Yritys voi pyrkiä konkreettisesti vaikuttamaan kuluttajan valintoihin usein eri keinoin, joista muutamia kuvataan kuviossa 2. Lähtökohtana on pyrkiä vastaamaan kuluttajan eli asiakkaan tarpeisiin. Ensimmäinen keino on tarjota tietoa tuotteesta tai palvelusta. Tieto tarkoittaa sellaista tietoa, jonka perusteella kuluttaja voi tehdä vastuullisen valinnan (esimerkiksi tuotteen pienempi hiilijalanjälki kilpailijoihin verrattuna tai reilu palkka kaikille tuotteen hankintaketjussa). Toinen keino on tarjota kompensointimahdollisuus. Tämä tarkoittaa sitä, että tuotteen ostaja voi samalla maksaa kompensatiota tuotteen tuottamisesta syntyneistä hiilipäästöistä. Kompensatio on korvaus haitasta. Ekologisen kompensatian avulla ihmisen toiminnasta syntyvä haitta luonnon monimuotoisuudelle hyvitetään lisäämällä luonnon monimuotoisuutta toisaalla (Ympäristöministeriö). Kolmas keino on tarjota lisäpalvelua, jolla tuotteen elinkaarta voi pidentää tai mahdollistaa tuotteen asianmukainen kierrättäminen tarjoamalla mahdollisuus palauttaa tuote takaisin myyjälle jatkokäyttöä tai kierrätystä varten.

VASTUULLISUUSVIESTINTÄ AUTTAA KULUTTAJAA, JOKA HALUAA TEHDÄ VASTUULLISIA KULUTUSVALINTOJA

Kun pohditaan sitä, kuinka yritys voi viestiä vastuullisuusteosta, pohditaan samalla sitä, millä tavalla viestien yritys voi vaikuttaa asiakkaan tekemään valintaan. Kun pohditaan sitä, että miksi kuluttaja, joka haluaa tehdä vastuullisia kulutusvalintoja, valitsisi yrityksen tuotteen tai palvelun, voi pohdinnan tueksi esittää muun muassa seuraavia kysymyksiä. Millä tavoin tuote tai palvelu on tuotettu? Onko tehty ratkaisuja, jotka esimerkiksi vähentävät tuotteen ympäristövaikutuksia? Onko tuotteen valmistukseen käytetty kierrätettyjä materiaaleja? Voiko tuotteen korjata? Onko huoltopalveluja saatavilla? Voiko kuluttaja välttää ostamasta itselle ja sen sijaan vuokrata tuotteen? Voiko tuotteen kierrättää? Missä tuote on valmistettu? Mistä materiaaleista tuote on valmistettu? Entä palvelut, kuinka kestävästi tai vastuullisesti ne on tuotettu? Miten kohteeseen voi matkustaa? Millaiset työolot työntekijöillä on?

YRITYKSEN VASTUULLISUUSTYÖN PERUSTA

Yrityksen vastuullisuustyö lähtee usein liikkeelle arvotyöskentelystä, jonka aikana määritellään ja konkretisoidaan yrityksen arvot. Arvot ovat strategisia valintoja, jotka kehystävät yrityksen toimintatapoja. Arvojen määrittelyn lisäksi on tärkeää ymmärtää yrityksen tavoittelemat kohderyhmät: Keihin haluamme vaikuttaa? Kenelle viestimme?

Yrityksen johdon ja vastuuhenkilöiden on tärkeää ymmärtää yrityksen arvoketju ja miten vastuullisuus voi tuoda arvoa ketjun eri osissa. Tämä auttaa kirkastamaan vastuullisuusviestinnän kärjet, joiden avulla viestejä voidaan muotoilla.

Lähteet

The Good Life Goals – Business Guide. 2019. Futerra & WBCSD. Viitattu 7.2.2023. https://docs.wbcsd.org/2019/09/WBCSD_Good_Life_Goals-Business_Guide%202019.pdf

Korva, H. 2022. Kuinka tehdä uskottavaa ja vaikuttavaa vastuullisuusviestintää. Puheenvuoro VPK-hankkeen järjestämässä Menesty asiakaslähtöisesti ja ympäristövastuullisesti -valmennuksessa 16.11.2022.

Kuluttajaliitto & Kantar Public. 2022. Aidosti vihreää vai viherpesua? Viitattu 7.2.2023. https://www.kuluttajaliitto.fi/uploads/2022/03/54b10f96-vihervaitteet_kuluttajaliitto_2022_web.pdf

Liappis, H., Pentikäinen, M. & Vanhala, A. 2019. Menesty yritysvastuulla – Käsikirja kokonaisuuteen. Helsinki: Edita.

Du, S., Bhattacharya, C.B. & Sen, S. 2010. Maximizing Business Returns to Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of CSR Communication. International Journal of Management Reviews, 12 (1), 8–19.

Ympäristöministeriö. Ekologinen kompensatio. Viitattu 7.2.2023. <https://ym.fi/ekologinen-kompensaatio>

8 Vastuullinen ja vastuuton viestintä

Jaakko Grönmark

VASTUULLISUUS ON TÄNÄ päivänä polttava ja kuuma puheenaihe, mutta miten viestiä siitä oikein? Vastuullisuusviestintään erikoistuneen viestintätoimisto Third Rockin asiantuntijan Emilia Koskiniemen mukaan ”Pelkkää työelämää ajatellen voidaan vastuullisten toimien tärkeys kiteyttää sanomalla ”Tuhoutuneella maapallolla ei ole työpaikkoja””. Vastuullisuustoiminta on pitkäjänteistä työtä ja sidosryhmien, kuten asiakkaiden, sijoittajien ja omistajien kiinnostus vastuullisuutta kohtaan on lisääntynyt. (Koskiniemi 2022.)

Organisaation omia työntekijöitä voidaan pitää yhtenä merkittävimpana vastuullisuutta tuottavana ja siitä viestivänä sidosryhmänä. Tätä perustellaan sillä, että työntekijät osallistuvat työtehtävissään organisaationsa strategian mukaiseen vastuullisuuden toteuttamiseen. Viestinnässä tuleekin kiinnittää huomiota siihen, että työntekijät ovat yksi vastuullisuusviestinnän tärkeistä kohderyhmistä. (Eräranta & Penttilä 2021.)

Suomen Yrittäjien ”Hyvä työnantaja 2022” -raportissa kerrotaan, että työntekijät kokevat omalla työpaikallaan tärkeinä tekijöinä vallitsevan luottamuksellisuuden, työntekijöiden tasapuolisen kohtelun sekä hyvät mahdollisuudet työelämän ja perhe-elämän yhteensovittamiseen. Tulokset perustuvat työ- ja elinkeinoministeriön työolobarometriin, joka perustuu palkansaajien vastauksiin. Kysely toteutettiin syksyllä 2021 ja siihen saatiin 1 310 vastausta yksityiseltä sektorilta. (Yrittäjä – hyvä työnantaja -raportti 2022.)

