



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Vastuullinen yhteiskuntavastuuraportointi – savumerkeistä someen

Skutnabb, Kata

2014 Hyvinkää



Laurea-ammattikorkeakoulu
Hyvinkää

Vastuullinen yhteiskuntavastuuraportointi – savumerkeistä someen

Kata Skutnabb
Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaami-
sen koulutusohjelma (YAMK)
Opinnäytetyö
Syyskuu, 2014

Kata Skutnabb

Vastuullinen yhteiskuntavastuuraportointi – savumerkeistä someen

Vuosi 2014 Sivumäärä 54

Tässä opinnäytetyössä haettiin vastauksia seuraaviin kysymyksiin: Miten ja miksi yritys tekee yhteiskuntavastuuraportointia? Miten lait ja säädökset vaikuttavat yhteiskuntavastuuraportointiin? Onko raportointi vastuullista? Tuoko sähköinen viestintä tai sosiaalinen media uusia uhkia tai mahdollisuuksia vastuullisuusraportointiin?

Yrityksen yhteiskuntavastuu voidaan määritellä käsitteeksi, jossa yritykset yhdistävät vapaaehtoisesti sosiaaliset, taloudelliset ja ympäristön hyvinvointiin liittyvät haasteensa liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa sidosryhmiensä kanssa. Yritykset raportoivat toimintansa, tuotteidensa ja palveluidensa vaikutuksista ympäristöön ja muuhun yhteiskuntaan erillisillä yhteiskuntavastuuraporteilla tai vuosikertomustensa yhteydessä. Vastuullinen liiketoiminta, kestävä kehitys ja eettisyys työpaikalla vaikuttavat jo nyt asiakkaiden ostokäyttäytymiseen. Sosiaalisen median tarjoamien kanavien myötä tietoisuus tai tietämättömyys yritysten vastuullisuudesta tulee lisääntymään ja vaikuttamaan asiakkaiden ostopäätöksiin.

Opinnäytetyö on kirjallisuuteen pohjautuva oikeustieteellinen tapaustutkimus, jossa käsitellään yhteiskuntavastuuta ja siitä raportointia koskevaa lainsäädäntöä sekä vastuullista viestintää sähköisessä viestinnässä. Yritysvastuun raportoinnin työkaluista käsitellään GRI-ohjeistoa. Case-yrityksenä opinnäytetyössä on Finnair Oyj, jota käytetään esimerkkinä, miten kyseinen yritys käytännössä toteuttaa yhteiskuntavastuuraportointia ja miten raportointi näkyy sähköisessä viestinnässä. Oikeudellisena lähteenä on käytetty Suomen lainsäädännön lisäksi hallituksen esitystä, strategisia linjauksia sekä oikeuskirjallisuutta.

Suomessa yritysvastuu ja siitä raportointi ovat kehittyneet viime aikoina. Monet isot ja myös pienemmät yritykset tekevät yhteiskuntavastuuraportointia. Raportointi on vapaaehtoista, eikä sitä säädellä tiukalla lainsäädännöllä. Kuitenkin monet yritykset ovat motivoituneita tekemään sitä. Yhteiskuntavastuun osa-alueita sen sijaan säädelään moninaisella lainsäädännöllä, mutta se ei ainakaan vielä ulotu raportointiin. Sosiaalinen media ja sähköinen viestintä ovat tuoneet yhteiskuntavastuuraportointiin enemmän mahdollisuuksia kuin uhkia. Yhteiskuntavastuun kantaminen ja siitä raportointi ovat yritykselle kilpailukyvyyn kasvattamisen keinoja.

Asiasanat: yhteiskuntavastuu, yhteiskuntavastuun raportointi, vastuullinen viestintä, sähköinen viestintä

Kata Skutnabb

Responsible Social Corporate Reporting – From Smoke Signals to Social Media

Year	2014	Pages	54
------	------	-------	----

This thesis explores how and why corporations report on corporate social responsibility (CSR), the impact of laws, rules and regulations, whether reporting mechanisms are sustainable and if electronic and social communication brings new possibilities or threats to accountability reporting.

The CSR can be defined as a concept where corporations voluntarily consider and address social, economic and environmental wellbeing challenges within their business operations and interactions with stakeholders. Corporations have begun to report how their operations, products and services impact environment and society at large in their financial reporting or produce separate CSR reports.

Today's customers are making decisions on their purchasing behaviour based on corporations' responsibility, sustainability and ethical stands. Increasingly, social media offers channels for influencing consumer awareness - or ignorance - of corporate responsibility that affect customers purchasing behaviour.

This thesis is based on a literature review and it is a jurisprudential case study/survey where CSR, legislation related to the reporting of CSR, responsible communication and the Electronic communication are researched. The Global Reporting Initiative (GRI) -guidelines are used as a reporting tool and Finnair Oyj is used as a case company. Legal references are to Finnish legislation the presentations of the government strategic guidelines as well as CSR based literature.

Recently CSR and CSR reporting has developed in Finland. Many large corporations, but also small- and medium sizes companies, publish CSR reports. There is no obligatory legislation for CSR reporting, which is largely a voluntary action. This may be the reason that many corporations are motivated to do the reporting. However, legislation on elements of CSR is Multitudinous but, as stated, does not provide CSR reporting requirements. Social media and electronic communication has brought more possibilities than threats to CSR reporting and CSR and consumer-oriented CSR reporting increases corporate competitiveness.

Keywords: corporate social responsibility, reporting of corporate social responsibility, responsible communication, electronic communication

Laki- ja lyhenneluettelo

AA	Account Ability
CERES	Coalition for Environmentally Responsible Economies
CR	Corporate Responsibility
CSR	Corporate Social Responsibility
EFQM	European Foundation for Quality Management
Eläkel	Valtion eläkelaki 1295/2006
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
EU	European Union (Euroopan unioni)
FiBS	Finnish Business & Society ry
GRI	Global Reporting Initiative
ICC	International Chamber of Commerce (Kansainvälinen kauppakamari)
ILO	International Labour Organisation (Kansainvälinen työjärjestö)
IR	Integrated Reporting
ISEA	Institute for Social and Ethical Accountability
ISO	International Organization for Standardization
KOM	Euroopan komissio
KPL	Kirjanpitolaki 1336/1997
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development (Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö)
OYL	Osakeyhtiölaki 624/2006
PL	Suomen perustuslaki 731/1999
Some	Sosiaalinen media
SOx	Sarbanes-Oxley Act
SVTSL	Sähköisen viestinnän tietosuojalaki 516/2004
Tasa-arvoL	Laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta 609/1986
TEL	Työntekijän eläkelaki 395/2006
TEM	Työ- ja elinkeinoministeriö
TyöSopL	Työsopimuslaki 55/2001
UNEP	United National Environmental Program
WBCSD	World Business Council for Sustainable Development
YhdenvertaisuusL	Yhdenvertaisuuslaki 21/2004
YK	Yhdistyneet kansakunnat
YSL	Ympäristönsuojelulaki 86/2000
YTL	Laki Yhteistoiminnasta yrityksissä 334/2007

Sisällys

1	Johdanto.....	7
1.1	Lähtökohdat.....	7
1.2	Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset	10
1.3	Tutkimuksen rakenne ja keskeiset käsitteet	11
2	Yrityksen yhteiskuntavastuu	11
2.1	Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite.....	13
2.2	Yritysvastuu	14
2.2.1	Taloudellinen vastuu.....	15
2.2.2	Sosiaalinen vastuu.....	16
2.2.3	Ympäristövastuu.....	17
3	Yhteiskuntavastuun sääntely ja raportointi	18
3.1	Keskeinen lainsäädäntö ja toimintaohjeet	19
3.1.1	Ympäristölainsäädäntö	22
3.1.2	Sosiaalisen vastuun lainsäädäntö	24
3.1.4	Ylikansallinen lainsäädäntö.....	26
3.2	Yhteiskuntavastuun raportointi.....	27
3.2.1	Lainsäädännön vaatimukset	28
3.2.2	GRI - eniten käytetty ja sovellettu ohjeisto.....	29
3.2.3	GRI-tunnusluvut indikaattoreina.....	30
3.2.4	GRI-raportoinnissa otettava huomioon	33
4	Yhteiskuntavastuu ja sähköinen viestintä	35
4.1	Yhteiskuntavastuullinen viestintä	36
4.2	Sähköisen viestinnän lainsäädäntö	39
5	Yhteiskuntavastuuraportointi käytännössä, case: Finnair	39
5.1	Yhteiskuntavastuun raportointi Finnairilla	40
5.2	Finnairin yhteiskuntavastuullinen viestintä sähköisessä viestinnässä.....	42
6	Päätelmät	44
	Lähteet	50
	Kuvat.....	54

1 Johdanto

Olen suorittanut oikeudellisen osaamiseen painottuneet ylemmän ammattikorkeakoulun opinnot suurilta osin etäopiskeluna Thaimaassa, jossa asumme mieheni työkomennuksen vuoksi. Opiskelu ja varsinkin opinnäytetyön tekeminen on ollut haasteellista yksin puurtamista ilman helppoa pääsyä suomalaiseen ja monipuoliseen kirjastojärjestelmään. Onneksi sähköinen viestintä on ollut apuna, ja materiaalia on löytynyt esimerkiksi internetmaailmasta. Aiheen tiimoilta on kirjoitettu paljon ja tuloksia kirjallisuus- ja tutkimushauilla sekä verkkoselailulla löytyi runsaasti.

Aiheekseni olen valinnut yrityksen yhteiskuntavastuun osana yrityksen vastuullista viestintää sekä raportoinnin käytön sosiaalisessa mediassa. Case-yrityksenä on Finnair, joka on saanut kansainvälistäkin tunnustusta vastuuraportoinnistaan. Haluan selvittää, onko raportointi hoidettu avoimesti tai muuten vastuullisen viestinnän vaatimat edellytykset huomioon ottaen.

Teoriaosuus opinnäytetyössäni on laaja verrattuna empiiriseen osuuteen. Ennen kaikkea yritysvastuuta ja sen osa-alueita koskevaa lainsäädäntöä käsitellään laajasti koulutusohjelman oikeustiedepainotteisuudesta johtuen.

Jo kauan aikaa sitten intiaanipäällikkö Valkoinen Pilvi käsitteli yhteiskuntavastuuasioita kymmenessä käskyssään.¹ Samat asiat pätevät edelleen vastuullisessa yritystoiminnassa. Yrityksen yhteiskuntavastuu on aiheena tärkeä sen ajankohtaisuuden vuoksi, ja se on tullut jäädäkseen myös suomalaiseen liiketoimintaan. Yhteiskuntavastuuraportit ovat vahvasti mukana suomalaisten suuryritysten keskuudessa. Raportteja on monenlaisia yritysten erilaisista rakenteista, liiketoiminnoista ja kulttuureista johtuen yhteiskuntavastuun ja siitä raportoinnin merkitys tulevaisuudessa tulee korostumaan entisestään. Yhteiskuntavastuu on myös yksi Laurea Hyvinvään painopistealueista.

1.1 Lähtökohdat

Yrityksen yhteiskuntavastuu voidaan määrittää käsitteeksi, jossa yritykset yhdistävät vapaaehtoisesti sosiaaliset, taloudelliset ja ekologiset haasteensa liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa sidosryhmiensä kanssa. Yrityksen yhteiskuntavastuu kattaa muun muassa ihmisoikeudet, työvoima- ja työllisyyskäytännöt (koulutus, naisten ja miesten tasa-arvo sekä työterveys ja työhyvinvointi), ympäristöasiat (esimerkkeinä luonnon monimuotoisuus, ilmastonmuutos, luonnonvarojen käytön tehokkuus, elinkaariarviointi ja saastumisen vähentäminen) sekä lahjonnan ja korruption torjunnan.²

¹ Ketola 2005, 185.

² KOM 18.7.2001, 4.

Yhteisöön osallistuminen ja yhteisön kehittäminen, vammaisten integroituminen, kuluttaja-asiat sekä yksityisyyden suoja ovat myös osa yrityksen yhteiskuntavastuun osatekijöitä.³ Yrityksen yhteiskuntavastuu jaetaan taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen⁴.

Yritykset raportoivat toimintansa, tuotteidensa ja palveluidensa vaikutuksista ympäristöön ja muuhun yhteiskuntaan erillisellä yhteiskuntavastuuraportilla tai vuosikertomuksessaan. Raportointi vaihtelee suuresti yrityksen koosta ja liiketoiminnasta riippuen. Vastuullinen liiketoiminta, kestävä kehitys ja esimerkiksi eettisyys työpaikalla vaikuttavat jo nyt asiakkaiden ja kuluttajien ostopäätökseen, ja tämä trendi varmasti lisääntyy. Yritysten on siis muutettava toimintatapojaan ja mukauduttava kuluttajien, asiakkaiden ja muiden sidosryhmien vaatimiin edellytyksiin. Yhteiskuntavastuuraportin tekeminen on yritykselle vapaaehtoista, mutta kirjanpitolain (1336/1997) mukaan yrityksen velvollisuus on vuosittain raportoida toimintakerptomuksessaan olennaiset tiedot henkilöstöstään ja ympäristöasioistaan. Pakollisten tietojen lisäksi yritys voi tilinpäätöksessään kertoa myös muista henkilöstöön liittyvistä asioista, mikäli tiedot ovat oleellisia.⁵

Suomessa moni yritys tekee vastuuraportointia, koska se nähdään tärkeänä ja arvokkaana keinona viestiä keskeisille sidosryhmille ja yleisölle yrityksen arvoista ja toiminnasta. Yritys voi hyödyntää myös muita vapaaehtoisuuteen perustuvia työkaluja. Näitä ovat esimerkiksi it-sesäntely, tehokkaat johtamisjärjestelmät tai toimintaketjun vastuullinen hallinta. Valtioneuvoston mukaan Suomessa nykyinen raportointia koskeva kansallinen lainsäädäntö on riittävä.⁶

Suomen nykyisen hallituksen hallitusohjelman mukaan suomalaisten yritysten tulee olla edelläkävijöitä yritys vastuuasioissa⁷. Tämä luo osaltaan myös haasteita ja paineita yrityksille. Haasteita yritys- ja ympäristövastuun toteutumiseksi tuovat myös kilpaillut, kasvavat globaalit markkinat, maailmanlaajuinen tuotanto, pitkät arvoketjut sekä verkostomaiset toimintatavat. Jotta haasteet tunnistetaan, tarvitaan tehokkaita hallintakeinoja. Systemaattinen viitekehys joko ennakoivana tai seuraavana toimintana on kehittämistyön edellytys.⁸

Yhteiskuntavastuun edistäminen perustuu Suomessa oman maamme lainsäädäntöön sekä Suomea sitoviin kansainvälisiin sopimuksiin, OECD:n, Kansainvälisen työjärjestö ILO:n sekä Yhdistyneiden kansakuntien (YK) antamiin ohjeistuksiin vastuullisista toimintatavoista.⁹

³ KOM 18.7.2011, 4.

⁴ Juntunen 2005, 2.

⁵ VN 14.4.2011a, 4.

⁶ VN 22.6.2011a, 5.

⁷ VN 22.6.2011b, 8.

⁸ VN 14.4.2011a, 1.

⁹ VN 14.4.2011a, 1.

Suomen oikeusjärjestys on oikeuslähteiden muodostama kokonaisuus. Oikeuslähteet ovat osin kansallisia, osin kansainvälisiä, ja osa niistä on kirjoitettuja osa kirjoittamattomia. Lait ovat kansallisia oikeuslähteitä samoin myös asetukset sekä viranomaisten laatimat oikeussäännöt. Oikeuslähteitä ovat myös lain valmistelutyöt, tuomioistuinratkaisut, oikeustiede, yleiset oikeusperiaatteet sekä reaaliset argumentit.¹⁰

Kansainvälisiä oikeuslähteitä ovat valtiosopimukset sekä muut kansainväliset velvoitteet, joita Suomi on sitoutunut noudattamaan. Koska Suomi on Euroopan Unionin (EU) jäsen, velvoittaa Suomea myös unionin oikeus. EU:n oikeus jakaantuu primääriseen ja sekundääriseen oikeuteen. Jaottelun mukaan primäärinen oikeus on ylemmän asteista verrattuna sekundääriseen oikeuteen, ja se on tulkinnan ja pätevyuden peruste sekundääriselle oikeudelle. Primääristä oikeutta ovat perustamissopimukset sekä niiden liitteet ja pöytäkirjat kuin myös myöhemmin tehdyt liitteet, lisäykset ja muutokset. Tärkeä primäärisen oikeuden lähde on EU-oikeuden yleiset oikeusperiaatteet, jotka ovat perustavanlaatuisia sekä kirjoittamattomia. Sekundääristä EU-oikeutta ovat asetukset, direktiivit, päätökset sekä jäsenvaltioiden väliset yleissopimukset. Asetukset ja direktiivit ovat merkittävimpiä EU:n säädöksiä, joita jäsenmaat ovat velvollisia noudattamaan. Asetuksia sovelletaan sellaisenaan, mutta direktiivit on pantava täytäntöön jäsenvaltion omassa lainsäädännössä. Euroopan yhteisöjen tuomioistuimen ratkaisut sekä oikeudellisesti sitomattomat instrumentit (soft law) ovat myös merkityksellisiä EU-oikeuden lähteitä. EU-oikeuden ja kansallisen oikeuden suhdetta voidaan verrata liittovaltio-osavaltio-oikeuden välisen suhteen tapaan. Liittovaltion lainsäädäntövalta on rajoitettua ja ristiriitatilanteissa se syrjäyttää osavaltiolain. Myös EU:n toimivalta on rajoitettua, mutta EU-oikeus ohittaa kansallisen oikeuden ristiriitatilanteissa.¹¹

eBrand Suomi Oy toteutti Oulun sivistys- ja kulttuuripalvelujen tilaamana kyselytutkimuksen nuorten ja nuorten aikuisten sosiaalisen median käytöstä. Tutkimus toteutettiin alkuvuonna 2013. Kyselyn tulokset ovat osoitteessa: <http://www.ebrand.fi/somejanuoret2013/>. Tutkimuksen mukaan sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan internetin uusia palveluita ja sovelluksia, joissa käyttäjien välinen kommunikaatio sekä sisällöntuotanto yhdistyvät. Perinteisestä joukkoviestinnästä sosiaalinen media eroaa siinä, että vastaanottajat voivat tehdä asioita eivätkä ole vain vastaanottajina. Sosiaalisessa mediassa lähetettyjä viestejä voidaan kommentoida, merkitä suosikkeja, tykätä, seurata, jakaa sisältöjä ja tutustua toisiin käyttäjiin. Sosiaalisuus, verkottuminen ja yhteisöllisyys lisääntyvät. Helppokäyttöisyys, nopea omaksuttavuus, maksuttomuus ja mahdollisuus kollektiiviseen tuotantoon ovat sosiaalisen median tunnuspiirteitä.¹²

¹⁰ Euroopan oikeudellinen verkosto.

¹¹ Ojanen 2010, 36-46, 55.

¹² Sosiaalinen media ja nuoret 2013.

Sosiaalinen media nousee esiin myös yritysten vastuullisuusraportoinnissa. Onko tärkeintä saada suuri määrä ”tykkäämisiä” vai viestilleen hyväksyntää? Onko kommentteihin helppo saamaistua? Toisaalta eriävät kommentit erottuvat ja saavat reaktioita suuntaan jos toiseenkin.

Case-yritykseksi valitsin Finnair Oyj:n (myöhemmin Finnair). Valintaan vaikutti se, että Finnair on tehnyt yhteiskuntavastuuraportointia vuodesta 1997 lähtien ja vuodesta 2008 alkaen yritys on noudattanut raportoinnissaan Global Reporting Initiative (GRI) -ohjeistoa. Lentoliikenne liiketoiminta-alueena on kiinnostava nimenomaan ympäristövastuun näkökulmasta, mutta toki myös sosiaalisen vastuun näkökulmat tulevat koko ajan yhä ajankohtaisemmiksi. Taloudellinen vastuu ja siihen kuuluva osakeyhtiön velvollisuus voiton tuottamiseen osakkeenomistajille¹³ on itsestäänselvyys osakeyhtiö-muotoiselle yritykselle.

