



Ari Vainio

Ohjeistus vastuullisuusraportin toteuttamiseen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Sähkö- ja automaatiotekniikka

Insinöörityö

11.4.2022

Tiivistelmä

Tekijä: Ari Vainio
Otsikko: Ohjeistus vastuullisuusraportin toteuttamiseen
Sivumäärä: 23 sivua
Aika: 11.4.2022

Tutkinto: Insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma: Sähkö- ja automaatiotekniikka
Ammatillinen pääaine: Automaatiotekniikka
Ohjaajat: Lehtori Kristian Junno, Metropolia AMK

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä yritys vastuullisuudella tarkoitetaan ja miten yritys vastuullisuus näkyy yritystoiminnassa sekä kuinka vastuullisuusraportti laaditaan. Selvitystyö lähti liikkeelle yritys vastuun terminologisesta määrittelystä, jonka jälkeen yritys vastuun käsite jaoteltiin kolmeen osa-alueeseen: taloudelliseen, sosiaaliseen sekä ympäristövastuuseen. Opinnäytetyössä tutkittiin myös yritys vastuun historiaa ja sen suurimpia murroskausia. Lisäksi yritys vastuuta tarkasteltiin kritiikin näkökulmasta.

Yritys vastuullisuuden yksi isoimmista osa-alueista on viestintä, jonka vuoksi vastuullisuusraportointi on maailmanlaajuisesti ollut merkittävässä kasvussa 90-luvulta lähtien. Opinnäytetyössä käsitellään vastuullisuusraportointia ilmiönä, vastuullisuusraportoinnin historiaa sekä viestinnän suhdetta käytäntöön. Työssä tarkasteltiin myös raportoinnin hyötyjä ja tavoitteita sekä minkälaista kritiikkiä vastuullisuusraportointi on saanut osakseen.

Opinnäytetyön toiminnallisena osana laadittiin ohjeistus yritys vastuuraportin toteuttamiseen. Tässä työssä on päätetty käyttää raportointiohjeistuksen pohjana GRI-raportointimallia sen laajuuden, uskottavuuden sekä vertailukelpoisuuden vuoksi. Vastuullisuusraportointia käsiteltiin johtamisprosessin sekä raportointiprosessin näkökulmasta. Varsinaisen raportin laatiminen jaettiin viiteen osa-alueeseen, joita ovat raportoinnin tavoitteiden määrittely, raportoinnin suunnittelu, raportin laadinta, raportin julkaiseminen sekä palautteen kerääminen ja analysointi.

Avainsanat: yritys vastuu, vastuullisuusraportti

Abstract

Author: Ari Vainio
Title: Instruction for Drafting a Corporate Social Responsibility Report
Number of Pages: 23 pages
Date: 11th April 2022

Degree: Bachelor of Engineering
Degree Programme: Electrical and Automation Engineering
Professional Major: Automation Technology
Supervisors: Kristian Junno, Senior Lecturer, Metropolia UAS

The objective of this bachelor's thesis work was to define what corporate social responsibility (CSR) means, how CSR is visible in business practices, and to offer insight on how to create a CSR report. One of the most visible parts of corporate social responsibility (CSR) is, communication, which is the reason for the steady increase of CSR reporting globally since the 1990's. This thesis will focus on CSR reporting as a phenomenon, the history of CSR reporting and how CSR reporting actually reflects on business practices. This thesis also examines the goals, benefits and critique of SCR reporting.

The research began with defining the terminology for CSR, after which the concept of CSR was split into three subsections: economic, social and environmental responsibility. The thesis also delves into the history of CSR and its main transitional periods. In addition, critique towards CSR is presented.

As the practical part of this thesis work, an instruction was drafted on how to create a CSR report. For the purpose of credibility, comparability and expansiveness, the GRI standards (Global Reporting Initiative) were used as a base for the instruction in this study. The CSR reporting process was analyzed from management and reporting perspectives. The instruction part for drafting a CSR report was divided into five subsections as follows: Defining the objectives of the report, designing the report, drafting the report, publishing, collecting and analyzing feedback

Keywords: corporate social responsibility, CSR reporting

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Yritysvastuu	1
2.1	Taloudellinen vastuu	2
2.2	Ympäristövastuu	3
2.3	Sosiaalinen vastuu	3
2.4	Yritysvastuun historia	4
2.4.1	Teollistuminen	5
2.4.2	Kansainvälisen kaupan aika	5
2.4.3	Taloudellinen globalisaatio	6
2.4.4	Yritysvastuun kritiikkiä	7
3	Vastuullisuusraportti	9
3.1	Vastuullisuusraportoinnin historia	9
3.2	Viestintä ja käytäntö	10
3.3	Raportoinnin hyödyt ja tavoitteet	12
3.4	Vastuullisuusraportoinnin kritiikkiä	13
3.5	The Six Sins of Greenwashing	14
3.6	GRI	15
4	Ohjeistus yritysvastuuraportointiin	15
4.1	Yritysvastuun johtamisprosessi	16
4.2	Raportointiprosessi	19
4.2.1	Yritykseen perehtyminen ja tavoitteiden määrittely	19
4.2.2	Raportin suunnittelu ja laadinta	19
4.2.3	Raportin julkaiseminen ja palaute	20
5	Pohdinta	21
	Lähteet	23

1 Johdanto

Yritysvastuullisuus on trendi, josta keskustelu on voimistunut erityisesti 90-luvulta lähtien. Tämän seurauksena useat yritykset ovat alkaneet pohtia omaa vastuullisuuttaan. Tämän yritysvastuuta käsittelevän insinööriyön tarkoituksena on selvittää, mitä yritysvastuullisuus on ja miten se on kehittynyt tähän päivään mennessä sekä miten yritysvastuuraportti liittyy yritysvastuuseen.

Nykypäivänä yritysvastuullisuus ei ole pelkästään tekoja yrityksen sisällä vaan myös vahvaa ulospäin viestimistä yrityksen toimista. Viestiminen tapahtuu nykyisin pääsääntöisesti yritysvastuuraportoinnilla. Tässä opinnäytetyössä esitellään raporttien yleistä rakennetta sekä perehdytään hieman tämän hetken kattavimpaan yritysvastuuraportointiohjeistukseen GRI:hin (Global reporting initiative).

2 Yritysvastuu

Yritysvastuu ei itsessään ja terminologisesti ole yksiselitteinen. Aikojen saatossa se on määritelty usealla eri tavalla. Määritelmät ovat päällekkäisiä ja eroavat toisistaan hieman, sillä ne ovat muuttuneet ajan mittaan yleisten trendien ja mielipiteiden mukaisesti. Suomalaisessa yrityskeskustelussa käytetään termejä kuten yhteiskuntavastuu, hyvä yrityskansalaisuus, kestävä kehitys sekä vastuullinen yritystoiminta (Harmaala & Jallinoja 2012, 17). Edellä mainittuja termejä käsitellään tässä työssä synonyymeinä. Tässä luvussa käydään lyhyesti läpi yritysvastuun historiaa sekä tarkastellaan yritysvastuuta taloudellisen, sosiaalisen sekä ympäristövastuun näkökulmasta (kuva 1).



Kuva 1. Yritysvastuun kolme ulottuvuutta ovat keskenään riippuvuussuhteessa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 17.)

