

Selvitys sidosryhmien käsituksesta suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu
Kilpailukyky
21/2016



TYÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ
ARBETS- OCH NÄRINGSMINISTERIET
MINISTRY OF EMPLOYMENT AND THE ECONOMY

Selvitys sidosryhmien käsitteistä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta

Tekijät Författare Authors KPMG Oy Ab:n Neuvontapalveluiden Yritysvastuun ja vastuullisen sijoittamisen palvelut	Julkaisuaika Publiceringstid Date Toukokuu 2016 Toimeksiantaja(t) Uppdragsgivare Commissioned by Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy Toimielimen asettamispäivä Organets tillsättningsdatum Date of appointment
Julkaisun nimi Titel Title Selvitys sidosryhmien käsityksistä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta	
Tiivistelmä Referat Abstract Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM), valtioneuvoston kanslian omistajaohjausyksikkö (VNK) ja ulkoasiainministeriö (UM) halusivat selvittää, millaisia näkemyksiä keskeisillä sidosryhmillä on suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta. Selvityksen kokonaistavoitteena oli täydentää nykyistä kuvaa, joka pohjautuu sekä yritysten omaan vastuullisuusviestintään ja -raportointiin sekä yritysten erilaisissa kysely- ja haastatteluselvityksissä antamiin kuvauksiin. Selvityksen tuloksia on tarkoitus hyödyntää yhteiskuntavastuupolitiikan toimeenpanossa. Selvityksessä ovat mukana seuraavat sidosryhmät: sijoittajat ja rahoittajat, viranomaiset, kansalaisjärjestöt, työmarkkina- osapuolet sekä asiantuntijaorganisaatiot. Odotuksena on, että näiden viiden keskeisen sidosryhmän näkemysten kautta on mahdollista saada kattava, tasapainoinen ja erilaiset näkemykset huomioon ottava kokonaiskuva. Selvityksessä oli kaksi aineistonkeruun vaihetta. Ensimmäisen vaiheen muodosti anonyymi online-kyselytutkimus ja toisen vaiheen muodosti syventävät henkilökohtaiset haastattelut. Kyselytutkimuksessa viisi sidosryhmää antoi näkemyksensä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuhaasteisiin ja -vahvuuksiin, arvioivat yritysten suoriutumista yhteiskuntavastuun eri teemoissa ja prosesseissa, arvioivat yhteiskuntavastuun toteutumisesta eri toimialoilla ja verrattuna eurooppalaisten verrokkimaiden joukkoon. Kyselytutkimuksen keskeinen osa oli yhteiskuntavastuun seitsemään teemaan liittyvä arviointi. Nämä seitsemän teemaa olivat: ihmisoikeudet, työntekijän oikeudet, ympäristö, kuluttajat, lahjonnan ja korruption torjunta, verotus sekä raportointi ja viestintä. Kyselytutkimuksen aineisto oli määrällistä sekä laadullista ja se analysoitiin soveltuvilla menetelmillä. Kyselytutkimuksen toteutusajankohta oli tammi-maaliskuu 2016. Vastausprosentti oli 44 %. Toisen vaiheen muodosti kymmenen organisaation puolistrukturoidut henkilökohtaiset haastattelut, joilla pyrimme syventämään ja laajentamaan kyselytutkimuksen tuloksia. Haastateltavien organisaatioiden valinta ohjautui sellaisiin sidosryhmiin, joiden vastausprosentti kyselytutkimuksessa oli suhteellisen alhainen, sekä sidosryhmiin, joiden näkemykset eivät aiemmin ole tulleet selvityksen tilaajille esiin muissa yhteyksissä tai joilla koettiin olevan uusia näkemyksiä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta. Työ- ja elinkeinoministeriön yhdyshenkilö: Työelämä- ja markkinaosasto/Linda Piirto, puh. 029 504 7028	
Asiasanat Nyckelord Key words yritysten yhteiskuntavastuu	
Painettu julkaisu Inbunden publikation Printed publication ISSN	Verkkojulkaisu Nätpublikation Web publication ISSN 1797-3562
Kokonaissivumäärä Sidoantal Pages 58	Kieli Språk Language Suomi, Finska, Finnish
Julkaisija Utgivare Published by Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy	Vain sähköinen julkaisu Endast som elektronisk publikation Published in electronic format only

Esipuhe

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM), valtioneuvoston kanslian omistajaohjausyksikkö (VNK) ja ulkoasiainministeriö (UM) halusivat selvittää, millaisia näkemyksiä keskeisillä sidosryhmillä on suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta. Selvityksen kokonaistavoitteena oli täydentää nykyistä kuvaa, joka pohjautuu sekä yritysten omaan vastuullisuusviestintään ja -raportointiin sekä yritysten erilaisissa kysely- ja haastatteluselvityksissä antamiin kuvauksiin. Selvityksen tuloksia on tarkoitus hyödyntää yhteiskuntavastuupolitiikan toimeenpanossa.

Selvityksellä oli kolme tarkempaa tavoitetta. Ensimmäinen niistä oli keskeisten sidosryhmien käsitysten selvittäminen suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta. Selvityksessä mukana olleet sidosryhmät olivat työ- ja elinkeinoministeriön (TEM) määrittelyn mukaiset sijoittajat ja rahoittajat, kansalaisjärjestöt, viranomaiset, työmarkkinaosapuolet ja asiantuntijaorganisaatiot. Tarkastelussa sidosryhmät arvioivat suomalaisia yrityksiä seuraavan luokituksen mukaisesti: pörs-siyhtiöt, valtion/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt sekä pienet ja keskisuuret yritykset (PK-yritykset).

Toisena tavoitteena oli selvittää, eroaako erityyppisten yritysten yhteiskuntavastuun tila ja taso toisistaan, ja miten suomalaisten yritysten tilanne vertautuu valit-tuun eurooppalaisten verrokkimaiden joukkoon. Kolmantena tavoitteena oli myös saada käsitys siitä, olivatko valitut yhteiskuntavastuun seitsemän teemaa – ihmis-oikeudet, työntekijän oikeudet, ympäristö, kuluttajat, verotus, lahjonnan ja korrup-tion torjunta, tai raportointi ja viestintä – erityisen hyvin tai huonosti hoidettuja suomalaisissa yrityksissä. Selvityksessä haetaan myös sidosryhmien näkemystä eri toimialoista.

Näihin kolmeen tavoitteeseen vastataksemme selvitimme suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilaa ja tasoa TEM:n toiveiden mukaisesti laaditulla kyselytutki-muksella sekä henkilökohtaisin haastatteluin.

Ensimmäisessä vaiheessa kyselytutkimuksen kohderyhmä antoi näkemyksensä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun haasteisiin ja vahvuuksiin, arvioi yritys-ten suoriutumista yhteiskuntavastuun eri teemoissa ja prosesseissa, arvioi yhteis-kuntavastuun toteutumisesta eri toimialoilla ja verrattuna eurooppalaisten verrok-kimaiden joukkoon. Kyselytutkimuksen keskeisen osan muodostaa yhteiskuntavas-tuun seitsemään teemaan liittyvä arviointi. Nämä seitsemän teemaa ovat: ihmis-oikeudet, työntekijän oikeudet, ympäristö, kuluttajat, lahjonnan ja korruption tor-junta, verotus sekä raportointi ja viestintä. Kyselytutkimuksen aineisto on määräl-listä sekä laadullista. Kyselytutkimuksen toteutusajankohta oli tammi-maaliskuu 2016. Kohderyhmä oli 142 henkilöä, joista 63 henkilöä vastasi. Vastausprosentti oli melko korkea, 44 %.

Toisen vaiheen muodosti kymmenen organisaation puolistrukturoidut henkilökohtaiset haastattelut, joilla pyrimme syventämään ja laajentamaan kyselytutkimuksen tuloksia. Haastateltavien organisaatioiden valinta ohjautui sellaisiin sidosryhmiin, joiden vastausprosentti kyselytutkimuksessa oli suhteellisen alhainen, sekä sidosryhmiin, joiden näkemykset eivät aiemmin ole tulleet selvityksen tilaajille esiin muissa yhteyksissä tai joilla koettiin olevan uusia näkemyksiä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta. Haastattelut suoritettiin helmi-maaliskuussa 2016.

Selvityksen tulokset osoittavat, että viiden sidosryhmän näkemyksiin perustuen suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun laatu on keskinkertainen. Suomalaisilla yrityksillä on hyvät mahdollisuudet integroida yhteiskuntavastuu kiinteäksi osaksi liiketoimintaansa. Integroinnin eri osa-alueiden osalta valvonnan ja raportoinnin prosessien tila ja taso on korkeampi kuin johtamisen ja strategisen suunnittelun prosessien tila ja taso. Toisaalta raportointi ja viestintä oli myös aihe, jonka osalta sidosryhmät toivoivat parannuksia. Eniten kehittymahdollisuuksia oli yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa. Yhteiskuntavastuun teemoista suomalaiset yritykset ovat vahvimilla lahjonnan ja korruption vastaisissa toimissa, ja heikoimmilla ihmisoikeuksissa.

Suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tila ja taso on vastaajien mielestä hieman parempi kuin verrokkimaiden joukon. Vastaajat kokivat vähittäis- ja tukku-kaupan yhteiskuntavastuun tilan ja tason korkeimmaksi eri toimialoja vertailtaessa. Teollisuustoimiala oli toiseksi paras ja ICT-toimiala kolmanneksi paras. Heikoimmaksi vastaajat arvioivat infra, rakentaminen ja kiinteistöt -toimialan, toiseksi matalimmaksi finanssitoimialan ja kolmanneksi matalimmaksi energiatoimialan yhteiskuntavastuun. Kansalaisjärjestöjen keskiarvot erottuvat matalimpina.

Selvityksen tilaajat ovat TEM:n lisäksi valtioneuvoston kanslian omistajaohjausyksikkö (VNK) ja ulkoasiainministeriö (UM). TEM on toiminut koordinoivana tahona selvityksen tilaajien puolelta.

Sisältö

Esipuhe.....	3
1 Johdanto.....	7
2 Tausta selvitykselle.....	8
2.1 Tehtävänasetus ja kysymyksenasettelu.....	8
3 Metodologia/Toteutus.....	9
3.1 Kyselytutkimus	9
3.1.1 Kohderyhmä	9
3.1.2 Aineistonkeruu ja sen ajankohta.....	9
3.1.3 Strukturoitu kyselylomake	9
3.1.4 Analysointi ja käytetyt menetelmät.....	10
3.2 Haastattelututkimus.....	10
3.2.1 Kohderyhmä	11
3.2.2 Puolistrukturoitu kyselylomake.....	11
3.2.3 Aineistonkeruu ja sen ajankohta.....	11
3.2.4 Analysointi ja käytetty menetelmä.....	12
4 Selvityksen tulokset.....	13
4.1 Kyselytutkimus	13
4.1.1 Aineiston kuvailu	13
4.1.2 Yhteiskuntavastuun haasteita	15
4.1.3 Yhteiskuntavastuun vahvuuksia	16
4.1.4 Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja.....	17
4.1.5 Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa	21
4.1.6 Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja.....	24
4.1.7 Suoriutuminen seitsemässä yhteiskuntavastuun teemassa ja niihin liittyvissä haasteissa – tarkastelussa oma toiminta ja toimitusketju.....	28
4.1.8 Yhteiskuntavastuun tila ja taso sekä verrokkimaat	36
4.1.9 Yhteiskuntavastuuraportoinnin ja -viestinnän vastaavuus käytännön toimintaan verrattuna.....	38
4.1.10 Yleisarvosana yhteiskuntavastuun tilalle ja tasolle	39
4.1.11 Eri toimialojen yhteiskuntavastuun tila ja taso	40
4.1.12 Kyselytutkimuksen tulosten yhteenveto ja johtopäätökset	42

4.2	Haastattelututkimus.....	43
4.2.1	Aineiston kuvailu	43
4.2.2	Yhteiskuntavastuun yhteys haastateltavan työhön	44
4.2.3	Yhteiskuntavastuun osa-alueet	44
4.2.4	Yhteiskuntavastuun kehittämisen alueet.....	45
4.2.5	Yhteiskuntavastuun seitsemän teemaa ja niihin liittyvät kehittymismahdollisuudet.....	46
4.2.6	Julkisen sektorin rooli yhteiskuntavastuun kehittämisessä.....	49
4.2.7	Kansainvälisten käytäntöjen tuominen Suomeen	50
4.2.8	Haastatteluissa esiin nousseet teemat	51
4.2.9	Yhteenveto haastatteluiden tuloksista.....	52
5	Yhteenveto	54
	Lähteet	56

1 Johdanto

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM), valtioneuvoston kanslian omistajaohjausyksikkö (VNK) ja ulkoasiainministeriö (UM) halusivat selvittää, millaisia näkemyksiä keskeisillä sidosryhmillä on suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta.

Selvityksen kokonaistavoitteena oli täydentää nykyistä kuvaa, joka pohjautuu sekä yritysten omaan vastuullisuusviestintään ja -raportointiin sekä yritysten erilaisissa kysely- ja haastatteluselvityksissä antamiin kuvauksiin. Selvityksen tuloksia on tarkoitus hyödyntää yhteiskuntavastuupolitiikan toimeenpanossa.

Selvityksessä olivat mukana seuraavat sidosryhmät: sijoittajat ja rahoittajat, viranomaiset, kansalaisjärjestöt, työmarkkinaosapuolet sekä asiantuntijaorganisaatiot. Odotuksena on, että näiden viiden keskeisen sidosryhmän näkemysten kautta on mahdollista saada kattava, tasapainoinen ja erilaiset näkemykset huomiioon ottava kokonaiskuva.

Selvityksessä oli kaksi aineistonkeruun vaihetta. Ensimmäisen vaiheen muodosti anonymi online-kyselytutkimus ja toisen vaiheen muodosti syventävät henkilökohtaiset haastattelut. Kyselytutkimuksessa viisi sidosryhmää antoi näkemyksensä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuhaasteisiin ja -vahvuuksiin, arvioivat yritysten suoriutumista yhteiskuntavastuun eri teemoissa ja prosesseissa, arvioivat yhteiskuntavastuun toteutumisesta eri toimialoilla ja verrattuna eurooppalaisten verrokkimaiden joukkoon. Kyselytutkimuksen keskeinen osa on yhteiskuntavastuun seitsemään teemaan liittyvä arviointi. Nämä seitsemän teemaa ovat: ihmis-oikeudet, työntekijän oikeudet, ympäristö, kuluttajat, lahjonnan ja korruption torjunta, verotus sekä raportointi ja viestintä. Kyselytutkimuksen aineisto on määrällistä sekä laadullista ja se analysoitiin soveltuvilla menetelmillä. Kyselytutkimuksen toteutusajankohta oli tammi-maaliskuu 2016. Vastausprosentti oli 44 %.

Toisen vaiheen muodosti kymmenen organisaation puolistrukturoidut henkilökohtaiset haastattelut, joilla pyrimme syventämään ja laajentamaan kyselytutkimuksen tuloksia. Haastateltavien organisaatioiden valinta ohjautui sellaisiin sidosryhmiin, joiden vastausprosentti kyselytutkimuksessa oli suhteellisen alhainen, sekä sidosryhmiin, joiden näkemykset eivät aiemmin ole tulleet selvityksen tilaajille esiin muissa yhteyksissä tai joilla koettiin olevan uusia näkemyksiä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta.

Selvityksen tilaajina ovat TEM, VNK ja UM. TEM on toiminut koordinoivana tahona selvityksen tilaajien puolelta. Selvityksen on laatinut, ja siihen liittyvän kyselytutkimuksen ja haastattelut on toteuttanut, KPMG Oy Ab:n Neuvontapalveluiden Yritysvastuun ja vastuullisen sijoittamisen palvelut (KPMG). Selvityksen ohjausryhmässä on ollut edustettuna tilaajatahot sekä selvityksen laatija. Ohjausryhmä kokoontui 8.1.2016, 10.3.2016 ja 4.4.2016 ohjaamaan selvityksen toteutusta.

2 Tausta selvitykselle

2.1 Tehtävänasetus ja kysymyksenasettelu

Selvityksen tavoitteena on viiden sidosryhmän – sijoittajat ja rahoittajat, kansalaisjärjestöt, viranomaiset, työmarkkinaosapuolet ja asiantuntijaorganisaatiot – käsitysten selvittäminen suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta.

Tavoitteena on lisäksi selvittää, eroaako erityyppisten yritysten yhteiskuntavastuun tila toisistaan, ja miten suomalaisten yritysten tilanne vertautuu eurooppalaisten verrokkimaiden joukkoon (Ruotsi, Tanska, Englanti, Saksa ja Alankomaat).

Tavoitteena on myös saada käsitys siitä, suoriutuvatko suomalaiset yritykset määritellyistä yhteiskuntavastuun seitsemästä teemasta (ihmisoikeudet, työntekijän oikeudet, ympäristö, kuluttajat, lahjonnan ja korruption torjunta, verotus, raportointi ja viestintä,) erityisen hyvin tai huonosti. Lisäksi sidosryhmien näkemyksen selvittäminen toimialojen välisistä eroista on mielenkiinnon kohteena.

Selvityksen ohjausryhmässä (TEM, VNK, UM, KPMG) määritetyt selvittävät kysymykset ovat:

- 1 Mitkä ovat valittujen sidosryhmien näkemykset ja käsitykset suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun laadusta?
- 2 Miten suomalaiset yritykset ovat integroineet yhteiskuntavastuun osaksi johtamista, strategista suunnittelua, tavoitteiden asetantaa, jokapäiväistä toimintaa, valvontaa ja raportointia?
- 3 Miten suomalaiset yritykset suoriutuvat yhteiskuntavastuun eri teemoista?
- 4 Millainen on suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tila ja taso verrattuna verrokkimaiden joukkoon (Ruotsi, Tanska, Saksa, Hollanti, Iso-Britannia)?

3 Metodologia/Toteutus

Selvityksen toteutustapoina olivat online-kyselytutkimus ja henkilökohtaiset haastattelut. Online-kyselytutkimus toteutettiin ensin, ja sen kohderyhmä koostui valituista sidosryhmistä, yhteensä 142 henkilöstä. Haastattelututkimuksen kohderyhmä, 10 organisaatiota, koostui myös valituista sidosryhmistä. Kokonaisuudessaan selvityksen suunnittelu ja raportointi ohjautuivat TEM:n toiveiden mukaisesti.

3.1 Kyselytutkimus

Kiinnostuksen kohteena oleviin kysymyksiin vastaamiseksi toteutimme online-kyselytutkimuksen. Kyselytutkimuksen avulla on mahdollista kerätä laaja aineisto lyhyessä ajassa. Tämä mahdollistaa kattavan ja monipuolisen tiedonkeruun (Hirsjärvi ja muut 1997).

3.1.1 Kohderyhmä

Online-kyselytutkimuksen kohderyhmänä oli viisi yritysten sidosryhmää: sijoittajat ja rahoittajat, kansalaisjärjestöt, viranomaiset, työmarkkinaosapuolet ja asiantuntija-organisaatiot.

