

Opinnäytetyö (YAMK)

Tekniikan ala, ympäristötekniologia

2023

Merja Lehto

# YRITYSVASTUU PK- YRITYKSESSÄ

– olennaisten vastuullisuusteemojen  
määrittäminen

Merja Lehto

# YRITYSVASTUU PK-YRITYKSESSÄ

## - olennaisten vastuullisuusteemojen määrittäminen

Yritystoiminnan vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan ovat moninaiset. Yritystoimintaan kohdistuvat vastuullisuusodotukset ja vaatimukset ovat lisääntyneet merkittävästi ja yritysten odotetaan ottavan toiminnassaan aiempaa paremmin huomioon sidosryhmien sekä ympäröivän yhteiskunnan odotukset. Ilmastomuutoksen ja luontokadon myötä ympäristövastuun teemat ovat nousseet monen yrityksen agendalle ja myös aiheeseen liittyvä ohjaus ja lainsäädäntö lisääntyy jatkuvasti.

Pk-yrityksen näkökulmasta vastuullisuuskentän haltuunotto voi tuntua kovin haasteelliselta ja tärkeää onkin tunnistaa ne asiat, joihin kyseinen yritys voi omalla toiminnallaan vaikuttaa. Vastatakseen sidosryhmiensä odotuksiin vastuullisuuden saralla, yrityksen tulee olla selvillä heihin kohdistetuista odotuksista ja vaatimuksista.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on lisätä toimeksiantajayrityksessä ymmärrystä yritysvastuun kokonaisuudesta, sidosryhmien odotuksista ja vaatimuksista sekä vaikutuksista yrityksen liiketoimintaan. Tietoa kerättiin valitulle asiakasryhmälle tehdyllä kyselytutkimuksella eri vastuullisuusteemojen tärkeydestä. Maailmanlaajuiseen vastuullisuusraportoinnin (Global Reporting Initiative, GRI) -standardiin pohjautuneen kyselytutkimuksen tulosten perusteella pyrittiin määrittämään case-yrityksen toiminnan kannalta olennaisimmat vastuullisuusteemat sekä kuvaamaan nämä matriisin muotoon.

Kyselytutkimuksen perusteella selvisi, että kaikki vastuullisuusteemat koettiin vastaajayrityksissä tärkeiksi ja erojen esiin saaminen oli valitulla kyselymenetelmällä haasteellista. Toisaalta johtopäätöksenä voidaan myös vetää, että kaiken kaikkiaan yrityksen vastuullista toimintaa pidetään tärkeänä, ja jotta olennaisia asioita voitaisiin paremmin määrittää, tulisi selvittää myös muiden sidosryhmien näkemyksiä.

Vastuullisuudesta toivottiin saatavan tietoa eniten erillisenä raporttina tai kanssakäymisen yhteydessä ja vastuullisuusteemoilla on merkitystä myös osto- ja hankintapäätöksiä tehtäessä. Eniten kysytyistä vastuullisuusteemoista osto- ja hankintapäätökseen vaikuttavat tuotteiden ympäristöystävällisyys, materiaalin alkuperä, materiaalin kierrätettävyys, tuoteturvallisuus, tuotteiden laatu, reilu kilpailu ja liiketoiminnan eettisyys.

## ASIASANAT:

Vastuullisuus, yritysvastuu, ympäristövastuu, kestävä kehitys.

Merja Lehto

## CORPORATE RESPONSIBILITY IN AN SME

- determining of material sustainability aspects.

The impacts of a company's business activities on the surrounding society are diverse. Expectations and requirements regarding corporate's social responsibilities have increased substantially. Companies are expected to pay more attention to the expectations of their stakeholders and the surrounding society. Climate change and the loss of biodiversity have therefore become more relevant themes on the agenda of many companies. Regulation and legislation on corporate social responsibility (CSR) is constantly expanding.

Embracing the themes of CSR and identifying the relevant and material topics where the company has an influence on can be very challenging from an SME-sized company point of view. To be able to address the stakeholder expectations on CSR the company needs to be aware of the requirements and expectations which are directed to them.

The purpose of this study is to enhance the knowledge and understanding in the assigning company regarding the stakeholder expectations and business influence thereof. The information was collected through a customer survey allocated to a selected group of customers. The survey included questions regarding the importance of different CSR themes based on Global reporting initiative standard. The results were used to determine material CSR themes for the company, and they were reported in a matrix.

Based on the results it is clear that all CRS topics are considered important among the customer companies. Finding significant differences in what is considered more important than other was challenging with this type of method of survey. On the other hand, conclusions can be made that corporate responsibility is generally considered important. To be able to better determine the most material themes, other stakeholders should also be involved in the study.

According to this study, customers were interested in receiving information regarding company's CRS activities, preferably in separate CSR report or during face-to-face interaction. CSR themes also have an influence on supplier selection and purchase decision making. Environmental friendliness, raw material origin, recyclability, product safety and quality, fair trade and business ethics were the most commonly evaluated topics in purchasing.

### KEYWORDS:

Responsibility, corporate responsibility, sustainable development.

# SISÄLTÖ

<b>KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO</b>	<b>6</b>
<b>1 JOHDANTO</b>	<b>7</b>
<b>2 YRITYSVASTUU</b>	<b>12</b>
2.1 Yritysvastuun käsite	12
2.2 Taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuu	13
2.2.1 Ympäristövastuu	14
2.2.2 Sosiaalinen vastuu	15
2.2.3 Taloudellinen vastuu	15
2.3 Vastuullisuuden tasot	15
<b>3 YRITYSVASTUUTA OHJAAVAT NORMIT JA ALOITTEET</b>	<b>17</b>
3.1 Lainsäädäntö ja kansainväliset sopimukset	17
3.1.1 Kansainväliset sopimukset	18
3.1.2 EU:n sääntely	19
3.1.3 Lainsäädäntö Suomessa	20
3.2 Global reporting initiative (GRI)	22
3.3 YK Global Compact ja Kestävän kehityksen tavoitteet	24
3.4 Standardit ja suositukset (guidelines)	25
3.5 Ympäristövastuisiin kohdistuva ohjaus	27
<b>4 VASTUULLISUUS YRITYSTOIMINNASSA</b>	<b>29</b>
4.1 Yritysvastuun strateginen merkitys	29
4.2 Yritysvastuu osana liiketoimintaa	30
4.2.1 Reaktiivinen ja proaktiivinen lähestymistapa	31
4.2.2 Hyötyihin perustuva lähestymistapa	33
4.3 Yritysvastuun johtaminen	34
4.4 Olennaisuuden periaate	36
4.5 Raportointi ja viestintä	37
<b>5 TUTKIMUSASETELMA JA TAVOITTEET</b>	<b>39</b>
5.1 Tutkimuksen rajaus	41
5.2 Käytetyt menetelmät	41
5.2.1 Asiakaskyselyn suunnittelu	42

5.2.2 Asiakaskyselyn toteuttaminen	44
5.2.3 Kysely tilaajayrityksen johdolle	45
5.2.4 Tulosten käsittely	45
5.2.5 Olennaisuusanalyysi	46
<b>6 TUTKIMUKSEN TULOKSET</b>	<b>47</b>
6.1 Asiakaskyselyn tulokset	47
6.1.1 Tärkeiden asioiden määrittäminen	49
6.1.2 Vastuullisuusteemojen vaikutus päätöksenteossa	54
6.1.3 Taustamuuttujien vaikutus tuloksiin	57
6.2 Olennaisten asioiden määrittäminen	60
6.3 Olennaisten asioiden mittaaminen	63
<b>7 POHDINTAA JA JOHTOPÄÄTÖKSIÄ</b>	<b>64</b>
7.1 Tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus	64
7.2 Tutkimustulosten käytettävyyden arviointi	65
7.3 Tutkimustulosten hyödynnettävyydestä	67
7.4 Kehitysehdotukset	70
<b>8 LOPPUYHTEENVETO</b>	<b>71</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>72</b>

## LIITTEET

- Liite 1. Kyselylomakkeen sisältö
- Liite 2. Saatekirje
- Liite 3. Olennaisten asioiden huomiointi case-yrityksen vastuullisuusohjelmassa

## KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO

CSR	Corporate social responsibility, yrityksen yhteiskuntavastuu
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive, kestävyysraportointidirektiivi
ESG	Environment, Social, Governance, ympäristö, sosiaalinen, hallinto
FSC	Forest Stewardship Council, kansainvälinen vastuullisen metsänhoidon sertifiointijärjestö
GRI	Global Reporting Initiative, kansainvälinen vastuullisuuden raportointiohjeisto
ILO	International Labour Organization, kansainvälinen työjärjestö
ISO	International Organization for Standardization, Kansainvälinen standarisointijärjestö
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development, Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö
PEFC	Programme for the endorsement of forest certification, kansainvälinen metsäsertifiointijärjestelmä
SASB	Sustainability Accounting Standards Board, järjestö vastuullisen laskentastandardin luomista varten
SDG	Sustainable Development Goals, kestävän kehityksen tavoitteet

# 1 JOHDANTO

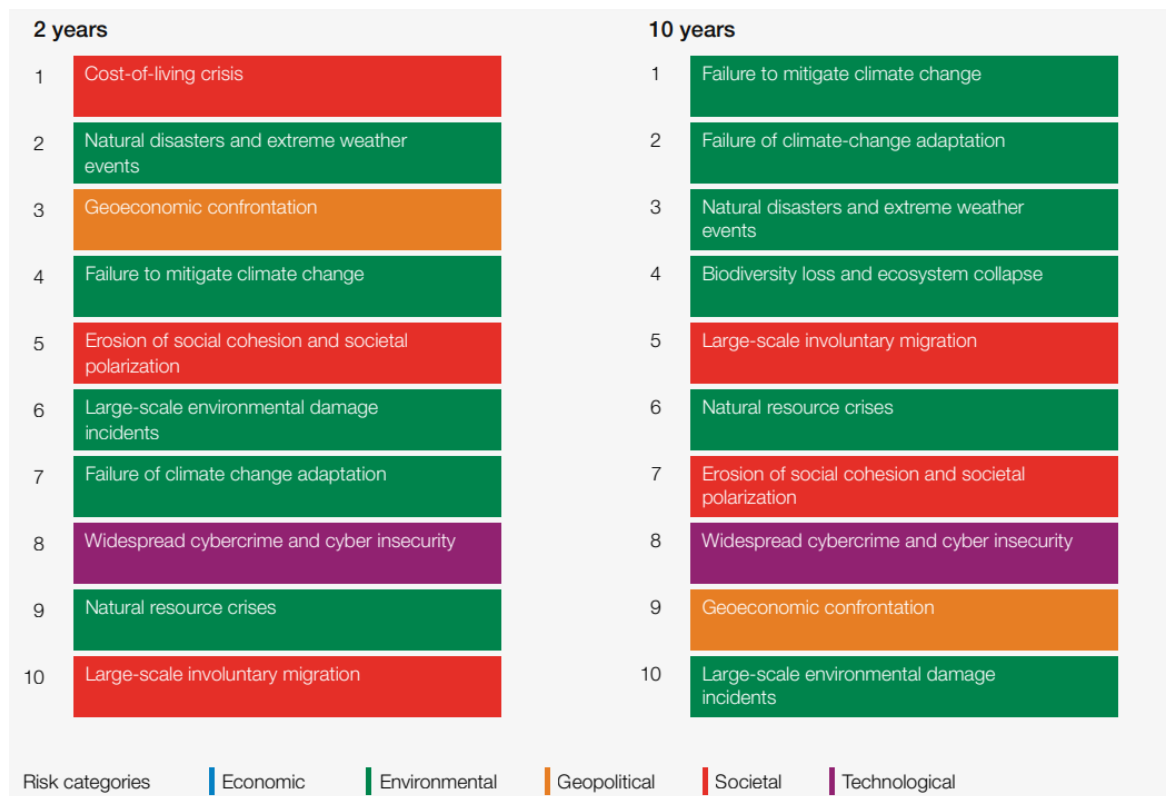
Yritystoiminnan vaikutukset yhteiskuntaan ja ympäristöön ovat moninaiset. Samoin ovat myös yhteiskunnan ja ympäristön vaikutukset yritystoimintaan. Tähän vuorovaikutukseen liittyy yritysvastuu. Yrityksen on seurattava toimintaympäristöään ja pyrittävä vastaamaan sidosryhmiensä odotuksiin. (Niskala ym. 2019, 9.) Yritysvastuusta on tulossa yritystoiminnan edellytys ja odotukset ja vaatimukset yritystoiminnan vastuullisuudelle kasvavat jatkuvasti. Tällä suuntauksella on vaikutuksensa myös pienissä ja keskisuurissa yrityksissä ja erityisen haasteen luovat sidosryhmien erilaiset näkökulmat sekä jatkuvasti kehittyvät linjaukset ja standardit. Yritysvastuun käsitteeseen sisältyy odotus siitä, että yrityksen voitontuottamistavoitteen lisäksi on otettava huomioon myös keinot, miten voittoa tuotetaan ja miten toiminta vaikuttaa yhteiskuntaan. (Liappis ym. 2019, XI–1.)

Yritysvastuuseen kohdistuvia odotuksia ovat kasvattaneet mm. suuret globaalit haasteet kuten ilmastonmuutos, luonnon monimuotoisuuden väheneminen sekä väestönkasvu. Aiemmin luonnon pilaaminen yritystoiminnan tuloksena on ollut käytännössä ilmaista ja yritysten on myös ollut mahdollista ulkoistaa toimintansa negatiiviset vaikutukset alemmaksi hankintaketjussa. Nykyisin yrityksiltä odotetaan vastuunkantoa kestävyysongelmien ratkaisemisessa (Liappis ym. 2019, 1–2).

Sidosryhmien kiinnostus yritysten taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristöön kohdistuvaan vastuullisuuteen kasvaa jatkuvasti ja lisää yritysten pyrkimyksiä kohti parempaa yrityskansalaisuutta. Pyrkiessään vastaamaan sidosryhmien odotuksiin, yrityksissä usein pohditaan, miten yritysvastuuta voisi toteuttaa siten, että se parhaiten palvelisi yrityksen liiketoiminnallisia tavoitteita. Yritysvastuu liittyy myös riskien- ja maineenhallintaan, se voi parantaa kustannustehokkuutta tai tarjota uusia liiketoimintamahdollisuuksia (Liappis ym. 2019, 26–31, Juutinen 2016, 59).

Se, mikä kullekin yritykselle on vastuullisuudessa olennaisimpia asioita, riippuu monesta tekijästä kuten toimialasta, sidosryhmän odotuksista, yrityksen toimintaympäristöstä sekä toimitusketjusta. Olennaisten asioiden määrittäminen on aina yritysکوhtainen eikä valmista mallia voi kopioida (Kurittu 2018, 31.) Lähtökohta olennaisten asioiden määrittelyllä voi olla taloudellinen tai sidosryhmien odotuksiin perustuva (Jørgensen ym. 2021.) Tässä tutkimuksessa lähtökohtana on sidosryhmien luomat odotukset vastuullisuudelle.

Maailman talousjärjestön (World Economic Forum) Globaalien riskien raportti nostaa lyhyellä ja pitkällä tähtäimellä suurimmiksi riskeiksi kuvassa 1 esitetyt asiat. Lyhyen aikavälin kymmenen suurimman riskin joukossa on 5 ympäristöön kohdistuvaa riskiä ja pidemmällä aikavälillä jo 6. Ilmastomuutoksen torjunnassa epäonnistuminen nähdään lyhyellä tähtäimellä neljänneksi suurimpana riskinä ja pitkällä tähtäimellä kaikista suurimpana riskinä. Monet ympäristöön liittyvistä riskeistä kuten säiden ääri-ilmiöt ja luonnon monimuotoisuuden väheneminen liittyvät myös välillisesti ilmastomuutokseen. Lisäksi sekä lyhyellä että pitkällä tähtäimellä riskiksi nostetaan myös laajat ympäristöön kohdistuvat onnettomuudet.



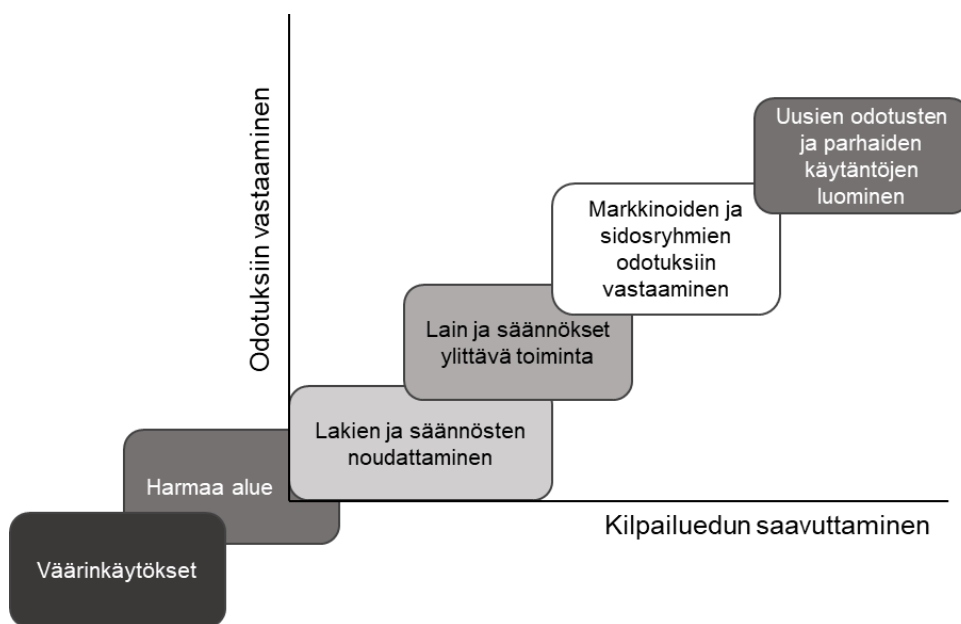
Kuva 1. Globaalit riskit lyhyellä ja pitkällä aikavälillä (World Economic Forum 2023).

Riskien toteutumisen myötä, nousee myös kestävästä kehityksestä edistävien ratkaisujen taloudellinen arvo. Kierrättäminen ja raaka-aineiden tehokkaampi käyttö vaatii panostuksia, lainsäädäntö kiristyy ja toimintatapoja tulee muuttaa ekologisesti ja sosiaalisesti kestävämmäksi (Bärlund & Perko 2013, 27–31). Yrityksen tulee siis tunnistaa oman toimintansa ympäristönäkökohdat. Näkökohta voi aiheuttaa positiivisia tai negatiivisia ympäristövaikutuksia ja on tarkasteltava, onko ympäristönäkökohta merkittävä eli olennainen



vai ei (Liappis ym. 2019, 185). On kuitenkin laajasti ymmärretty, että yritysten tulee tunnistaa, priorisoida ja tuoda esille olennaiset vastuullisuusasiat (Jorgensen, ym. 2021).

Vastuullisuudesta puhuttaessa tarkoitetaan yleensä toimia, jotka ylittävät lainsäädännön vaatimukset. Huomioin arvoista on, että lainsäädäntö seuraa usein perässä ja voi erota merkittävästikin eri maissa ja alueilla. Tästä syystä on tärkeää ymmärtää sidosryhmien odotuksia siitä, mikä on oikeana pidetty taso. Yritysvastuu ottaa siis huomioon sekä lainsäädännön vaatimukset että sidosryhmien odotukset (Juutinen 2016, 28.)



Kuva 2. Yritysvastuu ottaa huomioon sekä lainsäädännön että odotukset. (Juutinen 2016, 29)

Kuva 2 havainnollistaa lainsäädännön sijoittumista osaksi vastuullisuutta. Erityisen haasteellinen yritykselle on harmaa alue, jolle ei ole vielä lainsäädäntöä. Tätä on mahdollista hallita luomalla omat toimintapolitiikat näille osa-alueille huomioiden sidosryhmien ja yhteiskunnan odotukset hyväksyttävänä pidetystä tasosta (Juutinen 2016, 29.)

Lainsäädännön lisäksi vastuullisuutta ohjataan erilaisin vapaaehtoisuuteen perustuvien standardien ja normien avulla. Tällaisia ovat mm. YK:n päätöslauselmat ja aloitteet, maailmanlaajuinen raportointialoite (Global Reporting Initiative, GRI) ja kansainvälisten standardointiorganisaatioiden vahvistamat standardit kuten ISO-standardit ja vastuullisen metsänhoidon standardi (Forest Stewardship Council, FSC). Tutkimuksissa on todettu, että tällaisen vapaaehtoisen ja kolmannen osapuolen valvoman standardin noudattaminen

voi luoda lisäarvoa vastuullisuuteen esimerkiksi uusien liikesuhteiden luomisessa (Galati ym. 2017) tai ympäristövastuun suorituskyvyn parantumisena (Halme ym. 2020).

Yritysvastuulla pyritään usein luomaan niin sanottua jaettua yhteistä arvoa ”shared value” Tämän teorian mukaan yritysvastuun on mahdollista tuottaa samanaikaisesti sekä taloudellista että sosiaalista arvoa (Porter & Kramer 2011). Tässä työssä lähtökohtana on yrityksen halu vastata sen tärkeän sidosryhmän eli asiakkaiden odotuksiin oman liiketoiminnan edellytykset huomioiden. Pk-yrityksessä myös resurssit ovat rajalliset, joten on sitäkin tärkeämpää pystyä erottamaan olennaisimmat asiat eli ne, jotka ovat sekä asiakkaiden että yrityksen liiketoiminnan kannalta merkityksellisimmät. Työn toimeksiantaja on suomalainen kuitupohjaisia pakkauksia valmistava pk-yritys. Lähtökohtana työlle on yrityksen tarve rajata laajasta vastuullisuuden kentästä juuri kyseiselle yritykselle olennaisimmat asiat.

Tämän opinnäytetyön lähtökohtana on perehtyä pk-yrityksen näkökulmasta yritysvastuun periaatteisiin ja merkitykseen sekä yritysvastuun toteutumista ohjaavaan normistoon. Opinnäytetyössä selvitetään kyselytutkimuksen avulla, mitkä vastuullisuusteemat ovat toimeksiantajayritykselle olennaisimmat oman liiketoiminnan sekä valitun asiakasryhmän odotusten kannalta. Lisäksi kyselyn avulla selvitetään asiakkaiden näkemystä yrityksen vastuullisuustyön nykytilasta sekä mitkä asiat mahdollisesti vaikuttavat asiakasyrityksen osto- tai hankintapäätöksiin. Saatuja tuloksia verrataan myös yrityksen vastuullisuusohjelmaan sen perusteella, onko vastuullisuusohjelmassa huomioitu kyselyn perusteella selvitetty olennaisimmat asiat ja onko näille mittarit.

Tutkimus on osa yrityksen kehittämistoimintaa, jossa yhdistetään tutkimuksen ja projektitoiminnan periaatteita ja jonka tarkoituksena on auttaa yritystä määrittämään olennaisimmat vastuullisuusteemat ja siten tukea vastuullisuusohjelman toteuttamista sekä vastuullisuusraportointia tulevaisuudessa. Tavoitteena on myös lisätä ymmärrystä vastuullisuudesta sekä sen merkityksestä liiketoiminnassa.

Työn teoriaosassa perehdytään yritysvastuun käsitteeseen sekä yritysvastuutyötä ohjaaviin normeihin. Teoriaosiossa käsitellään myös yritysvastuun merkitystä liiketoiminnassa sekä yritysvastuun johtamista. Lisäksi kuvataan olennaisuuden periaate sekä käsitellään vastuullisuusraportointia ja viestintää.

Teoriapohjan käsittelyn jälkeen kuvataan tutkimusasetelma ja tutkimukselle asetetut tavoitteet sekä esitellään tutkimusmenetelmä, tulosten käsittelytavat sekä olennaisuusanalyysi. Tutkimuskysymyksillä pyritään selvittämään asiakkaiden kannalta tärkeimmät

vastuullisuuden osa-alueet sekä mitkä vaikuttavat osto- tai hankintapäätökseen. Lisäksi tutkimuskysymyksillä selvitetään vastaajayrityksen toimialan, koon ja oman vastuullisuusraportoinnin vaikutusta painotuksiin.

Tutkimusasetelman jälkeen vuorossa on tutkimustulosten käsittely. Asiakaskyselyn tulokset puretaan sekä verrataan yrityksen johdon näkemyksiin. Tämän pohjalta tehdään olennaisten asioiden määrittely hyödyntäen olennaisuusmatriisia. Lisäksi käsitellään olennaisten asioiden mittaamista.

Lopuksi raportti sisältää johtopäätökset tutkimustulosten pätevydestä ja luotettavuudesta. Pätevyyden ja luotettavuuden arvioinnin lisäksi paneudutaan tulosten käytettävyyteen ja hyödynnettävyyteen yrityksen toiminnan suunnittelussa. Johtopäätökset ja yhteenveto sisältävät myös toimenpide-ehdotuksia yrityksen vastuullisuustoimintojen kehittämisen tueksi.

## 2 YRITYSVASTUU

### 2.1 Yritysvastuun käsite

Yritysten kantaman vastuun terminologiassa on käytössä useita käsitteitä kuten yritys-vastuu, yrityksen yhteiskuntavastuu, yritysten sosiaalinen vastuu, kestävä kehitys, vas-tuullisuus ja kestävä yritystoiminta. Vakiintuneita suomenkielisiä vastineita ei välttämättä ole. Eri termejä käytetään usein tarkoittamaan samaa asiaa (Liappis ym. 2019, 6.)

Termi kestävä kehitys nostettiin alun perin esiin YK:n ympäristön ja kehityksen maail-mankomiteassa Gro Harlem Brundtlandin johtaman työryhmän raportissa ”Our common future” vuonna 1987. Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan kehitystä, joka tyydyttää nyky-hetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa (Juutinen 2016, 24.) Suomen ympäristöministeriön määritelmän mukaan kestävällä ke-hityksellä tarkoitetaan jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, joka tapahtuu pai-kallisesti, alueellisesti tai maailmanlaajuisesti ja turvaa hyvät elämisen mahdollisuuden nykyisille ja tuleville sukupolville. Päätöksenteossa tulee tällöin ottaa tasavertaisesti huo-mioon ympäristö, ihminen sekä talous (Ympäristöministeriö 2023.)