Lentoliikenteen toiminnan kannalta polttoaine on varsin merkittävä tekijä ja se on myös suuri kustannuserä lentoyhtiöissä. Monet valtiot ja eri sidosryhmät vaativat polttoainetehokkuuden parantamista, hiilidioksidipäästöjen alentamista sekä kasvihuonekaasujen päästöjen vähentämistä. Finnair on ollut edelläkävijä näissä asioissa. Finnair oli maailmassa ensimmäinen kaupallinen lentoyhtiö, joka sai käyttöönsä Airbus A321-koneen, jossa on polttoaineen kuluusta vähentävät Sharklet-kärkisiivet. Kone on luokkansa polttoaine- ja kustannustehokkain, vähäpäästöisin ja hiljaisin.¹⁴ Tärkein syy case-yrityksen valintaan oli se, että Finnair on oivaltanut jo varhain ympäristövastuun merkityksen varsin laajasti.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset

Yritysten yhteiskuntavastuu on ajankohtainen aihe. Sen raportoinnin pakollisuudesta käydään keskustelua, mutta toistaiseksi Suomen lainsäädäntö ei pakota yrityksiä tekemään erillistä yhteiskuntavastuuraporttia. Ajankohtaisuutensa vuoksi aihetta on hyvä käsitellä monelta eri kannalta ja näkökulmasta. Erilaisille tutkimuksille on tilaa ja kysyntää.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tarkastella yrityksen yhteiskuntavastuuta ja sen merkitystä yrityksen toimintaan. Työssä tarkastellaan sitä lainsäädäntöä, joka liittyy aiheeseen. Opinnäytetyössä ei paneuduta tarkemmin lakien sisältöön ja niiden vaikutuksiin, koska muuten kokonaisuudesta tulisi liian laaja ja hallitsematon. Yhteiskuntavastuun raportointimallista keskitytään ainoastaan Global Reporting Initiative-raportointiviitekehukseen, koska Finnair käyttää sitä raportoinnissaan.

Ympäristövastuun näkökulmasta on luonnollista, että yhteiskuntavastuusta viestintää ja raportointia tehdään sähköisesti eikä vain paperilla.

¹³ OYL 5 §.

¹⁴ Finnairin vuosikertomus 2013, 24.

Yhteiskuntavastuuraportointi ei ole myöskään vain raportointia, vaan myös myyntiä, markkinointia ja erityisesti yrityksen imagon kannalta tärkeää. Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan myös yhteiskuntavastuuta sähköisen viestinnän näkökulmasta. Yhteiskuntavastuuraportointia tarkastellaan case-yrityksen avulla.

Tutkimuksessa haetaan vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Miten ja miksi yritys tekee yhteiskuntavastuuraportointia?
- Miten lait ja säädökset vaikuttavat yhteiskuntavastuuraportointiin?
- Onko raportointi vastuullista?
- Tuoko sähköinen viestintä tai sosiaalinen media uusia uhkia tai mahdollisuuksia vastuullisuusraportointiin?

1.3 Tutkimuksen rakenne ja keskeiset käsitteet

Tutkimus perustuu vahvaan kirjallisuusosuuteen, jonka pohjalta case-yrityksen avulla tehdään johtopäätöksiä siitä, miten ja miksi yhteiskuntavastuuraportointia tehdään, miten raportointi näkyy sähköisessä viestinnässä ja mitä tulevaisuus tuo tullessaan niin raportointiin kuin siitä viestimiseen sähköisesti ja sosiaalisessa mediassa. Päätelmissä otetaan huomioon lähinnä yhteiskuntavastuuraportointiin mahdollisesti tulevat tai siihen vaikuttavat lakimuutokset. Muutoin lakien ja säännösten vaikutusta ei peilata case-yritykseen.

Yhteiskuntavastuun eri osa-alueita määriteltäessä käydään läpi myös viestinnässä huomioitavia asioita. Tutkimuksen keskeisiä käsitteitä ovat yrityksen yhteiskuntavastuu, yritysvastuu, yhteiskuntavastuuraportointi, vastuullinen viestintä sekä sähköinen viestintä. Yrityksen yhteiskuntavastuun, yritysvastuun ja sen osa-alueiden käsitteet avataan tarkemmin luvussa kaksi.

2 Yrityksen yhteiskuntavastuu

Yrityksen yhteiskuntavastuun periaatteella on pitkä historia. Yhteiskuntavastuun juuret juontavat 1800-luvulle, jolloin yrityksen vastuullisuus oli suurelta osin taloudellista vastuuta yrityksen omistajille ja mahdollisesti sosiaalista vastuuta yrityksen työntekijöistä. Säätöyhteiskuntaan siirryttäessä sosiaalipoliittinen turva oli perheiden ja lähiyhteisön varassa.¹⁵

¹⁵ Hanikka, K., Korpela P., Mähönen A., Nyman, C. 2007, 11.

Teollistumisen aikakaudella tehdaspaikkakunnille alkoi syntyä pienyhdyskuntia, joissa tehtaan patruuna huolehti kurista, asumisesta, kuin myös terveydenhoidosta ja koulunkäynnistä. Työnantajan vastuu ei kenties ollut ainoastaan moraalista vastuuta vaan pääasia oli saada työntekijä pysymään tehtaan palveluksessa.¹⁶ Suomea ryhdyttiin kutsumaan hyvinvointivaltioksi 1960-luvulla. Työmarkkinajärjestöjen rooli korostui ja voimistui. Ammattiyhdistysliikkeet ovat olleet monien sosiaalisten uudistusten alullepanijoina, koska ne toimivat kolmikantayhteistyössä hallituksen ja työnantajajärjestöjen kanssa. 1970-luvulla Suomessa yrityksen yhteiskuntavastuuksi käsitettiin tuottava toiminta, työpaikkojen luominen ja verojen maksaminen yhteiskunnalle. Muu tämän ylittävä toiminta koettiin hyväntekeväisyytenä. Toiminta oli hyvin lyhytnäköistä. Ympäristökysymyksistä vaiettiin mieluummin kuin otettiin niitä esille. Ympäristötuhojen myötä ja yleisen mielipiteen sekä markkinoiden painostuksen takia ympäristöpäästöjä alettiin aktiivisesti vähentää 1990-luvulla. Lainsäädäntö ja viranomais määräykset velvoittivat yrityksiä kiinnittämään huomiota myös ympäristöön. Laatu- ja ympäristöjärjestelmät alkoivat myös yleistyä. Kuluttajat muuttuivat ekologisemmiksi.¹⁷

Maailmantalouden kriisit kuten öljykriisi, lama sekä sijoittajien uudet odotukset 1900-luvun lopulla ovat nostattaneet talouden ja etiikan suhteen uudelleen keskusteluun. Irtisanomiset ja saneeraukset samoin epävarmuus ja joustot työelämässä ovat lisääntyneet. Terveydellisiä haittoja ja psyykkistä pahoinvointia ovat synnyttäneet työttömyys, sen uhka sekä alityöllistyminen. Globalisaatio, teollisuusmaiden yritysten toiminta kehitysmaissa, hyvinvointivaltion ongelmat, yhteiskunnallisten normien rikkomukset, esimerkkinä irtisanomisiin johtaneet YT-neuvottelut, epäluuloisuus yritysten lausuntojen pitävyyteen sekä kansalaisten oikeustajua koetelleet yritysjohtajien eläke- ja eropaketit ovat olleet tapetilla 2000-luvulla.¹⁸

Asioiden taloudellistuminen on ollut trendinä viime vuosikymmeninä. Talous tuntuu määrittävän elämän tarpeet, oikean ja väärän, samoin kehityksen suunnan. Valtion ja kuntien tehtäviä siirretään takaisin yksilöille, ja samalla vastuu yksityistyy. Elämme nykyisin hyvinvointivaltion sijaan hyvinvointiyhteiskunnassa, jonka hyvinvoinnin tuottaja ei enää ole pääsääntöisesti valtio. Tuotantoketju muodostuu järjestöistä, vapaaehtoistyöstä, verkostoista, yrityksistä, perheistä ja yksilöistä.¹⁹ Tämä tarkoittaa uusia ja erilaisia mahdollisuuksia ja vaikutuksia myös yrityksille ja yhteiskuntavastuulle.

¹⁶ Hanikka ym. 2007, 11.

¹⁷ Juntunen 2005, 11-12.

¹⁸ Juntunen 2005, 11-12.

¹⁹ Juntunen 2005, 12.

2.1 Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite

Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite on syntynyt 1980-luvun lopulla YK:n alaisuuteen perustetun ympäristön ja kehityksen maailmankomission raportin ”Yhteinen tulevaisuutemme” ansiosta. Raportti julkaistiin vuonna 1987. Raportissa nostetaan esille se, että taloudellinen kehitys ei ole mahdollista ilman sosiaalista ja ekologista kestävyyttä. Raportti määrittelee kestävä kehityksen kehitykseksi, joka tyydyttää ihmisten nykyiset tarpeet ilman, että vaarannetaan tulevien sukupolvien mahdollisuuksia tyydyttää omat tarpeensa. Kestävä kehitys käsittää taloudellisen, sosiaalisen ja ekologisen ulottuvuuden. Nykyisin myös kulttuurinen kestävyys on osa kestävä kehitystä.²⁰

Vastuullisuus on yrityksen näkökulmasta sama asia kuin kestävä kehitys laajassa mittakaavassa. Yrityksen vastuullisuus tarkoittaa yhteistyötä ja vuorovaikutusta sidosryhmien kanssa niin, että ei-toivotut vaikutukset tunnistetaan ja niitä voidaan hallita. Yritystoiminnan riskit eivät liity ainoastaan talouteen, vaan ovat huomattavasti monimuotoisempia. Talous on seurausta siitä, mitä ja miten tehdään ja toimitaan. Vastuullisuus ei ole vain normien ja sopimusten täyttämistä vaan yrityskulttuuria ilmentävä toimintatapa.²¹ Vastuullinen liiketoiminta (Corporate Responsibility) on jatkumoa muun muassa käsitteille yritysetiikka, yhteiskuntavastuu, yrityskansalaisuus, kestävä kehitys, kestävä kasvu, kestävä liiketoiminta ja kestävä yrittäjäyys. Vastuullinen liiketoiminta sisältää taloudellisen, sosiaalisen ja ekologisen ulottuvuuden. Näin se on yksi etappi kohti kestävä liiketoimintaa.²²

Intiaanipäällikkö Valkoinen Pilvi oivalsi jo aikoinaan vastuullisen liiketoiminnan tärkeyden kehittämällä muun muassa kohtelevaan kunnioituksella maapalloa ja elämää sen päällä sekä ottamaan täyden vastuun omista teoistaan.²³ Samat ohjeet sopivat vastuunsa tuntevalle yritykselle.

Yhteiskuntavastuun käsite on syntynyt globalisaation ja kestävä kehityksen seurauksena. Yrityksen on huolehdittava taloudellisen vastuun lisäksi myös sosiaalisesta ja ekologisesta kestävydestä.²⁴ Tätä voidaan pitää yhteiskuntavastuun ydinajatuksena.

Yhteiskuntavastuun teoria on varsin tuore, peruskäsitteistöä alettiin luoda 1990-luvulla. Teoriaa on luotu kansainvälisissä tutkimus- ja yhteistyöprosesseissa ja se tekee siitä hyvin luotettavan viitekehityksen. Yhteiskuntavastuun viitekehitys ei ole riippuvainen vanhoista tai vanhanaikaisiin toimintatapoihin perustuvista perusteorioista.²⁵

²⁰ Yhteinen tulevaisuutemme.

²¹ Lehtipuu & Monni 2007, 63.

²² Ketola 2005, 9, 14.

²³ Ketola 2005, 185.

²⁴ Lehtipuu & Monni 2007, 63.

Yhteiskuntavastuu pohjautuu laajaan yhteistyöhön eri toimijoiden välillä. Se on nykyaikainen ja laajalla kansainvälisellä yhteistyöllä luotu viitekehys. Teorian syntyäikaan tunnistettiin yhteiskuntavastuun osa-alueet ja silloin syntyi perustasoinen yleisajattelu yhteiskuntavastuun kolmesta osa-alueesta: taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu sekä ympäristövastuu. Myös mittarit ja mittaustavat keskeisille osa-alueille ja toimenpiteille luotiin 1990-luvulla.²⁶

Sidosryhmäajatteluun alettiin panostaa 2000-luvulla eli keskitytään sellaiseen toimintaan, joka on eri sidosryhmien toiveiden mukaista ja jonka ansiosta lopputulokset tyydyttävät myös sidosryhmiä. Yhteiskuntavastuun johtamiskäytäntöihin on alettu kiinnittää huomiota 2010-luvulla. Tärkeää on, että yhteiskuntavastuuta johdetaan määrätietoisesti ja että yrityksen johto ja omistajat ovat sitoutuneita yhteiskuntavastuuseen ja sen tärkeyteen. Myös olennaisuustarkastelu on noussut esille. Toimenpiteissä, päätöksissä ja suunnittelussa on kuvattava asian yhteiskunnallinen käytännön merkitys ja oleellisuus verrattuna muihin vaihtoehtoihin.²⁷

Yritys ei ole yhteiskuntavastuullinen, jos toiminta perustuu vain ulkopuolisiin säädöksiin ja toimintaa ohjataan vain ulkoisten vaatimusten mukaan. Yhteiskuntavastuullisen yrityksen on itse säädeltävä ja ohjattava toimintaansa oma-aloitteisesti kestävän kehityksen suuntaan. Vapaaehtoisuus on edellytys sille, että yritys todella sitoutuu yhteiskuntavastuuseen. Yhteiskuntavastuu tulee liittää perinteisen liiketoiminnan käsitteistöön ja perinteeseen, jotta yrityksen on helppo omaksua yhteiskuntavastuu.²⁸

Seuraavaksi määritellään käsitteet yritysvastuu, taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuu.

2.2 Yritysvastuu

Yritysvastuu (corporate responsibility) on käsite, jolla tarkoitetaan erilaisia vapaaehtoisia toimia, joilla yritys toteuttaa yhteiskuntavastuutaan siten, miten yrityksen sidosryhmät odottavat yrityksen sitä toteuttavan. Elinkeinoelämän keskusliiton mukaan vastuullinen yritystoiminta on yrityksen liiketoimintaa tukevaa, omaehtoista vastuullisuutta.²⁹ Euroopan komission yritysvastuumäärittely korostaa puolestaan yritysten velvollisuutta ja vastuuta. Euroopan komissio määrittää yhteiskuntavastuun ”käsitteeksi, jossa yritykset yhdistävät vapaaehtoisesti sosiaaliset ja ekologiset huolenaiheensa liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa sidosryhmiensä kanssa.”³⁰

²⁵ Jussila 2010, 8.

²⁶ Jussila 2010, 8-9.

²⁷ Jussila 2010, 9.

²⁸ Jussila 2010, 10.

²⁹ Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä.

³⁰ Yrityksen yhteiskuntavastuu.

Yritysvastuusta käytetään erilaisia termejä, kun kerrotaan yrityksen talouteen, sosiaaliseen ja ympäristöön liittyvistä toimintatavoista ja tavoitteista. Näitä käsitteitä ovat muun muassa yhteiskuntavastuu, hyvä yrityskansalaisuus sekä kestävä kehityksen mukainen yritystoiminta.³¹ Yritysvastuu-termi, jota voidaan tulkita suppeammin kuin yhteiskuntavastuu-termiä, yleistyi Suomessa 2000-luvun alussa. Termiä yrityskansalaisuus (corporate citizenship) käytetään myös jonkin verran, mutta kyseisen termin käyttö ei ole Suomessa yleistynyt.³²

Maailmalla on Suomen tapaan ollut käytössä erilaista terminologiaa yrityksen yhteiskuntavastuusta. Maissa, joissa englanti on pääkielenä, käytetään yrityksen yhteiskuntavastuusta termejä Corporate Social Responsibility (CSR) sekä Corporate Responsibility (CR).³³

Tässä tutkimuksessa käytetään termiä yrityksen yhteiskuntavastuu.

2.2.1 Taloudellinen vastuu

Yrityksen taloudellinen vastuu on edellytys sille, että yritys voi huolehtia sosiaalisesta ja ympäristövastuusta. Jos yritys on konkurssin partaalla, se ei pysty huolehtimaan sosiaalisen ja ympäristövastuun velvoitteistaan. Taloudellisella vastuulla tarkoitetaan yrityksen omistajien tuotto-odotuksiin vastaamista sekä yrityksen osallistumista yhteiskunnan hyvinvoinnin tuottamiseen. Pitkällä aikavälillä yrityksen toiminnan on oltava tehokasta ja kannattavaa.³⁴

Taloudellinen vastuu on yrityksen vakavaraisuudesta huolehtimista sekä riskienhallintaa. Taloudelliseen vastuuseen kuuluu myös yrityksen ympärillä olevien ihmisten ja organisaatioiden yritykseltä saama taloudellinen hyöty. Yrityksen taloudellista vastuuta tarkastellaan perinteisten taloudellisten raporttien avulla. Tarkasteltaessa yrityksen taloudellista vastuuta kiinnitetään huomiota yrityksen riippuvuuteen eri sidosryhmiä kohtaan. Taloudellisia riskejä arvioidaan myös yhteiskunnallisten ilmiöiden, esimerkiksi ilmastomuutoksen kannalta. Taloudellisen hyödyn analysointi on keskeistä. Tärkeää on selvittää, miten yritys hyödyttää eri sidosryhmiään ja muita ympärillä olevia tahoja. Hyödyn tulisi olla oikeudenmukaista ja tasapuolista. Taloudellista vastuuta tarkastellaan yrityksen liiketoiminnan kannalta, mutta huomiota kiinnitetään myös yrityksen taloudelliseen suhteeseen eri sidosryhmiensä kanssa. Samoin julkisilta tahoilta saadut tuet ja avustukset kuin myös kaikki yrityksen liiketoiminnan kannalta vapaaehtoiset kulut, kuten hyväntekeväisyyslahjoitukset, huomioidaan taloudellisesta vastuusta raportoitaessa.³⁵

³¹ Harmaala & Jallinoja 2012, 17.

³² Jussila 2010, 13; Juutinen & Steiner 2010, 30.

³³ Jussila 2010, 14; Juholin 2004, 9

³⁴ Lehtipuu & Monni 2007, 66.

³⁵ Jussila 2010, 60-61.

Taloudellisesta vastuusta viestitään yrityksen normaalin tulos- ja talousviestinnän yhteydessä tai yhteiskuntavastuuraportissa. Yritykset viestivät usein hyväntekeväisyyslahjoituksistaan, mutta niistä viestittäessä on noudatettava hyvien tapojen mukaista viestintää, ja on syytä ilmoittaa lahjoituksen osuus kokonaislahjoituksista sekä se, minkälainen rooli lahjoituksella on yrityksen taloudessa ja voitonjaossa sekä miten lahjoitukset jakautuvat eri sidosryhmille ja alueille. Taloudellisen vastuun näkökulma on oltava selvästi esillä, kun viestitään lahjoituksista. Vain lahjoituskohteen toiminnasta ja tavoitteista viestiminen liittyy enemmän ympäristöasioihin tai hyvinvointiin ei taloudelliseen vastuuseen. Hyväntekeväisyyslahjoitusten osuus yrityksen taloudessa ei ole useinkaan kovin suuri. Esimerkiksi isot investoinnit vaikuttavat enemmän yrityksen talouteen ja tulevaisuuteen, joten niistä viestiminen on taloudellisen vastuun kantamista. Myös irtisanomisista tai toiminnan alasajosta voidaan viestiä tuomalla esiin toimenpiteen taloudellinen vaikutus.³⁶

2.2.2 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuu on yrityksen toimien vaikutusta ihmisiin, lähinnä yrityksen henkilöstöön. Henkilökunnan hyvinvoinnin edistäminen, työturvallisuuden parantaminen sekä osaamisen ja ammattitaidon kehittäminen ovat sosiaalista vastuuta silloin, kun toiminta ylittää lainsäädännön ja työehtosopimusten vähimmäisvaatimukset. Yrityksellä on vastuuta myös yhteiskunnan kannalta esimerkiksi työllisyyden edistäjänä. Oman henkilöstön ja yhteiskunnan lisäksi yrityksen toiminta vaikuttaa välillisesti myös yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden henkilöstöön sekä raaka-aineiden tuottajiin.³⁷

Lainsäädäntö eri maissa voi asettaa yrityksille erilaisia velvoitteita. Sosiaalisista velvollisuuksista, esimerkiksi ihmis- ja työoikeuksista, työturvallisuudesta sekä työhyvinvoinnista on hyvinvointivaltioissa säädetty laeilla. Suomessa ja muissa Pohjoismaissa yritykset, julkinen valta sekä ammattiyhdistysliikkeet sopivat yhdessä monista työelämään liittyvistä säännöistä ja toimintatavoista. Kaikkialla näin ei ole, vaan yrityksille määritellyt velvollisuudet ovat yrityksille vapaaehtoisia.³⁸

Kehittymättömissä maissa sosiaalisen vastuun painopisteet ovat asioissa, jotka tuntuvat meistä itsestäänselvyyksiltä. Tällaisia asioita ovat muun muassa työolojen kehittäminen, peruspalkkatason määrittäminen, lapsi- ja orjatyövoiman ehkäisy, koulutus, terveydenhuolto sekä naisten asema.³⁹

³⁶ Jussila 2010, 70-72.

³⁷ Harmaala & Jallinoja 2012, 20.

³⁸ Harmaala & Jallinoja 2012, 20.

³⁹ Harmaala & Jallinoja 2012, 20.