2.1 Taloudellinen vastuu

Taloudellisen vastuun edellytys paikallisesti ja globaalisti on kannattava yritys-toiminta, jonka johdosta yritys kykenee luomaan taloudellista hyvinvointia yhteiskunnalle. Taloudellisesta vastuusta puhuttaessa kiinnitetään huomiota myös tapaan, jolla yritys luo taloudellista hyvinvointia ympäristöönsä. Yritys voi vaikuttaa taloudelliseen hyvinvointiin esimerkiksi investointien, ostojen, rakentamisen sekä yhteishankkeiden kautta. Lainsäädännön noudattamista pidetään yleisenä vähimmäisehtona taloudellisen vastuun kantamisessa. (Harmaala & Jallinoja, 2012, 18–19.)

2.2 Ympäristövastuu

Ympäristövastuulla tarkoitetaan mahdollisimman vähän ympäristöä kuormittavaa yrityksen toimintaa. Yritys on välittömässä vastuussa sen aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Yrityksen ympäristövastuu kattaa esimerkiksi maaperän, veden ja ilman suojelun sekä ympäristö- ja terveysriskien hallinnan. Nykyisen ajattelun mukaan ympäristövastuu sisällyttää koko tuotteen elinkaaren ja ulottuu myös yhteistyökumppaneiden ympäristövaikutuksiin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.)

Vastuullinen yritys on tietoinen ympäristövaikutuksistaan, uudistaa toimintaansa sekä tuntee lainsäädännön ja toimii sen mukaisesti. Ympäristövastuu näkyy muun muassa tuotantoprosessien kehittämisessä, tuote- ja palvelukehityksessä sekä tuotteen elinkaaren loppusijoituksessa. Merkittäviä seikkoja ympäristövastuun kannalta ovat myös logistisen ketjun hallinta sekä raaka-aineiden jäljitettävyys. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.)

2.3 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalisen vastuullisuuden toimet kohdistuvat ensisijaisesti yrityksen henkilöstöön (Harmaala & Jallinoja 2012, 20). Sosiaalinen vastuu pitää sisällään työntekijän sosiaaliseen, fyysiseen sekä psyykkiseen hyvinvointiin liittyviä asioita. Näitä asioita ovat muun muassa työterveyshuolto, työturvallisuus, työskentelyolosuhteet, henkilöstön kouluttaminen sekä syrjimisen estäminen. (Rohweder 2004, 103.)

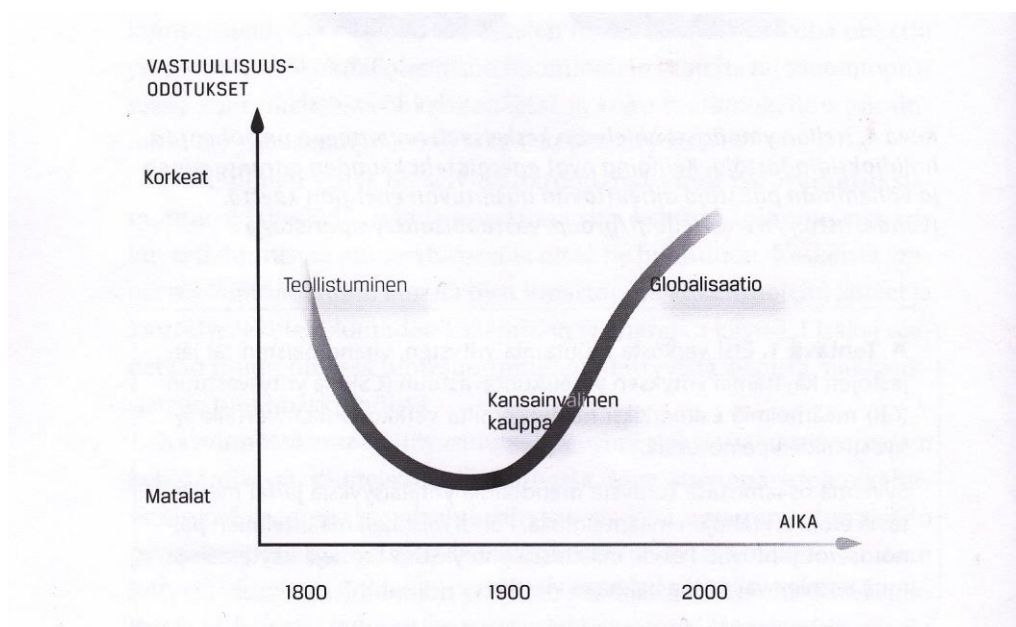
Sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluu myös vastuu yrityksen valmistamista tuotteista, mikä näkyy esimerkiksi tuotteiden käyttöturvallisuudessa sekä ympäristövaikutuksien minimoimisessa. Myös tuotteiden mainonnan ja markkinoinnin totuudenmukaisuus ovat osa sosiaalista vastuuta. (Rohweder 2004, 103.)

Yritystoiminta vaikuttaa myös epäsuorasti yrityksen ulkopuoliseen sosiaaliseen ympäristöön, esimerkiksi uusien investointien seurauksena (Rohweder 2004,

103–104). Yritysten sosiaalinen vastuu voi olla paikallista tai globaalia. Esimerkiksi kansainvälisesti toimivalla yrityksellä voi olla hyvin erilaisia lainsäädännön veloituksia eri maissa. Hyvinvointivaltioissa monet sosiaaliseen vastuullisuuteen liittyvät asiat ovat säädetty laissa, mutta kehittyvissä maissa näin ei välttämättä ole. Kehittyvissä maissa yrityksen sosiaalinen vastuu on vapaaehtoisen toiminnan piirissä ja näin ollen yritys voi halutessaan vaikuttaa merkittävästi ympäristöönsä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20.)

2.4 Yritysvastuun historia

Länsimaissa yritysvastuun kehityksestä 2010-luvulle asti voidaan erottaa kolme ajanjaksoa: teollistuminen, kansainvälisen kaupan kasvu ja globalisaation aika (kuva 2). Aikojen saatossa yritysvastuun huomion keskipiste on muuttunut, mutta karkeasti se voidaan jaotella teollistumisen alkuaikoina sosiaalisiin näkökohtiin ja loppupuolella ympäristönäkökohtiin. Globalisaation ja kansainvälisen kaupan lisääntyessä painopiste on jälleen siirtynyt sosiaalisiin näkökohtiin ympäristövastuun rinnalle. (Harmaala & Jallinoja 2012, 24.)



Kuva 2. Vastuullisuusvaatimusten määrä eri aikoina (Harmaala & Jallinoja 2012, 24).

2.4.1 Teollistuminen

Yritysvastuun historia on ihmisen historiassa suhteellisen lyhyt ajanjakso, joka on käynnistynyt teollistumisen jälkimainingeissa 1800-luvulla. Teollistumisen aikaan ihmiset muuttivat tehdastyön perässä kaupunkeihin ja tiiviimmin asutuille alueille. Asumisen tiiviyden ja puutteelliset olosuhteet johtivat moniin sosiaalisiin ongelmiin. Näihin ongelmiin teollisuusomistajat vastasivat vapaaehtoisella hyväntekeväisyydellä ja työntekijöistä sekä perheistä huolehdittiin maan tapojen mukaisesti. Yhteisön sosiaalisten ongelmien ratkaiseminen oli olennaisen tärkeää teollisuusomistajille tehtaan toimintakyvyn ja tuottavuuden kannalta, sillä vakaat olosuhteet ja terveet työntekijät mahdollistivat tehtaan jatkuvan toiminnan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 24–25.)

