

Olli Korhonen

YRITYSTEN  
YHTEISKUNTA VASTUUKILPAILUN  
KEHITTÄMINEN

Kilpailukonsepti pk-yrityksille Etelä-Savossa

Opinnäytetyö  
Liiketalouden koulutusohjelma


Toukokuu 2015




MAMK

University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

		<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b> 12.5.2015
<b>Tekijä(t)</b> Olli Korhonen	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b> Liiketalouden koulutusohjelma	
<b>Nimeke</b> Yritysten yhteiskuntavastuukilpailun kehittäminen – Kilpailukonsepti pk-yrityksille Etelä-Savossa		
<b>Tiivistelmä</b> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella yhteiskuntavastuukilpailua pk-yrityksille Etelä-Savossa ja tuottaa materiaalia kilpailua varten. Työn tavoitteena oli luoda kilpailu, joka lisää yritysten yhteiskuntavastuun tunnettavuutta ja kehittää yritysten toimintaa vastuullisempaan suuntaan. Käsitteellä yhteiskuntavastuu tarkoitetaan yritysten kykyä huolehtia vastuullisesti taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristöasioistaan. Työn toimeksiantaja oli Etelä-Savon kauppakamari.</p> <p>Viitekehys koostuu kahdesta luvusta. Ensiksi avataan yhteiskuntavastuuta käsitteenä tarkentamalla sen osa-alueisiin taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen sekä selvitetään yhteiskuntavastuun toimivuutta kilpailutekijänä. Toisessa luvussa perehdytään yritysten yhteiskuntavastuun arvioimiseen, tutustutaan jo olemassa oleviin yhteiskuntavastuustandardeihin ja -aloitteisiin sekä verrataan pk-yritysten arviointia suurten yritysten arviointiin.</p> <p>Kehittämistyössä pyrittiin selvittämään eteläsavolaisten pk-yritysten nykytilaa ja asenteita koskien yhteiskuntavastuuta sekä kehittämään tapa, jolla pk-yritykset voisi kilpailla yhteiskuntavastuun suhteen. Menetelmäksi valittiin puolistrukturoidut yrityshaastattelut, joissa käytettiin teorian perusteella luotuja arviointikriteerejä esimerkkinä kilpailusta. Haastateltavina oli seitsemän eri alan pk-yrityksen johtohenkilöä Etelä-Savosta. Muita aineistonkeräystapoja olivat useat tapaamiset ja sähköpostikeskustelut paikallisten vaikuttajien ja aiheen asiantuntijoiden kanssa. Kehittämistyö toteutettiin yhteistyössä Aalto-yliopiston kansainvälisen liiketalouden opiskelijoista muodostuneen projektiryhmän kanssa.</p> <p>Kehittämistyön tuloksena suunniteltiin rakenne yhteiskuntavastuukilpailulle. Kilpailu koostuu kolmesta vaiheesta: yrityksen itsearvioinnista, kehitysprojektista ja loppukilpailusta. Osana kehittämistyötä luotiin yhteiskuntavastuun itsearviointilomake pk-yrityksille ja käsikirja kilpailulle. Etelä-Savon kauppakamari toteutti kilpailun ja se lanseerattiin tammikuussa 2015. Seuraavana tavoitteena on tehdä kilpailusta vuosittainen ja saada se leviämään kansalliselle tasolle.</p>		
<b>Asiasanat (avainsanat)</b> yhteiskuntavastuu, yritysvastuu, pienet ja keskisuuret yritykset, kilpailu		
<b>Sivumäärä</b> 47 s. + liitteet 30 s.	<b>Kieli</b> suomi	<b>URN</b>
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>		
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b> Tuuli Järvinen	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b> Etelä-Savon kauppakamari	

## DESCRIPTION

		<b>Date of the bachelor's thesis</b>  May 12 <sup>th</sup> , 2015
<b>Author(s)</b>  Olli Korhonen	<b>Degree programme and option</b>  Business Management	
<b>Name of the bachelor's thesis</b>  Developing a Corporate Social Responsibility Competition – A Competition Concept for SMEs from South-Savo		
<b>Abstract</b>  The purpose of this bachelor's thesis was to develop a corporate social responsibility competition for SMEs from South-Savo and produce material for the competition. The aim of the thesis was to create a competition that would increase the recognisability of corporate social responsibility (CSR) and develop the operations of the companies in a more responsible direction. The term CSR means companies' ability to deal with their economic, social and environmental matters in a responsible way. The thesis was assigned by South-Savo Chamber of Commerce.  The framework consists of two chapters. First the term CSR is looked into by dividing it into economic, social and environmental responsibility, and by explaining how it works as a competitive factor. The second chapter focuses on evaluating CSR, the already existing CSR standards and initiatives, and comparing the evaluation of SMEs and larger companies.  The development work was to find out the current state and attitudes concerning CSR of the SMEs from South-Savo, and to develop a way for SMEs to compete in CSR. The approach was semi-structured company interviews where evaluation criteria based on theory were used as an example of the competition. Seven South-Savonian managers of SMEs from different industries were interviewed. Other ways to collect data were several meetings and e-mail conversations with local notables and experts on the subject. The development work was a co-operation with a project group of international business students from Aalto university.  As a result of the development work a structure for a CSR competition was designed. The competition consists of three parts: a company self-evaluation, a development project and a final. As a part of the development work a CSR self-evaluation form for SMEs and a handbook for the competition were created. South-Savo Chamber of Commerce launched the competition in January 2015. The next step is to make the competition annual and expand nationally.		
<b>Subject headings, (keywords)</b>  CSR, Corporate Social Responsibility, corporate responsibility, SMEs, Small and Medium Sized Enterprises, competition		
<b>Pages</b>  47 p. + appendix 30 p.	<b>Language</b>  Finnish	<b>URN</b>
<b>Remarks, notes on appendices</b>		
<b>Tutor</b>  Tuuli Järvinen	<b>Bachelor's thesis assigned by</b>  South-Savo Chamber of Commerce	

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	YRITYSTEN YHTEISKUNTAVASTUU .....	2
2.1	Yritysten yhteiskuntavastuun sisältö .....	3
2.1.1	Yrityksen yhteiskuntavastuun sisältöön vaikuttavat tekijät.....	3
2.1.2	Taloudellinen vastuu .....	6
2.1.3	Ympäristövastuu .....	7
2.1.4	Sosiaalinen vastuu.....	8
2.2	Yhteiskuntavastuu kilpailutekijänä.....	9
2.2.1	Tuoton tavoittelun ja yleisen hyvän luomisen suhde.....	10
2.2.2	Kilpailuetua yhteiskuntavastuusta .....	12
3	YRITYSTEN YHTEISKUNTAVASTUUN ARVIOIMINEN .....	13
3.1	Yhteiskuntavastuustandardit ja -aloitteet.....	13
3.2	Yhteiskuntavastuun arvioimisen osa-alueet .....	16
3.3	Pk-yritysten yhteiskuntavastuun arvioiminen.....	16
4	KILPAILUN SUUNNITTELU .....	19
4.1	Toimeksiantajan esittely ja kilpailun taustaryhmä .....	19
4.2	Kehittämismenetelmät .....	22
4.2.1	Laadulliset menetelmät kehittämistyössä .....	22
4.2.2	Haastattelut kehittämistyössä.....	23
4.3	Kehittämistyön aineistojen hankinta ja analysointi .....	25
4.3.1	Aineiston hankinta yrityshaastatteluilla.....	25
4.3.2	Aineiston analysointi .....	29
5	SUUNNITELMASTA KILPAILUKSI .....	30
5.1	Yrityshaastattelujen tulokset.....	30
5.2	FIBS:n esittämä kilpailumalli .....	34
5.3	Linjaaminen ISO 26000 -standardiin.....	35
5.4	Kilpailu .....	36
5.4.1	Kilpailun rakenne.....	36
5.4.2	Itsearviointilomake .....	38
5.4.3	Käsikirja.....	38
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	39

6.1	Johtopäätökset kilpailun suunnittelusta ja toteutuksesta .....	39
6.2	Kehittämisehdotukset ja kilpailun tulevaisuus .....	41
6.3	Kehittämismuutosten arviointi .....	42
6.4	Kehittämistyön luotettavuus ja eettisyys .....	43
7	LOPUKSI.....	44
	LÄHTEET .....	46

#### LIITTEET

- 1 Global Compact -aloitteen kymmenen periaatetta
- 2 Kokousmuistio 6.10.2014, Itä-Suomen AVI, Mikkeli
- 3 Kokousmuistio 28.10.2014, Aalto-yliopisto, Mikkeli
- 4 Kokousmuistio 6.11.2014, Korjaamon kahvila, Helsinki
- 5 Kokousmuistio 14.11.2014, Aalto-yliopisto, Mikkeli
- 6 Kokousmuistio 24.11.2014, Aalto-yliopisto, Mikkeli
- 7 Haastattelulomake
- 8 Arviointikriteerien ensimmäinen versio
- 9 Arviointikriteerien toinen versio
- 10 Itsearviointilomake
- 11 Kilpailun käsikirja

## 1 JOHDANTO

Vastuullisuus vaatii oikeanlaista suhtautumista. Yhteiskuntavastuu yhdistetään helposti ylimääräisiin rajoitteisiin ja rasitteisiin, ja väärällä asennoitumisella se sellaiseksi helposti muuttuukin. Kantamalla oman vastuunsa yhteiskunnasta, saa kuitenkin aikaiseksi paljon hyvää muille ja myös itselle. (Visser & Hollender 2011, 4.) Yritysten yhteiskuntavastuun tarkoitus on vahvistaa yrityksen oman toiminnan jatkuvuutta tekemällä vapaaehtoisesti sellaisia asioita, joita yritykseltä ei virallisesti vaadita. Vastuullinen yritys toimii taloudellisesti terveellä pohjalla, pyrkii minimoimaan ympäristöhaittansa ja pystyy vastaamaan sidosryhmiensä odotuksiin. (Juholin 2004, 14.)

Opinnäytetyöni tarkoituksena on suunnitella Etelä-Savon pk-yrityksille suunnattua yhteiskuntavastuukilpailua ja tuottaa materiaalia kilpailua varten. Toimin osana viisihenkistä projektiryhmää, jonka muut jäsenet ovat Aalto-yliopiston kansainvälisen liiketalouden opiskelijoita. Kehittämistyön tavoitteena on luoda kilpailu, joka kasvattaa yritysten yhteiskuntavastuun tunnettavuutta ja lisää yritysten toimintaa tavoitteen suuntaisesti. Tämä opinnäytetyö on kehittämistehtävä, jonka avulla tätä tavoitetta tuetaan. Kehittämistyöllä tarkoitetaan toimintaa, jonka tarkoitus on ratkaista ongelmia, saada aikaan muutosta tai luoda jotain uutta. Tuloksia, joihin kehittämistyöllä pyritään, kutsutaan kehittämistehtäväksi. (Ojasalo ym., 175.)

Kehittämistehtävää lähestytään selvittämällä alueen pk-yritysten ajatuksia ja asenteista yritysten yhteiskuntavastuusta, sekä etsimällä sopivaa mallia kilpailun rakenteelle. Kehittämistyön menetelmänä käytetään puolistrukturoituja haastatteluja, joilla selvitetään Etelä-Savon pk-yritysten mielipiteitä ja vastuullisuuden nykytilannetta. Tutkimus on enimmäkseen kvalitatiivinen yrityshaastattelujen toimiessa merkittävimpana aineistonkeräystapana. Haastatteluissa hyödynnetään kuitenkin strukturoitua kyselylomaketta, josta saadaan kvantitatiiviseen tutkimuksen tyyllisiä arvioita yritysten yhteiskuntavastuusta. Kyselylomakkeen tarkoitus on toimia haastatteluissa esimerkkinä yhteiskuntavastuukilpailusta. Lomakkeessa on teorian perusteella luotuja yhteiskuntavastuun arviointikriteerejä, ja yhdistämällä ne haastatteluun, saadaan yrityksiltä perusteellisia arvioita yhteiskuntavastuusta sekä kommentteja kilpailun toteuttamista varten.

Kehittämistyötä tukevan viitekehyksen rakennan avaamalla ensin käsitteen yritysten yhteiskuntavastuu ja tarkentamalla sen osa-alueisiin: taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuu. Lisäksi esittelen yhteiskuntavastuun roolia yrityksen kilpailutekijänä. Toisessa viitekehyksen luvussa keskityn yhteiskuntavastuun arvioimiseen ja tarkastelen yleisimpiä yhteiskuntavastuustandardeja ja -aloitteita.

Kilpailun toteuttamiseen johtaneen kehittämistyön esittelen vaiheittain avaamalla käytettyjä kehittämismenetelmiä ja kerätyn aineiston analysointia. Kerron, kuinka kehittämistyön tuloksia hyödynnettiin kilpailun suunnittelussa. Lisäksi esittelen suunnitelman perusteella toteutetun kilpailun, ja kehittämistyön osana siihen valmistuneet materiaalit. Lopuksi kerron johtopäätökseni kilpailun suunnittelusta ja sen toteutuksesta sekä pohdin kilpailun tulevaisuutta. Arvioin myös kehittämistyön prosessia ja työn luotettavuutta ja eettisyyttä.

## **2 YRITYSTEN YHTEISKUNTAVASTUU**

Yritysten yhteiskuntavastuu (englanniksi *CSR* eli *corporate social responsibility*) on viime vuosien aikana jatkuvasti kasvattanut huomiotaan. Tuomisen (2011) mukaan vielä vuosikymmen sitten yritys pystyi esimerkillisellä yhteiskuntavastuullaan luomaan itsellensä kilpailuetua. Nykyään yhteiskuntavastuullisen toiminnan voidaan katsoa olevan lähes edellytys kilpailukykyiseen yritystoimintaan. Suurten yritysten keskuudessa yhteiskuntavastuu on ollut jo pidemmän aikaa selkeästi määritelty osa yritystoimintaa. Viime vuosina myös pienet ja keskisuuret yritykset (lyhennetään pk-yritykset) ovat alkaneet keskittyä enemmän yhteiskuntavastuuseen. Pk-yrityksellä tarkoitetaan alle 250 työntekijän yritystä, jotka Tilastokeskuksen (Pk- ja suurten yritysten määrä, henkilöstö ja liikevaihto 2014) mukaan käsittävät yli 99 prosenttia kaikista Suomen yrityksistä ja työllistävät yli 60 prosenttia kaikkien yritysten henkilöstöstä. Tässä luvussa määritellään yhteiskuntavastuuta käsitteenä ja selvitetään sen roolia yritystoiminnassa. Toisessa alaluvussa tarkastellaan yhteiskuntavastuuta yrityksen kilpailutekijänä.

Käsitteestä yritysten yhteiskuntavastuu käytetään vaihtelevasti useita termejä. Puhutaan yritysten vastuullisuudesta, yritysvastuusta, yrityskansalaisuudesta, ja termit rinnastetaan vielä usein kestävään kehitykseen. Opinnäytetyössäni käytän käsitteestä pääsääntöisesti termiä yritysten yhteiskuntavastuu tai pelkkä yhteiskuntavastuu.

## 2.1 Yritysten yhteiskuntavastuun sisältö

Yritysten yhteiskuntavastuu voidaan määritellä monella tavalla. Terminä se on hieman harhaanjohtava, sillä vastuu yhteiskunnasta ei ole pelkästään yritysten harteilla, vaan yrityksillä on yhteiskunnallista vastuuta siinä missä muillakin tahoilla ja toimijoilla. Yleisen käsityksen mukaan yrityksen katsotaan toimivan yhteiskuntavastuullisesti, kun se huolehtii toimintansa taloudellisista, ympäristö-, ja sosiaalisista vastuuasioistaan. Näihin vastuuasioihin sisältyvät taloudellisen hyvinvoinnin tuottaminen, ympäristön suojelu ja luonnonvarojen säästely sekä hyvät toimintatavat ja vaikutusten huomioiminen henkilöstön, yhteistyökumppanien, asiakkaiden ja muiden sidosryhmien kanssa. (Tuominen 2011, 5.) Euroopan Unionin määritelmä yhteiskuntavastuusta käsitteenä on yritysten vapaaehtois pohjainen sosiaalisten ja ympäristöhuolien integrointi liiketoimintoihin ja vuorovaikutukseensa sidosryhmien kanssa. (Ketola 2005, 10.) Tässä alaluvussa käyn läpi yritysten yhteiskuntavastuun sisältöön vaikuttavia tekijöitä ja tarkennan yhteiskuntavastuun osa-alueisiin yleisen *triple bottom line* -jaon mukaisesti taloudelliseen vastuuseen, ympäristövastuuseen ja sosiaaliseen vastuuseen

### 2.1.1 Yrityksen yhteiskuntavastuun sisältöön vaikuttavat tekijät

Eri yritykset toimivat eri aloilla, eri toimintaympäristöissä sekä ovat toiminnan luonteeltaan erilaisia ja peräisin eri lähtökohdista. Tämän takia yhteiskuntavastuu voi tarkoittaa eri asioita eri yrityksille. Jokaisen yrityksen tuleekin itse arvioida, millaista yhteiskuntavastuullinen toiminta on omassa yritystoiminnassaan. (Tuominen 2011, 5.)

Yritysten yhteiskuntavastuuseen vaikuttavat tekijät voidaan jakaa taulukossa 1 nähtäviin lähtökohtiin sisäisten ja ulkoisten tekijöiden mukaan. Sisäisiä tekijöitä ovat yrityskohtaiset lähtökohdat. Muita yleisesti yritystoimintaan vaikuttavia tekijöitä kutsutaan ulkoisiksi tekijöiksi. (Niskala ym. 2009, 21–22.)

#### *Yrityskohtaiset lähtökohdat eli sisäiset tekijät*

Yrityksen toiminta-ajatus ja toimiala luovat peruslähtökohdan yrityksen yhteiskuntavastuun määrittelemiseen. Koska joka toimialalla on omat erityispiirteensä, täytyy yrityksen huomioida kyseiseen alaan liittyvät yleiset näkökohdat. Mitä yritys haluaa saavuttaa ja mitä välttää, kiteyttävät Jensen ja Rendtorff (2013, 3). Esimerkiksi ener-



giayhtiön yhteiskuntavastuun lähtökohtana voi toimia tuotannon ympäristövaikutukset ja raaka-aineiden käyttö, kun kaupan alan yrityksen yhteiskuntavastuussa keskitytään enemmän työoloihin, tuoteturvallisuuteen ja kestäväan kulutukseen liittyviin näkökohtiin. Näkökohtia mietittäessä yritykselle on keskeistä huomioida koko arvoketjunsä jokaisen vaiheen yhteiskuntavastuunäkökohdat raaka-aineiden hankinnasta tuotannon kautta valmiiseen tuotteeseen. (Niskala ym. 2009, 20–23.)

**TAULUKKO 1. Yrityksen yhteiskuntavastuuseen vaikuttavat tekijät (Niskala ym. 2009, 21–22)**

Yrityskohtaiset lähtökohdat	Yritystoimintaan yleisesti vaikuttavat lähtökohdat
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yrityksen toiminta-ajatus / toimiala ja arvoketju</li> <li>• Koko (absoluuttinen ja suhteellinen)</li> <li>• Kansainvälisyys</li> <li>• Yrityksen toimintaa ohjaavat arvot, periaatteet ja tavoitteet</li> <li>• Yrityksen sidosryhmien odotukset</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kansallinen lainsäädäntö</li> <li>• Kansainvälinen lainsäädäntö ja sopimukset</li> <li>• Kansainvälisten / mielipidevaikuttajina toimivien sidosryhmien odotukset</li> <li>• Vapaaehtoisuuteen perustuvat ohjeistot ja standardit</li> <li>• Edelläkävijäyritysten esimerkit</li> </ul>

Niskalan (2009) mukaan vastuullisen yritystoiminnan käytännön toimien ollessa erilaisia eri toimintaympäristöissä, voi kansainvälisyden katsoa vaikeuttavan yrityksen yhteiskuntavastuun määrittelemistä. Vaikka kansainväliset yhteiskuntavastuustandardit ovat tehneet nousua, on vastuullisuuden taso vielä hyvin vaihteleva kansainvälisellä tasolla (Weybrecht 2013, 73). Monikansalliset yritykset joutuvat miettimään pätevätkö kotimaan eettiset periaatteet muissa toimintamaissa ja päinvastoin. Yrityksen täytyy huomioida muun muassa toimintamaiden poliittinen tilanne (demokraattisuus, aseelliset konfliktit ym.), taloudellinen ja sosiaalinen tilanne (varallisuuserot, maanomistukseen liittyvät konfliktit ym.), työmarkkinat (työvoiman rakenne, paikallinen lainsäädäntö), yleinen ihmisoikeustilanne sekä ympäristön tila (Niskala ym. 2009, 21).

Yrityksen itsellensä asettamat tavoitteet sekä toimintaansa ohjaavat arvot ja periaatteet ovat keskeisessä osassa yrityksen määrittellessä mitä vastuullinen yritystoiminta heille tarkoittaa ja kuinka korkealla yrityksen tavoitteet yhteiskuntavastuun suhteen ovat (Niskala ym. 2009, 25). Jensenin ja Rendtorffin mukaan (2013, 3) on vielä huomioitava, mistä yrityksen arvot ja periaatteet ovat peräisin. Joissain yrityksissä katsotaan lainsäädännön mukaisen toiminnan oleva riittävän vastuullista yrittämistä, mutta yleisesti vasta lainsäädännön vaatimukset ylittäviä vapaaehtoisia toimia pidetään yhteiskuntavastuullisuutena. Yritys voi nähdä yhteiskuntavastuullisuuden omana kilpailuetunaan, keinona hallita riskejään tai arvovalintojensa ja eettisten periaatteidensa mukaisena toimintana. Joka tapauksessa toiminnan tulisi olla lähtöisin yrityksen omasta arvomaailmasta ja sidosryhmien odotuksista. (Niskala ym. 2009, 25.)

Vaikka yhteiskuntavastuuseen suhtautuminen on pitkälti yrityksen oma strateginen valinta, se ei siitä huolimatta saa olla kovinkaan ristiriitainen yrityksen sidosryhmien odotusten ja yleisten yhteiskunnan odotusten kanssa (Niskala ym. 2009, 21). Weybrechtin mukaan (2013, 26) myös yhteiskunnan vastuullisuustietoisuus kasvaa jatkuvasti. Tästä johtuen yrityksen tulee ottaa huomioon sidosryhmiensä näkemykset määrittellessään yhteiskuntavastuutaan ja sen tasoa. Omistajien tavoitteet on huomioitava, mutta lisäksi muiden sidosryhmien kuten asiakkaiden, henkilöstön ja yrityksen naapuruston näkemyksillä tulisi olla oma vaikutuksensa. (Niskala ym. 2009, 25.)

#### *Yritystoimintaan yleisesti vaikuttavat lähtökohdat eli ulkoiset tekijät*

Ensinnäkin yrityksen on noudatettava kansallista lainsäädäntöä. Yhteiskuntavastuun sisältöä mietittäessä tämä tarkoittaa yrityksen velvollisuutta huomioida kunkin toimimaan lainsäädännön asettamat minimivelvoitteet vastuullista yritystoimintaa koskien. Toinen velvoite on huomioida kansainvälinen lainsäädäntö ja sopimukset (esim. Kansainvälinen työjärjestö, YK:n ympäristöohjelma ja kestävään kehitykseen liittyvät huippukokoukset). Niistä on selvitettävä millaiset minimivelvoitteet ne ovat asettaneet vastuulliselle yritystoiminnalle ja miten ne suhteutuvat toimimaiden kansallisiin lainsäädäntöihin. (Niskala ym. 2009, 22.)

Muita huomioon otettavia tekijöitä yrityksen yhteiskuntavastuuta määrittellessä ovat kansainvälisten tai muuten mielipidevaikuttajina toimivien sidosryhmien odotukset. Tällaisia sidosryhmiä ovat esimerkiksi kansainväliset kansalaisjärjestöt, akateeminen

maailma ja media. Vapaaehtoisuuteen perustuvien ohjeistojen ja standardien huomiomisella tarkoitetaan keskeisten aloitteiden seuraamista niiden vastuullista yritystoimintaa koskevien näkökohtien ja hallintamenetelmien osalta. Näiden lisäksi on huomioitava vielä edelläkävijäyritysten esimerkit eli millaisista asioista heidän vastuullisuus koostuu ja millä keinoilla he hallitsevat yhteiskuntavastuutaan. (Niskala ym. 2009, 22.)