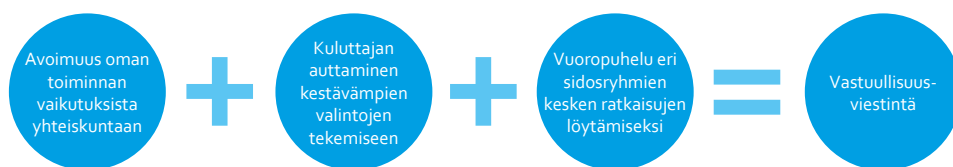
Kuten hyvä työnantaja -raportin tulokset kertovat Suomessa toimivat pk-yritykset ovat valvutuneita vastuullisuuden suhteen. Raportin tulosten perusteella työntekijät ovat tyytyväisiä sosiaalisen vastuun osalta. Yritysten tulee kiinnittää huomiota vastuullisuustoimintaansa kilpailukykyänsä takaamiseksi tulevaisuudessa. (Koskiniemi 2022.)

Rahoittajat ovat kiinnostuneita rahoitusta hakevien yritysten vastuullisuudesta. Tämä tarkoittaa sitä, että mitä vastuullisempi rahoitusta hakeva yritys on, sitä helpommin tämä tulee todennäköisesti rahoitusta saamaan. (Elinkeinoelämän Keskusliitto 2022.) Yrityksiltä vaaditaan esimerkiksi rahoitusta haettaessa yhä

enemmän näyttöä siitä, miten heidän liiketoimintansa tukee kestäväää kehitystä, ja kuinka vastuullista se on. Esimerkiksi Ilmatorahaston verkkosivuilla kerrotaan, että jokaisen rahoituspäätöksen tulee läpäistä tietyt vastuullisuuteen liittyvät kynnys ehdot (Ilmatorahasto 2023).

Vihreä vastuu -hankkeessa on huomattu, että vain harvat pienet ja keskiuuret yritykset ottavat käytännön vastuullisuustoimistaan irti niiden viestinnällisen hyödyn (Tuominen & Sivén 2022). Hankkeen havaintojen pohjalta näyttää siltä, että vastuullisuusviestintä vaikuttaa liikevaihdon positiivisen kehityksen lisäksi brändin myönteisen maineen kohenemiseen. Osana vastuullisuustyötä on tärkeää konkreettisten käytännön vastuullisuustoimien hyödyntäminen viestinnällisesti. Sumuvuori (2022) toteaa blogissaan, että onnistunut vastuullisuusviestintä lisää kilpailuetua, resilienssiä sekä sitouttaa sidosryhmiä.

Vastuullisuusviestintä voidaan kiteyttää kolmeen pääkohtaan, jotka on esitetty kuviossa 1. (Rajainmäki 2022.)



Kuvio 1. Vastuullisuusviestinnän pääkohdat (Rajainmäki 2022).

Vastuullisuus on tekojen ja viestinnän yhdistelmä. Vastuullisuusviestinnässä tulisi kiteyttää, mitä se on. Se ei ole viherpesua, vakuuttelua, harhaanjohtamista tai pelkkiä onnistumisia. (Rajainmäki 2022.)

Viestintä on keskeisessä roolissa, koska vastuullisuustekojen pitäminen pelkästään oman organisaation tietona jättää saavuttamatta monet viestinnälliset hyödyt. Tärkeää on tuoda viestinnän kautta esille omasta toiminnasta syntyvistä vaikutuksista yhteiskuntaan. Vastuullisuustyötä ei kannata ottaa liian kunnianhimoisesti tai ehkä paremmin kuvailtuna siinä on syytä säilyttää tietty nöyryys, kukaan ei ole täydellinen tai valmis. (Vanhala 2023.)

Vastuullisuusviestintä on avoimuutta omasta toiminnasta syntyvistä vaikutuksista yhteiskuntaan. Tämä pitää sisällään sidosryhmille luotavan arvon sekä laajemmin ympäristövaikutuksista tai esimerkiksi verojen maksamisesta. Vastuullisuusviestinnän tärkeimpiä vaikutuksia on kuluttajien auttaminen kestävämpiin valintoihin. Laajemmin tällä voidaan tarkoittaa sidosryhmien tietoisuuden lisäämistä, jotta he voivat valita kumppaneikseen sellaisia tahoja, joiden kanssa saadaan aikaan positiivista vaikutusta. Vuoropuhelu vastuullisuusviestinnässä on tärkeää. Vastuullisuusviestintä ei voi olla pelkästään yksisuuntaista, sillä ongelmat ovat yleisesti ottaen erittäin laajoja. Keskusteluun tarvitaan kaikkien yhteiskunnan eri toimijoiden osallistumista. (Rajainmäki 2022.)

VASTUULLISUUSVIESTINTÄÄ VAI VIHERPESUA?

Viherpesu voidaan määritellä markkinoinnissa käytettävänä virheellisenä tietona eli valheena tai osatietona, jonka yhteydessä viestinnän toteuttaja esimerkiksi antaa liian suuren käsityksen ilmaston hyväksi tekemis-tään teoista tai vaihtoehtoisesti markkinoi tuotteitaan epätodenmukaisilla väitteillä (Eetti 2023). Vuonna 2021 Euroopan komissio perehtyi yhdessä kansallisten viranomaisten kanssa useiden eri tuotannon alojen viherväittämiin. Tarkastuksen tavoitteena oli löytää verkkokauppojen keskuudessa ilmenevät EU:n kuluttaja-lainsäädännön loukkaukset.

Kansallisilla kuluttajaviranomaisilla oli syytä uskoa, että noin 42 % tapauksia väittämät olivat liioiteltuja, harhaanjohtavia tai vääriä, ja EU:n sääntöjen mukaan oli perusteita pitää kyseisiä tapauksia sopimattomana kaupallisena menettelynä (Euroopan komissio 2021). Konsulttialalla toimiva yritys Bain & Companyn vuonna 2012 tekemästä tutkimuksesta ilmenee, että keskimääräisesti vain 40 % organisaatioiden työntekijöistä on tietoisia yrityksensä tavoitteista. Jokainen ymmärtää, että tällä pohjalla yritysten on hyvin haastavaa raken-taa strategiansa tavoitteiden saavuttamiseksi. (Isokangas, Niippola & Vassinen 2022, 27.)

Nostan esiin pari esimerkkiä huonosta vastuullisuusviestinnästä. Vuonna 2017 mediakohua aiheutti muun muassa tunnetun suomalaisen tekstiilivalmistajan lupaus naisille 17 prosentin tuotealennuksesta. Alennus perustui siihen, että naisten keskipalkat olivat 17 prosenttia miesten keskipalkkoja alhaisempia. Mediakohun keskelle joutui myös eräs turkulainen rakennusyhtiö, joka järjesti työnseisauksen silloisen hallituksen turva-paikkapolitiikkaa vastaan, vedoten terrori-iskujen pelkoon. Näissä edellä mainituissa tapauksissa huomio kohdistui yhden organisaation toimintaan, jotka tekivät vihreitä viestinnässään tarkoituksenmukaisesti tai vahingossa. Viestinnän eettisissä ohjeissa neuvotaan organisaatioita ja viestinnän osajia ottamaan kantaa julkisiin keskusteluihin vastuullisesti ja kaikkia osapuolia kunnioittavasti. On hyvä pitää mielessä, että vastuul-lista viestintää ei ole kohujen luominen tai keskustelujen tarpeeton kärjistäminen. (Juholin & Rydenfelt 2017.)