Teollistumisen seurauksena myös ympäristöongelmat kasvoivat tiheään asutuilla alueilla, mikä näkyi esimerkiksi veden ja ympäristön paikallisena saastumisena. Alueiden paikallista pilaantumista ei kuitenkaan pidetty yhtä merkittävänä kuin mahdollisuutta vaurastumiselle, eikä saasteiden pitkäaikaisvaikutusta ymmärretty kovin hyvin. Myös tieteellinen ymmärrys asiasta oli vaillinainen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 24–25.)

2.4.2 Kansainvälisen kaupan aika

Seuraava ajanjakso koettiin heti toisen maailmansodan jälkeen vuonna 1948, kun teollisuus alkoi kiihtymään voimakkaasti ja YK:ssa saatiin solmituksi yksi maailman edelleen merkittävimmistä sopimuksista: Ihmisoikeuksien yleismaailmallinen julistus (Universal Declaration of Human Rights), jonka mukaan kaikki ihmiset syntyvät vapaina ja arvoltaan sekä oikeuksiltaan tasavertaisina. Teollistumisen kiihtyessä vaatimukset työoloista, työajoista ja minimipalkoista lisääntyivät. Toisen maailmansodan jälkeen aloitettiin hyvinvointiyhteiskunnan rakentaminen muun muassa Pohjoismaissa. Ammattiyhdistysliike vahvistui ja samalla valtioiden työ- ja sosiaalilainsäädäntö kehittyivät, mistä seurasi työaikojen ja -olojen asteittainen kehittyminen. Julkinen sektori laajentui ja alkoi järjestämään

aiemmin tehdaspatriunoiden tarjoamia palveluita, kuten terveydenhuoltoa, koulutusta sekä asuntorakentamista. Tästä syystä vaatimukset tehdaspatriunoiden sosiaalisesta vastuusta vähenivät aikaisempaan verrattuna. (Harmaala & Jallinoja 2012, 25.)

Teollistumisen ja kulutuksen kasvu näkyivät myös ympäristössä, esimerkiksi kivihiihen polttamisesta seuranneina haposateina, mikä aiheutti metsien kuolemia. Ympäristöongelmien seurauksena alettiin tutkia ympäristön ja yritystoiminnan vaikutusta toisiinsa sekä etsiä työkaluja, joilla ympäristöongelmia voitaisiin ehkäistä. Ongelmia nosti pinnalle myös Rachel Carsonin teos *Äänetön kevät* (Silent Spring), jota pidetään lähtölaukauksena nykyisen ympäristöliikkeen synnylle. Toinen tärkeä teos on 1970-luvulla ilmestynyt *Kasvun rajat* (Limits to Growth), joka korosti taloudellisen kasvun ja ympäristötuhojen välistä yhteyttä. Samoihin aikoihin syntyi myös aktivistien aloitteesta edelleen merkittäviä ympäristö- ja ihmisoikeusjärjestöjä, kuten WWF ja Amnesty International. Ongelmien tullessa yleiseen tietoon lainsäädäntö alkoi myös kehittyä erityisesti veden, maan ja ilman pilaantumista koskien. Lainsäädännön seurauksena myös yritykset joutuivat investoimaan päästöjen vähentämiseen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 26.)

2.4.3 Taloudellinen globalisaatio

Harmaala & Jallinoja (2012, 26) määrittelevät globalisaation tarkoittavan ”yhteiskunnallista muutosta, joka ilmenee mannerten välisten yhteyksien lisääntymisenä ihmisten välillä”. Taloudellinen globalisaatio puolestaan tarkoittaa pääoman, työvoiman ja tuotteiden liikkumista maiden ja maanosien välillä. 1990-luvulta alkaen Kylmän sodan päätyttyä markkinat alkoivat vapautumaan ja maiden välisiä kauppajäoituksia alettiin purkamaan. Globalisaatio toi mahdollisuuksia kaupalle, mutta kaupan sääntely ja valvonta eivät huomioineet riittävästi sen sosiaalisia-, kulttuuri- tai ympäristövaikutuksia. (Harmaala & Jallinoja 2012, 26–27.)

Ympäristötietoisuuden toinen aalto alkoi 1980-luvun valtavista ympäristöturmista, mikä lisäsi kansainvälistä yhteistyötä ja loi ajatuksen kestävästä kehityksestä sekä sen toteuttamisesta. Vuosien 1992 Rio de Janeiron ja 2002 Johannesburgin YK:n suurten ympäristö- ja kehityskokousten ansiosta valtiot alkoivat poliittisesti sitoutumaan ympäristöasioiden edistämiseen. (Harmaala & Jallinoja 2021, 27.)

2000-luvulla globalisaation seurauksena alettiin kiinnittää uudella tavalla huomiota taloudelliseen ja sosiaaliseen vastuullisuuteen. Globalisaatiosta johtuen yritysten toimintaympäristö on merkittävästi laajentunut ja samalla vastuun piiri on levinnyt valtion rajojen ulkopuolelle. Esimerkiksi suomalaisetkin kansainväliset yhtiöt joutuvat miettimään maan sisäisen henkilöstön olojen lisäksi kehittyvien maiden henkilöstön oloja ja vastaamaan oikeutukseen työpaikkojen siirosta hyvinvointivaltiosta kehittyviin maihin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 27.)

2.4.4 Yritysvastuun kritiikkiä

Yritysvastuuta ja sidosryhmien alati kasvavia odotuksia yrityksiä kohtaan on kritisoitu usealta eri kantilta eri tahojen toimesta. Harmaala & Jallinojan Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta (2012, 28) mukaan yritysvastuun kritiikki voidaankin jaotella yleisesti neljään kategoriaan:

1. yritysvastuu liiketoiminnan haittana
2. yritysvastuu vain liiketoiminnan hyödyntämiskeinona
3. epäselvänä
4. tehottomana.

Yritysvastuu liiketoiminnan haittana -näkömyksen kannattaja Milton Friedman julkaisi vuonna 1970 artikkelin ”The social responsibility of business is to increase its profits”. Friedmanin näkömyksen mukaan yrityksen osakkeenomis-

tajien voiton maksimoimisen ja yritys vastuullisuuden välillä on perustavanlaatuisen ristiriita, sillä Friedman artikkelissaan esittää, että liiketoiminnan ainoana vastuullisuutena voidaan katsoa olevan voittojen kasvattaminen pitkällä aikavälillä ja sosiaalisen vastuun käytäntöjä tulisi noudattaa ainoastaan, jos yritys saa siten suurempaa tuottoa. Tämän näkemyksen mukaan yritys vastuu kuitenkin useimmiten haittaa menestyvää liiketoimintaa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 28.)

Antiteesinä Milton Friedmanin kritiikille on varsinkin 2000-luvulla esitetty yritys vastuullisuudelle päinvastaista kritiikkiä, jossa yrityksiä syytetään vain näennäisestä vastuullisuudesta, jolla tavoitellaan lähinnä liiketoimintahyötyä. Yritys vastuu vain liiketoiminnan hyödyntämiskeinona -näkömyksen mukaan yritystoiminnan lopullisena tavoitteena tulisi olla yhteiskunnan hyvinvointi, eikä pienen osakkeenomistajajoukon henkilökohtainen etu. Tällä perusteella näkömyksen edustajien mukaan yritysten tulisi ottaa laajaa yhteiskunnallista vastuuta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 28.)