### **2.1.2 Taloudellinen vastuu**

Yhteiskuntavastuun osa-alueista ensin esittelen talouden. Se on hyvin pitkälti itsestään selvä peruslähtökohta yritystoiminnalle. Yrityksen tehtävänä on tyydyttää omistajien sa tarpeet, mikä tarkoittaa yleensä voiton tavoittelua. (Ketola 2005, 32.) Omistajien tuotto-odotuksiin vastaamisen lisäksi taloudellinen vastuu käsittää muiltakin osin yritystoiminnan liiketaloudellisesta kestävydestä huolehtimisen. Liiketaloudellinen kestävyys koostuu kannattavuudesta, kilpailukyvyistä ja tehokkuudesta (Niskala ym. 2009, 19). Niistä huolehtiminen mahdollistaa yritykselle voitto-osuuksien jakamisen omistajilleen (usein osingot) ja yrityksen oman pääoman kasvun (usein osakekurssi). Tämän lisäksi on yrityksen vastuulla tyydyttää vieraan pääoman antajien tarpeet eli maksaa korkoja ja lyhennyksiä rahoittajille. (Ketola 2005, 32.)

Omistajien ja rahoittajien taloudellisiin vaatimuksiin vastaaminen on yritystoiminnassa suuressa osassa, mutta yrityksen taloudellinen vastuu ei lopu siihen. Vastuullisesti taloudestaan huolehtiva yritys huomioi myös sidosryhmiin kohdistuvat taloudelliset vaikutukset ja tuottaa taloudellista hyvinvointia muuhun yhteiskuntaan. (Niskala ym. 2009, 19.) Sidoryhmiin kohdistuvia taloudellisia vaikutuksia ovat suorat rahavirtavaikutukset, joita syntyy yrityksen esimerkiksi palkatessa työntekijöitä, tavarantoimittajia, urakoitsijoita, konsultteja tai muita yhteistyökumppaneita. Toinen esimerkki suorasta rahavirtavaikutuksesta on verojen maksu, mikä edistää yhteiskunnan hyvinvointia ja kehitystä. Yrityksen toiminnalla on myös välillisiä vaikutuksia, kun yritys työllistää epäsuorasti ihmisiä tuottamalla asiakkailleen heidän työssään tarpeellisia tuotteita ja palveluja sekä antamalla työn aiheita esimerkiksi rahoittajille, vakuutusyhtiöille, kansalaisjärjestöille ja viranomaisille. (Ketola 2005, 32.)

Monille yrityksille ikävämpi näkökulma taloudelliseen vastuuseen on rajan asettaminen voiton tavoittelulle, ikään kuin rajan asettaminen ahneudelle. Voittoa ja oman

pääoman arvon kasvua ei saisi pyrkiä kasvattamaan millä hinnalla hyvänsä. (Ketola 2005, 33.) Rajaa on kuitenkin vaikea määrittää kohtuullisen ja liiallisen voitontavoittelun välille. Kasvun edellytyksenä ei saisi olla muiden yhteiskuntavastuun osa-alueiden, sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun, heikkeneminen. Rahanteko henkilöstön, muiden sidosryhmien tai ympäristön kustannuksella on siis selkeästi rajan ylittämistä, eikä kuulu vastuulliseen yritystoimintaan. (Ketola 2005, 34.)

### 2.1.3 Ympäristövastuu

Ympäristövastuu on yrityksen yhteiskuntavastuun osa-alue, jolla tarkoitetaan vastuuta ekologisesta ympäristöstä eli luonnon hyvinvoinnista huolehtimisesta. Maapallon ympäristöongelmat koostuvat maapallon kantokyvyn rajoista, uusiutumattomien luonnonvarojen rajallisuudesta ja uusiutuvien luonnonvarojen tuotannon rajallisuudesta. Yritykset ovat osallisina jokaisessa luokassa. (Ketola 2005, 46.) Keskeisimpinä ympäristövastuukysymyksiä yrityksille pidetään

- tehokasta ja säästäväistä luonnonvarojen käyttöä
- vesien, ilman ja maaperän suojelua
- luonnon monimuotoisuuden turvaamista
- ilmaston muutoksen torjuntaa
- vastuuta koko tuotteen elinkaaren aikaisista vaikutuksista ympäristöön ja toiminnan arvoketjuun. (Niskala ym. 2009, 19.)

Kun yrityksen kaikki ympäristövaikutukset lasketaan yhteen, saadaan yritykselle ns. ekologinen jalanjälki. Esimerkkejä yrityksen ympäristövaikutuksista luonnonvarojen käytön lisäksi ovat päästöt ilmaan, vesiin ja maahan sekä jätteiden määrä ja niiden kohtalo. Mitä pienempi ekologinen jalanjälki yrityksellä on, sitä ekologisempi yritys on. Jalanjälki ei kuitenkaan ole suoranainen mitta yrityksen ympäristövastuun tasolle, sillä ympäristövaikutukset vaihtelevat suuresti toimialoittain. (Ketola 2005, 46–47.)

Yrityksen ympäristövastuu ulottuu kaikkialle, missä yrityksellä on toimintaa. Pahiten luonnonvaroja riistävien ja saastuttavien toimintojen siirtäminen kehitysmaihin ei ratkaise ympäristöongelmia edes yrityksen kotimaan kannalta. Luonnonvarojen niukkuus on ongelma kaikkialla. Kehitysmaiden ympäristöongelmat johtavat katastrofi- ja kehitysyhteistyöapuihin. Eivätkä saasteet tunne valtionrajoja, vaan leviävät helposti ilmaa, vesiä ja maaperää pitkin. (Ketola 2005, 46.)

Ympäristöasioiden suhteen yritysten toimintaa säädellään vahvasti ympäristölakien sekä muiden institutionaalisten (oikeutus- eli legitimizeetti-) tekijöiden muodossa. Näin nykyinen yhteiskuntajärjestelmä oikeastaan pitää jo huolen siitä, että yrityksiltä löytyy jonkinlaista ympäristövastuuta. Vastuun ei pitäisi kuitenkaan loppua siihen, vaan yrityksellä voi olla muitakin motivaatiotekijöitä, joiden takia se haluaa hoitaa ympäristöasiansa paremmin. Näistä tekijöistä yleisimmät ovat strateginen kilpailuetu ja eettisyys. Ympäristöstrategioilla pyritään saamaan myös taloudellista hyötyä joko suoraan suuremman markkinaosuuden tai voittojen toivossa tai välillisesti paremman imagon muodossa. Imagon paraneminen voi lisätä asiakkaiden, sijoittajien ja muiden yhteistyökumppanien mielenkiintoa yritykseen. Hyvä imago auttaa myös pitämään viranomaiset, tiedotusvälineet ja suuren yleisön tyytyväisinä. Sen sijaan joissain yrityksissä (sekä useilla yksittäisillä johtajilla ja työntekijöillä) vastuullisen ympäristöasioista huolehtimisen takana voivat olla oikeasti eettiset syyt ja aito halu suojella luontoa. (Ketola 2005, 47.)

#### **2.1.4 Sosiaalinen vastuu**

Yrityksen yhteiskuntavastuun kolmas osa-alue on sosiaalinen vastuu. Siihen kuuluu vastuun kantaminen kaikista ihmisistä, joihin yrityksen toiminta voi vaikuttaa. Näitä ovat

- oma henkilöstö
- tavarantoimittajat
- alihankkijat
- urakoitsijat
- muut yhteistyökumppanit
- asiakkaat
- paikalliset asukkaat
- mahdollisesti koko suuri yleisö. (Ketola 2005, 40.)

Sosiaalisesti vastuullinen yritys kunnioittaa ihmisoikeuksia sekä huolehtii henkilöstön hyvinvoinnista ja osaamisen kehittämisestä. Yrityksen tulee myös vastata tuotevastuu- ja kuluttajansuojakysymyksistä. Näiden lisäksi yrityksen on noudatettava hyviä toimintatapoja yritysverkoston sisällä sekä lähiyhteisö- ja yhteiskuntasuhteissa. (Niskala ym. 2009, 19.)

Myöskin sosiaalinen vastuu on yrityksille osittain lakisääteistä. Lisäksi monet ihmisoikeusjulistukset ja -sopimukset, sertifioidut työterveys- ja turvallisuusstandardit sekä sosiaalisen vastuun standardit vaativat tai ohjeistavat yrityksiä vastuullisempiin sosiaalitoimiin. Tästä huolimatta taso ja tavat, joilla yritykset kohtelevat ihmisiä ja kunnioittavat heidän oikeuksia, huolehtivat heidän fyysisestä terveydestä ja turvallisuudesta sekä tyydyttävät heidän psyykkiset, sosiaaliset ja taloudelliset tarpeet, vaihtelevat suuresti eri yrityksissä. Yrityksille jää siis vielä runsaasti tilaa hoitaa sosiaalisen vastuun asiansa omalla yrityskohtaisella tavallaan. (Ketola 2005, 40)

Ketola (2005) pohtii onko yritykseltä vastuullisempaa huolehtia sen henkilökunnastaan hyvin ja tarjota bonuksia ja muita etuja, mutta surutta irtisanoa työntekijöitään taloudellisista syistä, vai nuukailla palkkojen ja etujen suhteen, mutta säilyttää työpaikkansa huonompinakin aikoina. Toisaalla yritykset siirtävät toimintaansa halvemmän työvoiman perässä maihin, joissa ihmisoikeuksien ja ympäristön kunnioittamisessa on puutteita, luoden kuitenkin samalla edes jonkinlaisia toimeentulomahdollisuuksia köyhemmälle alueelle. Samaan aikaan toiset yritykset säilyttävät toimintansa kalliimmassa, mutta ihmisoikeus- ja ympäristölakien mukaan toimivassa kotimaassaan, rikastuttaen jo kehittyneitä yhteiskuntaansa. (Ketola 2005, 40–41.)

Ketola (2005) miettii myös millainen toiminta yritykseltä on varsinaisesti sosiaalisesti vastuullista. Hyväntekeväisyys on yritykselle perinteinen keino osoittaa yhteiskunnalle sosiaalista vastuutaan. Lahjoitetut summat auttavat varmasti vähäosaisempia, mutta samalla on mahdollista, että yritys on lahjoittanut vain murto-osan voitoistaan, joita tienatessa on unohdettu kaikki muu sosiaalinen vastuu. Pohjoismaissa suositumpi keino sosiaalisen vastuun kantamiseen on toimia vastuullisesti oman liiketoiminnan piirissä, millä tarkoitetaan esimerkiksi tasa-arvoperiaatteiden ja lapsityövoiman käytön standardien noudattamista. (Ketola 2005, 41.)

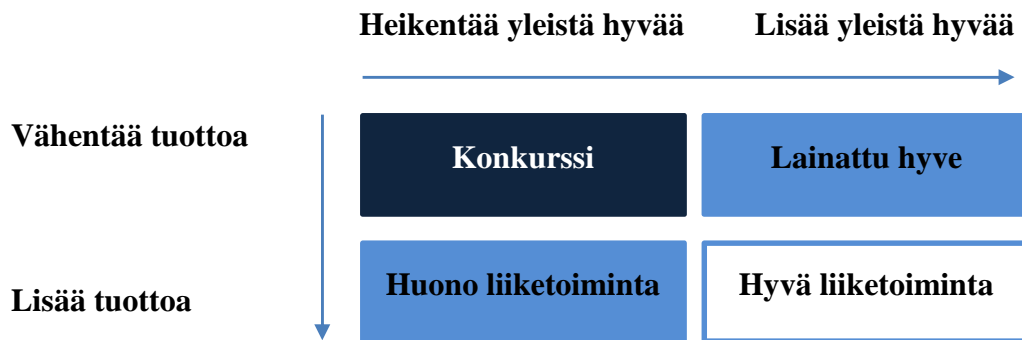
## **2.2 Yhteiskuntavastuu kilpailutekijänä**

Luvussa 2.1.1 todettiin, että yrityksen ensisijainen tehtävä tyydyttää omistajien taloudelliset tarpeet. Talvio ja Välimaa (2004) ovat samaa mieltä ja toteavat, että yritystoiminnan peruslähtökohta on nimenomaan taloudellisen tuoton tavoittelu. Heidän mukaan yleinen sanoma kuitenkin on, että yleisen hyvän lisäksi yhteiskuntavastuulla on parhaimmillaan positiivinen vaikutus yrityksen kannattavuuteen ja taloudelliseen tuot-

tavuuteen. Tuominen (2011) arvioi muita paremmin hoidetun yhteiskuntavastuun tuovan yritykselle kilpailuetua vielä tämän vuosikymmenen ajan. Hän olettaa yhteiskuntavastuusta muodostuvan seuraavan vuosikymmenen aikana standardi, jota edellytetään yrityksiltä ylipäättään ollakseen mukana kilpailussa. Tässä alaluvussa esittelen tuoton tavoittelun ja yleisen hyvän luomisen välistä suhdetta sekä tarkastelen yhteiskuntavastuun mahdollisuutta tuoda yritykselle kilpailuetua.

### 2.2.1 Tuoton tavoittelun ja yleisen hyvän luomisen suhde

Wall (2008) yksinkertaistaa taloudellisen tuoton tavoittelun ja yleisen hyvän luomisen suhteen matriisiin (kuva 1) muotoon. Siinä yrityksen yhteiskuntavastuu vaikuttaa kahteen muuttujaan: yrityksen tuottoon ja yleiseen hyvään. Yritys voi toiminnallaan vaikuttaa joko positiivisesti tai negatiivisesti tulokseensa ja joko edesauttaa tai vahingoittaa luontoa ja yhteiskuntaa. (Wall 2008, 26.)



**KUVA 1. Tuotto ja yleinen hyvä: yhteiskuntavastuumatriisi (Wall 2008, 26)**

Riippuen yrityksen lähestymistavasta yhteiskuntavastuuta kohtaan, voi yrityksen toiminta johtaa neljään eri lopputulemaan: konkurssi, lainattu hyve, huono liiketoiminta ja hyvä liiketoiminta (Wall 2008, 26.)

#### *Konkurssi*

Wall (2008) kuvaa konkurssilla yritystä, joka vähentää tuottoaan ja heikentää yhteiskunnan yleistä hyvää. Tällaiseen tilaan yritys voi päätyä tahattomasti, kun se luulee käyttävänsä varojaan yhteiskuntavastuunsa parantamiseen, mutta asiantuntijuuden puuttuessa toimet osoittautuvat pitkässä juoksussa yleistä hyvää heikentäviksi. Tällöin

heikkenee myös yrityksen kyky luoda voittoa omistajilleen, palkita työntekijöitään, työllistää alihankkijoitaan ja tukea yhteiskuntaa. (Wall 2008, 26.)

#### *Lainattu hyve*

Lainatulla hyveellä Wall (2008) tarkoittaa tilannetta, jossa yritys käyttää varojaan yleisen hyvän parantamiseen keinolla, joka heikentää yrityksen tuottoa. Nopeasti ajateltuna se kuulostaa yhteiskuntavastuulta parhaimmillaan, mutta Wallin (2008) mukaan kyseessä on enemmänkin yrittäjän tekemästä hyväntekeväisyydestä toisten rahoilla. Hyväntekeväisyydessä ei tietenkään ole mitään vikaa, mutta Wallin mukaan vastuullinen liiketoiminta on eri asia. Kun yrityksen johto päättää vähentää tuottoa kasvattaakseen yleistä hyvää, tekevät he sen jonkun muun kustannuksella. Siksi sanotaan, että ”hyve on lainattua”. (Wall 2008, 27.)

#### *Huono liiketoiminta*

Itsekeskeinen liiketoiminta, jossa jätetään huomioimatta toiminnan pitkäaikaiset vaikutukset talouteen, yhteiskuntaan ja ympäristöön, ei ole kestävä. Jopa täysin itsekeskeisestä näkökulmasta tarkastellessa, osakkaan tuottoarvo kasvaa yrityksissä, jotka ajattelevat asioita pitkällä tähtäimellä ja pyrkivät hallitsemaan riskejä. Liiketoiminta, joka keskittyy lyhytaikaisen tuoton maksimoimiseen välittämättä yleisestä hyvästä, on huonoa liiketoimintaa pitkässä juoksussa. Yhteiskuntavastuun laiminlyönti ei ole yritykselle kannattavaa edes taloudellisesta näkökulmasta. Ympäristö- ja sosiaalisten ongelmien hoitamatta jättäminen kostaavat välttämättä tulevaisuudessa taloudellisenä tappiona. Menneisyydessä tällainen liiketoiminta on voinut olla mahdollista, mutta nykypäivän aktiivisempi kansalaisyhteiskunta seuraa yritysten toimia. Ympäristöhoitoista ollaan tieteellisesti ja julkisesti tietoisempia, joiden perusteella muuttuva asiakaskäyttäytyminen johtaa ahneiden yritysten epäonnistumiseen. (Wall 2008, 28.)

#### *Hyvä liiketoiminta*

Ollakseen hyödyksi omistajilleen ja yhteiskunnalle, yritys tarvitsee hyvän liiketoimintastrategian. Siihen kuuluu, että yritys ymmärtää omat ydinosaamisalueensa ja osaa luoda niitä tukevan yhteiskuntavastuupolitiikan. Wallin (2008) mukaan ihmisten tulisi jatkuvasti kiinnittää huomiota yritysten yhteiskuntavastuustrategioihin, jotka usein



näyttävät muistuttavan paljon toisiaan. Useasti niihin kuuluu yrityksen rahojen käyttäminen ”muka hyödyllisiin” kohteisiin ilman selvyyttä siitä, kuinka se varsinaisesti hyödyttää liiketoimintaa. Eri yrityksillä on eri ydinosaamisalueensa ja yritysten yhteiskuntavastuustrategioiden tulisi heijastua siihen. (Wall 2008, 28.)

### **2.2.2 Kilpailuetua yhteiskuntavastuusta**

Talvion ja Välimaan (2004) mukaan useat yksittäiset tutkimukset ovat osoittaneet yhteiskuntavastuun tuoneen yritykselle kilpailuetua. Yrityksen yhteiskuntavastuun tehostaminen näkyy yleensä yrityksen muunkin toiminnan vahvistumisena. Eniten kilpailuetua yritykselle syntyy yhteiskuntavastuun myötä paranevasta maineesta ja henkilöstön kasvavasta motivaatiosta. (Talvio & Välimaa 2004, 150–152).

#### *Parempi maine*

Vaikka yrityksen omistajat sijoittavat aikaansa ja rahaansa yritykseensä, eivät he ole ainoita, joita yrityksen tekemiset kiinnostaa. Loppujen lopuksi se on yhteiskunta, joka päättää ostetaanko yrityksen tuotteita tai palveluja ja menestyykö yritys. Yhteiskunnan päätös koostuu siitä, kuinka asiakkaat, työntekijät, paikallisyhteisöt, kilpailevat yritykset, viranomaiset ja muut sidosryhmät näkevät yrityksen. Hyvä maine edistää yrityksen kaupankäyntiä hyvinä aikoina ja suojelee yritystä huonompina aikoina. Maineesta syntyvä kilpailuetu näkyy siis yrityksen tuloksessa pitkällä aikavälillä, joten hyvän maineen luominen ja ylläpito tulisi olla yrityksen pitkäaikainen tavoite. (Smith 2007, 186.)

Maineella on merkityksensä myös yritysten välisessä toiminnassa. Jatkuvasti suurempaa huomiota saavan toimitusketjujen hallinnan perusteena on juuri maineriskien hallinta. Yrityksen alihankkijan vastuuttoman toiminnan tuoma negatiivinen julkisuus heijastuu hyvin todennäköisesti yrityksen julkikuvaan, vaikka alihankkija olisi vain pieni osa yrityksen pitkää ja laajaa toimitusketjua. Yhteistyökumppanien hyvä tunteminen ja laadukas hallinta puolestaan näkyvät riskien vähenemisen lisäksi toiminnan tehostumisena ja kustannusten pienenemisenä. (Talvio & Välimaa 2004, 152.)

### *Motivoitunut henkilöstö*

Talvion ja Välimaan (2004) mukaan yrityksen aktiivisilla yhteiskuntavastuutoimilla on vaikutus henkilöstön saatavuuteen, motivointiin ja pysyvyyteen. Useiden tutkimusten mukaan työnantajan yhteiskuntavastuu on keskeinen kriteeri työnhakijoilla. Laadukkaampi ja motivoituneempi henkilöstö on taas lähes suoraan verrannollinen yrityksen tulokseen. Tämä johtuu henkilöstön ahkerammasta innovoinnista, sekä tahdosta löytää uusia ratkaisuja ja selvittää ongelmia. Lisäksi henkilöstön motivoituneisuus näkyy sairaspöissaolojen vähentymisenä. (Talvio & Välimaa 2004, 150.)

Henkilöstön suhde yrityksen tulokseen korostuu, kun kyseessä on yrityksen avainhenkilöstö, jonka pysyvyyden varmistaminen on erittäin tärkeää. Palkkauksella on tietysti vaikutus työntekijän pysyvyyteen, mutta se ei välttämättä ole tärkein tekijä. Kunhan palkkaus on kilpailukykyisellä tasolla, vaikuttavat muut tekijät työsuhteen pysyvyyteen enemmän. Monet näistä muista tekijöistä liittyvät juuri yrityksen vastuullisuuteen. (Talvio & Välimaa 2004, 151.)

## **3 YRITYSTEN YHTEISKUNTAVASTUUN ARVIOIMINEN**

Yhteiskuntavastuu on käsitteenä jo sillä tasolla, että yrityksiä voidaan vertailla sen perusteella. Tärkein syy yritysten yhteiskuntavastuun arvioimiselle ja vertailulle on vastuullisuuden osoittaminen sidosryhmille. (Tolhurst & Pohl 2011, 92.) Tästä on merkinä myös yrityksille kehitetyt yhteiskuntavastuustandardit ja yhteiskuntavastuun kasvava näkyvyys yritysten raportoinnissa ja vuosikertomuksissa. Tässä luvussa käydään läpi yleisiä yhteiskuntavastuustandardeja ja -aloitteita. Lisäksi selvitetään millaisiin osa-alueisiin yhteiskuntavastuun arvioimisen voi jakaa. Selvitään myös, kuinka pk-yritysten vastuullisuuden arvioiminen eroaa suurista yrityksistä.

### **3.1 Yhteiskuntavastuustandardit ja -aloitteet**

Yritysten yhteiskuntavastuuseen keskittyneet standardit ja aloitteet ovat yrityksille apuväline toteuttaessaan omaa yhteiskuntavastuustrategiaa. Koska jokaisella yrityksellä on omat toimintatapansa, ei ole yhtä standardia tai aloitetta, joka sopisi täydellisesti kaikkiin yrityksiin. Yrityksen on tulkittava standardeja ja aloitteita, ja löydettävä itseään eniten auttava vaihtoehto. (Leipziger 2003, 19.)

### *Global Reporting Initiative*

Global Reporting Initiative (GRI) on kansainvälinen aloite, jonka päämääränä on luoda yritysten yhteiskuntavastuun raportoinnille tilinpäätösraportointia vastaava malli. GRI:n tavoitteena on saada yritysten yhteiskuntavastuun raportointi samalle tasolle taloudellisen raportoinnin kanssa eli tehdä siitä yhtä vakiintunutta ja vertailukelpoista. GRI-ohjeiston kehitystyö on aloitettu YK:n ympäristöohjelman (UNEP) ja Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) -järjestön toimesta vuonna 1997 ja se nopeasti saavutti yleisesti hyväksytyyn raportointiviitekehyksen aseman. (Niskala ym. 2009, 93–94; Juholin 2004, 235–236.)



**KUVA 2. GRI-raportin rakenne (Juholin 2004, 238)**

GRI-ohjeisto antaa yrityksille yhteisen mallin raportoinnin rakenteelle ja sisällölle. GRI-raportin rakenne näkyy kuvassa 2. Raportti koostuu viidestä kokonaisuudesta. Visioon ja strategiaan kuuluu yrityksen yhteiskuntavastuustrategian kuvaus ja toimitusjohtajan katsaus. Raportin kokonaisuuden kuvauksessa läpikäydään sen rakenne, toiminta, koko, sijainti sekä raportin sisältö ja kattavuus. Hallintokäytännöt ja johtamisjärjestelmät -kohdassa kerrotaan yrityksen rakenteesta, toimintaperiaatteista sekä johtamisen käytännöistä ja sidosryhmävuorovaikutukseen liittyvistä toimenpiteistä. Sisältöindeksi kuvaa, kuinka kattavasti yritys noudattaa GRI-ohjeiston eri elementtejä.

Tunnusluvuisissa yrityksen toiminnan tulokset esitetään ympäristön, talouden ja sosiaalisen alueiden osilta. (Juholin 2004, 237–238.)