3.1.2 Aineistonkeruu ja sen ajankohta

Kyselytutkimuksen aineistonkeruu koostui neljästä vaiheesta: valmistelusta, varsinaisesta aineiston keräämisestä, kontrolloinnista ja dokumentoinnista. Valmisteluvaiheessa kokosimme kyselytutkimuksen kohderyhmästä sidosryhmäkohtaiset listat TEM:n toiveiden mukaisesti. Osana valmisteluvaihetta selvitimme myös tavoiteltujen kontaktihenkilöiden nimet ja yhteystiedot varmistaaksemme onnistuneen aineistonkeruun. Toisessa vaiheessa lähetimme kyselytutkimuksen linkin sisältävän sähköpostin kullekin kohderyhmän henkilölle. Sähköpostista kävi ilmi kyselytutkimuksen tarkoitus ja lisäksi TEM:n, VNK:n ja UM:n kannustus osallistumiseen. Sähköpostissa ja kyselylomakkeessa oli myös maininta siitä, että kyselytutkimukseen osallistuminen on anonyymiä. Kolmas vaihe, kontrollointi, sisälsi kahden muistutussähköpostikierroksen lähettämisen. Kokonaisuudessaan aineistokeruu tapahtui tammi-helmikuussa 2016. Dokumentointivaihe sisälsi aineiston tallentamisen ja valmistelun analyysiä varten.

3.1.3 Strukturoitu kyselylomake

Strukturoitu kyselylomake koostuu kysymyksistä vastaajien taustatiedoista, varsinaisesta kysymysosioista sekä lopussa olevista yleisistä vapaista kommentteista.

Kysymysosion kukin kysymys on raportoitu tulososiossa. Valtaosa kysymyksistä perustuu Likertin asteikkoon seuraavasti:

- 0 = en osaa sanoa
- 1 = erittäin huono
- 2 = melko huono
- 3 = ei hyvä eikä huono
- 4 = melko hyvä
- 5 = erittäin hyvä.

Lisäksi kyselylomakkeessa on avoimia kysymyksiä sekä useassa kohdassa mahdollisuus vastaajan vapaisiin kommentteihin. Suurimmassa osassa kysymyksiä vastaajat arvioivat suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilaa ja tasoa yritystyyppiin perustuen (Pörssi-yhtiöt: yhtiöt, jonka osakkeilla käydään kauppaa Helsingin pörsin päälistalla; Valtion/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt; PK-yritykset: EU:n virallinen määritelmä: työntekijöitä < 250, vuosiliikevaihto ≤ 50 milj. €, taseen loppusumma ≤ 43 milj. €) ja valittujen seitsemän teeman perusteella (ihmisoikeudet, työntekijöiden oikeudet, ympäristö, kuluttajat, lahjonnan ja korruption torjunta, verotus, raportointi ja viestintä). Teemat on valittu TEM:n toiveiden mukaisesti.

Kyselytutkimuksen tavoitteena oli neljään TEM:n määrittelemään kysymykseen vastaamisen lisäksi kerätä tietoa monipuolisesti mutta tehokkaasti. Useiden kiinnostuksen kohteina olevien kysymysten määrästä johtuen kyselylomake rakentui usean kysymyksen osalta siten, että vastaajat arvioivat asiakokonaisuuksia yksittäisten kysymysten sijaan. Strukturoitu kyselylomake huomioi TEM:n toiveet kysymyksenasettelussa.

Kyselylomakkeen kieli on suomi. Aineistonkeruussa käytimme Digium-työkalua, joka on sähköinen kyselytutkimusten toteuttamisohjelma.

3.1.4 Analysointi ja käytetyt menetelmät

Analysoimme kyselytutkimuksen aineiston helmi-maaliskuussa 2016. Kyselytutkimuksen analysointimenetelminä ovat kuvailevat tiedot aineistosta, kuten frekvenssit, prosenttijakaumat ja keskiarvot. Nämä ovat selkeitä ja helposti ymmärrettävissä olevia tapoja tulosten analysointiin ja raportointiin. Lisäksi luokittelimme avoimia vastauksia.

3.2 Haastattelututkimus

Tässä selvityksessä haastattelututkimuksen tavoitteena oli syventää ja laajentaa kyselytutkimuksen tuloksia henkilökohtaisilla haastatteluilla. Lisäksi henkilökohtaisten haastatteluiden tavoitteena oli selvittää mahdollisia uusia teemoja, joita kyselytutkimuksessa ei tullut ilmi.

3.2.1 Kohderyhmä

Haastattelututkimuksen kohderyhmänä oli kolme viidestä TEM:n sidosryhmästä: sijoittajat ja rahoittajat, viranomaiset ja kansalaisjärjestöt. Selvityksen budjetin puitteissa haastatteluiden lukumääräksi valikoitui kymmenen haastattelua; niiden jakautumista kaikille viidelle sidosryhmälle ei nähty järkevänä haastattelututkimuksen tavoitteiden toteutumisen näkökulmasta. Haastateltavien organisaatioiden valinta ohjautui sellaisiin sidosryhmiin, joiden vastausprosentti kyselytutkimuksessa oli suhteellisen alhainen, sekä sidosryhmiin, joiden näkemykset eivät aiemmin ole tulleet selvityksen tilaajalle esiin muissa yhteyksissä tai joilla koettiin olevan uusia näkemyksiä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta.

3.2.2 Puolistrukturoitu kyselylomake

Haastattelututkimuksen tavoitteiden ohjaamana valmistelimme puolistrukturoidun kyselylomakkeen, joka sisälsi kyselytutkimuksen kysymyksistä ja alustavista tuloksista johdettuja kysymyksiä. Pyrimme henkilökohtaisissa haastatteluissa vapaamuotoiseen keskusteluun tiukan kyselylomakkeen seuraamisen sijaan vastataksemme haastattelututkimuksen tavoitteisiin (Bodgan ja Biklen 2007, Eriksson ja Kovalainen, 2008).

3.2.3 Aineistonkeruu ja sen ajankohta

Haastattelututkimuksen aineistonkeruu koostui kolmesta vaiheesta: valmistelusta, varsinaisesta aineiston keräämisestä ja dokumentoinnista. Valmisteluvaiheessa kokosimme haastattelututkimuksen kohderyhmän sidosryhmistä listat TEM:n toiveiden mukaisesti. Tavoiteltujen kontaktihenkilöiden nimet ja yhteystiedot meillä oli jo valmiina, sillä haastatteluiden kohderyhmä oli osajoukko kyselytutkimuksen kohderyhmästä. Haastateltavien henkilöiden valinta perustui heidän arvioituun laajaan osaamiseen yhteiskuntavastuusta niin Suomessa kuin kansainvälisesti. Aineistonkeruvaiheessa sovimme puhelimitse ja sähköpostitse haastatteluiden toteutusajankohdan, ja haastattelimme henkilökohtaisesti kasvotusten valitut kymmenen organisaatiota, jotka koostuivat sijoittajista ja rahoittajista, kansalaisjärjestöistä ja viranomaisista. Kasvotusten toteuttamissamme henkilökohtaisissa haastatteluissa oli paikalla kaksi KPMG:n asiantuntijaa: varsinainen haastattelija sekä haastattelut sähköiseen muotoon kirjaava asiantuntija yhtä haastattelua lukuun ottamatta. Kyseisessä haastattelussa haastattelija toimi myös haastattelun kirjaavana asiantuntijana. Varsinaisia haastattelijoita oli kolme, ja haastattelut sähköiseen muotoon kirjannut asiantuntija oli aina sama henkilö. Haastatteluiden alussa kerroimme selvityksen tavoitteet kokonaisuudessaan sekä haastattelun tavoitteet. Kerroimme myös selvityksen tilaajatahot sekä haastatteluiden luottamuksellisuuden.

Haastattelut suoritimme pääosin haastateltavan tahon toimistolla rauhallisessa kokoushuoneessa. Pari haastattelua teimme KPMG:llä, rauhallisessa kokoushuoneessa. Haastattelut kestivät keskimäärin noin tunnin. Kokonaisuudessaan aineistokeruu tapahtui helmi-maaliskuussa 2016.

Dokumentointivaiheessa viimeistelimme haastatteluissa sähköiseen muotoon kirjatut muistiinpanot ja tallensimme ne tietosuojamme mukaisesti KPMG:n asiakastiedostojen säilytyspaikkaan.

3.2.4 Analysointi ja käytetty menetelmä

Analysoimme haastattelututkimuksen aineiston maalis-huhtikuussa 2016. Haastattelututkimuksen aineiston analysointimenetelmänä oli luokittelu (Hirsjärvi ja muut 1997, Eriksson ja Kovalainen 2008). Laadullisen aineiston analysointiin ja tulkintaan vaikuttavat tutkijan subjektiiviset näkemykset. Näin ollen laadullinen aineisto voi saada eri merkityksiä tutkijasta riippuen.

Luimme haastatteluaineiston läpi useita kertoja ja siirsimme sen aineistosta esiin nousevien teemojen mukaisesti taulukkolaskentaohjelmaan. Teimme luokittelun kolmivaiheisesti: ensin luokittelimme selkeästi samankaltaisen aineiston eri teemoihin ja nimesimme teemat. Seuraavaksi luokittelimme vähemmän samankaltaista aineistoa uusiin teemoihin ja jo nimettyihin teemoihin. Kolmas vaihe toistui toisen vaiheen kanssa identtisenä. Luokittelun lopputuloksena laadullisen aineiston osat (lauseet ja pienet asiakokonaisuudet) voivat kuulua yhteen, kahteen tai kolmeen teemaan niiden asiasisällön perusteella.

Teemojen lisäksi siirsimme haastatteluaineiston taulukkolaskentaohjelmaan myös kysymyskohtaisesti. Tämä toimintatapa mahdollisti tulosten raportoinnin sekä puolistrukturoidun kyselylomakkeen kysymysten että esiin nousevien teemojen mukaisesti.

4 Selvityksen tulokset

4.1 Kyselytutkimus

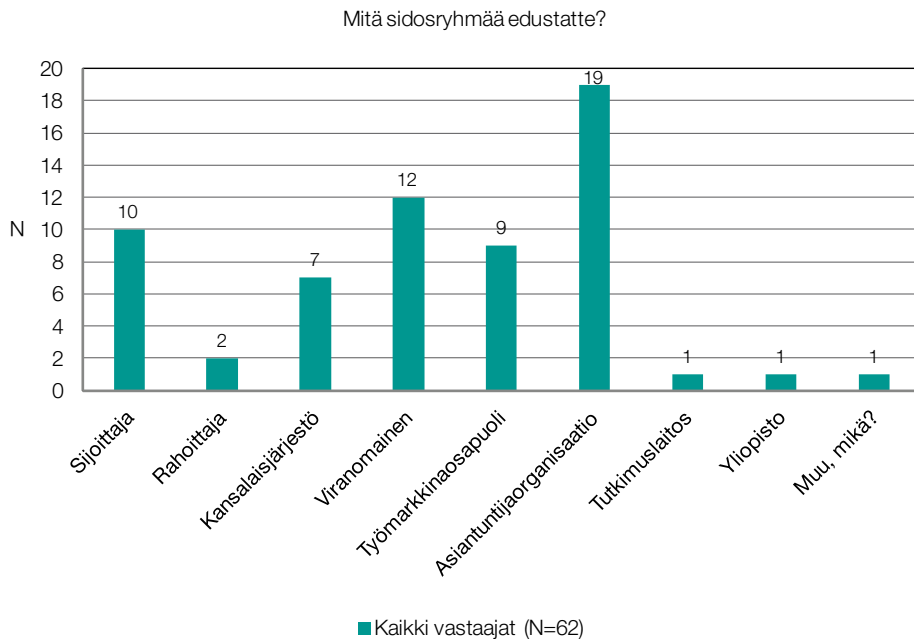
Tämä osio raportoi kyselytutkimuksen tulokset kyselylomakkeen kysymysten mukaisessa järjestyksessä. Tässä selvityksessä kyselytutkimuksen tuloksia tarkastellaan kaikkien vastaajien keskiarvojen kautta. Tarkastelu antaa hyvän ja yksiselitteisen yleiskuvan kyselytutkimuksen kohderyhmän, eli valikoitujen sidosryhmien, näkemyksistä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta. Verratessa eri sidosryhmien vastausten keskiarvoja toisiinsa, havaittiin vastausten jakaumissa vain pieniä eroja. Ainoa merkittävämpi ero sidosryhmien vastausten jakaumissa on kansalaisjärjestöjen vastauksissa; kansalaisjärjestöjen arviot ovat lähes kaikkien kyselytutkimuksen kysymysten kohdalla alhaisempia kuin muiden sidosryhmien.

4.1.1 Aineiston kuvailu

Kyselytutkimukseen vastasi yhteensä 63 henkilöä, vastausprosentti oli 44 %. Vastausten jakautuminen eri sidosryhmiin käy ilmi kuvaajasta 1; kysymyksessä sidosryhmäjako oli tarkempi kuin tämän selvityksen muissa tarkasteluissa yksityiskohtaisen taustatiedon saamiseksi. Yksi vastaaja ei kuitenkaan vastannut sidosryhmää koskevaan kysymykseen, mistä johtuen kuvaajassa 1 on kokonaisvastaajamääränä 62.

Eniten vastaajia tuli asiantuntijaorganisaatioista (19 henkilöä), seuraavaksi eniten viranomaisilta (12) ja sijoittajilta (10). Vähiten vastauksia tuli yliopistoilta (1), tutkimuslaitoksilta (1) ja ryhmästä "muu, mikä" (1; vastaaja identifioinut sidosryhmäkseen yritys).

Kuvaaja 1. Vastaajien jakautuminen eri sidosryhmiin.



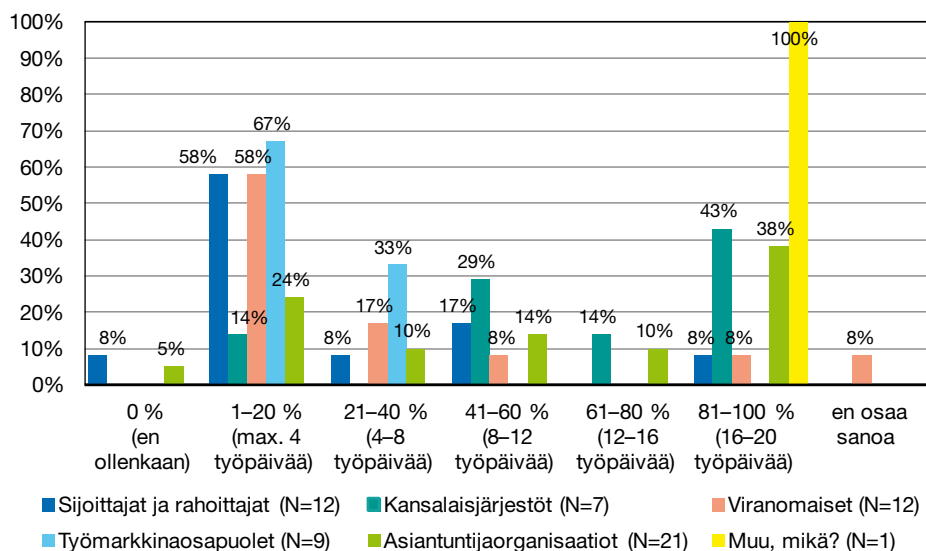
Tulosten analysoinnissa ja raportoinnissa käytämme seuraavasti luokiteltuja sidosryhmiä:

- Sijoittajat ja rahoittajat (10+2 = 12 vastaajaa)
- Kansalaisjärjestöt (7 vastaajaa)
- Viranomaiset (12 vastaajaa)
- Työmarkkinaosapuolet (9 vastaajaa)
- Asiantuntijaorganisaatiot (19+1+1 = 21 vastaajaa; sisältäen myös tutkimuslaitokset ja yliopistot).

Luokan "muu, mikä?" -luokan vastausta emme pääsääntöisesti raportoi erillisesti. Se on kuitenkin sisällytettyinä kaikkien sidosryhmien yhteisvastauksiin. Toimimme vastaavasti toisen vastauksen kanssa, jossa sidosryhmää ei ole määritelty.

Kuvaajasta 2 käy ilmi sidosryhmäkohtaisesti vastaajien työajan käyttö yhteiskuntavastuuasioihin kuukausitasolla (N=62). Kyselylomakkeen kysymys oli: "Kuinka monta prosenttia työajastanne kuukaudessa (keskimäärin 20 työpäivää) käytätte yhteiskuntavastuuseen liittyvien asioiden parissa?" Kuvaajan 2 perusteella enintään neljä työpäivää on tyypillisimmin käytetty työ määrää. Lähes kaiken työajan (16-20 päivää kuukaudessa) käyttäviä vastaajia löytyy erityisesti kansalaisjärjestöistä ja asiantuntijaorganisaatioista. Lisäksi "muu mikä?" -luokan vastaaja on valinnut tämän vaihtoehdon.

Kuvaaja 2. Vastaajien työajan käyttö yhteiskuntavastuuasioihin.



4.1.2 Yhteiskuntavastuun haasteita

Spontaaniin vastausten saamiseksi kyselylomakkeen alussa oli seuraava avoin kysymys: ”Mitkä näette suomalaisten yritysten suurimmiksi haasteiksi tai kehityskohteiksi yhteiskuntavastuussa? Mainitkaa 1–3 mielestänne merkittävintä haastetta tai kehityskohdetta.”

Yhteensä vastauksia tuli 161. Vastausten luokittelu perustuu esiinnousseisiin teemoihin, jotka olemme luokitelleet kolmivaiheisesti: sama haaste voi kuulua joissain tapauksissa kahteen tai kolmeen eri teemaan. Yhteensä löysimme 14 teemaa. Kolme eniten mainintoja saanutta teemaa on listattu ohessa muutaman esimerkkilainauksen kanssa.

Haaste 1: Yhteiskuntavastuun heikko johtaminen, integrointi liiketoimintaan ja hyödyntäminen (48 mainintaa)

Esimerkkejä mainituista haasteista:

”Yrityksen strategian linkki yhteiskuntavastuuseen”

”Vastuullisuuden integrointi läpi toiminnan”

”Vastuullisuuden kääntäminen liikearvoksi”

”Se ei ole tietoisien johtamisen kohteena”

Haaste 2: Toimitusketjuun ja globaaliuteen liittyvät haasteet (34 mainintaa)

Esimerkkejä mainituista haasteista:

"Ihmisoikeuksien, kuten työntekijöiden perusoikeuksien toteutuminen, työlolot ja palkkataso suomalaisyritysten hankintaketjuun tuottavissa yrityksissä kehittyvissä maissa (ml monet itäisen Euroopan maat)"

"Hankintaketjun vastuullisuusvalvonnan järjestäminen, luotettavasti ja yhteistyössä relevanttien työelämän toimijoiden (mm. paikallisen ammattiyhdistysliikkeen) kanssa."

"Toimintaketjujen hallinta/auditointi"

"Toimintaympäristön kansainvälistymisen seurauksena läpinäkyvyys hankintaketjussa on heikentynyt."

"Toiminta heikon hallinnon maissa."