Monet näkevät, että yritys vastuullisuus on paikoitellen tällä hetkellä vielä tehotonta ja yritykset rajaavat vastuunsa hyvin kapeasti. Esimerkiksi globaaleissa ja kehittyvissä maissa yhteiskunta ja poliittiset järjestelmät saattavat olla hyvin erilaiset ja rakenteellisesti hyvin heikot tai puuttua lähes kokonaan. Näissä lähtökohdissa monet painottavat osallisuutta ja yritysten vastuuta yhteiskunnan ja poliittisen järjestelmän rakentamisessa. Toisen näkömyksen mukaan yritysten ei pitäisi puuttua valtiollisiin asioihin ja niiden tulisi poliittisen ja taloudellisen vaikuttamisen sijasta ainoastaan maksaa toimintamaissaan veroja, joita voitaisiin käyttää yhteiskunnan infrastruktuurin ja poliittisen järjestelmän kehittämiseen. Monet kansalaisjärjestöt nostavat erääksi yritys vastuun ongelmaksi jakautuneisuuden, jossa globaalit yritykset ovat hoitaneet yritys vastuunsa paremmin länsimaaisessa toimintaympäristössä ja huonommin kehittyvissä maissa saaden kuitenkin vastuullisen yrityksen maineen toimistaan länsimaissa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 28–29.)

3 Vastuullisuusraportti

Vastuullisuusraportti on yrityksen tapa viestiä sidosryhmilleen yritysvastuullisuudesta tietyltä ajanjaksolta (Rohweder 2004, 211). Vastuullisuusraportti pitää sisällään kaikki kolme yritysvastuun osa-aluetta: ympäristövastuun sekä sosiaalisen ja taloudellisen vastuun. Sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun osalta vastuullisuusraportointi on pitkälti vapaaehtoista (Harmaala & Jallinoja 2012, 221). Vastuullisuusraportin tavoitteena on kertoa yrityksen tekemistä toimista ja siitä, mitä vaikutuksia yrityksellä on ollut esimerkiksi ympäristön kannalta sekä mitä vaikutuksille aiotaan tehdä tai mitä on jo tehty (Rohweder 2004, 211).

3.1 Vastuullisuusraportoinnin historia

Vastuullisuusraportointi on vielä suhteellisen tuore ilmiö. Ensimmäiset ympäristöraportit on kirjoitettu 1990-luvun alkupuolella seurauksena 1980-luvun ympäristökatastrofeista. Kestävän kehityksen noustessa yhteiskunnalliselle keskustelutasolle yritykset alkoivat kiinnittämään huomiota myös sosiaalisen vastuullisuuden raportointiin. Näitä ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun raportteja kutsutaan useimmiten yhteiskuntavastuun raporteiksi. Uusimpana trendinä on alettu ottamaan kantaa kaikkiin kolmeen yritysvastuun ulottuvuuteen yhdessä raportissa, joka on nimetty yritysvastuuraportiksi tai kestävän kehityksen raportiksi. (Rohweder 2004, 211–212.)

Yritysvastuun raportointi on enimmäkseen vielä vapaaehtoista. Yritysten on tällä hetkellä kuitenkin raportoitava ympäristölupien päästöihin koskevista asioista viranomaisille. Poikkeuksena ovat yritykset, jotka ovat hankkineet esimerkiksi vapaaehtoisen ISO 14001 -sertifikaatin. Niiden ei tarvitse antaa minkäänlaista raporttia. (Rohweder 2004, 212.)

Vuonna 2014 Euroopan unioni hyväksyi direktiivin (2014/95/EU), joka velvoittaa yli 500 henkilöä työllistävät suuryritykset julkaisemaan vuosittaisen vastuullisuusraportin vuodesta 2017 alkaen. Direktiivi velvoittaa kriteerit täyttävät yrityk-

set raportoimaan toimintatavoistaan, jotka koskevat sosiaalisia asioita ja työntekijöitä, ympäristöä, ihmisoikeuksia sekä lahjonnan ja korruption torjuntaa. Yritysten tulee myös kertoa toimintalinjoistaan sekä liiketoimintamallistaan ja kertoa niihin liittyvistä riskeistä ja niiden hallinnasta. (Työ- ja elinkeinoministeriö. 13.1.2022.)

3.2 Viestintä ja käytäntö

Vastuullisuusraportti on osa yrityksen viestintää ja on yritykselle strateginen päätös, jolla selitetään yrityksen toimintamalleja ja tulevaisuuden suunnitelmia (Niskala & ym. 2013, 98). Teoksessaan Strategisen yritysvastuun käsikirja (2016) Sirpa Juutinen jakaa yritysviestinnän neljään eri päätyyppiin (kuva 3): yritysvastuu satunnaisena toimena ilman säännöllistä viestintää ("Kotisirkat"), yritysvastuu markkinointikeinona ilman varsinaista toimintaa ("Riikinkukot"), yritysvastuun kantamista ilman vastuullisuusviestintää ("Muurahaiset") sekä yritysvastuu osana liiketoimintaa ja systemaattista viestintää ("Agility champions").



Kuva 3. Yritysvastuun viestinnän ja toiminnan yhtymäkohtia (Juutinen 2016, 52).

”Kotisirkat” suhtautuvat yritysvastuuseen lähinnä satunnaisina tilanteina, jotka eivät määrittele toimintakäytäntöjä. Tällöin myöskään säännönmukaista yritysvastuuviestintää ei ole mahdollista toteuttaa. Tällaisissa yrityksissä ei aktiivisesti pyritä kehittämään yritysvastuullisuutta, vaan mieluummin pitäydytään kiinni vanhoissa toimintamalleissa. Yritys lähinnä reagoi sidosryhmiltä tuleviin vaatimuksiin ja siinäkin tapauksessa yrittää todistella jo olemassa olevien toimintamallien vastuullisuutta, vaikka asiaa ei ole nykystandardeilla selvitetty. (Juutinen 2016, 53.)

”Riikinkukot” ovat ryhmä, jonka nimellä viitataan riikinkukkoon, jolla on korea pyrstö, joka on suljettuna kuitenkin melko vaatimaton. Yritysvastuun näkökulmasta ko. yrityksissä on käyty yritysvastuullisuutta läpi, mutta lähinnä markkinointitarkoituksessa. Markkinointi ja viestintä värittyvät ensisijaisesti kuluttajien ja asiakkaiden oletettujen odotusten mukaisesti. Tällaiset yritykset harrastavat yleensä yksittäisiä hyväntekeväisyyskampanjoita tai sponsorointia ns. hyviin tarkoituksiin. Todellisuudessa yritysvastuuta ja sen viestintää ei kuitenkaan ole integroitu yrityksen pääasialliseen toimintaan. (Juutinen 2016, 54.)

”Muurahaiset” ovat yritysvastuun puurtajia, joiden tavoitteena on luoda hyvä yritys. Yritysvastuu ei kuitenkaan muodostu strategiatasolla, vaan keskittyy operationaaliseen toimintaan. Täten myöskään viestintä yritysvastuullisuudesta ei kuulu strategiaan, jolloin tieto yritysvastuullisuudesta ei välity asiakkaille eikä kuluttajille. Tällöin suurin osa yritysvastuun hyödyistä jää saavuttamatta. (Juutinen 2016, 54–55.)