### *ISO 26000*

Kansainvälinen standardoimisjärjestö ISO julkaisi vuonna 2010 standardin ISO 26000 yhteiskuntavastuulle. Suomen standardoimisliitto SFS:n (2014) mukaan standardi sopii kaiken tyyppisille organisaatioille yhteiskuntavastuun nykytasosta ja sijainnista maapallolla välittämättä. Standardissa käydään läpi keskeisimpiä yritysten yhteiskuntavastuuseen liittyviä asioita. Nämä ovat yhteiskuntavastuun termit ja periaatteet, yhteiskuntavastuun tunnistaminen sekä sidosryhmien osallistaminen. Lisäksi standardi listaa seitsemän tarkastelun kohteeksi asetettavaa yhteiskuntavastuun ydinaihetta:

- Organisaation hallintatapa.
- Ihmisoikeudet.
- Työelämän käytännöt.
- Ympäristö.
- Oikeudenmukaiset toimintatavat.
- Kuluttaja-asiat.
- Yhteisön toimintaan osallistuminen.
- Yhteisön kehittäminen. (SFS-ISO 26000 yhteiskuntavastuuopas 2014.)

ISO 26000 ei sovellu käytettäväksi sertifiointissa. Yritys voi kuitenkin hyödyntää sitä rakentamalla yhteiskuntavastuun hallintajärjestelmänsä standardissa esiteltyjen periaatteiden mukaan (Niskala ym. 2009, 101).

### *Global Compact*

Global Compact on YK:n aloite yritysten yhteiskuntavastuun edistämiseksi. Aloitteilla pyritään kannustamaan yrityksiä soveltamaan sen kehittämiä 10 periaatetta (liite 1). Periaatteet keskittyvät ihmisoikeuksiin, työelämän oikeuksiin ja ympäristövastuuseen. Yritys voi sitoutua Global Compactin periaatteisiin allekirjoittamalla sen sopimus ja täyttämällä raportointivelvoitteen periaatteiden edistämisestä. (Niskala ym. 2009, 100; Leipziger 2003, 72–73.)

### 3.2 Yhteiskuntavastuun arvioimisen osa-alueet

Yrityksen yhteiskuntavastuuta arvioidessa luontevinta voi olla jakaa *triple bottom line* -jaon mukaan. Kuten luvussa 2 käytiin läpi, siinä yhteiskuntavastuu jaetaan kolmeen osa-alueeseen: talouteen, ympäristöön ja sosiaaliseen vastuuseen. Yhteiskuntavastuuseen liittyvässä kirjallisuudessa tämä jako on selkeästi yleisin. (Juholin 2004, 14.)

Tuominen (2011) yhdistää *triple bottom linen* osa-alueisiin, jotka perustuvat Euroopan laatupalkintomallin keskeisiin periaatteisiin (The EFQM Excellence Model). Siinä arvioimisen osa-alueina ovat

- johtajuus
- strategia
- henkilöstö
- kumppanuudet ja resurssit
- prosessit, tuotteet ja palvelut. (Tuominen 2011, 14–15.)

Johtajuudessa arvioidaan kuinka yrityksen johto ymmärtää yhteiskuntavastuunsa sekä sen, miten se liittyy yrityksen omaan missioon, visioon ja arvoihin (mainitussa teoksessa sivulla 19). Strategian arvioinnissa keskitytään siihen, miten yritys hyödyntää ja käsittelee ympäristön asettamia yhteiskunnallisia vaatimuksia ja mahdollisuuksia sekä sen, miten yritys pystyy kantamaan oman yhteiskuntavastuunsa (mts. 31). Henkilöstön kohdalla arvioidaan miten yritys huolehtii sen ammattitaidosta ja hyvinvoinnista (mts. 41). Kumppanuuksien ja resurssien kohdalla tarkastellaan, miten yritys huolehtii ulkoisista kumppanuussuhteista sekä pyrkii hallitsemaan resurssejaan vastuullisella ja tehokkaalla tavalla (mts. 51). Prosessien, tuotteiden ja palvelujen kohdalla arvioidaan kuinka ympäristöystävällisesti yritys suorittaa tuotteiden, prosessien ja toimintatapojen suunnittelun, kehittämisen ja toteuttamisen (mts. 63).

### 3.3 Pk-yritysten yhteiskuntavastuun arvioiminen

Luvun 2 alussa mainittiin Suomen yritysten koostuvan lähinnä pk-yrityksistä ja niiden työllistävän suurimman osan Suomen työntekijöistä. Käsitteenä yhteiskuntavastuu voi olla pk-yritysten keskuudessa vähemmän käytetty kuin suurissa yrityksissä, mutta se ei tarkoita pk-yritysten toiminnan olevan vastuutonta. Hyviin yritystapoihin kuuluu Suomessa yrityksen koosta riippumatta esimerkiksi laskujen maksaminen ajallaan,

henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen ja ympäristön siisteydestä ja puhtaudesta välittäminen, vaikka näitä ei erikseen sanottaisi tehtävän yhteiskuntavastuun nimessä. (Juholin 2004, 99.)

Yhteiskuntavastuun yleistymisen myötä pk-yritystenkin olisi jo järkevää ottaa se käsitteenäkin käyttöön osoittaakseen olevansa ajan tasalla. Suuren yrityksen lailla myös pk-yrityksenkin täytyy osoittaa vastuullisuuttaan osana alihankintaketjuja ja asiakkaiden vaatimuksena. Vastuukysymyksiä voi tulla esittämään myös esimerkiksi lähiympäristön asukkaat, media tai viranomaiset. (Juholin 2004, 99–100.) Tämän myötä myös pk-yritysten yhteiskuntavastuuta tulisi pystyä arvioimaan siinä missä suuria yrityksiäkin.

### *Pk-yritykset yhteiskuntavastuustandardien ja -aloitteiden kanssa*

Euroopan komissio julkaisi pk-yrityksien neuvonantajien käsikirjan (Knopf & Mayer-Scholl 2013) yhteiskuntavastuusta. Tämän luvun ensimmäisessä alaluvussa läpikäydyistä yhteiskuntavastuun standardeista ja aloitteista Global Compact on julkaissut oman oppaan (Operational Guide for Medium-Scale Enterprises 2007) myös keskiuurille yrityksille ja ISO standardoimisjärjestön verkkolehdestä (Perera 2009) pohdittiin ISO 26000 sopivuutta pk-yrityksille. Nämä ovat merkkejä siitä, että pk-yritysten yhteiskuntavastuu vaatii suurista yrityksistä eriävää tarkastelua ja arviointia.

Euroopan komission julkaisun mukaan yhteiskuntavastuun pääperiaatteet ovat pk-yrityksillä samat kuin suurilla yrityksillä, mutta pk-yrityksillä yhteiskuntavastuutoimet muuttuvat yleensä sitä epämuodollisemmaksi ja vaistonvaraisemmaksi mitä pienemmästä yrityksestä on kyse (Knopf & Mayer-Scholl 2013, 3). Käsikirjassa korostetaan pk-yritysten omalaatuisuutta. Pk-yritysten rajallisimpien resurssien myötä on tärkeämpää räätälöidä yrityksen yhteiskuntavastuustrategia omien tarpeiden, ominaisuuksien ja toimintojen kautta. Yrityksen pienemmän koon myötä myös omistajien arvot ja eettiset mielipiteet tulevat näkyviin vahvemmin yrityksen arvoissa ja toiminnassa. (Knopf & Mayer-Scholl 2013, 7.)

Global Compactin opas (Operational Guide for Medium-Scale Enterprises 2007) perehdyttää yrityksen yhteiskuntavastuun pariin hyvin lähtökohtaisesti. Oppaassa käydään läpi luvussa 3.1 mainitut Global Compactin kymmenen periaatetta (liite 1) keski-

suuren yrityksen näkökulmasta. Ihmisoikeus- ja työvoima-asioissa ohjeet eivät juuri eroa Global Compactin yleisistä ohjeista (mts. 9–10). Ympäristöasioissakin ohjeistus on sama kuin suuremmillekin yrityksille, vaikka myönnetään, että yksittäisen pk-yrityksen vaikutus ympäristöön ei yleensä ole verrattavissa suuryrityksiin. Pk-yritysten selkeästi suuremman lukumäärän myötä yhteisvaikutus ympäristöön on kuitenkin suurempi, minkä takia pk-yritysten ympäristövastuuasiat ovat vähintään yhtä merkittäviä kuin suurten yritysten (mts. 10). Global Compactin mukaan pk-yritysten suurin ongelma yhteiskuntavastuun osalta, etenkin kehittyvillä markkinoilla, on korruptio. Tämä johtuu kehittyvien maiden pk-yritysten liian heikosta neuvotteluvoimasta ja pienistä resursseista pystyäkseen tasapainottamaan muita haittavaikutuksia (mts. 11).

Perera (2009, 14) toteaa ISO 26000 -artikkelissaan pk-yritysten pienemmän koon ja matalamman markkinaprofiilin myötä välttävän helpommin valvovan silmän, mutta samalla jäävän vähemmälle positiiviselle huomiolle erilaisten tukien ja lahjoitusten osalta. Globalisaation vaikutukset, mukaan lukien talouden taantuma ja kulutuksen väheneminen, näkyvät kuitenkin ensimmäisenä pk-yrityksissä (Pererra 2009, 14). Perera tukee myös ajatusta, että suuremman yrityksen yhteiskuntavastuustrategia ei sovellu suoraan pk-yritykselle. Hän kertoo kokeiluista, joissa suuremman yrityksen toimintamallista on tehty pienemmän mittakaavan versio pienemmälle yritykselle, mutta toteaa, etteivät ne ole osoittautuneet erityisen toimiviksi. (Perera 2009, 16)

#### *Näkemyksiä pk-yritysten yhteiskuntavastuusta*

Vuonna 2011 tehdyssä tutkimuksessa (Dincer & Dincer 2013) selvitettiin pk-yritysten yhteiskuntavastuu asioiden päätöksentekoon vaikuttavia tekijöitä. Tutkimus osoitti, että pk-yrityksissä ymmärretään yhteiskuntavastuu käsitteenä ja siitä puhutaan avoimesti. Lisäksi pienempien yritysten johtajat välittivät erityisesti ympäristönsuojelusta sekä lähialueen hyvinvoinnista. Lakien ja säädösten noudattamista pidettiin itsestäänselvyytenä, mutta monissa yrityksissä pyrittiin tekemään vähimmäisvaatimuksia enemmän (mts. 182). Kun kysymyksenä on yrityksen resurssien käyttö yhteiskuntavastuun parantamiseen, päätöksentekoon vaikutti eniten johdon henkilökohtaiset tunteukset, etiikka ja moraalit. Lisäksi ilmeni, että yrityksen taloudellisella tilanteella on vaikutusta. Myös johdon perheiden tai ystävien aatteet osoittautuivat mahdollisiksi vaikuttajiksi yrityksen toimintaan (mts. 183.)

## 4 KILPAILUN SUUNNITTELU

Kilpailun suunnittelun käynnistäjänä ja opinnäytetyöni toimeksiantajana toimi Etelä-Savon kauppakamari, jota projektissa edusti toimitusjohtaja Markku Kakriainen. Itä-Suomen aluehallintoviraston ylijohdajan Elli Aaltosen esitelmä yritysten yhteiskuntavastuusta teki vaikutuksen Kakriaiseen siinä määrin, että aihe oli otettu puheeksi kauppakamarin seuraavassa hallituksen kokouksessa. Kävi ilmi, että kauppakamarin hallituksen jäsenen yritys oli vasta joutunut todistamaan ulkomaalaiselle päämiehelle yhteiskuntavastuutoimiaan. Tästä alkoi syntyä idea yhteiskuntavastuukilpailun järjestämisestä Etelä-Savossa valtakunnallisena pilottina.

Tässä luvussa esittelen vaiheittain kehittämistyön, jossa valmistui suunnitelma pk-yritysten yhteiskuntavastuukilpailulle Etelä-Savossa. Aloitan toimeksiantajan ja kilpailun taustaryhmän esittelyllä. Kerron myös kehittämistyön aikaisesta yhteistyöstä Aalto-yliopiston kanssa. Toisessa alaluvussa kerron kehittämistyössä käytetyistä menetelmistä ja luvun loppuun kerron aineiston hankinnasta ja analysoinnista.

### 4.1 Toimeksiantajan esittely ja kilpailun taustaryhmä

Etelä-Savon kauppakamari päätyi rekrytoimaan opiskelijoista koostuneen viisihenkisen projektiryhmän kilpailun suunnittelua varten. Edustin projektiryhmässä Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitosta. Loput ryhmän jäsenistä olivat Aalto-yliopiston kansainvälisen liiketalouden opiskelijoita. Projekti oli tietääkseni ensimmäinen yhteisprojekti Mikkelin ammattikorkeakoulun ja Aalto-yliopiston Mikkelin kampuksen välillä. Etelä-Savon kauppakamarin lisäksi kilpailun suunnittelun taustalla oli laaja joukko henkilöitä ja tahoja, joista lopputulokseen eniten vaikuttaneet esitellään tässä luvussa.

#### *Etelä-Savon kauppakamari*

Etelä-Savon kauppakamarin juuret johtavat vuoteen 1954, kun Mikkelin kauppakamariosasto itsenäistyi Mikkelin kauppakamariksi, johon kuului Pieksämäen ja Savonlinnan kauppakamariosastot. Vuonna 1998 se saavutti nykyisen muotona, kun Mikkelin kauppakamarista tehtiin Etelä-Savon kauppakamari. Se työllistää tällä hetkellä toimitusjohtaja Markku Kakriaisen lisäksi kaksi vakituista työntekijää. Sen alaisena toimii



nykyään Mikkelin, Pieksämäen ja Savonlinnan kauppakamariosastot. (Etelä-Savon kauppakamarin esite 2014, 9).

Etelä-Savon kauppakamarin tehtävä on alueen elinkeinoelämän toimintaedellytysten, yrittäjyyden, terveen kilpailun, kansainvälistymisen ja markkinatalouden edistäminen. Lisäksi se valvoo elinkeinoelämän yhteisiä etuja sekä pyrkii edistämään elinkeinoelämän ja viranomaisten välistä yhteistoimintaa alueellaan. Tehtäviin kuuluu myös aloitteiden teko edellä mainituista asioista sekä lausuntojen antaminen viranomaisille elinkeinoelämää koskevissa asioissa. Yritystoiminnan edistämiseksi se tekee myös tiedotus-, julkaisu-, neuvonta- ja tutkimustoimintaa. Etelä-Savon kauppakamarin missio on ”*Etelä-Savon elinkeinoelämän kilpailukyvyyn parantaminen*” ja visio on ”*Etelä-Savon kauppakamari on elinkeinoelämän paras asiantuntija ja päävaikuttaja maakunnassa*”. (Etelä-Savon kauppakamarin esite 2014, 10).

Kilpailun suunnittelussa kauppakamaria edusti toimitusjohtaja Markku Kakriainen. Hän toimi minulle yhteyshenkilönä, järjesti tapaamisia ja oli läsnä kaikissa kokouksissa. Lisäksi hän antoi hyödyllistä palautetta kilpailun suunnittelun aikana. Kilpailun toteutusvaiheessa mukana oli myös muu Etelä-Savon kauppakamarin henkilöstö.

#### *Yhteistyö Aalto-yliopiston projektiryhmän kanssa*

Ennen kilpailun suunnittelun aloittamista Etelä-Savon kauppakamari oli yhteydessä myös Aalto-yliopiston Mikkelin kampukseen. Kilpailusta tehtiin aihe Bachelor’s Program in International Business -ohjelman Project Management for Global Development -kurssin yhdelle projektiryhmälle. Ryhmään valikoituivat toisen vuoden opiskelijat Emma Falck, Ha-Anh Le, Antero Myllymäki ja Sachie Yoshizumi. Projektiryhmää ohjasi Aalto-yliopiston kehittämisspäällikkö Tomi Heimonen.

Tein Aalto-yliopiston projektiryhmän kanssa tiivistä yhteistyötä koko kilpailun suunnittelun ajan. Osan tehtävistä jaoimme ryhmän sisäisesti. Projektiryhmän kesken työskentelymme oli lähinnä englanninkielistä, koska se oli ainut koko ryhmän yhteinen kieli. Projektiryhmän ulkopuolelle kommunikointi oli lähes aina suomenkielistä. Kehittämistyötä läpikäydessä mainitsen, mikä on yhdessä tehtyä, mikä on minun tekemää ja mistä vastaa vain Aalto-yliopiston opiskelijat.

### *Muu taustaryhmä*

Yksi merkittävimmistä osapuolista kehittämistyössä oli jo aiemmin mainittu Itä-Suomen Aluehallintoviraston ylijohtaja Elli Aaltonen. Hän oli tärkeässä roolissa levittämässä yhteiskuntavastuutietoisuutta, joka johti kilpailun suunnittelun alullepanoon. Aaltonen osallistui myös kehittämistyön aikana useisiin tapaamisiin. Toinen tärkeä rooli kehittämistyössä oli Kari Hyväkällä, joka toimi minusta ja Aalto-yliopiston opiskelijaryhmästä koostuneen projektiryhmän vetäjänä. Hyväkkä ohjasi ja neuvoi ryhmää, osallistui useisiin tapaamisiin sekä otti yhteyttä ja järjesti tapaamisia muiden tahojen kanssa. Lisäksi Pekka Häkkinen Etelä-Savon Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskukselta (lyhennetään ELY-keskus) osallistui useimpiin tapaamisiin ja tarjosi arvokkaita neuvoja kehittämistyön aikana. Kehittämistyön loppupuolella yhteen kokoukseen osallistui myös Etelä-Savon maakuntajohtaja Pentti Mäkinen, mikä viimeistään osoitti ryhmälle kehittämistyön tärkeyden, ja että kilpailusta oltiin kiinnostuneita monilta merkittäviltä tahoilta. Kehittämistyön lopputuloksen kannalta erityisen tärkeä rooli oli yritysvastuujärjestö FIBS:llä ja sen yhteyshenkilönä toimineella Ulla Roihalla. Hänen neuvot ja kokemukset yhteiskuntavastuukilpailuista sai meidät tekemään muutoksia kilpailun suunnittelussa. Näistä muutoksista kerrotaan luvussa 5.2.

Kokonaisuudessaan kilpailun suunnittelun taustaryhmään kuuluneet tahot olivat

- Etelä-Savon kauppakamari
- Itä-Suomen Aluehallintovirasto
- Etelä-Savon ELY-keskus
- Etelä-Savon Maakuntaliitto
- Elinkeinoelämän keskusliitto
- Kauppakamari
- S-Ryhmä
- Suur-Savon OP
- FIBS
- Mikkelin ammattikorkeakoulu
- Aalto-yliopiston Mikkelin kampus
- useat yritysjohtajat.

Kehittämistyön kannalta osan panos jäi kuitenkin vähäiseksi muiden kiireiden takia. Kilpailun taustaryhmän jäseniä osallistui tapaamisiin projektiryhmämme kanssa.

Enimmäkseen yhteyden pito taustaryhmään tarkoitti, että lähetimme heille sähköpostilla kysymyksiä tai esityksiä kommentoitavaksi.

## **4.2 Kehittämismenetelmät**

Opiskelijoista muodostuneen projektiryhmämme osalta työ käynnistettiin 1.9.2014, kun kävin toimeksiantajani kanssa esittelemässä projektia Aalto-yliopistolla Project Management for Global Development -kurssin ensimmäisellä luennolla. Olin perehtynyt jo opinnäytetyöni aiheeseen, joten sovimme, että minä esittelen yhteiskuntavastuukäsitettä ja toimeksiantaja esittelee projektia. Luennolla selvisi projektiryhmämme kokoonpano, jonka kesken teimme vielä katsauksen projektiin ja sen aikatauluun. Kilpailun suunnittelun aikataulua rytmittivät välitapaamiset (liitteet 2–6) kilpailun taustaryhmän kanssa. Toimeksiantaja ilmoitti, että työn tulisi olla valmis Etelä-Savon kaupakamarin 60-vuotisjuhlaan mennessä 4.12.2014. Sovimme seuraavan tapaamisen projektiryhmän ja toimeksiantajan välille 10.9.2014, jolloin saimme tarkemman toimeksiannon.

Toimeksiantaja oli ennakkoon sopinut seitsemän (7) eteläsavolaisen pk-yrityksen johtohenkilön kanssa haastattelumahdollisuuksista projektiryhmällemme. Tässä vaiheessa toimeksiantaja tahtoi antaa meille vapaat kädet haastatteluihin ja kilpailun suunnitteluun. Ensimmäiseksi tavoitteeksemme asetettiin selvittää haastatteluilla Etelä-Savon pk-yritysten nykytilaa ja asennetta yhteiskuntavastuuseen liittyen. Päämääränä oli niiden perusteella löytää 5-10 kriteeriä, joiden perusteella eteläsavolaisten pk-yritysten yhteiskuntavastuuta voisi vertailla kilpailunomaisesti. Tässä alaluvussa kerron valitsemistamme kehittämistyön menetelmistä.

### **4.2.1 Laadulliset menetelmät kehittämistyössä**

Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella kuvataan lähtökohtaisesti todellista elämää, jossa todellisuus pyritään näkemään mahdollisimman moninaisena kokonaisuutena. Verrattuna kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen, laadullisilla menetelmillä pyritään hankkimaan suppeammasta kohteesta enemmän tietoa ja näin ymmärtämään ilmiötä paremmin. Määrällisissä tutkimuksissa pyritään mittaamaan ja tilastoimaan teorian paikkansapitävyyttä esittämällä samat kysymykset suurelle otokselle. Laadullisia menetelmiä käytettäessä puhutaan otoksen sijaan harkinnanvaraisesti-

ta näytteestä. Näytteeseen paneudutaan tarkemmin ja siitä halutaan saada lisää tietoa. Laadullisissa menetelmissä ollaan tyypillisesti lähellä tutkittavaa ja voidaan jopa osallistua sen toimintaan. Tutkija pyrkii tekemään omia perusteltuja tulkintojaan kohteesta. Laadullisia menetelmiä käytettäessä tulkintojen perustelut ja tutkimusprosessin huolellinen kuvaus ovat erittäin oleellisia, sillä niiden perusteella lukija voi todeta tutkimuksen luotettavuuden. (Ojasalo ym. 2009, 93–94.)

Laadullisista menetelmistä tyypillisimmät ovat tema-, ryhmä- ja avoimet haastattelut sekä osallistuva havainnointi. Vastaavasti tyypillisiä määrällisiä menetelmiä ovat lomakekyselyt ja strukturoidut lomakehaastattelut. Tutkimuksellisessa kehittämistyössä laadullisten ja määrällisten menetelmien välinen raja on usein kuitenkin häilyvä. Menetelmät toimivat kehittämistyössä enemmänkin apuvälineenä, joiden avulla yritetään löytää parhaat mahdolliset uudet käytännöt. (Ojasalo ym. 2009, 93–94.)

Ennakkoon sovittujen yrityshaastattelujen lukumäärän ja monipuolisen jo olemassa olevan yritysten yhteiskuntavastuutilastoinnin myötä kehittämistyömme menetelmät alkoivat kallistua laadullisten menetelmien suuntaan. Ensin suunnittelimme lähestymistavaksi kokonaan avoimia haastatteluja, mutta 6.10.2014 toimeksiantajan, kilpailun taustaryhmän ja projektiryhmämme tapaamisen (liite 2) jälkeen haastattelumenetelmämme kehittyi strukturoidumpaan suuntaan. Tähän syynä oli kilpailun taustaryhmästä tullut ehdotus tehdä jo yrityshaastatteluja varten ensimmäinen luonnos yhteiskuntavastuun arviointikriteereistä. Se toimisi samalla testinä, kuinka yritysjohtajat arvioivat yhteiskuntavastuutaan kilpailunomaisella arviointilomakkeella. Pelkän lomakkeen lähettämistä yritysjohtajille määrällisen tutkimuksen tapaan ei pidetty vaihtoehtona. Halusimme haastatteluilla selvittää tarkemmin yrityksen yhteiskuntavastuuta koskevia asioita, asenteita ja mielipiteitä.

#### **4.2.2 Haastattelut kehittämistyössä**

Ruusuvuoren & Tiittulan (2005) mukaan sekä tutkimus- että kehittämistyössä yksi käytetyimmistä tiedonkeruumenetelmistä on haastattelu. Ojasalo ym. (2009) tosin esittävät haastattelujen yleisyyden mahdolliseksi syyksi muiden menetelmien heikon tunnettavuuden, mutta lisäävät, että haastattelut myös sopivat useisiin kehittämistehtäviin. Haastattelun etuna aineistonkeruumenetelmänä on, että sillä on mahdollista kerätä nopeasti syvällistäkin tietoa kehittämisen kohteesta. Kun kehittämisen kohde on

vähän tutkittu, voi haastattelu avata kokonaan uusia näkökulmia aiheesta. (Ojasalo ym. 2009, 95.)

Kehittämistyössä Ojasalo ym. (2009) suosittelivat haastattelun yhdistämistä muihin menetelmiin. Muut menetelmät toimivat hyvänä tukena pelkälle haastattelulle. Haastattelun tehtävä kehittämissä voi olla esimerkiksi asioiden selventäminen tai syventäminen. (Ojasalo ym. 2009, 95.)