Virheellisten puheiden korjaaminen on vaikeampaa kuin niiden kertominen. Kuluttajat kohtaavat jopa satoja markkinointiväittämiä päivittäin. Yleisimmät sloganit ”entistä riittoisampi”, ”testivoittaja” ja ”Suomen suosituin” jäävät mieleen vahvasti. Näiden totuudenperän selvittäminen on hankalaa. (Isokangas, Niippola & Vassinen 2022, 13–14.) Vastuullisuusviestinnän onnistumiseen vaikuttaa viestinnän konkreettisuus eli se, miten positiivisia vaikutuksia voidaan lisätä, ja miten negatiivisia vaikutuksia voidaan puolestaan välttää. Vastuullisuusasiat on hyvä kartoittaa ja räätälöidä vastamaan yrityksen tavoitteita ja tahtotiloja, jotka ovat hyviä vastuullisuusviestinnän aineistoja. Suunnittelun huomioiminen vastuullisuusviestinnässä on tärkeää ja siinä kannattaa hyödyntää esimerkiksi viestinnän vuosikelloa tai nimetä henkilöä vastaamaan vastuullisuus-viestinnästä. (Rajainmäki 2022.)

Vastuullisuusviestinnän toteuttamiseen kannattaa tarttua rohkeasti. Vastuullisuusviestintä ei eroa tavalli-sesta viestinnästä merkittävästi. Yksi esiin nostettava onnistumiseen vaikuttava tekijä on suunnitelmallisuus. Heti alussa on hyvä kartoittaa, mitä halutaan sanoa ja kenelle eli viestin sisältö ja kohderyhmä. Kun nämä ovat selkeästi mielessä, voidaan lähteä pohtimaan kanavia, joilla haluttu kohderyhmä saavutetaan. Vastuul-lisuusviestinnässä on tärkeää lähteä rohkeasti liikkeelle, vaikka yritysvastuun osalta oltaisiinkin vielä ihan alkutekijöissä. Vastuullisuusviestintä voi esimerkiksi olla sitä, että yritys kertoo alkavansa panostaa omaan vastuullisuuteensa askel kerrallaan, aloittavansa sen ensiksi henkilöstönsä työhyvinvoinnin kehittämällä. Vastuullisuusviestinnässä ei kannata pelätä epäonnistumisia. On hyvä pitää mielessä, että viestitään asioista totuudenmukaisesti, sillä valheista jää kiinni nopeasti.

Lähteet

Eettisen kaupan puolesta ry. 2023. Kuluttaminen ja mainonta – opettajan materiaalit. Viitattu 3.2.2023.

<https://eetti.fi/materiaalit/oppimateriaalit/kuluttaminen-mainonta/kuluttaminen-mainonta-opettajan-materiaalit/>

Eräranta, K. & Penttilä, V. 2021. Vastuullinen viestintä. E-kirja. Helsinki: ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry.

Euroopan komissio. 2021. Verkkosivujen tehotarkastus viherpesun havaitsemiseksi: puolet ympäristövääntämistä on perusteettomia. Lehdistötiedote. Viitattu 1.2.2023. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip_21_269

Juholin, E. & Rydenfelt, H. 2017. Vastuullinen viestintä ei kärjistä kohuilla. Viestinnän eettinen neuvottelukunta. Viitattu 22.2.2023. <http://ven.fi/vastuullinen-viestinta-ei-karjista-kohuilla/>

Ilmastorahasto 2023. Ilmastorahaston verkkosivut, rahoituksesta kiinnostuneille. Viitattu 24.4.2023. <https://www.ilmastorahasto.fi/ilmastorahaston-rahoituksen-kriteerit/>

Isokangas, A., Niippola, J. & Vassinen, R. 2022. Viherpesuopas. Miten merkitys muuttuu markkinoinniksi. Helsinki: Nemo.

Koskiniemi, E. 2022. Vastuullisuus sekä siitä viestiminen. Vastuullisuusviestinnän työpaja 17.11.2022. Viitattu 30.1.2023. https://www.youtube.com/watch?v=Q0URJ90pdvI&embeds_euri=https%3A%2F%2Fvihreavastuu.fi%2F&embeds_origin=https%3A%2F%2Fvihreavastuu.fi&feature=emb_imp_woyt

Rajainmäki, M. 2022. Realistinen vastuullisuusviestintä. Vastuullisuusviestinnän työpaja 17.11.2022. Viitattu 20.1.2023. <https://www.youtube.com/watch?v=I9Hv8nSOarU>

Sumuvuori, M. 2022. Miten yritys voi viestiä vastuullisuudestaan – Mitä on vastuullisuusviestintä? Myynninmaailma. Viitattu 30.1.2022. <https://myynninmaailma.fi/asiantuntija-artikkelit/viestinta/miten-yritys-voi-viestia-vastuullisuudesta-mita-on-vastuullisuusviestinta/>

Vanhala, A. 2023. Vastuullisuus on yhdistelmä tekoja ja viestintää. Suomen Yrittäjäopisto: SYOblogi. Viitattu 23.2.2023. <https://www.syo.fi/vastuullisuus-on-yhdistelma-tekoja-ja-viestintaa/>

9 Talouden tarkastus ja yritys vastuulaki

Teija Launiainen

EU:N 2021 TEKEMÄ muutosehdotus kestävyysraportointidirektiiviin koskettaa välillisesti tilintarkastajia, sillä nämä varmentavat tilinpäätöksissä esitettäviä tietoja. EU-tason uusiutuvat ja lisääntyvät lait sekä direktiivit lisäävät tilinpäätöksen laatimiseen liittyviä sääteltyä Suomessa. Vuonna 2016 Suomessa astui voimaan PMA-asetus, pien- ja mikroyritysten tilinpäätöksistä esitettävistä liitetiedoista. Asetuksen tavoitteena oli keventää tilinpäätöksenlaadintaan liittyvää sääteltyä. Uusien EU-tason muutosten valossa kevennykset eivät näiltä osin tule toteutumaan, vaan lisääntymään vastuullisuusraportoinnin ja kestävyystietojen esittämisen osalta.

Yrityksen laaditun tilinpäätöksen varmentamisen tekee tilintarkastaja. Tilintarkastajan tulee tarkastuksen ja varmentamisen yhteydessä huomioida yritys vastuuseen ja kestävyystietoihin liittyvät lait ja direktiivit. Yritys vastuun ja kestävyystietojen kehityssuunnan huomioi Suomen Tilintarkastajat ry julkaistessaan Asplundin kirjoittaman artikkelin ”Tilintarkastaja yritys vastuun portinvartijaksi”. Asplundin (2021) mukaan tilintarkastajankin on tulevaisuudessa omassa tarkastustyössään huomioitava tuleva yritys vastuun eli CSRD-direktiivi (Corporate Sustainability Reporting Directive).