”Agility championit” ovat ketteryysmestareita, joiden yritysvastuullisuus ja sen viestintä on integroitu osa liiketoimintaa, kun pyritään kilpailukyvyyn kasvattamiseen. Tällaiset yritykset tutkivat aktiivisesti yritysvastuutaan ja sen tulevaisuudennäkymiä, jolloin he pystyvät reagoimaan markkinoiden muutoksiin ja uusiin vaateisiin tehokkaasti. Yritysvastuusta viestitään tehokkaasti, sillä vastuullisuutta toteutetaan myös käytännössä eikä vain paperilla. (Juutinen 2016, 55.)

3.3 Raportoinnin hyödyt ja tavoitteet

Yritysvastuun raportoinnin hyödyt eivät ole helppoja ennakoida ja niitä on vaikea arvioida tavanomaisilla kannattavuus- ja investointilaskelmilla. Vastuuraportoinnin hyötyjä voidaan kuitenkin tarkastella mm. sidosryhmien vuorovaikuttamisen näkökulmasta sekä johtamisen ja riskien hallinnan näkökulmista. (Niskala & ym. 2013, 98–100.)

Yritysvastuun raportit ovat selkein työkalu sidosryhmien ja yrityksen välisessä vuorovaikutuksessa. Vuorovaikutuksen näkökulmasta raportoinnissa olennaisia asioita sisällöllisten asioiden lisäksi ovat viestinnälliset ominaisuudet kuten selkeys, tietojen luotettavuus, ymmärrettävyys, tietojen olennaisuus yrityksen toiminnan kannalta sekä täydellisyys, jolloin tietojen tulee antaa todenmukainen kuva yritysvastuuta ajatellen. Raportissa olisi positiivisten uutisten ja parannusten lisäksi tärkeää olla mainittuna myös havaitut kehityskohteet sekä se, mitä niille aiotaan tehdä. Sidosryhmille kiinnostavaa on myös toimitusjohtajan katseaus, joka viestii yritysjohtajan kiinnostuksesta ja sitoutumisesta vastuullisuuteen. (Rohweder 2004, 231.)

Johtamisen näkökulmasta vastuullisuusraportointi on hyvä johtamisen väline, sillä raportointiprosessissa selvitetään sidosryhmien kiinnostus yrityksen vastuullisuutta kohtaan. Samalla raportointiohjeistot toimivat ohjekirjana yritys vastuulle ja auttavat yritystä asettamaan sen liiketoimintaa tukevia tavoitteita. Johtamismukainen yritys vastuutietojen ja tietojärjestelmien käsittely sekä niiden parantaminen lujittaa johtamista ja auttaa selvillä olovelvoitteen toteutumista. (Niskala ym. 2013, 98–99.)

Riskien hallinnan näkökulmasta yritys vastuuraportti on tehokas vuorovaikutuksen keino viestiä liiketoiminnallisista riskeistä sekä mahdollisuuksista yritys vastuun kaikilla osa-alueilla. Pörssi-yhtiöiden näkökulmasta yritys vastuuraportilla saattaa olla vaikutusta osakkeen arvon vaihteluihin, sillä vastuullisuus yleensä liitetään mielikuvaan hyvin johdetusta yrityksestä. Kattava ja oikeaan aikaan toteutettu yritys vastuuviestintä voi tasoittaa sijoittajien reaktioita ja näin lisätä yrityksen vakautta. (Niskala ym. 2013, 99–100.)

3.4 Vastuullisuusraportoinnin kritiikkiä

Vastuullisuusraportointi on lisääntynyt globaalilla tasolla merkittävästi parin viimeisen vuosikymmenen aikana (Harmaala & Jallinoja 2012, 222). Myös raportointikäytännöt ja ohjeistukset ovat kehittyneet vahvasti 2000-luvusta eteenpäin. Kehityksestä huolimatta raportoinnissa on yhä puutteita ja raporteja on kritisoitu useista seikoista. (Rohweder 2004, 233.)

Yksi vastuullisuusraportoinnin tarkoituksista on saman toimialan yritysten vertailukelpoisuus. Tällä hetkellä yritys vastuuseen liittyvä raportointi on suhteellisen uutta ja siksi raportoinnin prosessointi ja muoto ovat jatkuvassa kehityksessä. Raportoinnin kehityksestä huolimatta yritysten vertailu on yhä haastavaa ja joissain tapauksissa jopa mahdotonta. (Rohweder 2004, 233.) Yritysten vertailu raporttien pohjalta voi kuitenkin olla mahdollista, jos vertailtavat yritykset toimivat samalla toimialalla ja -alueella. Raportoinnin vertailtavuuden yksi merkittävä ongelma on raporttien standardoitujen käytäntöjen puute. (Harmaala & Jallinoja 2012, 222–223.)

Toinen kehityskohta on ulkopuolinen varmennus. Kuten aiemmin on mainittu, niin yritys vastuuraportointi ei ole kaikille yrityksille pakollista. Tämän lisäksi raportointikäytäntöjen laajuus ja vakiintumattomuus helposti johtavat siihen, että yritykset raportoivat vain seikoista, joista on hyödyllistä raportoida. Raporteja ei myöskään ole pakollista tarkastuttaa ulkopuolisella toimijalla. Näin ollen ulkopuolisen varmennuksen ja standardien puute mahdollistaa, että raportoinnin luotettavuus on yrityksen itsensä päätettävissä. (Rohweder 2004, 233–234.)

Kolmanneksi kehityskohdaksi voidaan lukea markkinointivetoinen raportointi, sillä useassa tapauksessa koetaan, että vastuullisuusraportointi on vain myyntiä edistävä mainoskampanja todellisen yritys vastuuraportin sijasta (Harmaala & Jallinoja 2012, 223). Vastuullisuusraportoinnin yhtenä sudenkuoppa onkin viherpesu, jonka ominaisuuksiin TerraChoice Environmental Marketing Inc.:n vuonna 2010 päivitetyn tutkimuksen The Six Sins of Greenwashing mukaan kuuluvat piilotettu lehmänkauppa, epämääräisyys, asiaan kuulumattomuus,

näytön puute, valehtelu, harhaanjohtavat merkinnät sekä ”pienempi kahdesta pahasta” -ajattelu (Harmaala & Jallinoja 2012, 172).

3.5 The Six Sins of Greenwashing

Piilotettu lehmänkauppa tarkoittaa, että jotakin tuotetta mainostetaan ympäristöä säästäväksi, mutta jätetään kertomatta, että tämä ominaisuus on saavutettu esimerkiksi käyttämällä tuotteen valmistuksessa myrkyllisiä tai ympäristölle tuhoisia materiaaleja. Tuotteen väitetty ympäristöystävällisyys siis pohjautuu vain tuotteen yhteen ominaisuuteen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 172.)

Epämääräisyys viestinnässä näkyy muun muassa siinä, että tuotetta mainostetaan epämääräisesti tai liian laveasti, jolloin kuluttaja voi herkästi ymmärtää viestin väärin. Tuotetta saatetaan esimerkiksi mainostaa täysin luonnolliseksi tarkoittaen kuitenkin, että tuote sisältää myös luonnossa esiintyviä terveydelle haitallisia ainesosia. Väitteet saattavat olla myös saivartelevia. Saatetaan esimerkiksi väittää, että tuotteen hiilijalanjälki on pienentynyt 50 prosenttia, vaikka todellisuudessa se on pudonnut kahdesta prosentista yhteen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 172.)