Tuoteturvallisuuden varmistaminen, kuluttajansuojan kehittäminen, avoin vuorovaikutus sidosryhmien kanssa, hyvien toimintatapojen kehittäminen ja yhteistyön edistäminen ovat myös sosiaalista vastuuta. Sosiaalinen vastuu näkyy henkilöstö-, sopimus- ja koulutuspolitiikassa, laadunvalvonnassa, yrityksen sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä sekä yrityksen johtamis- ja ohjaustavoissa.⁴⁰

Sosiaalista vastuuta viestitään erilaisilla raporteilla, joiden avulla pyritään kertomaan henkilöstön hyvinvoinnista yrityksessä sekä seurataan tapahtuneita muutoksia. Raportteja annetaan sekä omalle henkilöstölle että ammattiliitoille sekä muille sidosryhmille. Työnantajamielikuva sekä rekrytointi muodostavat oman osakokonaisuuden sosiaalisen vastuun viestinnässä. Hyvää työtyytyväisyyttä voidaan tuoda esiin asiakaslehdissä tai jopa yleisenä mainontana.⁴¹ Hyvä työnantajamielikuva tuo pitkässä juoksussa myös tuottoja yritykseen.

2.2.3 Ympäristövastuu

Yrityksen ympäristövastuulla tarkoitetaan yrityksen vastuuta sen toiminnan vaikutuspiirissä olevasta luonnosta ja ympäristöstä. Luonnonvarojen tehokas käyttö, ilman, vesien ja maaperän suojelu, luonnon monimuotoisuuden turvaaminen, ilmastonmuutoksen torjunta ja vastuu yrityksen tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksista koko elinkaaren ajan ovat keskeisiä ympäristövastuun käsitteitä.⁴²

Kasvihuonepäästöjen ja jätteiden määrän vähentäminen sekä kemikaalien terveys- ja ympäristöriskien hallinta ovat myös keskeisiä asioita. Tuotantoprosessien ja toimintaympäristöjen kehittäminen, kiinteistöjen hallinta sekä tuote- ja palvelukehitys ovat toimia, joissa ympäristövastuu näkyy käytännössä. Tuotteisiin pyritään liittämään kierrätysliiketoimintaan liittyvien ratkaisujen lisäksi myös palveluluiden näkökulma. Yrityksen päämääränä voi olla sellaisten teknikoiden sekä ratkaisujen kehittäminen, jotka parantavat asiakkaiden tuotantoprosessien ympäristösuorituskykyä sekä toiminnan ekotehokkuutta.⁴³

Ympäristöasiat yhdessä ihmisoikeuksien kanssa ovat olleet ensimmäisiä yhteiskuntavastuussa käsiteltyjä kokonaisuuksia, ja näiden asioiden tiimoilta on lähtenyt liikkeelle koko yhteiskuntavastuun kehitys. Ympäristöasiat ovat asioita, jotka kiinnostavat laajasti suurta yleisöä, jonka asiantuntemuserot ovat suuria. Tämä luo haasteita ympäristövastuun viestinnälle. Tärkeää on, että viestinnässä noudatetaan erityistä huolellisuutta asiasisällön, väittämien sekä luodun mielikuvan osalta.⁴⁴

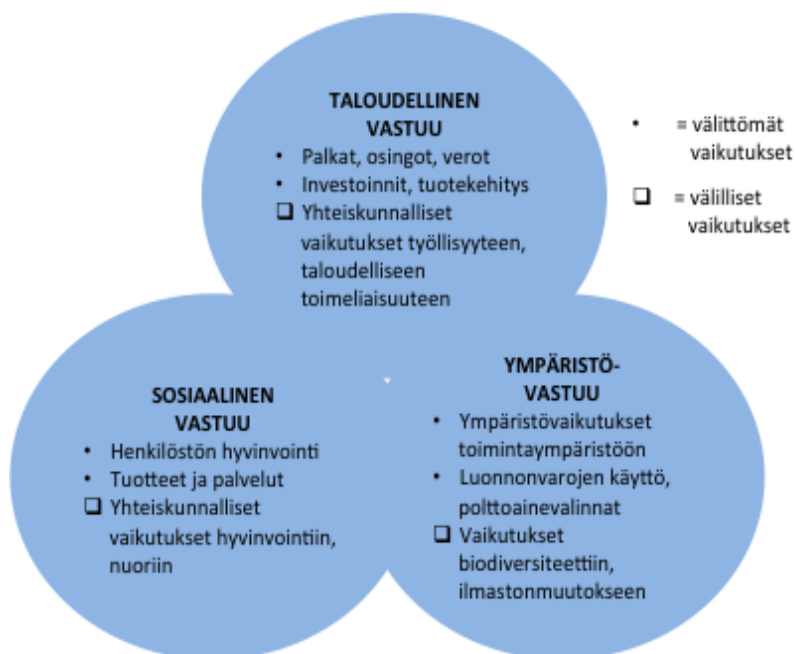
⁴⁰ Harmaala & Jallinoja 2012, 21.

⁴¹ Jussila 2010, 102-103.

⁴² Yrityksen ympäristövastuu ja -johtaminen.

⁴³ Harmaala & Jallinoja 2012, 22.

⁴⁴ Jussila 2010, 78, 90-94.



Kuva 1: Yritysvastuun ja kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta⁴⁵

3 Yhteiskuntavastuun sääntely ja raportointi

Kuten jo aiemmin on todettu, yrityksen yhteiskuntavastuu on laajasti määriteltynä kestävän kehityksen käytäntöön soveltamista yritystoiminnassa.⁴⁶

Yrityksen tulisi kantaa vastuuta ympäristöstään tai ainakin vähintään lähiympäristöstään, koska yritystoiminnan seuraukset ja vastuut koskevat tavalla tai toisella ympäröivää luontoa, lähiympäristöä ja koko yhteiskuntaa. Yhteiskuntavastuun sisältö vaihtelee maittain ja eri kulttuureissa. Erot riippuvat lähinnä siitä, millainen rooli yhteiskunnalla on peruspalvelujen, esimerkiksi terveydenhuollon tai sosiaaliturvan, järjestämisessä. Yhteiskuntavastuullisella toiminnalla tarkoitetaan yleensä lainsäädännön vaatimukset ylittävää toimintaa, ja sen takia sitä ei ole tarkoitettu korvaamaan jo voimassaolevia lailla säädeltyjä toimintoja.⁴⁷

Yhteiskunta- ja yritysvastuu ovat siis vapaaehtoista toimintaa ylittäessään lakien ja säädösten asettamat vähimmäisvaatimukset. Suomessa julkinen valta pyrkii edistämään yhteiskunta- ja yritysvastuuta säädös- ja markkinalähtöisesti. Julkinen valta on sitoutunut siihen, että suomalaisissa yrityksissä noudatetaan kansainvälisiä toimintaohjeita.⁴⁸

⁴⁵ Harmaala & Jallinoja 2012, 17.

⁴⁶ Juntunen 2005, 12.

⁴⁷ Juntunen 2005, 12.

⁴⁸ VN 14.4.2011a, 1.

Julkinen valta on myös sitoutunut siihen, että yritykset noudattavat Suomen lakia, mutta myös Suomea sitovia kansainvälisiä sopimuksia, OECD:n, Kansainvälisen työjärjestö ILO:n sekä Yhdistyneiden kansakuntien antamia ohjeistoja yritysten yhteisvastuullisista toimintatavoista. Suomessa yhteiskunta- ja yritysvastuuta koskeva lainsäädäntö on kattavaa ja korkeatasoista.⁴⁹ Yhteiskuntavastuuseen ja tähän opinnäytetyöhön keskeisesti liittyviä lakeja käsitellään luvussa 3.1. Yhteiskuntavastuun raportointimalleja ja -menetelmiä käsitellään luvussa 3.2.2.

3.1 Keskeinen lainsäädäntö ja toimintaohjeet

Suomen lainsäädännössä lakeja, jotka koskevat yritys- ja yhteiskuntavastuuta, ovat esimerkiksi perustuslaki, ympäristö-, työ- ja sosiaalilainsäädäntö, tuoteturvallisuus- ja kuluttajasuojalainsäädäntö, osakeyhtiö- ja arvopaperilainsäädäntö sekä kirjanpito- ja verolainsäädäntö. Tässä opinnäytetyössä keskitytään ympäristö-, sosiaalisen vastuun sekä liiketoiminnan lainsäädäntöön.

Suomen kansallisen lainsäädännön lisäksi Suomi on sitoutunut noudattamaan myös kansainvälisiä sääntöjä ja sopimuksia. OECD on antanut toimintaohjeet monikansallisille yrityksille, hyvän hallintotavan periaatteet sekä valtio-omisteisten yhtiöiden hallinnointia koskevat toimintaohjeet⁵⁰.

Kansainvälinen työjärjestö ILO on puolestaan laatinut julistuksen työn perusoikeuksista ja periaatejulistuksen monikansallisista yrityksistä. ILO on laatinut julistuksen myös sosiaalipoliitikasta. ILO:n julistukset sisältävät toiminta- ja käyttäytymissääntöjä niin yritysten taloduellisista, ekologisista kuin myös sosiaalisista vastuista. Asioita, joita ILO:n julistuksissa käsitellään, ovat esimerkiksi ihmis- ja työelämän oikeudet, lapsityövoiman käyttö, ympäristö, hyvä hallintotapa, korruption vastainen toiminta, kuluttajasuoja sekä tiede ja teknologia.⁵¹

Euroopan unionin painopistealueena vuodesta 2000 lähtien on ollut myös yritys- ja yhteiskuntavastuu. EU:n ”Eurooppa 2020”-strategiassa työntekijöiden ja kuluttajien luottamusta pitkällä aikavälillä korostetaan kestäväen kasvun osalta yritys- ja yhteiskuntavastuulla. Aiheen ymmärryksen lisäämistä pidetään myös keinona edistää työllisyyttä. EU:n julkaisuja yhteiskunta- ja yritysvastuusta ovat EU:n vihreä kirja vuodelta 2001 sekä EU:n tiedonannot vuosilta 2002, 2006 ja 2011. Euroopan komissio on julkaissut ”EU:n sosiaalinen ostaminen”-oppaan, joka antaa ohjeita vastuullisten julkisten hankintojen tekemiseen.⁵²

⁴⁹ VN 14.4.2011a, 1.

⁵⁰ TEM 2012, 3-5.

⁵¹ TEM 2006, 1-10 ; TEM 1999, 1-4.

⁵² EU:n toimet yhteiskunta- ja yritysvastuun edistämiseksi.

Yhdistyneet kansakunnat on puolestaan laatinut liike-elämää ja ihmisoikeuksia ohjaavat peruseriaatteet sekä kymmenen Global Compact-periaatetta, jotka koskevat ihmisoikeuksia, työntekijöiden oikeuksia, ympäristön suojelua sekä korruption ehkäisyä.⁵³ YK on laatinut myös vastuullisen sijoittamisen periaatteet, jotka koskevat sijoitus- ja eläkerahastojen vastuullista sijoittamista⁵⁴.

Lainsäädännön lisäksi yhteiskuntavastuusta ja sen raportoinnista on olemassa erilaisia ohjeistuksia ja ohjeita. Yksi niistä on ISO 26000-yhteiskuntavastuuopas, joka on kansainvälisen standardisoimisjärjestö ISO:n (International Organization for Standardization) laatima standardi. Suomessa kyseinen standardi on vahvistettu kansalliseksi standardiksi tunnuksella SFS-ISO 26000. Standardin ohjeet sopivat kaikenlaisille organisaatioille koosta tai toimipaikkakunnasta riippumatta. Ohjeet ovat käyttökelpoisia kaikkialla maailmassa ja ne perustuvat tärkeimpiä sidosryhmiä edustavien kansainvälisten asiantuntijoiden yhteisymmärrykseen. Standardi antaa ohjeet organisaatiolle siitä, mitä yhteiskuntavastuukysymyksiä tulee käsitellä ja minkälainen on kansainvälinen näkemys yhteiskuntavastuusta.⁵⁵

ISO on laatinut myös muita standardeja yritysten johtamiseen ja asioiden hallintaan. ISO 9000-sarjan laatustandardit ovat monissa yrityksissä jo käytössä, myös ISO 14 000-sarjan ympäristöstandardien käyttö on levinnyt laajasti.⁵⁶

Vaikka laki ei anna ohjeita ja määräyksiä yhteiskuntavastuusta raportoinnille, antavat monet kansainväliset tahot ja järjestöt ohjeistuksia ja suosituksia yhteiskuntavastuuraportoinnin sisällöstä. Tunnetuin ja laajimmin hyväksyttynä ja käytettynä ohjeistona voidaan pitää GRI- eli Global Reporting Initiative-ohjeistoa. Ohjeisto on syntynyt sidosryhmäprosessissa, jossa YK:n ympäristöohjelma UNEP (United National Environmental Program) sekä kestävä kehitys yritys- ja sijoitusmaailmassa edistävä CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) yhteenliittymä ovat olleet aktiivisessa roolissa. Laadun varmistamiseksi raportoinnin periaatteita GRI-ohjeistossa ovat tiedon tasapuolisuus, selkeys, täsmällisyys, oikea-aikaisuus, vertailukelpoisuus sekä luotettavuus.⁵⁷ GRI-ohjeistoa käsitellään tarkemmin luvussa 3.2.2.

⁵³ KOM 18.7.2001, 8.

⁵⁴ Vastuullisen sijoittamisen periaatteet.

⁵⁵ ISO 26000 Yhteiskuntavastuuopas.

⁵⁶ ISO 9000 Laadunhallinta.

⁵⁷ Harmaala & Jallinoja 2012, 224-225.

Elinkeinoelämässä on käytössä myös yritysten omia toiminta- ja käytösohjeita (codes of conduct), jotka sisältävät sääntöjä yritysten taloudellisesta, ekologisesta sekä sosiaalisesta vastuusta. Ohjeissa otetaan kantaa muun muassa työoikeuksiin, lapsityövoimankäyttöön, ympäristöön, hyvään hallintatapaan, korruption vastaiseen toimintaan sekä kuluttajansuojaan.⁵⁸

Vuonna 1991 kansainvälinen kauppakamari (ICC) julkaisi kestävän kehityksen edistämiseksi Elinkeinoelämän peruskirjan (Business Charter for Sustainable Development). Kirjan teemana on hyvän ympäristöjohtamisen periaatteet. ICC on laatinut myös yleiskannanoton yrityksen yhteiskuntavastuusta, erillisen kannanoton ihmisoikeuksista, markkinointia ja mainontaa koskevia ohjeita sekä ohjeet lahjonnan torjumisesta.⁵⁹

WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) on noin 150 suuryrityksen muodostama järjestö. Sen perusajatuksena on kestävän kehityksen edistäminen elinkeinoelämässä. Järjestön julkaisemassa raportissa ”Corporate Social Responsibility: meeting changing exceptions” tarkastellaan yrityksen vastuuta ihmisoikeuksista, työntekijöiden oikeuksista, ympäristön suojelusta, hankintaketjusta ja ympäröivästä yhteisöstä yleisesti. Järjestön toinen raportti ”Corporate Social Responsibility: making good business sense” tarjoaa yrityksille menetelmiä yhteiskuntavastuun hallintaan ja sisällyttämiseen yritysstrategioihin.⁶⁰

Toimialajärjestöt ovat myös laatineet toimintaperiaatteita ja -ohjelmia. Kemianteollisuuden ”Responsible Care”-ohjelma on maailmanlaajuinen ympäristö-, terveys- ja turvallisuusohjelma. Se on tunnetuin toimialajärjestöjen raporteista. Raportti on tarkoitettu niin isoille, pienille kuin myös keskisuurille yrityksille. Yritykset, jotka ovat liittyneet ohjelmaan, tähtäävät toimintansa jatkuvaan parantamiseen. Ohjelman kautta yritykset saavat välineitä oman toimintansa arviointiin, tavoitteiden asettamiseen ja tulosten seurantaan indikaattorien avulla.⁶¹

European Foundation for Quality Management (EFQM) on laatinut itsearviointimallin (Excellence Model). Mallin sisältämän yhdeksästä kriteeristä koostuvan arviointikehikon avulla yritys voi arvioida omaa toimintaansa.⁶² ISEA (Institute for Social and Ethical Accountability) on puolestaan kehittänyt standardin AA 1000 (Account Ability). Tämä standardi sisältää prosessikuvaukset yrityksille, miten asettaa tavoitteet sekä miten mitata ja raportoida niistä. Keskeisessä asemassa on sidosryhmien kanssa käytävä vuoropuhelu.⁶³

⁵⁸ Yhteiskuntavastuun kansainvälinen viitekehys.

⁵⁹ Yritysvastuuohjeet.

⁶⁰ World Business Council for Sustainable Development.

⁶¹ Responsible Care.

⁶² Itsearviointimalli.

⁶³ Account Ability.

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) EU:n asetukseen perustuva yrityksille ja muille organisaatioille tarkoitettu ympäristöasioiden hallintajärjestelmä. Järjestelmän tarkoituksena on, että yritys tai organisaatio toimittaa julkisuuteen määräajoin erityisen ympäristöselonteen jatkuvan parantamisen periaatteen lisäksi. EMAS:n avulla yritys tunnistaa ympäristövaikutuksensa, asettaa tavoitteet haitallisten ympäristövaikutusten vähentämiseksi ja päättää toimista, joilla tavoitteisiin päästään.⁶⁴

Vaikka varsinaisesta yhteiskuntavastuun raportoinnista ei ole vielä omaa tai siihen liittyvää lainsäädäntöä, on kuitenkin paljon ohjeita ja malleja, joita yritykset voivat hyödyntää yhteiskuntaraportteja laatiessaan. Kaikkiin ohjeistoihin perehtyminen olisi oman opinnäytetyön laajuinen kokonaisuus. Tässä opinnäytetyössä keskitytään GRI-ohjeistoon tarkemmin, koska case-yritys käyttää kyseistä ohjeistoa vastuuraportoinnissaan.

3.1.1 Ympäristölainsäädäntö

Ympäristölainsäädäntö velvoittaa yritykset huolehtimaan toiminnassaan ympäristönsuojelusta ja olemaan perillä toimintansa aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Suomen lainsäädäntö on pääosin yhtenäinen EU-lainsäädännön kanssa. Ympäristölainsäädäntö koskee joko yrityksen omaa toimintaa tai tuotantoa tai tuotteita ja palveluita, joita yritys tuottaa.⁶⁵

Ympäristönsuojelulain (86/2000) 4 § määrittää lain yleiset periaatteet. Lain mukaan yrityksen tulee ehkäistä ympäristövaikutukset ennakolta. Jos niitä ei voida kokonaan ehkäistä, on ympäristövaikutukset rajoitettava mahdollisimman vähäisiksi. Ympäristön pilaantumisen ehkäisemiseksi on meneteltävä toiminnan laadun edellyttämällä varovaisuudella ja huolellisuudella. Pilaantumisen vaaran todennäköisyys, onnettomuusriski sekä mahdollinen onnettomuuden estäminen sekä onnettomuuden vaikutusten rajoittaminen on huomioitava. Yrityksen tulee käyttää parasta käyttökelpoista tekniikkaa. Ympäristön pilaantumisen ehkäisemiseksi on noudatettava kustannustehokkaita eri toimien yhdistelmiä esimerkiksi työmenetelmiä, raaka-aine- sekä polttoainevalintoja. Toimia, jotka vaarantavat ympäristön pilaantumista, tulee ennaltaehkäistä sekä ympäristöhaittoja poistaa tai rajoittaa mahdollisimman vähäisiksi. Toiminnan harjoittajan on myös oltava riittävästi selvillä toimintansa ympäristövaikutuksista, -riskeistä sekä haitallisten vaikutusten vähentämismahdollisuuksista.⁶⁶

⁶⁴ Kuisma & Lovio 2006, 3.

⁶⁵ Harmaala & Jallinoja 2012, 203.

⁶⁶ YSL 4 §.

Intiaanipäällikkö Valkoinen Pilvi otti myös kantaa ympäristöasioiden vaalimiseen toteamalla viidennessä käskyssään: ”Do what you know to be right.” Seitsemäs käsky kuuluu: ”Treat the earth and all that dwell thereon with respect.” Myös kymmenes käsky liittyy ympäristöasioihin. ”Work together for the benefit of all mankind.”⁶⁷

EU:n alueella lainsäädäntö on jäsenmaiden välillä varsin harmonisoitua, mutta maakohtaiset kansalliset säädökset voivat poiketa toisistaan suuresti. Mikäli yritys harjoittaa vientitoimintaa, on tärkeää selvittää kohdemarkkinoiden tuotteita koskeva lainsäädäntö, jotta tuotteita voi myydä kyseisessä kohdemaassa.