Kestävän kehityksen mukaista toimintaa toteuttavan yrityksen voidaan sanoa kantavan yhteiskuntavastuuta tai yritys vastuuta. Yrityksen yhteiskuntavastuusta käytetään ylei-sesti myös lyhennelmää CSR, joka tulee englannin kielen sanoista corporate social res-ponsibility.

Puhuttaessa kestävästä kehityksestä (sustainability) ja yritysten yhteiskuntavastuusta (CSR) on käsitteiden kirjo laaja. CSR:n mielletään usein koskevan yrityksen sosiaalista vastuuta ja kestävä kehityksen puolestaan ympäristöteemoja. EU Komissio määritteli vuonna 2001 yritys vastuun käsitteeksi, jossa yritykset vapaaehtoisesti liittyvät sosiaali-set ja ympäristöä koskevat vaikutukset liiketoimintaansa sekä kanssakäymiseen sidos-ryhmiensä kanssa. Myöhemmin vuosille 2011-2014 laaditussa yritysten yhteiskuntavas-tuuta koskevassa EU:n strategiassa määritelmään päivitettiin vielä yritysten vastuu nii-den vaikutuksista yhteiskuntaan (Strand ym. 2014, 2.) Yritysvastuu liittyy siten yrityksen ja yhteiskunnan väliseen vuorovaikutukseen, sillä yritystoiminnalla on vaikutuksia ympä-röivään yhteiskuntaa ja ympäristöön. Tämä vuorovaikutus voi olla joko positiivista tai ne-gatiivista (Niskala ym. 2010, 9).

Yleisesti käytetty kirjainyhdistelmä käsiteltäessä yritysvastuuta ja vastuullisuutta on ESG, mikä tulee englannin kielen sanoista environment, social ja governance. Vapaasti käännettynä ympäristö, yhteiskuntavastuu ja hyvä hallintotapa. ESG on perustana yritysvastuun niin sanotussa kolmen pilarin mallissa (triple bottom line), joka kehitettiin 1990-luvulla John Elkingtonin toimesta ja jonka mukaan sosiaalisen ja ympäristöön liittyvän suorituskyvyn raportointi on yhtä tärkeää kuin taloudellisten tietojen. Tästä käytetään myös nimeä kolmoistilinpäätösmalli. (Harmaala ym. 2012, 229.) ESG lyhennettä käytetään erityisesti puhuttaessa yritysvastuuraportoinnista.

Yritysvastuulla tarkoitetaan vapaaehtoisia toimia, joiden kautta yritys toteuttaa yhteiskuntavastuuta huomioiden sidosryhmien odotukset. (Harmaala ym. 2012, 16). Yritysvastuun toteutuminen edellyttää, että yritys tekee enemmän kuin lainsäädäntö velvoittaa eli ylittää vastuullisuustoimillaan lainsäädännön minimitason. Tähän nojaavat myös EU:ssa ja YK:ssa tehdyt linjaukset. (Liappis ym. 2019, 7). Huomionarvoista myös on, että lainsäädäntö laahaa usein perässä ja lisäksi se poikkeaa merkittävästi eri alueilla ja toimialoilla. ISO-sertifioituilla laatu- ja ympäristöjärjestelmillä on myös oma roolinsa, mutta tänä päivänä odotetaan aiempaa laajempaa vastuullisuusasioiden hallintaa, raportointia ja johtamista (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 46).

Koska yritysvastuun aiheita käsitellessä termit eivät ole yksiselitteisiä, on tärkeää määrittää, mitä kyseisessä asiayhteydessä termeillä tarkoitetaan ja olla johdonmukainen termien käytössä. Tässä yhteydessä termillä yritysvastuu tarkoitetaan yrityksen toimenpiteitä ja valintoja, joita yritys voi tehdä edistääkseen kestävästä kehitystä yhteiskunnassa. Tämä pitää sisällään talouden, ympäristönsuojelun sekä sosiaaliset vaikutukset. Yritysvastuun rinnalla käytetään tässä työssä myös yleisesti termiä yrityksen vastuullisuus. Seuraavassa käsitellään tarkemmin mitä yrityksen ympäristövastuulla ja sosiaalisella sekä taloudellisella vastuulla tarkoitetaan.

## 2.2 Taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuu

Yritysvastuu on kokonaisuus, joka muodostuu mm. yrityksen arvoista ja yrityskulttuurista, joita täydentävät toimintatavat sekä päätöksenteko. Toimintatapojen ja päätöksenteon tulisi aina olla linjassa yrityksen arvojen kanssa. Tämän perustan päälle rakentuu yritysvastuun sisältö, joka yleisesti jaotellaan kolmen pilarin mallin mukaisesti ympäristövastuuseen, sosiaalisen vastuuseen sekä taloudelliseen vastuuseen. Vastaavasti

voidaan puhua myös 3P:n mallista (People, Planet, Profit) eli ihmiset, planeetta ja tuotto (Liappis ym. 2019, 7.) Kuva 3 auttaa hahmottamaan yritysvastuun laajempaa kuvaa.



Kuva 3. "Yritysvastuun iso kuva". (Liappis ym, 2017, 7)

Myös useat standardit ja raportointimallit perustuvat näihin kolmeen osa-alueeseen ja siten sama jaottelu toimii myös tämän työn osana tehdyn kyselytutkimuksen runkona. Seuraavassa avataan ympäristövastuun, sosiaalisen vastuun ja taloudellisen vastuun käsitteitä lyhyesti. Lisäksi aihetta käsitellään kappaleessa 3.2 Global Reporting Initiative:n (GRI) standardin kautta.

### 2.2.1 Ympäristövastuu

Ympäristövastuun määritelmiä löytyy sekä lainsäädännöstä että erilaisista viitekehyksistä ja standardeista. Lainsäädäntö määrittää vaaditun vähimmäistason, mutta vastuullisuudessa olennaista on lainsäädännön vaatimusten ylittävä taso. Keskeisiä lainsäädännön aloja ovat ilmaston- ja vesiensuojelu, jätteet ja kierrätys, ekotehokkuuden lisääminen ja energian käyttö (Harmaala ym. 2012, 22.)

Ympäristövastuun kannalta keskeisiä asioita ovat luonnonvarojen kestävä käyttö, vesien, ilman ja maaperän suojelu, luonnon monimuotoisuudesta huolehtiminen, ilmastonmuutos sekä vastuu tuotteen koko elinkaaresta sekä arvoketjusta (Niskala ym. 2010, 21). Ympäristövastuullinen yritys pyrkii toimimaan ympäristön kannalta parhaalla

mahdollisella tavalla. Organisaation tulee siis tunnistaa oman toimintansa ympäristövaikutukset ja -riskit ja pyrkiä hallitsemaan niitä. Ympäristövastuun toteuttaminen voi siten olla myös positiivisten vaikutusten edistämistä, ei pelkästään negatiivisten vaikutusten pienentämistä. (Dijkstra-Silva ym. 2022).

### 2.2.2 Sosiaalinen vastuu

Yritysvastuun sosiaalinen osa-alue käsittelee yrityksen toiminnan vaikutuksia ihmisiin. Perusta muodostuu siten ihmisoikeusvastuista, jotka ovat nousseet vahvasti esiin vuonna 2011 hyväksytyjen YK:n yritystoimintaa ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteiden julkistamisen myötä. Ihmisoikeusvastuun päälle tulevat vielä muut elementit kuten työhyvinvointiin, johtamiseen ja ihmisten kohteluun liittyvät asiat. Sosiaalisen vastuun kysymyksiin vaikuttaa paljon erilaiset toimintaolosuhteet sekä niiden muutokset. (Liappis ym. 2019, 128). Sosiaaliseen vastuuseen voidaankin katsoa kuuluvan esimerkiksi henkilöstön hyvinvointi ja koulutus, vastuulliset toimintatavat irtisanomistilanteissa, tuotevastuu sekä lähiyhteisösuhteet. Vaikutukset voivat olla myös välillisiä tai välittömiä. (Niskala ym. 2010, 21.)

### 2.2.3 Taloudellinen vastuu

Taloudellisen vastuun ajattelussa tulee yrityksen kannattavuus rakentaa kestävästi yhteiskunnan ja muiden sidosryhmien hyväksymällä tavalla. Tähän kuuluu keskeisesti se, millaisia taloudellisia vaikutuksia yrityksellä on ympäröivään yhteiskuntaan ja sidosryhmiin. Taloudellisen vastuun yhteydessä puhutaan myös hyvästä hallintotavasta, johon lähestymistavasta ja ohjeista riippuen, katsotaan kuuluvan mm. hallituksen riippumattomuus, johdon palkitseminen, veronmaksu sekä korruption ja lahjonnan ehkäisy. Taloudellinen vastuu ja hyvä hallintotapa liittyvät siten vahvasti yhteen ja sisältävät lähtökohdan, että yrityksen tulee tuottaa omistajilleen voittoa ja samalla huomioida yrityksen muut taloudelliset vaikutukset sekä rooli vallankäyttäjänä (Liappis ym. 2019, 73.)

## 2.3 Vastuullisuuden tasot

Yrityksen yritysvastuun kehityksessä on määritettävissä erilaisia tasoja. Mirvis & Goo-gins (2006) tulivat tutkimuksessaan johtopäätökseen että kullakin tasolla on

erotettavissa selkeät toimintamallit, jotka ovat kullekin tasolle ominaisia ja ovat sitä kehittyneempiä mitä pidemmällä yritys on yritysvastuun kehityksessä. Tutkijat käyttävät jaottelua perustasoon (elementary), sitoutuneeseen tasoon (engaged), innovatiiviseen tasoon (innovative), integroituun tasoon (integrated) sekä muuntautumistasoon (transformative). Rajanveto ei myöskään aina ole selkeä vaan yritys voi eri osa-alueilla olla eri tasoilla. On myös mahdollista, että yrityksen eri organisaatiotasot tai osastot ovat eri tasoilla (Kujala ym. 2012).

Perustasolla yrityksellä on pyrkimys lainsäädännön sekä toimialan vaatimusten täyttämiseen. Yritysvastuuta hoidetaan tehtävillä ja positiosta, joiden tarkoituksena on varmistaa, että mahdolliset esiin tulevat ongelmat eivät aiheuta haittaa yrityksen maineelle. Ulkopuolelta tulevaan paineeseen suhtaudutaan yleensä puolustusreaktioilla. Sitoutuneen tason yrityksessä johto on alkanut seuraamaan yrityksen roolia yhteiskunnassa ja osoittaa kiinnostusta ympäristöön ja sosiaalisiin asioihin. Toimintamalli on kuitenkin vielä pääsääntöisesti reaktiivinen ja perustuu luotuihin politiikkoihin ja periaatteisiin. Vuoropuhelu sidosryhmien kanssa on lisääntynyt. Tässä kehityksen vaiheessa yritykseltä puuttuu usein vielä työkalut vastata mahdollisuuksiin ja uhkien ja yritys tarvitsee lisää kapasiteettia vastataksaan lukuisiin vaatimuksiin ja odotuksiin. Kolmannessa eli innovoinnin vaiheessa yritys pyrkii saavuttamaan kokonaisvaltaisemman ymmärryksen yritysvastuusta. Innovoinnin vaiheessa suunnitellaan ja lanseerataan yritysvastuuseen liittyviä ohjelmia sekä aletaan seuraamaan ja raportoimaan ympäristöön ja sosiaalisiin asioihin liittyvästä suorituskyvystä. Tässä kehitysvaiheessa haasteena on, että henkilöstö ja linjajohto eivät välttämättä näe asioiden merkitystä, kokonaisvaltainen käsitys yritysvastuusta ei ole riittävän selkeä ja linkitys yrityksen strategiaan puuttuu. Integroidulle vaiheelle tyypillistä on, että yrityksen pyrkivät yhdistämään yritysvastuun liiketoiminnan osa-alueisiin määrittämällä tavoitteita ja suorituskyvyn mittareita sekä seuraamalla tuloksia tasapainotetun mittariston avulla. Yritysvastuuasioiden koordinoinnista siirrytään yhteistoimintaan ja raportoinnin avoimuus lisääntyy. Pisimmälle menevässä muuntautumisen tasossa yrityksen strategisena lähtökohtana on uusien markkinoiden luominen fuusioimalla yritysvastuu liiketoiminnan suunnitteluun. Yritykset suhtautuvat yrityksen arvoihin vakavuudella. Ne ottavat sidosryhmät kumppanikseen luodakseen uusia markkinoita. (Mirvis & Goo-gins 2006, 108–117.)



## 3 YRITYSVASTUUTA OHJAAVAT NORMIT JA ALOITTEET

### 3.1 Lainsäädäntö ja kansainväliset sopimukset

Yritysvastuuta säännellään lainsäädännöllä, erilaisin oikeudellisesti sitovien normien ja sopimuksin sekä ei-sitovin suosituksin ja itsesääntelyin. Yritysvastuun katsotaan alkavan vasta kun yritys toimii vastuullisemmin kuin lainsäädäntö itsessään edellyttää. (Liappis ym. 2019, 42.)

Lainsäädäntö toimi vastuullisuuden perustana, mutta eroaa merkittävästi eri maissa ja kulttuureissa. Yritystoiminnassa huomioitavat lait ovat siten riippuvaisia siitä, missä yritys toimii. Suomessa kansalliseen lainsäädäntöön vaikuttaa kansainväliset sopimukset, joihin Suomi on sitoutunut sekä EU:n mukanaan tuoma yhteinen sääntely. Esimerkiksi merkittävä osa Suomen ympäristölainsäädännöstä pohjautuu EU:n lainsäädäntöön. Merkittävä ohjaava tekijä vastuullisuuden voimakkaassa esille nousussa on EU:n yritysvastuulainsäädäntö sekä siihen liittyvä EU taksonomia. Tämän sisältöä ja periaatteita käsitellään myöhemmin kappaleessa 3.1.2 Vastuullisuuden lähtökohtana on, että tehdään enemmän kuin lainsäädäntö edellyttää. Kuitenkin tässä yhteydessä on syytä käsitellä myös vastuullisuutta ohjaavaa lainsäädäntöä, joka kohdistuu suoraan tai välillisesti myös case-yrityksen toimintaan.

Valtiot ovat hyväksyneet suuren määrän kansainvälisiä normeja, jotka osaltaan ohjaavat myös lainsäädännön kehitystä ja ovat siten oikeudellisesti sitovia. Monet näistä normeista perustuvat yhdistyneiden kansakuntien sopimuksiin ja julistuksiin. YK:n lisäksi myös kansainvälinen työjärjestö ILO sekä taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö OECD ovat vahvasti mukana edistämässä vastuullista yritystoimintaa. Kansainvälisten järjestöjen rinnalla on myös alueellisia järjestöjä kuten Euroopan Neuvosto (Council of Europe), jonka tarkoituksena on edistää ihmisoikeuksia omalla toimialueellaan. Keskeisiä kansainvälisiä vapaaehtoisuuteen perustuvia sitoumuksia ovat puolestaan YK:n Global Compact sekä Sustainable development goals (SDG) (Liappis 2019, 44–50; Koipijärvi & Kuvaja 2017, 38).

Vastuullisuusstandardeja käsittelevässä analyysissään Behnam ja MacLean (2011, 10) jaottelevat standardit ja normit kolmeen kategoriaan.

- Periaatteisiin perustuvat
- Sertifiointiin perustuvat
- Raportointiin perustuvat

Periaatteisiin perustuvat standardit määrittävät organisaation sitoutumista vastuullisuu-  
teen ja ovat tyypillisesti hyvin laajoja ja jättävät paljon tulkinnan varaan. Sertifiointiin pe-  
rustuvat standardit puolestaan määrittävät tietyt vaatimukset, jotka organisaation tulee  
täyttää ja jotka auditoidaan kolmannen osapuolen toimesta. Raportointiin perustuvat  
standardit tarjoavat viitekehyksen yritys vastuutekijöiden julkaisuun ja tarjoavat läpinäky-  
vyyttä vastuullisuusraportoinnille. Nämä kolme yhdessä muodostavat kokonaisuuden,  
jossa ensimmäinen määrittää vastuullisuuden kriittiset tekijät, toinen toimii varmentajana  
sertifioinnin avulla ja kolmas auttaa viestimään asioista. Johtopäätöksenä Behnam &  
MacLean esittävät, että standardin integroiminen jokapäiväiseen toimintaan on todennä-  
köisempää, kun kyseessä on tarkasti yksilöivä standardi, standardin käyttöönoton kulut  
ovat korkeat, vaatimustenmukaisuus tulee osoittaa todistein ja vaatimuksesta poikkeaa-  
minen johtaa seuraamuksiin. (Behnam & MacLean 2011, 10.) Vastuullisuuden standardit  
ja normit perustuvat kaikki toistaiseksi vapaaehtoisuudelle.

### 3.1.1 Kansainväliset sopimukset

Kansainvälisillä sopimuksilla on merkittävä vaikutus kestävän kehityksen edistämisessä.  
YK on tärkeä kansainvälinen järjestö vastuullisuusteemojen puolestapuhujana ja YK:n  
jäsenvaltiot ovat hyväksyneet lukuisia sopimuksia ja asiakirjoja, jotka käsittelevät mm.  
ympäristöä, ihmisoikeuksia ja korruptiota. Ympäristökysymykset nousivat ensimmäisen  
kerran näkyvästi esiin 1972 Tukholmassa järjestetyn ympäristökokouksen Our Common  
Future-raportin tuloksena. Tuolloin termi kestävä kehitys sai myös määritelmän, johon  
edelleen monessa yhteydessä nojataan. Tämä määritelmän mukaan ”Kestävä kehitys  
on kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdolli-  
suutta tyydyttää omat tarpeensa” (Liappis 2019, 46.)

Toinen tärkeä etappi ympäristöoikeuden kehityksessä oli 1992 järjestetty Rion ympä-  
ristö- ja kehityskonferenssi ”Earth Summit”. Tässä konferenssissa hyväksyttiin YK:n il-  
mastopöytäkirja sekä biologista monimuotoisuutta koskeva yleissopimus. Vuonna 1997  
Kioton pöytäkirjalla teollisuusmaat sitoutuivat vähentämään kasvihuonepäästöjään.  
(Liappis ym. 2019, 46.)

Vuonna 2015 Pariisin ilmastokokouksessa asetettiin tavoitteeksi, että maapallon keskilämpötilan nousu saataisiin rajattua selvästi alle 2 celsiusasteen suhteessa esiteolliseen aikaan. Sopimuksen mukaisesti on pyrittävä toimenpiteisiin, joilla lämpeneminen rajattaisiin alle 1,5 celsiusasteen. On arvioitu, että kasvihuonekaasupäästöjen tulisi kääntyä laskuun vuonna 2025 ja vähentyä 43 %:lla vuoteen 2030 mennessä, jotta 1,5 °C tavoite voidaan saavuttaa (YK 2015).

Sosiaalisen vastuun kehityksessä yksi merkittävä rajapyykki oli vuonna 1948 syntynyt YK:n ihmisoikeuksien yleismaailmallinen julistus (Universal Declaration of Human Rights), jonka lähes kaikki maailman valtiot ovat hyväksyneet (Harmaala 2012, 25.) Lisäksi merkittäviä työelämää käsitteleviä sopimuksia on tehty muun muassa kansainvälisen työjärjestö ILO:n puitteissa (Niskala ym. 39.) Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö OECD:n missio puolestaan on edistää ihmisten taloudellista ja sosiaalista hyvinvointia maailmanlaajuisesti ja pyrkii siihen antamalla jäsenmailleen ohjeita ja suosituksia. OECD:n jäsenmaat, Suomi mukaan lukien, ovat hyväksyneet monikansallisille yrityksille laaditut toimintaohjeet, *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*. (Koipijärvi & Kuva 2017, 38–39)

Sitovien yleissopimusten lisäksi merkittäviä asiakirjoja ovat myös YK:n jäsenvaltioiden hyväksymät muut asiakirjat. Tällaisia ovat vuosina 2000-2015 voimassa olleet YK:n vuosituhattavoitteet (Millennium Development Goals) sekä vuosille 2016-2030 laaditut kestävä kehityksen tavoitteet (Sustainable Development Goals, SDG) (Liappis ym. 2019, 50). Kestävän kehityksen periaatteet ovat tänä päivänä hyvin yleinen viitekehys puhuttaessa yritysvastuusta ja niinpä periaatteita sekä niiden soveltamiseen kytkeytyvää YK:n Global Compact -aloitetta käsitellään vielä erikseen luvussa 3.3

### 3.1.2 EU:n sääntely

Vastuullisuuden EU-sääntely etenee ja on hyvin ajankohtainen asia. EU:n kestävyysraportointidirektiivi Corporate sustainability reporting directive (CSRD) 2022/2464, astui voimaan 5.1.2023. Tätä edelsi 2014/95/EU direktiivi ei-taloudellisen tiedon raportoinnista, jota tulee noudattaa siihen asti, kun uuden lainsäädännön vaatimukset astuvat asteittain voimaan vuoteen 2028 mennessä.

Kestävyysraportointidirektiivin myötä tietyt kriteerit täyttävien yritysten tulee jatkossa raportoida kestävyystietoja ympäristöön, sosiaalisiin ja ihmisoikeuksiin sekä hyvään hallintotapaan liittyvistä tekijöistä (Eurooppa-neuvosto 2022).

Elinkeinoelämän keskusliitto (2022) summaa kestävyysraportointidirektiivin koskevan tässä vaiheessa yli 500 hengen pörssiyrityksiä. Vuodesta 2026 alkaen raportointivelvoite laajenee koskemaan yrityksiä, jotka täyttävät vähintään 2 seuraavista ehdoista:

- Vähintään 250 työntekijää
- vähintään 40 miljoonan euron liikevaihto
- vähintään 40 miljoonan tase.

Kestävyysraportointidirektiivi ei siten alkuvaiheessa koske case-yritystä suoraan, mutta osa case-yrityksen asiakkaista täyttää yllä olevat kriteerit ja siten vaikuttaa myös siihen, mitä tietoja asiakas jatkossa odottaa saavansa.

Kestävyysraportointidirektiiviin kytkeytyy vahvasti myös EU taksonomia, joka luokittelee yritysten investointeja ja rahoitushankkeita huomioiden ilmaston ja ympäristön kestävyden. Taksonomian periaatteita käsitellään tarkemmin ympäristövastuusiin kohdistuvaa ohjausta käsittelevässä luvussa 3.5

Elinkeinoelämän keskusliitto EK näkemyksen mukaan EU:n ajama sääntely on hyvin kunnianhimoista ja EU vie eteenpäin vastuullisuussäntelyn lisäksi myös erittäin tiukkaa ilmastopolitiikkaa. Vaikka toistaiseksi yllä mainittu sääntely koskee vain suuria ja joitakin keskisuuria yrityksiä, heijastuvat vaatimukset hankinta- ja toimitusketjujen myötä pienempiin yrityksiin (Elinkeinoelämän keskusliitto 2022).

### 3.1.3 Lainsäädäntö Suomessa

Suomen lainsäädäntöön vaikuttaa merkittävästi kansainväliset sopimukset ja normit, joihin Suomi on sitoutunut sekä EU:n lainsäädäntö. Jokainen valtio on velvollinen huolehtimaan, että sen lainsäädäntö täyttää niiden sopimusten velvoitteet, joihin se on sitoutunut. Suomessa yritys vastuulainsäädännön kenttä on laaja ja sitä säännellään useilla lailla (Liappis ym. 2019, 42–43.)

Vuonna 2014 voimaan tulleen EU:n kestävyysraportointidirektiivin mukaiset raportointivelvoitteet integroitiin Suomen kirjanpitolakiin ja ne astuivat voimaan vuoden 2017 alussa. Uuden direktiivin voimaan tulosta jäsenmaalla on 18 kuukautta aikaa sääntöjen

täytäntöönpanoon. Kirjapitolain lisäksi taloudellisia vastuita sääntelee myös mm. rahapesulaki ja tilaajavastuulaki.

Kansallisen yritysvastuulainsäädännön tarpeesta on myös käyty keskustelua jopa niin pitkälle, että vuonna 2019 hyväksyttiin hallitusohjelmaan laitetiin kirjaus selvityksestä. Samanaikaisesti myös EU:n tasolla valmisteltiin yritysvastuudirektiiviä, josta esitys julkaistiin helmikuussa 2022.

Ympäristönvastuiden osalta keskeisimmät lait ovat ympäristösuojelulaki sekä jätelaki. Nämä koskevat lähtökohtaisesti kaikkia yrityksiä (Liappis ym. 2019, 57). Ympäristönsuojelulakia sovelletaan kaikkeen toimintaan, joka aiheuttaa tai saattaa aiheuttaa haittaa ympäristölle. Lain tarkoituksena on ehkäistä ympäristön pilaantumista, turvata terveellinen ympäristö, torjua ilmastonmuutosta, edistää luonnonvarojen kestäväää käyttöä sekä vähentää jätteiden haitallisia vaikutuksia (Ympäristönsuojelulaki 527/2014, 1:1). Lainsäädäntö tuo toiminnanharjoittajalle myös selvilläolovelvollisuuden. Toimijan tulee siten olla perillä toimintansa ympäristövaikutuksista, riskeistä sekä mahdollisuuksista haitallisten vaikutusten vähentämiseen. Lisäksi ympäristönsuojelulain perusteella jokaisella toimijalla on myös pilaantumisen torjuntavelvollisuus, joka edellyttää välittömiä toimenpiteitä ympäristön pilaantumisen estämiseksi tai rajoittamiseksi. (Ympäristönsuojelulaki 527/2014, 2:6,7.) Jätelain tarkoitus rakentuu myös ympäristönsuojelun ympärille ja sen tarkoituksena on edistää kiertotaloutta ja luonnonvarojen käytön kestävyyttä, vähentää jätteiden haittoja sekä varmistaa toimiva jätehuolto (Jätelaki 646/2011, 1:1). Jätelakiin vuonna 2021 tehdyt muutokset lisäsivät merkittävästi yritysten velvoitteita jätteiden lajittelussa sekä jätemäärien seurannassa. Muutokset ovat seurausta EU:n jätedirektiivin tuomista kiristyneistä kierrätysvelvoitteista ja -tavoitteista.