Asiaankuulumattomuudella tarkoitetaan mainontaa, jossa kerrotaan sinänsä todellisia asioita, mutta jotka ovat tuotteen kannalta irrelevantteja. Saatetaan esimerkiksi mainostaa, että banaaneissa ei ole otsonikerrosta ohentavia aineita, vaikka ei niissä ole ikinä ollutkaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 172.)

Näytön puute näkyy esimerkiksi tuotteissa käytettävissä ympäristömerkeissä, joissa ei kuitenkaan oikeasti ole takana minkäänlaista vakavasti otettavaa myöntäjätahoa. Harmillisen usein esimerkiksi kosmetiikkatuotteissa mainostetaan tuotteiden orgaanisuutta ilman, että ainesosia on sertifioitu. (Harmaala & Jallinoja 2012, 172.)

Toisinaan yritysten väitteissä myös valehdellaan esimerkiksi tuotteelle saaduista ulkopuolisista ympäristömerkeistä tai muista tunnustuksista. Monesti kyseessä voi olla myös virheellinen tulkinta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 173.)

Harhaanjohtavat merkinnät tarkoittavat, että viestinnässä käytetään erinäisiä ympäristömerkkejä ja annetaan kuva jonkin kolmannen tahon puhuneen tuotteen puolesta. Todellisuudessa tuotteella ei kuitenkaan ole ulkopuolisen tahon hyväksyntää. (Harmaala & Jallinoja 2012, 172.)

Pienempi kahdesta pahasta -ajattelulla tarkoitetaan sitä, että verrataan tuotetta johonkin vielä huonompaan, vaikka tuote itsessään on ympäristölle tai terveydelle haitallinen. Esimerkkeinä tästä voivat toimia luomusavukkeet sekä niin sanotusti luontoa säästävät hyönteismyrkyt. (Harmaala & Jallinoja 2012, 173.)

3.6 GRI

Monet kansainväliset järjestöt sekä tahot suosittelevat useita eri yhteiskuntavastuun raportoinnin ohjeistoja, mutta laajimmin käytetyimpänä ja hyväksyttynä voidaan pitää GRI- eli Global Reporting Initiative -ohjeistoa. GRI-ohjeisto on syntynyt sidosryhmäprosessissa, jossa vetäjinä ovat toimineet YK:n ympäristöohjelma UNEP (United National Environmental Program) sekä yritysmaailmassa kestävästä kehityksestä ajava CERES-yhteenliittymä (Coalition for Environmentally Responsible Economies). Tänä päivänä GRI on kuitenkin jo itsenäinen organisaatio. GRI-ohjeistossa laadun periaatteina pidetään raportoitavan materiaalin tasapuolisuutta, selkeyttä, täsmällisyyttä, oikea-aikaisuutta, vertailukelpoisuutta ja luotettavuutta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 224.)

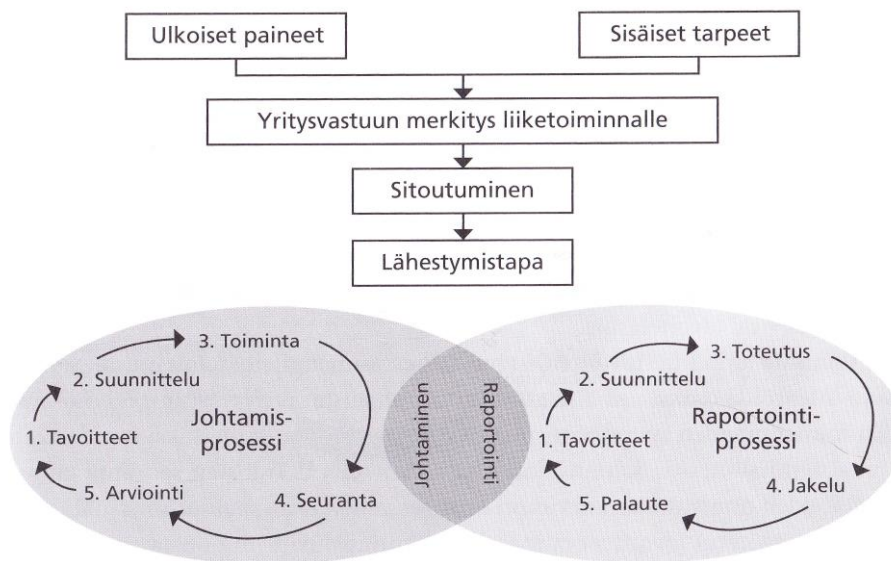
4 Ohjeistus yritysvastuuraportointiin

Yritysvastuuraportin tuottaminen kannattaa toteuttaa monivaiheisena prosessina, johon erilaiset raportointiohjeistot toimivat ohjenuorana. Tässä opinnäytetyössä tehtävään ohjeistukseen on päätetty käyttää GRI:n (Global Reporting Initiative) pohjalta muodostettua ohjeistusta, jotta valmistuva raportti olisi mahdollisimman laaja, uskottava sekä vertailukelpoinen. (Niskala ym. 2013, 100–101.) GRI-standardit jakautuvat modulaarisiin raportointistandardeihin. Yleisiin standardeihin (GRI 100-sarja) kuuluvat raportointiperusteet (GRI 101), yleiset tun-

nusluvut (GRI 102) sekä johtamiskäytännöt (GRI 103). Yleisten standardien lisäksi GRI on luonut aihekohtaisia standardeja, joihin kuuluvat taloudellisen vastuun standardit (GRI 200), ympäristövastuun standardit (GRI 300) sekä sosiaalisen vastuun standardit (GRI 400). (Niskala ym. 2019, 120–121.)

4.1 Yritysvastuun johtamisprosessi

Raportointiprosessi ja sen suunnittelu itsessään ovat aina yrityskohtaisia hankkeita. Yritysvastuuraportoinnin taustalla yleensä vaikuttavat toimintaympäristön aiheuttamat ulkoiset paineet sekä tarpeet yrityksen sisällä (kuva 4). Esimerkkejä ulkoisesta paineesta ovat asiakkaiden kyselyt tarjouspyyntöjen yhteydessä, sijoittajien vaatimukset, eri sidosryhmien tarpeet raportoinnille sekä viranomaisohjeistukset. (Niskala ym. 2013, 100–101.)



Kuva 4. Yritysvastuuraportoinnin toteutukseen vaikuttavat tekijät (Niskala ym. 2013, 101).

Yritysvastuun merkitys raportoivalle yritykselle on tiukasti sidoksissa raportointiin. Yrityksen kannalta ei ole riittävää sitoutua yritysvastuuseen yleismaailmallisesti, vaan on ensiarvoisen tärkeää määritellä tarkasti oman yrityksen kannalta merkittävät yritysvastuun osa-alueet sekä niihin liittyvät toiminnalliset tavoitteet

ja avaintunnusluvut. Tärkeää on myös huomioida merkityksellisten sidosryhmien herättämät huomiot vastuullisuudesta. Näiden pohjalta yritys voi määritellä oman yritys vastuullisuutensa tärkeyden ja sen, minkälaisia johtamis- ja raportointiprosesseja yritys vastuun toteuttaminen siltä vaatii. Yritys vastuullisuuteen sitoutuminen käytännössä toimii vasta, kun yrityksen johto viestittää siitä sisäisesti ja ulkoisesti. Konkreettinen työväline sitoutumisen näyttämiseksi on yritys vastuuraportointi. (Niskala ym. 2013, 100–101.)