Ympäristölainsäädännön keskeiset periaatteet ovat varovaisuus-, ja saastuttaja maksaa -periaatteet sekä ympäristövaikutusten ulkoiskustannukset. Tuottajavastuu on puolestaan Euroopan jätelainsäädännön mukainen periaate, jonka mukaan tuottajan vastuu tuotteesta jatkuu vielä tuotteen eliniän jälkeenkin. Tuottajavastuulla halutaan edistää ympäristöä säästävää tuotesuunnittelua, jätteiden synnyn ehkäisemistä, niiden määrän vähentämistä sekä erilliskierrätyksen- ja hyödyntämisen tehostamista.⁶⁸

Ympäristönsuojelukustannusten sisällyttäminen tuotteen hintaan on osa tuottajavastuuta, josta käytetään myös termiä laajennettu tuottajavastuu (Extended Producer Responsibility, EPR). Varovaisuusperiaate tarkoittaa sitä, että vaikka täydellinen ja aukoton tieteellinen näyttö puuttuisi, ei yritys voi pidättäytyä ympäristönsuojelutoimista. Toimiin on ryhdyttävä, vaikka ei olisi täyttä varmuutta siitä, että toimenpide parantaa ympäristön tilaa. Saastuttaja maksaa-periaate tarkoittaa sitä, että ympäristötuhon aiheuttaja on taho, joka on vastuussa tuhon korjaamisesta. Vahingonkorvauksia vaaditaan nykyisin vahingonaiheuttaneelta yritykseltä, eivätkä korvaukset jää yhteiskunnan maksettavaksi. Ympäristövaikutusten ulkoiskustannuksilla tarkoitetaan kustannuksia, jotka aiheutuvat yrityksen tuotteen tai palvelun aiheuttamista ympäristö- tai muista haitoista, mutta joita yritys ei kuitenkaan itse maksa.⁶⁹

Esimerkkinä voisi mainita, että ilmansaasteiden aiheuttamat hengitysvaikeudet hoidetaan julkisin voimavaroin ylläpidetyissä terveydenhuoltolaitoksissa, ja näin yritys ei suoraan osallistu vahingon korvaamiseen. Lainsäädännöllä on pyritty lisäämään yritysten vastuuta ulkoiskustannusten maksamisesta.⁷⁰

⁶⁷ Ketola 2005, 185.

⁶⁸ Harmaala & Jallinoja 2012, 204.

⁶⁹ Harmaala & Jallinoja 2012, 204-206.

⁷⁰ Harmaala & Jallinoja 2012, 204-206.

3.1.2 Sosiaalisen vastuun lainsäädäntö

Suomessa on runsaasti lakeja, jotka koskettavat yrityksen henkilökuntaa. Ne määrittävät yrityksen sosiaalisen vastuun rajoja. Lakeja, joissa säädetään henkilöstön oikeuksista ja velvollisuuksista, ovat muun muassa perustuslaki, laki yhteistoiminnasta, työsopimuslaki, työaikalaki, vuosilomalaki, työterveyslaki sekä eläkelait. Nämä lait ovat keskeisiä yksittäisen työntekijän näkökulmasta. Suomessa myös työehtosopimuksissa säännellään työntekijän ja työnantajan välisestä suhteesta.

Suomen perustuslain (731/1999) kuudes pykälä määrittää sen, että ihmiset ovat yhdenvertaisia lain edessä. Tämä kieltää syrjinnän, joka voi olla joko välitöntä tai välillistä.⁷¹ Syrjintä on välitöntä silloin, kun henkilöä kohdellaan eriarvoisesti jonkin henkilökohtaisen ominaisuuden takia. Välillinen syrjintä on sitä, että jokin näennäisesti puolueeton peruste tai käytäntö asettaa henkilön epäedulliseen asemaan muihin vertailtaviin nähden.⁷²

Työsopimuslakia (55/2001) voidaan pitää työelämän peruslakina. Siinä säädettyjen työsuhteen tunnusmerkkien täyttyessä sovelletaan myös muuta työlainsäädäntöä. Työsopimuslaista löytyy lakipykälät työsopimuksen tekemiseen, työnantajan ja työntekijän velvollisuuksiin, työsuhteen vähimmäisehtojen määräytymiseen, työntekijän oikeuksista perhevapaisiin, työntekijän lomauttamiseen, työsopimuksen päättämiseen, vahingonkorvausvelvollisuuteen, pätemättömien ja kohtuuttomien sopimusehtojen vaikutuksiin, kansainvälisluonteisiin työsopimuksiin ja työntekijöiden edustajien asemaan. Työsopimuslaki on lähtökohtaisesti pakottavaa oikeutta.⁷³

Suomessa astui voimaan vuonna 1986 laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta (609/1986). Lain tarkoituksena on estää sukupuoleen perustuva syrjintä sekä edistää naisten ja miesten välistä tasa-arvoa ja näin parantaa naisten asemaa erityisesti työelämässä.⁷⁴ Laki tarkoittaa sitä, että avoimia työpaikkoja tulee tarjota sekä naisille että miehille, molempien urakehitys on turvattava ja työ- ja perhe-elämän yhteensovittamista on helpotettava. Laissa määritellään sukupuolista häirintää.⁷⁵ Laki määrää sen, että mikäli yrityksessä on yli 30 työntekijää, tulee yrityksen laatia erityinen tasa-arvosuunnitelma⁷⁶. Tasa-arvo tulee ottaa huomioon naisen ja miehen välisen tasa-arvon lisäksi myös muutoin.⁷⁷

⁷¹ PL 6 §.

⁷² PL 6 §.

⁷³ TEM 2014, 4.

⁷⁴ Tasa-arvoL 1 §.

⁷⁵ Tasa-arvoL 6 §.

⁷⁶ Tasa-arvoL 6a §.

⁷⁷ YhdenvertaisuusL 6 §.

Työntekijöitä ei saa asettaa eriarvoiseen asemaan iän, vammaisuuden, terveydentilan, kansallisen tai etnisen alkuperän, kansalaisuuden, sukupuolisen suuntautumisen, kielen, mielipiteen, uskonnon, vakaumuksen, perhesuhteiden, ammattiyhdistystoiminnan, poliittisen toiminnan tai muun vastaavan seikan johdosta. Näistä säädetään yhdenvertaisuuslaissa (21/2004).⁷⁸

Toimintojen sopeuttaminen ja kansainvälistyminen ovat johtaneet erilaisiin muutoksiin yrityksissä. Henkilökuntaa on vähennetty ja kokonaisia tuotantolaitoksia on lopetettu tai siirretty toisiin maihin.⁷⁹ Tällaisissa muutoksissa yrityksen on noudatettava lakia yhteistoiminnasta (334/2007). Laki koskee yrityksiä, joissa on yli 20 työntekijää.⁸⁰ YTL:n ensimmäinen pykälä määrittää lain tarkoituksen. YTL:n avulla edistetään yrityksen ja henkilökunnan välisiä vuorovaikutuksellisia yhteistoimintamenettelyjä. Menettelyt perustuvat henkilöstölle oikea-aikaisesti annettaviin riittäviin tietoihin yrityksen tilasta ja suunnitelmista. Tarkoitus on, että yhteistyössä kehitetään yrityksen toimintaa ja työntekijöiden mahdollisuuksia vaikuttaa päätöksiin, jotka koskevat heidän työtään, työolojaan ja asemaansa yrityksessä. Lain tarkoitus on myös tiivistää työnantajan, henkilöstön ja työvoimaviranomaisten yhteistoimintaa sekä parantaa työntekijän asemaa ja turvata heidän työllistymistään yrityksen toimintamuutosten yhteydessä.⁸¹

Eläkelait määrittävät yrityksen sosiaalisen vastuun ikääntyvän henkilöstön osalta. Työntekijän eläkelaki (395/2006) säätelee työntekijän oikeuksista vanhuus-, osa-aikaiseen ja työkyvyttömyyseläkkeeseen sekä työntekijän edunsaajan oikeudesta perhe-eläkkeeseen. Laki koskee työntekijöitä, jotka työskentelevät yksityisellä sektorilla.⁸² Valtion palveluksessa toimivien työntekijöiden vastaavista oikeuksista säädetään Valtion eläkelaislaissa (1295/2006).⁸³ Kunta-alan eläkeasioita hoidetaan kunnallisesti eläkelain mukaan⁸⁴.

Työnantajan velvollisuus on järjestää ja kustantaa työntekijälleen lain mukainen eläketurva Suomessa tehdystä työstä, ellei muuta säädetä. Työntekijän velvollisuus on osallistua eläketurvansa kustantamiseen maksamalla palkastaan työeläkevakuutusmaksua.⁸⁵

Lakien lisäksi yritysten sosiaalista vastuuta säätelevät myös esimerkiksi eläkejärjestelyt. Suomen kansan eliniän ennuste on noussut ja kansantalouden kannalta olisi tärkeää, että työssä jaksettaisiin olla mahdollisimman pitkään.

⁷⁸ YhdenvertaisuusL 6 §.

⁷⁹ Harmaala & Jallinoja 2012, 206-208.

⁸⁰ YTL 2 §.

⁸¹ YTL 1 §.

⁸² TEL 1 §.

⁸³ EläkeL 1 §.

⁸⁴ Eläkelait.

⁸⁵ TEL 1 §.

Oman haasteensa tuo kovaa vauhtia kasvava eläköityvien kansalaisten määrä. Sosiaalisen vastuun kannalta on tärkeää miettiä, että yrityksessä pidetään huolta henkilöstön työkyvystä eikä esimerkiksi harjoiteta ikäsyrijintää, kun organisaatiomuutosten yhteydessä päätetään, mikä ikäisiä henkilöitä vähennetään⁸⁶.

3.1.3 Liiketoiminnan sääntely

Yritysten liiketoimintaa säännellään Suomessa monilla eri laeilla. Liiketoimintaa säännellään muun muassa osakeyhtiö-, vero-, arvopaperimarkkina-, kirjanpito- ja rikoslilla. Lakien noudattaminen on osa vastuullista liiketoimintaa. Lakien lisäksi liiketoimintaa säännellään erilaisilla suosituksilla. Suositusten tarkoitus on tuoda esille vastuullisen liiketoiminnan elementtejä. Väärinkäytösten esto ja avoimuuden parantaminen ovat myös säätelyn tavoitteena.⁸⁷

Suomalaisten yritysten liiketoimintaan vaikuttaa myös niin sanottu Sarbanes-Oxley-laki (Sarbanes-Oxley Act, SOx). Laki syntyi 2000-luvun alun suurten kirjanpitoskandaalien jälkeen. Lain myötä vilpillisestä talousraportoinnista tuli rikos, ja samalla yrityspetoksen rangaistuksia on kiristetty. SOx on tuonut paljon uusia vaatimuksia yrityksille, jotka ovat lain piirissä. Laki sisältää paljon ohjeistuksia, jotka koskevat riippumattomuutta. Laki vaatii yrityksiä raportimaan sisäisessä valvonnassa havaituista heikkouksista, tekemään eettiset säännöt talousraportoinnin toteutukseen sekä lisäämään raportoinnin läpinäkyvyyttä. Lain myötä tarkastusvaliokunnan rooli yritysten toiminnassa on lisääntynyt. Lain edellyttämien raportointivaatimusten johdosta yhtiöistä on nykyisin saatavissa enemmän tietoa kuin aikaisemmin.⁸⁸ SOx koskee yrityksiä, joiden arvopapereita vaihdetaan SEC:n (U.S. Securities and Exchange Commission) alaisissa pörseissä. Käytännössä tämä tarkoittaa yhdysvaltalaisia pörssejä. Vaikka suomalaisista yrityksistä ainoastaan Nokia on listattuna New Yorkin pörssissä, koskee laki myös Yhdysvalloissa noteerattujen emoyritysten ulkomaisia tytäryhtiöitä, ja tällaisia yhtiöitä Suomessa on kymmeniä.⁸⁹

3.1.4 Ylikansallinen lainsäädäntö

Suomella, kuten kaikilla muillakin mailla, on oma lainsäädäntö ja juridinen järjestelmänsä. Joissain maissa voi olla myös osavaltio- tai aluekohtaista lainsäädäntöä. Kansainvälistymisen myötä on herännyt tarve yhtenäistää maiden välistä lainsäädäntöä, jotta tuotteiden suunnittelu, valmistus ja myynti olisi helpompaa. Euroopan Unioniin kuuluvien maiden lainsäädäntö on jokseenkin yhteneväinen.⁹⁰

⁸⁶ Juutinen & Steiner 2010, 177-179.

⁸⁷ Harmaala & Jallinoja 2012, 210.

⁸⁸ Sarbanes-Oxley Act. ; Luumi 2005, 2-3.

⁸⁹ Ratsula 2009.

⁹⁰ Ojanen 2010, 41.

Kuten opinnäytetyön lähtökohdissa mainittiin, ovat EU-asetukset sitovia säädöksiä, ja niitä on sovellettava kaikkialla EU:ssa. Nämä säädökset ovat ylikansallista lainsäädäntöä, eikä niitä ole muutettu kansalliseksi lainsäädännöksi. Direktiivit puolestaan on tarkoitettu jäsenvaltioiden lainsäätäjille, joiden velvollisuus on määrääjässä saattaa ne osaksi kansallista lainsäädäntöä.⁹¹

Laissa yhteistoiminnasta suomalaisissa ja yhteisönlaajuisessa yritysryhmissä (335/2007) määritellään lain tarkoitus lain ensimmäisessä pykälässä seuraavasti: ”Tässä laissa säädetään sekä suomalaisen että yhteisönlaajuisen yritysryhmän ja siihen kuuluvien yritysten johdon ja henkilöstön välisistä yhteistoimintamenettelyistä, joilla varmistetaan näkemysten vaihto ja vuoropuhelu työntekijöiden edustajien ja asianmukaisen yritysjohton välillä. Lain tarkoituksena on parantaa työntekijöiden oikeuksia saada tietoja ja tulla kuulluiksi yritysten ja yritysryhmien toiminnasta ja niiden kehitysnäkymistä sekä erityisesti asioista, joista tehtävät päätökset vaikuttavat työntekijöiden asemaan ja heidän työllisyyteensä yritysryhmässä tai yrityksessä. Lain tarkoituksena on myös edistää yritysten ja yritysryhmien työntekijöiden keskinäistä vuorovaikutusta.”⁹²

Lakia täsmennettiin 10.6.2011 ja silloin lain 13 pykälässä määritetään termi ”ylikansallinen asia” seuraavasti: ”Ylikansallisella asialla tarkoitetaan asiaa, joka koskee koko yhteisönlaajuisia yritysryhmää tai yritystä taikka vähintään kahta yritysryhmän yritystä tai yhteisönlaajuisen yrityksen toimintayksikköä, jotka sijaitsevat Euroopan talousalueen eri jäsenvaltioissa, sekä asiaa, jolla jäsenvaltioiden määräästä riippumatta on merkittävä vaikutus työntekijöiden asemaan tai johon liittyy toimintojen siirtoja jäsenvaltioiden välillä.”⁹³

3.2 Yhteiskuntavastuun raportointi

Yhteiskuntavastuun raportointi liittyy kiinteästi yhteiskuntavastuuseen. Jotta yhteiskuntavastuun lähtökohtia eli mitattavuutta ja avoimuuden periaatetta voidaan toteuttaa, tarvitaan yhteiskuntavastuun toimenpiteiden ja saavutusten raportointia. Raportoinnin tavoitteena on kuvata yrityksen yhteiskuntavastuun toimenpiteitä sekä niiden avulla saavutettuja yhteiskunnallisia tuloksia. Raporteissa kuvataan myös menetelmiä, joilla toimenpiteitä tulevaisuudessa valitaan ja johdetaan. Raportista käyvät siis ilmi jo tehdyt toimenpiteet sekä myös tulevaisuuden suunnitelmat.⁹⁴

Yritysten yhteiskuntavastuuraportointi alkoi 1980-luvulla, jolloin yritykset alkoivat tehdä ympäristöraportointia.⁹⁵

⁹¹ Ojanen 2010, 41-42.

⁹² Laki yhteistoiminnasta suomalaisissa ja yhteisönlaajuisissa yritysryhmissä 1 §.

⁹³ Laki yhteistoiminnasta suomalaisissa ja yhteisönlaajuisissa yritysryhmissä 13a §.

⁹⁴ Juutinen & Steiner 2010, 197, 199-201.

⁹⁵ Kuisma & Temmes 2011, 267.

Yrityksillä oli tarve parantaa heikkoa uskottavuuttaan ympäristöviestinnässä. Pelkät väitteet kohentuvasta asiantilasta eivät riittäneet, tarvittiin myös todistusaineistoa. Samoihin aikoihin yritykset alkoivat tehdä myös tosiasiallisia parannuksia ympäristöasioihin. Yritysten yhteiskuntaraportit olivat vielä 1990-luvulla yleisesti ympäristöraportteja. 2000-luvulla aloitettiin kestävän kehityksen raporttien julkaisu tai sitten julkaistiin ympäristö- ja yhteiskuntavastuun raportteja, joissa esiteltiin ympäristövastuun sekä sosiaalisen ja taloudellisen vastuun asioita kestävän kehityksen käsitteitä seuraten. Nykyisin raportteja kutsutaan yritys vastuun raporteiksi. Raporttien julkaisutapa on vuosien varrella muuttunut. 1990-luvulla raportit olivat erillispainettuja raportteja, 2000-luvulla raportit siirtyivät tietoverkkoon ja nykyisin painetuissa ja pdf-muotoisissa raporteissa viitataan lisätietoihin yrityksen verkkosivuilla.⁹⁶

Raportointikanavan valitsemiseen vaikuttaa keskeisesti kohderyhmä, kohderyhmää koskevan viestinnän tavoite sekä raportoinnin muoto. Internet tarjoaa mahdollisuuden esittää yritys vastuutietoja laajasti ja myös eri organisaatio- ja konsernitasoilta, jolloin raportin lukija voi poimia internetistä haluamansa ja tarvitsemansa tiedon ja tuottaa raportin itse.⁹⁷

Yritykset ja organisaatiot raportoivat vastuullisuudestaan, jotta riskien ja mahdollisuuksien ymmärtäminen lisääntyy, maine ja brändiuskollisuus paranee. Samalla sidosryhmille halutaan antaa mahdollisuus ymmärtää toiminnan yhteiskunnalliset vaikutukset, korostetaan taloudellisten ja muiden kuin taloudellisten tuloksien välistä suhdetta. Raportointia tehdään myös, koska halutaan vaikuttaa pitkänaikavälin strategiaan, menettelytapoihin sekä liiketoimintasuunnitelmaan, verrata toiminnan suhdetta lainsäädäntöön, normeihin, sääntöihin, standardeihin sekä vapaaehtoiisiin aloitteisiin. Raporteilla osoitetaan, miten organisaation yhteiskuntavastuun tavoitteet vaikuttavat organisaation toimintaan ja päinvastoin tai verrataan organisaation toiminnan suhdetta omaan sekä muiden organisaatioiden toimintaan tai miten kansallisia säännöksiä tai pörssin listautumisvaatimuksia noudatetaan.⁹⁸ Raportointia tehdään myös siksi, että halutaan lisää tuottoja sekä parantaa kilpailukykyä.

3.2.1 Lainsäädännön vaatimukset

Lainsäädäntö ei aseta varsinaisia velvoitteita yhteiskuntavastuun raportoinnille ainakaan toistaiseksi. Kirjanpitolain (1336/1997) 3:1 §, 3:1.4 §:n mukaan yrityksen tilinpäätösraportointiin kuuluu tuloslaskelma, tase ja rahoituslaskelma liitteineen sekä suurimmilta yrityksiltä myös toimintakertomus.⁹⁹

⁹⁶ Kuisma & Temmes 2011, 267.

⁹⁷ Juutinen & Steiner 2010, 236.

⁹⁸ Miksi yritykset raportoivat.

⁹⁹ KPL 3:1 § ja KPL 3:1.4 §.

Yhteiskuntavastuuraportointi ei siis ole pakollista, mutta monet yritykset sitä nykyisin jo tekevät, ja kuten luvussa 3.1 mainittiin, on olemassa erilaisia ohjeita ja ohjeistuksia, joita yritykset voivat hyödyntää raportteja laatiessaan. Yksi näistä ohjeista on GRI-ohjeisto. Raporteissa, jotka on laadittu GRI:n raportointiviitekehysten mukaisesti, kerrotaan organisaation toiminnan tuloksista organisaation tekemien sitoumusten, strategian sekä johtamisen osalta tietyllä ajanjaksolla. Raporttien avulla voi esimerkiksi vertailla ja arvioida sitä, onko organisaation toiminta yhteiskuntavastuullista suhteessa lainsäädäntöön, normeihin, sääntöihin, standardeihin sekä vapaaehtoisiin aloitteisiin. Raporttien avulla voidaan osoittaa yhteiskuntavastuutavoitteiden vaikutus organisaation toimintaan ja myös päinvastoin. Raportit auttavat myös vertailemaan organisaation toimintaa suhteessa omaan sekä muiden organisaatioiden toimintaan.¹⁰⁰

Viime aikoina tapahtuneen kehityksen myötä lakisäätteiset tilinpäätökset ja erilliset yhteiskuntavastuuraportit ovat lähentyneet toisiaan. Tietojen johdonmukaiseen käsittelyyn ja esitettyjen tietojen vastuukysymyksiin on tästä syystä kiinnitettävä erityistä huomiota.¹⁰¹

3.2.2 GRI – eniten käytetty ja sovellettu ohjeisto

Eri kansainväliset tahot ja järjestöt antavat omia suosituksiaan siitä, mitä yhteiskuntavastuuraportin tulisi sisältää. Raporttimalleja on tarjolla erilaisia, mutta suosituin ja eniten käytetty ohjeisto tai malli on monisidosryhmäpohjaisen, yleishyödyllisen säätiön (GRI) tuottama yhteiskuntavastuun viitekehys, GRI-ohjeisto. Ohjeiston tarkoituksena on tuottaa yrityksille ja organisaatioille yhteiskuntavastuuraportoinnista vakiokäytäntö, jonka avulla ne pystyvät hallinnoimaan ja raportoimaan taloudellisista, sosiaalisista, hallinnollisista sekä ympäristö vastuullisista vaikutuksistaan ja suorituksistaan vastuullisesti ja avoimesti.¹⁰²

GRI:n raportointiviitekehys koostuu perussisällöstä, jota täydennetään toimialakohtaisilla liitteillä. Viitekehukseen kuuluvat myös tiedon laadunvarmuuden periaatteet, tekniset käytännöt sekä ohjeistus ja ohjeet siitä, miten raportoidaan. Viitekehysten tarkoituksena on toimia organisaatioiden, niiden koosta, toimialasta tai maantieteellisestä sijainnista riippumatta, taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristötoiminnan raportoinnin yleisesti hyväksyttynä viitekehysenä.¹⁰³

GRI-ohjeiston periaatteita ovat sisällön olennaisuus, sidosryhmien osallistuttaminen, kestävä kehitys sekä täydellisyys.¹⁰⁴

¹⁰⁰ Mikä on yhteiskuntavastuuraportti.