Edellä mainittujen ympäristövastuihin liittyvien yleislakien lisäksi sovellettava lainsäädäntö riippuu paljon yrityksen toimialasta ja tuotteista. Keskeisiä lakeja case-yrityksen toimialalla ovat mm. pakkausten tuottajavastuuseen liittyvät säädökset, kemikaalilaki, sekä elintarvikelaki, joka sääntelee mm. kontaktimateriaalin jäljitettävyyttä. Pakkauksia valmistavan yrityksen kohdalla tuottajavastuu kohdistuu yrityksen toimintaan sekä suoraan että pakkauksia käyttävien asiakkaiden kautta. Yritys on itse raportointivelvollinen käyttämistään pakkauksista ja vastaavasti asiakasyrityksille on omassa raportoinnissaan merkityksellistä käytetyn pakkausmateriaalin määrä.

Sosiaalisen vastuun osa-alueella keskeisimmät lait ovat työturvallisuuslaki, tasa-arvolaki sekä yhdenvertaisuuslaki. Niiden sisältöön ei kuitenkaan tässä yhteydessä ole tarpeen syventyä.

### 3.2 Global reporting initiative (GRI)

GRI on kansainvälinen voittoa tavoittelematon organisaatio, jonka tarkoituksena on auttaa yrityksiä ja muita organisaatioita ottamaan vastuu toimintansa vaikutuksista ja tarjota vertailukelpoinen tapa raportoida vastuullisuudesta GRI -standardin avulla. (Global Reporting Initiative -a). Se sai alkunsa aloitteesta luoda tilinpäätösraportointia vastaava malli yritysvastuun ja kestävä kehityksen raportoinnille. GRI-standardin tarkoituksena on pyrkiä edistämään raportoinnin vertailukelpoisuutta sekä läpinäkyvyyttä (Niskala ym. 2010, 119).

GRI on yleisimmin maailmalla käytetty vastuullisuusraportoinnin viitekehys. GRI perustettiin vuonna 1997 Bostonissa. Alun alkaen GRI aloite kattoi pääasiassa ympäristövaikutuksiin kohdistuvia teemoja, mutta laajeni myöhemmin kattamaan myös sosiaaliset, taloudelliset ja hallinnolliset näkökohdat. Ensimmäinen GRI ohjeisto (GRI Guidelines) G1 julkaistiin vuonna 2000. Sittemmin ohjeistoa on laajennettu ja päivitetty säännöllisesti ja vuonna 2016 ohjeisto korvattiin standardilla. Viimeisin ja nyt sovellettava standardin versio julkaistiin vuonna 2021 ja se astui voimaan 1.1.2023. (Global Reporting Initiative -b.) Samana vuonna 2021 mukaan tuli myös sektorikohtaiset standardit tietyille toimialoille mukaan lukien metsä- ja paperiteollisuuden tuotteet, johon lasketaan kuuluvaksi myös paperista ja kartongista jalostetut pakkaukset.

GRI:ta voi noudattaa tarkasti tai soveltaa eri tavoin. Sovellettaessa tuodaan esiin juuri yrityksen kannalta olennaiset ja merkittävät asiat ja voidaan karsia pois epärelevantit asiat. Tässä on kyse niin sanotusta olennaisuusperiaatteesta, jonka mukaan toimijan tulee tunnistaa toimintansa tärkeimmät vaikutukset sekä sidosryhmien odotukset. GRI myös edellyttää, että yrityksen tulee tunnistaa ja hallita toiminnan vaikutuksia yrityksen koko arvoketjussa, ei ainoastaan yrityksen omassa toiminnassa (Kurittu 2018, 9–10).

GRI keskittyy pääasiassa raportointiin ja siksi sitä onkin kritisoitu siitä, että se ei tarjoa työkaluja tai menetelmiä raportoinnin tueksi. On myös mahdollista, että ei-taloudellisia tietoja raportoidaan valikoivasti, jolloin raportoinnissa painottuu yrityksen oma näkökulma sidosryhmänäkökulman sijaan (Villiers ym. 2022.)

GRI raportoinnin pohjana toimii ymmärrys organisaation toiminnan vaikutuksista sekä sidosryhmien keskeisistä odotuksista ja tiedontarpeista. Sisällön määrittelystä tärkeitä asioita ovat sidosryhmien osallistaminen, kestävän kehityksen asiayhteys, olennaisuus ja kattavuus. Raportointia ohjaavan olennaisuusperiaatteen mukaisesti standardi määrittää, että ”raportin tulee kattaa ne yritys vastuun aiheet, jotka kuvaavat organisaation keskeisiä taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristövaikutuksia, tai voivat vaikuttaa olennaisella tavalla sidosryhmien tekemiin arviointeihin ja päätöksiin” (Niskala ym. 2019, 125.) Olennaisuusperiaatetta sekä olennaisten asioiden määrittelyä käsitellään tarkemmin kohdassa 4.4. GRI:n raportointiperiaatteisiin sisältyvät myös täsmällisyys, tasapainaisuus, selkeys, vertailukelpoisuus, luotettavuus ja oikea-aikaisuus (Kurittu 2018, 147). GRI ei aseta vaatimuksia yrityksen suorituskyvylle vastuullisuuden eri osa-alueilla vaan tarjoaa viitekehyksen raportoinnin tueksi.

GRI on hyvin laajalti tunnustettu vastuullisuusraportoinnin malli ja siten hyvin käyttökelpoinen tämän työn viitekehykseksi. GRI raportointimalliin viitataan mm. YK:n Global Compact aloitteessa, OECD:n toimintaohjeessa monikansallisille yrityksille sekä case-yrityksen näkökulmasta ehkä merkittävimmissä säädöksessä eli EU:n ei taloudellista raportointia sääntelevässä kestävyysraportointidirektiivissä (Niskala ym. 2010, 120.)

GRI standardit ovat kokonaisuus, jonka avulla yritykset voivat raportoida osallisuudestaan kestäväan kehitykseen. Standardisarja jakautuu yleiseen standardiin (GRI 100-sarja) ja aihekohtaisiin standardeihin (GRI 200, GRI 300 ja GRI 400 -sarjat), jotka käsittelevät yrityksen taloudellisten (GRI 200 -sarja), ympäristö- (GRI 300 -sarja) ja sosiaalisten (GRI 400 -sarja) vaikutusten raportointia sekä sektorikohtaisiin standardeihin. (Global Reporting Initiative -c)

Kyseistä jaottelua hyödynnettiin kyselytutkimuksen suunnittelussa ja kyselyn runko rakennettiin sen mukaisesti. Tutkimuksen viitekehykseksi valittu GRI standardi tarjoaa hyvän lähtökohdan vastuullisuusteemojen jäsentelyyn ja mahdollistaa tarvittaessa valittujen osa-alueiden GRI-standardin mukaisen raportoinnin. Myöhemmin esiteltävä kyselytutkimuksen laatimista varten laadittu käsitekartta (kuva 7, kappaleessa 5.2.1) mukailee juuri GRI:n aihekohtaisten standardien jaottelua case-yritykseen soveltuvien osien.

### 3.3 YK Global Compact ja Kestävän kehityksen tavoitteet

Vapaaehtoisuuteen perustuvien ohjeistusten perustana on usein Yhdistyneiden Kansakuntien (YK) erilaiset julistukset. Näistä esimerkkinä Global Compact sekä Kestävän kehityksen periaatteet (Sustainable development goals, SDG)

Global Compact on YK:n vuonna 2000 Kofi Annanin aloitteesta käynnistetty yritys vastuualoite, joka on kasvanut maailman suurimmaksi yritys vastuualoitteeksi. Aloitteen tarkoituksena on haastaa yritykset ja organisaatiot kehittämään liiketoimintaansa vastuullisemmaksi. Aloitteeseen on sitoutunut lähes 22000 yritystä sekä muita toimijaa yhteensä 162:sta maasta kattuen kaikki maanosat (United Nations Global Compact.) Suomesta mukana on 208 toimijaa (20.4.2023) Aloitteen suomenkielisille internetsivuilla kuvataan, että ”YK:n Global Compact edistää ja kehittää yritysten sekä yhteisöjen ekologista, sosiaalista ja taloudellista vastuullisuutta hyödyntäen YK:n Global Compactin kymmentä periaatetta ja YK:n kestävän kehityksen tavoitteita.”

Global Compact aloitteen periaatteet pohjautuvat useisiin kansainvälisiin sopimuksiin ja julistuksiin. Aloitteen perustana toimivat YK:n ihmisoikeuksien yleismaailmallinen julistus, ILO:n työelämän perusperiaatteita ja -oikeuksia koskeva julistus, YK:n kestävän kehityksen julistus ja YK:n korruption vastainen yleissopimus. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 40). Global Compactin 10 periaatetta jakautuvat taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun osa-alueille. Periaatteet 1 ja 2 koskevat ihmisoikeuksia ja yrityksen tulee sitoutua tukemaan yleismaailmallisia ihmisoikeuksia sekä huolehtia, että ne eivät ole osallisena ihmisoikeuksien loukkauksiin. Periaatteet 3-6 käsittelevät työelämää kuten kollektiivista neuvottelu-oikeutta sekä pakkotyön, lapsityön sekä syrjinnän poistamista. Periaatteet 7-9 kattavat ympäristövastuun kuten varovaisuusperiaatteen ympäristöasioissa, aloitteellisuuden ympäristövastuun edistämisessä sekä ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämisen. 10 periaatteen mukaisesti yrityksen tulee toimia kaikkea korruptiota, kiristystä ja lahjontaa vastaan (Global Compact Network Finland 2023.)

YK:n agenda 2030 pitää sisällään 17 kestävän kehityksen tavoitetta (kuva 4). Ne sitovat kaikkia YK:n jäsenmaita ja niiden tarkoituksena on poistaa äärimmäinen köyhyys sekä turvata ihmisten hyvinvointi ja ihmisoikeudet, yhteiskuntien vakaus ja taloudellinen vauraus ympäristön kannalta kestävällä tavalla (Suomen YK-Liitto 2023). Sitoutumista YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin voidaan käyttää myös yritystasolla osoittamaan sitoutumista kestävään kehitykseen.





Kuva 4. YK:n kestävän kehityksen tavoitteet (Suomen YK-liitto 2023).

### 3.4 Standardit ja suositukset (guidelines)

Standardien pyrkimyksenä on auttaa organisaatioita vastuullisessa yritystoiminnassa luomalla toimintajärjestelmä toteuttamisen tueksi. Toimintajärjestelmä voi tuoda suunnitelmallisuutta vastuullisuustyöhön ja ulkoisen varmentamisen myötä myös uskottavuus sidosryhmien suuntaan lisääntyy (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 71). Standardit keskittyvät eri osa-alueisiin. Kansainvälinen standardoinnin organisaatio ISO on laatinut standardeja, jotka käsittelevät ESG-teeman mukaisia aiheita. Standardit voivat toimia myös vastuullisuuden työkaluna ja siten on tarpeen avata joidenkin ESG-aiheita käsittelevien standardien sisältöä tässä lyhyesti. Tällaisia standardeja ovat ainakin SFS-ISO 14001 ympäristöjärjestelmästandardi sekä SFS-ISO 45000 työterveys- ja työturvallisuusjohtamisen standardi. Nämä molemmat on myös mahdollista sertifioida. Lisäksi ISO standardeista löytyy ISO 26000 yhteiskuntavastuuta käsittelevä standardi, niin kutsuttu yhteiskuntavastuuopas. Tätä ei kuitenkaan toistaiseksi ole mahdollista sertifioida vaan ohjeet ovat vapaaehtoisesti noudatettavia (Niskala ym. 2019, 68). ISO 26000 standardissa on myös huomioitu GRI yhteensopivuus mikä helpottaa käyttöönottoa yrityksessä, joka jo raportoi GRI:n mukaisesti.

ISO standardien lisäksi vastuullisuustyön avuksi on olemassa myös lukuisia muita ohjeita, suosituksia sekä sektorikohtaisia standardeja. Näistä esimerkkinä mainittakoon ympäristövastuun sisältävät EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), OECD:n ohjeistus monikansallisille yrityksille (Guidelines for multinational enterprises) sekä

puuperäisten raaka-aineiden alaa koskevat vastuullisuusstandardit FSC (Forest Stewardship Council) sekä PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification). Sosiaalisen vastuun osa-aluetta käsittelevät myös YK:n alaisen kansainvälisen työjärjestön ILO:n työterveyttä ja turvallisuutta koskevat periaatteet.

ISO 14001 Ympäristöjärjestelmästandardin tarkoituksena on tarjota organisaatiolle viitekehys, jonka avulla organisaatio kykenee parantamaan ympäristönsuojelun tasoa. Lähtökohtana on lainsäädännön ja sidosryhmien odotusten ja vaatimusten täyttäminen, oman toiminnan ympäristövaikutusten ymmärtäminen sekä toiminnan jatkuva parantaminen (SFS-ISO 14001:2015, 5.) ISO 14000 on tällä hetkellä ympäristöjohtamisen tunnetuin ja laajimmin käytetty standardi. ISO 14000 standardia täydentää myös vapaaehtoinen ympäristöjärjestelmä EMAS joka perustuu EU asetukseen (EY) N:o 1221/2009 ja koostuu ISO 14001 mukaisesta ympäristönhallintajärjestelmästä sekä EMAS-ympäristöraportista (Niskala 2019, 68.) Ympäristönsuojelun jatkuvan parantamisen tavoitteen lisäksi tähän sisältyy siis myös sitoumus julkiseen raportointiin. (Ympäristönhallinnan verkkopalvelu 2023)

ISO 45000 työterveys- ja työturvallisuusstandardin tarkoituksena on luoda perusta työterveys- ja työturvallisuusriskien ja -mahdollisuuksien hallinnalle. Järjestelmä myös auttaa organisaatiota täyttämään lakisääteiset ja muut vaatimukset (SFS-ISO 45001:2018, 5). Muita vastuullisuusteemaan kytkeytyviä ISO standardeja ovat mm. ISO 50001 energianhallintajärjestelmästandardi, ISO 31000 riskienhallintastandardi sekä ISO 22000 elintarviketurvallisuusstandardi.

FSC ja PEFC puolestaan ovat toimialakohtaisia standardeja, joiden tarkoituksena on edistää puupohjaisten tuotteiden raaka-aineen alkuperäketjun vastuullisuutta ja jäljitettävyyttä. FSC:n tavoitteena on edistää ja ylläpitää metsien monimuotoisuutta taloudellisesti kestäväällä ja kannattavalla tavalla. Lisäksi standardi huomio myös sosiaalisen vastuun puolen ja pitää sisällään vaatimuksia työntekijöiden ja yhteisöjen oikeuksien kunnioittamiseksi (Forest Stewardship Council Suomi 2023.) PEFC on sisällöltään ja tavoitteiltaan hyvin samankaltainen ja sen tavoitteena on edistää ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävää metsätaloutta (PEFC Suomi 2023). Molemmissa järjestelmissä myönnetään kahdenlaisia sertifikaatteja, metsänhoidon sekä koko tuotantoketjun alkuperäsertifikaatteja.

Yritys voi päätyä valitsemaan kansainvälisen vastuullisuusstandardin käyttöönoton monesta eri syystä varsinaisen yritysvastuuseen sitoutumisen sijasta. Syynä voi olla

esimerkiksi kasvava kansalaisjärjestöjen luoma paine, erityisen kriittisten asiakkaiden vaatimukset, monikansallisten yritysten toimitusketjuihinsa kohdistamat vaatimukset tai halu pärjätä kilpailijoille.

Yritysvastuun järjestelmät ovat myös saaneet kritiikkiä osakseen. Yrityksen suorituskyvyn seuranta voi olla kovin vaikeaa ja haasteellista on pystyä osoittamaan, miten tehdyt toimenpiteet tai luodut käytännöt todellisuudessa saavat parannusta aikaan. Tutkimuksilla on kuitenkin myös pystytty osoittamaan, että erilaiset johtamisen instrumentit, jotka perustuvat sertifiointiin eli kolmannen osapuolen valvontaan, todennäköisemmin vaikuttavat yrityksen suorituskykyyn kuin periaatteisiin (esim. Global Compact) tai raportointiin (esim. GRI) pohjautuvat järjestelmät (Behnam & MacLean 2011). Tutkimuksella on myös osoitettu, että voimakas ulkoinen paine yhdistettynä ympäristönhallintajärjestelmään voi parantaa yrityksen ympäristöön kohdistuvaa suorituskykyä (Halme ym. 2020).

Standardien lisäksi on olemassa lukuisia vapaaehtoisuuteen perustuvia aloitteita, joiden avulla yritykset pyrkivät osoittamaan sitoutumista vastuullisuuteen sekä lisäämään läpinäkyvyyttä. Esimerkkinä mainittakoon yksityiselle sektorille suunnattu ilmastomuutoksen torjuntaan keskittynyt Science Based Targets -aloite (SBTi), joka toimii yhteistyössä CDP:n (Carbon Disclosure Project), YK:n Global Compact aloitteen, Maailman luonnonvarainstituutin (WRI) sekä Kansainvälisen ympäristöjärjetön (WWF) kanssa.

### 3.5 Ympäristövastuisiin kohdistuva ohjaus

Suomessa ympäristönkäytön ohjauskeinot koostuvat oikeudellis-hallinnollisesta sekä taloudellisesta ohjauksesta. Näitä täydentää niin kutsuttu suostutteleva ohjaus (Koivisto 2011, 14–15). Oikeudellis-hallinnollinen ohjaus perustuu viranomaisvalvontaan ja tästä esimerkkinä on mm. erilaiset ympäristöön kohdistetut lupa- ja ilmoitusmenettelyt. Taloudelliset keinot pyrkivät ohjaamaan valintoja esimerkiksi verotuksellisin keinoin tai maksujen ja tukimenettelyjen avulla.

EU:n jäsenvaltioita ohjaavat myös erityiset ympäristöperiaatteet, jotka on määritelty EU:n perussopimuksessa. Näitä periaatteita ovat läpäisyperiaate, suojelun korkean tason periaate, ennalta varautumisen periaate, ennaltaehkäisyn periaate, aiheuttaja maksaa -periaate sekä lähdeperiaate. Läpäisyperiaatteen mukaisesti ympäristönsuojelu on sisällytettävä kaikkeen toimintaan kestävän kehityksen edistämiseksi. Kaikessa on pyrittävä korkeaan suojelun tasoon ja ennalta varautumisen ja ennaltaehkäisyn periaatteiden

mukaisesti epävarmuustilanteessa voidaan antaa ohje keskeyttää toiminta, jos epäillään haitallisuutta eikä objektiivinen tieteellinen arviointi poista haitan mahdollisuutta. Aiheuttaja maksaa -periaate kohdentaa taloudelliset seuraamukset pilaantumisen aiheuttajalle ja lähdeperiaatteen mukaisesti ympäristövahingon tulisi torjua niiden lähteellä. (Koivisto 2011, 17–18.)

EU:n tavoittelemaa vihreää siirtymää ohjaa Euroopan vihreän kehityksen ohjelma (Green deal). Vihreällä siirtymällä tähdätään siihen, että koko EU olisi ilmastoneutraali vuoteen 2050 mennessä. Ohjelmaan sisältyy erilaisia politiikkoja ja aloitteita, joiden kautta edistetään ilmastonsuojelua. Tavoitteet on tarkoitus siirtää lainsäädäntöön ja sääntelyä on ohjelman myötä tulossa muun muassa energiatehokkuuteen, metsätalouteen sekä uusiutuvaan energiaan liittyen (Eurooppa-neuvosto 2019.) EU:n ilmastolain puitteissa jäsenmaat ovat sitoutuneet vähentämään kasvihuonekaasupäästöjä vuoteen 2030 mennessä 55% vuoden 1990 tasosta (Eurooppa-neuvosto 2021.) Suomen tavoite on vielä EU:ta kunnianhimoisempi ja Suomessa pyritäänkin saavuttamaan hiilineutraalius jo vuoteen 2035 mennessä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2022).

Vihreän kehityksen ohjelmaan kytkeytyy vahvasti myös EU taksonomia. Taksonomian avulla pyritään luokittelemaan ympäristön kannalta kestävät toiminnot ja investoinnit ja siten ohjaamaan rahoitusmarkkinoita suuntaamaan investointeja ympäristön kannalta parempiin vaihtoehtoihin. Taksonomia perustuu kuuteen teemaan, jotka ovat:

- Ilmastonmuutoksen hillitseminen
- ilmastonmuutokseen sopeutuminen
- vesivarojen sekä merten luonnonvarojen kestävä käyttö ja suojelu
- siirtyminen kiertotalouteen
- ympäristön pilaantumisen ehkäiseminen ja vähentäminen
- biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien suojelu ja ennallistaminen

Taksonomian olennainen periaate on myös ”do no significant harm”. Eli yhtä edellä mainituista tavoitteista ei voi edistää siten, että se aiheuttaa haittaa toiselle tavoitteelle. (Euroopan parlamentti 2020). 5.1.2023 astui EU:ssa voimaan CSRD direktiivi, joka laajensi kestävyysraportointivaatimuksen koskemaan yhä suurempaa joukkoa yrityksiä. Direktiivin mukanaan tuomat velvoitteet astuvat voimaan asteittain vuodesta 2024 alkaen. Taksonomia-asetus tai CSRD direktiivi ei suoraan koske case -yritystä, mutta välillisesti rahoittajien tai asiakkaiden kautta se voi luoda painetta tai vaatimuksia kestävyysraportoinnille.

## 4 VASTUULLISUUS YRITYSTOIMINNASSA

### 4.1 Yritysvastuun strateginen merkitys

Strategisesta yritysvastuusta voidaan puhua, kun vastuullisuus ymmärretään osaksi yrityksen arvонуontia ja huomioidaan kassavirtaan vaikuttavana tekijänä (Juutinen 2016, 58). Yritysvastuustrategia voi rakentua joko sisältä ulos tai ulkoa sisälle. Sisältä ulos -ajattelumallissa yritys tarkastelee yritysvastuuta omasta lähtökohdastaan eli yritysvastuun toteuttamisen tarkoituksena on esimerkiksi myydä enemmän tuotteita tai palveluita ja siten kerätä yritykselle voittoa. Ulkoa sisälle -ajattelumallissa yrityksen strategia lähtee siitä, mitä muut yritykseltä tarvitsevat ja miten yritys voisi parhaiten vastata tähän tarpeeseen (Strand ym. 2014). Siihen, millaisista lähtökohdista yritysvastuuta yrityksessä lähdetään rakentamaan, vaikuttavat monet tekijät kuten yrityksen tarkoitus ja perustamisajankohta, ulkoiset voimat kuten kansalaisjärjestöt, strategia ja kilpailutilanne sekä perinteet ja kulttuuri (Mirvis & Googins 2006). Yritysvastuun muutosajureita tulee monesta suunnasta kuten sidosryhmiltä, yleisistä kehitystrendeistä sekä kustannustehokkuuden tavoitteista (Juutinen 2016, 155).

Yksi ensimmäisistä strategisen yritysvastuun malleista on John Elkingtonin 1990-luvulla kehittämä kolmen pilarin malli. Yksinkertaisimmillaan tämä malli kiinnittää yrityksen huomion taloudellisten arvojen lisäksi niihin ympäristö- ja sosiaalisiin arvoihin, joita yritys lisää tai tuhoaa. Elkington ennusti, että siirryttäessä uudelle vuosituhannele tulevat yritykset olemaan olennaisessa roolissa kestävän kapitalismin muutoksessa. (Elkington 2004.)

Useiden tutkimusten mukaan sidosryhmien osallistaminen on ensiarvoisen tärkeää pitkän tähtäimen arvoluonnille. Sidosryhmien hallinta edellyttää jatkuvasti uusia kykyjä ja taitoja hallita monimutkaisia kokonaisuuksia kuten ilmastonmuutos, toimitusketju tai ihmisoikeudet jatkuvassa teknologian ja talouden muutoksessa. Vastaavasti yrityksen tulee priorisoida liiketoimintaan, resursseihin ja odotuksiin vaikuttavia asioita. (Barcellos de Paula & Gil-Lafuente 2018.)

Yrityksen toimintaympäristö ja erilaiset lähtökohdat vaikuttavat siihen millainen painotus yritysvastuun osa-alueilla yrityksessä on. Vastuullisuus voi olla esimerkiksi yksi toimintaa ohjaavista keskeisistä arvioista tai vaihtoehtoisesti koko yrityksen toiminta-ajatus voi perustua sille, että se luo toiminnallaan positiivisia vaikutuksia yhteiskuntaan. Panostamalla

yritysvastuuseen pyritään hallitsemaan yritystoiminnan riskejä sekä ylläpitämään ja parantamaan yrityksen kilpailukykyä. Lisäarvoa yritysvastuun kautta voi yritykselle muodostua esimerkiksi asiakkaiden kasvaneesta maksu- tai ostohalukkuudesta, tai kustannusten pienentymisestä. Myös sijoittajat ovat aiempaa kiinnostuneempia yritysten vastuullisuustietoisuudesta. Tämä tuo edelläkävijöille mahdollisuuksia, mutta toisaalta niille, jotka eivät ota asiaa toiminnassaan huomioon, riskit voivat kasvaa (Juutinen 2016, 59–60). Aiemmin yritysvastuu nähtiin usein kustannuseränä, mutta nykyään yritysvastuun myönteiset tekijät ymmärretään paremmin. Yritysvastuun hyödyistä on olemassa sekä käytännön että tutkimuksellista näyttöä. Yritysvastuulla voidaan parantaa riskienhallintaa, tuottaa kustannussäästöjä sekä lisätä tuottavuutta. Samalla yritysvastuun avulla voidaan lisätä sidosryhmien ja rahoittajien kiinnostusta sekä uusia liiketoimintamahdollisuuksia (Liappis ym. 2019, 25–30.)