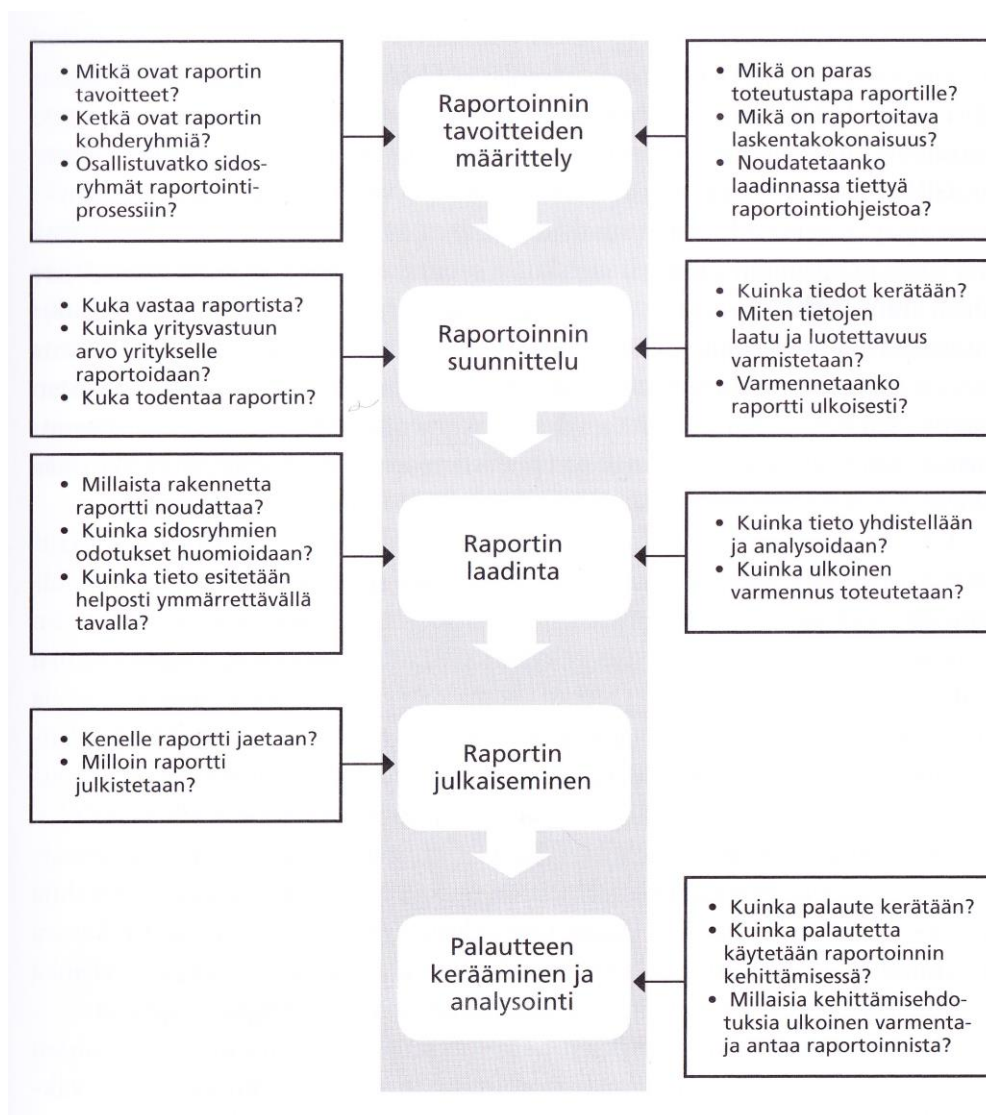
Johtamiskäytäntöihin on määritelty raportointivaatimukset GRI-standardissa 103: Johtamiskäytännöt 2016. Standardin vaatimukseen kuuluu yleiset vaatimukset johtamiskäytäntöjen raportointia koskien, olennaiset aiheet ja niiden laskentaratjat (tunnusluku 103–1), johtamiskäytännön ja sen osa-alueiden kuvaus (tunnusluku 103–2) sekä johtamiskäytännön tehokkuuden arviointi (tunnusluku 103–3). (Niskala ym. 2019, 185.)

Vastuullisuusraportointi ja yritys vastuun johtaminen muodostavat yleensä toimivan kokonaisuuden. Olennaisia osia johtamisprosessissa ovat toiminnan suunnittelu, tavoitteiden asettaminen sekä tulosten ja toiminnan arviointi ja seuranta. Ensimmäinen askel on vastuullisuustyölle asetettavat tavoitteet. Tavoitteiden toteutumista ohjaavat yrityksen toimintaperiaatteet ja strategia. Toiminnan suunnitteluvaiheessa yritys muodostaa ne toimintamallit, joiden mukaan toimimalla vastuullisuustavoitteisiin päästään. Yhtäaikaisesti yrityksen pitää miettiä vastuullisuustavoitteisiin tarvittavat resurssit, tieto- ja johtamisjärjestelmät. Yritys myös yleensä suunnitteluvaiheessa määrittelee seurannalle merkittävät tunnusluvut ja niitä koskevat tavoitetasot. (Niskala ym. 2013, 100–105.)

Toimintaosuus merkitsee toimenpiteiden toteuttamista tavoitteiden mukaisesti. Se on mahdollista integroida yrityksen toiminnan ohjauksen osaksi. Yritys vastuun eri osa-alueiden toimenpiteiden järjestelmällisyys voidaan todentaa standardien mukaisten johtamis- ja hallintajärjestelmien avulla. Keskeinen osa yritys vastuun johtamisprosessia on tulosten seuranta ja toimenpiteiden onnistumisen arviointi. Hyvä pohja seurannalle on asetetut tavoitteet ja tunnusluvut. Eni-

ten hyötyä seurannasta saadaan, jos tunnusluvut ja toimintamallit ovat integroitu osa yrityksen johtamisprosesseja ja vuosisuunnittelua. (Niskala ym. 2013, 100–105.)

Seuranta ja arviointi -vaiheessa yleensä tehdään johdon katselmus, jossa yrityksen johto käy läpi asetetut tavoitteet ja sen, onko tavoitteisiin päästy. Seuraavaksi johtamisprosessissa yleensä arvioidaan prosessia kokonaisuutena ja siinä saavutettuja tuloksia. Arvioinnin seurauksena johtamisprosessia pystytään hienosäätämään vastaamaan yritysvastuun esiin tuomiin haasteisiin. (Niskala ym. 2013, 100–105.)



Kuva 5. Raportointiprosessi (Niskala ym. 2013, 105).

4.2 Raportointiprosessi

Yleisesti vastuullisuusraportin tuottaminen jaetaan viiteen vaiheeseen (kuva 5). Vaiheita ovat raportoinnin tavoitteiden määrittely, raportoinnin suunnittelu, raportin laadinta, raportin julkaiseminen sekä palautteen kerääminen ja analysointi. (Niskala ym. 2013, 105.)