Haaste 3: Puutteelliseen yhteiskuntavastuun ymmärrykseen ja osaamiseen liittyvät haasteet (27 mainintaa)

Esimerkkejä mainituista haasteista:

"Yhteiskuntavastuun sisällön määrittäminen"

"Reaktiivisuus ja varovaisuus teemojen tunnistamisessa ja hallinnassa"

"Ymmärryksen puute miten hyödyntää asiaa myynnissä"

"Maineriskin ja etenkin sen toteutumisen seurausten ymmärtäminen"

4.1.3 Yhteiskuntavastuun vahvuuksia

Spontaanien vastausten saamiseksi kyselylomake selvitti myös suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun vahvuuksia. Kysymys oli seuraava: "Mitkä näette suomalais-ten yritysten vahvuuksiksi yhteiskuntavastuussa?"

Yhteensä vastauksia tuli 149. Vastausten luokittelu perustuu esiinnousseisiin teemoihin, jotka olemme luokitelleet kolmivaiheisesti: sama vahvuus voi kuulua joissain tapauksissa kahteen tai kolmeen eri teemaan. Yhteensä löysimme kymmenen teemaa. Neljä eniten mainintoja saanutta teemaa on listattu ohessa muutaman esimerkkilainauksen kanssa.

Vahvuus 1: Vahva suomalainen osaaminen (37 mainintaa)

Esimerkkejä mainituista vahvuuksista:

"Pitkä kokemus järjestäytyneistä työmarkkinoista ja työelämästä sekä sopimiseen perustuvien, toimivien työelämäsuhteiden eduista"

"Korkea teknologiataso, mm. energian säästöön liittyen"

"Muutama kansainvälisessä vertailussa pärjäävä edelläkävijä asettavat riman korkealle"

"Korkea koulutustaso ja vastuulliset viranomaiset"

Vahvuus 2: Konkreettinen tekeminen ja hyvä etiikka (34)

Esimerkkejä mainituista vahvuuksista:

"Hyvä liiketoimintakulttuuri ja etiikka kunnossa"

"Käytännöllinen ote asioiden ratkaisuun, ongelmia ei yleensä lakaista maton alle"

"Tekemisorientoituneisuus"

"Yhteiskuntamme DNA:ssa on rehellisyys ja vastuullisuus"

Vahvuus 3: Avoimuus, viestintä ja sidosryhmäyhteistyö (27 mainintaa)

Esimerkkejä mainituista vahvuuksista:

"Hyvä yhteiskunnallinen keskusteluyhteys hallinnon ja sidosryhmien kanssa Suomessa"

"Läpinäkyvyys"

"Tiedostetaan sosiaalisen median valta ja maineriskit"

"Vastuullisuus mielikuva muodostuu nuorilla kuluttajilla nettitietoihin perustuen".

Vahvuus 4: Ympäristövastuu (27 mainintaa)

Esimerkkejä mainituista vahvuuksista:

"Cleantech sopii hyvin suomalaisten yritysten liiketoiminnaksi"

"Ympäristönäkökulmia korostetaan (mm. energiatehokkuus) ja ne ovat yleensä hyvällä tasolla"

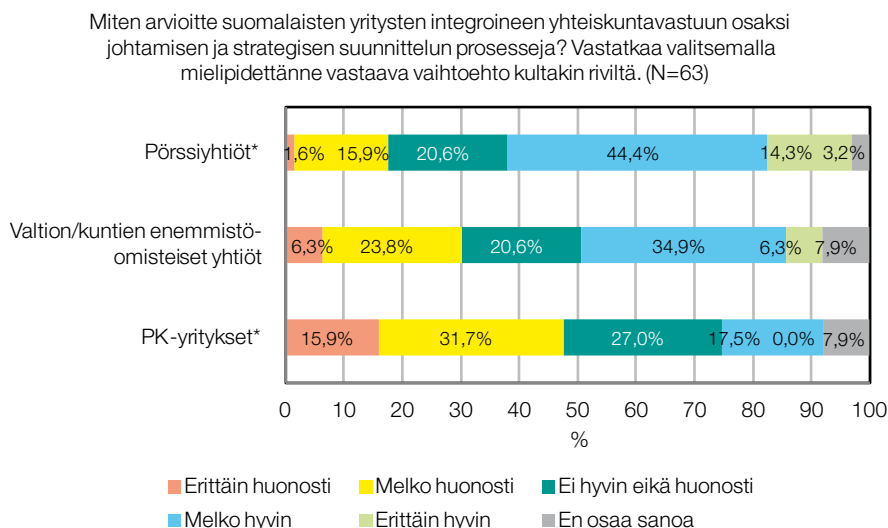
"Pitkä historia luonnonvarojen käytöstä"

"Ympäristöasiat ovat tärkeämpiä Suomessa kuin maailmassa keskimäärin"

4.1.4 Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja

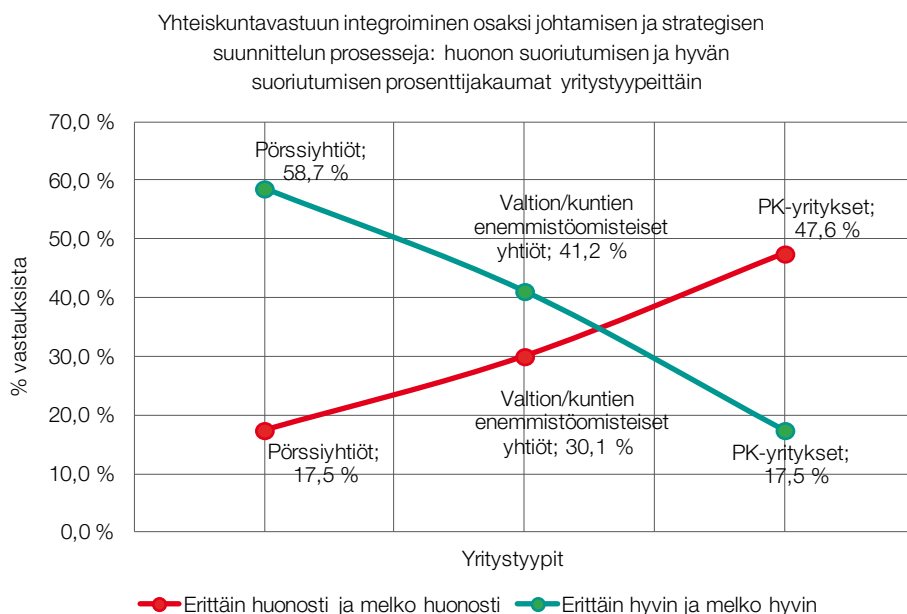
Kyselytutkimuksen kohderyhmän näkemyksiä yhteiskuntavastuun integroinnista osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja mittasi seuraava kysymys: "Miten arvioitte suomalaisten yritysten integroineen yhteiskuntavastuun osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja?" Vastausasteikkona oli: 1=erittäin huonosti - 5=erittäin hyvin, ja 0=en osaa sanoa. Arviointikohteena olivat pörssiyritykset, valtion/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt ja PK-yritykset. Sama vastausasteikko ja yritystyyppit ovat käytössä läpi kyselytutkimuksen. Kaikkien vastaajien vastausten jakautuminen vastausasteikon eri vastausvaihtoehtoihin käy ilmi kuvajasta 3.

Kuvaaja 3. Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja: kaikkien vastaajien vastausten jakautuminen vastausasteikon eri vastaus-vaihtoehtoihin.



Kuvaajasta 3 käy ilmi, että vain pieni osa vastaajista kokee suomalaisten yritysten integroineen yhteiskuntavastuun osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja erittäin huonosti. Suurempi määrä on valinnut vastausvaihtoehdon ”Melko huonosti”. Vastaajat ovat valinneet näitä kahta vastausvaihtoehtoa vähiten pörssiyrityksien osalta (17,5 %), seuraavaksi eniten valtion/kuntien enemmistöomisteisten yritysten osalta (30,1 %) ja eniten PK-yritysten osalta (47,6 %), lähes puolet vastauksista. ”Melko hyvin” ja ”Erittäin hyvin” -vastausvaihtoehtojen prosenttimäärät yritystyyppin mukaan ovat seuraavat: pörssiyritykset 58,7 %, valtion/kuntien enemmistöomisteiset 41,2 % ja PK-yritykset 17,5 %. Näiden vastausten yhteenlasketut summat yritystyypeittäin on kuvaajassa 4. Tulokset viittaavat siihen, että pörssiyritykset ovat vastaajien mielestä integroineet yhteiskuntavastuun osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja paremmin kuin muut yritykset. PK-yritykset ovat vastaajien mielestä tehneet näin heikoimmin, ja valtion/kuntien enemmistöomisteiset yritykset ovat näiden kahden välissä. Kuvaajasta 4 käy myös ilmi, että huonon ja hyvän suoriutumisen kuvaajat ovat lähes peilikuvat toisistaan: pörssiyrityksien hyvää suoriutumista indikoi 58,7 % vastauksista hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehtoissa ja 17,5 % vastauksista huonon suoriutumisen kategoriassa, kun taas PK-yrityksille vastaavat luvut ovat 17,5 % hyvän suoriutumisen kategoriassa ja 47,6 % vastauksista huonon suoriutumisen kategoriassa. Valtion/kuntien enemmistöomisteisten yritysten vastauksia on jonkin verran enemmän hyvän suoriutumisen kategoriassa kuin huonon suoriutumisen kategoriassa.

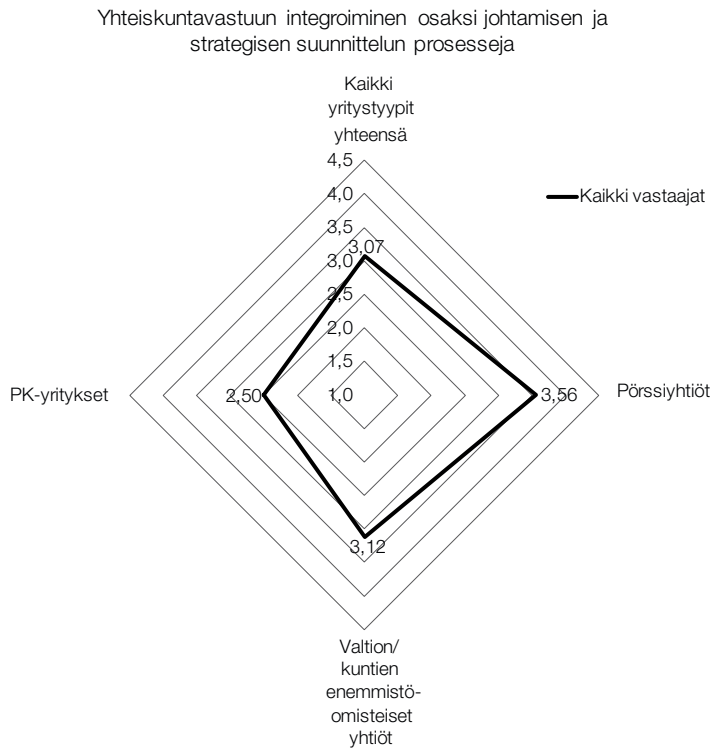
Kuvaaja 4. Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja: huonon suoriutumisen ja hyvän suoriutumisen prosenttijakaumat yritystyypeittäin.



Noin yksi viidesosa vastauksista on luokassa "Ei hyvin eikä huonosti" pörssiyrityksien ja valtion/kuntien enemmistöomisteisten yhtiöiden osalta. PK-yritysten osalta vastauksia on tässä luokassa noin yksi kolmasosa. Pieni osa vastaajista on myös valinnut vastausvaihtoehdon "En osaa sanoa". Pörssiyrityksien selkeästi pienin prosenttiosuus (3,2 %) viittaa siihen, että arvioitava asia on ollut helpoin arvioida pörssiyrityksien osalta. Vastaavat prosenttiosuudet valtion/kuntien enemmistöomisteisissä yhtiöissä ja PK-yrityksissä ovat 7,9 % ja 7,9 %.

Prosenttijakaumien lisäksi on mielenkiintoista katsoa tuloksia keskiarvojen kautta. Kuvaajassa 5 on kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyrityksille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Pörssiyritykset ovat saaneet korkeimman keskiarvon (3,56), valtion/kuntien enemmistöomisteiset toiseksi korkeimman (3,12) ja PK-yritykset matalimman keskiarvon (2,50). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 3,07 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

Kuvaaja 5. Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja: kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.



Esimerkkejä kyselytutkimuksen vapaamuotoisista kommenteista:

"Organisaatiokaaviossa ja yhteiskuntavastuuraporteissa annettu kuva on, että yritysvastuu kuuluu yrityksen korkeimman johdon vastuualueelle. Todellisuudessa yritysvastuukysymykset saavat kokemuksemme mukaan hyvin vähän painoarvoa eikä niitä käsitellä esimerkiksi yritysten johtoryhmässä säännöllisesti. Investointipäätöksiä tehtäessä taloudelliset näkökohdat menevät edelleen vahvasti ihmisoikeusriskien edelle. Pörssiyrityöiden hallituksissa on vain harvoin yritysvastuukysymysten asiantuntemusta. Kuntien liikelaitoksissa ja pk-yrityksissä yritysvastuu ei ole useinkaan lainkaan johdon agendalla."

"Yhteiskuntavastuun mittarit päättyy erittäin harvoin osaksi ylimmän johdon tulospalkkiomittareita."

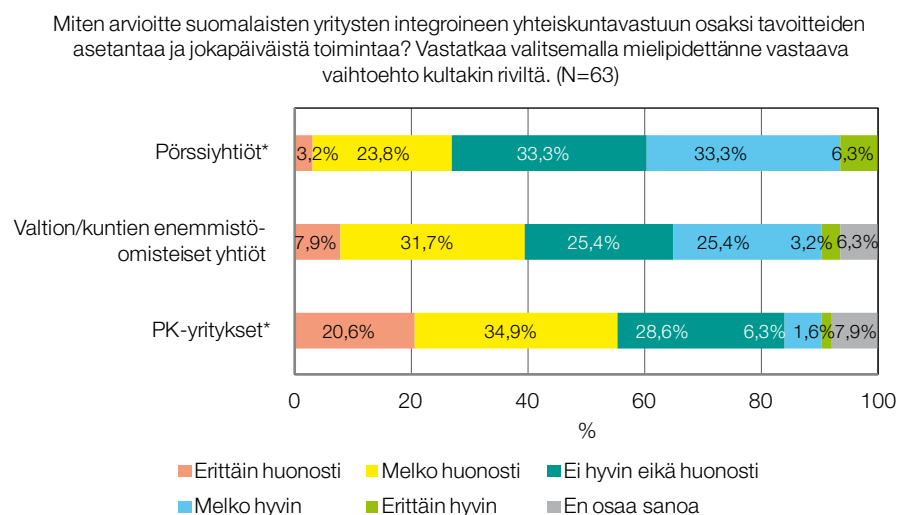
"Suuri ongelma on yritysvastuun ja liiketoiminnallisen ymmärryksen varsin totaalin erillisyyden, jonka seurauksena sisäinen integrointi todelliseen päätöksentekoon on mahdotonta."

"Yrityksissä ymmärrys yhteiskuntavastuusta ja sen merkityksestä ja mahdollisuuksista on varsin kapea, mikä heikentää sen täyden potentiaalin saavuttamista."

4.1.5 Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa

Kyselytutkimuksen kohderyhmän näkemyksiä yhteiskuntavastuun integroinnista osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa mittasi seuraava kysymys: "Miten arvioitte suomalaisten yritysten integroineen yhteiskuntavastuun osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa?" Kaikkien vastaajien vastausten jakautuminen vastausasteikon eri vastausvaihtoehtoihin käy ilmi kuvaajasta 6.

Kuvaaja 6. Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa: kaikkien vastaajien vastausten jakautuminen vastausasteikon eri vastausvaihtoehtoihin.

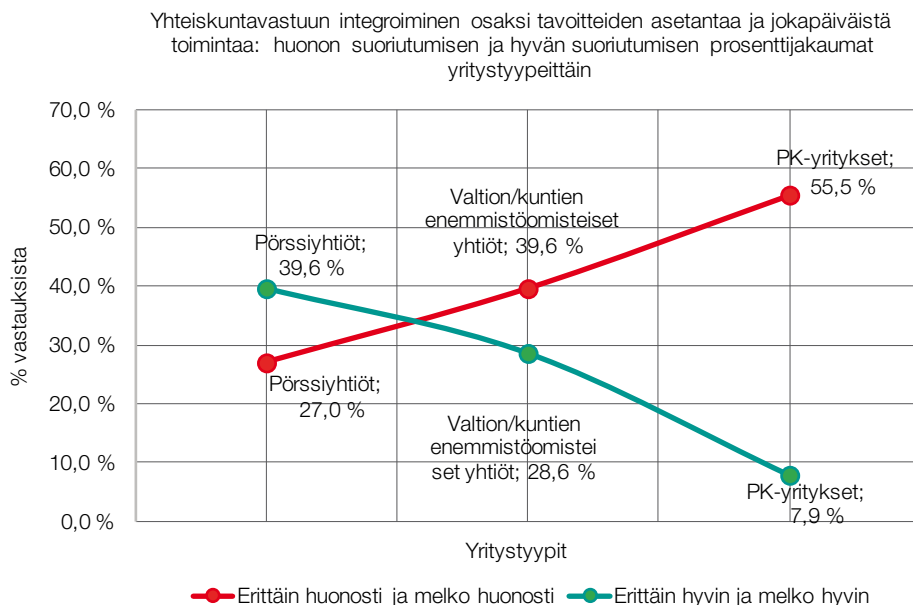


Kuvaajasta 6 käy ilmi, että vain pieni osa vastaajista (3,2 %) kokee suomalaisten pörssiyhtiöiden integroineen yhteiskuntavastuun osaksi tavoitteiden asentaa ja jokapäiväistä toimintaa erittäin huonosti. Valtion/kuntien enemmistöomisteisissa yhtiöissä näin on yli kaksinkertaisesti (7,9 %) pörssiyhtiöihin verrattuna ja PK-yrityksissä 20,6 % vastauksista on "Erittäin huonosti" -vastausvaihtoehdossa. Selkeästi suurempi määrä vastaajia on valinnut seuraavan vastausvaihtoehdon, "Melko huonosti". Vastaajat ovat valinneet näitä kahta vastausvaihtoehtoa vähiten pörssiyhtiöiden osalta (27,0 %), seuraavaksi eniten valtion/kuntien enemmistöomisteisten yhtiöiden osalta (39,6 %) ja eniten PK-yritysten osalta (55,5 %), eli yli puolet vastauksista on tässä vastausvaihtoehdossa. "Melko hyvin" ja "Erittäin hyvin" -vastausvaihtoehtojen prosenttimäärät yritystyyppin mukaan ovat seuraavat: pörssiyhtiöt 39,6 %, valtion/kuntien enemmistöomisteiset 28,6 % ja PK-yritykset 7,9 %. Näiden vastausten yhteenlasketut summat yritystyypeittäin on kuvaajassa 7. Tulokset viittaavat siihen, että pörssiyhtiöt ovat vastaajien mielestä integroineet yhteiskuntavastuun osaksi

tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa paremmin kuin muut yritykset. PK-yritykset ovat vastaajien mielestä tehneet näin heikoimmin, ja valtion/kuntien enemmistöomisteiset yritykset ovat näiden kahden välissä.