¹⁰¹ Lovio & Niskala 2004, 244.

¹⁰² Juutinen & Steiner 2010, 241-244.

¹⁰³ GRI 2006, 3.

¹⁰⁴ Vastuullisuusraportointi.

Laatua ohjaavia periaatteita ovat tasapainoisuus, vertailukelpoisuus, oikeellisuus, selkeys sekä varmennettavuus. GRI-ohjeisto koostuu eri osa-alueista, joita ovat: 1) strategia ja analyysit, 2) organisaation profiili, 3) raportointiperiaatteet ja -rajaukset, 4) hallintokäytäntö, 5) sitoumukset ja sidosryhmäyhteistyö, 6) johtamisen lähestymistapa ja 7) taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun indikaattorit.¹⁰⁵



Kuva 2: GRI-ohjeiston mukaan yhteiskuntavastuuraportti sisältää toiminnan kuvauksen sekä yritysvastuun tavoitteet ja tulokset.¹⁰⁶

3.2.3 GRI-tunnusluvut indikaattoreina

GRI -ohjeistossa tunnusluvut on jaettu ympäristö-, talous ja sosiaalisen vastuun indikaattoreihin. Ryhmissä on erilaisia alaryhmittelyjä, ja tunnusluvut on jaoteltu avaintunnuslukuihin sekä täydentäviin tunnuslukuihin. Avaintunnusluvut ovat merkittäviä lukuja kuten liikevoitto, energian kulutus tai henkilöstön määrä. Nämä kiinnostavat yleisimmin suurta yleisöä. Avaintunnuslukujen raportoinnin voidaan sanoa olevan minimivaatimus raportoinnille, jos yritys toteuttaa raportointiaan GRI-ohjeistuksen mukaisesti. Täydentävät tunnusluvut ovat lukuja, jotka edustavat parhaita käytänteitä sekä tarjoavat esimerkiksi tietyille sidosryhmälle tai toimialalle oleellista ja kiinnostavaa tietoa. Yhtenä esimerkkinä täydentävästä tunnusluvusta on sukupuolikohtaisesti jaoteltu osuus työntekijöistä, joille tarjotaan säännöllistä uraohjausta. Täydentävät tunnusluvut täydentävät avaintunnuslukujen informaatiota, mutta niistä voi ajan kuluessa kehittyä myös avaintunnuslukuja.¹⁰⁷

¹⁰⁵ Vastuullisuusraportointi.

¹⁰⁶ Harmaala & Jallinoja 2012, 225.

¹⁰⁷ Juutinen & Steiner 2010, 243.

Taloudellisen vastuun tunnuslukujen on kirjaimellisesti tarkoitus kertoa siitä, miten yritys tuottaa taloudellista hyvinvointia sidosryhmille sekä siitä, minkälainen vaikutus yrityksellä on taloudellisiin järjestelmiin. Tavanomaisesta vuosiraportoinnista poiketen GRI tarkastelee yrityksen taloudellista vastuullisuutta yrityksestä suuntautuvien ulospäin menevien rahavirtojen näkökulmasta. Taloudellisia vaikutuksia ovat muun muassa yrityksen markkina-aseman kuvaaminen, yrityksen osuus bruttokansantuotteesta, paikallisyhteisöjen riippuvuus yrityksen toiminnasta, innovaatiotoiminta sekä patenttien lukumäärä. Ympäristöindikaattorien avulla lasketaan yrityksen materiaalivirtoja. Tavanomaista on kuvata yrityksen käyttämät panokset, kuten energian, materiaalien ja veden kulutus sekä tuotokset eli ei vain tuotteet, vaan myös sivutuotteet, päästöt ja jätteet. Ympäristöindikaattoreissa tulee kertoa organisaation toiminnan vaikutus luonnon monimuotoisuuteen sekä tuotteiden, palveluiden ja kuljetusten vaikutus ympäristöön. Myös ympäristöasioiden taloudellisia seuraamuksia tulee kuvata ympäristöindikaattorien avulla. Tunnusluvut, joilla kuvataan työntekijöihin, työlöihin, ihmisoikeuksiin, yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen sekä tuoteturvallisuuteen liittyviä asioita ovat GRI:n sosiaalisen vastuun indikaattoreita. Suuri osa sosiaalisen vastuun tunnusluvuista perustuu kansainvälisiin sopimuksiin ja suosituksiin (esimerkiksi ILO ja YK), ei niinkään GRI:n omaan ohjeistukseen.¹⁰⁸

GRI-ohjeistossa toimintaindikaattoreilla on kirjain- tai numerolyhenteet, joilla indikaattori voidaan kohdistaa taloudelliseen, ympäristö- tai sosiaaliseen vastuuseen. Seuraavaksi käydään tarkemmin läpi eri indikaattoreita. Jokaisen vastualueen indikaattoreita käytetään GRI-ohjeistuksen mukaan lähes samaa otsikointia. Raportissa esiintyvät otsikot johtamistapa, tavoitteet ja toiminta, menettelytapa, organisatoriset vastuut, koulutus ja tietoisuus, valvonta ja seuranta sekä teemakohtaiset lisätiedot. Lisäksi raportissa on jokaiselle indikaattorille erilaisia näkökulmia riippuen siitä, onko kyseessä taloudellinen (taloudellinen toiminta, markkina-asema, epäsuora taloudellinen vaikutus), sosiaalinen (työllistäminen, henkilöstön ja johdon väliset suhteet, työterveys ja -turvallisuus, koulutus, monimuotoisuus ja tasavertaiset mahdollisuudet) vai ympäristövastuu (materiaalit, energia, vesi, biodiversiteetti eli eliökunnan monimuotoisuus, päästöt ilmaan, jätevedet ja jätteet, tuotteet ja palvelut, määräystenmukaisuus, kuljetukset). Yhteiskuntavastuun taloudellinen ulottuvuus tarkoittaa organisaation vaikutuksia sidosryhmien talouteen sekä taloudellisiin järjestelmiin paikallisella, kansallisella ja maailmanlaajuisella tasolla. Taloudelliset indikaattorit (EC) kuvaavat pääomavirtoja eri sidosryhmien osalta sekä sitä, minkälaisia taloudellisia vaikutuksia organisaatiolla on yhteiskuntaan. Kuten jo aiemmin todettiin, organisaation taloudellisesta toiminnasta on kerrottu tilinpäätöstiedoissa, mutta niissä ei useinkaan ole kuvattu laajemmin organisaation vaikutuksia laajaan taloudelliseen järjestelmään.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Harmaala & Jallinoja 2012, 227.

¹⁰⁹ GRI 2006, 25-29.

Jotta organisaation toimintaa ja sen kestävä kehityksen mukaista toimintaa ympäristön kannalta voidaan ymmärtää, on taloudellisen toiminnan kuvailu tärkeää, ja yhteiskuntavastuureportin lukijan kannalta tiedot ovat olennaisia. Taloudellisen vastuun osiossa kuvataan organisaation taloudellista toimintaa, markkina-asemaa sekä epäsuoria taloudellisia vaikutuksia. Epäsuoria taloudellisia vaikutuksia ovat esimerkiksi infrastruktuuri-investointien kehittyminen ja niiden vaikutukset sekä organisaation tarjoamat yleishyödylliset palvelut.¹¹⁰

Yhteiskuntavastuun ympäristöulottuvuus tarkoittaa organisaation ja sen toiminnan vaikutuksia eläviin ja aineellisiin luonnonjärjestelmiin eli vaikutukset ekosysteemeihin, maaperään, ilmaan ja veteen. Tuotantopanokset kuten raaka-aineet, energia ja vesi sekä päästöt ilmaan, jätevedet ja jätteet ovat ympäristöindikaattoreita (EN). Ympäristöindikaattoreita ovat myös biodiversiteetti, ympäristön mukautuvuus sekä muut ympäristöteemat kuten ympäristökulut sekä tuotteiden ja palveluiden vaikutukset ympäristöön.¹¹¹

GRI -ohjeiston sosiaalisten toimintaindikaattorien (LA, HR, SO ja PR) määrä on varsin laaja. Niitä ovat henkilöstökäytännöt sekä työolot, ihmisoikeudet, yhteiskunta ja tuotevastuu. Henkilöstökäytännöistä, työoloista, työllistämisestä, henkilöstön ja johdon välisistä suhteista, työterveydestä ja -turvallisuudesta, koulutuksesta sekä moninaisuudesta ja tasavertaisista mahdollisuuksista tulee raportoida. Ihmisoikeusindikaattorien avulla kuvataan ihmisoikeuksien toteutumista investointi- ja hankintakäytännöissä, syrjinnänvastaisuutta, yhdistymisvapautta ja yhteistoimintaneuvotteluja, lapsityövoimaa, pakkotyötä, valitus- ja oikaisumenetelmiä, turvallisuuskäytäntöjä sekä alkuperäisväestöjen oikeuksia. Henkilöstökäytäntöjen, työolojen ja ihmisoikeuksien osalta näkökohdat perustuvat pitkälti kansainvälisiin normeihin, sopimuksiin ja julistuksiin. Näistä esimerkkeinä ovat YK:n ihmisoikeuksien yleismaailmallinen julistus ja sen pöytäkirjat, YK:n kansainväliset yleissopimukset kansalaisoikeuksista ja poliittisista oikeuksista sekä taloudellisista, sosiaalisista ja kulttuurisista oikeuksista sekä ILO:n työpaikkojen perusoikeuksien julistus vuodelta 1998 ja Wienin julistus ja toimintaohjelma.¹¹²

Yhteiskuntaindikaattoreilla (SO) kuvataan organisaation vaikutuksia eri yhteisöihin, lahjontaa, julkishallintoa, kilpailun rajoituksia sekä lakien ja määräysten noudattamatta jättämistä. Lahjonnasta raportoidaan tiedot liiketoimintayksiköiden suhteellisesta osuudesta ja kokonaismäärästä, joista on tehty lahjontariskianalyysi sekä niiden työntekijöiden osuus, jotka ovat osallistuneet lahjonnasta vastaisen toimintaan liittyvään koulutukseen.¹¹³

¹¹⁰ GRI 2006, 25-26.

¹¹¹ GRI 2006, 26-28.

¹¹² GRI 2006, 29-32.

¹¹³ GRI 2006, 33-35.

Julkishallinnon kehittämiseen ja lobbaukseen osallistuminen sekä eri instituutioille annettu taloudellinen tuki ovat julkishallinnosta raportointia. Kilpailun rajoituksissa raportoidaan niiden oikeudenkäyntien määrä, jotka liittyvät kilpailun rajoittamiseen tai monopoliaseman väärinkäyttöön. Lakien ja määräysten noudattamatta jättämisestä raportoidaan sakkojen rahallinen arvo sekä rangaistusten lukumäärä.¹¹⁴

Organisaation tuotteiden ja palveluiden vaikutusta asiakkaisiin kuvataan tuotevastuullisuusin-dikaattoreilla (PR). Näistä raportoidaan tuotteiden ja palveluiden vaikutuksesta asiakkaiden terveyteen ja turvallisuuteen. Tuote- ja palvelutiedoista raportoidaan niihin liittyvät merkinnät ja vaatimukset sekä merkintöjen ja määräysten vapaaehtoisten sääntörikkomusten lukumäärä ja niistä aiheutuneet seuraamukset. Myös tehdyistä asiakastyytyväisyystutkimusten tuloksista raportoidaan tässä kohdassa. Markkinointiviestinnässä raportoidaan siitä, mitä käytäntöjä on tehty ja toteutettu markkinointiviestintää sääteleviä lakeja ja normeja noudattamalla. Asiakkaiden yksityisyyden suojasta raportoidaan yksityisyyttä loukkaavien rikkomusten sekä asiakastietojen katoamista koskevien valitusten lukumäärä. Määräystenmukaisuus tarkoittaa sitä, että raportoidaan tuotteita ja palveluita koskevien lakien ja määräysten noudattamatta jättämisestä saaduista sakoista, sakkojen määrästä rahassa sekä mahdollisten muiden rangaistusten lukumäärästä.¹¹⁵

3.2.4 GRI-raportoinnissa otettava huomioon

Yhteiskuntavastuuraportoinnin tarkoitus on edistää avoimuutta ja luoda organisaation toiminnalle läpinäkyvyyttä. Organisaation itsensä kannalta raportointi on keino tuoda informaatiota laajasti päätöksenteon tueksi. Se auttaa organisaatiota sisäisesti jäsentämään vastuulliseen liiketoimintaan tähtäävää työtä. Raportointi tukee organisaation johtamisjärjestelmiä sekä käytänteitä. Raportointi auttaa myös pienentämään maineriskiä, koska raportin avulla voidaan avoimesti ja sidosryhmiä kiinnostavalla tavalla raportoida eri ryhmille olennaisista asioista. Näiden seikkojen takia organisaation on raportissaan kerrottava, jos jotain olennaista tietoa on jätetty raportista pois tiedon saatavuuden, tiedonkeruun kalleuden, tiedon luottamuksellisuuden, tietosuojan tai muun juridisen seikan takia. Organisaation on otettava huomioon, että se ei esitä tietoja liian yleisesti. Toisaalta liian yksityiskohtainen raportointi voi vaikeuttaa tulosten hahmottamista. GRI-ohjeiston mukaan organisaation tulisi hyödyntää indikaattoreita ja raportointiperiaatteita sekä esittää tiedot riittävän yksityiskohtaisesti. Raportin laatijan tulee ottaa huomioon, että yhteiskuntavastuuraportti on yksittäinen tietokokonaisuus, josta lukijan tulee saada helposti kokonaiskuva.¹¹⁶

¹¹⁴ GRI 2006, 33-35.

¹¹⁵ GRI 2006, 34-35.

¹¹⁶ GRI 2006, 36.

Raportti voidaan julkaista erimuotoisena, esimerkiksi sähköisessä muodossa, verkossa tai painettuna versiona. Raportointia tulee tehdä säännöllisesti, jotta raportoitu tieto kattaisi raportointikausittain saman ajanjakson.¹¹⁷ Ympäristövastuusta viestiminen verkossa on sidosryhmien kannalta luontevin raportointimalli nyt ja tulevaisuudessa. Raportin luotettavuutta sekä yhdenmukaisuutta lisää ulkopuolisen varmentajan käyttö¹¹⁸. Ulkoisen varmentajan tulee olla organisaatiosta riippumaton sekä puolueeton, organisaation ulkopuolinen ryhmä tai henkilö, joka on varmennuskäytäntöjen asiantuntija. Varmennuksen on oltava järjestelmällistä, dokumentoitua, todennettua sekä yleisesti hyväksyttyä. Varmennuslausunto tulee laatia kirjallisesti, ja siinä tulee arvioida, missä määrin organisaatio on käyttänyt raportoinnissaan GRI:n raportointiperiaatteita sekä -viitekehystä.¹¹⁹

Toukokuussa 2013 julkaistiin uusi GRI-ohjeisto, G4-raportointiohjeisto. Uudessa ohjeistossa painotetaan entistä enemmän olennaisuuden määrittelyä, jolla on tarkoitus saada yritykset ja muut organisaatiot raportoimaan liiketoimintaan liittyvistä asioistaan eritoten sidosryhmien kannalta olennaisista asioista. Uusi ohje on kaksiosainen. Ensimmäinen osa sisältää raportointiperiaatteet sekä perussisällön. Toisessa osassa ovat raportin soveltamisohjeet. Verrattuna aikaisempaan ohjeeseen uudessa raportointimallissa ei ole A-, B- ja C-soveltamistasoja, vaan tilalla on ”yhtäpitävyysjärjestelmä”, jonka mukaan raportit voidaan jakaa ”perusraportteihin” (core reports) sekä ”kattaviin raportteihin” (comprehensive reports). Perusraportit sisältävät pääosin ohjeiston mukaisen perussisällön sekä vähimmäismäärän kaikista olennaisista indikaattoreista. Kattavat raportit sisältävät koko perussisällön sekä kaikki olennaiset indikaattorit. Rajaus on määritelty koskemaan koko toimintaketjua. G3-ohjeistossa organisaatiolla oli mahdollisuus rajata toimijat, joiden toimintaa raportissa kuvaillaan. Hallintoon ja eettiseen toimintatapaan on lisätty uudet indikaattorit, jotka sisältävät laajan vastuullisuuskysymysten katsauksen ja palkkiokäytännöt. Toimintaketju on sisällytetty useisiin eri indikaattoreihin, kuten ympäristö-, työolot-, ihmisoikeudet- ja yhteiskunta-kategorioihin. Organisaation, joka tekee yhteiskuntavastuuraportointia GRI-ohjeistuksen mukaan, on hyvä tiedostaa, että 31.12.2015 jälkeen julkaistavien raporttien on noudatettava G4-ohjeistusta.¹²⁰

Integroitu raportointi (Integrated Reporting, IR) on uusi raportoinnin lähestymistapa. Perusajatus on kannustaa organisaatiot kertomaan sijoittajille sekä muille sidosryhmille asioistaan tulevaisuuteen keskittyen. IR on raportointimalli tai -viitekehys, jonka avulla sijoittajat pystyvät muodostamaan yrityksen taloudellisesta tilanteesta sekä toimintaa uhkaavista riskeistä paremman kokonaiskuvan kuin aiemmin.¹²¹

¹¹⁷ GRI 2006, 36.

¹¹⁸ Juutinen & Steiner 2010, 265.

¹¹⁹ GRI 2006, 37.

¹²⁰ GRI 2013, 3. ; GRI's G4 Guidelines.

¹²¹ Integrated reporting.

Talouslukuihin yhdistetään aineettomampia asioita mittaavia tunnuslukuja, joita saadaan organisaatioiden yhteiskuntaraporteista ympäristö- ja sosiaalisesta vastuusta liittyen. IR rohkaisee organisaatioita raportoimaan kannattavuudestaan, kyvystään tuottaa arvoa ja tuottoa lyhyellä, keskipitkällä ja pitkällä aikavälillä.¹²²

4 Yhteiskuntavastuu ja sähköinen viestintä

Yhteiskuntavastuuta voidaan pitää yrityksen maineeseen ja menestykseen vaikuttavana kilpailutekijänä. Yrityksen maine muodostuu tekojen ja viestinnän yhteisvaikutuksesta. Hyvä maine puolestaan vetää puoleensa hyviä työntekijöitä, asiakkaita, rahoittajia sekä sidosryhmiä.¹²³ Hyvä maine tuo myös lisää tuottoja yritykseen.

Vaikka yhteiskunnalliset hyödyt ovat yritysvastuun perimmäinen tarkoitus, vastuullisuudella on myös yritystaloudellisia vaikutuksia. Vastuullisuus voi vaikuttaa yrityksen kilpailukykyyn ja taloudelliseen menestymiseen, jotka ovat tärkeitä, sillä mahdolliset kielteiset seuraukset voivat estää vastuullisen toiminnan. Kilpailuetu liittyy markkinoihin ja asiakkaisiin. Kilpailuedun saavuttamiseksi edellytetään yleensä vastuullista viestintää. Suomessa on usein vallalla uskomus, että tuote myy itse itseään, ja näin markkinointi ja viestintä jäävät usein tekniikan ja tuotekehityksen varjoon. Vastuuviestintä on nykyisin varsin haasteellista ja siihen sisältyy pulmia, joita ei voida ratkaista perinteisellä brändi- tai mainejohtamisella. Jos yritystä syytetään vastuuttomuudesta, on viestintä haastavaa. Toisinaan yrityksen vapaaehtoisia vastuujulistuksia ja -ohjelmia otetaan myös erityiseen tarkasteluun. Tästä voi syntyä konflikteja. Yrityksen on hyvä tunnistaa tekijöitä, jotka ylittävät markkina- ja mainelähtöisen ajattelun.¹²⁴

Yhteiskuntavastuullisen viestinnän avainsanoja ovat olennaisuus, avoimuus ja läpinäkyvyys. Nämä samat termit liittyvät läheisesti myös internetin ja sosiaalisen median esille tuomiin asioihin. Internetin ansiosta yleinen läpinäkyvyys ja asioiden olennaisuuden pohtiminen ovat tulleet jokaisen saataville. Yhteiskuntavastuun voidaan katsoa tuoneen yritysmaailmaan sen, minkä internet ja sosiaalinen media ovat tuoneet muualle. Perinteinen yritysten viestintäkulttuuri ei välttämättä istu internet-maailmaan, mutta yhteiskuntavastuuseen liittyvissä asioissa jalkautuminen internetiin ja sosiaaliseen mediaan voi onnistua hyvinkin.¹²⁵ Nämä kanavat tarjoavat yrityksille oivan mahdollisuuden olla yhteydessä eri sidosryhmien kanssa. Internet ja sosiaalinen media mahdollistavat myös viestien kustannustehokkaan räätälöinnin sekä mahdollisuuden toteuttaa erilaisia kampanjoita uudessa ympäristössä.¹²⁶

¹²² Integrated reporting.