Ennen haastattelun toteuttamista, on mietittävä millaisella haastattelumenetelmällä saadaan kerättyä eniten oikeanlaista tietoa kehittämistyön tueksi. Haastattelumenetelmien erot liittyvät lähinnä haastattelun strukturointiasteeseen eli siihen, kuinka kiinteä kehys haastattelulle on luotu etukäteen ja kuinka paljon itse haastattelutilanteessa on varaa joustaa kehyksestä. Täysin strukturoitua haastattelua kutsutaan standardoiduksi lomakehaastatteluksi. Tällainen menetelmä on sopivin, kun tarkoitus on kerätä faktatietoa tai kun haastattelulla halutaan tukea aiemmin tehtyä laadullista aineistonkeruuta. (Ojasalo ym. 2009, 95–96.) Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat ennakoon laadittuja, mutta kysymysten muoto ja järjestys voi vaihdella haastattelun edetessä. Siinä kysymyksiä voi lisätä kesken haastattelun tai vaihtoehtoisesti jättää ennakoon laadituista kysymyksistä turhiksi osoittautuvat pois. (Ojasalo ym. 2009, 97.) Muita haastattelumenetelmiä ovat esimerkiksi syvähaastattelu, ryhmähaastattelu ja teemahaastattelu (Ojasalo ym. 2009, 95).

Yrityshaastatteluissa käyttämämme menetelmä oli avoimen haastattelun ja lomakehaastattelun välimuoto. Avoin haastattelu tarkoittaa haastattelijan ja haastateltavan välistä avointa, tasavertaista ja mahdollisesti epämuodollista keskustelua haastatteluaiheesta- tai ongelmasta (Ojasalo ym. 2009, 97). Avoimet ja puolistrukturoidut haastattelut ovat sopivia menetelmiä, kun

- tutkimuksessa pyritään selvittämään esimerkiksi aiheen merkitystä osallistujille
- määrällisen tutkimuksen tekemiseen tarvitaan taustatyötä
- tulkitaan aikaisemmin tehdyn määrällisen tutkimuksen tuloksia
- halutaan vahvistaa yksittäisten mittareiden pätevyyttä. (Ojasalo ym. 2009, 97.)

Yrityshaastatteluissa kävimme lomakkeen (liite 7) arviointikriteerit läpi, mutta haastattelut pysyivät melko avoimina ja keskustelunomaisina. Arviointikriteerit olivat osa-

na haastatteluja kokeillaksemme, kuinka ne toimivat kilpailunomaisessa tilanteessa, ja pystyisikö niiden tuloksien perusteella vertailla yrityksiä yhteiskuntavastuun osalta. Samalla opimme, kuinka perillä yritysjohtajat ovat yhteiskuntavastuuseen liittyvistä termeistä ja olivatko kriteerimme ymmärrettävästi muotoiltu.

### **4.3 Kehittämistyön aineistojen hankinta ja analysointi**

Osana kehittämistyötä keräsimme aineistoa yritys haastatteluilla. Haastatteluja varten kehitimme listan mahdollisesti yritysten yhteiskuntavastuuseen sopivista arviointikriteereistä. Siitä muotoutui lomake (liite 7) osaksi haastatteluja. Tässä luvussa kerron, kuinka kehitimme lomakkeen ja kuinka toteutimme yritys haastattelut käytännössä. Lisäksi kerron kehittämistyön aineiston analysoinnista.

#### **4.3.1 Aineiston hankinta yritys haastatteluilla**

Toimeksiantajamme pyysi projektiryhmäämme haastattelemaan seitsemää (7) pk-yrityksen toimitusjohtajaa Etelä-Savosta. Haastattelut oli tarkoitus saada tehdyksi lokakuun loppuun mennessä. Haastattelujen tavoitteena oli selvittää yritysten nykytilaa, asenteita ja mielipiteitä yhteiskuntavastuuseen ja sen arviointiin liittyen, sekä saada paikallista näkökulmaa kilpailun arviointikriteerien luontiin.

##### *Haastatellut yritykset*

Toimeksiantaja oli itse valinnut sekä neuvotellut yritykset haastateltaviksemme. Haastatellut yritykset olivat eri alojen pk-yrityksiä eri puolilta Etelä-Savoa:

- Ekin Muovi Oy
- Franke Finland Oy
- Kyyhkylä Oy
- Mikemet Oy
- Mipro Oy
- Observis Oy
- Pro Joinery Ky.

Alun perin haastateltavaksi oli sovittu myös Grafical Oy, mutta aikatauluongelmien takia haastattelu lopulta peruttiin. Sen sijaan Pro Joinery Oy ei kuulunut alkuperäiseen

haastateltavien ryhmään, vaan yritys lisättiin kesken projektin kilpailun taustaryhmästä tulleen ehdotuksen myötä.

### *Haastattelulomake*

Alkuperäinen kehittämistehtävämme oli luoda 5–10 kriteeriä, joiden perusteella voisi arvioida pk-yritysten yhteiskuntavastuuta. Tämä mielessä pitäen kehitimme ensimmäisen version kriteereistä projektin siihen asti kertyneen asiantuntemuksemme ja toimeksiantajan antamien materiaalien pohjalta. Haastatteluja varten laitoimme kriteerit täytettävän lomakekyselyn (liite 7) muotoon.

Halusimme ensimmäiseen versioon paljon kriteerejä, jotta meillä olisi yrityshaastattelujen jälkeen varaa karsia kriteereistä heidän turhana pitämät pois. Jaoin arviointikriteerit viiteen kategoriaan:

- Sosiaalinen aspekti.
- Henkilöstö.
- Ympäristö.
- Talous.
- Markkinointi & myynti.

Kussakin kategoriassa oli kahdesta viiteen (2–5) kriteeriä, sekä tyhjä tila haastattelutilanteessa mahdollisesti keksittäville uusille kriteereille. Lomakkeessa yritystä pyydettiin antamaan kunkin kriteerin kohdalla kaksi numeroarvosanaa asteikolla yhdestä viiteen (1–5). Ensimmäisellä numerolla merkittiin, kuinka tärkeänä yritys piti kyseistä kriteeriä. Toinen numero oli yrityksen omalle nykytilalle antama arvosana kyseisestä kriteeristä. Mahdolliset eroavaisuudet arvosanoissa saman kriteerin kohdalla osoittivat sillä osa-alueella olevan yrityksellä vielä parantamisen varaa. Lisäksi pyysimme haastateltavia laittamaan arviointikriteerien kategoriat tärkeysjärjestykseen selvittääksemme, miten kategorioita kannattaisi lopullisessa kilpailussa painottaa, ja oliko joukossa turhia kategorioita.

### *Haastattelujen toteuttaminen*

Saimme toimeksiantajalta yritysten yhteyshenkilöiden sähköpostiosoitteet ja puhelinnumerot sopiaksemme ajat haastatteluille. Toimeksiantaja antoi myös kehotuksen jär-

jestyksestä, jossa haastattelut kannattaisi toteuttaa. Kehotuksen mukaan aloitimmekin haastattelut kilpailun taustaryhmään kuuluneen Raimo Laineen Mipro Oy:stä. Ensimmäisen haastattelun perusteella hioimme vielä haastattelulomaketta (liite 7), joten haastattelujärjestys osoittautui onnistuneeksi.

Lähetimme ensin yrityksille sähköpostilla ilmoitukset haastattelusta, jota seuraavina päivinä soitimme yhteyshenkilöille haastatteluajan sopimiseksi. Yhteyshenkilöinä toimi jokaisessa yrityksessä itse haastateltava eli yrityksen johtoa edustava henkilö. Yksi haastatelluista oli yrityksen hallituksen puheenjohtaja ja loput yritysten toimitusjohtajia. Yksi haastateltavista toimitusjohtajista estyi juuri ennen sovittua haastattelua, jolloin yrityksen operatiivinen johtaja korvasi hänet ja antoi haastattelun.

Yritysjohtajien muiden kiireiden myötä sopivien haastatteluajkojen löytäminen osoittautui hankalaksi, emmekä ehtineet tehdä kaikkia haastatteluja tavoitteemme mukaisesti ennen lokakuun loppua. 28.10.2014 välitapaamiseen (liite 3) mennessä olimme suorittaneet vasta kolme (3) haastattelua. Loput haastattelut saatiin onneksi suoritettua nopealla aikataululla ja viimeinen haastattelu toteutettiin 4.11.2014. Grafical Oy:n haastattelu jouduttiin perumaan, koska aikataulu venyi niin pitkälle, että haastattelun tulokset eivät olisi ehtineet vaikuttaa kehittämistyöhömmme.

Haastattelut toteutettiin kasvokkain eli kävimme vierailemassa yrityksissä. Sovimme projektiryhmän kesken, että minä osallistun jokaiseen haastatteluun ja mukaani tulee vähintään yksi Aalto-yliopiston opiskelijoista. Tämä toteutui viimeistä haastattelua lukuun ottamatta, jolloin sairastumiseni takia kaksi Aalto-yliopiston opiskelijaa kävi tekemässä haastattelun. Haastattelut kestivät 45 minuutista lähes kahteen (2) tuntiin, ja osassa yrityksistä saimme haastattelun jälkeen vielä esittelykierroksen yrityksen tiloissa. Nauhoitimme haastattelut digitaalisella tallentimella. Kaikki haastateltavat suostuivat nauhoittamiseen, eikä tallentimen läsnäolo tuntunut vaikuttavan haastattelutilanteeseen tai vastauksiin. Ilmoitimme haastattelujen tulosten käyttökohteiksi opinnäyte-työni, Aalto-yliopiston projektityön ja Etelä-Savon kauppakamarin yhteiskuntavastuukilpailun suunnittelun. Haastateltaville sopi haastattelujen materiaalin käyttäminen mainittuihin töihin.

Olimme ennen haastatteluja selvittäneet yritysten perustietoja sekä sen, mitä yritykset kertovat verkkosivuillaan yhteiskuntavastuukäytännöistään tai käyttämistä standar-



deistaan. Haastattelujen aluksi kävimme kuitenkin vielä haastateltavan kanssa läpi yrityksen perustiedot ja ajankohtaiset uutiset. Seuraavaksi ohjeistimme lomakkeeseen (liite 7) vastaamisessa ja aloimme käydä kriteerejä läpi. Pyysimme jokaisen kriteerin kohdalla haastateltavaa antamaan arvosanan kriteerin tärkeydelle ja yrityksen nykyiselle tasolle. Pyysimme lyhyitä perusteluja arvosanoille sekä mielipidettä ja kommentteja kriteeristä. Kategorioiden tärkeysjärjestykseen asettamisesta mainitsimme ennen kriteerien läpikäyntiä, mutta kysyimme tärkeysjärjestystä vasta kriteerien jälkeen, jolloin kategorioiden sisällöt olivat selvempiä. Lomakkeen läpikäynnin aikana keskustelu vaelsi välillä laajastikin, ja monet lomaketta seuraaviksi suunnittelemamme kysymykset saivat vastauksen jo silloin. Haastattelujen loppupuolen kysymykset vaihtelivat sen mukaan, millaisia vastauksia olimme saaneet ja mitä niistä tuli meille mieleen. Yleisiä kysymyksiä olivat:

- mielipide yhteiskuntavastuukilpailuista ja yrityksen arvioimisesta kriteerien perusteella.
- mikä motivoisi osallistumaan yhteiskuntavastuukilpailuun
- mielipide yhteiskuntavastuukilpailun toimivuudesta kokonaan digitaalisena
- mielipide yhteiskuntavastuun taloudellisesta vaikutuksesta eli onko yhteiskuntavastuu pk-yritykselle kulu vai kilpailuetu
- mielipide yhteiskuntavastuustandardeista ja onko yrityksellä niitä käytössä.

Haastattelut sujuivat mielestäni hyvin. Haastattelutilanteet olivat rentoja, mutta pysyivät asiallisina. Aiemmin kiireisiltä vaikuttaneet yritysjohtajat olivat haastattelutilanteessa selkeästi haastattelulle omistautuneita ja pyrkivät auttamaan meitä parhaansa mukaan. Kokemattomuutemme haastattelijoina saattoi näkyä ensimmäisissä haastatteluissa, mutta kehitystä tapahtui, ja viimeiset haastattelut tuntuivat menevän jo rutiininomaisesti. Ensimmäisen haastateltavan olin tavannut aikaisemmin ja mielestäni olikin hyvä ”harjoitella” ensin tutummalla haastateltavalla. Olimme perehtyneet hyvin yhteiskuntavastuuseen ennen haastatteluja, mikä varmasti paransi haastattelujen laatua ja sai meidät vaikuttamaan haastattelijoina vakuuttavimmilta.

Haastatteluaikoja sopiessa kysyimme ensimmäisiltä yrityksiltä mahdollisuudesta toteuttaa haastattelut osittain englanniksi, jotta vietnamilainen projektiryhmän jäsen voisi osallistua myös. Hän oli mukana ensimmäisessä haastattelussa, mutta kahden kielen käyttäminen osoittautui haastattelutilanteessa turhan työlääksi. Päädymme siir-

tyä kokonaan suomenkieleen, jottei kielimuuri haastattelijan ja haastateltavan välillä vaikuta haastattelun tulokseen.

Lomakkeen (liite 7) ohjeistus ja idea ymmärrettiin hyvin, mutta välillä hankaluuksia tuotti selkeiden numeroarvosanojen saaminen haastateltavilta. Arvosanat saatettiin antaa sinne päin arvoina, sanallisena numeron sijaan tai jättää kokonaan kertomatta. Toisaalta kehittämistyön ei ollut tarkoituskaan olla määrällinen tutkimus, eikä tarkoilla arvosanoilla ollut lopputuloksen kannalta suurta merkitystä.

### 4.3.2 Aineiston analysointi

Haastatteluilla kerätyn aineiston määrä riippuu haastattelujen laajuudesta, haastateltavien lukumäärästä ja valitusta haastattelumenetelmästä. Samojen tekijöiden perusteella valitaan tapa, jolla aineistoa käsitellään. Mitä avoimempi haastattelumenetelmä valitaan, sitä enemmän laadullisen aineiston käsittelymenetelmiä tarvitaan. (Ojasalo ym. 2009, 99.)

Avoimet haastattelut Ojasalo ym. (2009) suosittelevat nauhoittamaan ja litteroimaan. Litteroinnilla tarkoitetaan aineiston puhtaaksi kirjoittamista nauhoituksen perusteella. Litteroinnin tapa ja tarkkuus määräytyy sen mukaan, miten aineistoa aiotaan hyödyntää analysoinnissa. Litterointi tehdään sanatarkkaan käytetyllä puhekielellä kirjoittamalla, kun sanoilla ja sanavalinnoilla uskotaan olevan merkitystä tutkimuksen kannalta. Kun litteroijaa kiinnostavat vain haastattelussa esiin tulleet asiat, voi sen kirjoittaa kirja- tai yleiskielellä. Haastattelut sisältävät usein sekä strukturoituja että avoimia kysymyksiä, jolloin aineiston käsittelyssä täytyy käyttää niin määrällisiä kuin laadullisia menetelmiä. (Ojasalo ym. 2009, 99)

Haastattelun aineisto olisi Ojasalon ym. (2009) mukaan hyvä analysoida mahdollisimman pian haastattelun jälkeen, jolloin tieto on tuoreinta ja parhaiten haastattelijan muistissa. Analysointi aloitetaan litteroidun tai muuten käsitellyn aineiston lukemisella useaan kertaan. Sen jälkeen aineistoa pyritään luokittelemaan ja löytämään yhteyksiä käytettyyn teoriaan. Aineistosta pyritään löytämään säännönmukaisuuksia eli ilmiöitä tai asioita, jotka toistuvat useamman haastateltavan kohdalla. Säännönmukaisuuksista halutaan löytää kehittämistehtävän kannalta merkittävimmät ilmiöt. Lopuksi tul-

kitaan kokonaisuutta ja kytketään ilmiöt käytettyyn teoriaan tai hahmotellaan teoriaa uudelleen. (Ojasalo ym. 2009, 99–100.)

Kehittämistyön osana keräämämme aineisto koostuu seitsemästä (7) eteläsavolaisen eri alan pk-yrityksen haastattelusta. Haastattelut olivat puolistrukturoituja. Suurin osa kertyneestä aineistosta analysoitiin laadullisella käsittelyllä, mutta niiden yhteydessä täytetyn lomakkeen (liite 7) myötä kertyi myös vähän määrällistä aineistoa. Ensimmäiset haastattelut litteroin sanatarkasti. Pian haastattelujen jälkeen kehittämistehtävämme tavoitteen muuttuessa, haastattelujen tulosten merkitys väheni, minkä jälkeen tyydyimme kirjoittamaan haastatteluista asiaperusteiset muistiot. Yhden haastattelun muistion kirjoitti Aalto-yliopiston opiskelija ja minä kirjoitin loput. Emme kuitenkaan jättänyt haastatteluja analysoimatta. Analysoimme jokaisen haastattelun erikseen sitä mukaa, kun haastattelut toteutettiin. Kun aineistoa kertyi useammasta haastattelusta, aloimme etsiä toistuvia ilmiöitä eli yhteyksiä ja poikkeamia haastateltavien välillä. Lopuksi analysoimme aineistoa kokonaisuutena. Yhteyksiä ja poikkeamia etsimme laadullisen aineiston lisäksi lomakkeen (liite 7) arvosanoista. Määrällisen aineiston vähyyden vuoksi tässä ei tarvittu erityisiä ohjelmia, vaan selvisimme päässälaskutaidon ja laskimen avulla. Luvussa 5.1 kerron haastattelujen analysoinnin tuloksista ja merkityksestä kehittämistyön lopputulokselle.

## **5 SUUNNITELMASTA KILPAILUKSI**

Tässä luvussa kerron vaihe vaiheelta, kuinka kehittämistyömme tuloksien avulla kehitettiin yhteiskuntavastuukilpailu Etelä-Savon pk-yrityksille. Ensin esittelen yritys haastattelujen tulokset. Toisessa alaluvussa kerron tapaamisesta yritys vastuuverkosto FIBS:n edustajan kanssa, josta saadut ideat johtivat muutoksiin kilpailun suunnittelussa. Kolmannessa alaluvussa kerron, kuinka kehittämistyömme tuli linjata johonkin olemassa olevaan yhteiskuntavastuustandardiin tuodaksemme vakuuttavuutta kilpailulle ja motivoidakseen yrityksiä osallistumaan. Lopuksi neljännessä alaluvussa esittelen valmiin kilpailun ja siihen kehittämämme itsearviointilomakkeen ja käsikirjan.

### **5.1 Yritys haastattelujen tulokset**

Yritys haastattelujen alkuperäinen tavoite auttaa meitä kehittämään 5-10 arviointikriteeriä, jotka parhaiten sopisivat Etelä-Savon pk-yritysten yhteiskuntavastuun arvioimi-

seen. Haastattelut toteutettiin tämä tavoite mielessä pitäen. Luvussa 5.2 esittelen FIBS:n käyttämän kilpailumallin, jonka kaltaiseksi kilpailumme rakennetta lähdettiin muuttamaan. Tämän myötä projektiryhmän päätavoite ei ollut enää 5-10 sopivimman kriteerin kehittäminen, koska uudessa rakenteessa kriteerejä on enemmän ja kriteerit eivät toimi kilpailijoiden arviointiperusteena. Lisäksi kilpailun taustaryhmän toiveen mukaisesti meidän oli linjattava arviointikriteerimme johonkin jo olemassa olevaan yhteiskuntavastuustandardiin. Tästä kerron luvussa 5.3. Nämä heikensivät hieman haastattelujen tulosten merkitystä kehittämistyön lopputuloksen kannalta. Haastattelut eivät kuitenkaan olleet turhia. Saimme niistä hyödyllistä tietoa kilpailun suunnittelua varten ja haastattelujen perusteella muokkautuneita kriteereitä myös päätyi lopulliseen kilpailuun. Kerron haastattelujen tuloksista kokonaisuutena ja ylimalkaiseen tyyliin, etten paljasta arkaluontoista tietoa yrityksistä.

#### *Haastattelulomakkeen kategorioiden tärkeysjärjestys*

Haastattelujen yhteydessä pyysimme haastateltavia arvioimaan yhteiskuntavastuusi- oitaan arvosanoin lomakkeeseen (liite 7). Lomakkeessa oli yritysten yhteiskuntavas- tuun arviointikriteerejä, jotka oli luokiteltu luvussa 4.3.1 kerrottuihin viiteen kategori- aan. Haastattelujen loppupuolella pyysimme haastateltavia laittamaan kategoriat tär- keysjärjestykseen, selvittääksemme, mitä yhteiskuntavastuun osa-alueita kilpailussa kannattaisi mahdollisesti painottaa.

Yritysten keskuudessa ei löytynyt selkeästi tärkeintä kategori-aa. Tärkeysjärjestysten keskiarvoja tarkastellessa kategorioiden välille ei muutenkaan syntynyt suuria eroja. Tämä on aivan ymmärrettävää kaikkien kategorioiden ollessa yritystoiminnalle tärkei- tä. On mahdollista, että tärkeysjärjestyksen arvioimiseen vaikutti haastattelun kuluessa käydyt keskustelut. Uskon kuitenkin, että vastaukset olivat hyvin pitkälti haastatelta- vien omien mielipiteiden mukaisia ja pelkällä lomakekyselyllä, ilman haastattelua, vastaus olisi useimmiten ollut sama.

Kategorioista niukasti tärkeimmäksi arvioitiin Talous, johon kuului esimerkiksi kritee- rit voiton luomisesta ja verotuksen noudattamisesta. Yritysjohtajilla oli erilaisia ajatte- lutapoja taloudesta yhteiskuntavastuun arvioinnin osa-alueena. Osa haastateltavista asetti talouden tärkeysjärjestyksessä häntäpäähän, koska he pitivät esimerkiksi ihmis- ten ja luonnon hyvinvointia korkeammassa arvossa. Osa taas ajatteli talouden olevan

edellytys yritystoiminnalle, jota ilman yritys ei pysty tuottamaan hyvinvointia yhteiskunnalle. Toiseksi tärkeimmäksi keskiarvon perusteella osoittautui Henkilöstö. Siihen kuului kriteerit henkilöstön palkitsemisesta ja hyvinvoinnista. Valitsemassamme kategoriassa henkilöstö oli otettu erikseen tarkasteluun Sosiaalisesta aspektista, joka sijoittuikin tärkeysjärjestyksien keskiarvossa kolmanneksi henkilöstön perään. Sosiaalisen aspektiin kuului tasa-arvokriteerit ja paikallisyhteisön tukeminen. Vähiten tärkeimmiksi kategorioiksi samalla keskiarvolla arvioitiin Ympäristö ja Markkinointi & myynti. Kummankaan kategorian tärkeyttä ei haastattelutilanteessa vähätelty, mutta järjestystä kysyttäessä, jonkin oli jätävä viimeiseksi.

### *Haastattelulomakkeen arviointikriteerit*

Sosiaalisen aspektin kriteereissä yleinen sanoma oli, että ketään ei syrjitä. Sen määrittelee jo laki, jolloin arviointikriteereiksi syrjintäkysymykset eivät välttämättä ole sopivimpia. Huomionarvoiseksi kategoriasta nousi nuorten työllistäminen. Kaikki yritykset pitivät sitä tärkeänä ja useat panostivat siihen erityisesti. Sen yhteydessä nousi puheeksi työharjoittelut sekä oppilaitosten ja yritysten välinen yhteistyö.

Henkilöstö -kategorian kriteereistä potentiaalisimpana arviointikriteerinä pidettiin tehokasta kommunikaatiota. Monet yritykset arvioivat sen erittäin tärkeäksi, ja useat myönsivät siinä olevan vielä parantamisen varaa. Henkilöstöön liittyvistä kriteereistä monet osoittautuivat olevan Suomessa vahvasti lailla ja asetuksilla säädeltyjä, jolloin ne eivät sovi kovin hyvin arviointikriteereiksi. Haastateltujen yritysten näytteestä ei löytynyt henkilöstölle yhteisomistajuutta tarjoavia, ja yleisesti sitä pidettiin huonona arviointikriteerinä pk-yrityksille. Työntekijöiden koulutuksessa ja hyvinvoinnissa nähtiin olevan varaa tehdä enemmän kuin laki ja asetukset vaativat. Useassa yrityksessä nousi puheeksi työntekijöiden työergonomia ja uupumisen estäminen, joihin yrityksissä pyrittiin panostamaan.