TILINTARKASTAJIEN NÄKEMYKSIÄ VASTUULLISUUSRAPORTOINNIN KEHITYKSESTÄ PK-YRITYKSISSÄ

LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijat tarkastelivat Vihreä vastuu -hankkeen toimeksiantona ”Johdanto tilintarkastukseen”-opinnossa, miten tilintarkastusalalla toimivat ammattilaiset näkevät uuden yritys vastuulain vaikutuksen heijastuvan omaan työhönsä ja tarkastettavien yritysten raportointiin. Opiskelijatiimit haastattelivat kuutta tilintarkastusalalla toimivaa henkilöä. Heistä yksi oli auktorisoitu Kauppakeskuskamarin hyväksy-

mä tilitarkastaja (KHT) ja yksi Hyväksytty Tilimies -tilitarkastajia (HT) ja neljä tilitarkastusallalla muutaman vuoden toimineita henkilöitä.

Lähtökohtaisesti kaikki haastateltavat ajattelivat lain koskevan vain isoja yrityksiä, joten pienille yrityksille asia jää todennäköisesti vieraaksi vielä pitkäksi aikaa. On huomattava, että haastateltavat edustivat erilaisia taustayhteisöjä ja isojen ketjujen edustajat olivat ehkä enemmän perillä asiasta ja tietoista tulevasta laista. He totesivat, että omassa asiakaskunnassa on yrityksiä, joita laki tulee koskemaan. Tosin monet isot yritykset jo nyt nostaneet tilinpäätöksissään esille vastuullisuusteemoja. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

Haastateltavien mukaan yritys vastuulain myötä tilinpäätösten ei-numeerinen aineisto tulee lisääntymään, mikä vaikuttaa tilintarkastukseen. Lisäksi uusia mittareita ja seurannan kohteita otetaan käyttöön. Näiden arviointi ja analysointi tulee lisäämään tilitarkastajien työtä isojen yritysten kohdalla, joten jatkossa on tärkeää osata erottaa olennaiset asiat epäolennaisista. Teemaan liittyen yksi haastateltava korosti johdon roolia ja sitä, miten johto näkee riskit ja yritys vastuun. Eräs haastateltava koki haastavaksi pohtia sitä, millaisia vastuullisuuteen liittyviä mittareita voisi edes olla. Hänelle yritys vastuulain sisältö oli vieras asia. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

Haastateltavat painottivat kirjanpitoista tulevaa tilinpäätöksen antamaa oikeaa ja riittävää kuvaa. Samalla he pohtivat, mistä yritykset tulevaisuudessa raportoivat lain mukaan, ja mikä on ns. vapaaehtoisuuteen perustuvaa raportointia. Tähän liittyen haastateltavat nostivat esiin toimialojen erilaisuuden. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

Pieniin yrityksiin yritys vastuulain vaatimukset eivät tilitarkastajien näkemyksen mukaan tule juurikaan vaikuttamaan, joten lailla ei tule olemaan merkittäviä vaikutuksia pien- ja mikroyritysten tilintarkastamiseen. Haastateltavien mukaan esimerkiksi yritys vastuudirektiivin tuoman säätelyn lisääminen koskisi todennäköisesti erityisesti ympäristöön liittyvien asioiden raportointia. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

”Sosiaalisesta vastuusta tulisi olla raportointia, jotta pystyisi tarkastamaan”, totesi eräs haastateltava. Hän korosti samalla pohdintaa siitä kumpaa pitäisi kehittää: tilintarkastusta vai raportointia? Toisaalta, jos jatkossa vaaditaan erillinen yritys vastuuraportti, lisää se tilintarkastajan työmäärää, mikä puolestaan vaikuttaa tilintarkastuspalveluiden hinnoitteluun. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

TILINTARKASTAJIEN VASTUULLISUUSOSAAMISEN KEHITTÄMINEN

Tilitarkastajien osaamisen kehittämisen ja kouluttautumisen yhtenä vaikuttavana tekijänä on yritys yhteistyökumppaneiden koko. Suurten yritysten kanssa työskentelevien tilitarkastajien on osattava huomioida vastuullisuus ja kestävyystietojen käyttö osana tilinpäätöstä. Esimerkiksi finanssialalla on omat taksonomia-tunnuslukunsa sijoitetulle omaisuudelle ja varoille. Pienten yritysten kanssa toimivien ei vielä välttämättä tarvitse omata vastaavaa vastuullisuusosaamista. Yritys yhteistyökumppaneiden koko vaikuttaa selvästi tilitarkastajan omaan kehittämiseen.

Tilitarkastajien oman työn kehittämisen näkökulmasta yritys vastuuraportoinnin lisääntyminen tarkoittaa muun muassa uusien työkalujen kehittämistä datan keräämiseksi sekä erilaisten osaprosessien käyttöä tarkastustoiminnassa. Osa haastatelluista tilitarkastajista korosti sitä, että jo nyt tilitarkastajien on kiinnitettävä huomiota yhteiskunnallisesti merkittäviin asioihin kuten verojen maksamiseen, rahanpesuun liittyviin epäilyihin ja yrityksen toiminnan jatkuvuuden edellytyksiin. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

Lisäksi oman asiakaskunnan toimialan tuntemus on tärkeää, jotta tilitarkastaja voi arvioida vastuullisuuteen liittyviä tekijöitä. *”Mitä esimerkiksi tarkoittaa taloudellinen, ympäristöllinen tai sosiaalinen vastuu? Miten*

se näyttäytyy juuri sen tietyn asiakkaan kohdalla”, kommentoi yksi haastateltava. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

Tilintarkastajien työn näkökulmasta tulevaisuudessa haasteena nähdään pelko siitä, että asiakkaan mahdollisesti esittämät tunnusluvut ja mittarit eivät ole yksiselitteisiä tai niille ei ole olemassa selviä vertailuarvoja. Tämä vaikeuttaa arviointia siitä, onko tiedot esitetty selkeästi ja täsmällisesti ja ovatko ne riittävän tarkkoja. Jatkossa tilintarkastuksessa kiinnitetään yhä enemmän huomiota siihen, millä tavalla mittareiden taustalla oleva tieto on kerätty tai mitattu. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

RAPORTOINNIN VAIKUTUKSET TILINTARKASTUKSEN NÄKÖKULMASTA

Haastateltavat pohtivat muun muassa raportoinnin vaikutuksia. *”Raportoinnin tulee siis olla tasapuolista, ettei keskitytä vain yrityksen positiivisiin vaikutuksiin yritys vastuussa. Onko tiedot esitetty selkeästi ja täsmällisesti niin, että ovat riittävän tarkkoja? Tilintarkastajan kuuluu myös seurata, että raportointi tapahtuu ajankohtaisesti ja että esitetty tieto on vertailukelpoista. Tilintarkastajan on myös arvioitava tiedon luotettavuutta ja sitä mihin esitetyt tiedot pohjautuvat.”* (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