Noin yksi kolmasosa vastauksista on luokassa ”Ei hyvin eikä huonosti” kaikissa yritystyypeissä. Pieni osa vastaajista on myös valinnut vastausvaihtoehdon ”En osaa sanoa”. Pörssiyrityksiä tässä luokassa ei ole vastauksia (0,0 %). Valtion/kuntien enemmistöomisteisissa yhtiöissä ja PK-yrityksissä prosenttiosuudet ovat 6,3 % ja 7,9 %.

Kuvaaja 7. Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi tavoitteiden asentantaa ja jokapäiväistä toimintaa: huonon suoriutumisen ja hyvän suoriutumisen prosenttijakaumat yritystyypeittäin.



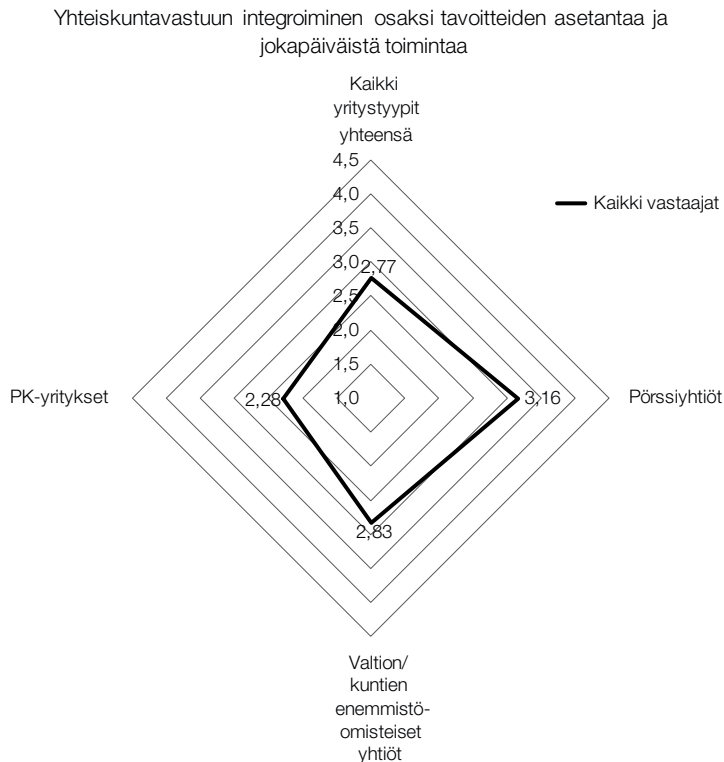
Kuvaajasta 7 käy ilmi, että huonon ja hyvän suoriutumisen kuvaajat ovat lähes peilikuvat toisistaan: pörssiyritysten kohtalaisen hyvää suoriutumista indikoi 39,6 % vastauksista hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa ja 27,0 % vastauksista huonon suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa. Nämä luvut indikoivat, että pörssiyritykset ovat kuitenkin suoriutuneet yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi tavoitteiden asentantaa ja jokapäiväistä toimintaa heikommin kuin yhteiskuntavastuun integroimisessa osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja (vrt. kuvaaja 4).

PK-yrityksille vastaavat luvut ovat 7,9 % hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa ja 55,5 % vastauksista huonon suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa. Tulokset viittaavat siihen, että PK-yrityksillä on myös enemmän parannettavaa yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi tavoitteiden asentantaa ja jokapäiväistä toimintaa kuin integroinnissa osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja. Tulokset

on samansuuntainen valtion/kuntien enemmistöomisteisten yhtiöiden osalta. Vastauksia on yli 10 % enemmän huonon suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa kuin hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa (39,6 % vs. 28,6 %).

Tulosten tarkastelu keskiarvoihin perustuen on kuvaajassa 8.

Kuvaaja 8. Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa: kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.



Kuvaajasta 8 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyrityksille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Pörssiyrityt ovat saaneet korkeimman keskiarvon (3,16), valtion/kuntien enemmistöomisteiset toiseksi korkeimman (2,83) ja PK-yritykset matalimman keskiarvon (2,28). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 2,77 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista). Kaikki keskiarvot ovat matalampia kuin vastaavat yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja.

Esimerkkejä kyselytutkimuksen vapaamuotoisista kommentteista:

"Yritysvastuuasiantuntijoiden ääni ei kuitenkaan kokemuksemme mukaan kuulu läpi organisaation: esimerkiksi ostoista vastaavat osastot eivät aina toteuta yritysvastuuosaston laatimia linjauksia."

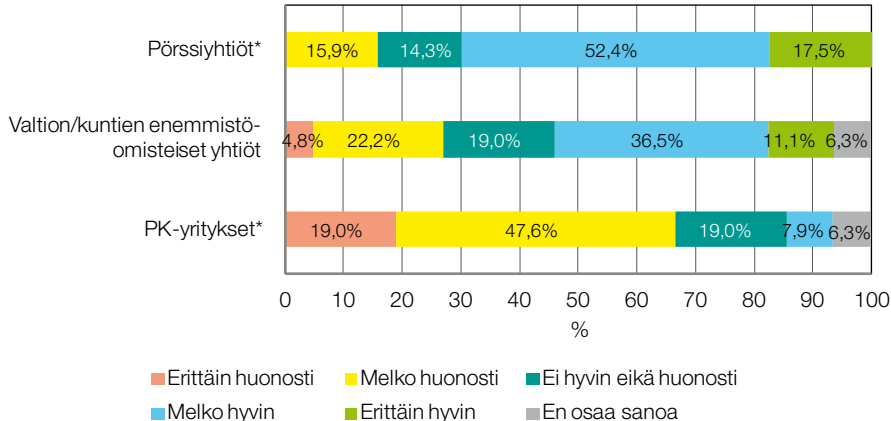
"Konkreettisten tavoitteiden asetanta käsittääkseni voisi olla paremmallakin tolalla. Toisaalta jokapäiväisessä toiminnassa vaikuttaa olevan hyvä vire."

4.1.6 Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja

Kyselytutkimuksen kohderyhmän näkemyksiä yhteiskuntavastuun integroinnista osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja mittasi seuraava kysymys: "Miten arvioitte suomalaisten yritysten integroineen yhteiskuntavastuun osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja?" Kaikkien vastaajien vastausten jakautuminen vastausasteikon eri vastausvaihtoehtoihin käy ilmi kuvaajasta 9.

Kuvaaja 9. Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja: Kaikkien vastaajien vastausten jakautuminen vastausasteikon eri vastausvaihtoehtoihin.

Miten arvioitte suomalaisten yritysten integroineen yhteiskuntavastuun osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja? Vastatkaa valitsemalla mielipidettänne vastaava vaihtoehto kultakin riviltä. (N=63)

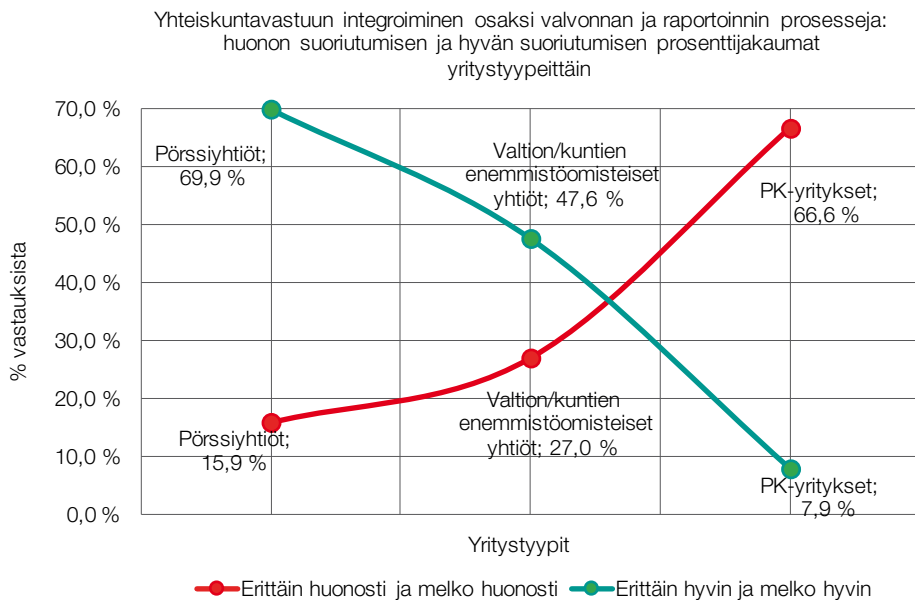


Kuvaajasta 9 käy ilmi, että vastaajat eivät ole lainkaan (0,0 %) kokeneet suomalaisten pörssiyhtiöiden integroineen yhteiskuntavastuuta osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja erittäin huonosti. Valtion/kuntien enemmistöomisteisten yhtiöiden osalta 4,8 % vastaajista on valinnut tämän vastausvaihtoehdon ja PK-yritysten osalta 19,0 % vastauksista on "Erittäin huonosti" -vastausvaihtoehdossa. Selkeästi enemmän vastauksia on "Melko huonosti" -vastausvaihtoehdossa. Vastaajat ovat valinneet näitä kahta vastausvaihtoehtoa vähiten pörssiyhtiöiden osalta (15,9 %), seuraavaksi eniten valtion/kuntien enemmistöomisteisten yhtiöiden osalta (27,0 %).

ja eniten PK-yritysten osalta (66,6 %). ”Melko hyvin” ja ”Erittäin hyvin” -vastausvaihtoehtojen prosenttimäärät yritystyyppin mukaan ovat seuraavat: pörssiyhtiöt 69,9 %, valtion/kuntien enemmistöomisteiset 47,6 % ja PK-yritykset 7,9 %. Tulokset viittaavat siihen, että pörssiyhtiöt ovat vastaajien mielestä integroineet yhteiskuntavastuun osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja paremmin kuin muut yritykset. PK-yritykset ovat vastaajien mielestä tehneet näin heikoimmin, ja valtion/kuntien enemmistöomisteiset yritykset ovat näiden kahden välissä.

Pörssiyhtiöitä koskevista vastauksista 14,3 % on vastausvaihtoehdossa ”Ei hyvin eikä huonosti”. Kahden muun yritystyyppin osalta noin yksi viidesosa on tässä vastausvaihtoehdossa (valtion/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt 19,0 %, PK-yritykset 19,0 %). Pieni osa vastaajista on myös valinnut vastausvaihtoehdon ”En osaa sanoa”. Pörssiyhtiöillä tässä luokassa ei ole vastauksia (0,0 %). Valtion/kuntien enemmistöomisteisissa yhtiöissä ja PK-yrityksissä prosenttiosuudet ovat kummassakin 6,3 %.

Kuvaaja 10. Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja: huonon suoriutumisen ja hyvän suoriutumisen prosenttijakaumat yritystyypeittäin.



Kuvaajasta 10 käy ilmi, että huonon ja hyvän suoriutumisen kuvaajat ovat lähes peilikuvat toisistaan, kuten aikaisemmissa vastaavissa kuvaajissa: pörssiyhtiöiden hyvää tai jopa erittäin hyvää suoriutumista indikoi 69,9 % vastauksista hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa ja vain 15,9 % vastauksista huonon suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa. Nämä luvut indikoivat, että pörssiyhtiöt ovat suoriutuneet yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja paremmin kuin yhteiskuntavastuun integroimisessa osaksi johtamisen ja

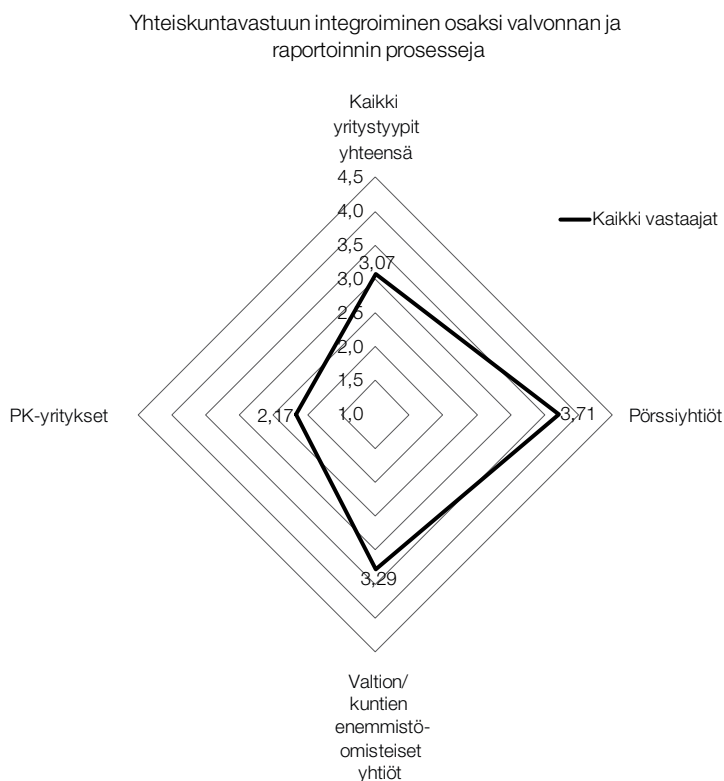
strategisen suunnittelun prosesseja (vrt. kuvaaja 4). Näissä kahdessa integroinnin osa-alueessa pörssiyhtiöt ovat vahvempia kuin yhteiskuntavastuun integroimisessa osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa (vrt. kuvaaja 7).

PK-yrityksillä hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa on 7,9 % vastauksista ja 66,6 % vastauksista huonon suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa. Verrattaessa näitä kahta tulosta kahteen muuhun yhteiskuntavastuun integroinnin osa-alueeseen käy ilmi, että hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa on vähemmän vastauksia kuin yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja (vrt. kuvaaja 4) ja saman verran vastauksia kuin yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa (vrt. kuvaaja 7). Kaikkien integroinnin kolmen osa-alueen osalta hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa on melko vähän vastauksia. Vastaajien näkemyksiin perustuvat tulokset viittaavat siihen, että PK-yrityksillä on hyvät mahdollisuudet integroida yhteiskuntavastuu osaksi toimintaansa sen eri osa-alueilla yhä paremmin.

Valtion/kuntien enemmistöomisteisissa yhtiöissä hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa on 47,6 % vastauksista ja 27,0 % vastauksista on huonon suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa. Verrattaessa näitä kahta tulosta kahteen muuhun yhteiskuntavastuun integroinnin osa-alueeseen käy ilmi, että hyvän suoriutumisen vastausvaihtoehdoissa on selkeästi enemmän vastauksia (47,6 %) kuin yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja (41,2 %) ja yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa (28,6 %; vrt. kuvaajat 4 ja 7). Huonoon suoriutumiseen perustuvia vastauksia on muihin integroinnin osa-alueisiin verrattuna vähiten (27,0 %). Tämä on kuitenkin lähes yksi kolmasosa vastauksista. Vastaajien näkemyksiin perustuvat tulokset viittaavat siihen, että valtion/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt ovat yhteiskuntavastuun integroinnin kolmesta osa-alueesta vahvimpia valvonnan ja raportoinnin prosesseissa. Kokonaisuudessaan valtion/kuntien enemmistöomisteisillä yhtiöillä on mahdollisuuksia integroida yhteiskuntavastuu osaksi toimintaansa sen eri osa-alueilla vielä paremmin.

Tulosten tarkastelu keskiarvoihin perustuen on kuvaajassa 11.

Kuvaaja 11. Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja: kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.



Kuvaajasta 11 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyhtiöille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Pörssiyhtiöt ovat saaneet korkeimman keskiarvon (3,71), valtion/kuntien enemmistöomisteiset toiseksi korkeimman (3,29) ja PK-yritykset matalimman keskiarvon (2,17). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 3,07 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista). Pörssiyhtiöiden keskiarvo on korkeampi kuin yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja (3,56) ja yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa (3,16). Valtion/kuntaomisteisten yhtiöiden keskiarvo on korkeampi kuin yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja (3,12) ja tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa (2,83). PK-yritysten keskiarvo on matalampi kuin yhteiskuntavastuun kahdella muulla integroinnin osa-alueella (johtamisen ja strategisen suunnittelun prosessit: 2,50; tavoitteiden asetanta ja jokapäiväinen toiminta 2,28).

Esimerkkejä kyselytutkimuksen vapaamuotoisista kommenteista:

"Voi olla, että osassa yrityksiä aiheeseen liittyvät asiat on erittäin hyvin hoidettu, mutta niitä ei edes välttämättä mielletä yhteiskuntavastuuasioiksi ja niistä ei viestitä tämän otsikon alla."

"Viestintä tapahtuu pääasiassa raportoinnin kautta eikä eri kohderyhmille räätälöidysti ja ymmärrettävästi, jolloin monet asiat hukkuvat massaan ja vaikea saada kokonaiskuva. Viestintää pitäisi lisätä runsaasti ja toiminnan eri vaiheissa, nyt kaikki paukut raportin tekemisessä."

"Usein tuntuu siltä, etteivät raportin tekijät ole oikein osanneet päättää, kenelle raportti tehdään. Raportit ovat liian pitkiä ja olennaisuuksia on hankala löytää."

"Suosittelisin lämpimästi kaikille yrityksille sidosryhmädialogia vastuullisuusviestintään kohdistuvista odotuksista."

4.1.7 Suoriutuminen seitsemässä yhteiskuntavastuun teemassa ja niihin liittyvissä haasteissa – tarkastelussa oma toiminta ja toimitusketju

Kyselytutkimuksen kohderyhmän näkemyksiä seitsemään yhteiskuntavastuun teemaan kartoitti seuraava kysymys: "Miten arvioitte suomalaisten yritysten suoriutuvan seuraaviin yhteiskuntavastuun teemoihin ja prosesseihin liittyvistä haasteista sekä omassa toiminnassaan että toimitusketjussa?" Tarkastelun kohteena olevat teemat olivat:

1. Ihmisoikeudet (monimuotoisuus, tasa-arvoiset mahdollisuudet, lapsi- ja pakko-työ jne.)
2. Työntekijöiden oikeudet (järjestäytymisvapaus, elämiseen riittävä palkka jne.)
3. Ympäristö (resurssitehokkuuden parantaminen, ympäristövaikutusten vähentäminen jne.)
4. Kuluttajat (tuotevastuu, vastuullinen markkinointi jne.)
5. Lahjonnan ja korruption torjunta (menettelytavat ilmoittajan suojeluun ja väärinkäytösten ehkäisyyn sekä epäilyihin puuttumiseen jne.)
6. Verotus (vakaa ja vastuullinen veronmaksu sekä sen läpinäkyvä raportointi jne.)
7. Raportointi ja viestintä (avoin ja läpinäkyvä viestintä; muun muassa hyvän hallinnointitavan ja yritys vastuun raportointi, raportointipolitiikat ja -prosessit jne.)

Lisäksi vastaajilla oli mahdollisuus määritellä yksi oma teema. Kyselylomakkeen ohje kannusti vastaajia arvioimaan kutakin teemaa kunkin kolmen yritystyyppin osalta kokonaisuutena.

Esimerkkejä kyselytutkimuksen vapaamuotoisista kommenteista:

"Kaikilla suomalaisilla yrityksillä on edelleen merkittäviä haasteita alihankintaketjunsu vastuullisuuden hallinnassa ja valvonnassa."