Ympäristöön liittyvistä kriteereistä osaa säätelivät vahvasti lait ja asetukset. Lisäksi osalla yrityksistä oli käytössä auditoitu ympäristösertifikaatti, jolla sitoudutaan ympäristön hyvinvoinnista huolehtimiseen. Näin ympäristön kriteereistä ei meinannut yleisesti löytyä kovin hyviä ehdokkaita arviointikriteereiksi. Haastatteluista sopivimmiksi kilpailun arviointikriteereiksi nousi jätteiden vähentäminen ja tuotteen hävittäminen eli kierrättäminen. Myös paketointi nähtiin asiana, johon pystyy panostamaan, ja jota

laki ja asetukset eivät ole täysin säädelyt. Puheeksi nousi ympäristövastuuseen liittyviin asioihin panostamisen näkyvän myös taloudellisena hyötynä, esimerkiksi kriteerinä olleen energiatehokkuuden muodossa.

Talouden kriteerit olivat haastatelluille pääosin itsestäänselvyksiä. Voiton luomista pidettiin edellytyksenä yritystoiminnalle, ja sitä myötä yritystoiminnan yhteiskuntavastuulle. Monessa haastattelussa lisättiin uudeksi kriteeriksi kasvu.

Markkinointi & myynti -kategorian kriteerit eivät herättäneet kovin vahvoja mielipiteitä haastateltavilta. Eettistä mainostamista pidettiin yleisesti melko itsestäänselvytenä. Vastuullinen raportointi herätti vähän keskustelua. Sitä monet pitivät tärkeänä, mutta harvassa yrityksessä se oli vielä halutulla tasolla. Puheeksi nousi, ettei raportointia pidä sekoittaa mainospuheisiin.

#### *Muuta kehittämistyölle hyödyllistä haastattelujen tuloksista*

Yrityshaastattelut antoivat positiivisen kuvan yritysjohtajien asenteista yhteiskuntavastuun suhteen. Yhteiskuntavastuu ei ollut uusi käsite kenellekään haastateltavista, mutta tietotaito ja asenteet yhteiskuntavastuun suhteen vaihtelivat yrityksissä. Haastateltavat ymmärsivät, että yrityksiltä vaaditaan jatkuvasti yhä enemmän vastuullisuutta, ja sitä pidettiin yleisesti hyvänä asiana kestävän kehityksen takia. Haastatteluissa nousi esiin monia esimerkkejä tilanteista, joissa vastuulliset toimet tai käytännöt näkyivät pitkällä tähtäimellä positiivisesti yrityksen tuloksessa tuoton paranemisen tai kulujen vähenemisen myötä.

Useassa haastattelussa nousi esiin alihankkijoiden rooli yrityksen yhteiskuntavastuussa, mikä puuttui täysin haastattelulomakkeestamme (liite 7). Kun jokainen yritys vaatisi koko toimitusketjultaan samanlaista toimintaa, mitä itse harjoittaa, leviäisivät hyvät käytännöt nopeasti myös pienempiin yrityksiin. Monet ehdottivat alihankkijoihin liittyvää arviointikriteeriä lomakkeen kriteerien jatkoksi tai kokonaisen kategorian aiheeksi.

Yleinen ohje, jonka saimme useammassa haastattelussa, oli keskittyä enemmän arviointikriteereihin, joita laki ei säätele. Toinen vaihtoehto oli muotoilla kriteeri niin, että

kysymme, mitä yritys tekee asian suhteen enemmän tai paremmin kuin laki vaatii. Osassa haastatteluissa rinnastettiin käytössä olleet standardit tähän.

Kilpailun toteutuksen suhteen haastateltavien neuvot vaihtelivat. Osa oli sitä mieltä, että kilpailu kannattaisi ehdottomasti toteuttaa kokonaan digitaalisesti ja verkon välityksellä. Osan mielestä haastattelujemme kaltainen yhdistelmä olisi juuri sopiva yritysten yhteiskuntavastuun arvioimiseen. Haastateltavat eivät osanneet suoraan sanoa, mikä saisi heidät osallistumaan kilpailuun.

Jo kolmen haastattelun jälkeen, aikataulun tullessa nopeasti vastaan, loimme ensimmäisen version arviointikriteereistä (liite 8). Versio esiteltiin toimeksiantajalle ja kilpailun taustaryhmälle 28.10. välitapaamisessa (liite 3). Jäljellä olevien haastattelujen tarkoituksena oli kerätä lisää aineistoa kehittääksemme arviointikriteerejä eteenpäin. Kaikkien haastattelujen tuloksena teimme toisen version arviointikriteereistä (liite 9). Toisessa version teimme jo kilpailumaisempaan muotoon, ja huomioimme myös haastateltavien kommentit ohjeistuksen ja arviointikriteerien ymmärrettävyydestä.

## **5.2 FIBS:n esittämä kilpailumalli**

6.11.2014 kävimme Helsingissä tapaamassa (liite 4) yritysvastuuverkosto FIBS:n edustajaa Ulla Roihaa. Hänellä oli työnsä puolesta kokemuksia yritysten yhteiskuntavastuukilpailuista. Esittelimme Roihalle toisen version arviointikriteereistämme (liite 9). Häneltä saimme todella hyödyllisiä neuvoja arviointikriteerien kehittämisen lisäksi myös kilpailun muille osa-alueille.

Roiha esitti kilpailullemme erilaista rakennetta, jossa ei etsittäisi kokonaisvaltaisesti vastuullisinta yritystä, vaan palkittaisiin yritys jonkin yhteiskuntavastuutoimen tai -innovaation perusteella. Kehittämistyömme perusteella luodut arviointikriteerit sopivat kilpailuun yritysten yhteiskuntavastuun alkutason määrittelyssä. Roihan ehdotus kilpailun rakenteelle oli vuodenmittainen kolmiosainen kilpailu:

- Vuoden alussa yritys arvioi alkutasonsa ja tavoitetasonsa (yhteiskuntavastuun arviointikriteereillä).
- Seuraavaksi yritys valitsee kriteereistä itsellensä oleellimmän ja tekee aiheesta kehittämishankkeen.
- Vuoden lopuksi katsottaisiin, mitä kehittämishankkeella on saatu aikaiseksi.

Kilpailijoiden arvioinnissa katsottaisiin yritysten kehittämisprosessia kilpailuaikana. Arviointiin vaikuttaisi myös vastuullisuuden tuomat positiiviset talousvaikutukset ja yhteiskunnallinen hyöty. Lopullinen voittaja valittaisiin yrityksen kehittymisen perusteella.

Kilpailumallin lisäksi Roihelta saimme neuvoja arviointikriteerien tueksi tehtävään käsikirjaan. Hän kertoi myös mielipiteensä muun muassa kilpailun raadista ja sopivasta palkinnosta. Esittelimme 14.11.2014 tapaamisessa (liite 5) Roihan ehdotuksia, ja toimeksiantaja ja kilpailun taustaryhmä pitivät niitä hyvinä vaihtoehtoina.

### **5.3 Linjaaminen ISO 26000 -standardiin**

Kehitettyämme pitkään arviointikriteerejä, tuli kilpailun taustaryhmästä vielä vaatimus toteuttaa kriteerit linjassa jonkin jo olemassa olevan yhteiskuntavastuustandardin kanssa. Tämän tarkoituksena oli lisätä kilpailun vakuuttavuutta. Lisäksi sen tarkoitus oli motivoida yrityksiä osallistumaan kilpailuun. Kilpailu tarjoaisi yrityksille tutustumiskeinon standardiin, ja ehkä madaltaisi yrityksen kynnystä ottaa standardi myöhemmin käyttöön. Arviointikriteerien linjaaminen yhteiskuntavastuustandardiin tukisi siis kilpailun alkuperäistä tavoitetta lisätä yhteiskuntavastuun tunnettavuutta pk-yrityksissä ja saada yhteiskuntavastuun käytäntöjä pk-yritysten varsinaiseen käyttöön.

Aloimme nopeasti rajata yhteiskuntavastuustandardeista ja -aloitteista meidän tarkoitukseen sopivimpia. FIBS:n edustaja kertoi tapaamisessamme (liite 4) GRI:n (Global Reporting Initiative) ja ISO 26000 -standardin olevan tutkimisen arvoisia lähteitä arviointikriteerien perustaksi. Molemmat olivat meille jo projektin alkuvaiheilta tuttuja. Päätimme perehtyä niiden sisältöön tarkemmin selvittääksemme kumpi on valmiiksi lähempänä samaa linjaa arviointikriteeriemme kanssa. Yksi Aalto-yliopiston opiskelijoista perehtyi GRI:n sisältöön ja minä perehdyin ISO 26000:n. Halusimme valita valmiiksi lähellä meidän kehittämiä arviointikriteerejä olevan linjan, jotta lopputuloksessa näkyisi mahdollisimman vahvasti kehittämistyömme tulos ja jotta lisätyötä syntyisi mahdollisimman vähän.

Päädymme siis valitsemaan yhteiskuntavastuustandardin ISO 26000 arviointikriteeriemme perustaksi. Suurin osa kriteereistämme oli valmiiksi linjassa standardin kanssa. Loppuja meidän täytyi muokata enemmän standardin suuntaiseksi. Yksikään kehit-



tämistämme kriteereistämme ei ollut ristiriidassa standardin kanssa, joten kehittämistyön tuloksesta poikkeavia muutoksia meidän ei tarvinnut tehdä.

## **5.4 Kilpailu**

14.11.2014 tapaamisessa (liite 5) kilpailun suunnittelu alkoi jo muuttua kilpailun toteuttamiseksi. Toimeksiantaja selvitti projektiryhmällemme kilpailun valmistumisen aikataulua. Etelä-Savon kauppakamarin 60-vuotisjuhlassa 4.12.2014 kilpailu tuotaisiin julki ja kilpailun projektiryhmää huomioitaisiin. Varsinainen kilpailun lanseeraus tapahtuisi 17. tammikuuta 2015 maakunnallisessa Yrittäjägaalassa.

Yrityshaastattelujen tuloksena muokatut arviointikriteerit oli linjattu ISO 26000 -yhteiskuntavastuustandardin kanssa. Kilpailun rakenteeksi oli valittu FIBS:n esittämä malli. Loput marraskuusta oli omistettu arviointikriteerien viimeisille muotoiluille ja kriteerien tueksi tehtävän käsikirjan kirjoittamiselle.

### **5.4.1 Kilpailun rakenne**

Tapaamisessa 14.11.2014 (liite 5) kilpailun rakenteeksi hyväksyttiin luvussa 5.2 esitelty FIBS:n ehdottama malli vuodenmittaisesta kolmivaiheisesta kilpailusta. Rakennetta sovellettiin vielä toimeksiantajan ja kilpailun taustaryhmän toiveiden ja aikataulu ehdotusten mukaiseksi. Vuonna 2015 lanseerattavan kilpailun kulku oli selvillä.

#### *Ensimmäinen vaihe – Itsearviointi*

Vuoden alussa yritykset arvioivat yhteiskuntavastuuasioidensa nykytilaa luvussa 5.4.2 esiteltävällä itsearviointilomakkeella. Itsearviointi suoritetaan digitaalisella lomakekyselyllä, joka yhdistettiin Etelä-Savon kauppakamarin verkkosivujen yhteiskuntavastuukilpailu -osioon. Itsearviointi tehdään kilpailuun ilmoittautumisen yhteydessä.

Ensimmäisen vaiheen tarkoitus on perehdyttää kilpailuun osallistuva yritys yhteiskuntavastuun pariin, ja antaa yritykselle kuva sen yhteiskuntavastuun nykytilasta. Itsearvioinnin tuloksista myös kilpailun raati saa kuvan yrityksen yhteiskuntavastuun alku-tilasta myöhemmän arvioinnin tueksi. Ensimmäinen vaihe pyrkii tarjoamaan yrityksille ideoita toista vaihetta varten.

### *Toinen vaihe – Kehitysprojekti*

Kilpailun toisen vaiheen yritys voi aloittaa heti ensimmäisen vaiheen jälkeen. Toisessa vaiheessa kilpailuun osallistunut yritys valitsee yhden yhteiskuntavastuun osa-alueista, ja toteuttaa siitä kehitysprojektin. FIBS:n suosituksen mukaan yksinkertaistimme yhteiskuntavastuun osa-aluejakoa antaaksemme yrityksille enemmän varaa luovuudelle toiseen vaiheeseen. Osa-alueiksi muodostui yleinen *triple bottom line*:

- Taloudellinen vastuu.
- Sosiaalinen vastuu.
- Ympäristövastuu.

Kilpailevat yritykset saavat vapaat kädet kehitysprojektiin, kunhan sen perustana toimii yksi mainituista osa-alueista, ja sillä pyritään parantamaan yrityksen vastuullisuutta. Kyseessä voi olla kertaluontoinen kehitysprojekti tai pidemmän tähtäimen strategia tai hanke. Toisen vaiheen aikana kilpailun järjestäjät tarjoavat yrityksille neuvoja ja apua kehitysprojektia varten. Vuoden loppupuolella kehitysprojektista tehdään esitys kilpailun raadille. Siinä kehitysprojektista esitellään

- kehitysprojektin idea
- tilanne ennen projektin aloittamista
- sidosryhmät, joihin projekti vaikuttaa
- tarvittavat resurssit ja investoinnit
- vaikutukset toimintaan
- hankkeen jatko kilpailun jälkeen.

Kehitysprojektien ja niiden esitysten perusteella kilpailun raati valitsee loppukilpailuun pääsevät yritykset.

### *Kolmas vaihe – Loppukilpailu*

Toimeksiantaja ja kilpailun taustaryhmä halusivat jättää loppukilpailun muodon kilpailun raadin kehitettäväksi. Projektiryhmämme sai kuitenkin tarjota ideoita siihen. Esimerkkejä vaihtoehtoista olivat raadin vierailu kolmen parhaan kehitysprojektin esittäneen yrityksen luona tai esittelytilaisuus, johon kutsuttaisiin kolme parasta kehitysprojektia esittänyttä yritystä. Raadin valitsema kilpailun voittaja julkistetaan seuraavan vuoden alussa maakunnallisessa Yrittäjägaalassa, jolloin on myös tarkoitus

lanseerata seuraavan vuoden kilpailu. Luvussa 6.2 kerron lisää kilpailun tulevaisuudesta.

#### **5.4.2 Itsearviointilomake**

Yritysten yhteiskuntavastuun itsearviointiin käytettäviä kriteerejä tuli lopulta viisitoista (15). Jaoin kriteerit neljään osa-alueeseen lisäämällä *triple bottom line* -jakoon neljänneksi osa-alueeksi raportoinnin ja viestinnän. Kriteerit asetettiin lomakekyselyn (liite 10) muotoon, ja niitä käytetään kilpailun ensimmäisessä vaiheessa yritysten itsearviointiin.

Itsearviointikriteereissä (liite 10) näkyy kehittämistyömme tulos. Lomakkeeseen päätyneet kriteerit alkoivat muodostua jo yrityshaastattelujen perusteella. Kriteerejä muokattiin kehittämistyön aikana jatkuvasti toimeksiantajan, kilpailun taustaryhmän ja asiantuntijoiden kommenttien sekä luvussa 5.3 kerrotun standardin perusteella. Vielä 24.11.2014 tapaamisen (liite 6) jälkeen kriteereistä vaihdettiin sähköposteja kilpailun taustaryhmän kanssa useaan otteeseen ja lopulta kriteerit hyväksyttiin asiantuntijoilla sekä toimeksiantajalla ja kilpailun taustaryhmällä. Kilpailussa käytettävät itsearviointikriteerit olivat valmiit.

Kyselyssä pyydetään yritystä arvioimaan jokaisen kriteerin kohdalla yrityksen nykyinen taso sekä tavoittelema taso. Arviointi tehdään numeroin yhdestä viiteen (1–5), jossa numero yksi (1) kuvastaa vaatimatonta tasoa ja numero viisi (5) kuvastaa erinomaista tasoa. Numeroarvioinnin lisäksi yritystä pyydetään antamaan sanallisesti lyhyet perustelut valituille numeroille. Pyrimme tekemään ohjeistuksesta tarpeeksi selkeän, jotta osallistuvat yritykset pystyvät varmasti itse täyttämään lomakkeen ilman epäselvyyksiä. Kirjoitimme itsearviointikriteerien tueksi selitykset jokaisesta kriteeristä kilpailun käsikirjaan, jonka esittelen seuraavaksi

#### **5.4.3 Käsikirja**

Projektiryhmämme tehtävänä oli luoda kilpailulle myös käsikirja. Käsikirjan tarkoituksena oli tutustuttaa kilpailun osallistujat tai kilpailusta kiinnostuneet yhteiskuntavastuun pariin, selostaa heille kilpailun kulku ja aikataulu, sekä esitellä kilpailun raa-

din jäsenet. Lisäksi tärkeä osa käsikirjaa oli avata itsearviointilomakkeen kriteerejä, jotta kilpailuun osallistuvat ymmärtävät varmasti, mitä he ovat arvioimassa.

Käsikirjan osioista projektiryhmämme vastuulla oli yhteiskuntavastuun avaaminen käsitteenä, kilpailun vaiheiden ja aikataulun selittäminen, sekä ohjeistuksen teko itsearvioinnin kriteereille. Jaoin osioita ryhmän sisäisesti, mutta muokkasimme ja viimeistelimme tekstit yhdessä. Minun osuuteni keskittyi enimmäkseen itsearviointikriteerien ohjeistukseen. Käsikirjan alkusanat kirjoittivat toimeksiantajani Etelä-Savon kauppakamarin toimitusjohtaja Markku Kakriainen ja kilpailun taustaryhmään kuulunut Itä-Suomen aluehallintoviraston ylijohdaja Elli Aaltonen. Kilpailun raadista kukin jäsen kirjoitti oman esittelynsä. Käsikirjan kokosi projektiryhmämme yhdessä Etelä-Savon kauppakamarin työntekijän kanssa.

Sisällytin ennen kilpailun alkua kasaamamme käsikirjan ohjeistuksen itsearviointikriteereihin liitteisiin (liite 11), koska kyseinen osa oli minun kehittämistyöni osalta tärkein osa käsikirjaa. Kilpailun lanseeraamisen jälkeen Etelä-Savon kauppakamari on päivittänyt käsikirjaa kilpailuraadissa tapahtuneiden muutosten myötä. Päivitetty versio käsikirjasta laitettiin ladattavaksi PDF-tiedostona Etelä-Savon kauppakamarin verkkosivujen yhteiskuntavastuukilpailu -osioon.

## **6 JOHTOPÄÄTÖKSET**

Opinnäytetyöni oli kehittämistehtävä, jonka tarkoitus oli suunnitella ja kehittää yhteiskuntavastuukilpailua pk-yrityksille Etelä-Savossa. Kilpailun toteuttamisen tavoitteena oli lisätä yritysten yhteiskuntavastuun tunnettavuutta ja saada yrityksiä ottamaan vastuullisia käytäntöjä toimintaansa. Tässä luvussa kerron johtopäätökseni kehittämistyön tuloksia hyödyntäneen kilpailun toteutuksesta. Pohdin kilpailun tulevaisuutta ja kerron kehittämis ehdotukseni. Lisäksi arvioin työn aikaista kehittämisprosessia ja kerron työn aikana kohdatuista haasteista. Luvun lopuksi arvioin vielä kehittämistyön luotettavuutta.

### **6.1 Johtopäätökset kilpailun suunnittelusta ja toteutuksesta**

Yrityshaastattelujen perusteella pk-yrityksissäkin mietitään yhteiskuntavastuuta. Pk-yrityksienkin on tärkeää osata kertoa vahvuuksistaan nykyaikaisilla käsitteillä, samoin

kuin niiden on tärkeää osallistua ja sitoutua kestäväan kehitykseen (Juholin 2004, 99). Yhteiskuntavastuukilpailun järjestäminen ja suuntaaminen juuri pk-yrityksille on keino perehdyttää niitä lisää yhteiskuntavastuuseen. Käsitteen tunnettavuuden kasvamisen myötä voivat käytännön toimet pk-yrityksissä muuttua vielä vastuullisempaan suuntaan, jolloin kilpailu onnistuisi tavoitteessaan.

Suomen lait ja asetukset osoittautuivat säätelevän jo vahvasti monia yritysten yhteiskuntavastuuseen liitettäviä asioita. Juholinin (2004) mukaan yhteiskuntavastuun ideana onkin, että yritykset tekevät vapaaehtoisesti sellaista, mitä niiltä ei virallisesti vaadita, mutta jonka avulla ne pystyvät vahvistamaan oman toimintansa jatkuvuutta. Sama ajatus nousi esiin yrityshaastatteluissa ja asiantuntijoiden kommentoissa. Hondym. (2007) lisäävät, että asetusten mukaan toimimista ja omien käytäntöjen soveltamista ei pidä asettaa vastakohtiksi, vaan niiden välistä eroa pitää pyrkiä pienentämään. Arviointikriteerejä luodessa pyrimmekin keskittymään enemmän kriteereihin, jotka ovat vähemmän säädeltyjä.

Yrityshaastatteluissa nousi vahvasti esiin alihankkijoiden ja toimitusketjun tärkeä rooli yhteiskuntavastuussa. Haastatteluissa todettiin, että kun jokainen yritys vaatisi yhteistyökumppaneiltaan samoja toimia kuin itse harjoittaa, leviäisivät oikeat vastuulliset toimet nopeasti kaikkiin yrityksiin. Talvio & Välimaa (2004) ovat samaa mieltä ja toteavat yrityksen toimitusketjussa tapahtuvan vastuuttoman toiminnan heijastuvan nopeasti myös yritykseen, minkä takia toimitusketjun hyvä tuntemus ja laadukas hallinta vähentävät riskejä sekä tehostavat toimintaa ja vähentävät kuluja. Arviointikriteeri alihankkijoiden vastuullisuuden varmistamisesta päätyikin kilpailun itsearviointiin.

Vaikka haastatellut yritykset olivat Etelä-Savosta, jäi varsinainen eteläsavolainen näkökulma puuttumaan haastattelujen tuloksista. Haastatteluissa ei siis noussut esiin mitään erityistä yhteiskuntavastuun tai yritystoiminnan osalta, mikä olisi koskettanut juuri Etelä-Savon yrityksiä. Voi olla, että haastatteluissa ei tarkennettu tarpeeksi Etelä-Savon asioihin. On myös mahdollista, että Suomessa ei ole merkittävää eroa yhteiskuntavastuussa tai yritystoiminnassa maakunnallisella tasolla tarkasteltuna.

Osana kehittämistyötä luotujen arviointikriteerien merkitys kilpailussa laski työn aikana. Aluksi kilpailun varsinaisiksi arviointiperusteiksi suunnitellut kriteerit vaihtuivat osaksi kilpailun ensimmäisen vaiheen itsearviointikriteereiksi. Mielestäni siirtyminen

kolmivaiheiseen kilpailuun oli kuitenkin hyvä idea. Tuomisen (2011) ja mukaan jokaisen yrityksen kohdalla tulisi arvioida, mitä yhteiskuntavastuullinen toiminta tarkoittaa juuri sen yrityksen kannalta. Lisäksi jokaisen yrityksen tulisi kehittää oma yhteiskuntavastuustrategia oman ydinosaamisen perusteella (Wall 2008, 28) Kilpailun itsearviointi ja sen jälkeen keskittyminen omavalitsemaan yhteiskuntavastuuseen liittyvään kehitysprojektiin ovat tämän ajattelun mukaisia.

## **6.2 Kehittämisehdotukset ja kilpailun tulevaisuus**

Toimeksiantaja toi jo ensimmäisillä tapaamiskerroilla esille tavoitteita kilpailun tulevaisuuden suhteen. Kilpailusta oli tarkoitus tehdä vuosittainen, kehittäen joka vuosi kilpailua eteenpäin. Lisäksi toimeksiantaja toivoi kilpailun toimivan Etelä-Savossa pilottina ja leviävän seuraavina vuosina kansalliselle tasolle.

Mielestäni kilpailulla on paikkansa tulevaisuudessakin. Kilpailu tuo positiivista julkisuutta siihen osallistuville ja siinä menestyville yrityksille. Uskon yritysten yhteiskuntavastuun toimivan tulevaisuudessa yhä suurempana kuluttajien ostokäyttäytymiseen vaikuttavana tekijänä. Vastuullisen yrityksen maine on hyödyksi yritykselle yhteistyökumppanisuhteiden kannalta. Yrityksillä pitäisi siis riittää syitä osallistua kilpailuun.

Kilpailusta saa mielestäni hyvinkin tehtyä vuosittaisen. Kilpailun rakennetta voi muuttaa ensimmäisen vuoden tuoman kokemuksen ja palautteen perusteella, mutta sama rakenne toimii minusta hyvin useampanakin vuonna peräkkäin. Itsearviointikriteeritkin voisi pysyä samana, jolloin useampana vuonna osallistuneet yritykset voisivat vertailla kehitystään eri kriteerien osalta. Kun sama yritys osallistuu kilpailuun uudelleen, voisi se valita toisen osa-alueen kehitysprojektin perustaksi.