Toisaalta yksi haastateltava esitti näkemyksen, että kestävyysraportointidirektiivi tulee tekemään raporteista määrämuoitsemppaa. Tämän myötä raportit tulevat vertailukelpoisemmiksi, mikä saattaa helpottaa tilintarkastajan varmennustyötä. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

Eräs haastateltava totesi, että erilaiset varmennustoimeksiannot (auktorisoidun tilintarkastajan suorittamat muut toimeksiannot kuin lakisääteinen tilintarkastus) tulevat lisääntymään, koska vastuullisuusasiat ja kestävä liiketoiminnan haasteet askarruttavat yrityksiä entistä enemmän. (Tradenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

YHTEENVETO

Mikäli asiakkaat ryhtyvät raportoimaan yritys vastuulain mukaisia asioita, on tilintarkastajan kouluttautuminen tärkeää. Suomen tilintarkastajat ry onkin jo järjestänyt koulutuksia vastuuraportointiin liittyen. Lisäksi tilintarkastajilla on mahdollisuus osallistua työssä tapahtuvan osaamisen kehittymisen lisäksi eri tahojen järjestämiin aiheisiin liittyviin koulutuksiin.

Tilintarkastajien työmäärä tulee kasvamaan tarkastettavien asioiden määrän kasvaessa. Riskien tunnistamiseen on kiinnitettävä huomiota, sillä yritys vastuudirektiivin yhteydessä oleva ESG (European Sustainability Governance) voi aiheuttaa tarkastettavalle yritykselle esimerkiksi toimintariskin tai jopa luottoriskin, jos asiakas ei itse osaa huomioida näitä. Tällöin tilintarkastajan on pystyttävä opastamaan asiakasta näissä asioissa.

Lähteet

Aspholm, I. 23.11.2021. Tilintarkastaja yritysvastuun portinvartijaksi. Suomen Tilintarkastajat ry. Viitattu 5.2.2023. <https://tilintarkastajat.fi/artikkelit/tilintarkastaja-yritysvastuun-portinvartijaksi/>

JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET

Tradenomi AMK -oppimistehtävä. 2022. Miten yritysvastuudirektiivi näyttäytyy tilintarkastuksessa ja tilintarkastajan osaamisen kehittämisessä? 7.11.2022. LAB-ammattikorkeakoulu.



10 Suomen kirjanpitolainsäädäntö vastuullisuusraportoinnin pyörteissä

Paula Vedman

YRITYSTEN VASTUULLISUUS ON korostunut viime vuosien aikana ja vastuullisuusraportoinnin tärkeys kasvaa jatkossa etenkin EU:n vastuullisuussäädösten edetessä. Vastuullisuusraportoinnin käytännöt ja laajuus, sisältö ja rakenne vaihtelevat paljon eri maiden yritysten välillä. Vaikka tällä hetkellä monissa maissa raportointia vaaditaan joko lakisääteisenä tai suositellaan vahvasti, ei raportoinnille ole olemassa yhtä valmista mallia. Tässä artikkelissa tarkastellaan kolmea yritysten vastuullisuusraportointiin vaikuttavaa säädöstä Suomessa: kirjanpitolain lukua 3a, Kirjanpitolautakunnan yleisohjetta ja jätelain uudistusta.

VASTUULLISUUSRAPORTOINTI SUOMEN KIRJANPILAIN NÄKÖKULMASTA

Suomen kirjanpitolakiin tehtiin merkittäviä muutoksia vuonna 2016. Silloin tavoitteena oli helpottaa mikro- ja pk-yritysten hallinnollista taakkaa vähentämällä raportointivelvollisuutta merkittävästi. Esimerkiksi toimintakertomusta ei vuoden 2016 kirjanpitolain uudistuksen myötä vaadita enää osakeyhtiöltä, joka täyttää pienyrityksen kriteerit eli enintään yksi seuraavista raja-arvoista ylittyy:

- liikevaihto 12 milj. Euroa
- taseen loppusumma 6 milj. euroa
- palveluksessa keskimäärin 50 henkilöä (Kirjanpitolaki 1336/1997:1 luku 4a §).

EU:n vastuullisuusdirektiivi tulee lisäämään mikro- ja pk-yritysten raportointivelvollisuutta, joten Suomen kirjanpitolakiin 2016 tehdyt helpotukset menettävät kenties merkitystään.

Virallinen lainsäädäntö Suomessa vuonna 2023 ei velvoita kuin suuryrityksiä vastuullisuusraportointiin. Pörssiyritykset ja muut suuret yritykset tekevät vuosikertomuksen lisäksi yhteiskuntavastuuraportin, joka jakautuu taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen. Tällä raportilla yritys viestii, miten se vaikuttaa toimintaympäristöönsä ja miten se kehittää toimintaansa vastuullisesti. (Jormakka, Koivusalo, Lappalainen & Niskanen 2021, 273.)

Pienten ja keskisuurten yritysten on pystyttävä tarvittaessa raportoimaan vastuullisuusasiat esimerkiksi hankintaketjuun liittyen. Tämä johtuu pitkälti siitä, että EU tulee asettamaan tiukentuvia vaatimuksia suuryrityksille, jotta ne varmistavat kansainvälisten toimitusketjujen vastuullisuuden. Muutoksella on suoria vaikutuksia niiden arvoketjuissa alihankkijoina toimiviin yrityksiin, joiden on pystyttävä osoittamaan toimintansa kestävyys eri tavoin pärjätäkseen tarjouskilpailuissa – tai päästääkseen ylipäättään mukaan kilpailutuksiin. (Opas pk-yrityksille: näin varaudut yritysvastuun EU-lainsäädäntöön.)

EU:n kunnianhimoista vastuullisuussäntelyä ulotetaan vaiheittain erikokoisiin yrityksiin. Elinkeinoelämän keskusliiton oppaassa pk-yrityksille kerrotaan, että EU:n yritysvastuulaki, kestävän rahoituksen taksonomia ja kestävyysraportoinnin direktiivi vaikuttavat jatkossa vähintään epäsuorasti suomalaisiin pk-yrityksiin.

KIRJANPITOLAKIIN UUSI SÄÄDÖS VUONNA 2021 RAPORTOINTIVELVOLLISUUDEN OSALTA

Suomessa suuryritysten raportointivelvollisuus muuttui toukokuussa 2021 tehdyn Kirjanpitolain säädöksen vuoksi. Kirjanpitolain 3a luku velvoittaa suuryrityksiä raportoimaan muista kuin taloudellisista tiedoista esimerkiksi ympäristöasioista, ihmisoikeuksien kunnioittamisesta ja toimintaperiaatteista. Tämän muutoksen myötä suurten, kirjanpitolain 1 luvun 9 §:ssä tarkoitetun yleisen edun kannalta merkittävän suuren yhteisön, jonka työntekijämäärä tilikauden aikana on keskimäärin yli 500 henkilöä, on sisällytettävä toimintakertomukseen selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista, ts. yhtiöiden tulee antaa aiempaa enemmän tietoja kestävän kehityksen sijoittamisen edistämiseksi. (Kirjanpitolaki 1336/1997.)