4.2.1 Yritykseen perehtyminen ja tavoitteiden määrittely

Vastuullisuusraportin laatimisen ensimmäinen askel on yritykseen perehtyminen. Raportin laatijan pitäisi tarkastella yritystä ja tunnistaa yrityksen tekemisen ja tuotannon vastuulliset seikat sekä erottaa asiat, jotka eivät ole vastuullisia. Tämän jälkeen raportin laatija kirjaa näkemyksensä raportoitavista asioista yritysjohdolle. (Niskala ym. 2013, 101.) GRI 102 -ohjeistuksen ”Yleiset tunnusluvut 2016 – Organisaation taustakuvaus” mukaan yrityksestä tulee kirjoittaa taustakuvaus, joka antaa lukijalle kokonaiskuvan yrityksen toiminnan luonteesta, maantieteellisestä sijainnista, laajuudesta sekä palveluista ja tuotteista (Niskala ym. 2019, 150).

Toinen askel on raportin tavoitteiden määrittely. Tavoitteiden määrittelyn avulla pystytään kartoittamaan tahdottu tavoitetaso ja saamaan käsitys yrityksen raportointivalmiudesta. Tavoitteita laadittaessa voidaan määrittää muun muassa raportin kohderyhmät, toteutustapa sekä käytetäänkö raportin toteuttamisessa tiettyä raportointiohjeistoa. Tavoitteiden määrittelyn yhteydessä yritys saa kuvan siitä, kuinka laaja-alaisesta työstä raportoinnissa on kyse. Samalla yritys päättää, miten paljon resursseja se on valmis käyttämään raportointiin. (Niskala ym. 2013, 104.)

4.2.2 Raportin suunnittelu ja laadinta

Suunnitteluvaiheessa määritellään raportin toteuttamiselle konkreettinen suunnitelma ja päätetään käytettävät resurssit sekä aikataulu. Suunnittelun aikana

määritetään myös prosessin vastuuhenkilöt sekä miten ja millä aikataululla yritysvastuutietoja kerätään. Lisäksi päätetään, käytetäänkö raportin laatimiseen ulkopuolisia asiantuntijoita ja varmennetaanko raportin tiedot ulkopuolisen riippumattoman tahon toimesta. Tuloksena suunnitteluvaiheesta syntyy tarkka sisältösuunnitelma esitettävien tekstien, tietojen ja kuvamateriaalien pohjalta. (Niskala ym. 2013, 103.)

Raportin toteutusta suunniteltaessa on myös hyvä pohtia, kuinka eri sidosryhmien odotukset otetaan huomioon. On tärkeää miettiä, mikä on raportin kohderyhmä, sillä eri kohderyhmät voivat vaikuttaa raportin julkaisun aikatauluun. Esimerkiksi jos yrityksen sijoittajat ja omistajat toimivat kohderyhmänä, voi olla järkevää julkistaa raportti vuosikertomuksen kanssa samaan aikaan. (Niskala ym. 2013, 104.)

Raportin laadintavaiheessa kootaan tarvittavat tiedot sekä materiaalit ja muovataan ne lopulliseen muotoonsa. Laadintavaiheessa pitää myös ottaa huomioon raportin esitystapa ja rakenne raportin vertailtavuuden ja ymmärrettävyyden vuoksi. (Niskala ym. 2013, 104.) Pystyäkseen näyttämään, että raportti on laadittu GRI-standardien pohjalta, yrityksen on kyettävä osoittamaan, että se noudattaa GRI-standardissa määriteltyjä raportointiperiaatteita. Nämä ”GRI 101 Raportointiperusteet 2016 – Raportointiperiaatteet” jakautuvat sisällön ja laadun määrittelyn periaatteisiin. Sisällön määrittelyn periaatteita ovat sidosryhmien osallistaminen, kestävän kehityksen asiayhteys, olennaisuus ja kattavuus. Laadun määrittelyn periaatteita puolestaan ovat täsmällisyys, tasapainoisuus, selkeys, vertailukelpoisuus, luotettavuus ja oikea-aikaisuus. (Niskala ym. 2019, 124–126.)

4.2.3 Raportin julkaiseminen ja palaute

Raportin julkaisuvaiheessa päätetään julkistamisen ajankohta ja kenelle raportti jaetaan. Raportille painoarvoa tuo, jos se on ulkopuolisen tahon arvioima ja jul-

kaistu tilinpäätösmateriaalin yhteydessä. Käytännössä tietojen keruu voi kuitenkin olla yritykselle erittäin aikaa vievää, eikä raportointi vuosikertomusaikataulussa ole mahdollista. (Niskala ym. 2013, 104–105.)

Palautteen kerääminen ja analysointi -vaiheessa sidosryhmiltä saatu palaute voidaan hyödyntää raportissa olevan tiedon olennaisuuden arvioinnissa. Tätä palautetta voidaan käyttää myös tulevien raporttien pohjatietona, sillä palaute tuo esiin tiedon laatuun ja luotettavuuteen liittyviä kehityskohteita. Yritysvastuuraportointi on jatkuva prosessi, joka kehittyy ja hioutuu joka vuosi. (Niskala ym. 2013, 105.)

5 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli avata yritysvastuuta ja vastuullisuusraportointia käsitteenä ja lisäksi laatia yleisen tason ohjeistus, kuinka toteuttaa yritysvastuuraportti. Aloitin opinnäytetyöni työstämisen tutustumalla yritysvastuuseen kirjojen sekä verkkomateriaalin kautta. Materiaalia tutkiessani huomasin, että yritysvastuu on käytännössä ollut tietyllä tasolla olemassa oleva ilmiö jo pitkään, mutta nykyisenkaltainen moderni yritysvastuu on kehittynyt vasta toisen maailmansodan jälkeen. Yritysvastuun merkitys on enenevässä määrin korostunut globaalin teollisuuden ja ihmisten väkiluvun seurauksena.

Yritysvastuun yleisen vaatimuksen seurauksena yritysten vastuullisuusviestintä on noussut merkittävään asemaan ja vastuullisuuden viestintään on kehitetty useita tapoja, joista yritysvastuuraportointi on tällä hetkellä yleisin ja suurimmassa kasvussa. Tämän vastuullisuuden vaateen seurauksena yritykset ovat alkaneet viestittää vastuullisuudestaan raporttien muodossa tavoittaakseen kuluttajien huomion. Tästä seurannut lieveilmiö on vastuullisuusraportointi ilman oikeaa yritysvastuullisuutta. Vastuullisuusraportointi on tällä hetkellä vielä osittain vapaaehtoista ja -muotoista ja raportin toteuttamiseen onkin useita mallipohjia ja tyylejä. Selkeyden, vertailtavuuden ja yhdenmuotoisuuden vuoksi raportointi tulisikin mielestäni toteuttaa GRI-standardia noudattaen. Tämä kuitenkin on melko mittava ja aikaa vievä prosessi, mutta voi maksaa itsensä takaisin

jo yrityksen tavoitteiden ja strategian kartoittamisessa. Lisäksi yritys voi hyötyä raportista markkinointimielessä houkuttelemalla yritykselle asiakkaita sekä sijoittajia puhumattakaan siitä, että yritys vastuullisuus voi kasvattaa yhteiskunnan yleistä hyvinvointia.

Lähteet

Harmaala M. & Jallinoja N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma Pro.

Juutinen S. 2016. Strategisen yritysvastuun käsikirja. Helsinki: Talentum Media.

Niskala M., Pajunen T. & Tarna-Mani K. 2013. Yritysvastuu – Raportointi ja laskentaperiaatteet. Helsinki: KHT-Media Oy.

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

Rohweder L. Yritysvastuu – kestävästä kehitystä organisaatiotasolla. 2004. Helsinki: WSOY.

Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettavissa <<https://tem.fi/vastuullisuusraportointi>> Luettu 13.1.2022.