Muihin maakuntiin tai koko Suomen kattavaksi levitäkseen, pitäisi kilpailun ensimmäisen vuoden onnistua hyvin. Kilpailun tuloksista ja aikaansaannoksista tulisi saada selkeitä esityksiä, jotka voitaisiin näyttää esimerkiksi muille kauppakamareille. Kilpailun malli ja itsearviointikriteerit eivät ole erityisen sovellettuja juuri Etelä-Savon yrityksille, joten sama rakenne voisi toimia muissakin maakunnissa.

### 6.3 Kehittämisprosessin arviointi

Kehittämistyö osoittautui laajaksi ja vaativa prosessiksi. Työ eteni toimeksiantajan ja kilpailun taustaryhmän kanssa sovittujen välitapaamisten mukaisessa aikataulussa. Toimeksiantoa seurannut ensimmäinen kuukausi oli melko kiireetöntä työskentelyä, mutta loppua kohti työn määrä ja kiire kasvoivat jatkuvasti. Kehittämistehtävän tavoitteisiin tehdyt muutokset kesken prosessin lisäsivät vielä työtaakkaa ja kiirettä. Jos kilpailun suunnittelua muuttanut tapaaminen FIBS:n edustajan (liite 4) kanssa olisi ollut aikaisemmin, olisi prosessin alussa olleen ajan voinut käyttää hyödyllisemmin.

Kilpailun laaja taustaryhmä toi työhön oman haasteensa. Sähköpostilla yhteydenpito taustaryhmään johti siihen, että saimme taustaryhmän jäseniltä toisista eriäviä ja neuvoja, mikä taas johti epäselvyyksiin projektiryhmässämme. Sähköpostilla ei aina saatu lainkaan vastausta kaikilta taustaryhmän jäseniltä. Projektiryhmämme helpotukseksi toimeksiantajamme oli aktiivinen yhteydenpidossa, ja tapaamisissa saimme viimeistään selvitettyä epäselvyydet. Kilpailun vaikuttava taustaryhmä osoitti työn vakavuuden, mikä toisaalta teki työstä mielenkiintoisemman, ja toisaalta lisäsi stressiä ainakin minussa.

Aalto-yliopiston opiskelijaryhmän kanssa työskentely sujui hyvin. Asuin lähellä Aalto-yliopistoa, joten työskentelimme pääsääntöisesti siellä. Ryhmä koostui hyvin motivoituneista opiskelijoista. Heillä oli tosin useampi vaativa kurssi samaan aikaan käynnissä, joten heidän keskittyminen ei ollut pelkästään tässä projektissa. Projektiryhmän kesken puhuimme ja viestittelimme pääsääntöisesti englanniksi, koska yksi opiskelijoista ei puhunut suomea. Toimeksiantajan ja kilpailun taustaryhmän kanssa puhuimme taas pääsääntöisesti suomea, ettei kielenymmärrys aiheuttaisi epäselvyyksiä. Myös kilpailun materiaalit tuotimme suomenkielellä. Nämä aiheuttivat hieman ryhmäsisäisiä käännöstöitä, sillä emme halunneet jättää ketään projektiryhmästä ulkopuolelle. Aalto-yliopiston opiskelijaryhmästä oli suuri apu minulle. Tämä olisi ollut todella laaja työ toteuttaa yksin.

Kehittämistyön aikana kohdatut haasteet tekivät prosessista hyvin opettavaisen. Paineen alla työskentelyä oli paljon. Monet haasteista tulevat varmasti jatkuvasti vastaan työelämässä. Mielestäni suoriuduin työstä kuitenkin melko hyvin. Minä ja kaksi Aalto-yliopiston opiskelijoista jatkoimme toimeksiantajan pyynnöstä kilpailun parissa

työskentelyä vielä viimeistelläksemme kilpailun ja valmistaaksemme markkinointimateriaalia kilpailua varten. Kilpailun suunnittelun ja valmistelun aiheuttaman työmäärän myötä opinnäytetyöni kirjoittaminen jäi sivuosaan, minkä takia kirjoittamisprosessi suoritettiin suurimmilta osin vasta kilpailun lanseeraamisen jälkeen.

#### **6.4 Kehittämistyön luotettavuus ja eettisyys**

Pyrin toimimaan täysin rehellisesti ja mahdollisimman huolellisesti. Arvioin jo kehittämistyön aikana sen luotettavuutta ja eettisyyttä. Arvioin erikseen samoja asioita lopputuloksen kannalta.

##### *Luotettavuus*

Laadullisen tutkimusten luotettavuutta määrittelevät neljä luotettavuuden kriteeriä:

- Uskottavuus.
- Siirrettävyys.
- Varmuus.
- Vahvistuvuus. (Eskola & Suoranta 2005, 211–212)

Uskottavuudella tarkoitetaan tutkijan ja tutkittavan käsitteellisyyksien ja tulkintojen kohtaamista. Siirrettävyys tarkoittaa, että tutkimuksen tulokset voidaan yhdistää toiseen asiayhteyteen. Varmuus lisää luotettavuutta poistamalla tutkijan ennakkoletukset. Vahvistuvuus tarkoittaa muista samaan ilmiöön kohdistuneista tutkimuksista saatavaa tukea omille tulkinnoille. (Eskola & Suoranta 2005, 211–212.) Kehittämistyön alussa aiheeseen perehtymisen yhteydessä opitut käsitteet ja teoriat ilmenivät kehittämistyön eri vaiheissa useassa yhteydessä. Kehittämistyössä mielipiteillääni oli vaikutusta, mutta ennakkoletukset eivät vaikuttaneet työn lopputulokseen.

Tarkan toteuttamisen selostamisella parannetaan laadullisen tutkimuksen luotettavuutta. Kun kyseessä on haastattelututkimus, tulisi ilmoittaa kaikki aineistonkeruolosuhteet eli haastattelujen paikka, haastatteluun käytetty aika, mahdolliset häiriötekijät ja haastattelijan oma arvio tilanteesta. (Hirsjärvi ym. 1997, 217.) Kerroin haastattelutilanteista tarpeelliset tiedot luotettavuuden osoittamiseksi.



Haastattelujen näyte oli pieni, mutta haastatteluista kertyi haastattelujen tuloksien käyttötarkoitukseen nähden tarpeeksi laajaa ja monipuolista aineistoa. Haastateltavat yritykset olivat toimeksiantajan valitsemia. En voi olla varma olisiko yhteiskuntavastuusta piittaamaton yritys suostunut haastateltavaksi, kun tarkoituksena oli haastatella juuri yhteiskuntavastuuasioista. Tämä oli huomioitava haastatteluista kertynyttä aineistoa analysoitaessa. Haastattelujen yhteydessä täytetyistä lomakkeista (liite 7) saatu kvantitatiivinen aineisto oli liian pieni, jotta pelkästään sen perusteella olisi voinut tehdä johtopäätöksiä. Lisäksi osa vastauksista oli puutteellisia tai epäselviä. Lomakkeiden päätarkoitus olikin vain tukea kvalitatiivisen aineistonkeruuta ja toimia esimerkkinä kilpailutilanteesta.

### *Eettisyys*

Eettiset säännöt määrittelevät kehittämistöitä. Työn aluksi on hyvä selvittää toimeksiantajan mahdolliset eettiset säännöt tai käytännöt. Kehittämishankkeen mahdolliset oikeudelliset säädökset voivat sisältää esimerkiksi sopimukset tekijänoikeuksista ja työn tuloksen omistusoikeuksista. (Ojasalo ym. 2009, 49.) Opinnäytetyöstäni sopiessa toimeksiantajan kanssa allekirjoitin salassapitosopimuksen, jota noudatin.

Kehittämistyö vaatii rehellisyyttä, tarkkuutta ja huolellisuutta. Kehittämistyön tiedonhankinnassa ja tuloksien analysoinnissa on myös huomioitava eettisyys kertomalla tutkittavalle, miten ja miksi aineistoa käsitellään. Tuloksia ei saa vääristellä, eikä toisen tuloksia saa esittää omina. (Ojasalo ym. 2009, 49–50) Kehittämistyössä en kohdannut eettisiä ongelmia. Tein aina selväksi, mikä oli minun tekemää ja mikä jonkun muun materiaalia. Aineistonkeruussa ja -analysoinnissa toimittiin eettisten sääntöjen mukaisesti, eikä aineistoa vääristelty.

## **7 LOPUKSI**

Kiinnostukseni yrittäjyyttä kohtaan sai minut ottamaan yhteyttä Etelä-Savon kauppakamariin opinnäytetyöaihetta etsiessäni. Minulle tarjottiin aihetta, joka kuulosti jo sen nimen perusteella laajalta ja vakavalta työltä. Sellaiseksi se osoittautuikin, mutta onnekseni työtaakkaa oli jakamassa Aalto-yliopiston projektiryhmä. Työ oli mielenkiintoinen ja opettavainen kokemus. Olen tyytyväinen kehittämistyöni tuloksiin. Niitä hyödynnettiin ja kilpailu toteutettiin.

Yhteiskuntavastuu ei ollut minulle täysin uusi käsite ennen työn alkua. Työn aikana opin siitä kuitenkin valtavasti lisää. Uskon, että yritysten yhteiskuntavastuu ei ole pelkkä muoti-ilmiö, vaan sen rooli tulee kasvamaan tulevaisuuden yritysmaailmassa vielä suuremmaksi. Pk-yritysten johtohenkilöiden haastattelemisesta ja työn yhteiskuntavastuun opeista luulen hyötyväni tulevaisuudessa.

Työn myötä tapasin paljon vaikuttavia henkilöitä, sain hyviä kontakteja ja uusia ystäviä. Pääsin myös samoihin juhliin menestyvien yritysjohtajien, ministerien ja julkisuuden henkilöiden kanssa. Mukavan työstä teki kuitenkin se, että työn tarkoitus oli loppujen lopuksi tuottaa hyvinvointia yhteiskuntaan. Työ olikin lähellä olla minun vuoden vastuullinen tekoni, kunnes päätökseni vaihtaa kaupan muovipussien käyttö omaan kangaskassiin vei tittelin.

## LÄHTEET

- Dincer, Banu & Dincer, Caner 2013. Corporate social responsibility decisions: a dilemma for SME executives?. *Social Responsibility Journal*, Vol. 9 Iss 2, 177-187. Verkkolehti. <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/SRJ-07-2011-0028>. Ei päivitystietoa. Luettu 25.3.2015.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Etelä-Savon kauppakamarin esite. 2014. Etelä-Savon kauppakamari. Verkkolehti. [http://issuu.com/saaraliu/docs/eskk\\_esite2014final/9?e=3706786/7264778](http://issuu.com/saaraliu/docs/eskk_esite2014final/9?e=3706786/7264778). Päivitetty 2014. Luettu 23.1.2015.
- Global Compact in Finnish – Suomeksi – Kymmenen periaatetta (The Ten Principles). 2010. Global Compact Network Nordic Countries. Verkkojulkaisu. <http://www.gcnordic.net/index.php?r=cPage/show&cTopicId=51>. Päivitetty 19.1.2010. Luettu 31.1.2015.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 1993. *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hond, Frank Den, de Bakker, Frank G. A. & Neergaard, Peter 2007. *Managing Corporate Social Responsibility in Action – Talking, Doing and Measuring*. Lontoo: Ashgate Publishing.
- Jensen, Inger & Rendtorff, Jacob Dahl 2013. *Corporate Social Responsibility – Balanced Company – Organizing for the 21st Century*. Lontoo: Ashgate Publishing
- Juholin, Elisa 2004. *Cosmopolis - Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen*. Keuruu: Infor.
- Ketola, Tarja 2005. *Vastuullinen liiketoiminta*. Helsinki: Edita.
- Knopf, Jutta & Mayer-Scholl, Barbara 2013. *Tips and Tricks for Advisors – Corporate Social Responsibility for Small and Medium-Sized Enterprises*. PDF-dokumentti. [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr-sme/tips-tricks-csr-sme-advisors\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr-sme/tips-tricks-csr-sme-advisors_en.pdf). Ei päivitystietoa. Luettu 13.4.2015.
- Leipziger, Deborah 2003. *The Corporate Responsibility Code Book*. Sheffield: Green Leaf Publishing.
- Niskala, Mikael, Paljunen, Tomi & Tarna-Mani, Kaisa 2009. *Yhteiskuntavastuun raportointi*. Helsinki: KHTpro.
- Ojasalo, Katri, Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. *Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Helsinki: WSOYpro.
- Operational Guide for Medium-Scale Enterprises. 2007. United Nations Global Compact. PDF-dokumentti.

[https://www.unglobalcompact.org/docs/news\\_events/8.1/Operational\\_guide\\_ME.pdf](https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/Operational_guide_ME.pdf). Päivitetty 2007. Luettu 12.4.2015.

Perera, Oshani 2009. SMEs, ISO 26000 and social responsibility. Verkkolehti. [http://www.iso.org/iso/support/iso\\_catalogue/management\\_and\\_leadership\\_standards/social\\_responsibility/sr-sme\\_ims\\_5-2009.pdf](http://www.iso.org/iso/support/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/social_responsibility/sr-sme_ims_5-2009.pdf). Ei päivitystietoa. Luettu 12.4.2015.

Pk- ja suurten yritysten määrä, henkilöstö ja liikevaihto (henkilöstön määrään perustuva kokoluokitus). Tilastokeskus. Verkkojulkaisu. [http://tilastokeskus.fi/til/syr/2012/syr\\_2012\\_2013-11-28\\_tau\\_001\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/syr/2012/syr_2012_2013-11-28_tau_001_fi.html). Päivitetty 30.1.2014. Luettu 5.10.2014.

Ruusuvuori, Johanna & Tiittula, Liisa 2005. Haastattelu: Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.

SFS-ISO 26000 yhteiskuntavastuuopas (esite). Suomen standardoimisliitto SFS Ry. PDF-dokumentti. [http://www.sfs.fi/files/3770/SFS-ISO\\_26000\\_yhteiskuntavastuuopas\\_uudet\\_logot.pdf](http://www.sfs.fi/files/3770/SFS-ISO_26000_yhteiskuntavastuuopas_uudet_logot.pdf). Ei päivitystietoa. Luettu 7.11.2014.

Smith, Alan D. 2007. Making the case for the competitive advantage of corporate social responsibility. Business Strategy Series, Vol. 8 Iss 3, 186-195.

Talvio, Cai & Välimaa, Mikko 2004. Yhteiskuntavastuu ja johtaminen. Helsinki: Edita.

Tolhurst, Nick & Pohl, Manfred 2011. Responsible Business : How to Manage a CSR Strategy Successfully. New Jersey: John Wiley & Sons.

Tuominen, Kari 2011. Miten luoda yhteiskuntavastuusta asiantuntijan kilpailuetu. Helsinki: ChangeManager Pro.

Visser, Wayne & Hollender, Jeffrey 2011. Age of Responsibility – CSR 2.0 and the New DNA of Business. New Jersey: John Wiley & Sons.

Wall, Caleb 2008. Buried Treasure : Discoverin and Implementing the Value of Corporate Social Responsibility. Sheffield: Greenleaf Publishing.

Weybrecht, Giselle 2013. Sustainable MBA - A Business Guide to Sustainability (2nd Editon). New Jersey: John Wiley & Sons.

**Global Compact -aloitteen kymmenen periaatetta**

*Ihmisoikeudet*

- Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.
- Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.

*Työelämä*

- Periaate 3: Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotteluvoimien tehokasta tunnustamista.
- Periaate 4: Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.
- Periaate 5: Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.
- Periaate 6: Yritysten tulee tukea työmarkkinoilla ja ammatinharjoittamisen yhteydessä tapahtuvan syrjinnän poistamista.

*Ympäristö*

- Periaate 7: Yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.
- Periaate 8: Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.
- Periaate 9: Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.

*Korruption vastaisuus*

- Periaate 10: Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kiristys ja lahjonta. (Global Compact in Finnish – Suomeksi – Kymmenen periaatetta 2010.)

**Kokousmuistio 6.10.2014, Itä-Suomen AVI, Mikkeli****Aika: Maanantai 6.10.2014 klo 12:30 – 14:00****Paikka: Itä-Suomen Avi, Maaherrankatu 16, Mikkeli**

Kutsutut: (esteelliset kursivilla)

Ylijohtaja	Elli Aaltonen	Itä-Suomen AVI
Senior Advisor	Kari Hyväkkä	
Ylijohtaja	Pekka Häkkinen	Etelä-Savon Ely-keskus
<i>Varatoimitusjohtaja</i>	<i>Leena Linnainmaa</i>	<i>Keskuskauppakamari, este</i>
<i>Yhteyspäällikkö</i>	<i>Kari Jääskeläinen</i>	<i>EK, este ilm. 6.10.14</i>
<i>Maakuntajohtaja</i>	<i>Pentti Mäkinen</i>	<i>Etelä-Savon maakuntaliitto</i>
<i>Päällikkö</i>	<i>Ulla Roiha</i>	<i>Yritysvastuuverkosto FIBS, este</i>

Etelä-Savon kauppakamarin edustajat:

<i>PJ.,</i>	<i>varatoimitusjohtaja</i>	<i>Merja Auvinen</i>	<i>Suur-Savon Osuuspankki</i>
<i>vpj.</i>	<i>toimitusjohtaja</i>	<i>Heikki Hämäläinen</i>	<i>Osuuskauppa Suur-Savo, este ilm 6.10.14</i>
<i>vpj.</i>	<i>toimitusjohtaja</i>	<i>Antti Lipsanen</i>	<i>Rkl. U Lipsanen Oy, este</i>
<i>vpj.</i>	<i>toimitusjohtaja</i>	<i>Arto Tolvanen</i>	<i>Mainostoimisto Grafical Oy</i>
Hall.jäs, teollisuusvaliokunnan puheenjohtaja, toimitusjohtaja	Raimo Laine,		MIPRO Oy

**Aalto yliopiston International Business –kandidaattiohjelman, ( The programme focuses on the study of international business at the Bachelor's degree level (BScBA) at the Mikkeli Campus) työryhmä:**

Työn ohjaaja,

Kehittämispäällikkö	Tomi Heimonen
Opiskelijat Emma Kristiina Falck, projektiryhmän vetäjä	
	Ha Anh Le
	Antero Juho Petteri Myllymäki
	<i>Jeonghwa Sachie Yoshizumi, este</i>

**Mikkelin ammattikorkeakoulu, liiketalous opinnäytetyö:**

<i>Opinnäytetyön ohjaaja, lehtori</i>	<i>Tuuli Järvinen, este ilm. 6.10.14</i>
Opinnäytetyön tekijä	Olli Korhonen

**KOKOUSKIELENÄ SUOMI – ENGLANTI soveltuvin osin.****1 § Kokouksen avaus ja osanottajien toteaminen**

Markku Kakriainen avasi kokouksen todeten osanottajat. Avauksen yhteydessä hän taustoitti yritysten yhteiskuntavastuuhanketta.

**Kokousmuistio 6.10.2014, Itä-Suomen A VI, Mikkeli**

**2 § Käsiteltävät asiat ja kokouksen vetäjän valinta**

Asialista hyväksyttiin ja ylijohdaja Elli Aaltonen valittiin tilaisuuden puheenjohtajaksi.

Kokouskieleksi sovittiin pääosin suomi yritysvastuun tarkkojen käsitteiden ymmärtämiseksi. Työryhmän jäsenelle, Ha-Anh Le:lle toteutettiin sisällön riittävä tulkkaus englanniksi henkilökohtaisesti.

Elli Aaltonen taustoitti valtakunnallisessa mediassa käytyä keskustelua yritysten yhteiskuntavastuusta.

- Tavoitteena saada yritykset kiinnostumaan yritysvastuullisuudesta
- Tarkoituksena löytää hyvä kriteeristö pk-yritysten yritysvastuullisuuden mittaamiselle
- Edelläkävijän palkitseminen vastuullisuus-kilpailussa
- Kv-tausta: YK, EU
- Suomen hallinto, mm. työ- ja elinkeinoministeriö sekä sosiaali- ja terveysministeriö
- Keskusteltiin eri tahojen panostuksesta, kuten Yritysvastuuverkosto FIBS:stä, välittäjäverkosto Team Finlandista sekä Arvo-liitosta.
- Palautettiin mieliin myös 11.4. pidetty kokous, jossa yritysten yhteiskuntavastuu-projektia lähdettiin suunnittelemaan maakunnan tasolla.
- Näkökulmia kriteereille olivat alueellisten ominaispiirteiden huomiointi, nuorisoteema, maahanmuutto, yritysten sitoutuminen

**3 § Miksi pk –yritysten yhteiskuntavastuu? CASE MIPRO Oy**

Markku Kakriainen ja Raimo Laine

- Mipro Oy:n esimerkki liittyi tarjouskilpailutilanteeseen. Asiakas edellytti kansainväliset standardit täyttävää raportointia yritysvastuullisuudesta. Standardien oltava olemassa ennen tarjouskilpailuun ryhtymistä.
- Yritykset saattavat kohdata vastuullisuuden yllättävissä tilanteissa ennemmin tai myöhemmin, vaikka eivät sitä parhaillaan kriittiseksi osaksi toimintamallejaan kokisivatkaan.
- Toimialaerot ja asiakkaiden vaatimukset saattavat erota huomattavasti toisistaan.

**4 § Projekt- ja opinnäytetyön tilannekatsaus sekä sparrausta jatkopolulle**

Tomi Heimonen ja Emma Falck ja työryhmä/ Aalto

Tuuli Järvinen ja Olli Korhonen/ Mamk

Kokouksen osanottajat.

Työryhmän jäsen Antero Myllymäki, kertoi pääpiirteet tavoitteista, jotka Etelä-Savon kauppakamari on työryhmälle kuluva vuoden syyskuussa asettanut. Nämä olivat:

- o Kauppakamarin osoittamien yritysten haastattelu sekä kirjallisuuteen ja muihin aiheeseen liittyviin julkaisuihin perehtyminen
- o N. 10 arviointikriteerin valmistelu edellisten kohtien perusteelta (kriteerejä tul-taisiin käyttämään myöhemmin tänä vuonna julkaistavassa vastuullisuus-kilpailussa)
- o Yritysvastuullisuus-käsikirjan vedoksen kirjoittaminen

**Kokousmuistio 6.10.2014, Itä-Suomen A VI, Mikkeli**

Tutustuttiin asiakirjaan, josta kävi ilmi haastattelujen pääpiirteittäinen rakenne. Työryhmän asettama tavoite haastatteluille oli laaja-alaisesti selvittää pk-yritysten toimia vastuullisuuden saralla, joiden pohjalta lähteä työstämään kriteerejä.

Haastattelukysymykset synnyttivät vilkkaan keskustelun. Erilaisia mielipiteitä esiintyi mm. kauppakamarin nimeämien seitsemän yrityksen mukanaolon tarkoituksesta, sekä työryhmän siihenastisesta työstä.

Kokouksen osallistujat tarjosivat työryhmälle ”sparrausta” yritys vastuullisuudesta, sekä pyrkivät osoittamaan työryhmää oikeaan suuntaan työssään. Keskusteltiin yritys vastuun osa-alueista: sosiaalinen, ekologinen, taloudellinen vastuullisuus. Tämän yhteydessä nostettiin keskusteluun Etelä-Savolle tärkeitä tavoitteita, kuten nuorisotyöttömyyden vähentäminen.

Päädettiin lomakkeen uudelleenmuokkaukseen ja kriteeristön ensimmäisen version kirjoittamiseen jo haastatteluja varten. Haastatteluissa on tarkoitus saada selville yritysten näkökulma vastuullisuudesta, sekä heidän painotuksiaan ja nykytilan arvioita eri osa-alueiden sisällä, sekä muita kommentteja.

**5 § Aikajanaa**

Välisparraus sovittiin pidettäväksi **28.10.2014 klo 8:30** Aalto yliopiston tiloissa, Lönnrotinkatu 5. Kari Hyvään toiveena oli, että tähän päivämäärään mennessä työryhmä olisi haastatellut nimetyt seitsemän yritystä ja pystyisi esittämään hahmotelman kriteereistä.

Project Presentation Seminar Day, yritysten yhteiskuntavastuuprojektin lopputyön esittelyt, keskiviikko **26.11.2014 klo 13:00 – 16:00**, MUC

Työn julkistaminen, Etelä-Savon kauppakamarin 60 –vuotisjuhla torstaina **4.12.2014 klo 16:30** ”Yritysten yhteiskuntavastuun kilpailu v. 2015”.

**6 § Muut mahdolliset asiat**

Ei ollut.

**7 § Tilaisuuden päätös**

Puheenjohtaja Elli Aaltonen päätti kokouksen klo 14:10.