Kirjanpitolain (1336/1997) 1 luvun 9 §:n mukainen yleisen edun kannalta merkittävä yhteisö on

1. suomalainen yhteisö, jonka liikkeeseen laskema osake, velkakirja tai muu arvopaperi on kaupankäynnin kohteena Arvopaperimarkkinalain (746/2012) 2 luvun 5 §:ssä tarkoitetulla säännellyllä markkinalla
2. luottolaitostoinnasta annetun lain (610/2014) 1 luvun 7 §:ssä tarkoitettu luottolaitos ja
3. vakuutusyhtiölain (521/2008) 1 luvun 1 §:ssä tarkoitettu vakuutusyhtiö.

Muille kuin arvopaperipörssissä noteeratuille yhtiöille ja suurille yrityksille yhteiskuntavastuuraportointi on vapaaehtoista, mutta yhä useampi yritys on halukas tiedottamaan toiminnastaan avoimesti. Vastuullinen toiminta ja siitä kertominen vaikuttavat yrityksen maineeseen ja kilpailukykyyn. (Jormakka ym. 2021, 273.)

KIRJANPITOLAUTAKUNNAN YLEISOHJE RAPORTOINTIA TUKEMASSA

Toinen voimassa oleva vastuullisuuden raportointiin vaikuttava säädös Suomessa perustuu Kirjanpitolautakunnan yleisohjeeseen vuodelta 2006: Ympäristöasioiden kirjaaminen, laskenta ja esittäminen tilinpäätöksessä. Tämä on tulkintaohje siitä, kuinka ympäristöasioita käsitellään hyvin kirjanpitotavan mukaisesti osana lakisäätteistä tilinpäätösinformaatiota. Yleisohje on rajattu kirjanpitolain mukaiseen lakisäätteiseen tilinpäätösinformaatioon.

Yleisohjetta sovelletaan kaikkiin kirjanpitovelvollisiin, joiden toiminnan tuloksen ja taloudellisen aseman kannalta ympäristöasioilla on olennainen merkitys. Tämän yleisohjeen soveltamisessa voidaan noudattaa Kirjanpitolain (1336/1997) 3 luvun 9 §:n 2 momentissa mainittuja pieniä kirjanpitovelvollisia koskevia poikkeuksia liitetiedoista ja toimintakertomuksen laadinnasta. Laissa mainituilla pienillä kirjanpitovelvollisilla tällaisten tietojen esittämisvelvollisuus syntyy siinä tapauksessa, että niiden esittäminen lisätietona on tarpeellista kirjanpitolain (1336/1997) 3 luvun 2.1 §:n mukaisesti oikeiden ja riittävien tietojen antamiseksi kirjanpitovelvollisen toiminnan tuloksesta ja taloudellisesta asemasta.

JÄTELAIN UUDISTUS VAUHDITTAA KIERTOTALOUTTA

Kolmas Vihreään tilinpäätökseen ja vastuullisuusraportointiin vaikuttava säädös tulee jätelain uudistuksesta 19.7.2021. Tällä uudistuksella pyritään vauhdittamaan kierrätystä ja kiertotaloutta. Uusi jätelaki velvoittaa jätealan toimijoita sekä erilliskeräämään että kierrättämään jätteitä nykyistä tehokkaammin. Tämän lisäksi toiminnanharjoittajille tulee uusia kirjanpito-, raportointi- ja ilmoitusvelvollisuuksia. (Jätelain laaja uudistus voimaan 19. heinäkuuta 2021.)

Uusittu jätelaki edellyttää elintarvikealan toimijoilta entistä parempaa jätevirtojen tuntemista ja raportointia. Tiukemmat kirjanpito- ja tiedonantovelvollisuudet koskevat tuhansia elintarviketeollisuuden toimijoita ja yhteensä kymmeniä tuhansia ravitsemuspalvelun ja kaupan alan toimijoita. Raportoinnin uudistus on siis merkittävä. Elintarvikealan toimijan on pidettävä kirjaa toiminnassaan syntyvän elintarviketeollisuuden määräästä ja käsittelystä. Tämän lisäksi kirjanpitoon on merkittävä mahdollisuuksien mukaan arvio jätteenä käytöstä poistetun syömäkelpoisen elintarvikkeen kokonaismäärästä. (Uudistuvan jätelain vaikutukset elintarviketeollisuudelle -webinaaritalenne.)

YHTEENVETO

Yritysten vastuullisuuden korostuttua viime vuosina esimerkiksi vastuullisuusraportoinnin käytännöt ja sisältö vaihtelevat eri maiden välillä lakisääteisyydestä huolimatta eikä raportoinnille ole yhtä valmista mallia. Suomessa vastuullisuusraportointiin joko suoraan tai välillisesti vaikuttavat muun muassa kirjanpitolain luku 3a, Kirjanpitolautakunnan yleisohje ja jätelain uudistus. EU:n vastuullisuussäätely tulee ulottumaan vaihteittain erikokoisiin yrityksiin ja vastuullinen toiminta sekä siitä viestiminen vaikuttavat yrityksen maineeseen ja kilpailukykyyn.

Mikä on Suomen lainsäädännön tilanne tällä hetkellä suhteessa EU:n kunnianhimoisiin vastuullisuus-säännöksiin? EU:n yritys vastuulakihanke etenee nimellä Corporate Sustainability Due Diligence Directive eli kestävää yritystoimintaa koskevan huolellisuusvelvoitteen direktiivi. Elinkeinoelämän keskusliiton oppaan mukaan sitä koskeva suomalainen lainsäädäntö voisi olla voimassa mahdollisesti vuonna 2025, mikäli käsitteley jäsenmaiden ja parlamentin toimesta etenisi niin ripeästi. Aluksi laki tulee koskemaan vain suuria yrityksiä ja tiettyjen riskitoimialojen keskusuria yrityksiä. Mahdotonta on arvioida, miten ja milloin EU:n yritys vastuulaki tulee sovellettavaksi pienempiin pk-yrityksiin. (Opas pk-yrityksille: näin varaudut yritys vastuun EU-lainsäädäntöön.)

Suomen kirjanpitolainsäädäntö ei velvoita tällä hetkellä kuin suuryrityksiä raportoimaan vastuullisuusasioista, mutta kansallinen lainsäädäntö tulee elämään muutosten myötä. Joka tapauksessa paluuta aikaisempaan ei ole: vastuullisuuden merkitys ei tule vähenemään, vaikka yritysten taloudellinen tilanne epävarma Euroopassa vuonna 2023.