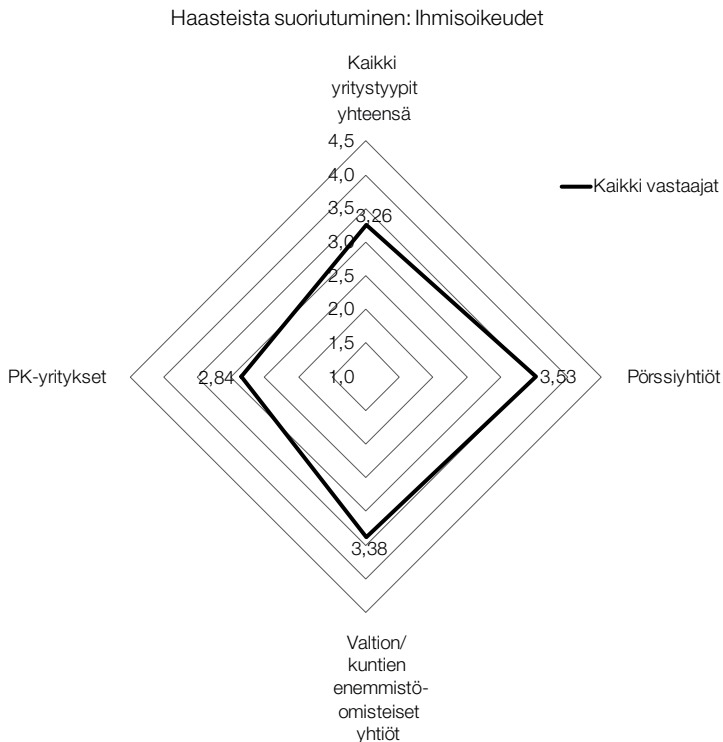
"Yritysten vastuullisuustyössä löytyy aina parannettavan varaa, mutta kehitys on ollut kiitettävää ja vastuullisuus nähdään laajasti lähtökohtana liiketoiminnalle."

"Viestintä on tässäkin kyselyssä mielletty raportoinniksi, politiikoiksi ja prosesseiksi. Miksi näin? Se on tai sen pitäisi olla paljon enemmän. Emme pärjää näin kansainvälisillä areenoilla ja myynnissä sekä markkinoinnissa."

4.1.7.1 IHMISOIKEUDET (MONIMUOTOISUUS, TASA-ARVOISET MAHDOLLISUUDET, LAPSI- JA PAKKOTYÖ JNE.)

Ihmisoikeuksissa suoriutumisen kaikkien vastaajien keskiarvot yritystyyppikohtaisesti käyvät ilmi kuvaajasta 12.

Kuvaaja 12. Suomalaisten yritysten suoriutuminen yhteiskuntavastuun teemoihin ja prosesseihin liittyvistä haasteista sekä omassa toiminnassaan että toimitusketjussa ihmisoikeuksien osalta.. Kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.



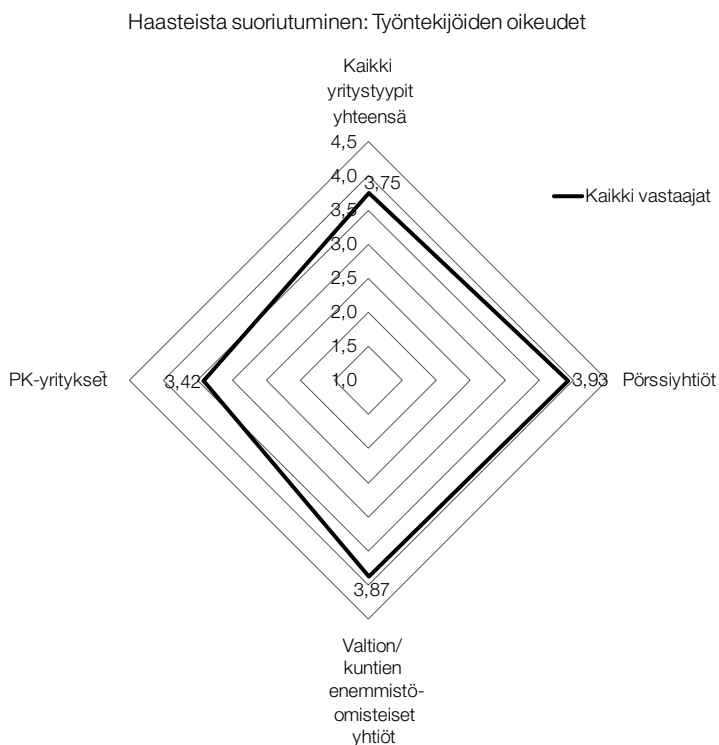
Kuvaajasta 12 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyrityksille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Pörssiyritykset ovat saaneet

korkeimman keskiarvon (3,53), valtion/kuntien enemmistöomisteiset toiseksi korkeimman (3,38) ja PK-yritykset matalimman keskiarvon (2,84). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 3,26 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

4.1.7.2 TYÖNTEKIJÖIDEN OIKEUDET (JÄRJESTÄYTYMISVAPAAUS, ELÄMISEEN RIITTÄVÄ PALKKA JNE.)

Työntekijöiden oikeuksissa suoriutumisen kaikkien vastaajien keskiarvot yritystyyppikohtaisesti käyvät ilmi kuvaajasta 13.

Kuvaaja 13. Suomalaisten yritysten suoriutuminen yhteiskuntavastuun teemoihin ja prosesseihin liittyvistä haasteista sekä omassa toiminnassaan että toimitusketjussa työntekijöiden oikeuksien osalta. Kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.

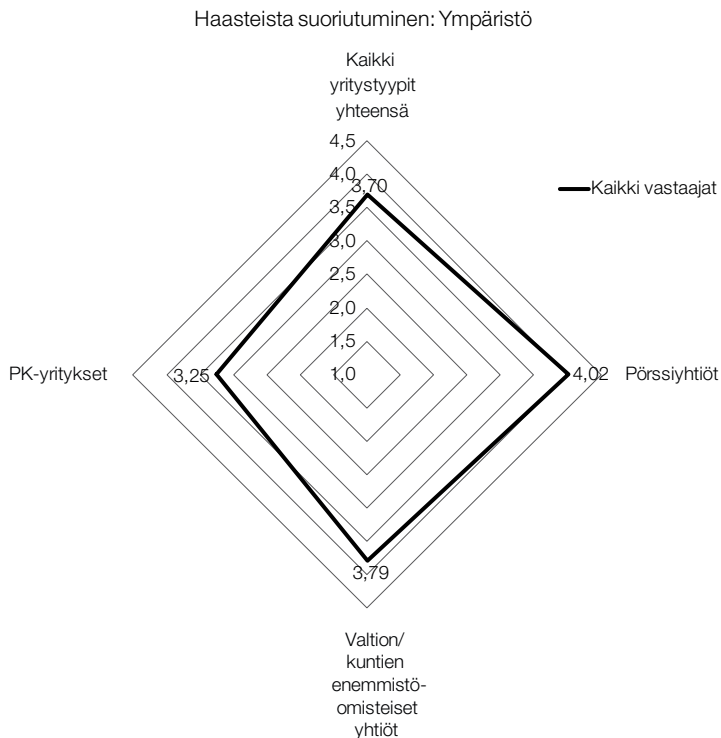


Kuvaajasta 13 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyrityksille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Pörssiyrityt ovat saaneet korkeimman keskiarvon (3,93), valtion/kuntien enemmistöomisteiset toiseksi korkeimman (3,87) ja PK-yritykset matalimman keskiarvon (3,42). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 3,75 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

4.1.7.3 YMPÄRISTÖ (RESURSSITEHOKKUUDEN PARANTAMINEN, YMPÄRISTÖVAIKUTUSTEN VÄHENTÄMINEN JNE.)

Ympäristöasioissa suoriutumisen kaikkien vastaajien keskiarvot yritystyyppikohtaisesti käyvät ilmi kuvaajasta 14.

Kuvaaja 14. Suomalaisen yritysten suoriutuminen yhteiskuntavastuun teemoihin ja prosesseihin liittyvistä haasteista sekä omassa toiminnassaan että toimitusketjussa ympäristöasioiden osalta. Kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.

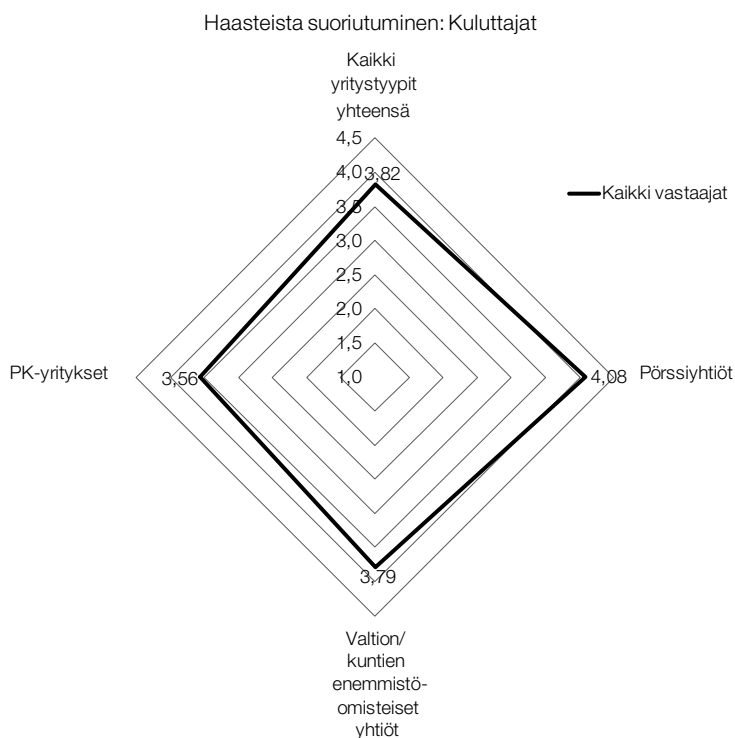


Kuvaajasta 14 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyrityksille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Pörssiyritykset ovat saaneet korkeimman keskiarvon (4,02), valtion/kuntien enemmistöomisteiset toiseksi korkeimman (3,79) ja PK-yritykset matalimman keskiarvon (3,25). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 3,70 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

4.1.7.4 KULUTTAJAT (TUOTEVASTUU, VASTUULLINEN MARKKINOINTI JNE.)

Kuluttaja-asioissa suoriutumisen kaikkien vastaajien keskiarvot yritystyyppikohtaisesti käyvät ilmi kuvaajasta 15.

Kuvaaja 15. Suomalaisten yritysten suoriutuminen yhteiskuntavastuun teemoihin ja prosesseihin liittyvistä haasteista sekä omassa toiminnassaan että toimitusketjussa kuluttajiin liittyvissä asioissa. Kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.

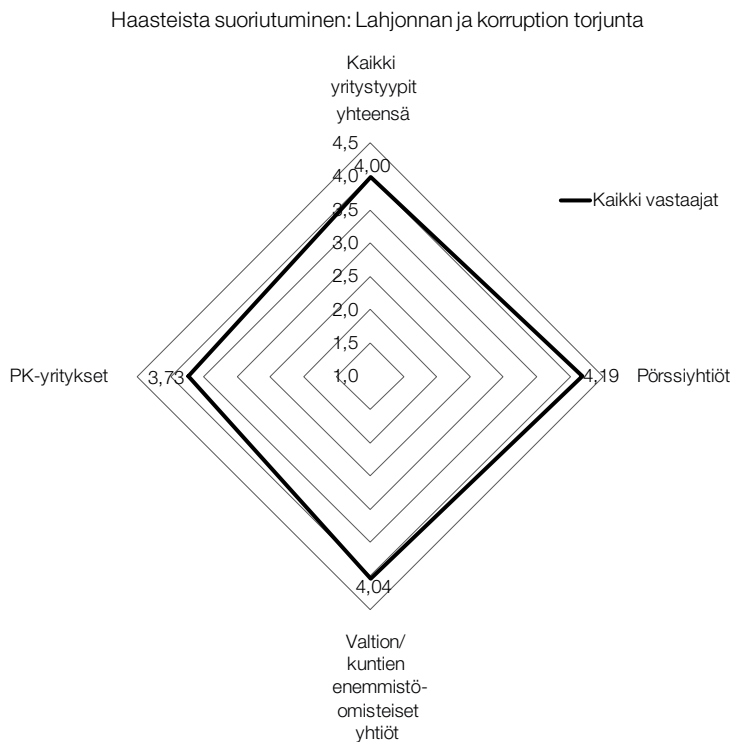


Kuvaajasta 15 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyrityksille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Pörssiyritykset ovat saaneet korkeimman keskiarvon (4,08), valtion/kuntien enemmistöomisteiset toiseksi korkeimman (3,79) ja PK-yritykset matalimman keskiarvon (3,56). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 3,82 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

4.1.7.5 LAHJONNAN JA KORRUPTION TORJUNTA (MENETTELYTAVAT ILMOITTAJAN SUOJELUUN JA VÄÄRINKÄYTÖSTEN EHKÄISYYN SEKÄ EPÄILYIHIN PUUTTUMISEEN JNE.)

Lahjonnan ja korruption torjunnan osalta kaikkien vastaajien keskiarvot yritystyyppikohtaisesti ovat kuvaajassa 16.

Kuvaaja 16. Suomalaisten yritysten suoriutuminen yhteiskuntavastuun toimiin ja prosesseihin liittyvistä haasteista sekä omassa toiminnassaan että toimitusketjussa lahjonnan ja korruption torjunnan osalta. Kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.

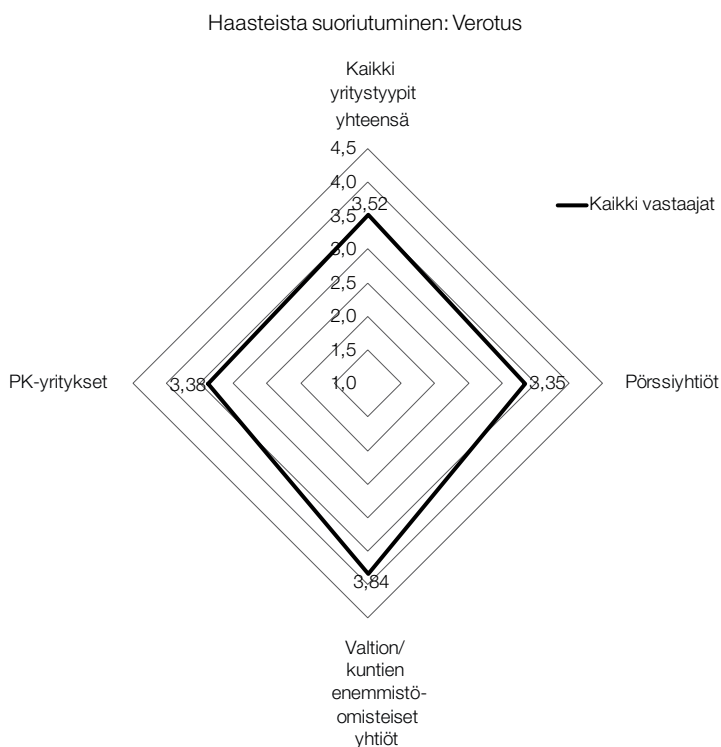


Kuvaajasta 16 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyrityksille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Pörssiyritykset ovat saaneet korkeimman keskiarvon (4,19), valtion/kuntien enemmistöomisteiset toiseksi korkeimman (4,04) ja PK-yritykset matalimman keskiarvon (3,73). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 4,00 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

4.1.7.6 VEROTUS (VAKAA JA VASTUULLINEN VERONMAKSU SEKÄ SEN LÄPINÄKYVÄ RAPORTOINTI JNE.)

Verotuksen osalta kaikkien vastaajien keskiarvot yritystyyppikohtaisesti ovat kuvaajassa 17.

Kuvaaja 17. Suomalaisten yritysten suoriutuminen yhteiskuntavastuun teemoihin ja prosesseihin liittyvistä haasteista sekä omassa toiminnassaan että toimitusketjussa verotuksen osalta. Kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.

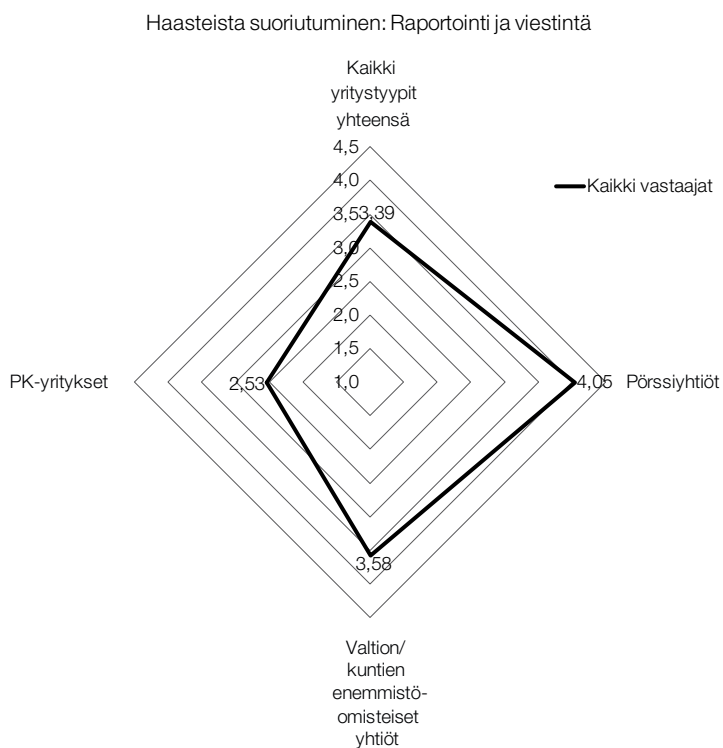


Kuvaajasta 17 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyrityksille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Valtion/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt ovat saaneet korkeimman keskiarvon (3,84), PK-yritykset toiseksi korkeimman (3,38) ja pörssiyritykset matalimman keskiarvon (3,35). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 3,52 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

4.1.7.7 RAPORTOINTI JA VIESTINTÄ (AVOIN JA LÄPINÄKYVÄ VIESTINTÄ; MUUN MUASSA HYVÄN HALLINNOINTITAVAN JA YRITYSVASTUUN RAPORTOINTI, RAPORTOINTIPOLITIIKAT JA -PROSESSIT JNE.)

Kaikkien vastaajien keskiarvot yritystyyppikohtaisesti raportoinnin ja viestinnän osalta ovat kuvaajassa 18.

Kuvaaja 18. Suomalaisten yritysten suoriutuminen yhteiskuntavastuun teemoihin ja prosesseihin liittyvistä haasteista sekä omassa toiminnassaan että toimitushetjussa raportoinnin ja viestinnän osalta. Kaikkien vastaajien keskiarvo eri yritystyypeille sekä kaikille yritystyypeille yhteensä.