Muistion laati:

Emma Falck



**Kokousmuistio 28.10.2014, Aalto-yliopisto, Mikkelin**

**Aika: 28.10.2014, klo 8.30**

**Paikka: Aalto-yliopisto, Mikkelin kampus, Lönnrotinkatu 5**

**Läsnäolijat:**

Senior Advisor	Kari Hyväkkä	Itä-Suomen AVI
Ylijohtaja	Pekka Häkkinen	Etelä-Savon Ely-keskus

**Etelä-Savon kauppakamarin edustajat:**

toimitusjohtaja	Markku Kakriainen
-----------------	-------------------

**Työryhmä:**

Tomi Heimonentyöryhmän vetäjä, Aalto-yliopisto	
Sachie Yoshizumi	Aalto-yliopisto
Ha-Anh Le	Aalto-yliopisto
Antero Myllymäki	Aalto-yliopisto
Emma Falck	Aalto-yliopisto
Olli Korhonen	Mikkelin ammattikorkeakoulu

**Asialista:**

**1 § Kokouksen avaaminen**

Läsnäolijoiden toteaminen, muistion laatijaksi valittiin opiskelijat.

**2 § Käsiteltävät asiat ja puheenjohtajan valitseminen**

Markku Kakriainen toimi kokouksen puheenjohtajana. Kokouskieleksi valittiin suomi. Ha-Anh Le poistui kokouksesta klo 9 muiden velvoitteiden takia.

**3 § Tapahtumat edellisen kokouksen jälkeen sekä tilannekatsaus**

Työryhmä kertoi projektin edistymisestä. Haastatteluista, jotka olivat luonteeltaan interaktiivisia, tehty kolme seitsemästä (yritysjohtajien tavoittaminen osoittautui vaikeammaksi kuin oletettu), mutta jo niiden perusteella työryhmä oli onnistunut erittelemään n. 10 vastuullisuuden liittyvää kohtaa, joita yritykset erityisesti arvostavat tai joissa yrityksillä olisi parannettavaa.

## Kokousmuistio 28.10.2014, Aalto-yliopisto, Mikkeli

### 4 § Ensimmäinen versio kriteereistä sekä mittaristo

- Työryhmä esitteli kyselylomakkeensa ja kriteeristön ensimmäisen version ja tukiryhmä kommentoi niitä sekä tarjosi parannusehdotuksia.
- Erityistä huomiota kiinnitettiin kriteeristön sosiaaliseen aspektiin – hyvin ajankohtainen ja merkittävä aihe. Toisaalta pohdittiin myös sitä, että mikä painoarvo sille tulee antaa
- Anteron esittelemää pisteytyslaskentamenetelmää pidettiin kehittämisen arvoisena
- Läpinäkyvyys: arvioiden perustuttava selkeästi johonkin, kriteeristön mahdollistettava tämä.
- Keskusteltiin myös kilpailun muodosta ja luonnosta; mitään ei ole lyöty lukkoon. Keskusteltiin erityisesti tuomariston roolista ja kuinka osanottajat tullaan arvostelemaan, mutta lopputulokseen ei päädytty.

### 5 § Mitä seuraavaksi?

Todettiin, että loput haastattelut tulee saada tehdyksi mahdollisimman nopeasti. Tämän jälkeen kriteeristö ja kyselylomake tullaan yhdistämään mielekkääksi kokonaisuudeksi ja käsikirja tullaan kirjoittamaan tarjoamaan taustatietoa ja selitystä kriteeristölle.

- **Seuraava kokous 14.11.2014 Aalto-yliopiston tiloissa, klo 14.**
- Project Presentation Seminar Day, yritysten yhteiskuntavastuuprojektin lopputyön esitelyt, keskiviikko 26.11.2014 klo 13:00 – 16:00, MUC
- Työn julkistaminen, Etelä-Savon kauppakamarin 60-vuotisjuhla torstaina 4.12.2014 klo 16:30
- Yritysten yhteiskuntavastuun kilpailu v. 2015

### 8 § Kokouksen päättäminen

Kokous päätettiin ajassa 10.30.

**Kokousmuistio 6.11.2014, Korjaamon kahvila, Helsinki**

**Aika: 6.11.2014, klo 15.30**

**Paikka: Korjaamon kahvila, Helsinki**

**Läsnäolijat:**

Ulla Roiha	FIBS
Kari Hyväkkä	
Tomi Heimonen	Aalto
Sachie Yoshizumi	Aalto, opiskelija
Olli Korhonen	MAMK, opiskelija

**Asialista:**

**1 § Kokouksen avaaminen**

Kari Hyväkkä avasi kokouksen. Läsnäolijat esittelivät itsensä. Muistion laatijaksi valittiin Olli Korhonen.

**2 § Käsiteltävät asiat ja puheenjohtajan valitseminen**

Puheenjohtajaksi valittiin Tomi Heimonen. Varsinaista asialistaa ei etukäteen laadittu. Tarkoitus oli kuulla Ulla Roihan näkemyksiä yritysten vastuullisuuskilpailusta ja esitellä hänelle opiskelijoiden nykyinen versio (2. versio) kilpailun arviointikriteereistä.

**3 § Projektin aikataulu ja alkuperä**

Ullalle selvitettiin projektin aikataulua:

- 14.11. seuraava tapaaminen opiskelijoiden työryhmän, toimeksiantajan ja taustahenkilöiden kanssa
- 26.11. Aalto-yliopiston Project Presentation Seminar Day, kilpailun materiaali (kriteerit & ohjekirja) valmiina
- 4.12. Etelä-Savon Kauppakamarin 60-v. juhla, kilpailun julkistaminen
- 2015 ensimmäinen kilpailuvuosi

sekä projektin alkuperää:

- Pohdinta yritysten vastuullisuuden raportoinnista ja yhteiskuntavastuun julkituomisesta -> pilottikilpailu Etelä-Savoon

## Kokousmuistio 6.11.2014, Korjaamon kahvila, Helsinki

Ullan mielestä kilpailu on hyvä idea ja se tuo hyvin julki yritysten vastuullisuutta. Hänen mielestään kilpailussa ei kuitenkaan ole järkevintä lähettä palkitsemaan suoranaisesti Etelä-Savon vastuullisinta yritystä vaan enemmän jokin yrityksen tietty vastuullisuustoimi tai innovaatio. Tällöin yritykset pystyisivät keskittymään yhteiskuntavastuussaan enemmän siihen, mikä on kullekin yritykselle olennaisinta. Yritysten arvioinnissa katsottaisiin yritysten aikaansaannoksia ja kehitymisprosessia kilpailuajankana. Lisäksi huomioitaisiin yrityksen vastuullisuuden tuomat positiiviset talousvaikutukset sekä yhteiskunnallinen hyöty.

### 4 § Pk-yritysten vastuullisuuden arviointikriteerit & kilpailun rakenne

Opiskelijoiden työryhmän nykyinen versio pk-yritysten vastuullisuuden arviointikriteereistä esiteltiin Ullalle. Ulla antoi parannusehdotuksia, mutta piti kriteerejä hyvänä alustana yritysten vastuullisuuden alkutason arvioimiseen. Ullan ehdotus kilpailun rakenteesta:

- Kilpailu lanseerataan tammikuussa
- Yritykset arvioivat alkutasonsa ja tavoitetasonsa (vastuullisuuden arviointikriteerit)
- Yritys valitsee kriteereistä itsellensä oleellisimman kohdan ja tekee kehittämishankkeen aiheesta
- Vuoden lopussa katsotaan, mitä on saatu aikaiseksi
  - o Yritys perustelee miten on valinnut kehittämiskohteen ja kuinka sitä on kehitetty
- Kilpailun voittaja valitaan yrityksen kehittymisen perusteella
  - o Suhteutetaanko arviointi yrityskokoon?

Mihin lähteeseen arviointikriteerit voisi perustaa?

- GRI (*Global Reporting Initiative*) ja ISO 26000 ovat tutkimisen arvoisia ja niitä voisi hyödyntää soveltuvin osin: mikä on alueelle oleellista?
  - o Suomen Standardoimisliiton esitykset
- FIBS ei tuota niiden kaltaisia standardeja eikä omaa käsikirjaa, mutta FIBS:n *Kestävän kehityksen strategiat* voi olla hyvä perusta

Muita huomioita Ullalta arviointikriteerien 2. versiosta:

- *Onko* –alkuisiin kysymyksiin kömpelöä vastata numeroasteikolla
- Yrityksen sisäinen viestintä turha kysymys?
- Nykyinen innovaatio-kysymys henkilöstö-kategoriaan?
- Erikseen innovaatio-kysymys tuote/palvelukehityksestä?
- Kysymys työuupumisesta -> työssä jaksaminen?
- Lisättävä kysymys ikäyrjinnästä?
- Kategorioiden yksinkertaistaminen -> talous, sosiaalinen & ympäristö?

Arviointikriteerien tueksi tehtävästä ohjekirjasta:

- Ei lähdetä keksimään pyörää uudestaan!
- Esimerkki ohjekirjan sisällöstä:
  - 1) Kilpailun tavoite
  - 2) Yritysvastuun käsite
  - 3) Kilpailun osa-alueet ja kriteerit (sama numerointi kuin kriteerit-lomakkeessa)

**Kokousmuistio 6.11.2014, Korjaamon kahvila, Helsinki**

- 4) Arviointiraati ja sen avoin esittely
- 5) Aikataulu ja kilpailun etenemisen vaiheet (liitteenä mahdolliset case-esimerkit)

**5 § Kilpailun raati**

Todettiin, että raati on tärkeässä osassa: valittava pian ja alettava valmistamaan, jotta raati on perillä kilpailun ajatuksesta. Ehdotuksia raadista:

- Järkevä raati
- noin 5 henkilöä, max 7
- Vaikutusvaltaisia ihmisiä eri sidosryhmistä: business-osaamista, vastuullisuusosaamista (kansalaisjärjestöt), akateemista osaamista, julkinen sektori, mahdollisesti FIBSin hallituksen jäsen?
- Esiteltävä mahdollisimman avoimesti
- Heiltä haastattelut kilpailuoppaaseen: omat kertomukset, mitä he painottavat
- Avustavia henkilöitä: tavoitettavissa kilpailun ajan neuvomaan yrityksiä

**6 § Kilpailun palkinto**

Palkintojen jaon avoimuutta painotettiin: raati ja kriteerit kaikille selväksi.

Ulla kannatti yhden voittajan valitsemista, minkä lisäksi raati voi halutessaan palkita yrityksiä tapauskohtaisesti erityismaininoin. FIBSillä palkintona toimi juhлагаala Brysselissä.

**7 § Seuraavat toimenpiteet**

Ulla poistui 17.00 ja muut jäivät selvittämään seuraavia toimenpiteitä:

- Opiskelijat valitsevat standardin, mihin kriteerit voidaan perustaa:
  - o Tunnettu standardi lisää vakuuttavuutta ja houkuttelee yrityksiä osallistumaan
- Opiskelijat luovat hahmotelman ohjekirjasta perjantaiksi 14.11.
- Tomi Heimonen ottaa yhteyttä Standardoimisliittoon
- Opiskelijoilta esitykset aiheista perjantaiksi 14.11.:
  - o Miten myydä kilpailu yrityksille?
  - o Minkälainen palkinto? Yrityksen esittely, esim. maksettu TV-mainos jne.?
  - o Mahdollinen tunniste/logo kilpailulle?
  - o Kriteerien uusi yksinkertaisempi jako (taloudellinen, sosiaalinen & ympäristö)
- Mietitään kuinka Kauppakamari voi luoda laajempaa ja pitkäaikaisempaa kilpailukulttuuria: Keskuskauppakamari saatava hyvissä ajoin tietoiseksi, jotta syntyisi mahdollisimman yhteisesti hyväksytty käytäntö

**8 § Kokouksen päättäminen**

Kokous päätettiin 17.30

## Kokousmuistio 14.11.2014, Aalto-yliopisto, Mikkeli

**Aika:** Perjantai 14.11.2014, klo 14

**Paikka:** Aalto-yliopisto, Lönnrotinkatu 5, Mikkeli

2. **Läsnäolijat:**

Markku Kakriainen	Etelä-Savon Kauppakamari
Kari Hyväkkä	
Tomi Heimonen	Aalto, työn ohjaaja
Emma Falck	Aalto, opiskelija
Sachie Yoshizumi	Aalto, opiskelija
Antero Myllymäki	Aalto, opiskelija
Tuuli Järvinen	MAMK, opinnäytetyön ohjaaja
Olli Korhonen	MAMK, opiskelija

**1 § Kokouksen avaus ja osanottajien toteaminen**

Markku Kakriainen avasi kokouksen ja läsnäolijat todettiin. Muistion laatijaksi valittiin Olli Korhonen.

**2 § Käsiteltävät asiat ja kokouksen vetäjän valinta**

Puheenjohtajaksi valittiin Kari Hyväkkä. Sovittiin, että kokouksen lopuksi keskitytään kriteereihin ja muut asiat käydään ensin läpi.

**3 § Muut asiat**

Alkuun hyväksyttiin FIBS:n ehdotus kilpailun mallista: yritykset tekevät itsearvioinnin vuoden alussa ja valitsevat yhden yhteiskuntavastuun osa-alueen, josta tekevät kehityshankkeen, jonka raati arvioi vuoden lopussa.

Markku selvitti kilpailun aikataulua:

- 4.12.2014 Yritysten yhteiskuntavastuuryhmän huomiointi Etelä-Savon kauppakamarin 60-vuotisjuhlassa
- 17.1.2015 Kilpailun lanseeraus maakunnallisessa Yrittäjägaalassa
- helmikuu Yritysten itsearviointilomakkeen palautus
- syyskuu Väliraportointi / sparrausta raadin kanssa
- marraskuu Kehityshankkeen kirjallisen esityksen palautus
- joulukuu Voittajan valitseminen
- 2016 tammikuu Voittajan palkitseminen / uuden kilpailun lanseeraus

Kehityshankkeesta:

- Yritykset valitsevat osa-alueen kokonaisuuksista *taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuu* – arvioidaan vastuullisuuden kautta
- Kehityshankkeen raportointi varten tehtävä lomake yrityksille
  - o Työryhmä tekee käsikirjan osaksi/lisäksi

Loppukilpailusta:

- Raati käy vierailmassa valitsemisissaan TOP 3 yrityksissä
- *tai* järjestetään esittelytilaisuus, johon kutsutaan raadin valitsema TOP 3

**Kokousmuistio 14.11.2014, Aalto-yliopisto, Mikkeli**

- Raati valitsee tavan

Kauppakamari päättää kilpailun palkinnosta ensi vuoden puolella.

Kilpailun raati pyritään valitsemaan ajoissa ennen kilpailun lanseerausta, jotta se ehtii sisäistämään työryhmän ajatuksen kilpailusta. Markku järjestää työryhmän ja raadin tapaamisen. Markku selvitti tahoja, joiden edustajista raati tullaan valitsemaan: ELY-keskus, Aluehallintovirasto, Maakuntaliitto, Elinkeinoelämän Keskusliitto, Keskuskauppakamari, Etelä-Savon kauppakamari, FIBS.

Kilpailun logosta päätettiin:

- Järjestetään suunnittelukilpailu Mikkelin ammattikorkeakoulun ja Aalto-yliopiston opiskelijoille
- 27.11. mennessä logoehdotukset Markulle / kauppakamarille
- 250 € stipendi parhaasta logosta
- Olli Korhonen hoitaa kilpailun MAMK:n puolella ja Antero Myllymäki Aalto-yliopistossa

Kilpailun markkinoinnista Tuuli Järvinen ottaa yhteyttä MAMK:n Marja-Liisa Kakkoseen ja Jukka Mustoseen.

Aalto-yliopistolle Markku ehdotti ensi vuoden Project Management –kurssille opiskelijoiden “varjoraatia” projektiksi. Asia jätettiin Markun ja Aalto-yliopiston sovittavaksi.

### **3 § Kilpailun kriteerien ja käsikirjan edistyminen**

Markku vastasi työryhmän toiveisiin ja lupasi käsikirjaan esipuheen Elli Aaltoselta ja johdannon kirjoittaa itse. Alkuun päätettiin, että ei lyödä kriteerejä lukkoon vielä tänään. Sovittiin myös, että lopuksi kriteerit varmistetaan vielä FIBS:llä, mutta viimeinen sana kriteereistä on raadilla.

Päätettiin, että kaikki kilpailun materiaali lähetetään yrityksiin digitaalisesti. Työryhmä vastaa materiaalista ja kauppakamarin yhteistyökumppani muuttaa arviointilomakkeet ym. digitaalisesti toimiviksi.

Itsearviointilomake ja käsikirja tehdään erillisiksi, mutta ne kulkevat käsi kädessä. Käsikirjassa avataan jokaista kriteeriä.

Kriteereistä:

- Pidetään linjassa ISO 26000 kanssa
- *Kriteeri* –sanalla tilalle *Arviointiperuste*
- Tarkistetaan arviointiasteikko välttävä-erinomainen Ulla Roihulta / FIBS
- Arviointiasteikon lisäksi tila vapaalle sanalle
- Jako taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen katsottiin olevan hyvä
- Taloudellinen vastuu:
  - o *Kyky kasvuun* muutetaan *Kyky kestävään kasvuun* ja avataan käsikirjassa jakoa kasvusta investointien, työntekijämäärän tai verkoston kautta

**Kokousmuistio 14.11.2014, Aalto-yliopisto, Mikkeli**

- Arviointiperuste alihankkijoista tarkistettava (ISO, GRI) kuuluuko taloudelliseen vai sosiaaliseen vastuuseen
- Sosiaalinen vastuu:
  - Liian laaja suhteessa muihin: vähennetään/yhdistetään arviointiperusteita, jotta joka kategoriassa suurin piirtein yhtä monta arviointiperustetta
- Ympäristövastuu:
  - *Eco-sähkön ja muiden ympäristöystävällisten energiamuotojen käyttö* – kohta muutetaan vain *Ympäristöystävällisten energiamuotojen käyttö* ja käytetään eco-sähköä esimerkkinä selostavassa osassa
  - *Resurssitehokkuus, jätemäärän vähentäminen ja kierrättäminen* – kohtaan keksittävä yhteinen käsite termeille
- Raportointi:
  - Tarkennetaan *Yhteiskuntavastuuraportointi*

**4 § Viimeiset tarvittavat muokkaukset ennen työn esittelyä**

Työryhmä tekee muutokset arviointiperusteihin maanantaiksi 17.11. ja lähettää ne perusköönpanon lisäksi SOK:n vastuullisuusjohtajalle, FIBS:iin ja haastatelluille yrityksille kommentoitaviksi.

**5 § Aikajanaa**

Sovittiin seuraava tapaaminen maanantaiksi 24.11. klo 15.

**7 § Tilaisuuden päätös**

Kokous päätettiin klo 16:10.



## Kokousmuistio 24.11.2014, Aalto-yliopisto, Mikkeli

**Aika:** Maanantai 24.11.2014, klo 15

**Paikka:** Aalto-yliopisto, Lönnrotinkatu 5, Mikkeli

3. **Läsnäolijat:**

Markku Kakriainen	Etelä-Savon kauppakamari, tj.
Pentti Mäkinen	Etelä-Savon maakuntaliitto, maakuntajohtaja
Kari Hyväkkä	
Tomi Heimonen	Aalto, työn ohjaaja, kehittämispäällikkö
Emma Falck	Aalto, opiskelija
Antero Myllymäki	Aalto, opiskelija
Olli Korhonen	MAMK, opiskelija

**1 § Kokouksen avaus ja osanottajien toteaminen**

Markku Kakriainen avasi kokouksen ja läsnäolijat todettiin. Muistion laatijaksi valittiin Olli Korhonen.

**2 § Käsiteltävät asiat ja kokouksen vetäjän valinta**

Puheenjohtajaksi valittiin Markku Kakriainen. Tarkoitus oli käydä läpi yritys vastuukilpailun ohjekirja ja itsearviointilomake.

**3 § Itsearviointilomake**

Arviointiperusteisiin oli otettu suurimmilta osin tyytyväisiä. *Ympäristövastuu* -osion katsottiin sisältävän vielä epäselvyyksiä ja päällekkäisyyksiä, ja sovittiin, että tarkennetaan sitä lisää ohjekirjan puolella.

Numeroarvioinnin perään lisätylle *Perustelut valinnalle* todettiin tarvitsevan lisäohjeistusta.

Mietittiin vielä osa-alueiden arviointiperusteiden lukumäärien (*Taloudellinen vastuu* (4), *Sosiaalinen vastuu* (5), *Ympäristövastuu* (4), *Raportointi ja viestintä* (2)) tasapainottamista, mutta päätettiin jättää osa-alueet nykyiselleen ja mahdollinen painottaminen raadin tehtäväksi.

**4 § Ohjekirja**

Ohjekirjan rakenne todettiin hyväksi, mutta pieniä muutoksia ja lisäyksiä tehtiin:

Kilpailun esittely:

- Tavoitteisiin lisätään yritysten kannustaminen vastuullisuuteen
- Lisätään maininta pilottina toimimisesta Etelä-Savossa ja tavoitteesta levitä koko maahan ja tarkoituksesta johtaa jatkuviin kehittymistoimenpiteisiin
- Lisää markkinointihenkisyyttä

Kehitysprojekti – toinen vaihe:

- Poistetaan rajausta kehityshankkeen esittelystä x sivumäärän mittaiseksi kirjalliseksi selostukseksi
  - o Yrityksiltä vapaa esittely/raportti, joka sisältää pyydytetyt asiat hankkeesta
- Vältetään jatkuvaa *projekti* –sanana käyttöä -> synonyymi
- Poistetaan maininta arvioinnin perusteista -> raati päättää arvioinnista

Tomi Heimonen poistui 15:45.

Loppukilpailu – kolmas vaihe:

- Ei esitellä tarkemmin tässä vaiheessa
  - o Vain maininta: "Raati kutsuu/valitsee loppukilpailuun parhaat yritykset." tms.

Kilpailun aikataulu:

**Kokousmuistio 24.11.2014, Aalto-yliopisto, Mikkeli**

- Aikataulun ulkoasua parannetaan
- Syyskuulle väliraportoinnin lisäksi väliarviointi
- Lisätään, että kyseessä on ohjeellinen aikataulu
  - o Raadille vapaus päättää omasta aikataulustaan
- Itsearviointilomakkeen palautuspäivä lomakkeen yhteyteen

Arviointiraati:

- Vielä avoin, voi kasvaa 7-10 henkilöön
- Tässä vaiheessa riittää maininta tahoista, joista radin jäsenet koostuvat
- Radin jäsenet kirjoittavat itse esittelynsä

Pentti Mäkinen poistui 15:55.

**4 § Seuraavat toimenpiteet**

Aalto-yliopiston projektiryhmälle annettiin vapaat kädet keskiviikon 26.11. Aalto Project Presentation Seminar Day esittelyä varten.

Työryhmä muokkaa *Ympäristövastuu* –osion ja lähettää sen Pekka Häkkiselle asiantuntijakommenttien toivossa.

**7 § Tilaisuuden päätös**

Kokous päätettiin klo 16:05.