Lähteet

Jormakka, R., Koivusalo, K., Lappalainen, J. & Niskanen, M. 2021. Laskentatoimi. 7. painos. Helsinki: Edita.

Opas pk-yrityksille: näin varaudut yritysvastuun EU-lainsäädäntöön. Viitattu 5.1.2023.

<https://ek.fi/ajankohtaista/uutiset/opas-pk-yrityksille-nain-varaudut-yritysvastuun-eu-lainsaadantoon/>

Jätelain laaja uudistus voimaan 19. heinäkuuta 2021. Viitattu 7.1.2022. <https://www.finlex.fi/fi/uutiset/412>

Kirjanpitolaki 1336/1997. Viitattu 3.1.2022. <https://finlex.fi/fi/laki/>

<ajantasa/1997/19971336?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=kirjanpitolaki>

Kirjanpitolautakunnan yleisohje ympäristöasioiden kirjaamisesta, laskennasta ja esittämisestä tilinpäätöksessä 24.10.2006. Viitattu 3.1.2022. <https://kirjanpitolautakunta.fi/-/ymparistoasioiden-kirjaaminen-laskenta-ja-esittaminen-tilinpaatokes-1>

Uudistuvan jätelain vaikutukset elintarviketeollisuudelle. Viitattu 7.1.2022. <https://lassikko.lt.fi/uudistuvan-jatelain-vaikutukset-elintarviketeollisuudelle-webinaaritalenne>



11 Vastuullisuus kosmetiikka-alalla

Sari Viitala

KOSMETIIKKA-ALALLA ON JO pitkään ollut käynnissä siirtymä, jossa luonnon raaka-aineita hyödynnetään synteettisten raaka-aineiden sijaan. Monet yritykset haluavat viestiä vastuullisuudesta erilaisia sertifikaatteja käyttämällä ja isommat yritykset tekevät vastuullisuusraportointia. EU:n uusi yritys vastuulaki tulee toteutuessaan vaikuttamaan monen yrityksen toimintaan ainakin välillisesti.

KOSMETIIKKA-ALAN KESTÄVÄ TOIMINTA

Kosmetiikkateollisuuden kattojärjestö, Cosmetics Europe, korostaa kestävyyttä alan toiminnassa. Järjestön kestävyysajattelun perustana on kolme pilaria, ympäristö, talous ja sosiaalinen vastuullisuus.

Näistä ympäristön kohdalla kiinnitetään huomiota erityisesti tuotantotekniikkaan ja -prosessiin, hiilidioksidipäästöihin, veden käyttöön sekä jätteen vähentämiseen niin tuotteiden kuin pakkaustenkin materiaalivalinnoilla. Sosiaalinen vastuullisuus tulee esiin erilaisissa yhteisöprojekteissa, reilun kaupan aloitteissa, terveyden huollon koulutukseen panostamisessa sekä koulutusmahdollisuuksien tarjonnassa. (Cosmetics Europe 2022.)

Kosmetiikan kuluttajat toivovat yrityksiltä läpinäkyvyyttä. Cornford (2021) toteaa Mintel-tutkimusyhtiön raportissa, että nuoremmat kuluttajat, ns. Z-sukupolvi, odottaa yrityksiltä toimia ympäristön hyväksi. Heille ei riitä, että tuotteessa käytetään luonnon raaka-aineita vaan he odottavat, että raaka-aineet ovat ympäristön kannalta kestäviä (Kauro 2021).

Kosmetiikka-alalla suuremmat yritykset ovat jo pitempään julkaisseet CSR-raportteja (Corporate Social Responsibility). Vaikka kosmetiikka-alalla itsesääteily on tärkeää, ei alan kattojärjestö ole antanut raportoinnista tarkkoja ohjeita. Kosmetiikkateollisuus painottaa pehmeitä mittareita kuten hyväntekeväisyyttä ja

raaka-aineiden kestävä hankintaa sekä hankintaketjun eri vaiheissa olevista haavoittuvista ryhmistä huolehtimista. Erityisesti tästä syystä raaka-aineiden hankintaprosessissa tulisi kiinnittää huomiota koko arvoketjun toimintatapoihin.

VASTUULLISUUSRAPORTOINTI KOSMETIIKKA-ALALLA

Yritysvastuuraportointi koskee tällä hetkellä vain suuria yrityksiä. Raportointitavasta ei lainsäädännössä ole annettu yksityiskohtaisia ohjeita, vaan jokainen yritys voi raportoida haluamallaan tavalla itse valitsemistaan aihealueista (Työ- ja elinkeinoministeriö 2022). EU on aloittanut uuden yritysvastuulain valmistelun keväällä 2021. Ehdotetussa muodossa se tulisi suoraan koskemaan vain pientä osaa Suomessa toimivista kosmetiikka-alan yrityksistä. Laissa tuodaan esille vastuullisuuden tarkastelu koko arvoketjussa ja tätä kautta entistä useampi yritys voi olla lain piirissä välillisesti.

Useat kansainväliset kosmetiikkayritykset tekevät jo nyt vastuullisuusraportointia. Ne noudattavat riippumatonta, YK:n kestävän kehityksen ohjelman mukaan harmonisoitua GRI-raportoinnin (Global Report Initiative, yhteiskuntavastuun raportointimalli) ohjeistusta kukin itselleen sopivalla tavalla. Ohjeen mukaan raportoinnissa kuvataan yritystä yleisesti, avataan yrityksen johtamisjärjestelmää sekä keskitytään vastuullisuuden tunnuslukuihin. Yritykset voivat kuvata ympäristövuastuun lisäksi sekä taloudellisen että sosiaalisen vastuun tunnuslukuja.

Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelija Sonja Kauro tutki opinnäytetyössään Kosmetiikkayritysten ympäristövuastuullisuusraportointia. Työssä etsittiin kahdenoista EU:ssa toimivan suurehkon kosmetiikka-alan yrityksen ympäristövuastuullisuusraportit yhtiön verkkosivuilta. Opinnäytetyö rajattiin ympäristövuastuullisuuteen, koska se linkittyy sekä Vihreään siirtymään että kemikaalistrategiaan, jotka kumpikin ovat oleellisia kosmetiikka-alalla.

Työssä tarkasteltiin ympäristövuastuullisuutta kahdeksalta eri osa-alueelta: materiaalit, energia, vesi, luonnon monimuotoisuus, päästöt, päästöt vesistöihin ja jätteet, ympäristölainsäädännön noudattaminen ja toimittajien ympäristöarvioinnit. Yrityksistä suurin osa oli raportoinut materiaalien käytöstä ja päästöistä. Sen sijaan päästöjä vesistöihin ja arvoketjun eli toimittajien ympäristövaikutuksia ei raportoitu yhtä usein. Raportointia voitiin pitää yleisellä tasolla kattavana. (Kauro 2021.)