Yritysvastuun vaikutusta yrityksen todellisiin parannuksiin ja vaikutuksiin sosiaalisen tai ympäristövastuun osa-alueilla ja on tutkittu jonkun verran. Halme ym. (2020) kokoavat yhteen viisi tekijää, jotka kirjallisuudessa nousevat esiin ja joilla voi olla vaikutusta yrityksen suoritustasoon. Nämä ovat ulkoinen paine, strateginen yritysvastuun johtaminen, operatiivinen yritysvastuun johtaminen, yritysvastuun johtamisjärjestelmien käyttö sekä yritysvastuun kytkeminen ydinliiketoimintaan. Samassa tutkimuksessa tultiin myös johtopäätökseen, että yrityksen ympäristöön kohdistuvan suorituskyvyn parantamiseksi yrityksen tulee hyödyntää sertifioitua ympäristöjärjestelmää tai vaihtoehtoisesti yrityksessä tulee olla vahva yritysvastuuorganisaatio sekä ympäristövastuu. Tutkimus paneutui myös niihin tekijöihin, jotka saattavat johtaa epäonnistumiseen yritysvastuun toteuttamisessa. Yleisimmin esiin noussut tekijä oli se, että ympäristövastuuta ei ole integroitu osaksi ydinliiketoimintaa.

#### 4.2 Yritysvastuu osana liiketoimintaa

Vastuullisuuden kytkeminen osaksi liiketoimintaa on erittäin tärkeää. Epstein ja Buchovac (2014, 25–26) tiivistävät syyt tärkeydelle neljään pääkohtaan.

1. Säännökset (Regulations)
2. Yhteiskuntasuhteet (Community relations)
3. Kustannukset ja taloudellinen välttämättömyys (Cost and revenue imperatives)
4. Yhteiskunnalliset ja moraaliset velvoitteet (Societal and moral obligations)

Lainsäädännön tai sidosryhmien eettisten ohjeiden (code of conduct) noudattamatta jättäminen voi aiheuttaa yritykselle kustannuksia suoraan kuluina tai välillisesti esimerkiksi maineen menetyksenä. Yrityksen toimintaa seurataan tänä päivänä tarkasti eri sidosryhmien toimesta. Asiakkaiden ja viranomaisten lisäksi tulee ylläpitää luottamusta myös suureen yleisöön ja kansalaisjärjestöihin eli saavuttaa niin sanottu ”lupa toimia” (licence to operate). Seuraukset luottamuksen menetyksestä voivat olla merkittäviä yrityksen maineelle ja sitä kautta tulokselle. Vastuullisuus voi myös luoda taloudellista lisäarvoa lisääntyneen myynnin tai pienentyneiden kulujen kautta. Koska yrityksillä yleensä on vaikutusta ympäristöön, yhteiskuntaan ja talouteen, on yrityksillä yhteiskunnallinen ja moraalinen velvollisuus toteuttaa yritysvastuuta. (Epstein & Buchovac 2014, 25–26.)

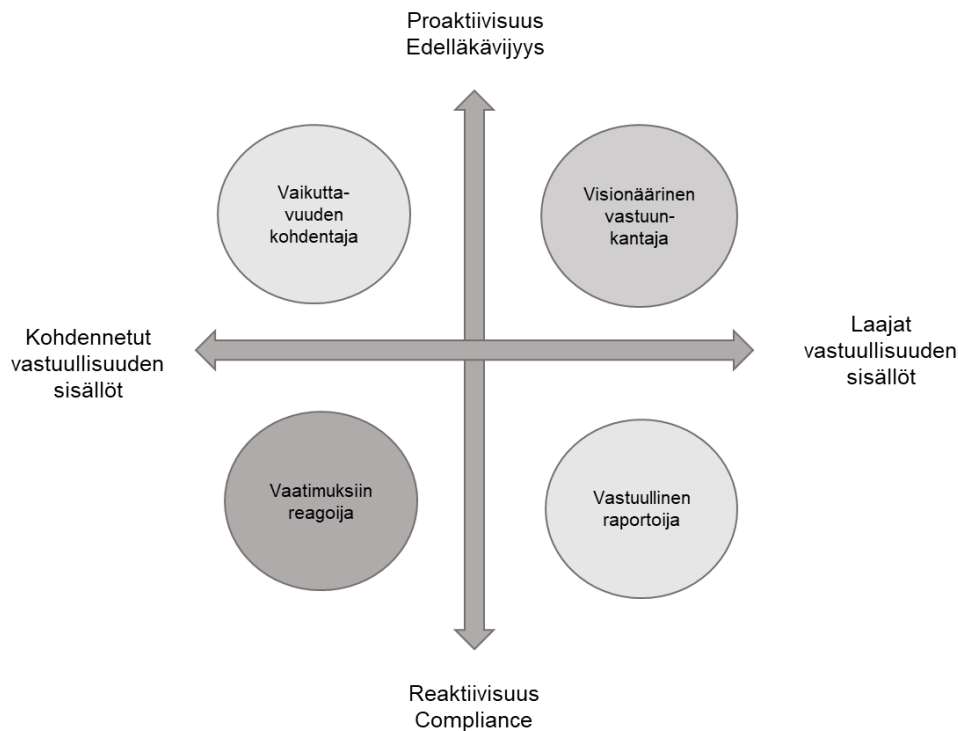
Strategisesta yritysvastuusta puhutaan silloin kun yritysvastuu nähdään osana yrityksen arvonluontia. Myös Porterin ja Kramerin ”shared value” -ajattelu voidaan nähdä strategisena lähtökohtana, jossa liiketoiminnallisilla ratkaisilla pyritään löytämään ratkaisu yhteiskunnalliseen ongelmaan (Juutinen 2016, 58.) Yrityksen arvonluontiin vastuullisuus voi vaikuttaa monella tavalla. Kassavirralla mitattuna asiakas voi maksaa esimerkiksi parempaa hintaa. Toisaalta yritysvastuun huomioiminen voi olla edellytys sille, että asiakas ylipäänsä ostaa yrityksen tuotteita tai palveluita. Kolmanneksi kustannussäästöjä voi syntyä mm. materiaali- ja resurssitehokkuuden parantuessa (Juutinen 2016, 72).

#### 4.2.1 Reaktiivinen ja proaktiivinen lähestymistapa

Vastuullisuuden erilaisia lähestymistapoja voidaan jakaa monella tavalla. Yksinkertaisimmillaan jako tehdään reaktiivisten ja proaktiivisten toimintamallien välillä, kuten tekee mm. Elinkeinoelämän keskusliitto (EK 2019). Reaktiivisessa toimintamallissa yritys pyrkii vastaamaan lainsäädännön sekä sidosryhmien odotuksiin ja vaatimuksiin. Tällöin vastuullisuudella ei yleensä ole strategista roolia, mutta yrityksellä on halu toimia oikein ja vastata siihen kohdistuviin odotuksiin. Tällainen määräysten täyttämiseen ja vaatimusten mukaisuuteen perustuva malli on Suomessakin vallitseva lähestymistapa (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019.)

Proaktiivisessa toimintamallissa yritys puolestaan näkee vastuullisuudessa mahdollisuuden uusiin liiketoimintamalleihin ja menestykseen. Proaktiiviset yritykset pyrkivät uusiin innovaatioihin, joilla voidaan vaikuttaa ympäristöön tai sosiaaliseen hyvinvointiin. Proaktiivisesti toimivassa yrityksessä vastuullisuus on usein näkyvässä roolissa yrityksen arvoissa ja johtamisessa.

Reaktiivinen ja proaktiivinen lähestymistapa voidaan jakaa edelleen neljään kenttään, Jakotapoja on useita ja tyypillistä on, että tässä vaiheessa mukaan tulee myös viestinnän rooli. EK:n luoman jaottelun mukaisesti reaktiivista toimintatapaa edustavat vaatimuksiin reagoijat sekä vaikuttavuuden kohdentajat ja proaktiivista tapaa toteuttavat vastuullinen raportoijat ja visionäärinen vastuunkantaja. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019)



Kuva 5. Vastuullisen yrityksen perustoimintamallit asenne ja fokus -akseleilla (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019).

Vastaavaa nelikenttää käyttää myös Juutinen kuvatessaan yritysvastuun toteuttamistapoja sen perusteella, miten yritysvastuuta johdetaan ja kuinka systemaattista toiminta ja viestintä yritysvastuusta on. Tässä jaottelussa erilaisia lähestymistapoja edustavat ”*kotisirkat, muurahaiset, riikinkukot sekä agility championit*”. (Juutinen 2016, 53.)

”Kotisirkkoiksi” kuvataan toimijoita, jotka eivät ole määrittäneet mitkä ovat yritykselle olennaisia vastuullisuuden osa-alueita tai mitä yritysvastuu yritykselle merkitsee. Tyypillisesti yritys tällöin reagoi sille esitettyyn kysymykseen olemassa olevan toiminnan pohjalta. Vaikka toimintamalli alun perin onkin saattanut edustaa vastuullista toimintaa, eivät ne välttämättä enää vastaa sidosryhmien nykyisiä odotuksia toiminnan vastuullisuudesta. ”Kotisirkkoille” on myös tyypillistä ”ainahan me olemme toimineet vastuullisesti” asenne ja valmius muutokseen ja kehitykseen tällaisella toimijalla on usein heikko.



”Riikinkukkoja” edustaa yritys, joka viestii aktiivisesti vastuullisuudesta ja käyttää sitä markkinoinnin välineenä, mutta asioita ei johdeta systemaattisesti. Teot ovat usein kampanjoita tai sponsorointia eikä yritykselle olennaisia asioita tai sidosryhmien näkemyksiä ole kartoitettu. Markkinointi ja viestintä muodostavat yrityksen vastuullisuusraportoinnin ja sillä pyritään antamaan yrityksestä miellyttävä kuva.

Kolmatta ryhmää kutsutaan ”muurahaisiksi”. Tämä ryhmä kantaa yritysvastuuta ja toteuttaa sitä operatiivisella tasolla ahkerasti. Tällaisella yrityksellä voi olla tavoitteena esimerkiksi yrityskulttuurin kehittäminen, mutta toimenpiteitä ei yhdistetä yritysvastuun alle. Siten myöskään tuloksista ei raportoida tai viestitä yritysvastuuna. Sidosryhmät eivät ole tietoisia kyseisen yrityksen yritysvastuun toteuttamisesta, jolloin yritys jää helposti myös paitsi yritysvastuun tuomista hyödyistä.

Yritysvastuuta liiketoiminnassaan systemaattisesti toteuttavia yrityksiä kuvataan termillä ”agility champions”. Näissä yrityksissä yritysvastuun johtamisella pyritään kilpailukyvyyn parantamiseen ja vastuullisuus on juurtunut toimintoihin. Yritysvastuusta viestitään ja sitä toteutetaan myös käytännössä. Vastuullisuuden johtaminen on tällaisilla yrityksillä osa riskien hallintaa (Juutinen 2016, 53–55).

#### 4.2.2 Hyötyihin perustuva lähestymistapa

Lähestyttäessä yritysvastuun toteuttamistapoja sen tuottamien hyötyjen kautta, jakavat aihetta tutkineet Halme ja Laurila tavat kolmeen kategoriaan, integrointi, innovointi ja hyväntekeväisyys (Liappis ym. 2019. 35). Integroidussa mallissa vastuullisuus on jalkautettu yrityksen toimintoihin. Innovoiva yritys muun muassa tuottaa ratkaisuja ympäristö- tai yhteiskunnallisiin ongelmiin. Sponsorointiin tai vapaaehtoistyöhön pohjautuvasta yritysvastuusta käytetään termiä hyväntekeväisyys.

Tätä vastaavaa jaottelua käyttää myös Rangan ym. (2015) artikkelissaan ”The truth about CSR” joka käsittelee näiden eri tasojen kytkeytymistä toisiinsa. Tässä jaottelussa ensimmäinen taso koostuu filantropiasta kuten hyväntekeväisyydestä. Toinen taso koostuu operatiivisista toimenpiteistä, jotka tähtäävät operatiivisen tehokkuuden parantamiseen. Kolmas taso puolestaan sisältää liiketoimintamallien uudistamisen siten, että ne itsessään auttavat ratkaisemaan sosiaalisia ja ympäristöön kohdistuvia haasteita. Toimenpiteitä tehdään usein näillä kaikilla tasoilla ja johtopäätöksenä he toteavat, että maksimoidakseen vaikutukset yrityksen tulisi pyrkiä varmistamaan, että eri tasoille tehtyt

toimet ovat linjassa toistensa kanssa. Myös he korostavat, että koordinoitu johdon tuki yritysvastuutyölle on kriittistä menestyksen kannalta.

#### 4.3 Yritysvastuun johtaminen

Vastuullisuustyö lähtee yleensä liikkeelle yritykseen sisältä tai ulkoa tulevasta tarpeesta ja odotuksista (Liappis ym. 2017, 188). Pk-yrityksissä yritysvastuun merkitys korostuu erityisesti osana suurten yritysten arvoketjua, jolloin yrityksen tulee sitoutua asiakasyrityksen asettamiin vastuullisuuskriteereihin (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 37).

Yritysvastuun periaatteiden ja politiikkojen määrittäminen on osa yritysvastuun johtamista. Yhteisesti hyväksytyt periaatteet ohjaavat jokaista päätöksenteossa, jolloin vaadittavan toiminnan tason ymmärtäminen ei jää yksittäisen henkilön näkemyksen varaan. Erityisen tärkeää tämä on alueilla tai toimintaympäristöissä, joilla ei ole erillistä lainsäädäntöä ja saatetaan toimia niin sanotulla harmaalla alueella (Juutinen 2016, 185). Viime kädessä yritysvastuussa on kyse siitä, millaisin keinoin ja toimintatavoin taloudellista kannattavuutta tavoitellaan (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 26). Yritysvastuuraportti on yksi konkreettinen työväline osoittaa ulkoisen ja sisäisen viestinnän avulla sitä, että johto on myös käytännön tasolla sitoutunut vastuullisuuteen (Niskala ym. 2019, 114).

Kirjallisuudessa ja tutkimuksissa ollaan hyvin yksimielisiä siitä, että vastuullisuutta tulee johtaa ylhäältäpäin. Johdon keskeinen rooli yritysvastuussa varmistaa, että organisaatiolla on riittävät resurssit ja että yritysvastuu on linjassa liiketoimintastrategiaan (Liappis ym. 2019, 165.) Pienissä ja keskisuurissa yrityksissä ei välttämättä ole erikseen ohjata resursseja yritysvastuuseen. Toisaalta merkittäviä lisäresursseja ei aina vaadita vaan tärkeää on avainasioiden sisäistäminen. Olennaista on ymmärrys oman toiminnan sosiaalisista ja ympäristövaikutuksista, sidosryhmien odotuksista sekä vastuullisuuteen kohdistuvista riskeistä huomioiden koko toimitusketju (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 37.)

Yritysvastuun johtamisen tavoitteena on liittää yritysvastuun periaatteet osaksi liiketoimintaa käytännössä. Kuten johtamisessa yleensä, myös yritysvastuun johtamisessa olennaisia tehtäviä ovat tavoitteiden asettaminen, toiminnan suunnittelu sekä seuranta ja arviointi. Toimintaa ohjaavat yrityksen strategia ja toimintaperiaatteet kuten vastuullisuusohjelma sekä eettiset periaatteet. Toiminnan suunnitteluvaiheessa määritetään toimenpiteet, resurssit sekä järjestelmät, joita toteutuksessa tarvitaan (Niskala ym. 2019, 114.) Niskala ym. näkevät myös, että yritysvastuun johtaminen koostuu siten neljästä

elementistä, jotka ovat: 1. Yritysvastuun sisällön ja strategian määrittäminen. 2. tarvittavien työkalujen käyttöönotto, vastuiden määrittely ja seuranta. 3. sitoutuminen yritysvastuuta tukevan kulttuurin rakentamiseen ja 4. sidosryhmävuorovaikutus (Niskala ym. 2019, 49). Onnistuakseen saavuttamaan yritysvastuun hyötyjä, yrityksellä tulee olla selkeä pitkän tähtäimen näkemys kunnianhimon tasosta, johon se vastuullisuudessa pyrkii (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 46).

Suorituskyvyn mittaaminen ja arviointi on erittäin tärkeässä roolissa vastuullisuusohjelman toteuttamisessa. Yrityksen vastuullisuustavoitteiden selkeä yksilöinti ja tavoitteiden asettaminen parantavat yrityksen yritysvastuun suorituskykyä ja auttavat kiinnittämään huomiota tärkeimpiin asioihin ja huolenaiheisiin. Lisäksi mittaaminen mm. mahdollistaa vertailun eri ajanjaksoilla, nostaa esiin kehityskohteita, lisää pyrkimystä kohti tavoitteita, antaa mahdollisuuden yritysten väliseen vertailuun sekä toimii palautetyökaluna henkilöstön motivoinnissa (Epstein & Buhovac, 2014, 144.) Yritysvastuun mittareita tulisi arvioida pitkällä aikavälillä. Monet mittarit eivät ole toimivia lyhyen aikavälin tarkasteluun. Mittareiden valinta tulisi siten tukea liiketoiminnan strategiaa eikä perustua siihen, että jollekin asialle löytyy mitattavat tavoitteet helposti. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 22.)

Perinteisessä liiketoimintamallissa yrityksen tavoitteena oli puhtaasti tuottaa voittoa omistajilleen. Sidosryhmiksi katsottiin tuolloin asiakkaat, toimittajat, työntekijät sekä sijoittajat. Sittemmin on ymmärretty, että yrityksen tulee kantaa vastuunsa kaikista toimintansa aiheuttamista vaikutuksista mukaan lukien ympäristö ja luonnonvarat (Kujala 2014.)

Perinteisen liiketoimintamallin rinnalle on noussut sidosryhmämallin mukainen ajattelutapa. Tämän R. Edward Freemanin 1980-luvulla luoman sidosryhmäteoriaan perustuvan mallin mukaan yritykset ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa hyvin moninaisten sidosryhmien kanssa ja yrityksen tulisi luoda arvoa kaikille sidosryhmilleen, ei ainoastaan osakkeenomistajilleen. Tämä ajatusmalli lähtee siis siitä, että yritys toimii välineenä luoda arvoa sidosryhmille. Sidosryhmien odotukset voivat myös poiketa merkittävästi toisistaan ja saattavat jopa olla keskenään ristiriitaisia. Sidosryhmävaateisiin vastaaminen voi johtaa vastakkainasetteluun ja yrityksen toiminnan kannalta onkin olennaista, että yritys ylläpitää molempia osapuolia hyödyttävää yhteistyötä (Kujala 2014.)

Yrityksen sidosryhmiä ovat ne tahot, jonka toiminnalla on tai voi olla vaikutusta yrityksen toimintaan ja vastaavasti ne, joiden toimintaan yrityksellä on tai voi olla vaikutusta. Vaikutukset voivat olla positiivista tai negatiivista. Yritysvastuun ydinasioita on sidosryhmien

vastuullisuuteen kohdistuvien odotusten tunnistaminen sekä niiden huomioon ottaminen toiminnassa (Juutinen 2019, 124–125.) Yritys määrittelee oman toimintansa kannalta keskeisimmät sidosryhmät ja ne voivat olla hyvinkin erilaiset eri yrityksillä (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 120). Tutkimuksella on myös osoitettu, että sidosryhmien huomiointi päätöksentekoprosessissa luo luottamusta ja lisää läpinäkyvyyttä sidosryhmien keskuudessa (Barcellos de Paula & Gil-Lafuente 2018)

Yrityksessä motiivina yritysvastuun edistämiseksi on usein riskienhallinta. Perinteisesti riskienhallintaa on tarkasteltu yrityksen omista lähtökohdista ja siitä, miten riskit vaikuttavat yrityksen toimintaympäristössä. Yritysvastuussa ajattelumalli on käännetty toisin päin ja arvioidaan yrityksen toiminnan vaikutuksia suhteessa sidosryhmiin, ympäristöön ja yhteiskuntaan (Liappis ym. 2019, 26.)

#### 4.4 Olennaisuuden periaate

Vastuullisuuteen ja vastuullisuusraportointiin liittyy olennaisuuden arviointi ja olennaisten asioiden tunnistaminen. Olennaisuusanalyysin tarkoituksena on vastuullisuusraportoinnissa määrittää, valita ja priorisoida ne asiat, joilla on suurin merkitys yrityksille ja sen sidosryhmille. Yrityksen sidosryhmiksi tunnistetaan ne tahot, joihin yritys voi toiminnallaan vaikuttaa tai ne, jotka omalla toiminnallaan voivat vaikuttaa yritykseen (Juutinen 2016, 124.) Sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi omistajat, asiakkaat, henkilöstö, rahoittajat, naapurusto, toimittajat, alihankkijat, edunvalvontajärjestöt ja media.

Se, mikä on olennaista, riippuu vahvasti siitä, kenelle tieto on suunnattu. Tilinpäätösraportoinnissa olennaisuus määrittyy usein rahoittajien ja sijoittajien näkökulmasta, kun taas yritysvastuuraportoinnissa tarkastellaan vaikutuksia laajemmin vaikutusten ja sidosryhmien näkökulmasta. (Niskala ym. 2010, 129). Tiedon voidaan siis katsoa olevan olennaista, mikäli sillä voi olla vaikutusta sidosryhmien tekemiin johtopäätöksiin yrityksen saavutuksista sekä mahdollisten rahoittajien arvioon yrityksen pitkän tähtäimen arvonnasta (Jørgensen ym. 2021).

Vastuullisuusraportointia ja olennaisuutta käsittelevässä tutkimuksessaan Jørgensen ym. (2021) käsittelevät olennaisuutta kahteen vastuullisuusraportoinnin viitekehykseen GRI standardiin sekä vastuullisten laskentastandardien luomiseen perustetun SASB:n (Sustainability Accounting Standards Board) standardiin peilaten. GRI standardin lähtökohtana on, että (oma käännös) ”olennaisia teemoja ovat ne suorat ja epäsuorat tekijät,

joilla on mahdollisuus luoda, säilyttää tai kuluttaa taloudellista, ympäristö- tai sosiaalista arvoa yritykselle itselleen, yrityksen sidosryhmille tai yhteiskunnalle laajemmin” (Global Reporting Initiative 2011, 3.) SASB puolestaan määrittää olennaisuuden (oma käännös) ”asioiksi, jotka todennäköisesti voivat vaikuttaa kyseisen alan yritysten taloudelliseen tilaan tai suorituskykyyn”. (SASB Standard, n.d.). Jälkimmäisessä näkökulma on siten talouteen nojaava ja vastaavasti ensimmäisen lähtökohtana on kestävän kehityksen periaatteet. Johtopäätöksenä tutkijat esittävät, että toisinaan on vaikea havaita, milloin jokin vastuullisuusaihe on talouden kannalta olennainen ja milloin ainoastaan GRI:n näkökulmasta. Kuitenkin molemmat näkökulmat koettiin tarpeellisiksi. Lisäksi tutkimuksen mukaan haasteita tuo saatavilla olevan tiedon vertailtavuus, ajankohtaisuus sekä tiedon varmentaminen.

Vastuullisuudesta raportoitaessa pätee olennaisuusperiaate riippumatta siitä, mitä viitekehystä raportoinnissa mahdollisesti noudatetaan. Toimenpiteiden suunnittelu ja raportointi on jatkuvaa priorisointia siitä, mitä tehdään, mitä mittareita valitaan toimintaa kuvaamaan ja mitä tietoja julkaistaan (Jörgensen ym. 2021)

Olennaisten asioiden tunnistamista voidaan tehdä monella eri tavalla. Yksinkertaisimmillaan jaottelu voidaan tehdä tärkeisiin asioihin ja vähemmän tärkeisiin asioihin. Yleisesti käytössä oleva menetelmä on olennaisuusmatriisi. Olennaisuuden arviointi ottaa huomioon sidosryhmien näkökulmat sekä toimijan merkittävimmät taloudelliset, sosiaaliset sekä ympäristövaikutukset (Kurittu 2018, 31.) Olennaisuutta voidaan arvioida eri näkökulmista, mutta tulee huomioida, että kyse on yrityksen vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan ja ympäristöön, ei yrityksen itsensä toimintaan. Tässä työssä keskitytään sidosryhmistä yhteen eli asiakkaaseen.

#### 4.5 Raportointi ja viestintä

Vaikka vastuullisuudesta raportointi ja viestintä eivät ole tämän tutkimuksen ydinkysymyksiä, on myös tätä aihetta hyvä käsitellä osana sidosryhmien odotuksien sekä olennaisten asioiden selvittämistä. Tämän tutkimuksen tuloksena syntynyt olennaisuusmatriisi yhdessä GRI standardin ja yrityksen vastuullisuusohjelman kanssa voivat toimia ohjaavina tekijöinä yrityksen vastuullisuusraportoinnissa.

Vastuullisuusraportointi on osa vastuullisuusviestintää. Ohjaavina periaatteina toimivat olennaisuus, oikeellisuus ja vertailukelpoisuus (Liappis ym. 2019, 225). Kuten

olennaisten asioiden tunnistamista käsittelevässä osiossa aiemmin todettiin, on olennaisuus sidoksissa kohderyhmään. Se, mikä potentiaaliselle rahoittajalle on olennainen tieto, ei välttämättä ole sitä asiakkaalle tai henkilöstölle.

Olennaisuusperiaatetta käsiteltiin aikaisemmin kohdassa 4.4. Yleinen tapa olennaisten asioiden kuvaamiseen vastuullisuusraportoinnissa on GRI:n olennaisuusmääritelmän mukaisesti matriisilla, jossa X-akseli kuvaa aiheen merkitystä raportoivan yrityksen ympäristö-, sosiaalisten tai taloudellisten vaikutusten kannalta ja Y-akseli vaikutusta sidosryhmien arvioihin ja päätöksiin. Olennaisuusperiaatetta noudattaen raportin tulisi viestiä organisaation merkittävistä, positiivisista ja negatiivisista vaikutuksista ja sisältää aiheet, jotka vaikuttava olennaisesti sidosryhmien arvioihin ja päätöksentekoon (Kurittu 2018.) Muut vastuullisuusraportointia ohjaavat periaatteet olennaisuuden lisäksi ovat oikeellisuus ja vertailukelpoisuus.

Vastuullisuusraportoinnin tarkoituksena on antaa tasapainoinen ja riittävä kuva yrityksen vastuullisuustyöstä ja kehityksestä. Sen avulla pyritään viestimään siitä, mitä yritys tavoittelee ja mitä se on saanut aikaan. Raportoinnilla voidaan tavoitella yrityksen maineen nousua, riskienhallintaa tai ylipäänsä toiminnan kehittymistä ja siten on merkityksellistä, miten raportoinnilla onnistutaan kertomaan vastaanottajalle oikeista asioista ja oikealla tavalla (Kurittu 2018, 7).