¹²³ Lankakoski & Halme 2011, 31.

¹²⁴ Halme & Joutsenvirta 2011, 251.

¹²⁵ Jussila 2010, 140-141.

¹²⁶ Harmaala & Jallinoja 2012, 173.

Sosiaalisen median ja internetin vahvuutena ovat myös päivittämisen helppous sekä se, että yritysten on helppo seurata erilaisia keskusteluja, joita yrityksen tuotteista, palveluista ja asioista verkossa käydään. Parhaimmassa tapauksessa yritys luo itselleen oman persoonan, jota eri sidosryhmien on helppo lähestyä. Päivitykset ovat ajan tasalla, ja persoona on saatavilla useissa eri kanavissa. Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube ja erilaiset blogit ovat esimerkkejä kanavista, joissa yrityksen on hyvä olla mukana.¹²⁷

4.1 Yhteiskuntavastuullinen viestintä

Kuten jo todettiin, vastuullisuudesta viestiminen ei ole helppoa. Vastuuviestintä ei ole ainoastaan vastuuraporttien julkaisua, vaan myös henkilöstö- ja asiakaslehdet, yritys- ja palveluesitteet, tuotepakkaukset ympäristöselontekoineen tai erilaiset sidosryhmäyhteistyön ja julkisen keskustelun tilanteet ovat myös vastuullisuudesta viestimisen keinoja ja tilanteita.¹²⁸ Haasteellisuutta lisää se, että kiinnostus sekä asiantuntemus viestinnän kohteena olevasta aiheesta vaihtelevat suuresti. Tämän takia on tärkeää, että viestintä on selkää ja tarpeeksi yksinkertaista, mutta kuitenkin mielenkiintoista ja taustatiedot tarjoavaa.¹²⁹

Haasteellista on se, miten yrityksen työskentely vastuullisuuden hyväksi saadaan konkretisoidaan ihmisten mielissä. Yrityksen johdon ja henkilöstön tulisi ymmärtää, mitkä omassa liiketoiminnassa ja tuotteissa ovat asioita, jotka herättävät asiakkaiden sekä suuren yleisön kiinnostuksen. Toisinaan yritys ei halua tai ei koe voivansa muuttaa asioita, jotka herättävät kuluttajien tai kansalaisaktivistien mielenkiinnon. Mikäli yrityksen toiminta on ristiriidassa kansalaisten oikeustajun kanssa, syntyy kiistoja, joissa yrityksiltä vaaditaan enemmän vastuullisuutta. Tällaiset viestintätilanteet ovat viime aikoina lisääntyneet. Kiistatilanteissa yrityksen on vaikea saada omaa viestiään kuuluville, eikä se pysty hallitsemaan julkisuus kuvansa muodostumista. Tällöin vastuuviestintä vaikeutuu entisestään.¹³⁰

Toisinaan tuntuu ristiriitaiselta se, että globalisaation myötä kansalaisten kritiikki yrityksiä kohtaan on lisääntynyt ja samanaikaisesti yritykset ovat panostaneet enemmän ja enemmän yhteiskuntavastuuseen ja siitä viestimiseen. Toisaalta tiedon ja tiedon välityksen lisääntyessä on helpompi myös päivittää omia mielipiteitään ja muuttaa asenteita eri asioita kohtaan.

Julkisesti käydyt vastuukiistat ovat nostaneet esiin vastuuviestinnän yleisen ongelman. Yritysten soveltamat eettiset säännöt ovat yleensä liian yleisluonteisia eivätkä näin anna ihmisille konkreettista käsitystä yrityksen vastuutyöstä.¹³¹

¹²⁷ Harmaala & Jallinoja 2012, 173.

¹²⁸ Juutinen & Steiner 2010, 236.

¹²⁹ Jussila 2010, 137.

¹³⁰ Halme & Joutsenvirta 2011, 252-254.

¹³¹ Halme & Joutsenvirta 2011, 257.

Ihmisoikeuksien kunnioittaminen voi olla mainittu yrityksen viestinnässä, mutta asian ilmaiseminen liian yleisellä tasolla ei anna yleisölle konkreettista kuvaa tai lupaus siitä, mitä ihmisoikeuksien kunnioittaminen tarkoittaa käytännössä ja eri toimintaympäristöissä. Epämääräisiä käsitteitä tulisi välttää.¹³²

Vaikka viestintä on haasteellista, on hyvä tiedostaa, että yritys vastuuta ei ole olemassa ilman viestintää ja vastuullisuus näkyy juuri viestinnän välityksellä. Yrityksen pidättäytyminen viestinnästä ei palvele yhteiskuntaa eikä yritystä. Suomalaiset yritykset ovat monella toimialalla olleet kansainvälisiin kilpailijoihin verrattuna ujoja viestijöitä.¹³³

Viherpesu on termi, josta puhutaan vastuukiistojen ja -viestinnän yhteydessä. Viherpesulla tarkoitetaan sitä, että yritys käyttää ylisanoja ja antaa tyhjiä lupauksia ympäristön kunnioittamisesta tai muusta vastuun kantamisesta. Huoli ei ole turha, mutta Suomessa viherpesun pelko kääntyy helposti yritystä itseään vastaan, kun yritys ei kerro vastuullisuudestaan ja toimenpiteistä, joilla yritys kantaa sosiaalista, ympäristö- tai taloudellista vastuuta. Tämä johtuu siitä, että suomalaisen yritysviestintäkulttuurin mukaan ajatellaan, että yrityksen on oltava täysin valmis ja paras, ennen kuin vastuullisuudesta viestitään. Suomalainen ujo vastuuviestintä voidaan tulkinta signaalina sille, että kun viestintä on niukkaa, myös yrityksen vastuullisuus on yhtä vähäistä. Viherpiilottelu ja ujo vastuuviestintä voivat johtaa myös siihen, että kuluttaja valitsee vastuuttoman toimijan tuotteen tai palvelun, kun vastuullisesti toimiva yritys ei viesti vastuullisuudestaan.¹³⁴

Kriisiviestinnän voi katsoa liittyvän läheisesti vastuullisuusviestintään, sillä jos yritykselle sattuu pahoja epäonnistumisia, voidaan yhteiskuntavastuun viestinnässä hyödyntää kriisiviestinnän prosesseja. Usein juuri kriisien yhteydessä vastuullisuuskysymykset nousevat pinnalle, ja ne alkavat kiinnostaa organisaation ja sidosryhmien lisäksi myös suurta yleisöä. Kriisiviestinnässä tulisi huomioida kaikki yhteiskuntavastuun osa-alueet, eli kriisien syitä ja vaikutuksia olisi hyvä tarkastella kaikkien yhteiskuntavastuun osa-alueiden kannalta. Kriisiviestintä mittaa myös yrityksen koko viestinnän avoimuutta ja läpinäkyvyyttä. Jos kriisin aiheuttamista syistä ja seurauksista viestitään avoimesti, todennäköisesti tällöin myös yrityksen muu viestintä on avointa ja läpinäkyvää.¹³⁵

Vastuuviestinnän tulisi olla selkeää, ei yltiöpositiivista, ei yksisuuntaista vaan vuorovaikutteista, jotta tavoitteiden ja suunnittelun avoimuus saavutetaan.¹³⁶

¹³² Halme & Joutsenvirta 2011, 257.

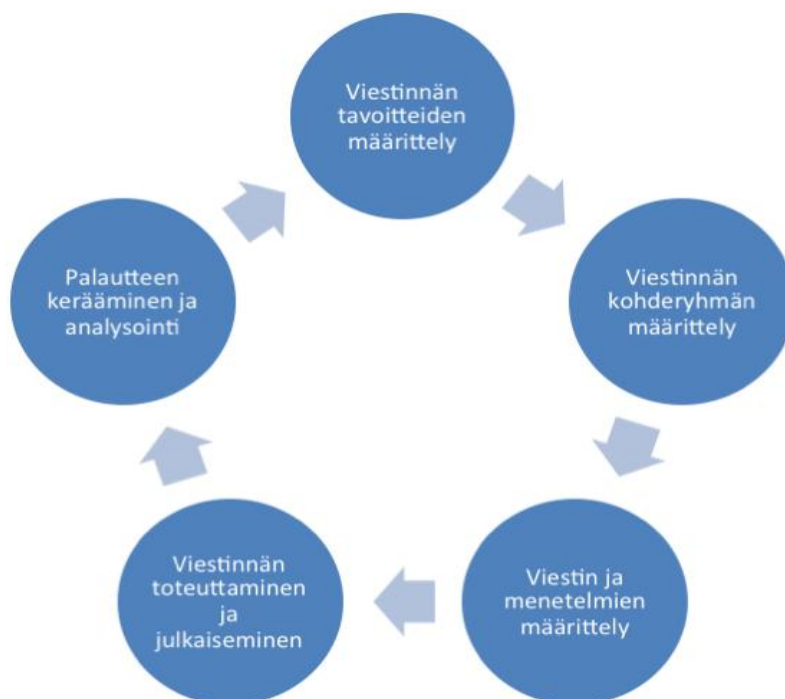
¹³³ Halme & Joutsenvirta 2011, 259.

¹³⁴ Halme & Joutsenvirta 2011, 259-262 ; Juutinen & Steiner 2010, 176.

¹³⁵ Jussila 2010, 141-142.

¹³⁶ Halme & Joutsenvirta 2011, 262.

On myös hyvä tiedostaa, että koska julkiset organisaatiot eivät ole pystyneet vastaamaan esimerkiksi ilmastonmuutokseen, ihmisoikeusrikkomusten tai laajan köyhyyden kaltaisiin maailmanlaajuisiin ongelmiin, odottaa suuri yleisö yrityksiltä panostusta näihin ongelmiin. Ennen kaikkea suurilta yrityksiltä odotetaan osallistumista paremman yhteiskunnan globaaliin rakentamiseen. Sidosryhmät ovat keskeisessä asemassa, jotta tämän tavoitteen saavuttaminen onnistuu.¹³⁷



Kuva 3: Vastuullisen viestinnän prosessimalli¹³⁸

Internet ja sosiaalinen media tarjoavat yrityksille mahdollisuuden olla aloitteellinen keskustelun avaaja. Jos keskustelu on hyvin suunniteltu ja avoimesti toteutettu, saa yritys arvokasta tietoa asiakkaiden, kuluttajien ja muiden sidosryhmien mielipiteistä, käyttäytymisestä ja odotuksista yritystä ja sen tuotteita ja palveluja kohtaan. Toisaalta keskustelu voi asettaa yrityksen kritiikin kohteeksi, kun verkossa kohdataan myös sellaisia ihmisiä, jotka eivät kenties muuten tulisi lukeneeksi esimerkiksi yrityksen vastuullisuusviestinnästä muissa kanavissa. Kaikesta huolimatta sosiaalisen median merkittävä etu on osallistumisen mahdollisuus sekä yhteinen sisällöntuottaminen. Se on myös jatkuvasti päivittyvä interaktiivisen vuorovaikutuksen kanava yrityksen vastuullisuusviestinnässä. Brändimielikuvan tärkeyttä ei voi myöskään aliarvioida. Jos yrityksellä on vahva brändi, se houkuttelee kuluttajia osallistumaan ja antamaan omaa panostaan yrityksen käytettäväksi.¹³⁹

¹³⁷ Halme & Joutsenvirta 2011, 262-265.

¹³⁸ Harmaala & Jallinoja 2012, 163.

¹³⁹ Harmaala & Jallinoja 2012, 174.

4.2 Sähköisen viestinnän lainsäädäntö

Sähköisen viestinnän tietosuojaa sekä yksityiselämän suojaa säädellään perustuslaissa, sähköisen viestinnän tietosuojalaissa, henkilötietolaissa sekä laissa yksityisyyden suojasta työelämässä. Tässä opinnäytetyössä ei käsitellä näitä lakeja, vaan pitäydytään sähköisen viestinnän tietosuojalaissa yhteiskuntavastuuraportoinnin näkökulmasta.

Sähköistä viestintää säätelee Suomessa sähköisen viestinnän tietosuojalaki (516/2004), joka tuli voimaan 1.9.2004 ja korvasi samalla lain yksityisyyden suojasta televiestinnässä ja teletoiminnan tietoturvasta (565/1999) sekä viestintäviraston maksuista annetun liikenne- ja viestintäministeriön asetuksen (1126/2002) 3 §:n 6 kohta ja 18 §. Sähköisen viestinnän tietosuojalain tarkoitus on turvata sähköisen viestinnän luottamuksellisuus sekä yksityisyyden suojan toteutuminen. Lain tarkoitus on myös edistää viestinnän tietoturvaa sekä monipuolisten sähköisen viestinnän palvelujen tasapainoista kehittymistä.¹⁴⁰ Laki luo näin ollen perustan sähköisen viestinnän tietoturvaan. Lakia sovelletaan verkossa tarjottuihin palveluihin sekä suoramarkkinointiin yleisissä viestintäverkoissa, tilaajaluettelopalveluihin ja numerotiedotuspalveluihin. Rajattuihin verkkoihin, joita ei ole liitetty internetiin, lakia ei sovelleta eikä joukkoviestintäverkossa välitettävään viestiin, jossa yksittäistapauksessa viestiä ei voida yhdistää tunnistetietojen kautta vastaanottajaan. Lakia ei myöskään sovelleta viranomaisten verkkoviestintään.¹⁴¹ Sähköisen viestinnän tietosuojalaki pohjautuu EU:n antamaan direktiiviin henkilötietojen käsittelystä ja yksityisyyden suojasta sähköisen viestinnän alalla (Sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivi 2002/58/EY).

Laista ei löydy suoranaisia määräyksiä tai säännöksiä, jotka liittyisivät organisaation yhteiskuntavastuuraportointiin verkossa.

5 Yhteiskuntavastuuraportointi käytännössä, case: Finnair

Finnair on perustettu 1.11.1923. Yrityksen perusti Bruno Lucander. Ensimmäinen lentokenttä sijaitsi Helsingin Katajanokan satamassa. Ensimmäinen kaupallinen lento lennettiin 20.3.1924, jolloin vesitasokoneella lennätettiin postia Helsingistä Tallinnaan.¹⁴²

Nykyisin Finnairilla on 43 lentokonetta, joista osa on omia ja osa leasing-sopimuksella. Finnair lentää yli 60 kohteeseen Euroopassa ja 13 kohteeseen Aasiassa. Liiketoiminnan ydin on lento-liikenne ja matkustajapalvelut.¹⁴³

¹⁴⁰ SVTSL 1 §.

¹⁴¹ SVTSL 3 §.

¹⁴² Finnairin ensilennosta 90 vuotta.

¹⁴³ Finnairin vuosikertomus 2013, 2-3.

Finnair työllistää noin 6000 työntekijää. Vuonna 2013 Finnair kuljetti yli 9 miljoonaa matkustajaa, mikä vastaa 60 % kaikista matkustajista, jotka kulkevat Helsinki-Vantaan lentoaseman kautta. Finnair on tällä hetkellä maailman kuudenneksi vanhin, edelleen toimiva lentoyhtiö. Finnairin toiminnallinen liiketulos vuonna 2013 oli 4,8 miljoonaa euroa tappiollinen. Tulokseen vaikutti Japanin jenin voimakas heikkeneminen, joka johti euromääräisten tuottojen laskuun. Lisäksi rahti- ja lomaliikenne eivät kehittyneet odotusten mukaisesti. Kireä ja kova kilpailu sekä korkea polttoaineen hinta olivat myös syynä tappiolliseen tulokseen.¹⁴⁴

Yhteiskuntavastuuraportoinnin Finnair on aloittanut vuonna 1997 yhtenä ensimmäisistä lentoyhtiöistä. Vuodesta 2008 lähtien yhteiskuntavastuun raportoinnissa on käytetty GRI:n määrittämää ohjeistusta.¹⁴⁵

Tässä opinnäytetyössä peilataan teoriaosuudessa läpikäytyjä yhteiskuntavastuun raportoinnin asioita Finnairin toteuttamaan yhteiskuntavastuuraportointiin ja ennen kaikkea sen näkyvyyteen sähköisessä viestinnässä.

5.1 Yhteiskuntavastuun raportointi Finnairilla

Yhteiskuntavastuun raportointia on Finnairilla tehty jo noin 15 vuotta. GRI-ohjeiston mukaiseen raportointiin siirryttiin vuonna 2008. Ennen tätä keskityttiin enemmän mittaamaan ympäristövaikutuksia ja raportoimaan niistä. Raportoinnissa painotus on selvästi siirtynyt kohti sosiaalista vastuuta ja siitä raportointia. Sosiaalisen vastuun piiriin kuuluvia asioita säädellään Suomessa runsaasti lainsäädännöllä, ja sen takia useita sosiaalisen vastuun mittareita on pidetty itsestäänselvytenä. Koska Finnairin liiketoiminta on koko ajan kansainvälistynyt, on huomattu, että muutkin kestävän kehityksen näkökohdat vaativat tarkastelua ja raportointia. GRI-ohjeistus on pakottanut Finnairia tarkastelemaan syvällisesti muun muassa tuotevastuuta sekä ihmisoikeuskysymyksiä maailmanlaajuisesti. Myös koko matkailualan toimintaketjun vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan tulee huomioida. Ohjeisto pakottaa uudelleen arvioimaan ja uudistamaan käytäntöjä ja ohjeistuksia nykyaikaisesta, globaalista näkökulmasta katsottuna. Yhteiskuntavastuuraportointi on auttanut Finnairia ymmärtämään paremmin sen, mitkä tunnusluvut ovat toimialan kannalta olennaisia, kun arvioidaan lentoyhtiön vaikutuksia ympäröivään maailmaan. Koska GRI-ohjeistuksen mukainen raportointi edellyttää yritykseltä sidosryhmäyhteistyötä, on Finnair tarttunut asioihin hyvin laajasti, jotta olennaiset vaikutukset ja tekijät tunnistetaan. Tällaista laajuutta ei lainsäädäntö tai edes GRI edellytä. Tämän kaltainen asia on esimerkiksi melutasosta raportointi. Melu on olennainen osa lentoliikenteen infrastruktuuria.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Finnairin ensilennosta 90 vuotta ; Finnairin vuosikertomus 2013, 2-3.

¹⁴⁵ Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 4.

¹⁴⁶ Finnairin yhteiskuntavastuuraportti 2011, 9.

Sidosryhmien näkökulmasta melutasolla on merkittävä negatiivinen ulkoisvaikutus, ja siksi siitä raportoidaan, vaikka GRI-ohjeistus ei sitä edellytä. Lentoyhtiöille ei ole erityisiä toimialakohtaisia ohjeita GRI-ohjeistuksessa. Finnair kerää tietoa myös asioista, jotka kiinnostavat suurta yleisöä. Tällaista tietoa on esimerkiksi koneessa syötyjen aterioiden tähteiden kierrättämisestä kerätyt tiedot. Näiden tietojen avulla on saatu konkreettista tietoa siitä, minkälaisia seurauksia on EU-säädöksistä, jotka estävät EU:n ulkopuolelta tulevan ruokajätteen kierrättämisen.¹⁴⁷

Tarkasteltaessa Finnairin tekemiä vastuuraportteja on helppo huomata, että GRI-ohjeistoon on perehdytty huolellisesti ja raportti on laadittu ohjeistuksen mukaisesti. Finnairin yhteiskuntavastuuraportti kattaa emoyhtiön, Suomessa toimivat ja lentotoimintaa tukevat tytäryhtiöt sekä liiketoimintayksiköt. Raportti kattaa myös konsernin suomalaiset matkapalveluita tuottavat ja myyvät tytäryhtiöt. Raportista on rajattu pois ulkomaiset tytäryhtiöt, koska pienuutensa vuoksi niillä ei ole katsottu olevan suurta merkitystä Finnairin yhteiskuntavastuunäkökohtien kannalta. Finnair ei myöskään raportoi ulkoistetuista toiminnoista. Raportin tiedot kerätään sisäisistä tilastointijärjestelmistä sekä alihankkijoilta.¹⁴⁸ Mikäli toimintojen ulkoistaminen jatkuu edelleen, on todennäköistä, että tulevaisuudessa myös ulkoistettuja toimintoja tulee sisällyttää raportointiin varsinkin jos ne ovat osa arvoketjua. Tätä edellyttää GRI:n G4-ohjeisto.¹⁴⁹

Finnair on luopunut erillisestä vuosikatsauksen julkaisemisesta. Vuosikatsauksessa käsitellyt asiat sisällytettiin taloudelliseen raporttiin sekä yhteiskuntaraporttiin vielä vuoden 2012 osalta. Taloudellinen katsaus sisälsi hallituksen toimintakertomuksen, konsernitilinpäätöksen sekä selvityksen hallinto- ja ohjausjärjestelmistä sekä palkka- ja palkkioselvityksen.¹⁵⁰

Tuorein raportti on julkaisu maaliskuussa 2014, ja se on ensimmäistä kertaa integroitu raportti, joka kattaa aikaisemmin erillisinä julkaistun vuosikertomuksen sekä yhteiskuntavastuuraportin. Uusimman integroidun raporttinsa Finnair jakaa seuraaviin osa-alueisiin: strategia (megatrendit, liiketoiminnan mittarit, raportoinnin uudistukset), asiakkaat (sosiaalisen vastuun tunnusluvut), operatiivinen toiminta (ympäristövastuun tunnusluvut), henkilöstö (sosiaalisen vastuun tunnusluvut), yhteiskunta (sidosryhmäyhteistyö ja sosiaalisen vastuun tunnusluvut), talous (hallituksen toimintakertomus, tilinpäätös ja taloudellisen vastuun tunnusluvut), hallinnointi (johtamisperiaatteet, selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmistä 2013, riskienhallinta ja suurimmat riskit, palkka- ja palkkioselvitys 2013, hallitus ja johtoryhmä).¹⁵¹

¹⁴⁷ Finnairin yhteiskuntavastuuraportti 2011, 9.