SUOMALAISTEN KOSMETIIKKA-ALAN YRITYSTEN YRITYSVASTUULLISUUS

Laurea-ammattikorkeakoulun estenomi YAMK -opiskelijat kartoittivat kotimaisten alan yritysten tietoisuutta yritysvastuulakiin ja vastuullisuusraportointiin liittyen syksyllä 2021 verkkosivujen havainnointitutkimuksen avulla. Erityisesti etsittiin mainintoja yritysvastuulaista, vihreästä tilinpäätöksestä sekä vastuullisuusraportoinnista. Tutkimuksen tuloksena selvisi, että yksikään tutkimuksessa mukana ollut kotimainen yritys ei tuonut sivuillaan esille näitä asioita. Vastuullisuus mainittiin yleensä raaka-ainehankintojen yhteydessä. Luonnosta peräsin olevat, kotimaiset raaka-aineet ja/tai sertifioidut raaka-aineet olivat monella yrityksellä se asia, mihin keskityttiin. Pakkausten ja pakkausmateriaalin valintoja korostettiin erityisesti silloin, jos yritys koki sen vastuulliseksi teoksi. Vain yksi tutkituista pienistä yrityksistä nosti esiin hiilijalanjäljen pienentämisen, veden kulutuksen vähentämisen ja aurinkoenergian hyödyntämisen. (Estenomi YAMK -oppimistehtävä 2021.)

Tämän kartoituksen perusteella näyttäisi, että kosmetiikkateollisuuden pienet, kotimaiset yritykset eivät tällä hetkellä tee vastuullisuusraportointia eivätkä ole tietosia uudesta laista. Osa yrityksistä toimii jo Vihreän



siirtymän mukaisesti tai vähintään pyrki parantamaan toimintaansa tällä sektorilla. Näiden yritysten kannattaisi tuoda tätä avoimemmin esiin verkkosivuillaan. (Estenomi YAMK -oppimistehtävä 2021.) Sekä tämä kartoitus että tehty opinnäytetyö tuovat esiin, että usean yrityksen sivuilta on vaikea löytää tietoa vastuullisuusraportoinnista. On mahdollista, että nämä asiat oli kätketty sivustoilla vähän syrjemmälle.

Keväällä 2022 estenomi AMK opiskelijat paneutuivat kosmetiikkayritysten vastuullisuuteen. Tässä havainnointitutkimuksessa otettiin mukaan suurempia kosmetiikka-alan yrityksiä. Kartoituksen tuloksista voidaan todeta, että suurempien, EU:ssa toimivien yritysten sivuilta löytyy vastuullisuusraportti. Näissä raporteissa on käsitelty yritykselle tärkeitä alueita ja pääsääntöisesti ne noudattavat ainakin jollakin tasolla GRI-raportoinnin ohjeita. (Estenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

Eri maanosien tilanne tuli esille, kun todettiin, että Yhdysvaltoihin sijoittunut kosmetiikkayritys korosti omassa vastuullisuusosiossaan ihmisoikeuksia ja lainsäädännön noudattamista koko arvoketjussa, kun taas ympäristöasiat jäivät vähemmälle huomiolle. EU:ssa useat yritykset korostivat nimenomaan ympäristöasioita ja sosiaalinen vastuu saattoi jäädä pienemmälle huomiolle. (Estenomi AMK -oppimistehtävä 2022.)

YHTEENVETO

Kosmetiikka-ala haluaa olla ympäristö- ja vastuullisuuskeskustelussa edelläkävijä. Pienemmillä yrityksillä ei näyttäisi olevan aikaa tai osaamista keskittyä raaka-ainevalintoja laajempiin asioihin. On mahdollista, että osa vastuullisuustyöstä jää kertomatta verkkosivuilla. Vaikka osa kuluttajista edelleen ajattelee, että luonnollisten raaka-aineiden käyttäminen on vastuullinen teko, entistä suurempi osa kuluttajista vaatii yrityksiltä läpinäkyvyyttä ja raportointia toiminnastaan muillakin kestävä kehityksen osa-alueilla. Tästä lähtökohdasta tilitoimistojen tarjoama vastuullinen palvelumalli ja yritys vastuukysely voi tuoda apua kosmetiikkayritysten vastuullisuusraportointiin ja vastuullisesta liiketoiminnasta viestimiseen.

Lähteet

Cosmetics Europe. 2022. Driving sustainable development. Viitattu 22.11.2022. <https://cosmeticseurope.eu/how-we-take-action/driving-sustainable-development/>

Kauro, S. 2021. Ympäristövastuullisuus ja sen raportointi kosmetiikka-alalla. Viitattu 22.11.2022. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/507492/Ymp%c3%a4rist%c3%b6vastuullisuus%20ja%20sen%20raportointi%20kosmetiikka-alalla%20Sonja%20Kauro.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Kosmetiikka- ja hygieniateollisuus. 2022. Kosmetiikan mainonta. Luonnonkosmetiikka. Viitattu 22.11.2022. <https://www.kosmetiikkajahygienia.fi/kosmetiikka/kosmetiikan-lainsaadanto/kosmetiikan-mainonta/>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2022. Vastuullisuusraportointi. Viitattu 22.11.2022. <https://tem.fi/vastuullisuusraportointi>

JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET

Estenomi AMK -oppimistehtävä. 2022. Miten vastuullisuusraportointi näkyy kosmetiikkayrityksen verkkosivuilla? 3.4.2022. Laurea-ammattikorkeakoulu. Vantaa.

Estenomi YAMK -oppimistehtävä. 2021. Kosmetiikkayritysten tietoisuus yritysvastuulaista ja vastuullisuusraportoinnista. 7.12.2021. Laurea-ammattikorkeakoulu. Vantaa.



AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences



YRITYSVASTUUDIREKTIIVIN ENSIMMÄISET MUUTOKSET vahvistettiin joulukuussa 2022 ja direktiivin kehitystyö EU:ssa jatkuu. Kehitystyö kohdistuu vastuullisuuden kestävyystietojen vertailukelpoisuuteen sekä raportoinnin kattavuuden laajenemiseen yhä vahvemmin pk-sektorille. Eri sidosryhmien vastuullisuusvaatet pk-yritysten keskuudessa kasvavat yhdessä lakien, säädösten sekä direktiivien kanssa. Tarve vastuullisuuden kehittämiseen ja uudistamiseen osana pk-yritysten liiketoimintaa vahvistuu entisestään. Kilpailukyvyyn ylläpitämiseksi ja vastuullisuuden edistämiseksi yritysten tulee vahvistaa raportointiaan vastuullisuudesta. Tutustu oheisiin artikkeleihin, joista voit lukea esimerkiksi vastuullisuusraportoinnin palvelumallin muotoilusta sekä sen taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun kysymysten sisällöstä, tilintarkastajien ja kirjanpidon näkökulmasta sekä yrityksen viestinnän kohderyhmistä ja vastuusta. Nämä tekstit ja muuta aiheeseen liittyvää löydät vihreavastuu.fi verkkosivuilta.

VIHREÄ VASTUU -HANKE on rahoitettu osana Euroopan unionin COVID-19 pandemian johdosta toteuttamia toimia.