Vastuullisuusraportoinnin tueksi on olemassa erilaisia viitekehyksiä ja ohjeistuksia, joilla pyritään lisäämään raportoinnin määrämuotoisuutta ja vertailtavuutta. Tässä työssä viitekehykseksi on valittu yritysvastuutietojen vapaaehtoiseen raportointiin perustuva GRI standardi, joka esiteltiin aiemmin kohdassa 3.2.

## 5 TUTKIMUSASETELMA JA TAVOITTEET

Tutkimuksen tarkoitus on selvittää yrityksen valitun asiakasryhmän näkemyksiä eri vastuullisuusteemojen tärkeydestä sekä vaikutuksesta päätöksentekoon. Tutkimuksen teoreettisena viitekehyksenä toimii ESG jaotteluun perustuva vastuullisuusraportoinnin malli, johon myös tutkimuksessa viitekehyksenä toimiva GRI standardi perustuu.

Tutkimuksen lähtökohtana on työn teettäjän eli case-yrityksen tarpeet. Aihe on erittäin ajankohtainen vastuullisuuden kasvattaessa jatkuvasti merkitystä sekä asiakkaiden että rahoittajien päätöksenteossa. Resurssit Pk-yrityksessä ovat rajalliset, kun puhutaan vastuullisuusraportoinnista ja -viestinnästä. Tästä syystä on erittäin tärkeää ymmärtää sidosryhmien odotuksia, jotta vastuullisteemoja osataan käsitellä liiketoimintaa tukevalla tavalla ja panostaa ja ohjata resurssit oikeisiin asioihin.

Tutkimuksen case-yrityksenä toimi suomalainen kuitupohjaisia pakkauksia valmistava pk-yritys. Tutkimuksen tarkoituksena oli perehtyä yritysvastuuseen kohdistuvaan ohjaukseen sekä määrittää yrityksen kannalta olennaiset vastuullisuusteemat huomioiden sekä valitun sidosryhmän odotukset sekä yrityksen oman liiketoiminnan tavoitteet. Sidosryhmänäkökulmaksi valittiin siten asiakasnäkökulma. Tutkimuksessa pyrittiin myös kartoittamaan valituista vastuullisuusteemoista ne, jotka vaikuttavat asiakkaan osto- tai hankintapäätökseen.

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, jonka tuloksia hyödynnetään yrityksen kehittämistoiminnassa. Kyseessä on siten tutkimuksellinen kehittämistoiminta, jonka pyrkimyksenä on, tutkimuksellisia menetelmiä hyödyntäen, tuottaa tietoa yrityksen toimintaympäristöstä päätöksenteon tueksi. Ensisijainen tarkoitus on saada tutkimuksen avulla selville yritykseen kohdistuvia odotuksia ja siten auttaa yritystä riskienhallinnassa sekä sidosryhmien odotusten täyttämisessä. Kehittämistoimintaa ohjaa yrityksen tarpeet sekä käytävissä olevat resurssit.

Lähestymistapa tutkimukseen on kehittävä ja tulosten käyttökelpoisuus on tärkeä tekijä tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa. Tuloksia voidaan hyödyntää yrityksen vastuullisuusohjelman päivityksessä sekä vastuullisuusraportoinnissa ja viestinnässä. Tulosten avulla voidaan myös ennakoida ja varautua mahdollisiin riskeihin.

Olennaisten vastuullisuusteemojen selvittäminen valikoitui tutkimuksen aiheeksi, kun yrityksessä oli tunnistettu tarve vastuullisuusasioiden aiempaa systemaattisempaan mittaamiseen, raportointiin sekä viestintään. Asiakkaat osoittivat kiinnostusta aihetta kohtaan ja erilaisiin kyselyihin vastattaessa havaittiin, että tarvittavat tiedot ovat hajallaan eikä kokonaiskuvaa yrityksen nykytilasta vastuullisuuden osalta ole saatavilla. Koettiin, että kyselyihin sisältyy myös paljon case-yrityksen kannalta epäolennaisia asioita ja olennaiset asiat haluttiin saada esiin laajasta kokonaisuudesta.

Yrityksen asiakaskunnassa on monen kokoisia yrityksiä, joista vain osa viestii tai raportoi vastuullisuudesta siten, että tämän avulla olisi mahdollista luoda kokonaiskuvaa siitä, mikä juuri pakkausten kannalta on olennaista. Tämän perusteella tutkimusmenetelmäksi valittiin kyselytutkimus, koska sen koettiin olevan luotettavin tapa selvittää asiakkaan odotuksia. Yhdistämällä tutkimuksen tulokset case-yrityksen johdon näkemyksiin samoista teemoista, luotiin olennaisuusmatriisi, joka huomioi sekä sidosryhmän että yrityksen näkemykset siitä, mitkä vastuullisuusteemat ovat olennaisimpia yrityksen liiketoiminnan sekä asiakasodotusten täyttymisen kannalta.

Kyselytutkimuksella pyrittiin saamaan selville, miten eri vastuullisuusteemat asettuvat tärkeysjärjestykseen valitussa sidosryhmässä ja mitkä vastuullisuusteemat vaikuttavat osto- ja hankintapäätöksen tekemiseen. Tutkimuksen kohteena on yrityksen asiakkaat ja siitä valittu kohderyhmä.

#### Tutkimuskysymykset

1. Mitkä ovat asiakkaiden kannalta tärkeimmät vastuullisuuden osa-alueet?
2. Mitkä vastuullisuuden osa-alueet vaikuttavat asiakkaan osto- ja hankintapäätöksiin?
3. Miten asiakasyrityksen toimiala vaikuttaa painotuksiin?
4. Miten asiakasyrityksen koko vaikuttaa painotuksiin?
5. Raportoiko ko. asiakasyritys itse vastuullisuudesta ja onko sillä vaikutusta painotuksiin?
6. Mitkä ovat case-yrityksen johdon mielestä yrityksen liiketoiminnan kannalta olennaisimmat vastuullisuuden osa-alueet?

Tutkimuksen viitekehyksenä toimii GRI-standardi ja siitä erityisesti ympäristövastuisiin liittyvät osa-alueet. Tutkimuksessa käsitellään myös muita teemoja, mutta ympäristövastuun teemat edustavat puolta kyselytutkimuksessa käsitellyistä teemoista.



Yrityksen tavoitteena ei lähtökohtaisesti ole vastuullisuusraportointi GRI -standardin mukaisesti, mutta standardi tarjoaa hyvän ja vertailukelpoisen viitekehyksen vastuullisuuden osa-alueista.

### 5.1 Tutkimuksen rajaus

Tutkimuksessa haluttiin selvittää rajatun asiakasryhmän näkemys eri vastuullisuusteemoista. Lisäksi haluttiin selvittää vaikuttaako arvotukseen yrityksen koko, toimiala tai yrityksen oma vastuullisuusraportointi. Nämä toimivat kyselytutkimuksessa normaalimuuttujina. Nykyisessä yrityksen vastuullisuusohjelman laadinnassa on sidosryhmien tunnistamisen kautta otettu vastuullisuuden lähtökohdiksi alla kuvassa 6 esitetyt teemat. Näiden teemojen alle asettuvat myös asiakaskyselyyn valitut vastuullisuusteemat.



Kuva 6. Vastuullisuuden lähtökohdat, Case-yrityksen toimintaympäristö (Case-yrityksen vastuullisuusohjelma 2023-2025)

### 5.2 Käytetyt menetelmät

Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta, jossa tutkimusaineisto kerättiin kyselyn avulla. Määrälliselle tutkimukselle on ominaista tulosten käsittely numeerisessa muodossa. Tutkimuksen otanta määritettiin tilaajayrityksen

tarpeiden mukaisesti siten, että otantaan mukaan ottaminen perustui tammikuun ja syyskuun 2022 aikaiseen myyntiin kyseiselle asiakkaalle. Kysely toteutettiin sähköpostikyselynä ja kysely oli kaikille sama. Kysely sisälsi sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Kyselylomakkeen kysymykset ovat liitteenä 1.

### 5.2.1 Asiakaskyselyn suunnittelu

Otannan perustana eli perusjoukkona toimi yrityksen tammi-syyskuun 2022 aikaisen myynnin mukaiseen järjestykseen laitettu asiakasluettelo. Tästä luettelosta valittiin kokonaisotantana suurimmasta alkaen yritykset, jotka yhdessä kattoivat 75 % yrityksen myynnistä kyseisellä aikajaksolla. Otannan suunnittelussa pyrittiin varmistamaan, että otanta kattaa riittävän suuren osan case -yrityksen myynnistä ja otannassa on mukana eri toimialojen yrityksiä vähintään 3 kultakin toimialalta.

- Elintarviketeollisuus
- Muu teollisuus
- Kauppa ja logistiikka

Otoksen kooksi muodostui 38 yritystä. Kyseessä on siten perusteltu harkinnanvarainen näyte, koska tutkimuksessa ei pyritä yleistämään tuloksia suurempaan perusjoukkoon, vaan pyrkimyksenä on selvittää suurimpien asiakkaiden näkemyksiä valitusta aiheesta.

Kyselylomakkeen suunnittelu aloitettiin luomalla käsitekartta (kuva 7) soveltaen GRI standardia sekä huomioiden tilaajayrityksen vastuullisuusohjelma. Käsitekartan avulla purettiin yleisen tason vastuullisuusteemat, ympäristövastuu, sosiaalinen vastuu ja taloudellinen vastuu pienemmiksi asiakokonaisuuksiksi huomioiden yrityksen vastuullisuusohjelmassa esiin nostetut vastuullisuuden lähtökohdat (kuva 6). Käsitekartassa suurempi painotus annettiin ympäristövastuulle, jossa kaikki GRI standardin teemat otettiin huomioon kysymyksiä laatiessa. Sosiaalisen ja taloudellisen vastuun teemoista valittiin vain ne, jotka yrityksen toimintaympäristö, sekä valittu kyselyn kohderyhmä huomioiden, koettiin yrityksen liiketoiminnan kannalta merkityksellisimmäksi. Näin saatiin kysely myös kokonaisuudessaan painottumaan ympäristövastuun teemoihin.



Kuva 7. GRI-standardia mukaileva käsitekartta.

Kysely jaettiin kolmeen osioon. Ensimmäisessä osioissa selvitettiin asiakasyrityksen näkemyksiä case -yrityksen vastuullisuudesta kyselyhetkellä. Tulokset esitellään lyhyesti tässä tutkimusraportissa, mutta varsinaiset tutkimuskysymykset ovat kyselyn osioissa 2. Kysymykset osiossa 2 yksilöitiin yllä mainitun käsitekartan mukaisesti siten, että jokainen kysymys voidaan arvioida aiheen tärkeyden mukaan. Osio 2 jaettiin vielä kahteen pääteemaan ympäristövastuu sekä sosiaalinen ja taloudellinen vastuu. Molemmille teemoille oli lyhyt johdanto. Ympäristövastuuseen liittyvissä kysymyksissä pyydettiin vastaajaa miettimään teemoja juuri pakkausten kannalta.

Arviointiasteikoksi valittiin sovellettu Osgoodin asteikko, jossa toinen ääripää on ”ei lainkaan tärkeää” ja toinen ääripää ”erittäin tärkeää”. Asteikosta tehtiin kuusiportainen (0-5). Asteikon valinta perustui siihen, että keskimmäistä vaihtoehtoa ei haluttu. Tällöin

vastaaja joutuu jokaisen kysymyksen kohdalla kallistumaan jompaankumpaan suuntaan eli onko asia vastaajayrityksen näkökulmasta enemmän vai vähemmän tärkeää. Kysymyksiä ei voinut ohittaa vaan jokaiseen kysymykseen tuli vastata. Lisäksi kysyttiin monivalintakysymyksenä, mitkä aiheista vaikuttavat päätöksentekoon hankinta- tai ostopäätöstä tehtäessä. Tässä vastaaja sai valita kaikki haluamansa vaihtoehdot ja eikä vastaaminen ollut pakollista.

Kyselyn kolmas osio sisälsi taustakysymykset, joiden mukaan tuloksia käsiteltiin. Taus-tamuuttujiksi valittiin yrityksen liikevaihto, henkilöstömäärä, onko yritys osa isompaa konsernia, mikä on yrityksen toimiala ja raportoiko yritys itse vastuullisuudesta. Taustakysymykset toteutettiin avoimina kysymyksinä, joista osa oli pakollisia. Pakollisina tietoina kerättiin yrityksen nimi, vastaajan nimi, tieto siitä, raportoiko yritys omasta vastuullisuustyöstään sekä kuuluuko yritys osaksi kansainvälistä konsernia. Lopussa annettiin vastaajalle mahdollisuus myös avoimeen palautteeseen.

Kyselylomake luotiin GoogleForms -työkalulla. Kysymysten muotoilussa kiinnitettiin erityistä huomiota siihen, että kysymys olisi yksiselitteinen ja ymmärrettävä. Lomakkeen testaus toteutettiin yrityksen sisällä kolmen henkilön toimesta. Samalla arvioitiin vastaamisen kuluva aikaa. Kysely viimeisteltiin saadun palautteen pohjalta. Viimeistellystä kyselystä tehtiin myös käännös englanniksi ja englanninkielinen lomake ja käännöksen oikeellisuus ja selkeys testattiin yhdellä henkilöllä yrityksen sisällä.

### 5.2.2 Asiakaskyselyn toteuttaminen

Asiakaskysely toteutettiin aikavälillä 15.2.-14.3.2023. Yhden asiakkaan toimitussopimus ei ollut enää voimassa kyselyä toteutettaessa ja jätettiin siten otannan ulkopuolelle. Kysely lähetettiin 37:lle yritykselle.

Alun perin vastauksia pyydettiin 28.2.2023 mennessä, mutta vastausaikaa jatkettiin, jotta vastauksia saataisiin enemmän. Niille, jotka eivät olleet vastanneet kyselyyn lähetettiin muistutus 24.2.2023. Alkuperäisen vastausajan umpeuduttua lähetettiin vielä henkilökohtainen sähköposti 7.3. 2023, jossa kerrottiin uudesta määräajasta.

Kysely lähetettiin yhdelle henkilölle kussakin yrityksessä vaikka kyseessä olisi konserni. Saatekirjeessä huomioitiin, että GoogleForms lomakkeen täyttö ei kaikille välttämättä ole mahdollista ja tarjottiin mahdollisuutta vastata myös sähköpostitse. (Saatekirje liitteenä

2). Saatekirjeessä myös kerrottiin, että kyselyn voi ohjata organisaatiossa eteenpäin, mikäli viestin vastaanottaja ei koe olevansa oikea henkilö vastaamaan kyselyyn.

Vastausajan päätyttyä kysely suljettiin, jolloin kyselyyn ei päässyt enää vastaamaan. Kyselyyn saatiin 22 vastausta. Kysely toteutettiin sekä suomenkielisellä että englanninkielisellä kyselylomakkeella.

### 5.2.3 Kysely tilaajayrityksen johdolle

Asiakaskyselyn osiot 2 ja 3, joissa arvioitiin eri vastuullisuusteemojen tärkeyttä, toimitettiin case-yrityksen johtoryhmälle. Johtoryhmältä pyydettiin arvioita kunkin vastuullisuusteeman tärkeydestä yrityksen strategian, arvojen sekä liiketoiminnan kannalta. Johtoryhmälle annettiin vapaus päättää vastaavatko he kyselyyn kukin erikseen vai yhdessä johtoryhmänä. Kyselyyn tuli yksi vastaus, joka siten edustaa case-yrityksen näkemystä.

### 5.2.4 Tulosten käsittely

GoogleForms työkalu kokoaa tulokset automaattisesti GoogleSheet muotoon havaintomatriisiksi. GoogleSheetistä tiedot siirrettiin MsExcel-ohjelmaan ja samalla yhdistettiin suomenkielisen ja englanninkielisen kyselyn tulokset. Vastaukset numeroitiin saapumisjärjestyksen mukaisesti suomenkieliset ensin ja englanninkieliset jatkoksi. Havaintomatriisista tarkastettaessa kävi ilmi, että yhdestä yrityksestä oli vastannut kaksi eri henkilöä. Koska tämä olisi antanut yhden yrityksen vastauksille muita enemmän painoarvoa, poistettiin toisen vastaajan tiedot havainnoista. Kyseisen yrityksen osalta tutkimukseen otettiin mukaan vastaukset siltä henkilöltä, jolle kysely oli alun perin lähetetty. Kyseinen vastaaja edusti myös yrityksen ylintä johtoa ja arvioitiin siten kuvaavan parhaiten yrityksen näkemystä.

Kysely sisälsi monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä ja sekamuotoisia kysymyksiä. Osiossa 2 kysyttiin vastaajan näkemystä kunkin vastuullisuusteeman tärkeyteen arviointiasteikolla 0-5. Lisäksi näistä samoista teemoista tuli valita listalta ne, jotka vastaajayrityksessä vaikuttavat hankinta- tai ostopäätökseen. Nämä vastaukset tulivat havaintomatriisiin listana, josta ne purettiin taulukkoon omiin soluihin. Asiakaskyselyn tulosten keskiarvot sekä case-yrityksen johtoryhmän näkemykset koottiin samaan taulukkoon olennaisuusmatriisin piirtämistä varten.

Kyselyn vastausprosentti oli 59,5 %. Myyntinä mitattuna tämä kattoi 42,0 % kokonaismyynnistä valitulla aikavälillä. Huomionarvoista on, että kolme myynnillä mitattuna suurinta asiakasta ei vastannut kyselyyn. Nämä kolme yritystä edustavat n. neljänneistä yrityksen myynnistä.

#### 5.2.5 Olennaisuusanalyysi

Olennaisuusanalyysi perustui asiakassidosryhmän kyselyssä antamiin arvioihin eri vastuullisuusteemojen tärkeydestä sekä yrityksen johdon näkemyksestä samojen teemojen tärkeydestä yrityksen liiketoiminnan kannalta. Matriisin avulla pyrittiin visuaalisesti kuvaamaan eri vastuullisuusteemojen välisiä tärkeyseroja. Se, mikä yrityksen liiketoiminnan kannalta voi olla hyvinkin olennaista ei välttämättä ole sitä sidosryhmän kannalta. Ja vastaavasti toisin päin. Yrityksen tulee kuitenkin ottaa huomioon sidosryhmien odotukset myös niissä asioissa, jotka eivät välttämättä ole yrityksen oman liiketoiminnan kannalta tärkeimpiä.

Olennaisuusanalyysin tekemisessä hyödynnettiin myös yrityksen laatimaa vastuullisuusohjelmaa, jonka yhteydessä toteutettiin sidosryhmäkysely henkilöstölle. Analyysi suoritettiin tutkimuksen tekijän toimesta ilman toimeksiantajayrityksen johtoryhmän osallistumista.

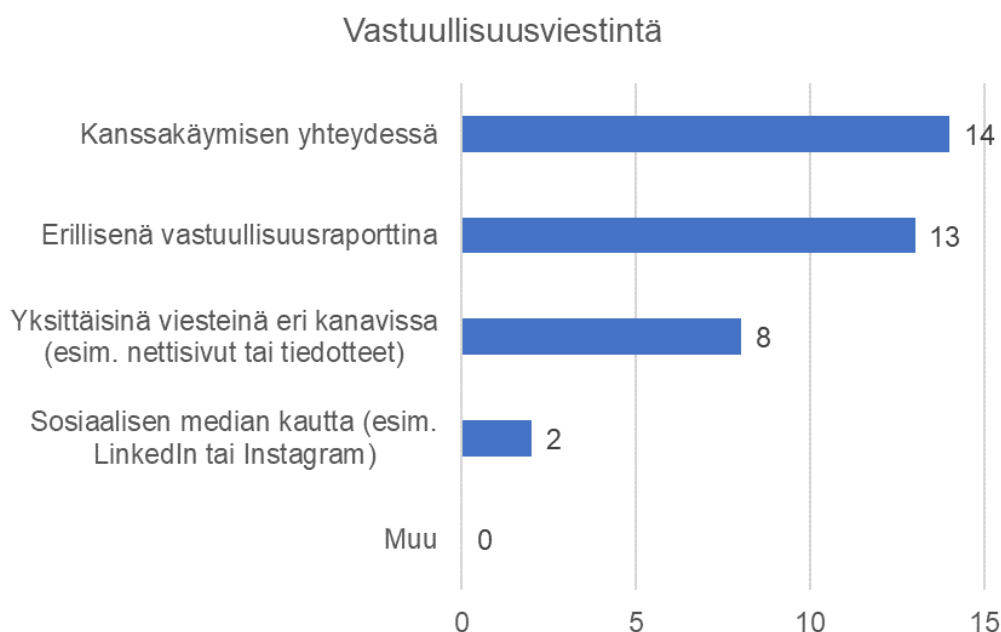
## 6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 6.1 Asiakaskyselyn tulokset

Asiakaskysely koostui useasta osiosta. Ensimmäisessä osiossa selvitettiin mitä mieltä vastaaja on tällä hetkellä case-yrityksen vastuullisuudesta, miten he kokevat saavansa tietoa yrityksen vastuullisuustyöstä ja millä keinoin he haluaisivat tietoa saada. Toisessa ja kolmannessa osiossa pyrittiin selvittämään vastaajayrityksen näkemyksiä eri vastuullisuusteemojen tärkeydestä sekä mitkä teemat mahdollisesti vaikuttavat yrityksen ostotai hankintapäätökseen. Viimeinen osio sisältää taustakysymyksiä, joiden perusteella vastauksista pyrittiin tekemään johtopäätöksiä yrityksen toimialan ja koon vaikutuksesta tuloksiin.

Case-yrityksen vastuullisuudesta annettiin kyselyssä keskiarvoisesti arvosanaksi 3,45 asteikolla 0-5. Vastausten mediaani oli 3 ja arviot vaihtelivat arvosanojen 2 ja 5. välillä. Vaihteluväli oli siten melko suuri. Kysyttäessä, miten tärkeänä pidetään sitä, että case-yritys toimii vastuullisesti, saatiin tulokseksi 4,73. Kaikki vastaajat antoivat arvion 4 tai 5 eli vastuullisuus koetaan tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi. Samanaikaisesti vastaajat kokivat saavansa tietoa vastuullisuustyöstä arvosanan 3,00 mukaisesti. Tässä kysymyksessä vaihteluväli oli suuri ja yksi vastaajista koki, ettei saa tietoa lainkaan.

Kolmas ja jatkon kannalta mielenkiintoisin kysymys koski sitä, miten case-yrityksen vastuullisuustyöstä halutaan saada tietoa. Tässä kysymyksessä oli ennalta annetut vaihtoehdot sekä avoin vaihtoehto ”muu”. Vastaaja pystyi valitsemaan listasta kaikki haluamansa vaihtoehdot. Viestintää koskevassa kysymyksessä erottui selkeästi kaksi suosituinta vaihtoehtoa. Eniten kaivattiin tietoa kanssakäymisen yhteydessä sekä erillisenä vastuullisuusraporttina. Sosiaalisen median kautta kaipasi tietoa ainoastaan 2 vastaajaa. Avoimeen kysymykseen muista mahdollisista keinoista ei tullut vastauksia.



Kuva 8. Vastausten jakauma toivottujen vastuullisuusviestinnän keinojen välillä.

Kyselyn toinen ja kolmas osio käsittelivät GRI standardista mukailtuna eri vastuullisuus-teemoja siten, että painopiste oli ympäristövastuun osa-alueella. Ympäristövastuusiin kohdistuvia aiheita oli 19, sosiaaliseen vastuuseen 12 ja taloudelliseen vastuuseen 6. (Asiakaskyselyn kysymykset liitteenä 1). Näin yli puolet aiheista koski ympäristövas-tuuta, mikä tuo tuloksia kokonaisuudessaan tarkasteltuna ympäristöteemoille isomman painoarvon. Tulosten kokonaistarkastelun lisäksi on perustelua käsitellä kukin osa-alue myös erikseen.

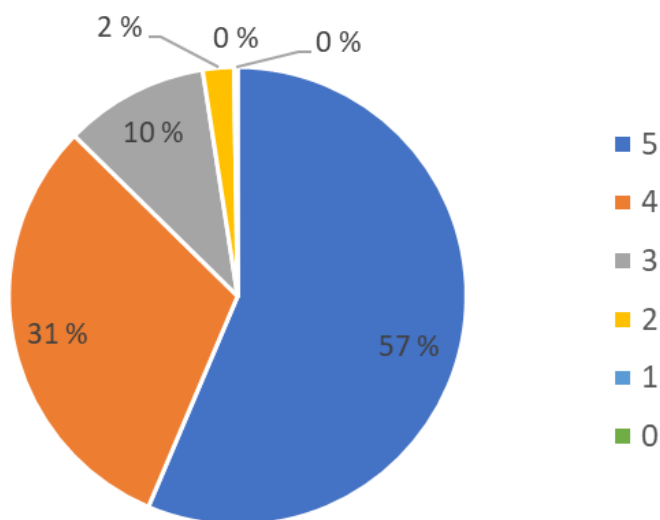
Katsottaessa tuloksia kokonaisuudessaan, pidettiin kaikkia vastuullisuuden osa-alueita tärkeinä, mistä kertoo se, että vain n. 2,5 % kaikista annetuista arvioista sijoittuvat arviointiasteikon alempaan puolikkaaseen 0-2 eli koettiin vähemmän tärkeäksi. Kaikkien vastausten keskiarvo oli 4,41. Ympäristövastuun osalta vastaava luku oli 4,37, sosiaali-sen vastuun 4,36 ja taloudellisen vastuun 4,61. Tärkeimmiksi koettujen asioiden määrit-tämiseksi onkin siten tarpeen käsitellä keskiarvojen lisäksi myös muita tekijöitä. Keskiar-von lisäksi laskettiin tuloksista mm. keskihajonta, mediaani, eri arvosanojen osuudet sekä vaihteluväli. Näitä tekijöitä yhdistelemällä saatiin tutkimusaineistosta nostettua esiin tuloksia vastuullisuusteemojen tärkeydestä kyselyyn osallistuneiden mielestä. Seuraa-vassa käsitellään tuloksia tarkemmin jaoteltuna ympäristövastuun, sosiaalisen vastuun sekä taloudellisen vastuun osa-alueisiin.