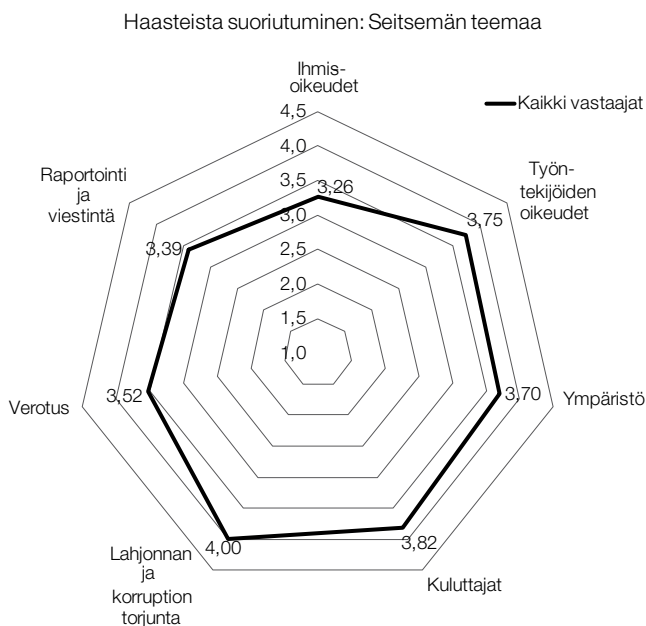


Kuvaajasta 18 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo pörssiyrityksille, valtion/kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille ja PK-yrityksille. Lisäksi kuvaajassa on keskiarvo kaikille yritystyypeille yhteensä. Pörssiyritykset ovat saaneet korkeimman keskiarvon (4,05), valtion/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt ovat saaneet toiseksi korkeimman keskiarvon (3,58) ja PK-yritykset matalimman keskiarvon (2,53). Kaikkien yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 3,39 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

4.1.7.8 YHTEENVETO SEITSEMÄSTÄ TEEMASTA

Kaikki edellä mainitut seitsemän teemaa on tuotu yhteen kuvaajassa 19.

Kuvaaja 19. Yhteenveto suomalaisten yritysten suoriutumisesta seitsemään yhteiskuntavastuun teemaan ja prosessiin liittyvistä haasteista sekä omassa toiminnassaan että toimitusketjussa, kaikkien vastaajien ja yritystyyppien keskiarvoon perustuen.



Kuvaajasta 19 käy ilmi kaikkien vastaajien vastauksista laskettu keskiarvo kullekin seitsemälle teemalle. Tulosten perusteella näyttää siltä, että suomalaiset yritykset ovat suoriutuvat parhaiten lahjonnan ja korruption torjunnasta (4,00), toiseksi parhaiten kuluttajiin liittyvistä asioista (3,82) ja kolmanneksi parhaiten työntekijöiden oikeuksista (3,75). Ihmisoikeudet ovat saaneet matalimman arvosanan (3,26).

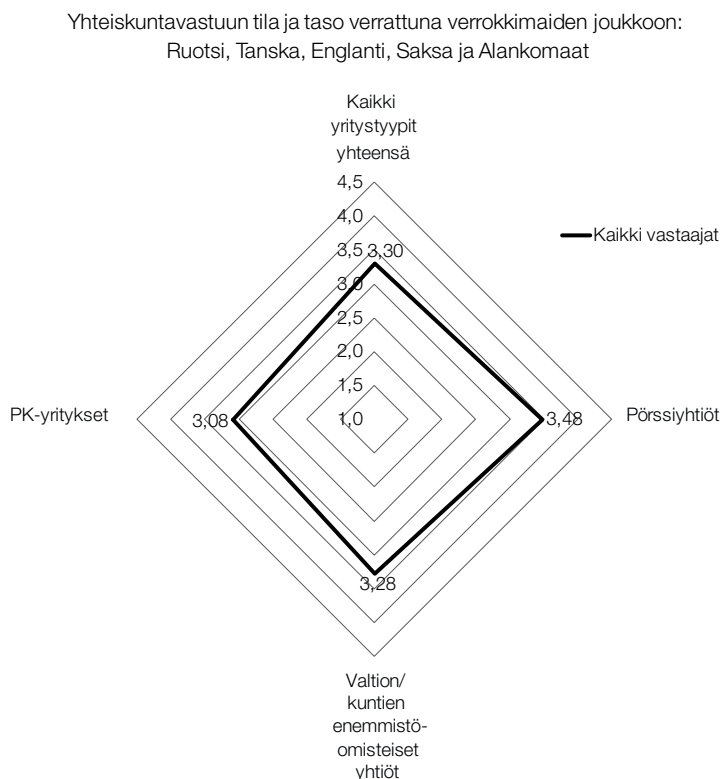
4.1.8 Yhteiskuntavastuun tila ja taso sekä verrokkimaat

Kyselytutkimuksen kohderyhmän näkemyksiä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta verrattuna verrokkimaiden joukkoon mittasi seuraava kysymys: "Millaiseksi arvioitte suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilan ja tason verrattuna seuraavaan verrokkimaiden joukkoon: Ruotsi, Tanska, Englanti, Saksa ja Alankomaat?" Kyselylomake kannusti vastaajia arvioimaan asioita kokonaisuuksina.

Kuvaajan 20 mukaan kaikkien yritystyyppien keskiarvot ovat hieman yli kolme, mikä indikoi että yhteiskuntavastuun tila ja taso ei ole hyvä eikä huono verrokkimaiden joukkoon verrattaessa. Pörssiyhtiöiden keskiarvo on 3,48, valtion/kuntien

enemmistöomisteisten 3,28 ja PK-yritysten 3,08. Kaikkien yritystyyppien keskiarvo on 3,30 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

Kuvaaja 20. Suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tila ja taso verrokkimaiden joukkoon verrattuna, kaikkien vastaajien keskiarvoon perustuen.



Esimerkkejä kyselytutkimuksen vapaamuotoisista kommentteista:

"Yksittäisiä esimerkkejä muista maista on: Ruotsissa julkisissa hankinnoissa huomioidaan vastuullisuus Suomea paremmin valmennuksilla ja auditoinneilla. Britanniassa hyväksyttiin Modern Slavery Act (2015), joka suosittelee huolellisuusvelvoitetta pakkotyövoiman eliminoiseksi arvoketjuissa. Alankomaiden ja Saksan hallitukset ovat käynnistäneet elämiseen riittävää palkkaa koskevan hankkeen."

"Suomalaiset yritykset toimivat lähtökohtaisesti samalla tasolla kuin verrokkimaiden yritykset. Toiminnasta viestimisestä sekä kumppanuuksista kansalaisjärjestöjen ja viranomaisten kanssa voisi hakea hyviä käytäntöjä esim. Tanskasta ja Hollannista."

"Suomi ja suomalaiset yritykset sekä yritysten vastuullisuuden kanssa toimivat valtion tahot eivät osaa käyttää hyväkseen sitä kilpailuedun mahdollisuutta, joka suomalaisilla voisi vastuullisuudessa olla."

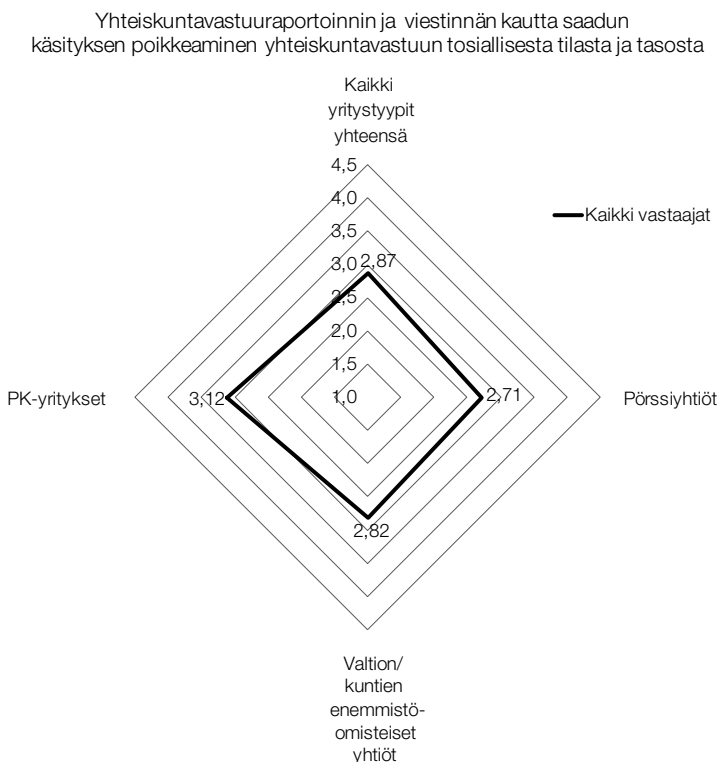
"Toivoisin myös merkittävää panostusta yhteiskuntavastuuta koskevaan yhteiskunnalliseen keskusteluun, joka meillä Suomessa on varsin alkeellista verrattuna mihin tahansa tässä kyselyssä mainittuun verrokkimaahan."

4.1.9 Yhteiskuntavastuuraportoinnin ja -viestinnän vastaavuus käytännön toimintaan verrattuna

Kyselytutkimuksen tavoitteena oli myös kartoittaa kohderyhmän näkemyksiä eroista suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin ja -viestinnän ja käytännön toimintaan välillä. Tätä mittasi kysymys: "Miten arvioitte, että suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin ja -viestinnän kautta saamanne käsitys poikkeaa yhteiskuntavastuun tosiasiallisesta tilasta ja tasosta suomalaisissa yrityksissä?" Alle kolmen keskiarvot indikoivat käytännön tilan ja tason olevan huonompi kuin mitä yhteiskuntavastuuraportoinnin ja -viestinnän perusteella vaikuttaa. Keskiarvon ollessa kolme eroa raportoinnin/viestinnän ja käytännön välillä ei sidosryhmien mielestä ole. Yli kolmen keskiarvot indikoivat raportoinnin/viestinnän olevan parempaa kuin mitä käytännön tila on.

Kuvaajassa 21 on kaikkien vastaajien keskiarvoon perustuvat tulokset yritystyypeittäin.

Kuvaaja 21. Suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin ja -viestinnän kautta saadun kuvan poikkeaminen yhteiskuntavastuun käytännön tilasta ja tasosta, kaikkien vastaajien keskiarvoihin perustuen.



Kuvaajasta 21 käy ilmi, että pörssiyhtiöiden keskiarvo on 2,71, valtion/kuntien enemmistöomisteisen yritysten 2,81, PK-yritysten 3,12 ja kaikkien yritystyyppien keskiarvo on 2,87 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista). Valtio/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt ovat lähempänä kolmen keskiarvoa kuin pörssiyhtiöt, mikä indikoi niiden raportoinnin ja -viestinnän vastaavan paremmin tosiasiallista laatua kuin pörssiyhtiöiden. Kummankin yritystyyppin osalta vastaajat pitävät yhteiskuntavastuun tosiasiallista laatua huonompana kuin mitä raportoinnin ja viestinnän perusteella on mahdollista ymmärtää. PK-yritysten osalta taas tosiasiallinen laatu on hie- man parempaa tai se ei eroa lähes lainkaan raportoinnin ja viestinnän kautta saa- dusta käsityksestä.

Esimerkkejä kyselytutkimuksen vapaamuotoisista kommentteista:

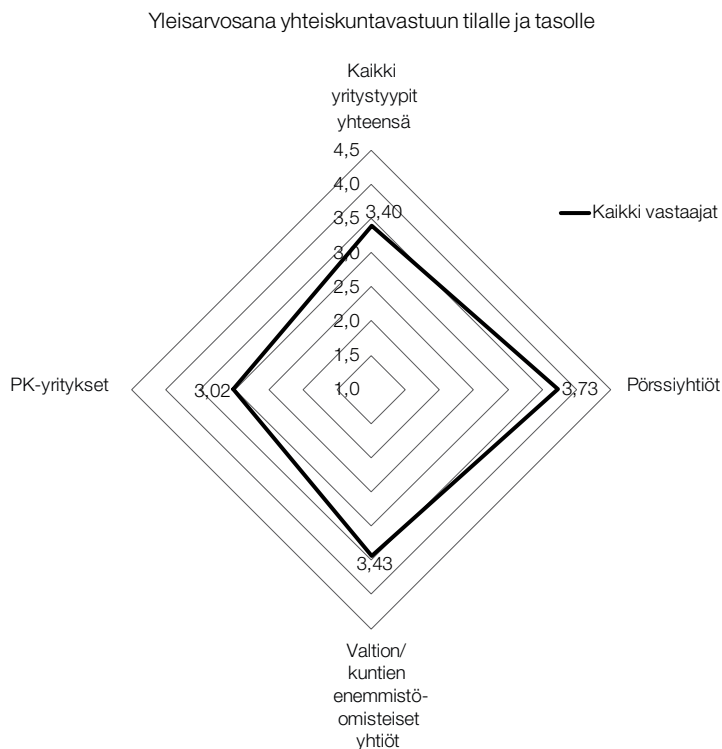
"Voi löytyä tapauksia molempiin suuntiin: osalla todellinen toiminta voi rajoittua vain viestintään kun taas joillakin toiminnan taso saattaa todellisuudessa olla parempi, mutta siitä ei syystä tai toisesta haluta viestiä (ei nähdä arvoa tai ei haluta kiinnittää median/yleisön huomiota)."

"Valistunut lukija osaa päätellä yritysvastuuviestinnästä ja -raporteista asioiden todellisen tilan. Tavalliselle kuluttajalla arvostusten tekeminen on kuitenkin vai- keaa tai mahdotonta."

4.1.10 Yleisarvosana yhteiskuntavastuun tilalle ja tasolle

Kyselytutkimus kartoitti myös kohderyhmän näkemyksiä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta yleisarvosanan muodossa. Kysymys oli: "Minkä yleisarvosanan antaisitte suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilalle ja tasolle?" Kuvaajassa 22 on kaikkien vastaajien keskiarvoon perustuvat tulokset yritystyypeittäin.

Kuvaaja 22. Suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilan ja tason yleisarvosana kaikkien vastaajien keskiarvoihin perustuen.



Pörssiyrityöiden keskiarvo (3,73) on korkein, valtion/kuntien enemmistöomisteisten yhtiöiden toiseksi korkein (3,43) ja PK-yritysten on matalin (3,02). Kaikkien yritystyyppien keskiarvo on 3,40 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

Esimerkkejä kyselytutkimuksen vapaamuotoisista kommentteista:

"PK-yritysten yhteiskuntavastuu on varmaankin merkittävästi paremmassa tilassa, kuin julkinen raportointi antaa ymmärtää."

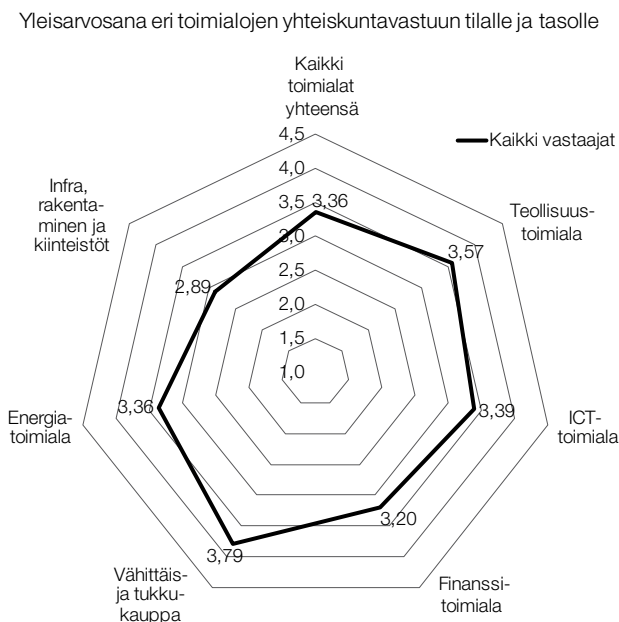
"Suomalaiset pörssiyritykset ovat menestyneet hyvin kansainvälisissä vertailuissa, joka kertoo vastuullisuustyön korkealaatuisesta tasosta. Myös kansalliset selvitykset sekä raportointikilpailut indikoivat jatkuvaa kehitystä yhä myönteisempään suuntaan yrityksissä."

4.1.11 Eri toimialojen yhteiskuntavastuun tila ja taso

Toimialakohtaista yhteiskuntavastuun tilaa ja tasoa mittasi seuraava kysymys: "Minkä yleisarvosanan antaisitte eri toimialojen yhteiskuntavastuun tilalle ja tasolle?" Kuvaajassa 23 on kaikkien vastaajien keskiarvoon perustuvat tulokset

toimialatyypeittäin ja kaikkien toimialojen osalta yhteensä (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

Kuvaaja 23. Eri toimialojen yhteiskuntavastuun tila ja taso kaikkien vastaajien keskiarvoihin perustuen.



Vähittäis- ja tukkukaupan keskiarvo (3,79) on korkein, teollisuustoimialan toiseksi korkein (3,57) ja ICT-toimialan kolmanneksi korkein (3,39). Matalin keskiarvo on infra, rakentaminen ja kiinteistöt -toimialalla (2,89), toiseksi matalin finanssitoimialalla (3,20) ja kolmanneksi matalin energiatoimialalla (3,36). Kaikkien toimialojen keskiarvo on 3,36 (laskettu pyöristämättömistä keskiarvoista).

'Esimerkkejä kyselytutkimuksen vapaamuotoisista kommentteista:

"Jokaisella toimialallakin voi olla yksittäisiä tähtiä ja heikompia yrityksiä."

"Teollisuusosalalla vaikuttaa siltä raportoinnin pohjalta, etteivät vastuullisuuden kaikki osa-alueet (esim. materiaalien alkuperän seuranta ja raportointi, ihmis-oikeudet) ole tasapainoisesti agendalla. Rahoituspuolella positiivista sitoutuminen vastuullisen sijoittamisen periaatteisiin. Kauppa on edelläkävijä. Infran puolelta kaipaisin lisätietoja ja ehkä vastuullisuuteen liittyvää oma-aloitteista näkyvyyttä."

4.1.12 Kyselytutkimuksen tulosten yhteenveto ja johtopäätökset

Viiden sidosryhmän näkemyksiin pohjautuen kyselytutkimus selvitti suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilaa ja tasoa.

Sidosryhmien spontaanisti määrittelemistä yhteiskuntavastuun haasteista seuraavat kolme nousivat keskeisimmiksi: 1. yhteiskuntavastuun heikko johtaminen, integrointi liiketoimintaan ja hyödyntäminen, 2. toimitusketjuun ja globaaliuteen liittyvät haasteet sekä 3. puutteelliseen yhteiskuntavastuun ymmärrykseen ja osaamiseen liittyvät haasteet. Keskeisimmät vahvuudet olivat: 1. vahva suomalainen osaaminen, 2. konkreettinen tekeminen ja hyvä etiikka, 3. avoimuus, viestintä ja sidosryhmäyhteistyö sekä 4. ympäristövastuu.

Yhteiskuntavastuun integrointi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseihin on suomalaisilla yrityksillä keskinkertaisella tasolla. Eri yritystyyppejä vertailtaessa pörssiyhtiöiden tila ja taso on vastaajien mielestä parempi kuin valtion/kuntien enemmistöomisteisilla yhtiöillä. PK-yrityksillä on eniten kehitysmahdollisuuksia.

Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi tavoitteiden asiantaa ja jokapäiväistä toimintaa on suomalaisilla yrityksillä myös keskinkertaisella tasolla, vaikkakin vastaajat arvioivat tämän alueen tilan ja tason heikommaksi kuin johtamisen ja strategisen suunnittelun integroinnin. Pörssiyhtiöiden tila ja taso on vastaajien mielestä parempi kuin valtion/kuntien enemmistöomisteisilla yhtiöillä. PK-yrityksillä on eniten kehitysmahdollisuuksia.

Yhteiskuntavastuun integrointi osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja on suomalaisilla yrityksillä keskinkertaisella / melko hyvällä tasolla. Vastaajat kuitenkin arvioivat tämän osa-alueen tilan ja tason paremmaksi kuin kahden edellä esitellyn osa-alueen. Eri yritystyyppejä vertailtaessa pörssiyhtiöt suoriutuvat tästä parhaiten. PK-yrityksillä on eniten kehitysmahdollisuuksia myös tällä osa-alueella. Vastaajat kuitenkin arvioivat, että PK-yritysten yhteiskuntavastuun tosiasiallinen tila ja taso on korkeampi kuin mitä raportoinnin perusteella voi ymmärtää.

Suomalaisten yritysten suoriutumista yhteiskuntavastuun seitsemästä teemasta – ihmisoikeudet, työntekijöiden oikeudet, ympäristö, kuluttajat, lahjonnan ja korruption torjunta, verotus, raportointi ja viestintä - voi luonnehtia keskinkertaiseksi. Suomalaiset yritykset ovat suoriutuneet parhaiten lahjonnan ja korruption torjunnasta (kaikkien vastaajien ja yritystyyppien yhteenlaskettu keskiarvo on 4,00), toiseksi parhaiten kuluttajiin liittyvistä asioista (3,82) ja kolmanneksi parhaiten työntekijöiden oikeuksista (3,75). Ihmisoikeudet ovat saaneet matalimman arvosanan (3,26).

Verrattaessa suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilaa ja tasoa eurooppalaiseen verrokkimaiden joukkoon kokonaisuutena käy ilmi, että yhteiskuntavastuun tila on vastaajien mielestä hieman paremmalla tasolla kuin verrokkimaiden joukossa (Ruotsi, Tanska, Englanti, Saksa ja Alankomaat). Pörssiyhtiöiden keskiarvo on 3,48, valtion/kuntien enemmistöomisteisten 3,28 ja PK-yritysten 3,08. Kaikkien yritystyyppien keskiarvo on 3,30.

Vastaajien mielestä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuraportointi ja -viestintä vastaavat käytännön toimintaa melko hyvin. Valtio/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt ovat lähempänä optimina olevaa kolmen keskiarvoa kuin pörssiyhtiöt, mikä indikoi niiden raportoinnin ja -viestinnän vastaavan paremmin käytännön tasoa kuin pörssiyhtiöiden. Kummankin yritystyyppin osalta vastaajat pitivät yhteiskuntavastuun tosiasiallista tilaa huonompana kuin mitä raportoinnin ja viestinnän perusteella on mahdollista ymmärtää. PK-yritysten tilanne on päinvastainen: niiden osalta vastaajat pitivät tosiasiallista tilaa parempana kuin mitä raportoinnin ja viestinnän perusteella voi ymmärtää.

Viiden sidosryhmän mukaan suomalaiset yritykset saavat seuraavat keskiarvot yhteiskuntavastuun tilalle ja tasolle kokonaisuudessaan: pörssiyhtiöt 3,73, valtion/kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt 3,43 ja PK-yritykset 3,02. Kaikkien yritystyyppien keskiarvo on 3,40.

Eri toimialoja vertailtaessa vähittäis- ja tukkukauppa menestyi parhaiten, teollisuustoimiala tuli toiseksi ja ICT-toimiala kolmanneksi. Matalin keskiarvo on infra, rakentaminen ja kiinteistöt -toimialalla, toiseksi matalin finanssitoimialalla ja kolmanneksi matalin energiatoimialalla.

Yhteenvetona toteamme, että viiden sidosryhmän näkemyksillä mitattuna suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun laatu on keskinkertainen. Yhteiskuntavastuu on integroitu osaksi valvonnan ja raportoinnin prosesseja parhaiten, ja toiseksi parhaiten osaksi johtamisen ja strategisen suunnittelun prosesseja. Eniten parannettavaa suomalaisilla yrityksillä on yhteiskuntavastuun integroinnissa osaksi tavoitteiden asetantaa ja jokapäiväistä toimintaa. Yhteiskuntavastuun seitsemästä teemasta suomalaiset yritykset ovat vahvimilla lahjonnan ja korruption vastaisissa toimissa, ja heikoimmilla ihmisoikeuksissa. Suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tila ja taso on vastaajien mielestä hieman parempi kuin verrokkimaiden joukon.

4.2 Haastattelututkimus

Tämä osio raportoi haastattelututkimuksen tulokset ensin puolistrukturoidun kyselylomakkeen kysymysten mukaisessa järjestyksessä, ja tämän jälkeen aineistosta esiin nousseiden teemojen perusteella.

4.2.1 Aineiston kuvailu

Yksityiskohtainen kuvaus kymmenen organisaation kasvotusten tehtyjen henkilökohtaisten haastatteluiden toteutuksesta on esitetty metodologia-osiossa. Kukin haastateltava arvioi, että monet heidän organisaatiotyyppinsä näkökulmasta keskustellut yleisen tason asiat vastaavat muiden vastaavien toimijoiden näkemyksiä. Kukin haastateltava korosti kuitenkin myös kommenttiansa subjektiivisuutta, erityisesti mielipideasioiden osalta.

4.2.2 Yhteiskuntavastuun yhteys haastateltavan työhön

Kaikilla haastateltavilla yhteiskuntavastuu liittyi kiinteästi heidän tekemäänsä työhön. Sijoittajilla yhteiskuntavastuu liittyi sijoituskohteiden valintaan ja seurantaan osana oman organisaation vastuullista sijoittamista. Viranomaisilla yhteiskuntavastuu oli luonteva osa heidän tekemäänsä työtä yritysten kanssa. Kansalaisjärjestöille yhteiskuntavastuu muodostaa keskeisen mielenkiinnon kohteen heidän yhteiskunnallisen roolinsa kannalta.

Yhteiskuntavastuu oli tullut tutuksi haastateltaville työn ja opintojen kautta.

4.2.3 Yhteiskuntavastuun osa-alueet

Pyysimme haastateltavia kertomaan mistä aiheista/teemoista heidän mielestään yhteiskuntavastuu koostuu.

Kaikki haastateltavat toivat ilmi yhteiskuntavastuun perinteiset osa-alueet eli ympäristöasioista ja sosiaalisista asioista huolehtimisen taloudellisen vastuun lisäksi. Yhteiskuntavastuusta mainittiin myös sen laajempi merkitys:

"Corporate Social Responsibility suomennetaan usein yritysvastuuksi; näen sen enemmän laajemmaksi vaikuttamiseksi, ei vain oman välittömän toiminnan kautta. [Monissa maissa] puhutaan usein yhteiskuntavastuusta; esimerkiksi koulujen rakentaminen."

"Käsitteen alla pitää tehdä muutakin kuin vain noudattaa lakia."

Keskeinen haastatteluiden viesti oli se, että suomalaisilla yrityksillä olisi selkeästi mahdollisuuksia nähdä yhteiskuntavastuu liiketoimintaan pitkällä tähtäimellä keskeisesti vaikuttavana tekijänä, osana riskienhallintaa. Yhteiskuntavastuu ei tule olla lisäosa liiketoimintaan, vaan keskeinen osa sitä. Tämä tulos on yhteneväinen kyselytutkimuksessa kartoitettujen vastaajien spontaanisti listaamien yhteiskuntavastuun haasteiden kanssa. Esimerkkejä haastattelumuistiinpanoihimme perustuvista lainauksista, liittyen pitkän aikavälin kilpailukykyyn ja riskienhallintaan:

"Huolehtiminen kilpailukykyä: [se] eniten huolestuttaa! Äärimmäisen tärkeä. Suuryritysten pitää huolehtia, että pysyvät mukana muutoksissa. Riittävän ajoissa muutoksia, jotta negatiiviset vaikutukset ovat pienempiä."

"Kokonaisuus. Vastuullinen yritys on kannattavampi pitkällä aikavälillä. Kaikkea sidosryhmiä kohtaan. Nämä yritykset näkevät mahdollisuudet. Headline-riskit ovat pienemmät."

"Vastuullisuus täytyy olla yhdistettynä perinteiseen fundamentaalianalyysiin. Esimerkiksi ympäristötapahtumat näkyvät tuloksenteossa."

"Tuotteen tai palvelun tekeminen kestävästi, kunnolla."

Yhteiskuntavastuussa tuli ilmi myös haastateltavan organisaation oma aktiivinen rooli yhteiskuntavastuuasioiden edistäjänä ja vastuullisena toimijana:

"Osataan vaatia meiltä ja myös muilta."

4.2.4 Yhteiskuntavastuun kehittämisen alueet

Pyysimme haastateltavia kertomaan, kuinka he lähtisivät kehittämään suomalaisen yritysten yhteiskuntavastuuta. Mainitsimme eri yritystyyppit (pörssiyhtiöt; erotelimme valtion enemmistöomisteiset ja kuntien enemmistöomisteiset; PK-yritykset), ja annoimme haastateltavan kertoa asiasta hänelle luontevimmasta näkökulmista. Mahdollisuuksien mukaan keskustelimme myös haastateltavien näkemyksistä eri toimialojen osalta.

Vastaajien näkemykset kattoivat muun muassa sen, että suuret yritykset voivat positioidua yhä paremmin suunnannäyttäjiksi, kuntaomisteiset yritykset koettiin sekä esimerkillisiksi että erityislaatuiseksi, ja etenkin PK-yrityksillä olisi mahdollisuus rakentaa vastuullisuuteen pohjautuvaa kilpailukykyä oppimisen myötä.

[Yritykset yleensä] "Yritysten täytyisi miettiä olennaisuusmatriisi. ESG:n sisällä olevien komponenttien tulosvaikutus."

[Pörssiyhtiöt] "Suuryritykset saisivat laittaa enemmän kortta kekoon. Esimerkiksi pörssiyhtiöt ja suurimmat yhtiöt ovat tiennäyttäjiä."

[Valtion enemmistöomisteiset yhtiöt] "Valtio-omisteisissa yhtiöissä raportointi ja muuten yhteiskuntavastuu viety pisimmälle, näin se pitää ollakin."

[Kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt] "Kuntien ei pitäisi olla mukana yritystoiminnassa ollenkaan."

[Kuntien enemmistöomisteiset yhtiöt] "Aika sama fiilis kuin valtio-omisteisista pörssiyrityksistä. Yritetään olla edellä. Raportointi pelaa jne."

[PK-yritykset] "Riskinottohalukkuus alhaisella tasolla. Stabiilit PKt. Tarve kehittää toimintaa enemmän kasvu- ja riskinottoisuuntaan. Lähtö muille markkinoille. Suomi on pieni maa eikä riitä kasvuun."

[PK-yritykset] "Ihan pienet yritykset: Voimavarat ei riitä siihen, että primaaristi rupeaa miettimään toiminnan vastuullisuutta kaikilla sen värisävyillä. Pitäisikö jollain tasolla olla väljempiä kriteerejä ja sääntöjä."

Haastateltavat toivat esiin myös avoimuuden ja raportoinnin merkitystä. Esimerkkejä haastateltavien kommentteista:

"Avoimuus helpottaisi: Tiedottaminen, asioista kertominen, "Helpottaa elämää", Koskee pääomasijoitustoimialaakin."

"Suomen markkinoista ei ole saatavissa tuottotietoja. Asioiden perustelu olisi helpompaa, jos olisi faktaa."

Haastateltavat näkivät eri toimialoilla, ja niillä toimivilla yrityksillä olevan hyvin erilaisia yhteiskuntavastuuasioita. Kommenttien perusteella on mahdollista myös havaita haastateltavien välisiä näkemyseroja eri toimialojen välillä. Esimerkkejä haastateltavien kommentteista:

"Yhteiskuntavastuukysymykset voivat olla eri toimijoilla hyvinkin erilaisia. Erilaisia seurauksia."

"En osaa sanoa onko eri toimialojen välillä eroja, mitkä on haasteet tai erot, mitä voidaan verotuksesta kertoa. Ei nyt ihan jälkijunassa, mutta Yrityksen X toimintaketjuhaaste voisi olla esimerkki siitä, että suomalaiset toimijat ovat miettineet asiaa, mutta kehitettävää on."

[Vähittäiskauppa] "Vähittäiskauppa on positiivisen puolella yhteiskuntavastuuasioissa."

[Energia-ala] "Suomessa ns. yksi energia-alan yhtiö (yhtiö X) ja yksi utility sektorin yhtiö (yhtiö Y). Molemmat puhuneet avoimesti yhteiskuntavastuusta. Yhtiö X:llä varsinkin positiivista yhteiskuntavastuutoimintaa, erittäin edistysellinen tuote."

[Metsäteollisuus] "Haasteita, mutta vastannut niihin erittäin hyvin, eturintamassa ja ennen kuin oli pakko."

[Teollisuus] "Hyvin asioista kerrotaan ja ollaan valveutuneita."

[Rakennusteollisuus] "Kipupisteitä harmaa talous, HR- politiikka, työolot; sanoisin, että on vähän huonossa maineessa ja keskivertoa heikommalla tasolla. Semmoinen tunne, että halutaanko epäkohtiin oikeasti puuttua. "Näinhän on aina ollut"."

[ICT] "Erityyppisiä vastuullisuusasioita kuten tietosuoja. En sanoisi, että on hyvää tai huonoa - jossain siinä välillä varmastikin. Suomalaisilla jostain syystä parempi maine kuin amerikkalaisilla."

4.2.5 Yhteiskuntavastuun seitsemän teemaa ja niihin liittyvät kehittämismahdollisuudet

Keskustelimme haastateltavien kanssa yhteiskuntavastuun tyypillisistä teemoista eri yritystyyppien osalta. Keskustelun pohjaksi mainitsimme seuraavat teemat: ihmisoikeudet, työntekijöiden oikeudet, ympäristö, kuluttajat, lahjonnan ja korruption torjunta, verotus, sekä raportointi ja viestintä. Lisäksi kannustimme määrittelemään mahdollisia lisäteemoja.

Kaikki haastateltavat kokivat suomalaisten yritysten ihmisoikeusasioiden olevan pääosin kunnossa. Suomelle tyypillisiä ihmisoikeuspiirteitä (tasa-arvo, suvaitsevaisuus, rasismi) nousi myös esiin:

"Tasa-arvo ja suvaitsevaisuus Suomessa olisivat tärkeitä. Maan sisällä ja kansainvälisesti. Tämä on yhteiskunnallinen kysymys laajemmin."

"Suomessa maahanmuuttajien syrjintä on ongelma, he eivät työllisty. Mielellään palkataan samantapaisia ihmisiä – se ei kuitenkaan ole hyvä, jos halutaan kehittyä."

"Alihankintaketjun selvitys [tärkeää], kehittyvissä maissa varsinkin, jotta tiedetään mistä ja millä tavalla raaka-aineet tulee, vrt. hikipajat. Pörssiyhtiöt ottavat maineriskin. Headline-riskit näkyvät ikävästi pörssikehityksessä. Toipuminen kestää, vaikkakin mahdollista."

Työntekijöiden oikeuksien osalta haastateltavien mielestä suomalaistyritysten asiat olivat pääosin kunnossa. Myös tämän teeman osalta tuli esiin Suomelle tyypillisiä työntekijöiden oikeuksien teemoja (ikärasismi, jaksaminen ja työpaikalla viihtyminen) ja niihin liittyviä käytännön haasteita.

"Työaika ja työilmapiiri – [ne ovat] paljon muutakin kuin mittauksia. Toimenpiteiden syntyminen ja avoin keskustelu tärkeää."

"Työympäristön kehittäminen; työntekijöiden erilaisten osaamisten ja taitotasojen huomioiminen. Erilaisten ihmisten yhteispeli haastavaa (esimerkiksi tekijät ja neuvottelijat). Kuinka saada kaikille yhteinen kieli?"

"Rakennusyhtiöissä työtapaturmien määrä ei ole lähtenyt laskuun. Huolestuttava asia ja tapahtuu täällä meillä. Tavoite pitäisi olla nolla tapaturmaa. Ikärasismi – miten pitää huolta vanhemmista työntekijöistä, meillä on aika paha kulttuuri tämän suhteen; pitäisi kannustaa, että työntekijät viihtyvät työpaikalla myös."

"Työssä jaksaminen; Great place to work, voisiko oppia jotain ja viedä hyvät käytännöt eteenpäin. Tuntuu, että ollaan ikuisesti töissä ja siellä pitää jaksaa. Jokikisessä joka ei jaksaa tai pystyy olemaan töissä eläkkeelle asti, pitää meidän maksaa tavalla tai toisella."

Ympäristön osalta yhteiskuntavastuun kehittämisen keskiössä oli selkeästi ympäristöasioiden vaikutus liiketoiminnalliseen tulokseen ja pitkän tähtäimen näkemyksen puute.

"Mitkä ovat olennaiset ympäristövaikutukset? Entä riskien tulosvaikutus? Riskikartoitus pitäisi tehdä. Vaikutus- ja riskikartoitukset pitää tehdä pohjautuen omaan toimintaan. Olisi hienoa, jos riskille voisi määrittää hinnan."

"Suomen haaste on se, että meillä on paljon tuotantokeskeisiä sektoreita. Suomen osakemarkkinan hiilijalanjälki on keskimäärin korkeampi kuin muilla markkinoilla toimialarakenteesta johtuen. Päästöjen mittaaminen on yksi näkökulma, mutta toinen on esimerkiksi päästöjä vähentävien tai neutralisoivien teknologioiden jne. hyödyntäminen."

"Kiertotalousnäkökulma. Vastaus ekologiseen kriisiin. Ilmastomuutosasiat – enemmän näpertelyä kuin että oikeasti ajateltaisiin, miten voimme olla elossa 50 vuoden päästä, kun pitää olla hiilineutraali yhteiskunta."

Kuluttajien osalta haastateltavat peräänkuuluttivat parempaa kuluttajien tunte-
musta ja heidän näkemystensä huomiointia sekä laadukkaita tuotteita. Esimerk-
kejä muistiinpanoihimme perustuvista lainauksista:

*"Asiakkaan tuntemus on tärkeää. Brändin arvo on somen [sosiaalinen media]
armoilla. Pitää tietää, mistä asiakkaat puhuvat. Miten heidän arvot muodostuvat."*

*"Tuotteiden tulisi olla sellaisia kun luvataan. Tuotekehitys yhdessä kuluttajien
kanssa – silloin heidän tarpeensa otetaan huomioon. Eli olisiko Facebookia ke-
sitty yrityksen projektiryhmässä?"*

*"Ovatko kuluttajat niin tietoisia yhteiskuntavastuuasioista kuin pitäisi olla?
Kuinka hyvin on toteutettu periaate, että myyjän pitää ottaa vastaan käytetyt
tuotteet. Yritys X:n esimerkki: tuo [vanhat] lakanat, saat alennusta uusista. Vas-
tuullisuusajattelun hyödyntäminen esimerkiksi markkinoinnissa. Kuluttajien kou-
luttamisesta voi tehdä liiketoimintaa."*

Yleisesti ottaen lahjontaa ja korruptiota ei nähty ongelmaksi Suomessa. Tämän tee-
man osalta haastateltavat toivat kuitenkin esiin osa-alueita, joihin suomalaisten yri-
tysten on mahdollista kiinnittää huomiota. Tällaisia osa-alueita olivat kansainväli-
sessä liiketoiminnassa yhteistyökumppaneiden valinta, politiikkojen seuraamisen
varmistaminen, ja hyvä veli verkostojen olemassaolon tiedostaminen. Lisäksi haas-
tateltavat näkivät mahdollisuuksia proaktiivisuudelle, jotta käytännön tilanteessa
olisi valmis malli kuinka toimia.