¹⁴⁸ Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 44.

¹⁴⁹ Ks. tarkemmin GRI's G4 Guidelines.

¹⁵⁰ Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 44.

¹⁵¹ Finnairin vuosikertomus 2013, 2, 12.

Raportissa käydään läpi myös raportointiperiaatteet, GRI -sisältövertailu, tietoja osakkeenomistajille ja raportin lopussa on sanasto sekä yhteystiedot. Uuden mallinen raportointi otettiin käyttöön osakkeenomistajien, analyytikkojen, työntekijöiden, viranomaisten, median ja muiden sidosryhmien toiveesta. Tavoitteena on noudattaa niin kutsuttua ”triple bottom line” -käytäntöä, jossa taloudellinen tulos yhdistetään yrityksen yhteiskunnallisen ja ympäristövaikutusten raportoinnin kanssa.¹⁵²

Raportti kattaa siis kaikki yhteiskuntavastuun osa-alueet. Ympäristön kannalta lentäminen on merkittävin toiminto. On arvioitu, että 95 % lentotoimialan kaikista ympäristövaikutuksista aiheutuu lentämisestä. Fossiilisen polttoaineen käyttö sekä osin moottoripäästöt ovat suurimmat ympäristön kuormittajat. Raportoitavissa tunnusluvuissa korostuvat lentämisen lisäksi materiaalivirrat sekä jätehuolto. Sosiaalisesta vastuusta painotetaan Finnairin henkilöstöön liittyviä tunnuslukuja. Henkilöstöasioita käsitellään raportissa laajasti, koska ilmailu tukitoimintoinen on hyvin työvoimaintensiivinen ala ja osalta henkilöstöstä edellytetään usein pitkälle vietyä erityisosaamista. Pätevä, motivoitunut ja hyvinvoiva henkilökunta on Finnairille elinehto. Sosiaalisesta vastuusta raportissa painotetaan asiakassuhteita. Asiakkaat (henkilöstön lisäksi), ovat toinen tärkeä sidosryhmä. Matkailu on merkittävä elinkeino maailmalla. Siksi se on myös tärkeä sosiaalisen vastuun näkökulma Finnairin toiminnassa. Matkailun sosiaalisista vaikutuksista raportoidaan laadullisesti, koska niitä on vaikea mitata määrällisesti. Pitkän ajan kuluessa vain kannattava yritys voi tuottaa hyvinvointia yhteiskuntaan ja sidosryhmille, siksi pääpaino taloudellisessa vastuussa on kannattavan liiketoiminnan turvaamisessa. Suomi on syrjäinen maa, jolle säännöllisellä ja toimivalla lentoliikenteellä on taloudellista merkitystä ja se mahdollistaa kansainvälisen kanssakäymisen infrastruktuurin. Taloudellista vastuuta on myös olla suuri työllistäjä sekä veronmaksaja.¹⁵³

Ulkoisena varmentajana Finnair on käyttänyt jo usean vuoden ajan PricewaterhouseCoopers Oy:tä, jonka mukaan Finnairin yhteiskuntavastuuraportti vastaa GRI:n soveltamistasoa A niin vuodelta 2012 kuin myös vuodelta 2013.¹⁵⁴

5.2 Finnairin yhteiskuntavastuullinen viestintä sähköisessä viestinnässä

Finnair on kamppailut lentoalan suuren murroksen ja muutoksen kourissa jo useita vuosia. Vuonna 2012 Finnair kuitenkin teki voitollisen tuloksen ensimmäisen kerran vuoden 2007 jälkeen. Kamppailu kohti kannattavuutta ei ole ollut helppoa. Muutosta on kuitenkin edistänyt avoin ja oikea-aikainen viestintä.¹⁵⁵

¹⁵² Finnairin vuosikertomus 2013, 2, 12.

¹⁵³ Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 45-46.

¹⁵⁴ Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 87 ; Finnairin vuosikertomus 2013, 170.

¹⁵⁵ Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 35. Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 35.

Suomalaisella suurella yleisöllä on hyvin vahva tunneside kansalliseen lentoyhtiöön ja sen sini-valkoiseen brändiin. Näin Finnairin uutisointi tai yrityksessä tapahtuvat muutokset herättävät aina suurta keskustelua ja erilaisia mielipiteitä.¹⁵⁶ Vahva tunneside kansallista lentoyhtiötä kohtaan on tyyppillistä muissakin maissa. Esimerkiksi Ruotsissa SAS:n toimintaa seurataan yhtä tarkasti kuin Finnairin toimintaa Suomessa. Kun kritiikkiä tulee johdolle myönnetyistä sitouttamispalkkioista tai toimitusjohtajan asuntokaupoista ja samanaikaisesti henkilöstö luopuu eduistaan tai osa menettää työpaikkansa, tarvitaan yhteiskuntavastuullisen viestinnän osamista avuksi. Avainsanoja vastuullisessa viestinnässä ovat olennaisuus, avoimuus ja läpinäkyvyys (ks. Luku 4). Finnairin vuoden 2012 yhteiskuntavastuureportin mukaan hyvä viestintä perustuu sanontaan: ”Meillä jokaisella on kaksi korvaa ja yksi suu. Käytetään niitä samassa suhteessa.” Sidosryhmiltä kuullun palautteen mukaan Finnair on kehittänyt viestintäkanaviaan sekä päivittänyt eettiset toimintaohjeensa. Vaikka Finnairin tavoitteena on olla hyvä kuuntelija, ei sen tavoitteena ole olla passiivinen tai reaktiivinen viestijä. Ennakoiva viestintä on erityisesti tärkeää silloin, jos tiedossa on, että Finnairia koskeva vaikea tai negatiivinen uutinen ollaan julkaisemassa. Finnairin pyrkimys on kertoa näistäkin uutisista avoimesti, rehellisesti ja oikea-aikaisesti. Tämä koskee sekä sisäistä että ulkoista viestintää.¹⁵⁷

Finnair uudisti sisäisen verkkonsa vuonna 2012. Uudistuksen yhteydessä sosiaalisen verkostoitumisen mahdollisuudet otettiin käyttöön. Sosiaalisen verkostoitumisen kautta työntekijöille on tullut mahdollisuus osallistua keskusteluihin ja erikoisosaamisen jakamiseen uudella tavalla. Keskusteluissa esille nouseviin asioihin voidaan reagoida nopeasti. Reagointinopeus sekä palveluiden kehittäminen ovat hyviä kilpailuetuja pyrittäessä vahvistamaan asemaa lentoliikenteessä. Sisäisen verkon kehittämisen lisäksi Finnair on kehittänyt myös ulkoista sosiaalisen median (some)-strategiaansa. Näkyvyyttä on parannettu Facebookissa, YouTubessa, Twitterissä sekä Sina Weibossa (Kiina). Ennen kaikkea asiakaspalvelu on kehittynyt, kun asiakkaille voidaan antaa vastauksia kysymyksiin ja ongelmiin some-välineissä yhä nopeammin. Some mahdollistaa myös asiakkaiden kontaktoinnin nopeasti arvaamattomissa tilanteissa, ja näin voidaan tarjota parempaa palvelua asiakkaille.¹⁵⁸

Finnair käy keskustelua sosiaalisessa mediassa kuudella eri kielellä: englanniksi, suomeksi, ruotsiksi, kiinaksi, japaniksi ja koreaksi. Sosiaalisen median mahdollisuuksia on hyödynnetty myös uudella palvelulla, jonka avulla matkustaja voi sähköistä lähtöselvitystä tehdessään linkittää Facebook-profiilinsa istuinkarttaan ja näin lisätä kanssakäymistä muiden matkustajien kanssa. Matkustaja voi jakaa myös omat lentotietonsa helposti sosiaalisessa mediassa.¹⁵⁹

¹⁵⁶ Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 35.

¹⁵⁷ Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 35.

¹⁵⁸ Finnairin vastuullisuusraportti 2012, 55.

¹⁵⁹ Finnairin vuosikertomus 2013, 16.

6 Päätelmät

Opinnäytetyössä lähdettiin hakemaan vastauksia kysymyksiin: miten ja miksi yritys tekee yhteiskuntavastuuraportointia, miten lait ja säädökset vaikuttavat yhteiskuntavastuuraportointiin, onko raportointi vastuullista ja tuoko sähköinen viestintä tai sosiaalinen media uusia uhkia tai mahdollisuuksia vastuullisuusraportointiin.

Yritysvastuu ja siitä raportointi ovat kehittyneet Suomessa viime vuosikymmeninä. Monet isot ja pienemmätkin yritykset tekevät yhteiskuntavastuuraportointia. Raportoinnin uskotaan lisäävän yrityksen kilpailukykyä. Yritysten motivaatio raportointiin lisääntynee juuri siksi, että vastuullisuusraportointia ei säädellä tiukalla lainsäädännöllä ja että raportointi perustuu suurelta osin vapaaehtoisuuteen. Yhteiskuntavastuun osa-alueita tosin säädellään moninaisella lainsäädännöllä, mutta sääntely ei ulotu raportointiin asti. Raportoinnin tekemiseen vaikuttavat usein yrityksen ulkopuolelta tulevat uudet tiedot, määräykset ja varsinkin viranomaisten tai julkisen vallan toimenpiteet.

Hallituksen esityksessä eduskunnalle (204/2013) laeiksi verotustietojen julkisuudesta ja salassapidosta annetun lain sekä tilaajan selvitysvelvollisuudesta ja vastuusta ulkopuolista työvoimaa käytettäessä annetun lain 5 §:n muuttamisesta ehdotetaan, että Suomeen perustettaisiin Verohallinnon ylläpitämä yritysten verovelkarekisteri. Ehdotuksen mukaan jokaisella olisi oikeus saada tieto siitä, onko yrityksellä vähintään 5000 euroa sellaista velkaa, josta Verohallinto ei ole tehnyt maksujärjestelyä. Tavoitteena on ennen kaikkea tehostaa tilaajavastuulain ja hankintalain vaikuttavuutta harmaan talouden torjunnassa. Uudistuksen tavoitteena on myös kannustaa yrityksiä hoitamaan velvollisuutensa ja torjua harmaata taloutta kaikessa toiminnassaan. Tiedotusvälineille ja kansalaisille tarjoutuu mahdollisuus tarkistaa, kuinka paljon yritys on maksanut veroja edellisenä vuotena. Verotusta koskevien tietojen julkaiseminen voi vaikuttaa myös yrityksen yhteiskuntavastuuta arvostavien tilaajien tekemiin hankintapäätöksiin.¹⁶⁰ Hallituksen esittämä uudistus on yritykselle imagokysymys, ja jokaisen vastuullisesti toimivan yrityksen olisi torjuttava harmaata taloutta sekä esitettävä verotietonsa avoimesti. Yrityksen mainetta voidaan pitää aineettomana pääomana, joka on yhtä arvokasta pääomaa kuin myös muu liikeomaisuus. Mainetta on vaikea kopioida, ja hyvä maine on näin ollen kullan arvoinen kilpailuetu yritykselle. Yrityksen maine muodostuu yrityksen arvoista, jokaisesta teosta sekä jäsenestä yrityksessä. Yritys voi itse päättää maineestaan ja hallita sitä. Yhteiskuntavastuuta voidaan pitää tärkeänä osana maineenhallintaa.¹⁶¹ Hyvä maine yhdessä asiakkaiden ja henkilöstön luottamuksen kanssa mahdollistavat yrityksen toiminnan kannattavuuden.

¹⁶⁰ HE 204/2013, luku 3.1, 3.2.

¹⁶¹ Hanikka ym. 2007, 16.

GRI-ohjeisto edellyttää, että yhteiskuntavastuuraportoinnin tulee olla olennaista, täydellistä, varmennettua, sidosryhmiä osallistavaa ja tietojen tulee olla oikein. Raportoinnilla tavoitellaan avoimuutta ja läpinäkyvyyttä organisaatioon sekä tietoa päätöksenteon tueksi, jotta liiketoiminta saadaan jäsentymään vastuulliseksi työnteoksi. Raportointi tukee myös johtamisjärjestelmää sekä käytäntöjä. Vastuullisuusraportoinnilla vähennetään maineriskiä. Nämä ovat varmasti syitä, miksi raportoidaan. Myös Finnairin vastuullisuusraporteista käy ilmi, että nämä ovat tekijöitä, jotka vaikuttavat siihen, että raportointia tehdään. Syitä on muitakin. Yritysvastuun voidaan katsoa olevan luonnollinen osa menestyvää liiketoimintaa¹⁶².

Finnairilla kestävä kehitys on olennainen osa strategiaa ja liiketoimintaa, ja siksi näistä asioista raportoidaan ja myös sidosryhmät otetaan mukaan aiheiden käsittelyyn. Näin turvataan oma liiketoiminta ja ansaitaan lupa kasvaa yrityksenä.¹⁶³ Samalla saadaan lisää tuottoja.

Raportointimenetelmiä on erilaisia, ja koska lainsäädäntö ei velvoita yrityksiä tekemään erillistä vastuuraporttia, voi yritysten olla haasteellista löytää sopiva ja liiketoimintaansa soveltuva malli. GRI:n ohjeisto ja malli on tunnetuin ja eniten käytetty raportointimalli. Pienten yritysten näkökulmasta malli saattaa olla liian moninainen. GRI-raportointimallia noudattavien yritysten on huomioitava, että uusin versio, G4, tuo mukanaan veloitteen raportoida koko arvoketjusta ja siinä mukana olevien on näin ollen myös osallistuttava yritysvastuuseen. Monikansallisten yritysten näkökulmasta tämä voi olla haasteellista.

Finnairin kaltaiselle suurelle, monikansallisesti toimivalle yritykselle GRI-ohjeiston mukainen raportointi sopii hyvin, joskin koko arvoketjun raportointi jatkossa voi tuoda haasteita, kun ja jos jokaiselta toimintaketjuun kuuluvalta odotetaan yhteiskuntavastuullista toimintaa. Esi-merkiksi Aasian kohteista luotettavien tietojen saaminen voi olla haasteellista.

Euroopan komissio on tehnyt ehdotuksen lain muutoksesta, joka koskee yritysten vastuullisuusraportointia. Tilinpäätösdirektiivin muutoksessa suurten yritysten olisi vastaisuudessa kerrottava toimintakertomuksen yhteydessä yhteiskuntavastuun periaatteista sekä politiikoista tai niiden mahdollisista puutteista sekä periaatteiden ja käytäntöjen toiminnasta käytännössä. Myös yrityksen hallituksen monimuotoisuudesta, erilaisista taustoista ja osaamisesta tulisi raportoida. Myös selvitys maakohtaisen veroraportoinnin toteuttamisesta tulisi liittää raporttiin. Pakollinen raportointi tietyistä teemoista on haasteellista, sillä yritysten rakenteet, liiketoiminnat sekä kulttuurit ovat varsin erilaisia. Riskinä on, että raportointi keskittyy vain helposti mitattaviin ja raportoitaviin asioihin.¹⁶⁴

¹⁶² Harmaala & Jallinoja 2012, 253.

¹⁶³ Finnairin vuosikertomus 2013, 12.

¹⁶⁴ Frilander, 2013.

EU parlamentti hyväksyi täysistunnonsa 15.4.2014 raportointia koskevan direktiivin. Sen mukaan yli 500 työntekijän yritysten ja yhteisöjen on toimintakertomuksensa yhteydessä annettava tietoja ainakin ympäristöasioista, sosiaalisista ja työntekijöihin liittyvistä asioista, ihmisoikeuksien kunnioittamisesta ja korruption sekä lahjonnan torjuntaan liittyvistä asioista. Direktiivi tuli voimaan kesällä 2014 ja EU-jäsenvaltioiden on saatettava se osaksi kansallista lainsäädäntöä kesään 2016 mennessä. Ensimmäisiä direktiivin mukaisia raportteja edellytetään tilikaudella 2017.¹⁶⁵

Haastetta yrityksille ja raportoinnille tulee myös hallituksen päätöksestä, jonka mukaan Suomi nostetaan yhteiskuntavastuun edelläkävijäksi. Valtioneuvoston periaatepäätöksen mukaan yhteiskuntavastuuta koskevia hankkeita, jotka tukevat kansainvälisten normien ja ohjeistojen vahvistamista, tuetaan. Hallitus edistää myös vastuullisuusnäkökohtien parempaa huomioimista elinkeino-, kehitys- ja kauppapolitiikassa sekä julkisissa hankinnoissa¹⁶⁶. Yrityksiä kehoitetaan varautumaan vastuullisuuden merkityksen kasvuun sekä noudattamaan hyvää yhteiskuntavastuuta varsinkin muutostilanteissa. Suuryrityksiä neuvotaan ottamaan vähintään yksi kansainvälinen yhteiskuntavastuun toimintaohje käyttöönsä¹⁶⁷.

Finnair on noudattanut esimerkkiä mallikkaasti. Yritys allekirjoitti vuonna 2011 YK:n Women's Empowerment Principles-aloitteen ja sen myötä Finnairin tasa-arvopolitiikka sekä eettiset periaatteet on uudistettu¹⁶⁸. Women's Empowerment Principles-aloitteen periaate on vahvistaa ja edistää naisten asemaa ja tasa-arvoa sekä yhteiskunnassa että työelämässä. Periaatteena on kiinnittää huomiota tasa-arvoseikkoihin sekä kestävän kehityksen kysymyksiin. Aloitte on syntynyt yhteistyössä YK:n naistenrahaston ja YK:n Global Compactin kanssa.¹⁶⁹

Täyttääkö yritysten tekemä yhteiskuntavastuuraportointi vastuullisen viestinnän periaatteet? Tähän kysymykseen on vaikea antaa sata prosenttisen varmaa tai oikeaa vastausta, koska lainsäädäntö ei edellytä erillistä yhteiskuntavastuuraportointia ja jos yritykset tekevät raportointia, voidaan epäsuotuisat tai vaikeasti mitattavat asiat jättää raportoimatta. Raportoinnin pakollisuus puoltaisi raporttien vertailumahdollisuuksien parantumista. Vastuullisen viestinnän kannalta epämääräisyys on asia, johon ei kannata sortua. Epämääräinen viestintä esimerkiksi ihmisoikeuskysymyksistä vaarantaa yrityksen mainetta. Jos yritys joutuu negatiivisen palautteen kohteeksi, on syytä turvautua kriisiviestinnän keinoihin ja olla mahdollisimman avoin viestinnässään. Vaikka Finnair raportoi ohjeiden mukaisesti vastuullisuudestaan, ei toimitusjohtajan asuntokaupoista tai johdon bonuksista ole raportoitu kovinkaan avoimesti tai ainakaan ennakoivasti.

¹⁶⁵ Ei-taloudellista raportointia koskeva direktiivi.

¹⁶⁶ VN 2012, 1.

¹⁶⁷ Suomi yhteiskuntavastuun edelläkävijäksi.

¹⁶⁸ Finnairin yhteiskuntavastuuraportti 2011, 10.

¹⁶⁹ Women's Empowerment Principles.

Finnair on kuitenkin ottanut opikseen negatiivisesta julkisuudesta, jota se on viime vuosina kohdannut. Finnairin tapauksessa on kuitenkin hyvä pitää mielessä, että suomalaiset eivät ole Finnairin suurin asiakaskunta, joten suomalaisten välillä tunteikkaat ja ilkeätkin kommentit ja ilmaisut eivät välttämättä vastaa koko asiakaskunnan mielipidettä. Vahva tunneside yhtiötä kohtaan aiheuttaa myös sen, että ei ajatella mahdollisia taloudellisia tai liiketoiminnallisia perusteita eri päätöksille ja tämä johtaa asioiden kritisointiin henkilökohtaisen näkemyksen kannalta. Toisaalta tunneside on myös hyvä asia, koska se pitää henkilön usein asiakkaana ja uskollisena yritykselle.