### 6.1.1 Tärkeiden asioiden määrittäminen

Asiakaskyselyn tulokset osoittivat, että kaikkia vastuullisuuden osa-alueita pidetään tärkeinä eikä isoja eroja ole havaittavissa. Kaikista aihealueista suurimman ja pienimmän tärkeyden keskiarvojen välillä on eroa ainoastaan 1,27 suurimman ollessa 4,91 ja pienimmän 3,64. Yli 87 % vastauksista oli arvosanoja 4 tai 5. Arvosanoja 0 tai 1 oli vain yksi kappale kutakin. Kuvaajasta (kuva 9) ilmenee kunkin arvosanan osuus kaikista arvioista.

Tärkeysarvioiden jakautuminen asteikolle 0-5



Kuva 9. Kaikkien tärkeysarvioiden jakautuminen eri arvioiden välillä.

Tulosten keskiarvojen perusteella on siten vaikea tehdä eroja aiheiden välillä ja siksi vertailussa käytettiin myös vastausten jakaumaa eri arvioihin. Suuri vaihteluluku kertoo siitä, että vastaajarytysten näkemykset voivat poiketa suuresti toisistaan. Toisaalta mikäli keskihajonta on saman-aikaisesti pieni, kertoo se siitä, että yksittäinen muista poikkeava vastaus saattaa kasvattaa vaihteluvälin. Tällaisessa tapauksessa on siis syytä tarkastella kokonaisuutta, eikä vetää johtopäätöksiä yksittäisestä luvusta. Seuraavassa käsitellään kyselyn tuloksia jaettuna pääteemoihin eli ympäristövastuuseen, sosiaaliin ja taloudelliseen vastuuseen tarkoituksena löytää vastauksista erottuvat tärkeimmiksi koetut asiat.

## Ympäristövastuu

Ympäristövastuun kysymykset jakautuivat GRI standardia mukaillen seuraaviin aihepiireihin

- materiaalin käyttö
- energia ja vesi
- päästöt, jätteet ja luonnon monimuotoisuus
- sidosryhmät ja toimitusketju

Taulukkoon 1 on koottu ympäristövastuun kysymysten tulokset keskiarvon mukaisesti järjestettynä. Havainnollisuuden parantamiseksi vihreällä pohjalla on merkitty yli 4,5 keskiarvon saaneet sekä aiheet, joiden saamien 4 tai 5 arvosanojen osuus on yli 90 %. Vastaavasti punaisella on merkitty alle 4,0 keskiarvot sekä alle 75 % arvosanan 4 tai 5 saaneet. Huomionarvoista on, että kaikki ympäristövastuun osa-alueet koettiin tärkeiksi ja 97 % annetuista arvioista oli välillä 3-5.

Taulukko 1. Arviot ympäristövastuun osa-alueiden tärkeydestä (N=22)

	Keski- arvo	Keski- hajonta	Medi- aani	Moodi	Vaihtelu	Arvioiden 4 ja 5 osuus
Ympäristönsuojelua koskevan lainsäädännön vaatimusten täyttyminen	4,77	0,11	5	5	2	95 %
Materiaalin kierrätettävyys	4,64	0,14	5	5	2	91 %
Materiaalin alkuperä	4,64	0,12	5	5	2	95 %
Tuotteiden ympäristöystävällisyys	4,64	0,12	5	5	2	95 %
Ympäristövastuun toteutumisen seuranta toimitusketjussa	4,64	0,12	5	5	2	95 %
Toiminnasta syntyvien jätteiden lajittelu	4,55	0,13	5	5	2	95 %
Materiaalihukan vähentäminen	4,45	0,17	5	5	3	91 %
Kiertotalouden ratkaisujen edistäminen	4,36	0,17	4,5	5	3	91 %
Toiminnasta syntyvän jätteen määrä	4,36	0,17	5	5	2	82 %
Tuotteiden hiilijalanjälki	4,32	0,17	4	5	3	91 %
Yrityksen toiminnan ja tuotteiden vaikutus luonnon monimuotoisuuteen	4,32	0,19	5	5	3	82 %
Sertifioitu ympäristöjärjestelmä	4,32	0,17	4	5	3	91 %
Sertifioitu puun alkuperäjärjestelmä (FSC tai PEFC)	4,32	0,14	4	4	2	91 %
Yrityksen energiankulutuksen vähentäminen	4,27	0,21	5	5	3	73 %
Yrityksen energiatehokkuuden parantaminen	4,23	0,20	4,5	5	3	77 %
Tuotteen energiatehokkuuden parantaminen	4,23	0,19	4	5	3	82 %
Yrityksen toiminnan hiilijalanjälki	4,14	0,18	4	4	3	82 %
Kierrätysmateriaalin osuus käytetystä materiaalista	3,95	0,23	4	5	4	73 %
Veden käytön vähentäminen	3,95	0,21	4	5	3	68 %

Ympäristövastuun osa-alueella yleisin arvio tärkeydestä eli moodi oli 5. Suurimman keskiarvon saavutti eli tärkeimmiksi asioiksi koettiin ympäristösuojelua koskevan lainsäädännön vaatimusten täytyminen, materiaalin kierrätettävyys, materiaalin alkuperä, tuotteiden ympäristöystävällisyys, ympäristövastuun toteutuminen toimitusketjussa sekä toiminnasta syntyvien jätteiden lajittelu. Näissä kaikissa myös arvosanojen 4 tai 5 osuus oli yli 90 %. Vastaavasti vähiten tärkeänä pidettiin veden käytön vähentämistä sekä kierrätysmateriaalin osuutta tuotteessa. Huomioitavaa kuitenkin on, että näidenkin keskiarvo jäi tärkeydessä vain hieman alle 4:n.

Koska keskiarvojen perusteella ei pystytty saamaan esiin merkittäviä eroja eri teemojen välillä, otetaan vertailuun myös arvosanojen 4 ja 5 osuudet. Tässä vertailussa aiemmin lueteltujen teemojen lisäksi yli 90 %:n keskiarvoon ylsi materiaalihukan vähentäminen, kiertotalouden ratkaisujen edistäminen, tuotteiden hiilijalanjälki, sertifioitu ympäristöjärjestelmä sekä sertifioitu puun alkuperän seurantajärjestelmä. Vähiten tärkeisiin teemoihin tässä vertailussa tuli lisäksi yrityksen energiankulutuksen vähentäminen. Suurin vaihtelu vastausten välillä oli kysyttäessä kierrätysmateriaalin osuudesta käytetystä materiaaleista. Tämä jäi kaikilla vertailutavoilla vähiten tärkeiden asioiden joukkoon.

## **Sosiaalinen vastuu**

Sosiaalista vastuuta käsittelevät kysymykset sisälsivät seuraavat GRI standardin teemat.

- Henkilöstö ja paikallisyhteisö
- Sidosryhmät ja tuotteet

Tulokset on koottu taulukkoon 2, jossa kuten taulukossa 1, on väreillä korostettu tietyt arvot ylittävät ja alittavat luvut.

Taulukko 2. Arviot sosiaalisen vastuun osa-alueiden tärkeydestä (N=22)

	Keski- arvo	Keski- hajonta	Medi- aani	Moodi	Vaihtelu	Arvioiden 4 ja 5 osuus
Tuotteiden laatu	4,91	0,06	5	5	1	100 %
Työturvallisuuden edistäminen	4,82	0,08	5	5	1	100 %
Tuoteturvallisuus	4,82	0,08	5	5	1	100 %
Henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen	4,73	0,10	5	5	1	100 %
Avoin viestintä	4,64	0,10	5	5	1	100 %
Tietoturvasta huolehtiminen	4,50	0,17	5	5	2	82 %
Henkilöstön osaamisen kehittäminen	4,45	0,11	4	4	1	100 %
Sosiaalisen vastuun toteutumisen seuranta toimitusketjussa	4,23	0,17	4	5	2	77 %
Tuotteiden kotimaisuus	3,95	0,28	4	5	5	77 %
Sertifioitu työterveys- ja työturvallisuusjärjestelmä	3,86	0,15	4	4	2	68 %
Työpaikkojen luominen alueelle	3,82	0,18	4	4	3	73 %
Paikallisyhteisön huomioiminen toiminnassa	3,64	0,19	4	4	3	55 %

Kaikkein tärkeimpänä tekijänä pidettiin tuotteen laatua. Lähes samaan tulokseen ylsivät työturvallisuuden edistäminen, tuoteturvallisuus, henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen sekä avoin viestintä. Nämä saivat myös kaikilta vastaajilta arvion 4 tai 5. Myös tietoturvasta huolehtiminen saavutti keskiarvotuloksen 4,50 ja henkilöstön osaamisen kehittäminen sai kaikilta vastaajilta arvion 4 tai 5. Vähiten tärkeiksi asioiksi koettiin keskiarvolla mitattuna tuotteiden kotimaisuus, sertifioitu työterveys- ja turvallisuusjärjestelmä, työpaikkojen luominen alueelle sekä paikallisyhteisön huomioiminen toiminnassa. Suurin hajonta vastauksissa oli tuotteiden kotimaisuuden tärkeydessä.

## Taloudellinen vastuu

Taloudellisen vastuun osa-alueella ei koettu tarpeelliseksi jakaa kysymyksiä eri teemoihin. Tulokset on koottu taulukkoon 3 vastaavasti kuten ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuu osalta. Huomionarvoista on, että kaikki taloudellisen vastuun osa-alueet saivat kaikilta vastaajilta vähintään arvion 3.

Taulukko 3. Arviot taloudellisen vastuun osa-alueiden tärkeydestä (N=22).

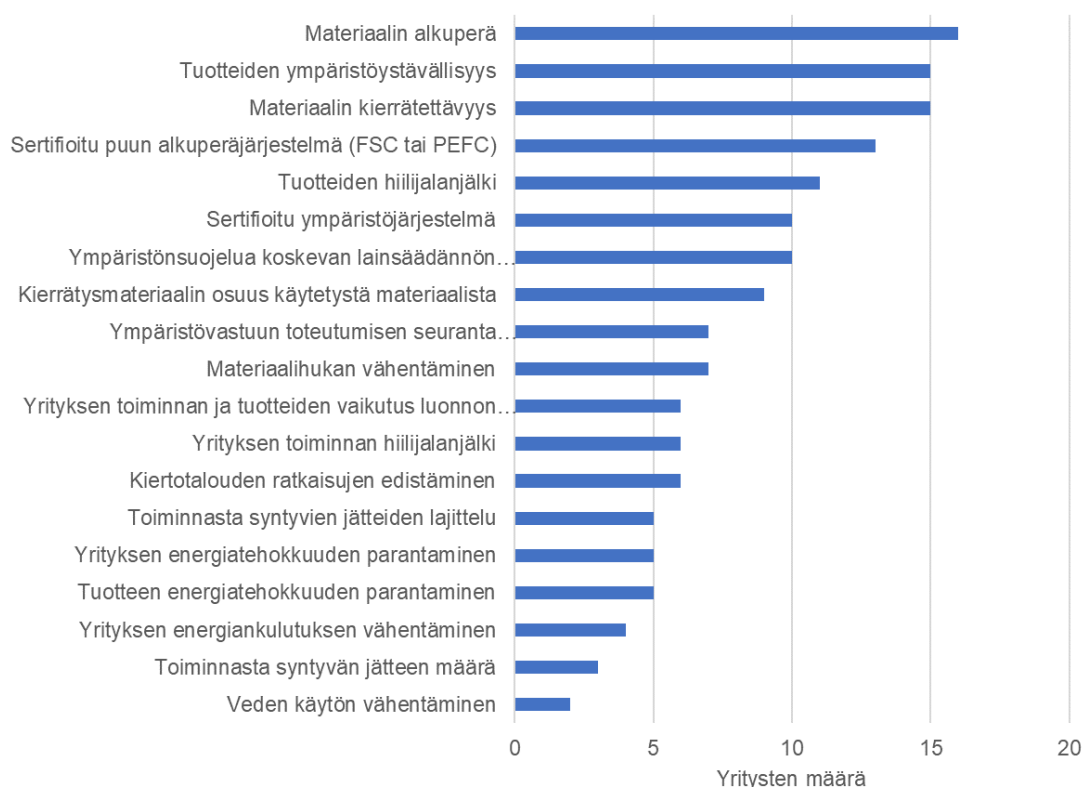
	Keskiarvo	Keski-hajonta	Mediaani	Moodi	Vaihtelu	Arvioiden 4 ja 5 osuus
Harmaan talouden torjunta	4,82	0,08	5	5	1	100 %
Reilu kilpailu	4,82	0,08	5	5	1	100 %
Korruption ehkäisy	4,77	0,11	5	5	2	95 %
Liiketoiminnan eettisyys	4,73	0,12	5	5	2	95 %
Liiketoiminnan kannattavuus	4,32	0,17	4,5	5	2	82 %
Investoinnit	4,23	0,15	4	4	2	86 %

Korkeimman keskiarvon taloudellisen vastuun osa-alueella saavutti harmaan talouden torjunta ja reilu kilpailu. Näissä myös 4 ja 5 arvioiden osuus oli 100 % ja vaihteluväli pienin. Lisäksi korruption ehkäisy sekä liiketoiminnan eettisyys arvioitiin tärkeydeltään yli 4,5 keskiarvon. Myös 4 ja 5 arvioiden määrä oli näillä aiheilla yli 90 %. Taloudellisen vastuun osa-alueella mikään teema ei saanut alle 4 keskiarvoa. Liiketoiminnan kannattavuus sekä investoinnit jäivät tässä vertailussa viimeisiksi.

### 6.1.2 Vastuullisuusteemojen vaikutus päätöksenteossa

Vastuullisuusteemojen tärkeyden arvioinnin lisäksi kyselyyn vastaajia pyydettiin valitsemaan annetuista aiheista ne, jotka vaikuttavat vastaajayrityksen osto- tai hankintapäätökseen. Vastausten lukumäärää ei rajattu, vaan vastaaja sai valita kaikki haluamansa aiheet. Yksi vastaaja jätti vastaamatta tähän kysymykseen eli vastausten lukumäärä oli 21 ja alla oleva yhteenveto on suhteutettu saatujen vastausten määrään. Vastausten perusteella muodostettiin ympäristövastuun, sosiaalisen ja taloudellisen vastuun teemojen kuviot 3-5, joista ilmenee vastausten jakauma.

Ympäristövastuun osalta useiten osto- tai hankintapäätökseen vaikuttivat tuotteiden ympäristöystävällisyys, materiaalin alkuperä sekä materiaalin kierrätettävyys. Vähintään 2/3 vastaajista nimesi nämä vaikuttaviksi tekijöiksi. Yli puolet vastaajista ilmoitti myös sertifioidun puun alkuperäjärjestelmän vaikuttavan päätökseen. Tuotteen hiilijalanjäljellä ilmoitti olevan vaikutusta puolella vastaajista. Vastaavasti yrityksen hiilijalanjäljellä vain 6 vastaajaa. 10 vastaajaa ilmoitti huomioivansa päätöksenteossa ympäristönsuojelua koskevan lainsäädännön noudattamisen sekä sertifioidun ympäristöjärjestelmän. Kaikki ympäristövastuun teemat nimettiin kyselyssä päätöksiin vaikuttaviksi tekijöiksi vähintään kahden vastaajan toimesta.



Kuva 10. Osto- tai hankintapäätökseen vaikuttavat ympäristövastuun osa-alueet.

Sosiaalisen vastuun osa-alueella tuotteiden laatu sekä tuoteturvallisuus nimettiin päätöksentekoon vaikuttaviksi tekijöiksi 2/3:ssa vastaajayrityksiä. Myös tuotteiden kotimaisuus oli vaikuttava tekijä yli puolelle vastaajista. Työturvallisuuden edistäminen ja henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen oli päätöksentekoon vaikuttavia tekijöitä 10:lle

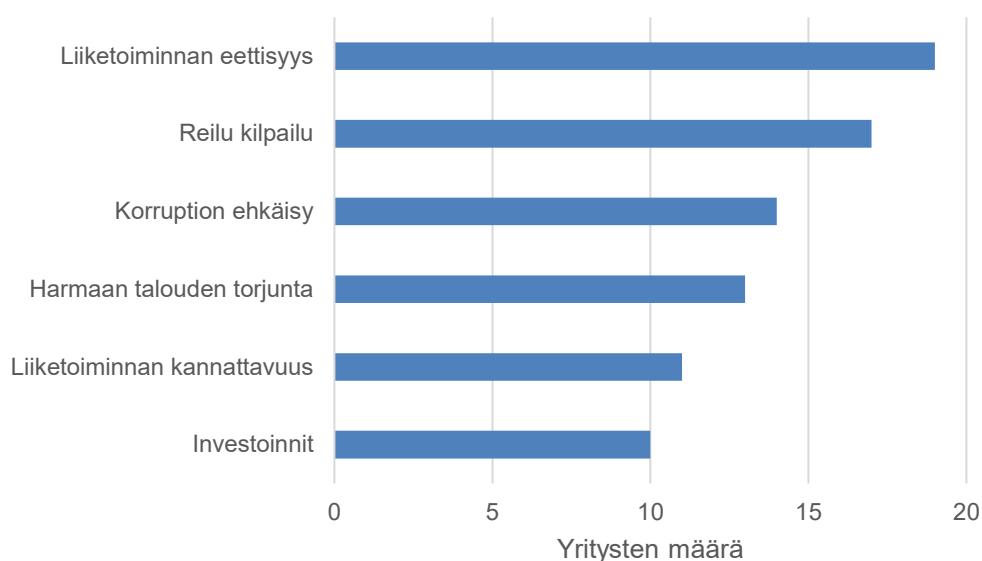
vastaajista. Paikallisyhteisöjen huomioinen ei ollut vaikuttava tekijä kenelläkään ja työpaikkojen luominen alueelle tai sertifioitu työterveys- ja turvallisuusjärjestelmä vain kahdelle vastaajista. Lisäksi yksi vastaajista lisäsi oman vastauksensa vaihtoehtoon ”muu” jota ei tässä yhteydessä erikseen käsitellä.



Kuva 11. Osto- tai hankintapäätökseen vaikuttavat sosiaalisen vastuun osa-alueet.

Taloudellisen vastuun osalta kaikki listatut osa-alueet olivat vaikuttavana tekijänä päätöksenteossa vähintään kymmenessä yrityksessä. Vähintään 2/3 vastaajista nimesi vaikuttaviksi tekijöiksi liiketoiminnan eettisyyden, reilun kilpailun sekä korruption ehkäisy.





Kuva 12. Osto- tai hankintapäätökseen vaikuttavat taloudellisen vastuun osa-alueet

### 6.1.3 Taustamuuttujien vaikutus tuloksiin

Taustamuuttujina vastaajilta kysyttiin yrityksen liikevaihto, henkilöstömäärä, toimiala sekä raportoiko yritys itse vastuullisuusasioista. Tehdyn kyselyn ulkopuolelta lisättiin taustamuuttujaksi myös se, käykö yritys suoraa kuluttajakauppaa. Tuloksia käsiteltäessä vastaajat ryhmiteltiin taustamuuttujien perusteella ja vertailtiin ryhmien vastauksia toisiinsa. Koska erot vastausten välillä olivat yleisesti melko pieniä, käytettiin erojen esiin saamiseksi erilaisia muuttujia. Tuloksissa verrattiin keskiarvoja, poikkeamia keskiarvosta sekä eroja eri ryhmien keskiarvojen välillä. Mikäli keskiarvolla mitattuna ero oli enemmän kuin  $\pm 0,25$ , erottui tulos muusta joukosta. Tulosten vertailu toteutettiin hyödyntämällä MsExcelin ehdollista muotoilua.

### Vastaajayrityksen koon vaikutus arvioon vastuullisuusteeman tärkeydestä

Vertailtaessa yrityksen koon vaikutusta tuloksiin, jaettiin yritykset kolmeen ryhmään. Ryhmän A (n=9) muodostivat pk-yritykset eli ne, joiden henkilöstömäärä oli enintään 250 henkilöä ja liikevaihto alle 50 miljoonaa euroa. Ryhmä B (n=9) muodostui tätä suuremmista yrityksistä ja näistä erotettiin omaksi ryhmäksi C (n=4) vielä yritykset, joiden henkilöstömäärä oli 1000 henkilöä ja liikevaihto ylitti miljardin.

Vertailun perusteella tässä tutkimuksessa yrityksen koolla on melko vähän vaikutusta siihen, miten tärkeäksi kukin vastuullisuusteema arvotetaan. Suurimmat erot painotuksissa löytyivät ryhmien A (pk-yritykset) sekä C (erittäin suuret yritykset) välillä siten, että pk-yrityksissä materiaalin alkuperää, veden käytön vähentämistä pidettiin selvästi vähemmän tärkeänä kuin erittäin suurissa yrityksissä. Vastaavasti tuotteiden kotimaisuus oli selvästi tärkeämpää pk-yrityksille kuin suurille yrityksille. Ryhmä B (pk-yritystä suuremmat yritykset) liiketoiminnan kannattavuutta ja investointeja hieman vertailuryhmää vähemmän tärkeänä sekä paikallisyhteisöjen huomioimista toiminnassa muita vertailuryhmiä tärkeämpänä. Erittäin suuret yritykset arvioivat ympäristöteemat kokonaisuudessaan tärkeämmiksi kuin muut ryhmät. Ympäristöteemoista erottui kierrätysmateriaalin osuus, materiaalin kierrätettävyys, materiaalin alkuperä, kiertotalouden ratkaisujen edistäminen, tuotteiden ympäristöystävällisyys, yrityksen energiatehokkuuden parantaminen, veden käytön vähentäminen, yrityksen tuotteiden ja toiminnan vaikutus luonnon monimuotoisuuteen sekä toiminnasta syntyvän jätteen määrä. Huomionarvoista on, että vertailuryhmät olivat eri kokoisia, joten vertailu eri ryhmien keskiarvojen välillä on kuvaavampi kuin vertailu koko otoksen keskiarvoihin.

### **Vastaajayrityksen toimialan vaikutus arvioon vastuullisuusteeman tärkeydestä**

Toimialavertailussa yritykset jaettiin kolmeen kategoriaan, elintarviketeollisuus (n=8), kauppa ja logistiikka (n=4) sekä muu teollisuus (n=10). Vastaajajoukon melko pienen määrän vuoksi jaottelua ei haluttu tehdä tarkemmin. Jako perustui siihen, että n. puolet yrityksen liikevaihdosta tulee elintarviketeollisuudesta ja haluttiin saada selville, nouseeko tässä asiakassegmentissä esiin erityisiä painopistealueita.

Elintarviketeollisuudessa painottui hieman muita vähemmän useat ympäristövastuun teemat kuten materiaalin kierrätettävyys, materiaalin alkuperä, materiaalin ympäristöystävällisyys, yrityksen toiminnan hiilijalanjälki, toiminnassa syntyvän jätteen määrä, toiminnasta syntyvien jätteiden lajittelu, ympäristönsuojelua koskevan lainsäädännön täyttyminen, sertifioitu ympäristöjärjestelmä sekä ympäristövastuun toteutuminen toimitusketjussa. Sosiaalisen vastuun osa-alueella verrokkitoimialoja tärkeämmäksi elintarviketeollisuuden yrityksissä koettiin työpaikkojen luominen alueelle sekä tuotteiden kotimaisuus ja vähemmän tärkeäksi henkilöstön osaamisen kehittäminen. Taloudellisen vastuun osalta ei minkään teeman tärkeys erottunut tuloksissa suuntaan tai toiseen.

Kaupan ja logistiikan toimialalla vastaavasti suurin osa (12/19) ympäristöteemoista koettiin vertailuryhmiä tärkeämpänä. Joukosta erottui energiatehokkuuden parantaminen ja energiankulutuksen vähentäminen sekä toiminnassa syntyvän jätteen määrä. Ainoastaan yrityksen toiminnan vaikutus luonnon monimuotoisuuteen sekä kierrätysmateriaalin käyttö koettiin kaupan ja logistiikan toimialalla vertailuryhmiä vähemmän tärkeäksi. Taloudellisen vastuun osalta tämä ryhmä painotti muita enemmän liiketoiminnan eettisyyden sekä investointien tärkeyttä.

Muun teollisuuden osalta vastauksissa erottui hieman yrityksen energiankulutuksen vähentäminen, työpaikkojen luominen alueelle sekä tuotteiden kotimaisuus, joita pidettiin vähemmän tärkeinä. Muita verrokkiryhmiä tärkeämpänä pidettiin toiminnasta syntyvän jätteen määrää, sertifioitua ympäristöjärjestelmää sekä ympäristövastuun toteutumisen seuranta toimitusketjussa.

### **Vastaajayrityksen oman raportoinnin vaikutus arvioon vastuullisuusteeman tärkeydestä**

Kyselyssä 18 yritystä 22:sta vastanneesta ilmoitti raportoivansa vastuullisuudesta. Tarkemmin ei selvitetty onko kyseinen yritys velvollinen raportoimaan vai raportoiko yritys vapaaehtoisesti. Tuloksista voidaan todeta, että ne yritykset, jotka eivät itse raportoi, pitivät vähemmän tärkeänä kierrätysmateriaalin osuutta, toiminnasta syntyvän jätteen lajittelua, sertifioitua ympäristöjärjestelmää sekä sertifioitua työterveys- ja turvallisuusjärjestelmää. Yritykset, jotka eivät itse raportoi vastuullisuudesta antoivat kuitenkin arvion 4 tai 5 lähes kaikilla (35/38) vastuullisuuden osa-alueilla, kun vastaava luku raportoivissa yrityksissä oli vain kahdeksalla osa-alueella.