Haastattelulomake

1. KATEGORIOIDEN TÄRKEYSJÄRJESTYS
2. ARVOTUS 1-5 MITEN TÄRKEÄNÄ PIDÄT KRITEERIÄ
3. ARVOTUS 1-5 MITEN HYVÄLLÄ TASOLLA TÄLLÄ HETKELLÄ

nykyinen  
tärkeys taso

1.	Sosiaalinen aspekti <input style="float: right;" type="checkbox"/> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Sukupuolten välinen tasa-arvo</li> <li>b. Maahanmuuttajat -&gt; syrjäytymisen estäminen</li> <li>c. Nuorten työllistäminen -&gt; harjoitteluohjelmat?</li> <li>d. Ikäsyrjintä</li> <li>e. Paikallisyhteisön tukeminen</li> <li>f. Muu, mikä? _____</li> </ol>	<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%;"></td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>																
2.	Henkilöstö <input style="float: right;" type="checkbox"/> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Bonukset (voitonjako), työntekijöiden hyvinvointi</li> <li>b. Yhteisomistajuus</li> <li>c. Työpaikkaturvallisuus</li> <li>d. Kunnollinen kouluttaminen</li> <li>e. Reilu työn palkitseminen</li> <li>f. Tehokas kommunikaatio</li> <li>g. Muu, mikä? _____</li> </ol>	<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%;"></td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>																
3.	Ympäristö <input style="float: right;" type="checkbox"/> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Tuotannossa: jätteiden vähentäminen</li> <li>b. Energiatehokkuus</li> <li>c. saasteiden &amp; päästöjen minimointi</li> <li>d. Tuotteen hävittäminen -&gt; kierrätys/uusiokäyttö</li> <li>e. Paketointi</li> <li>f. Muu, mikä? _____</li> </ol>	<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%;"></td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>																
4.	Talous <input style="float: right;" type="checkbox"/> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Voiton luominen</li> <li>b. Verotuksen noudattaminen</li> <li>c. Kansainvälistyminen</li> <li>d. Muu, mikä? _____</li> </ol>	<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%;"></td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>																
5.	Markkinointi & myynti <input style="float: right;" type="checkbox"/> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Eettinen mainostaminen</li> <li>b. Vastuullinen raportointi</li> <li>c. Muu, mikä? _____</li> </ol>	<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%;"></td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>																

**Arviointikriteerien ensimmäinen versio**

**Kriteeristö - 1. versio**

**Tulos & kasvu**

**1. Tulos yritysvastuun perusta**

**Yhteisö**

**2. Vastuullinen raportointi**

1. ei pelkkää PR:ää
2. eettinen mainonta

**3. Nuorisotyöllisyys**

1. työharjoittelut
2. rekrytointi & koulutus
3. yhteistyö oppilaitosten kanssa - tulevaisuuden asiakkaita & työntekijöitä

**Työntekijät**

**4. Viestintä**

1. sisäinen viestintä

**5. Työntekijöiden palkitseminen**

1. bonukset
2. kupongit, työpaikkaedut

**6. Henkinen ja fyysinen hyvinvointi työpaikalla**

1. ennakoiva
  1. ergonomia
  2. uupumuksen estäminen

**7. Koulutus**

1. työntekijöiden tyytyväisyyden ja suorituskyvyn parantaminen koulutuksen avulla

**Ympäristö**

**8. Jätteiden hallinta ja kierrättäminen**

1. pakkaaminen

**9. ISO-sertifikaatit**

1. sertifiointumisen verrattuna siihen, että pelkästään noudattaa
2. ISO 26000 - vastuu

**Toimittajat**

**9. Varmistatteko, että toimittajanne operoivat vastuullisesti?**

# **VERSIO 2. Pienten ja keskisuurten yritysten vastuullisuuskilpailu – arviointikriteerit**

Seuraavien kriteerien avulla tullaan Etelä-Savon Kauppakamarin vastuullisuus-kilpailussa arvioimaan kilpailuun osallistuvien yritysten vastuullisuutta. Kriteerit on laadittu haastattelemalla kahdeksaa (seitsemää) Etelä-Savolaista pk-yritysjohtajaa heidän johtamiensa yritysten vastuullisuudesta. Yritykset edustivat hyvin erilaisia aloja sekä kokoluokkia; haastatteluissa esiin nousseista asioista on pyritty valitsemaan yleismaailmallisia aiheita, jotka toimisivat lähtökohtana yrityksen vastuullisuuden kehittämiseksi – onhan kilpailun perimmäinen tarkoitus yritysvastuun tietoisuuden lisääminen yrityksissä.

Monet aspektit yritysten sosiaaliseen, taloudelliseen sekä ympäristölliseen vastuullisuuteen liittyen ovat Suomessa jo lainsäädännön vuoksi hyvällä mallilla. Yritysvastuuseen vihkiytyneet yritykset pyrkivät kuitenkin tekemään enemmän kuin mitä lainsäädäntö vaatii.

## **Kuinka vastata kysymyksiin?**

Jokaisen kriteerin kohdalla yritys arvioi erikseen, millä tasolla yrityksen toiminta tällä hetkellä on, sekä millä tasolla yritys haluaisi toiminnan olevan. Numero 1 vastaa lainsäädännön tasoa, numero 5 tarkoittaa erittäin hyvää tasoa. Vastaus annetaan ruksaamalla sopivin vaihtoehto.

## **Jaottelu**

Kriteerit on jaettu kategorioihin vastuullisuuden kokonaisuuksien hahmottamisen helpottamiseksi. Kategoriat ovat:

1. Kannattavuus
2. Henkilöstö
3. Alueellinen kehitys
4. Ympäristö
5. Alihankkijat
6. Innovaatiotoiminta
7. Raportointi

## Kriteerit

### Kannattavuus yritysvastuun perusta

Voidakseen toimia vastuullisesti, puhumattakaan yritystoiminnan pitkäaikaisesta harjoittamisesta on yrityksen toiminnan oltava kannattavaa. Yritys, joka toimii kannattamattomasti ei tuo yhteiskunnalle lisäarvoa - päinvastoin. Yritysten suhtautuminen vastuullisuuteen voi vaihdella; taloudellisten vaikeuksien aikaan usein nipistetään ylimääräisistä menoista, mutta tärkeintä on, että yritys ei yrityksessään täyttää nykyisen sukupolven tarpeet vähennä tulevien sukupolvien mahdollisuutta täyttää omiaan. Tämä on kestävän yritystoiminnan sekä vastuullisuuden perusta.

Vastuulliset yritykset pyrkivät löytämään tasapainon voiton tavoittelemisen sekä vastuullisten toimien välillä. Se ei tavoittele voittoa kaikin mahdollisin keinoin, vaan ottaa huomioon taloudellisen menestyksen oheella ympäristölliset asiat sekä sosiaalisen aspektin.

Kannattavuutta seuraa usein kasvu. Yrityksen kasvun myötä se pystyy tarjoamaan enemmän työpaikkoja ja tyydyttämään useamman asiakkaan tarpeet.

1. *Onko yritys pystynyt kasvamaan ja tätä kautta lisäämään työvoimaansa kotimaassa viimeisien vuosien aikana?*

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

### Henkilöstö

Henkilöstö nähdään usein yrityksen tärkeimpänä voimavarana. Yritysten tulisi panostaa henkilöstön viihtymiseen, turvallisuuteen ja henkisen ja psyykkisen työkyvyn heikkenemisen ennaltaehkäisemiseen. Yrityksissä, joissa on kiinnitetty erityistä huomiota näihin asioihin, on vaihtuvuus usein normaalia alhaisempaa sekä tyytyväisyys ja suorituskyky parempaa. Eräs osa-alue, joka on usein noussut keskustelun keskipisteeseen, on ollut yrityksen sisäinen viestintä. Tälläkin tekijällä voidaan parantaa viihtyvyyttä, ei ainoastaan tuottavuutta.

2. *Millä tasolla on yritykseen tulevien uusien työntekijöiden perehdyttäminen ja pitkäaikaisten työntekijöiden jatkuva koulutus?*

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

3. *Millä tasolla on yrityksen sisäinen viestintä?*

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

## Arviointikriteerien toinen versio

4. Tarjotaanko yrityksen työntekijöille bonuksia, työpaikkaetuja tai kuponkeja (esim. liikuntaseteleitä)?

Jos, niin mitä? \_\_\_\_\_

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

5. Onko työskentely-ympäristön viihtyvyyteen sekä toimivuuteen panostettu esimerkiksi paremman ergonomian kautta?

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

6. Onko työuupumuksen estämiseen panostettu jollain konkreettisella tavalla?

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

## Alueellinen kehitys

Vastuulliset yritykset pyrkivät kehittämään toimintaympäristöään esimerkiksi tukemalla erilaisia järjestö- tai yritystoimintaa. Eräs Etelä-Savon läänin hallinnon asettamista tavoitteista on nuorisotyöllisyyden parantaminen sekä nuorison syrjäytymisen ehkäiseminen.

7. Tarjoaako yritys säännöllisesti työharjoitteluhjelmia nuorille ja vastavalmistuneilla?

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

8. Pyrkiikö yritys parantamaan maahanmuuttajien integroitumista yhteisöön huomioimalla heidät tasavertaisina uutta työvoimaa hakiessaan?

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

## Arviointikriteerien toinen versio

## Ympäristö

Yrityksen toiminta ei vaikuta ympäristöön; tai vaikutukset on pyritty minimoimaan prosesseja tehostamalla, teknologialla tai toimintamallien uudelleensuunnittelulla. Vaikka pk-yritysten vaikutus suuressa mittakaavassa on kovin pieni, voivat ne kuitenkin pyrkiä minimoimaan vaikutuksensa mm. ilmastonmuutokseen.

9. Millä tasolla on yrityksen energia- ja resurssitehokkuus?

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

10. Onko yritys ottanut käyttöönsä ympäristöystävällisen sähkön?

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

11. Onko yritys pyrkinyt vähentämään jätteitä toiminnassaan, sekä kiinnittänyt huomiota kierrätykseen ja tuotteiden jatkokäyttöön?

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

## Alihankkijat

Jotta yrityksen vastuullisuus voisi tulevaisuudessa olla kokonaisvaltaista, tulisi yrityksen kiinnittää huomiota myös alihankkijoidensa sekä tavarantoimittajiensa vastuullisuuteen. Ekologisesti ja eettisesti tuotettujen korkealaatuisten tuotteiden suosiminen on kestävän kehityksen periaatteiden mukaista.

12. Pyrkikö yritys varmistamaan, että sen alihankkijat sekä muut kumppanit toimivat vastuullisesti?

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

## Innovaatiotoiminta

Vastuullisuuden tavoittelemisen johtaa parhaimmillaan uusien, parempien prosessien ja toimintatapojen kehittämiseen yrityksissä. Levitessään niillä voi olla vaikutus useampienkin yritysten toimintaa, mikä vauhdittaisi kestävän kehityksen tietoisuuden leviämistä ja yritystoiminnan haitallisten vaikutusten vähenemistä.

13. Onko yrityksessä luotu edellytykset uusien prosessien ja ideoiden kehittämiseksi ja kannustetaanko työntekijöitä tässä suhteessa oma-aloitteisuuteen?

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5



## Arviointikriteerien toinen versio

## Vastuullinen raportointi

Toistaiseksi vain harva pk-yritys Etelä-Savon seudulla julkaisee säännöllisesti vastuullisuusraporttia tai on ottanut käyttöönsä suuret laatustandardit, kuten ISO:n. Tärkeä osa vastuullisuuden tuomasta lisäarvosta on yleisön käsitys yrityksestä. Raportointi eri sidosryhmille on tärkeää, mutta ilman merkityksellistä sisältöä on raportoinnista tuskin mitään hyötyä - ei asiakkaalle, eikä näinollen myöskään yritykselle itselleen.

14. *Julkaiseeko yritys vastuullisuus-raporttia? Jos, niin sisältääkö se uskottavaa, merkityksellistä ja konkreettista tietoa, kuten lukuja ja pitkäaikaisia tavoitteita, jotka kuvastavat todenmukaisesti yrityksen pitkäaikaista strategiaa?*

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

15. *Onko yritys ottanut käyttöönsä jonkin kansainvälisesti tunnetun sertifi kaatin, kuten ISO 9000 laatusertifikaatin?*

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

**Tervetuloa osallistumaan Etelä-Savon kauppakamarin vuoden 2015  
Yritysten yhteiskuntavastuu -kilpailuun!**

Kilpailun ensimmäiseen vaiheeseen kuuluu itsearviointi.

Täytä ensin yrityksesi perustiedot, jonka jälkeen pääset täyttämään itsearviointia.

Itsearviointi koostuu 15 kohdasta. Itsearviointi noudattaa tavanomaista jakoa vastuullisuuden kolmeen osa-alueeseen: talouteen, sosiaaliseen vastuuseen sekä ympäristövuuseen. Lisäksi kaksi arviointiperustetta käsittelee raportointia ja viestintää.

Arvioi jokaisen arviointiperusteen kohdalla yrityksen nykyinen ja tavoiteltu taso, sekä perustele valintasi lyhyesti. Numero 1 kuvastaa vaatimatonta tasoa, numero 5 tarkoittaa erittäin hyvää tasoa.

Vastaamisen avuksi on luotu käsikirja Yritysten Yhteiskuntavastuu -kilpailusta.

**Taloudellinen vastuu****1. Yrityksen toiminnan kannattavuus pitkällä aikavälillä**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**2. Kyky kestävään kasvuun**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**3. Alihankkijoiden sekä muiden kumppanien vastuullisuuden varmistaminen**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**4. Innovaatiotoiminta**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**Sosiaalinen vastuu****5. Työhyvinvointi, työssäjaksaminen ja henkilöstön kehittäminen**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**6. Työympäristö ja –turvallisuus**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**7. Syrjinnän ehkäiseminen**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**8. Paikallisyhteisön toimintaan osallistuminen ja järjestöyhteistyö**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**9. Asiakkaan etujen huomiointi**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**Ympäristövastuu****10. Energiätehokkuus**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**11. Ympäristöystävällisten energiamuotojen käyttö**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**12. Luonnonvarojen ja raaka-aineiden kestävä käyttö**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**13. Haitallisten ympäristövaikutusten ehkäiseminen**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**Raportointi ja viestintä**

**14. Yhteiskuntavastuuraportointi**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

**15. Vastuullisuudesta viestiminen eri kanavissa**

Nykyinen taso	1	2	3	4	5
Tavoiteltu taso	1	2	3	4	5

Perustelut valinnalle:

## Ohjeistus itsearvioinnin arviointiperusteiden tulkitsemiselle

Hyvä yritys vastuun rakentaja.

Seuraavaksi esittelemme yritys vastuun keskeisimmät teemat, jotka toimivat myös itsearvioinnin arviointiperusteina. Löydät itsearviointilomakkeen osoitteesta: [www.eskauppakamari.fi](http://www.eskauppakamari.fi) kohdasta Yritysten Yhteiskuntavastuu.

Itsearviointi koostuu 15 kohdasta. Itsearviointi noudattaa tavanomaista jakoa vastuullisuuden kolmeen osa-alueeseen: taloudelliseen, sosiaaliseen sekä ympäristövastuuseen. Lisäksi kaksi arviointiperustetta käsittelee raportointia ja viestintää. Tämä ohjeistus toimii apuna arvioinnille, sekä tarjoaa ideoita kilpailun toiseen vaiheeseen.

### TALOUDELLINEN VASTUU

#### 1. Yrityksen toiminnan kannattavuus pitkällä aikavälillä:

Pitkällä aikavälillä kannattamaton yritys ei tuo yhteiskunnalle lisäarvoa. Kannattava liiketoiminta on perusta myös yrityksen taloudellisesti kestäväälle vastuullisuudelle. Kannattavalla yrityksellä suhteessa kannattamattomaan yritykseen on oletettavasti paremmat edellytykset pitkällä aikavälillä suoriutua kaikista taloudellisista sidosryhmävastuistaan, kuten veroista valtiolle, palkanmaksusta työntekijöilleen ja muista maksusuoritteistaan.

Kannattavalla yrityksellä on paremmat taloudelliset edellytykset kantaa myös kestäväällä tavalla yritysten sosiaalista ja ympäristöä koskevaa vastuullisuutta.

#### 2. Kyky kestävään kasvuun:

Menestyvien ja kilpailukykyisten yritysten tavoitteisiin kuuluu yleensä liiketoiminnan kasvattaminen. Keinot liiketoiminnan kasvun saavuttamiseksi voivat vaihdella yrityksittäin: Työpaikkojen säilyttäminen ja erityisesti uusien työpaikkojen luominen voi yleisesti lisätä taloudellista toimintaa yrityksen sidosryhmä-

**Käsikirjan ohjeistus itsearvioinnille**

verkostoissa sekä luo edellytyksiä taloudellisen hyvinvoinnin lisääntymiselle alueellisesti. Teknologiset investoinnit voivat parantaa yrityksen kestävä tuottavuutta ja tehokkuutta huomattavasti. Verkoston, kuten alihankkijoiden ja yhteistyökumppaneiden lukumäärän kasvattaminen voi olla myös yritykselle mielekäs tapa kasvattaa toimintaansa. Nämä kaikki edellä mainitut yrityksen liiketoimintaan kohdistuvat kasvutavat lisäävät yritystoiminnan uuden arvon luomista ja laajemmin yhteiskunnallista hyvinvointia ja näin ollen ovat siksi toivottavia.

**3. Alihankkijoiden sekä muiden kumppanien vastuullisuuden varmistaminen:**

Vastuulliset yritykset sitoutuvat ostamaan palveluita ja tuotteita vain vastuullisiksi toteamiltaan kumppaneilta ja alihankkijoilta. Toimintaketjujen rooli raaka-ainelähteiltä aina loppuasiakkaille on merkittävä kokonaisvaltaisen yhteiskuntavastuun luomisessa. Toimitusketjun hallinnan vastuullisuuden todentamisessa epäonnistuminen voi luoda riskejä, jotka saattavat osoittautua kohtalokkaiksi yritykselle. Yritys voi myös saada lisäarvoa vastuullisista kumppaneista, esimerkiksi asiakkaiden

silmissä. Asiakkaat saattavat myös vaatia yritykseltä todistusta tai sertifiointia vastuullisista toimintatavoista. Vastuullisuus yhteistyökumppaneiden osalta voi kattaa laajoja asiakokonaisuuksia esimerkiksi lapsityövoiman käytöstä aina eettisesti hyväksyttävään viestintään ja toimintatapoihin.

**4. Innovaatiotoiminta:**

Vastuullisuutta edistäessä yritykset usein kehittävät uusia prosesseja, palveluita, tuotteita ja teknologioita. Nämä samalla saattavat edistää myös yhteiskunnan kestävä uudistumista, uuden arvon luomista, toimintaa, tuottavuutta ja tehokkuutta.

**SOSIAALINEN VASTUU****5. Työhyvinvointi, työssäjaksaminen ja henkilöstön kehittäminen:**

Työntekijöiden henkiseen ja fyysiseen hyvinvointiin panostaminen on tulevaisuuteen panostamista sekä yrityksen että yhteiskunnan kannalta. Työntekijöiden hyvinvointiin voidaan vaikuttaa monin eri tavoin. Konkreettiset kannustimet, kuten kouluttautumisen mahdollisuudet, työntekijöiden elämäntilanteiden huomioimiset (esimerkiksi perhevaapat), työpaikkaviihtyvyyttä lisäävät

**Käsikirjan ohjeistus itsearvioinnille**

kestävät toimintatavat, työpaikka-edut (esimerkiksi liikunta- ja kulttuurisetelit), motivoivat työntekijöitä aktiiviseen ja terveelliseen elämäntapaan. Myös työssäjaksamisen ohjelmien avulla voidaan ennaltaehkäistä työssä uupumista.

Työntekijöiden hyvinvointiin voidaan katsoa kuuluvan myös tehokkaan työnteon kannalta olennaiset toimet, kuten koulutus. Hyvä koulutus ei paranna pelkästään tuottavuutta, vaan myös työssä viihtymistä. Myös inhimillisen kehityksen mahdollistaminen parantaa työntekijöiden hyvinvointia.

**6. Työympäristö ja -turvallisuus:**

Työympäristön toimivuuteen ja viihtyvyyteen panostaminen on tärkeää sekä yrityksen menestymisen että työntekijöiden hyvinvoinnin kannalta. Työturvallisuus on tärkeää itsestään selvistä syistä, mutta sen todellinen taso ei aina ole riittävän hyvä tiukoistakin vaatimuksista huolimatta. Työympäristön toimivuuteen ja viihtyvyyteen panostaminen esim. ergonomian ja koulutuksen avulla voi parantaa tuloksia, ehkäistä vammoja ja motivoida työntekijöitä.

**7. Syrjinnän ehkäiseminen:**

Yrityksen tulisi pyrkiä olemaan mahdollisimman tasa-arvoinen toiminnassaan. Yhdenvertaisuuslaki työelämässä kieltää syrjinnän iän, etnisen tai kansallisen alkuperän, kansalaisuuden, kielen, uskonnon, vakaumuksen, mielipiteen, terveydentilan, vammaisuuden, sukupuolisen suuntautumisen tai muun henkilöön liittyvän syyn perusteella. Monet menestyvät yritykset panostavat henkilöstön monimuotoisuuteen esimerkiksi rekrytoimalla ikähaitarin ylä- tai alapäästä sekä eri kansallisuuksia.

**8. Paikallisyhteisön toimintaan osallistuminen ja järjestöyhteistyö:**

Yrityksellä voi olla koostaan riippumatta merkittävä vaikutus paikallisyhteisöönsä. Yhteisön toimintaan voi osallistua monin eri tavoin vaikuttamalla esimerkiksi olemalla mukana joissain paikallisissa/ alueellisissa kehittämishankkeissa ja tapahtumissa, sponsoritoiminnalla, järjestöjen tukemisella tai yhteistyöllä oppilaitosten kanssa. Tarjoamalla harjoitteluohjelmia ja työelämään-tutustumisjaksoja yritys hyödyttää molempia osapuolia: nuoret pääsevät tutustumaan työelämään ja



yritys panostaa tulevaisuuden asiakaisiin ja osajiin.

#### 9. Asiakkaan etujen huomiointi:

Vastuullinen yritys huomioi toiminnassaan myös asiakkaan edut. Asiakslähtöisyys, reilut sopimusehdot, eettinen mainonta sekä riittävä ja avoin tieto palveluista ja tuotteista sekä tuoteturvallisuudesta huolehtiminen vahvistavat yrityksen mainetta vastuullisena toimijana.

## YMPÄRISTÖVASTUU

#### 10. Energiatohokkuus:

Energiatohokkuudella tarkoitetaan energian säästeliästä käyttöä. Sitä voi parantaa tehokkaammilla koneilla ja laitteilla sekä kiinnittämällä huomiota niiden käyttöasteeseen. Energiaa säästämällä yritys säästää kustannuksia edistäen samalla kestävän ja ympäristöystävällisen yhteiskunnan kehittymistä.

#### 11. Ympäristöystävällisten energiamuotojen käyttö:

Ympäristöystävällisten energiamuotojen, kuten tuuli- tai vesivoiman, tai bioenergian hyödyntäminen on usein parempi valinta ilmaston ja yhteiskunnan kestävän kehityksen kannalta kuin fossiilisten polttoainoiden käyttö. Uusiutuvia energia-

muotoja käyttämällä yritys voi edesauttaa kansallisten ilmastotavoitteiden saavuttamista.

#### 12. Luonnonvarojen ja raaka-aineiden kestävä käyttö:

Luonnonvarojen ja raaka-aineiden kestävä käyttö merkitsee materiaalien säästäväistä käyttöä ja kierrätystä. Myös tuotteiden hävittämisen tai jatkokäytön suunnittelu on yhteiskunnan ja ympäristön kannalta tärkeää. Kestävän kehityksen lähtökohdaksi on toiminnan pitkäaikainen suunnitelmallisuus rajallisten luonnonvarojen käytössä. Yritys voi saavuttaa näiden toimien kautta myös kustannussäästöjä.

#### 13. Haitallisten ympäristövaikutusten ehkäiseminen:

Ympäristön varjelemisen kannalta on tärkeää, että yritys minimoi päästönsä ja muut ympäristöön kohdistuvat sivuvaikutukset. Tutkimukset ovat osoittaneet, että ilmastonmuutos on todellinen uhka, mutta sen kaikkia vaikutuksia ei vielä tiedetä. Kiinnittämällä huomiota päästöihin yritys voi tuoda kortensa kekoon ilmastonmuutoksen torjunnassa ja saavuttaa kustannussäästöjä. Ympäristöstä välittäminen voi myös parantaa yrityksen imagoa.

## RAPORTOINTI JA VIESTINTÄ

### 14. Yhteiskuntavastuuraportointi:

Yhteiskuntavastuusta raportointi on yhä tärkeämpää. Sen laatiminen hyödyttää sekä yritystä että yrityksen sidosryhmiä. Raportin avulla yritys voi viestiä toiminnan läpinäkyvyyttä tärkeille sidosryhmilleen, mitä tavoitteita on asetettu ja saavutettu sekä mitä yhteiskunnallisia vaikutuksia yrityksen toiminnalla on ollut. Raportointi ei kuitenkaan ole itseisarvo; sen tulee johtaa merkityksellisen ja todenmukaisen tiedon jakamiseen.

Yrityksen kannattaa panostaa yhteiskuntavastuuraportin laatimiseen, sillä nykyisin asiakkaat, osakkeenomistajat ja muut sidosryhmät odottavat yrityksiltä yhä enemmän yhteiskuntavastuuraportointia. Raportointi auttaa yritystä saamaan paremman ja konkreettisemmän kuvan omasta vastuullisuuden tasostaan sekä hallinnoimaan taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristöllisiä vaikutuksiaan että parantamaan prosessiensa tuottavuutta, tehokkuutta ja vaikuttavuutta.

Yhden raportointiviitekehyksen ja –ohjeiston tarjoaa Global Reporting Initiative (GRI), josta lisätietoa löytää osoitteesta:

[www.globalreporting.org/language/s/Finnish/Pages/Yhteiskuntavastuuraportointi.aspx](http://www.globalreporting.org/language/s/Finnish/Pages/Yhteiskuntavastuuraportointi.aspx)

### 15. Vastuullisuudesta viestiminen eri kanavissa:

Vaikka vastuullisuusraportointi ei ole pakollista pk-yrityksille, niiden kannattaa tutustua asiaan ja viestiä vastuullisuudestaan sidosryhmilleen jollain niille sopivalla tavalla, kuten sosiaalisen median kautta, verkkosivuillaan tai muissa julkaisuissaan.