Yritysvastuun haasteellisuudesta ja moninaisuudesta on hyvänä esimerkkinä paljon keskustelua aiheuttaneet aasialaiset metsämarjanpoimijat, joiden työolosuhteita on selvitetty. Selvitysmies Markku Wallin on laatinut raportin marjanpoimijoiden työolosuhteista. Tässä opinnäytetyössä ei paneuduta asiaan sen syvemmin, sillä kyseinen teema olisi jo sinällään oman opinnäytetyön arvoinen ja kokoinen, mutta mielenkiintoinen huomio Wallinin tekemästä raportista liittyy opinnäytetyön aiheeseen. Wallin selvitti kausiluontoiseen työhön saapuvien marjanpoimijoiden työskentelyolosuhteita ja selvisi, että poimijoiden oikeudellista asemaa tulisi selkeyttää, koska poimijoiden riskit ovat suuret ja asema heikko. Ongelmakohtia löytyi paljon, mutta mielenkiintoista on, että tapaus liittyy myös Finnairiin yhteiskuntavastuun näkökulmasta. Wallinin mukaan ”Finnairilla on monopoliasema Bangkokin ja Suomen välisellä reitillä, ja se on poimijoiden näkökulmasta matkakulujen osalta markkinaongelma, mutta Finnairille korkeintaan yhteiskuntavastuukysymys.”¹⁷⁰

Sähköinen viestintä ja sosiaalinen media ovat tuoneet enemmän mahdollisuuksia kuin uhkia yritysten yhteiskuntavastuuraportointiin. Sähköisissä viestimissä tieto on kaikkien saatavilla, viestintä on kustannustehokasta, ja sitä voidaan helposti räätälöidä ja päivittää. Tärkeää on, että tieto on ajan tasalla ja se on oikeaa. Vastuullisen viestinnän periaatteet sopivat myös sähköiseen viestintään, eli tärkeää on viestin olennaisuus, avoimuus ja läpinäkyvyys. Uhkana voidaan pitää aiemmin käsiteltyä kielteistä palautetta, mutta toisaalta sekin oikein käsiteltyä voi muuttua mahdollisuudeksi.

eBrand Suomi Oy:n toteuttaman ja samoin kansainvälisen markkinatutkimusyriitys Nielsenin tutkimusten mukaan internet on looginen paikka löytää uusia palveluita tai kuulla niistä. Valtaosa ihmisistä luottaa enemmän tuntemattomien ihmisten kirjoittamiin tuotearvosteluihin kuin maksettuihin mainoksiin.¹⁷¹ Tämä luo yrityksille hyvän mahdollisuuden tehdä sosiaalisesta mediasta vahva kilpailutekijä.

¹⁷⁰ Wallin 2014, 31.

¹⁷¹ Sosiaalinen media ja nuoret 2013 ; Global trust in advertising and brand messages.

Sähköiset viestintäkanavat tarjoavat mahdollisuuden lisätä raportointiin visuaalisuutta sekä informaation määrää, mutta siinä on huomioitava, että lukijat ovat erilaisia ja hakevat eri tietoja raporteista eli mitä interaktiivisemmaksi ja käyttäjäystävällisemmäksi raportti saadaan sen parempi. Yksityiskohtaiset ja selkeät raportit lisäävät niiden mielenkiintoisuutta.

Finnair on toteuttanut raporttinsa niin, että sitä on helppo lukea ja navigoida niin tietokoneella kuin tabletillakin. Käyttäjän kannalta tämä helpottaa huomattavasti raporttiin tutustumista.

Hyväntekeväisyyttä tehdään monissa yrityksissä suurelta osin sidosryhmien ”mieliksi”. Maailmaa kohdanneet luonnonkatastrofit ja erilaiset onnettomuudet muuttavat yritysten hyväntekeväisyyslahjoitusten luonnetta. Katastrofien hoitamiseen tarvitaan runsaasti erilaisia varoja. Rahalahjoitusten lisäksi tai niiden sijaan voidaan tarjota yrityksen ja työntekijöiden osaamista tai yrityksen valmistamia tuotteita avuksi katastrofialueille.¹⁷² Finnair on tukenut erilaisia onnettomuusalueita lähettämällä rahtina yhteistyössä Suomen Punaisen Ristin kanssa kenttäsaيراaloita tai muita tarvikkeita katastrofialueille.

Julkisuudessa on arvuuteltu nuorten mahdollista joukkopakoa Facebookista. eBrandin tutkimuksen mukaan nuoret kuitenkin arvioivat olevansa Facebookissa vielä viiden vuoden kuluttuakin. Samanlaisen tulokseen on päätyttyä myös Haaga-Helian tutkija Merja Drake. Somen käyttö tulee rikastumaan nuorten keskuudessa, mutta se ei tarkoita joukkopakoa Facebookista.¹⁷³

FiBS (Finnish Business & Society ry) on Suomen johtava vastuullisen yritystoiminnan verkosto, joka toteutti vuoden 2014 alussa toista kertaa yritys vastuututkimuksen satunnaisotoksella valitulle 1000:lle Suomen suurimmista yrityksistä. 201 suuryrityksen edustajaa vastasi kyselyyn. Kyselyn tulokset ovat pitkälti samansuuntaisia päätelmiä, joita tämän opinnäytetyön lopputuloksena tai yhteenvetona voidaan pitää. Yli puolet tutkimukseen vastanneista yrityksistä julkaisee vastuullisuusraportin. Ympäristökysymykset on edelleen ylivoimaisin vastuullisuusteema. Vähiten olennaisena pidetään ihmisoikeus- ja kuluttajakysymyksiä, vaikka julkisuudessa on ollut paljon keskustelua alihankkijoiden työturvallisuudesta sekä lapsityövoiman käytöstä.¹⁷⁴ Esimerkiksi Helsingin Sanomat uutisoi 6.3.2014, että Stora Enso epäillään välillisen lapsityövoiman käytöstä jätteen keruussa Pakistanissa¹⁷⁵.

¹⁷² Juutinen & Steiner 2010, 37.

¹⁷³ Linnake 2014.

¹⁷⁴ FiBS 2014, 3, 7-8.

¹⁷⁵ Pekonen 2014, talous.

Hallituksen kehoitus ottaa käyttöön kansainvälisiä vastuullisuusperiaatteita on tehonnut, sillä yritykset ovat lisänneet sitoutumistaan kansainvälisiin vastuullisuusperiaatteisiin. Tämä on myös osoitus halusta varmistaa yrityksen omien toimien vastuullisuus. Yleisimmin seurataan työ- ja asiakastyytyväisyyteen sekä maineeseen vaikuttavaa vastuullisuutta, mutta tulosten-tekijäksi vastuullisuutta ei vielä mielletä. Suuri osa kyselyyn vastanneista yrityksistä pitää vastuullisuutta tärkeänä liiketoiminnan kannalta, ja jopa puolet kertoo sen olevan liiketoiminnan lähtökohta, silti kustannussäästöt tai myynnin kasvu ovat vain harvan yrityksen vastuullisuustoiminnan tavoitteena. Sidosryhmiä pidetään yrityksen toimintaa merkittävästi ohjaavina toimijoina, eli sidosryhmien merkitys kasvaa¹⁷⁶, ja tämä näkyy Finnairinkin toiminnassa.

Vastuuosaamista on yrityksen johtoportaan, mutta yritysvastuun ammattilaisia tarvitaan johtamaan vastuullisuustoimintaa ja jalkauttamaan se koko yritykseen. Vastuullisuutta ei mielletä vielä tuotekehityksen tai uusien innovaatioiden lähtökohtana, eikä yhteisen arvon tuottamisen liiketoimintamalli ole vielä saavuttanut jalansijaa Suomessa. Yhteisen arvon tuottamismalli tarkoittaa sitä, että yritykset kehittävät ratkaisuja yhteiskunnallisiin ongelmiin liiketoiminnan kannalta kannattavasti.¹⁷⁷

Intiaanipäällikkö Valkoisen Pilven kymmenen käskyä sopivat hyvin vastuullisen liiketoiminnan ja siitä raportoinnin periaatteiksi ja sovellettavaksi kaikissa yrityksissä niiden koosta, sijainnista tai toimialasta riippumatta.

The Ten Native American Commandments by Native American Chief White Cloud Talatawai:

1. Remain close to the Great Spirit.
2. Show great respect for you fellow beings.
3. Give assistance and kindness wherever needed.
4. Be truthful and honest at all the times.
5. Do what you know to be right.
6. Look after the wellbeing of mind and body.
7. Treat the earth and all that dwell thereon with respect.
8. Take full responsibility for your actions.
9. Dedicate a share of your efforts to the grater good.
10. Work together for the benefit of all mankind.¹⁷⁸

¹⁷⁶ FIBS 2014, 2-3, 8-13.

¹⁷⁷ FIBS 2014, 2-3, 8-13.

¹⁷⁸ Ketola 2005, 185.

Lähteet

- Halme, M., Joutsenvirta, M. 2011. Yrityksen vastuuviestintä. Teoksessa Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen, J. (toim.) Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Helsinki: Gaudeamus, 251-266.
- Hanikka, K., Korpela P., Mähönen, A., Nyman, C. 2007. Yrityksen yhteiskuntavastuu ja sosiaalinen yritystoiminta. Kestävää työllisyyttä sosiaalisissa yrityksissä -projekti. Helsinki: VATES-säätiö.
- Harmaala, M-M., Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma pro Oy.
- Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen, J. (toim.) 2011. Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Helsinki: Gaudeamus.
- Juholin, E. 2004. Cosmopolis. Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen. Helsinki: Infor.
- Juntunen, P. 2005. Yritysten yhteiskuntavastuu - sosiaalisen vastuun käytännöt ja vaikutukset. Joensuun Yliopisto. Taloustieteiden laitos. Pro-gradu työ.
- Jussila M. 2010. Yhteiskuntavastuu. Nyt. Helsinki: Infor.
- Juutinen, S., Steiner M-L. 2010. Strateginen yritysvastuu. Helsinki: Talentum.
- Ketola T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta sanoista teoiksi. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Kuisma M., Lovio, M. 2006. EMAS- ja GRI-raportointi osana yhteiskuntavastuullisuutta - jatkuvan parantamisen toteaminen yritysten raportoinnin avulla. Helsingin kauppakorkeakoulu. Organisaatiot ja johtaminen. Helsinki School of Economics Working Papers. W-408.
- Kuisma M., Temmes, A. 2011. Yritysten vastuuraportointi. Teoksessa Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen, J. (toim.) Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Helsinki: Gaudeamus, 267-282.
- Lankikoski L., Halme, M. 2011. Vastuullisuuden vaikutukset globaalissa taloudessa. Teoksessa Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen, J. (toim.) Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Helsinki: Gaudeamus, 31-51.
- Lehtipuu, P., Monni, S. 2007. Synergia - vastuullisen yritystoiminnan menestysmalli. Helsinki: Talentum.
- Lovio, M., Niskala, M. 2004. Yhteiskuntavastuuraportti. Teoksessa Juholin, E. Cosmopolis. Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen. Helsinki: Infor.
- Luumi, J. 2005. Sarbanses-Oxley -lain vaikutukset suomalaisten pörssiyhtiöiden sisäiseen valvontaan. Lappeenrannan teknillinen yliopisto. Kauppatieteiden osasto. Laskentatoimi. Pro-gradu tutkielma.
- Ojanen, T. 2010. EU-oikeuden perusteita. Uudistettu laitos. 2. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Sähköiset lähteet

Account Ability. 2012. Viitattu 3.6.2014.
<http://www.accountability.org/about-us/index.html>

Ei-taloudellista raportointia koskeva direktiivi. 2014. Viitattu 24.5.2014.

<http://ek.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2014/04/16/eu-parlamentti-hyvaksyi-raportointia-koskevan-direktiivin/>

Eläkelait. 2014. Viitattu 3.6.2014.

<http://www.keva.fi/fi/elakkeet/elakelait/Sivut/Default.aspx>

EU:n toimet yhteiskunta- ja yritys vastuun edistämiseksi. Yhteiskuntavastuun kansainvälinen viitekehys. 2014. Viitattu 23.1.2014.

http://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu/yhteiskuntavastuun_kansainvalinen_viitekehys

EU:n määrittely yhteiskuntavastuusta. 2011. Viitattu 27.8.2014.

http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/c00019_fi.htm

Euroopan oikeudellinen verkosto. 2004. Viitattu 17.3.2014.

http://ec.europa.eu/civiljustice/legal_order/legal_order_fin_fi.htm

FIBS. FIBS:n yritys vastuututkimus 2014. 2014. Viitattu 21.3.2014.

http://www.fibsry.fi/images/TIEDOSTOT/FIBS_Yritysvastuututkimus2014_.pdf

Finnairin ensilennosta 90 vuotta. Nykyään Finnair lentää vuoden jokaisena tuntina jossain päin maailmaa. 2014. Tiedote 19.3.2014. Viitattu 20.3.2014.

http://www.finnairgroup.com/media/media_7.html?Id=xml_1560511.html

Finnairin vastuullisuusraportti 2012. 2013. Viitattu 14.3.2014.

http://www.finnairgroup.com/linked/fi/konserni/Finnair_Vastuullisuusraportti_2012.pdf

Finnairin vuosikertomus 2013. 2014. Viitattu 16.3.2014.

http://www.finnairgroup.com/linked/fi/konserni/23166-Finnair_2013_SUO_withlinks_v3.pdf

Finnairin yhteiskuntavastuuraportti 2011. 2012. Viitattu 13.3.2014.

http://www.finnairgroup.com/linked/fi/konserni/Finnair_Yhteiskuntavastuuraportti_2011.pdf

Frilander, J. Yritysten vastuuraportointi voi tulla pakolliseksi. 2013. Uutinen 5.2.2013. Viitattu 20.3.2014.

http://yle.fi/uutiset/yritysten_vastuuraportointi_voi_tulla_pakolliseksi/6481868

Global trust in advertising and brand messages. 2014. Viitattu 21.3.2014.

<http://www.nielsen.com/us/en/reports/2013/global-trust-in-advertising-and-brand-messages.html>

GRI 2013. 2013. G4 Sustainability reporting guidelines. 2013. Viitattu 25.2.2014.

<https://www.globalreporting.org/resource/library/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>

GRI's G4 Guidelines. 2013. Viitattu 6.3.2014.

<https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/g4-the-impact-on-reporting-v2.pdf>

<https://www.globalreporting.org/reporting/g4/Pages/default.aspx>

Integrated reporting. 2014. Viitattu 6.3.2014.

<http://www.theiirc.org/about/>

ISO 9000 Laadunhallinta. 2014. Viitattu 24.5.2014

http://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/tuotteet_valokeilassa/iso_9000_laadunhallinta

ISO 26000 Yhteiskuntavastuuopas. 2014. Viitattu 25.5.2014.

http://www.sfs.fi/files/3770/SFS-ISO_26000_yhteiskuntavastuuopas_uudet_logot.pdf

Itsearvointimalli. 2014. Viitattu 24.5.2014.

<http://www.efqm.org/the-efqm-excellence-model>

Linnake, T. Suomalaistutkija: Nuoret eivät pakene Facebookista. 2014. It-viikko 13.2.2014. Viitattu 20.3.2014.

<http://www.itviikko.fi/uutiset/2014/02/13/suomalaistutkija-nuoret-eivat-pakene-facebookista/20142188/7>

Miksi yritykset raportoivat. 2013. Viitattu 4.2.2014.

<https://www.globalreporting.org/languages/Finnish/Pages/Yhteiskuntavastuuraportointi.aspx>

Mikä on yhteiskuntavastuuraportti. 2013. Viitattu 4.2.2014.

<https://www.globalreporting.org/languages/Finnish/Pages/Yhteiskuntavastuuraportointi.aspx>

Pekonen, J-P. Ruotsin TV: Stora Enso käyttää lapsityövoimaa. 2014. Helsingin Sanomat 6.3.2014, talous. Viitattu 26.3.2014.

<http://www.hs.fi/talous/a1394009570554>

Ratsula, N. Sisäinen valvonta ja SOX. 2010. Nettijulkaisu.18.4.2009. Viitattu 27.1.2014.

<http://www.codeofconduct.fi/sisainen-valvonta-ja-sox2/>

Responsible Care. 2014. Viitattu 24.5.2014.

<http://www.kemianteollisuus.fi/fi/tietoa-alasta/rc20/>

Sarbanes-Oxley Act. 2006. Viitattu 3.6.2014.

<http://www.soxlaw.com>

Sosiaalinen media ja nuoret 2013. 2014. Viitattu 17.3.2014.

<http://www.ebrand.fi/somejanuoret2013/>

Suomi yhteiskuntavastuun edelläkävijäksi. 2014. Tiedote 22.11.2012. Viitattu 20.3.2014.

http://www.tem.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotearkisto/vuosi_2012?109336_m=108780

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM). 1999. Kansainvälisen työjärjestön julistus työelämän perusperiaatteista ja -oikeuksista. Viitattu 23.2.2014.

http://www.tem.fi/files/22582/ILOn_julistus_tyon_perusoikeuksista.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM). 2006. Tripartie Declaration Of Principles Concerning Multi-national Enterprises And Social Polic. ILO. Viitattu 23.1.2014.

http://www.tem.fi/files/32478/MNE_Decl_English_2006_final.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM). 2012. Työelämä- ja markkinaosasto 28.2.2012. OECD:n toimintaohjeet monikansallisille yrityksille. Vuoden 2011 tarkistus. Käännös julkaistu OECD:n Guidelines for Multinational Enterprises 2011 Edition. Viitattu 23.1.2014.

http://www.tem.fi/files/32204/TEMrap_5_2012.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM). 2014. Työsopimuslaki. Työnantajan ja työntekijän asema työsopimuslain mukaan. Viitattu 24.1.2014.

https://www.tem.fi/files/26154/Tyosopimuslaki_25032013.pdf

Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. 2014. Viitattu 24.5.2014.

<http://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>

Vastuullisuusraportointi. Kansainväliset raportointikehykset. 2014. Viitattu 3.3.2014.

<https://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu/vastuullisuusraportointi>

Vastuullisen sijoittamisen periaatteet. 2014. Viitattu 23.1.2014.

https://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu/yhteiskuntavastuun_kansainvalinen_viitekehys

Wallin, M. TEM. 2014. Ehdotuksia ulkomaalaisten metsämarjanpoimijoiden olosuhteisiin liittyvien epäkohtien korjaamiseksi. 2014. Viitattu 21.3.2014.

https://www.tem.fi/files/39114/Metsamarjanpoimijoiden_selvitystyon_raportti.pdf

Women's Empowerment Principles. 2014. Viitattu 3.6.2014.

<http://weprinciples.org>

World Business Council for Sustainable Development. 2014. Viitattu 24.5.2014.

<http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>

Yhteinen tulevaisuutemme. 1988. Viitattu 24.5.2014.

<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

Yhteiskuntavastuun kansainvälinen viitekehys. 2014. Viitattu 24.5.2014.

https://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu/yhteiskuntavastuun_kansainvalinen_viitekehys

Yhteiskuntavastuun raportointi. 2006. Viitattu 25.2.2014.

<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Finnish-G3-Reporting-Guidelines.pdf>

Yrityksen yhteiskuntavastuu. 2011. Viitattu 28.2.2014. [http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:FI:PDF)

[lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:FI:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:FI:PDF)

Yrityksen ympäristövastuu ja -johtaminen. 2014. Viitattu 21.1.2014.

<http://www.ekokompassi.fi/ymparistotietoa/yrityksen-ymparistovastuu-ja-johtaminen/>

Yritysvastuuohjeet. 2011. Viitattu 24.5.2014.

<http://www.icc.fi/yritysvastuuohjeet>

Virallislähteet

HE 204/2013 Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi verotustietojen julkisuudesta ja salassapidosta annetun lain sekä tilaajan selvitysvelvollisuudesta ja vastuusta ulkopuolista työvoimaa käytettäessä annetun lain 5 §:n muuttamisesta.

KOM (2001)366 lopullinen: Vihreä kirja yritysten sosiaalisen vastuun eurooppalaisten puitteiden edistämisestä. Bryssel 18.7.2001.

VN 14.4.2011a Valtioneuvoston periaatepäätös yhteiskunta- ja yritysvastuusta.

VN 22.6.2011b Hallitusohjelma

VN 22.11.2012 Valtioneuvoston periaatepäätös yhteiskuntavastuusta

Kuvat

Kuva 1: Yritysvastuun ja kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta	18
Kuva 2: GRI -ohjeiston mukaan yhteiskuntavastuuraportti sisältää toiminnan kuvauksen sekä yritysvastuun tavoitteet ja tulokset	30
Kuva 3: Vastuullisen viestinnän prosessimalli.....	38