### **Vastaajayrityksen konserniin kuulumisen vaikutus arvioon vastuullisuusteeman tärkeydestä**

Tutkimuksella haluttiin myös selvittää, vaikuttaako se, että yritys kuuluu kansainväliseen konserniin, arvioon joidenkin vastuullisuuden osa-alueiden tärkeydestä. Kansainväliseen konserniin ilmoitti kuuluvansa 12 yritystä vastanneista. Erot vertailuryhmissä olivat hyvin vähäisiä. Valitulla tulosten käsittelytavalla erottui vastaukset ainoastaan muutaman osa-alueen kohdalla. Konserniin kuuluvat yritykset arvottivat sertifioitua ympäristöjärjestelmän tärkeyttä hieman muita enemmän. Vastaavasti ei-konserniin kuuluvissa

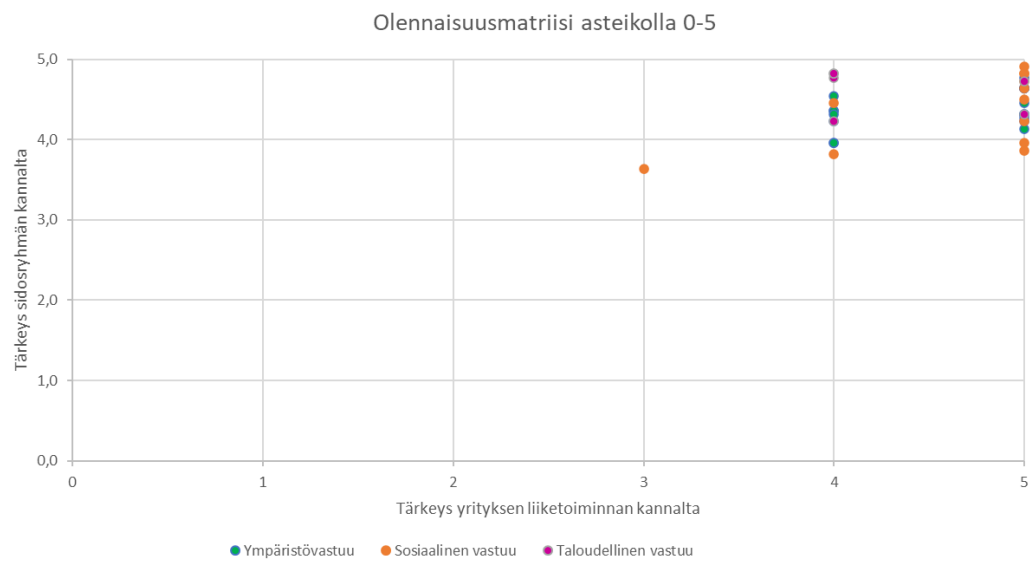
y yrityksissä tärkeämpänä pidettiin yrityksen toiminnan ja tuotteiden vaikutusta luonnon monimuotoisuuteen, tuotteiden kotimaisuutta, liiketoiminnan eettisyyttä sekä liiketoiminnan kannattavuutta, verrattuna konserniin kuuluvien yritysten näkemyksiin.

### **Vastaajayrityksen kohderyhmän vaikutus arvioon vastuullisuusteeman tärkeydestä**

Tutkimustuloksia käsiteltäessä nousi alkuperäisen suunnitelman ulkopuolelta esiin yksi lisäkysymys, johon pyrittiin löytämään vastauksia kyselyn tuloksista. Vastauksista haluttiin selvittää, onko sillä, että yritys käy kauppaa suoraan kuluttajien kanssa, vaikutusta painotuksiin vastuullisuuden osa-alueiden tärkeydessä. Vastaajayritykset jaoteltiin kahden ryhmään vertailua varten. Kuluttajakauppaa käyviä yrityksiä oli 13 ja vain yritysten kanssa kauppaa käyviä yrityksiä 9. Suurimmat erot kuluttajakauppaa ja ei-kuluttajakauppaa käyvien yritysten arvotuksissa oli tuotteiden kotimaisuuden tärkeys kuluttajakaupalle sekä työpaikkojen luominen alueelle. Vastaavasti sertifioitua ympäristöjärjestelmää ja toiminnasta syntyvän jätteen määrää pidettiin tärkeämpänä ei-kuluttajakauppaa käyvissä yrityksissä. Lisäksi materiaalin alkuperä, tuotteen ympäristöystävällisyys, yrityksen toiminnan vaikutus luonnon monimuotoisuuteen, toiminnasta syntyvän jätteen lajittelu, ympäristönsuojelua koskevan lainsäädännön noudattaminen, ympäristövastuun toteutumisen seuranta toimitusketjussa, tietoturvasta huolehtiminen sekä investoinnit olivat ei-kuluttajakauppaa käyville yrityksille hieman tärkeämpiä.

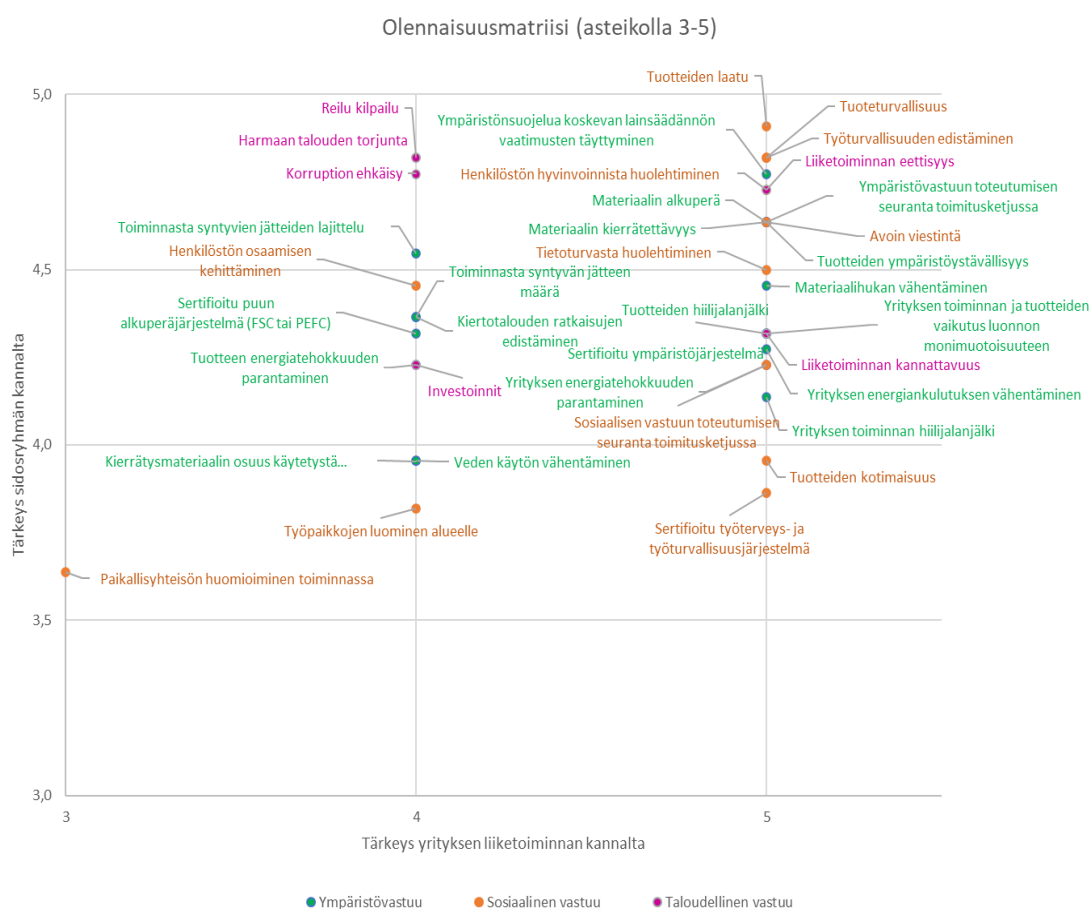
## **6.2 Olennaisten asioiden määrittäminen**

Olennaisten asioiden analysoinnissa ja kuvaamisessa käytettiin apuna olennaisuusmatriiseja. Kuvaajassa esitetään X-akselilla vastuullisuusteeman tärkeys yrityksen johdon näkemyksen mukaan ja Y-akselilla asiakkaan kyselyssä antaman arvion mukaan. Koska yrityksen johto antoi vastauksen yhdessä, sijoittuvat kaikki arvot X-akselilla kokonaislukujen kohdalle. Yksikään vastausten keskiarvo ei myöskään ollut arvon 3,6 alle, jolloin kaikki tulokset sijoittuvat matriisin oikeaan yläkulmaan jaettaessa alue neljään samankokoiseen osaan.



Kuva 13. Kyselyn arvopisteet sijoitettuna matriisiin.

Kuvassa 13 on kaikki kyselyn tulokset (arvopisteet) sijoitettu matriisiin, jonka asteikko on kyselyssä käytetyn arviointiasteikon mukainen. Koska kyseinen matriisi ei ole kovin informatiivinen lukijalle, tehtiin lisäksi toinen matriisi (kuva 14), jossa kuvaajan asteikkoa on rajattu ja arvopisteiden otsikot, tässä tapauksessa vastuullisuusteemat, on tuotu näkyviin. Ympäristö, sosiaalisen ja taloudellisen vastuun teemat on kuvattu eri väreillä.



Kuva 14. Olennaisuusmatriisi, jossa matriisin asteikon arvot muokattu.

Olennaisuusmatriisia tarkasteltaessa kokonaisuudessaan tärkeistä asioista olennaisimmiksi asioiksi nousevat tuotteiden laatu, tuoteturvallisuus, työturvallisuuden edistäminen, ympäristönsuojelua koskevan lainsäädännön vaatimusten täyttyminen, henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen, liiketoiminnan eettisyys, materiaalin alkuperä, materiaalin kierrätettävyyden, ympäristövastuun toteutuminen toimitusketjussa, avoin viestintä, tuotteiden ympäristöystävällisyys sekä tietoturvasta huolehtiminen. Lisäksi sidosryhmien odotuksista nousee esiin reilu kilpailu, harmaan talouden torjunta sekä korruption ehkäisy. Matriisin avulla ei kuitenkaan pystytä tekemään selkeitä johtopäätöksiä, koska hajonta on erittäin pieni. Tutkituista aiheista vähiten olennaisia matriisin perusteella on paikallisyhteisöjen huomioiminen toiminnassa, kierrätysmateriaalin osuus käytetystä raaka-aineesta sekä veden käytön vähentäminen.

### 6.3 Olennaisten asioiden mittaaminen

Olennaisten asioiden määrittämisen jälkeen peilattiin tuloksia yrityksen vastuullisuusohjelmaan ja siihen mukaan otettuihin mittareihin. Tällä haluttiin tutkia, onko kaikille olennaisille vastuullisuusteemoille olemassa mittarit, ja miten nämä on huomioitu vastuullisuusohjelmassa. Tarkastelun ulkopuolelle jätettiin vain neljä teemaa, jotka aiemmassa olennaisuuden arvioinnissa oli arvioitu vähiten olennaisiksi. Tarkastelun yhteenveto on liitteenä 3

Tarkastelussa kävi ilmi, että yrityksessä on mittareita yhdeksälletoista vastuullisuusteemalle. Tavoitteita on asetettu myös yhdeksälletoista ja vastuullisuusohjelman tavoitteissa on huomioitu 17 teemaa. Vastuullisuusohjelmassa on myös asetettu tavoitteita joillekin teemoille, joille ei vielä ole määritetty mittareita. Vastuullisuusohjelman toteutumisen seurannan kannalta on tärkeää, että tavoitteet ovat mitattavissa.

## 7 POHDINTAA JA JOHTOPÄÄTÖKSIÄ

Yrityksiin kohdistuvien vastuullisuusodotusten selvittäminen on tärkeää yrityksen liiketoiminnan kannalta. Sidosryhmien luottamusta voidaan lisätä ottamalla heidät mukaan päätöksentekoprosessiin (Barcellos de Paula & Gil-Lafuente 2018.) Yrityksen on oleellista ymmärtää toimintaympäristöä, jossa se toimii, olla selvillä lainsäädännön sille asettamista vaatimuksista sekä sidosryhmien odotuksista, jotta se voi pyrkiä vastaamaan odotuksiin sekä hallita niihin kohdistuvia riskejä ja mahdollisuuksia. Se, millä tasolla odotuksiin halutaan vastata, on riippuvainen yrityksen strategiasta ja kunnianhimon tasosta. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 46.) Toiset yritykset tyytyvät vastaamaan reaktiivisesti sidosryhmältä tulleisiin kysymyksiin, kun taas toiset pyrkivät edelläkävijyyteen sekä luomaan vastuullisuudesta liiketoimintansa perustan. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019.) Tarve yritysvastuutyölle voi lähteä esimerkiksi johdon, asiakkaiden, työntekijöiden, omistajien tai sijoittajien odotuksista. Case-yrityksen kohdalla tarve erityisesti asiakkaiden suunnasta oli tiedostettu ja vastuullisuustyö aloitettu. Käytettäessä tutkijoiden Mirvis ja Googins luomaa jaottelua vastuullisuuden tasoista, voidaan arvioida, että case-yritys on (kevällä 2023) pääosiltaan ns. sitoutuneella tasolla eli kiinnostus aiheeseen on herännyt ja vuoropuhelu sidosryhmien kanssa lisääntynyt. Toimintamalli on reaktiivinen. Reaktiivinen toimintamalli perustuu haluun toimia oikein ja pyrkimykseen täyttää lainsäädännön ja sidosryhmien odotukset ja vaatimukset (EK 2019).

### 7.1 Tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus

Tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta arvioidaan validiteetin ja reliabiliteetin avulla. Tutkimus on validi, jos tutkimusmenetelmä toimii sen asian mittaamisessa, mitä on tarkoitus mitata. Reliabiliteetti puolestaan kuvaa tulosten tarkkuutta ja toistettavuutta (Vilkkä 2015, 193–194).

Tutkimuksella pyrittiin selvittämään, mitkä vastuullisuuden osa-alueet ovat olennaisimpia case -yrityksen kannalta. Tutkimustulosten perusteella kaikki tutkimukseen mukaan valitut osa-alueet koettiin tärkeiksi ja yhdistettynä yrityksen johdon näkemykseen, myös olennaisiksi. Sikäli tutkimus vastasi annettuun tutkimuskysymykseen, mutta toivottuja eroja vastuullisuusteemojen olennaisuuksien välillä oli vaikea havaita.



Tutkimuskyselyn vastausprosentti oli kohtuullinen 59,5 %. Odotus oli kuitenkin korkeampi, vaikka virallista tavoitetta vastausprosentille ei annettu. Vastausten määrä kattoi liikevaihdolla mitattuna 42,0 % yrityksen myynnistä valitulla aikavälillä. Tulosten käytettävyyttä olisi lisännyt korkeampi vastausprosentti sekä kolmen myynnillä mitattuna suurimman asiakkaan vastaukset, jotka nyt jäivät puuttumaan.

Tutkimus toteutettiin valitulle kohderyhmälle ja tutkimustulokset kuvaavat juuri kyseisen kohderyhmän näkemyksiä. Kyseessä ei siis ole otanta, jolta saatuja tuloksia voitaisiin sellaisenaan käyttää osoittamaan jonkin laajemman ryhmän näkemyksiä asiaan. Tulokset ovat myös aikasidonnaisia, sillä kehitys vastuullisuusasioiden ympärillä on nopeaa ja sidosryhmien odotukset muuttuvat jatkuvasti. Vastausten painotuksiin voi vaikuttaa esimerkiksi energiakriisi, ajankohtainen luonnonkatastrofi tai vasta uutisoitu taloudellinen väärinkäyttö. Tutkittaessa vastaajayrityksen oman vastuullisuusraportoinnin (raportoiko vai ei) vaikutusta eri vastuullisuusteemojen tärkeyteen ko. yrityksessä havaittiin, että raportoivien yritysten vastaukset olivat jopa hieman alhaisempia kuin ei raportoivissa yrityksissä. Tämä voi johtua mahdollisesti siitä, että raportoivissa yrityksissä on määritetty tarkemmin kyseiselle yritykselle olennaiset vastuullisuusteemat ja siten myös tärkeiden asioiden arvioiminen on heille helpompaa.

Satunnaisvirheiden mahdollisuus on olemassa, mutta ei todennäköinen. Satunnaisvirheen voi aiheuttaa esimerkiksi käänöksessä tapahtunut virhe. Toisinaan myös sanan merkitys voi olla eri kielillä hieman erilainen, jolloin sama kysymys voidaan ymmärtää eri tavoin riippuen kielestä. Kysymyksenasettelussa pyrittiin huomioimaan tämä riski mahdollisimman hyvin ja käänös myös tarkastettiin saman henkilön toimesta, joka alkupe-  
räisen suomenkielisen tekstin oli tarkastanut. Tutkimustulosten käytettävyyden osalta virheen mahdollisuudella ei kuitenkaan ole suurta merkitystä.

Tutkimus toteutettiin työsuhteessa toimeksiantajaan. Loppuraportointi tehtiin osittain työsuhteen päätyttyä. Samanaikaisesti keväällä 2023 tehdyn kyselytutkimuksen kanssa luotiin myös yritykselle vastuullisuusohjelma. Vastuullisuusohjelman laadinnan vaiheessa vain alustavat tulokset kyselystä olivat käytettävissä.

## 7.2 Tutkimustulosten käytettävyyden arviointi

Tehdyn kyselytutkimusten tulosten perusteella selvää on, että vastuullisuutta pidetään erittäin tärkeänä asiana kaiken kokoisissa asiakasyrityksissä toimialasta riippumatta.

Kyselytutkimuksessa rajattiin kyselyn ulkopuolelle vastuullisuuden osa-alueita, joiden ei koettu olevan merkityksellisiä tutkimuksen tavoitteiden saavuttamiseksi. Mikäli kaikki GRI- standardin mukaiset vastuullisuusteemat olisi otettu mukaan kyselyyn, olisi hajonta vastauksissa mahdollisesti ollut suurempi.

Tuloksista nousi esiin joitakin yllättäviä asioita suhteessa odotuksiin. Kysely toteutettiin energiankriisin aikaan ja tämän odotettiin näkyvän myös kyselyn tuloksissa. Energiatieteiden parantamista ja energiankulutuksen vähentämistä ei kuitenkaan nousseet kyselyssä esiin tärkeinä asioina. Toimialalla, jolla yritys toimii, on kierrätysmateriaalin käyttö usein esillä ja myös asiakkaat ovat kiinnostuneet kierrätysmateriaalin osuudesta tuotteissa. Tämäkään ei kuitenkaan noussut tuloksissa esiin vaan pikemminkin materiaalin kierrätettävyyden sekä yleisesti materiaalin ympäristöystävällisyys olivat tärkeitä asioita.

Odotusarvo myös oli, että elintarviketeollisuutta edustavat tai sen lähellä toimivat yritykset pitäisivät tuoteturvallisuutta erityisen tärkeänä asiana. Tuoteturvallisuus sai tärkeydestä kuitenkin toiseksi korkeimman arvion kaikista teemoista yrityksen toimialasta riippumatta.

Kyselyllä toivottiin myös saatavan selville, kuinka tärkeänä tuotteen hiilijalanjälkeä pidetään verrattuna yrityksen hiilijalanjälkeen. Näiden välillä ei ole havaittavissa suurta eroa, mutta tuotteen hiilijalanjälkeä pidettiin hieman tärkeämpänä kuin yrityksen hiilijalanjälkeä. Tämä on hyvä ottaa huomioon tulevaisuudessa, kun yrityksen hiilijalanjälkilaskelmia seuraavan kerran päivitetään.

Tutkimus ei asetetuista tavoitteista huolimatta vastannut tutkimuskysymyksiin kovin hyvin. Haasteeksi nousi se, että merkittäviä eroja eri vastuullisuusteemojen tärkeydestä ei kyselyssä tullut esiin, jolloin tutkimuksen tarkoitus yritykselle olennaisten asioiden määrittämiseksi ei siltä osin saavuttanut tavoitteita. Sidosryhmän tärkeiksi arvioimia teemoja oli kyselyn mukaan niin paljon, ettei olennaisten asioiden rajaaminen ainoastaan näiden tulosten perusteella ole tarkoituksenmukaista. Mielekkäämpää olisi mahdollisesti ollut tehdä olennaisuuden arviointi sen perusteella, mitkä vastuullisuustekijät vaikuttavat yrityksen osto- tai hankintapäätökseen. Tämä ei kuitenkaan sisältynyt alkuperäiseen tavoitteeseen olennaisten asioiden määrittämiseen koottavista tiedoista eikä siten mahtunut työn rajaukseen mukaan. Mikäli kysely päätetään tulevaisuudessa uusiksi, on mahdollista toimia toisin.

Tämä tutkimus myös keskittyi sidosryhmistä vain yhteen eli asiakkaaseen ja tässä tapauksessa rajattuun ryhmään. Laajennettaessa tutkimuksen otantaa kattamaan myös muita sidosryhmiä, on todennäköistä, että myös vastausten hajonta lisääntyisi. Olennaisten asioiden määrittämisessä on siis hyvä huomioida sidosryhmät laajemminkin. Sidosryhmäjohtamisen painoarvo kasvaa jatkuvasti linjassa vastuullisuuteen kohdistuvien odotusten kanssa (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 122) Tätä tutkimusta varten luotua kyselyä on mahdollista hyödyntää myös muille sidosryhmille suunnattuna.

Tutkimuksen suunnitteluvaiheessa valittiin, että olennaisuutta kuvattaisiin matriisin muodossa. Tällä tutkimustavalla olennaisuusmatriisi ei kuitenkaan palvellut suunnitellulla tavalla, koska kyselyn tuloksissa hajonta oli kovin pieni ja kaikkia vastuullisuusteemoja pidettiin tärkeinä. Jotta olennaisuusmatriisi palvelisi paremmin olennaisten asioiden kuvaajana, tulisi vastausten välillä saada enemmän hajontaa. Tämän olisi mahdollista esimerkiksi muotoilemalla kyselytutkimus siten, että vastaaja tulee laittaa eri väittämät tai aiheet tärkeysjärjestykseen tai vaihtoehtoisesti esimerkiksi valita suuremmasta joukosta jokin tietty määrä tärkeimmäksi kokemiaan asioita. Myös otannan koon kasvattaminen saattaisi lisätä hajontaa.

Siitä huolimatta, että käytetty tutkimusmenetelmä ei palvellut suunnitellulla tavalla, ovat tulokset kuitenkin hyödynnettävissä olennaisten asioiden määrittelyssä. Tällä menetelmällä olennaisia asioita on kovin paljon, mikä tekee tulosten käsittelystä haasteellisempaa. Mikäli vastuullisuusteemojen tärkeyden lisäksi tarkasteltaisiin samanaikaisesti niiden vaikutusta osto- ja hankintapäätökseen, saataisiin tuloksia mahdollisesti rajattua lisää. Tässä piilee kuitenkin vaara, että olennaisuusarvioinnin painopiste siirtyisi enemmän taloudellisiin vaikutuksiin kestävän kehityksen sijaan.

Vaikka olennaisuusanalyysin perusteella yritykselle olennaisia vastuullisuusteemoja oli erittäin paljon, peilattiin olennaisuusmatriisia yrityksen vastuullisuusohjelmaan ja voitiin todeta, että yli puolet kyselyssä mukana olleista teemoista oli jo huomioitu yrityksen vastuullisuusohjelmassa.

### 7.3 Tutkimustulosten hyödynnettävyydestä

Yrityksessä on laadittu vastuullisuusohjelma, joka sisältää mm. sitoumuksen YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin sekä Global Compact periaatteisiin. Nämä ovat niin sanottuja periaatteellisia standardeja tai julistuksia (Behnam & MacLean 2011). Lisäksi

yrittäjällä on sertifioitu laatu-, ympäristö- ja tuoteturvallisuusjärjestelmät sekä FSC, jotka edustavat sertifioituja standardeja. Sertifioitujen järjestelmien sisältävät toimintaperiaatteet ja sitoumukset niiltä osin kuin kukin standardi edellyttää. Nämä kattavat kuitenkin vain osan tässä tutkimuksessa käsitellyistä vastuullisuusteemoista ja on vaarana, että ilman ohjaavaa politiikkaa tai eettistä ohjetta jää harmaa alue, josta puuttuu ohjeet. Case-yrityksen tapauksessa tällaista harmaata aluetta, johon ohjeistusta ei vielä tutkimusta tehtäessä ole, voisi olla erityisesti taloudellisen vastuun osa-alueilla. Tarve eettiselle ohjeelle olisi siten hyvä arvioida.

Yritys on vastuullisuusohjelmassaan tunnistanut kestävä kehityksen tavoitteista seuraavat (kuva 13), jotka yritys on integroinut osaksi vastuullisuustyötään.



Kuva 15. YK:n kestävä kehityksen tavoitteen case-yrityksen vastuullisuusohjelmassa. (Case-yrityksen vastuullisuusohjelma 2023)

Ympäristövastuu liittyy vahvasti useampaan tavoitteeseen mutta erityisesti se näkyy tavoitteessa 13, joka on "ilmastotekoja". Esimerkkeinä ilmastoteoista on vastuullisuusohjelmassa otettu materiaalihukan vähentäminen, energiatehokkuuden parantaminen, energian alkuperä sekä logistiikan optimointi. Näistä kaksi ensimmäistä asiaa oli myös mukana asiakkaille tehdystä kyselyssä. Jatkossa vastuullisuusohjelman sisältö voisi olla hyvä ottaa huomioon myös sidosryhmäkyselyn sisällössä. Tällä kertaa vastuullisuusohjelmaa rakennettiin samanaikaisesti asiakkaille suunnatun kyselyn kanssa eikä yksityiskohdat olleet vielä tiedossa.

Koska kyselytutkimuksessa selvitettiin myös millä tavoin vastaaja haluaa saada tietoa case-yrityksen vastuullisuustyöstä, on perusteltua käsitellä myös raportoinnin ja viestinnän merkitystä. Kyselytutkimuksen perusteella tietoa haluttiin saada mieluiten kanssakäymisen yhteydessä tai erillisenä vastuullisuusraporttina. Tulevaisuudessa on siten hyvä ottaa huomioon tutkimuksessa esiin tulleet sidosryhmien näkemykset osana vastuullisuusraportin laadintaa. Vastuullisuusraportti voi olla viestinnän työkalu tai kirjanpitolinen raportti ja raportoinnin tarkoitus on hyvä määrittää jo raporttia suunniteltaessa (Kurittu 2018, 178). Yritysvastuuraportoinnin avulla voidaan avoimesti viestiä

sidosryhmille olennaisista asioista ja siten pienentää maineriskiä (Harmaala ym. 2012, 222). Säännöllinen raportointi on tärkeä osa myös seurannassa ja vastuullisuustyön jatkokehittämisessä (Juutinen 2016, 240.)

Paine vastuullisuusraportointiin tulee todennäköisesti lisääntymään jo lähitulevaisuudessa. 2023 voimaan astunut CSRD direktiivi tulee väistämättä vaikuttamaan myös sidosryhmien case-yritykseen kohdistamiin odotuksiin ja vaatimuksiin. Vuonna 2024 raportointivelvoite astuu voimaan yrityksissä, jotka täyttävät vähintään 2 seuraavista ehdoista. Henkilöstömäärä on yli 250, liikevaihto yli 40 miljoonaa euroa ja tase yli 20 miljoonaa euroa (Eurooppa-neuvosto 2022). Raportointivelvoite tulee näkymään myös case-yrityksen asiakaskunnassa ja nämä yritykset raportoivat ensimmäisen kerran vuoden 2025 alussa vuoden 2024 tuloksista. Odotettavissa on, että raportointivelvoitteen piiriin tulevat asiakasyritykset tulevat kysymään vastaavia tietoja myös toimitusketjuunsa kuuluvilta case-yritykseltä. Raportointivelvoitteen myötä raportoinnin joustavuus ja olennaisuus tulee vähenemään (Elinkeinoelämän keskusliitto 2022.)

Vastuullisuusraportoinnin positiivisten vaikutusten lisäksi myös päivänvastaisia tutkimustuloksia löytyy. Esimerkiksi Baumüller ja Sopp (2021) toteavat tutkimuksensa kirjallisuuskatsauksessa, että kiristynyt sääntely ei-taloudellisten asioiden raportoinnissa ei välttämättä lisää läpinäkyvyyttä sidosryhmien suuntaan vaan saattaa johtaa myös päinvastaiseen tulokseen. Tutkijat olivat havainneet, että lisättäessä julkaisuvelvoitteiden määrää, yritykset saattavat pyrkiä rajaamaan julkaistavan tiedon määrää niin paljon kuin mahdollista.

Joka tapauksessa vastuullisuudesta raportointi edellyttää systemaattista luotettavan tiedon keruuta sekä sidosryhmien odotusten tunnistamista. Raportointi voi olla vapaamuotoista ja raportointistandardiin perustuvaa. Lainsäädännön myötä myös olennaisuuden merkitys tulee mahdollisesti pienenemään ja yrityksiltä odotetaan läpinäkyvää ja vertailukelpoista tietoa vastuullisuuden mittaamisesta.

Tässä tutkimuksessa selvitettiin vain rajatun kohderyhmän näkemyksiä vastuullisuusteemojen tärkeydestä. Tulosten hyödynnettävyyden kannalta vastuullisuuskyselyä voisi laajentaa isommalle asiakasryhmälle sekä mahdollisesti muille sidosryhmille. Erityisesti avainasiakkaiden odotukset voisi olla hyvä selvittää systemaattisesti. Jatkoselvityksen kohteiksi sopisi myös kartoitus siitä, kuinka moni asiakasyrityksistä siirtyy CSRD direktiivin soveltamisen piiriin ja millä aikataululla, mikä auttaisi case-yritystä valmistautumaan tuleviin kasvaviin asiakasvaatimuksiin.

#### 7.4 Kehitysehdotukset

Loppuyhteenvedona esitetään 6 kehitysehdotusta joiden avulla yritys voi nostaa vastuullisuustyönsä seuraavalle tasolle ja vastata entistä paremmin sidosryhmien odotuksiin tulevaisuudessa.

- Vastuullisuusmittareiden selkeyttäminen ja tiedonkeruun yhtenäistäminen.
- Vastuullisuusarvioinnin ottaminen osaksi riskien ja mahdollisuuksien arviointia.
- Eettiset ohjeet henkilöstön päätöksenteon tueksi ja henkilöstön vastuullisuuskoulutus erityisesti asiakasrajapinnassa työskenteleville.
- Raportoinnin laajentaminen kattamaan ne osa-alueet, jotka sisältyvät CSRD-direktiivin vaatimuksiin.
- Hiilijalanjälkilaskennan laajentaminen tuotetasolle.
- Konkreettiset teot energiankulutuksen seurantaan ja alentamiseen sekä vaihtoehtoisten energiamuotojen tarkastelu.

## 8 LOPPUYHTEENVETO

Tässä opinnäytetyössä perehdyttiin yritysvastuun periaatteisiin sekä sitä ohjaaviin normeihin ja standardeihin, vastuullisuuden yritystoiminnassa sekä olennaisuusperiaatteen. Työhön sisältyneessä kyselytutkimuksessa selvitettiin toimeksiantajayrityksen valitun asiakasryhmän näkemyksiä eri vastuullisuusteemojen tärkeydestä sekä merkityksestä osto- ja hankintapäätösten teossa. Lisäksi kartoitettiin asiakasryhmän mielipiteitä toimeksiantajayrityksen vastuullisuudesta ja vastuullisuusviestinnästä. Tuloksia analysoitiin eri muuttujien avulla sekä rakennettiin asiakkailta sekä yrityksen johdolta saatujen vastausten perusteella olennaisuusmatriisi kuvaamaan vastuullisuusteemojen tärkeyttä sidosryhmälle sekä yrityksen liiketoiminnalle.

Tutkimuksen perusteella selvisi, että valitussa vastaajaryhmässä pidettiin yrityksen vastuullisuutta erittäin tärkeänä. Suuria eroja ei vastuullisuusteemojen tärkeyden välillä havaittu, mutta olennaisuusmatriisin avulla saatiin eroteltua teemat, jotka ovat sekä kyseisen sidosryhmän että yrityksen liiketoiminnan kannalta tärkeimmät. Kyselytutkimuksen avulla saatiin myös selville teemoja, jotka useiten vaikuttavat yrityksen osto- tai hankintapäätökseen. Lisäksi toteutettu kysely antoi eväitä yrityksen vastuullisuusviestinnän ja raportoinnin tueksi.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että yrityksen tulee olla selvillä oman toimintansa vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan ja sidosryhmiin. Selvittämällä sidosryhmien odotuksia yritys pystyy paremmin ennakoimaan mahdollisia riskejä sekä parhaassa tapauksessa saavuttamaan kilpailuetua tai kustannussäästöjä yritysvastuun kautta. Tämä edellyttää proaktiivista lähestymistapaa sekä systemaattista vastuullisuuden johtamista. Ajankohtainen aihe on myös 2023 voimaan tullut CSRD direktiivi, jonka vaikutuksia voidaan jo nyt ennakoida. Osana pitkää ja toisinaan monimutkaista toimitusketjua, myös pakkausmateriaalien toimittaja pääsee tulevaisuudessa vastamaan asiakkaiden yhä yksityiskohtaisempiin kysymyksiin toimenpiteistä ja suorituskyvystä vastuullisuuden osalueilta.

”Vastuullisuus on ennen kaikkea valintoja, miten ja kenen kanssa toimitaan sekä ymmärrystä näiden valintojen ja tekemisten seurauksista” (Kurittu 2018, 13.)

## LÄHTEET

Barcellos de Paula, L. & Gil-Lafuente, A. M. (2018). Algorithm applied in corporate sustainability. *Kybernetes*, 50(7), 1982–2000. <https://doi.org/10.1108/K-02-2018-0077>

Baumüller, J. & Sopp, K. (2021). Double materiality and the shift from non-financial to European sustainability reporting review, outlook and implications. *Journal of Applied Accounting Research*, 23(1), 8–28. <https://doi.org/10.1108/JAAR-04-2021-0114>

Behnam, M. & MacLean, T. L. (2011). Where is the accountability in international accountability standards?: A decoupling perspective, *Business Ethics Quarterly*, 21(1), 45–72. <https://doi.org/10.5840/beq20112113>

Bärlund, A. & Perko, S. (2013). *Kestävä johtajuus: Bisneksen uusi elinehto*. Talentum.

Dijkstra-Silva, S., Schaltegger, S. & Beske-Janssen, P. (2022). Understanding positive contributions to sustainability. A systematic review. *Journal of Environmental Management*, 320, 115802. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.115802>

Elkington, J. (2004). Enter the triple bottom line, Teoksessa: A. Henriques & J. Richardson (toim.), *The triple bottom line: Does it all add up* (s. 1–16). Earthscan. <https://doi.org/10.4324/9781849773348>

Epstein, M. J. & Buhovac, A. R. (2014). *Making sustainability work: Best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts*. Berrett-Koehler Publishers.

Eurooppa-neuvosto. (2019). *Euroopan vihreän kehityksen ohjelma*. Viitattu 11.4.2023 <https://www.consilium.europa.eu/fi/policies/green-deal/>

Eurooppa-neuvosto. (5.5.2021). *Eurooppalainen ilmastolaki: neuvosto ja parlamentti alustavaan sopuun*. [lehistötiedote]. <https://www.consilium.europa.eu/fi/press/press-releases/2021/05/05/european-climate-law-council-and-parliament-reach-provisional-agreement/>

Eurooppa-neuvosto. (28.11.2022). *Neuvostolta lopullinen hyväksyntä yritysten kestävyysraportointia koskevalle direktiiville* [lehistötiedote]. <https://www.consilium.europa.eu/fi/press/press-releases/2022/11/28/council-gives-final-green-light-to-corporate-sustainability-reporting-directive/>

Euroopan parlamentti. (2020). *EU:n taksonomia määrittää kriteerit vihreälle rahoitukselle*. Viitattu 11.4.2023. <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/economy/20200604STO80509/eu-n-taksonomia-maarittaa-kriteerit-vihrealle-rahoitukselle>

Elinkeinoelämän keskusliitto. (Elokuu 2019). *Vastuullisuuden suunnannäyttäjät. Käytännön työkaluja ja esimerkkejä yritysvastuun johtamiseen*. EK. [https://ek.fi/wp-content/uploads/EK\\_Vastuullisuusjulkaisu\\_final\\_net\\_11.9.2019.pdf](https://ek.fi/wp-content/uploads/EK_Vastuullisuusjulkaisu_final_net_11.9.2019.pdf)

Elinkeinoelämän keskusliitto. (Lokakuu 2022). *Vastuullisuuden EU-sääntely etenee – mihin pk-yritysten on varauduttava*. EK. [https://ek.fi/wp-content/uploads/2023/01/EK\\_Vastuullisuus\\_EU\\_ok.pdf](https://ek.fi/wp-content/uploads/2023/01/EK_Vastuullisuus_EU_ok.pdf)

Forest Stewardship Council Suomi. (n.d). *FSC sertifioitu tuote on vastuullinen valinta*. Viitattu 15.4.2023. <https://fi.fsc.org/fi-fi/valitse-fsc>

Galati, A., Gianguzzi, G., Tinervia, S., Crescimanno, M. & La Mela Veca, D.S., (2017). Motivations, adoption and impact of voluntary environmental certification in the Italian forest



based industry: The case of the FSC standard. *Forest Policy and Economics*, 83, 169–176. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2017.08.002>

Global Compact Network Finland. (n.d.). *Mitkä kymmenen periaatetta?*, Viitattu 20.4.2023 <https://www.globalcompact.fi/kymmenen-periaatetta>

Global reporting initiative. (2011). *Technical Protocol: Applying the report content principles*. GRI. [https://www.platformeco2.ch/portal/documents/10279/17373/GRI\\_Technical+Protocol.pdf/0e1294be-ce1b-4c31-9943-4904c06240fd](https://www.platformeco2.ch/portal/documents/10279/17373/GRI_Technical+Protocol.pdf/0e1294be-ce1b-4c31-9943-4904c06240fd)

Global Reporting Initiative. (n.d.-a). *About GRI*. Viitattu 25.3.2023. <https://www.globalreporting.org/about-gri/>

Global reporting initiative. (n.d.-b) *Universal standards*. <https://www.globalreporting.org/standards/standards-development/universal-standards/>

Global Reporting Initiative. (n.d.-c). *A short introduction to the GRI Standards*. GRI. <https://www.globalreporting.org/media/wtaf14tw/a-short-introduction-to-the-gri-standards.pdf>

Halme, M., Rintamäki, J., Knudsen, J., Lankoski, L. & Kuisma, M. (2020). When Is There a Sustainability Case for CSR? Pathways to Environmental and Social performance Improvements. *Business & Society*, 59(6), 1181–1227. <https://doi.org/10.1177/0007650318755648>

Harmaala, M.-M. & Jallinoja, N. (2012). *Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta*. Sanoma Pro.

Juutinen, S. (2016). *Strategisen yritysvastuun käsikirja*. Talentum Media.

Jørgensen, S., Mjøs, A. & Pedersen, L. (2021). Sustainability reporting and approaches to materiality: tensions and potential resolutions. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 13(2), 341–361. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-01-2021-0009>

Jäteläki 17.6.2011/646. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110646>

Koipijärvi, T. & Kuvaja, S. (2017). *Yritysvastuu, johtamisen uusi normaali*. Kauppakamari.

Koivisto, J. (2011). *PK-yrityksen ympäristövastuut käytännönläheisesti*. Helsingin seudun Kauppakamari.

Kujala, J., Rehbein, K., Toikka, T. & Enroth, J., (2012). Reaching the gap between strategic and operational levels of corporate responsibility. *Baltic Journal of Management*, 8(2), 142–165. <https://doi.org/10.1108/17465261311309993>

Kujala, J. (2014). Sidosryhmät ja liiketoiminnan vastuullisuus: Vaateisiin vastaamisesta yhteiseen arvонуontiin. *Yritysetiikka*, 6(1), 6–16. <https://bin.yhdistysavain.fi/1591577/m491wvy6zNXpJpWGG3ck0UdGEA/yritysetiikka-2014-01.pdf>

Kurittu, K. (2018). *Yritysvastuuraportointi – Kiinnostavan viestinnän käsikirja*. Alma Talent.

Liappis, H., Pentikäinen, M. & Vanhala, A. (2019). *Menesty yritysvastuulla. Käsikirja kokonaisuuteen*. Edita Publishing.

Mirvis, P. & Googins, B. (2006). Stages of corporate citizenship. *California Management Review*, 48(2), 104–126. <https://doi.org/10.2307/41166340>

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

PEFC Suomi 2023. *PEFC*. Viitattu 5.4.2023. <https://pefc.fi/pefc/>

- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value: How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business review*, 89(1-2), 62–77. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=39071>
- Rangan, V. K., Chase, L. & Karim, S. (2015). The truth About CSR. *Harvard Business Review*, 93(1/2), 40–49. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=48438>
- SFS-ISO 14001:2015. Ympäristöjärjestelmät. Vaatimukset ja niiden soveltamisohjeita. (2015). Suomen Standardisoimisliitto.
- SFS-ISO 45001:2018. Työterveys- ja työturvallisuusjärjestelmät. Vaatimukset ja niiden soveltamisohjeita. (2018). Suomen Standardisoimisliitto.
- Strand, R., Freeman, R. E. & Hockerts, K. (2014). Corporate social responsibility and sustainability in Scandinavia: An overview. *Journal of Business Ethics*, 127, 1–15. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2224-6>
- Suomen YK-liitto. (2023). *Kestävän kehityksen tavoitteet*. Viitattu 20.4.2023. <https://www.ykliitto.fi/kestava-kehitys#tavoitteet>
- Sustainability Accounting Standards Board. (n.d.). *Understanding SASB Standards*. SASB. Viitattu 9.12.2023. <https://sasb.org/implementation-primer/understanding-sasb-standards/>
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2022). *Hiilineutraali Suomi 2035 – kansallinen ilmasto- ja energiastrategia*. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-811-0>
- Vilkka, H. (2015). *Tutki ja kehitä*. PS-kustannus.
- Villiers, C. de, La Torre, M. & Molinari, M. (2022). The Global Reporting Initiative's (GRI) part, present and future: critical reflections and research agenda on sustainability reporting (standard-setting). *Pacific Accounting Review*, 34(5), 728–747. <https://doi.org/10.1108/PAR-02-2022-0034>
- World Economic Forum. (2023). *Global Risks Report 2023*. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2023.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2023.pdf)
- Ympäristöministeriö. (2023). *Mitä on kestävä kehitys?* Viitattu 9.4.2023 [www.ym.fi/mita-on-kestava-kehitys](http://www.ym.fi/mita-on-kestava-kehitys)
- United Nations. (n.d.). *The Paris agreement: What is the Paris Agreement?* <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement>
- United Nations: Global compact (n.d.). *Our participants*. Viitattu 20.4.2023. <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants>
- Ympäristösuojelulaki 27.6.2014/527. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20140527>
- Ympäristöhallinto. (2022). EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen. Viitattu 20.4.2023. [https://www.ymparisto.fi/fi-fi/kulutus\\_ja\\_tuotanto/ymparistojarjestelmat\\_ja\\_johtaminen/emasin\\_toteuttaminen](https://www.ymparisto.fi/fi-fi/kulutus_ja_tuotanto/ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen/emasin_toteuttaminen)

## Kyselylomakkeen sisältö

### Osio 1. Näkemyksenne Yrityksen X vastuullisuudesta:

1. Minkä arvosanan antaisitte Yrityksen X vastuullisuudelle tällä hetkellä? (0-5)
2. Miten tärkeänä pidätte, että Yritys X toimii vastuullisesti? (0-5)
3. Kuinka hyvin saatte tai löydätte tietoa Yrityksen X vastuullisuudesta? (0-5)
4. Miten haluaisitte saada tietoa Yrityksen X vastuullisuustyöstä?
  - erillisenä vastuullisuusraporttina
  - yksittäisinä viesteinä eri kanavissa (esim. nettisivut tai tiedotteet)
  - sosiaalisen median kautta (esim. linkedIn tai Instagram)
  - kanssakäymisen yhteydessä
  - muu, mikä

### Osio 2. Ympäristövastuu

Seuraavassa on lueteltuna ympäristövastuun aihealueita. Arvioikaa asteikolla 0-5 kuinka merkityksellisiä yrityksenne kannalta on seuraavat pakkauksia koskevat ympäristövastuusiin liittyvät asiat.

Materiaalin käyttö:

1. Materiaalihukan vähentäminen
2. Kierrätysmateriaalin osuus käytetystä materiaalista
3. Materiaalin kierrätettävyyden
4. Materiaalin alkuperä
5. Kiertotalouden ratkaisujen edistäminen
6. Tuotteiden ympäristöystävällisyys

Energia ja vesi:

1. Yrityksen energiatehokkuuden parantaminen
2. Yrityksen energiankulutuksen vähentäminen
3. Tuotteen energiatehokkuuden parantaminen
4. Veden käytön vähentäminen

Päästöt, jätteet ja luonnon monimuotoisuus

1. Yrityksen toiminnan hiilijalanjälki
2. Tuotteiden hiilijalanjälki
3. Yrityksen toiminnan ja tuotteiden vaikutus luonnon monimuotoisuuteen
4. Toiminnasta syntyvän jätteen määrä
5. Toiminnasta syntyvien jätteiden lajittelu

Sidosryhmät ja toimitusketju

1. Ympäristönsuojelua koskevan lainsäädännön vaatimusten täyttyminen
2. Sertifioitu ympäristöjärjestelmä
3. Sertifioitu puun alkuperäjärjestelmä (FSC tai PEFC)
4. Ympäristövastuun toteutumisen seuranta toimitusketjussa

Mitkä edellä mainituista ympäristövastuun osa-alueista vaikuttavat toimittajien valintaan ja/tai hankintapäätökseen?

### Osio 3: Sosiaalinen ja taloudellinen vastuu

Seuraavassa on lueteltuna sosiaalisen ja taloudellisen vastuun aihealueita. Arvioikaa asteikolla 0-5 kuinka merkityksellisiä yrityksenne kannalta on seuraavat sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuuseen liittyvät asiat.

Henkilöstö ja paikallisyhteisö

1. Henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen
2. Henkilöstön osaamisen kehittäminen
3. Työturvallisuuden edistäminen
4. Sertifioitu työterveys- ja työturvallisuusjärjestelmä
5. Paikallisyhteisön huomioiminen toiminnassa
6. Työpaikkojen luominen alueelle

Sidosryhmät ja tuotteet

1. Tuoteturvallisuus
2. Tuotteiden laatu
3. Tuotteiden kotimaisuus
4. Avoin viestintä
5. Tietoturva huolehtiminen
6. Sosiaalisen vastuun toteutumisen seuranta toimitusketjussa

Mitkä edellä mainituista sosiaalisen vastuun osa-alueista vaikuttavat toimittajien valintaan ja/tai hankintapäätökseen?

Taloudellinen vastuu

1. Korruption ehkäisy
2. Harmaan talouden torjunta
3. Reilu kilpailu
4. Liiketoiminnan eettisyys
5. Liiketoiminnan kannattavuus
6. Investoinnit

Mitkä edellä mainituista taloudellisen vastuun osa-alueista vaikuttavat toimittajien valintaan ja/tai hankintapäätökseen?

### Osio 4. Taustakysymykset:

Lopuksi vielä muutama taustakysymys. Taustatietoja käytetään tulosten käsittelyyn ja analysointiin.

Yrityksen nimi:

Vastaajan nimi:

Yrityksen liikevaihto:

Yrityksen henkilöstömäärä:

Yrityksen toimiala:

Raportoiko yritys omasta yritysvastuutyöstään?

Onko yritys osa kansainvälistä konsernia?

Vapaa palaute kyselystä:

## Saatekirje

Arvoisa vastaanottaja,

Vastuullisuus on nostettu yhdeksi tärkeimmistä arvoista "Yrityksen X" 2022 päivitettyssä strategiassa. "Yrityksen X" vastuullisuusohjelman mukaisesti haluamme kartoittaa tärkeimpien sidosryhmiemme näkemyksiä "Yrityksen X" vastuullisuudesta sekä eri vastuullisuusteemojen merkityksestä asiakasyrityksillemme. Mikäli koette, että ette ole oikea henkilö vastaamaan vastuullisuuskyselyyn, ohjaattehan viestini organisaatiossanne eteenpäin oikealle henkilölle.

Kysely toteutetaan osana YAMK opinnäytetyötä, jonka tekijänä on "Yrityksen X" laatu-  
päällikkö Merja Lehto. Kyselytutkimuksen tavoitteena on ohjata "Yrityksen X" vastuullisuustyötä siten, että osaamme paremmin vastata sidosryhmiemme odotuksiin. Kyselyn tulokset jäävät vain "Yrityksen X" käyttöön. Opinnäytetyössä vastauksensa antaneet yritykset käsitellään anonyymisti.

Kysely koostuu neljästä osiosta. Ensimmäisessä osioissa haluamme selvittää näkemyksiänne "Yrityksen X" vastuullisuudesta tällä hetkellä. Toisessa ja kolmannessa osiossa käsitellään valittuja vastuullisuusteemoja sekä niiden merkitystä. Neljäs osio koostuu taustakysymyksistä, joiden pohjalta tuloksia tullaan käsittelemään. Kysymysten lopussa on myös mahdollisuus avoimeen palautteeseen.

Kysely pitää sisällään 22 kysymystä ja vastaamiseen kuluu aikaa n. 10 minuuttia. Toivomme vastaustanne 28.2.2023 mennessä.

Kysely on toteutettu GoogleForms -työkalulla. Kyselyyn pääsette "tästä" linkistä. (Linkki englanninkieliseen kyselyyn on saatavissa pyydettäessä). Mikäli ette jostain syystä pysty vastaamaan GoogleForms -kyselyyn, olettehan yhteydessä niin toimitan mielelläni teille kysymykset sähköpostitse ja haastattelen puhelimitse. Jokainen vastaus on meille arvokas!

Paljon kiitoksia panoksestanne jo etukäteen.

Ystävällisin terveisin / With kind regards,

Merja Lehto  
Laatupäällikkö / QE Manager

## Olennaisten asioiden huomiointi case-yrityksen vastuullisuusohjelmassa

Vastuulliuusteema	Mittar	Tavoite asetettu	Tavoite vastuullisuusohjelmassa
Materiaalihukan vähentäminen	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Materiaalin kierrätettävyyys	Kyllä	Kyllä	Ei
Materiaalin alkuperä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Kiertotalouden ratkaisujen edistäminen	Ei	Ei	Ei
Tuotteiden ympäristöystävällisyys	Ei	Ei	Ei
Yrityksen energiatehokkuuden parantaminen	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Yrityksen energiankulutuksen vähentäminen	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Tuotteen energiatehokkuuden parantaminen	Ei	Ei	Ei
Yrityksen toiminnan hiilijalanjälki	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Tuotteiden hiilijalanjälki	Ei	Ei	Ei
Yrityksen toiminnan ja tuotteiden vaikutus luonnon monimuotoisuuteen	Ei	Ei	Ei
Toiminnasta syntyvän jätteen määrä	Kyllä	Kyllä	Ei
Toiminnasta syntyvien jätteiden lajittelu	Kyllä	Kyllä	Ei
Ympäristönsuojelua koskevan lainsäädännön vaatimusten täyttyminen	Kyllä	Kyllä	Ei
Sertifioitu ympäristöjärjestelmä	Kyllä	Kyllä	Ei
Sertifioitu puun alkuperäjärjestelmä (FSC tai PEFC)	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Ympäristövastuun toteutumisen seuranta toimitusketjussa	Ei	Kyllä	Kyllä
Henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Henkilöstön osaamisen kehittäminen	Ei	Ei	Ei
Työturvallisuuden edistäminen	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Sertifioitu työterveys- ja työturvallisuusjärjestelmä	Kyllä	Ei	Ei
Tuoteturvallisuus	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Tuotteiden laatu	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Tuotteiden kotimaisuus	Kyllä	Kyllä	Ei
Avoin viestintä	Ei	Ei	Kyllä
Tietoturvasta huolehtiminen	Ei	Ei	Ei
toimitusketjussa	Ei	Kyllä	Kyllä
Korruption ehkäisy	Ei	Ei	Kyllä
Harmaan talouden torjunta	Ei	Ei	Kyllä
Reilu kilpailu	Ei	Ei	Kyllä
Liiketoiminnan eettisyys	Ei	Ei	Kyllä
Liiketoiminnan kannattavuus	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Investoinnit	Kyllä	N/A	Ei