*"Suomi hyvässä asemassa. Tärkeää katsoa kenen kanssa ulkomailla yhteistyötä
tehdään. Prosessit pitäisi olla kunnossa. Pitää pystyä tiedostamaan asioita, jotta
pystyy luomaan prosesseja."*

*"Näihin ei varauduta, tulee yllättäen. Pitäisi suunnitella, kuinka sitten toimitaan.
[Erityisesti] jos lähdetään ulkomaille, mutta [tätä] tapahtuu myös Suomessa."*

"Kaikkien pitää tietää arvot."

*"Yhdistän yhäkin kunnan päätökset ja kuntaomisteiset yhtiöt korruptioon – sel-
lainen mielikuva jotenkin on."*

*"Kirjallistakin materiaalia [julkisen sektorin työstämänä] kun lähdet maahan x,
olisi hyvä olla enemmän."*

Verojen maksaminen ja niistä raportoiminen on lähivuosina noussut keskeiseksi
vastuullisuusteemaksi. Haastateltavat nostivat esiin, että suurten yhtiöiden olisi tär-
keää maksaa niille kuuluvat verot kussakin toimintamaassa. Kuntaomisteiset yhtiöt
ja PK-yritykset olivat vastaajien mielestä tunnollisia verojen maksajia.

*"Puhtaimmat paperit saavat varmaan PK-yritykset ja kuntaomisteiset, sillä ne
eivät pysty tai halua tehdä aggressiivista verosuunnittelua, sillä toimivat Suo-
messä. Isot pörssiyritykset tekevät verosuunnittelua, mutta suomalaiset eivät ole
niin aggressiivisia kuin muut."*

"Kokonaisuudessaan täysin väärinymmärretty aihe. Tieto ja asioiden kertominen olisi tässäkin tärkeää. Alikapitalisaatio voidaan hoitaa Suomessakin, ei siihen veroparatiiseja tarvita. Mitä Luxemburgin ja Hollannin vaikuttajat toteaisivat, kun kuulisivat, että heitä kutsutaan veroparatiisiksi täällä. Tärkeää olla yksinkertaiset rakenteet. Veron vähentäminen liittyy siihen, että kohteesta voi maksaa enemmän."

"Verotus on vaikea asia. On kaksi asiaa; toimia lain mukaisesti ja toimia hyvien tapojen mukaisesti. Tärkeää on, että yrityksellä on veropolitiikka ja tietävät mihin maksavat verojaan. Verotuksen pitää olla kestäväällä pohjalla. Yritykset miettivät, onko heidän veropolitiikkansa kestäväällä pohjalla ja ovatko tunnistaneet kaikki tähän liittyvät riskit? Ei vielä raportoida ja viestitä."

Haastateltavien mielestä erityisesti pörssiyhtiöiden raportointi ja viestintä on riittävää. Kysymykseksi nousi tämän yritystyyppin osalta vastuullisuuden keskeisimpien eli olennaisten asioiden löytäminen standardoidussa muodossa suuresta tiedon määrästä. PK-yritysten osalta haastateltavat näkivät lisäraportoinnin tervetulleeksi.

"[Tärkeää] raportointikehikot, vertailukelpoisuus ja laatu."

"Pääomasijoitustoimialalla paljon kehittämistä. Toimialojen toimintatavoissa myös kehitettävää. Nettisivuihin panostaminen voisi PK-yrityksillä olla hyvä tapa."

"Olisi mukava, että yritys voisi tiivistää ja arvioida tulosvaikutusta eri ESG-riskeistä. Nettisivuilla on mahdollisuus laajempaan viestintään, esimerkiksi ESG:n liittymisestä yhtiön strategiaan. Olisi mukava nähdä yhdellä A4:llä tärkeimmät asiat. Kun lukee pitkän raportin läpi, tulee sellainen olo, että hukkuu tietoon."

"Raportoinnin määrää ei tarvitse lisätä, laatua enemmänkin. Tuntuu siltä, että kuka niitä raportteja lukee – liuta analyytikkoja Intiassa jotka syöttävät tietokantaan joka myydään eteenpäin instituutiosijoittajille. Harva sijoittaja oikeasti lukee oman näkökulman mukaan. Se on kuitenkin yrityksen raportoinnin pääasiallinen kohderyhmä, ja raportointiin panostetaan hirveästi ja näyttää kivalta. Tärkeää tietoa, mutta ydintietoa voi tuoda esiin varmasti tiiviimmässäkin muodossa. Aika ei riitä lukea. Olisi mielenkiintoista tietää, lukevatko analyytikot ja salkunhoitajat raportteja (jos vastaa vain parista firmasta), mutta en usko, vaikka olisi hyvä."

4.2.6 Julkisen sektorin rooli yhteiskuntavastuun kehittämisessä

Kaikki haastateltavat suhtautuivat positiivisesti siihen, että julkinen sektori on mukana yhteiskuntavastuun kehittämisessä. Tervetulleita tavoitteita ovat sujuvan toimintaympäristön luominen suomalaisille yrityksille, ja selkeiden sääntöjen luominen erilaisilla toimintatavoilla toimiville ulkomaisille yhteistyötahoille ja -organisaatioille. Lisäksi raportoinnin standardointi yhteistyössä muiden Pohjoismaiden

kanssa tuli esiin. Yhteiskuntavastuun kehittämiseksi julkinen sektori voi jakaa tietoa ja pitää aiheeseen liittyviä seminaareja. Julkisen sektorin tuki olisi erityisen arvokasta PK-yrityksille, mutta myös kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille. Huolena oli kuitenkin se, että julkinen sektori lähtee kehittämään asioita, jotka eivät ole sen osaamisen ytimessä.

"Julkiset hankinnat on merkittäviä ja yritysvastuun kehittäminen vastuullisen hankinnan kautta on mahdollisuus".

"Ymmärtääkö julkinen sektori mikä on hyvästä? Onko heillä tarpeeksi tietoa, mihin suuntaan heidän pitäisi ohjata?"

"Määrävä keppi ja porkkana. Yritysvastuupuolella paljon vaatimuksia jo nyt, vastuullisen sijoittamisen puolella voisi olla enemmän määräyksiä. Positiivista, että julkinen sektori tukisi positiivisessa hengessä esimerkiksi [raportointi]kilpailujen muodossa."

"Pienille yrityksille voisi olla jotain valistuskampanjaa."

"Julkisen sektorin tulisi painottaa keskeisiä asioita, joita meillä on. Ja luoda parempia toimintaedellytyksiä."

4.2.7 Kansainvälisten käytäntöjen tuominen Suomeen

Haastatteluissa tuli esiin melko vähän kansainvälisiä käytäntöjä, joita suomalaisten yritysten olisi mahdollista ottaa käyttöön. Sen sijaan kansainväliset käytännöt ja eri maiden vertailu herättivät paljon keskustelua.

[Ruotsi] "Julkisessa hankinnoissa Ruotsi esimerkkinä, siellä on kuntien yhteenliittymä, joka tekee vastuullisia hankintoja ja auditointeja, on aktiivisesti mukana eurooppalaisissa verkostoissa. Suomesta siellä ei ole kukaan."

[Norja ja Alankomaat] "Norja hyvä esimerkki. Hollanti taitaa olla aika hyvä".

[Tanska ja Alankomaat] "Tanskalaisilla ja hollantilaisilla hyviä käytäntöjä."

[Ruotsi, Alankomaat, Saksa] "Tällä alueella missä ollaan ei ole merkittävää eroa. Benelux-maat vastuullisessa sijoittamisessa edelläkävijöitä, josta voi vetää yleistyksen, että firmatkin siellä kehittyneempiä yhteiskuntavastuussa."

[Iso-Britannia ja Yhdysvallat] "Britannia ja USA laahaavat perässä, paitsi esimerkiksi Kalifornia."

[Yhdysvallat] "USA:ssa yhteiskuntavastuun rooli ollut aina erilainen. Huomio on keskittynyt viivan alle pelkistetympin - ei samalla lailla nähdä yhteiskuntavastuun ja liiketoiminnan yhteyttä. Tehdään tekemisen vuoksi. Nykyään lähestulkoon kaikki allekirjoittaneet UN PRI:n. Tämä kehitys on lähtöisin asettuneista."

[Aasia] "Yleinen näkökulma on, että ollaan perässä. Ympäristöpuoli nostanut päätään konkreettisesti. Työntekijöiden oikeuksien kipupisteet haasteena."

"Joissakin maissa julkiset hankinnat ohjautuvat paremmin kotimaiseen työhön. Esimerkiksi jotakin tuotetta tehdään Suomessa ja lähialueilla, mutta nyt

ne häviävät kilpailutuksessa esimerkiksi intialaisille toimittajille, joiden oloja ei tiedetä.”

”Suomalaiset yritykset eivät raportoi niin kattavasti kuin joissakin maissa. Raportointi ei ole tae mistään, mutta jos raportoi, on sekin ongelmallista.”

4.2.8 Haastatteluissa esiin nousseet teemat

Kysymyskohtaisen haastatteluaineiston analyysin lisäksi etsimme aineistosta esiin nousevia teemoja. Kokonaisuudessaan teemat liittyvät selkeästi kysymyskohtaisen analyysin tuloksiin, ja ne näyttävät pääosin olevan haasteita suomalaisille yrityksille. Ohessa teemat on listattu seuraavien kahden otsikon alle, joita olemme käyttäneet jo kyselytutkimuksessa kartoitettujen haasteiden ja vahvuuksien raportoinnissa.

4.2.8.1 YHTEISKUNTAVASTUUN HEIKKO JOHTAMINEN, INTEGROINTI LIIKETOIMINTAAN JA HYÖDYNTÄMINEN

Haastatteluaineistosta nousee selkeänä teemana (teemat on merkitty lihavoidulla fontilla) **linkin puuttuminen yhteiskuntavastuun ja menestyvän, pitkän tähtäimen liiketoiminnan väliltä**. Teemoja ovat myös suomalaisten yritysten mahdollisuudet nähdä yhä selkeämmin, että **arvolähtöinen, hyvin johdettu** yhteiskuntavastuu osana liiketoimintaa auttaa varmistamaan **kilpailukykyä**, sekä tukee **riskien hallintaa ja maineenrakennusta**.

”Tärkeää, että ESG-linjaukset lähtevät hallituksen tasolta ja arvoista. Hallituksen hyväksymä [ESG-] strategia [olisi tärkeä olla]. Ei erikseen ESG-osastoa, pitää olla kaikkien työntekijöiden pään sisällä.”

”Johdon palkitsemisessa pitäisi olla komponentteja, jotka liittyvät yhteiskuntavastuuseen. Viimekädessä tämä paljastaa ollaanko siihen sitoutuneita. Vastuullisuusasiat voivat olla häilyviä ja mittaaminen on vaikeaa, mutta se ei ole se oikea syy miksi yhteiskuntavastuu ei ole esimerkiksi palkitsemisessa mukana.”

”Onko sellainen rakenne väärä, jossa yhteiskuntavastuusta vastaa yksi henkilö (tai tietty osasto): Silloin muiden työntekijöiden rooli pienenee.”

”Lisää ulkopuolisia hallituksen jäseniä erityisesti PK-yrityksiin. Tuloksena kilpailukykyä ja uskottavuutta.”

”Riskien tulosvaikutus. Riskikartoitus pitäisi tehdä.”

”On valitettavaa, että tarvitaan julkinen kohu, että asia muuttuu.”

4.2.8.2 AVOIMUUS, VIESTINTÄ JA SIDOSRYHMÄYHTEISTYÖ

Haastatteluaineistosta nousevia teemoja ovat myös **avoimuuden, viestinnän (raportoinnin) ja sidosryhmäyhteistyön** hyödyntäminen nykyistä paremmin. Erityisesti avoimuuteen liittyi näkemyksiä paitsi suomalaisten yritysten toimintaa koskien, mutta myös viranomaisiin liittyen.

"Parempi avoimuus, kannattavampi liiketoiminta."

"Suomen markkinoista ei ole saatavissa tuottotietoja. Asioiden perustelu olisi helpompaa, jos olisi faktaa, mutta niitä ei anneta."

"Vaikea ymmärtää mihin se perustuu, että ei julkaista tietoa."

"Alihankintaketjun läpinäkyvyyden avaaminen tärkeää."

"Anonyymi tapa ilmiäntää asioita pitäisi olla laajemmin käytössä."

"Tiedon jakaminen kansainvälisistä kokemuksista [olisi tervetullutta niin yksityisten toimijoiden kuin julkisen sektorin toimesta]. Tiedon jakaminen auttaa muita."

"Hyvin tehdyistä asioista kannattaa viestiä, raportoida. Lisää sustainability reportingia PK-yrityksille. Raportointi ei kuitenkaan ole vastuullisuuden tae."

4.2.9 Yhteenveto haastatteluiden tuloksista

Haastatteluaineiston sekä kysymyskohtaisesta analyysistä että teemojen analysoinnista käy ilmi, että suomalaisilla yrityksillä on hyvät mahdollisuudet kehittää yhteiskuntavastuu kiinteäksi osaksi liiketoimintaansa. Haastateltavien mukaan suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun nykyistä tilaa ja tasoa olisi hyvä kehittää siten, että yhteiskuntavastuuasiat ovat johdon aktiivisesti seuraamia ja että ne kuuluvat osaksi johdon tavoitteita, ja ovat integroituina liiketoimintastrategiaan. Tämä tukisi riskien- ja maineenhallintaa sekä kilpailukyvyn kehittymistä pitkällä tähtäimellä.

Haastateltavien mielestä yhteiskuntavastuun tilaa ja tasoa on mahdollista tukea myös lisäämällä avoimuutta, keskittyä olennaisimpiin vastuullisuusasioihin ja panostaa sidosryhmäyhteistyöhön yhä enemmän.

Kehitysmahdollisuuksia on kaikilla yritystyypeillä. Haastateltavat toivoivat suunnannäyttäjyyttä erityisesti pörssiyrityiltä ja muilta suurilta yhtiöiltä. Valtion ja kuntien enemmistöomisteisten yhtiöiden yhteiskuntavastuu tulisi olla kunnossa niiden omistajuuden takia. Erityisesti PK-yritysten osalta haastateltavat identifioivat runsaasti kehitysmahdollisuuksia.

Kartoitettujen seitsemän teeman osalta keskeiset viestit suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta ovat seuraavat:

- Ihmisoikeudet: Haastateltavat kokivat suomalaisten yritysten ihmisoikeusasioiden olevan pääosin kunnossa. Suomelle tyypillisiä ihmisoikeushaasteita ovat tasa-arvo, suvaitsevaisuus ja rasismi.
- Työntekijöiden oikeudet: Työntekijöiden oikeuksien osalta haastateltavien mielestä suomalaistyritysten asiat olivat pääosin kunnossa. Suomelle tyypillisiä työntekijöiden oikeuksien haasteita ovat ikärasismi, jaksaminen ja työpäikällä viihtyminen.
- Ympäristön osalta yhteiskuntavastuun kehittämisen keskiössä oli selkeästi ympäristöasioiden vaikutus liiketoiminnalliseen tulokseen. Ympäristöasiat olivat haastateltavien mielestä pääosin kunnossa suomalaisissa yrityksissä.

- Kuluttajat: Kuluttajien osalta haastateltavat peräänkuuluttivat parempaa kuluttajien tuntemusta ja heidän näkemystensä huomiointia sekä laadukkaita tuotteita.
- Lahjonta ja korruptio: Yleisesti ottaen lahjontaa ja korruptiota ei nähty ongelmaksi Suomessa. Suomalaisten yritysten on mahdollista kiinnittää huomiota kansainvälisessä liiketoiminnassa yhteistyökumppaneiden valintaan, politiikkojen seuraamisen varmistamiseen, ja hyvä veli verkostojen olemassa olon tiedostamiseen ja niiden vaikutukseen. Lisäksi haastateltavat näkivät mahdollisuuksia proaktiivisuudelle ja suunnittelulle lahjonnan ja korruption torjunnassa, jotta käytännön tilanteessa olisi valmis malli kuinka toimia.
- Verotus: Pörssiyhtiöiden tulisi olla suunnannäyttäjiä ja maksaa verot toimintamaihinsa. Kuntaomisteiset yhtiöt ja PK-yritykset olivat vastaajien mielestä tunnollisia verojen maksajia.
- Raportointi ja viestinsä tulisi olla tiivistetyssä muodossa. PK-yrityksille haastateltavat ehdottivat lisää raportointia ja viestintää edes nettisivujen kautta.

Kaikki haastateltavat suhtautuivat positiivisesti siihen, että julkinen sektori on mukana yhteiskuntavastuun kehittämisessä. Tervetulleita tavoitteita ovat sujuvan toimintaympäristön luominen suomalaisille yrityksille, ja selkeiden sääntöjen luominen erilaisilla toimintatavoilla toimiville ulkomaisille yhteistyötoimijoille. Lisäksi raportoinnin standardointi yhteistyössä muiden Pohjoismaiden kanssa tuli esiin. Yhteiskuntavastuun kehittämiseksi julkinen sektori voi jakaa tietoa ja pitää aiheeseen liittyviä seminaareja. Julkisen sektorin tuki olisi erityisen arvokasta PK-yrityksille, mutta myös kuntien enemmistöomisteisille yhtiöille.

Haastatteluissa tuli esiin melko vähän kansainvälisiä käytäntöjä, joita suomalaisten yritysten olisi mahdollista ottaa käyttöön. Haastateltavat kokivat toimialojen vastuullisuuden vertaamisen haasteelliseksi, sillä he kokivat vastuullisuuskysymysten olevan pitkälti myös yrityskohtaisia.

5 Yhteenveto

Selvityksellä oli kolme tarkempaa tavoitetta. Ensimmäinen niistä oli suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilan ja tason selvittäminen keskeisten sidosryhmien käsityksen kautta. Selvityksessä mukana olleet sidosryhmät olivat sijoittajat ja rahoittajat, kansalaisjärjestöt, viranomaiset, työmarkkinaosapuolet ja asiantuntijaorganisaatiot. Toisena tavoitteena oli selvittää, eroaako erityyppisten yritysten yhteiskuntavastuun tila ja taso toisistaan, ja miten suomalaisten yritysten tilanne vertautuu valittuihin eurooppalaisiin verrokkimaihin. Kolmantena tavoitteena oli myös saada käsitys siitä, ovatko valitut yhteiskuntavastuun teemat - ihmisoikeudet, työntekijän oikeudet, ympäristö, kuluttajat, verotus, lahjonnan ja korruption torjunta, tai raportointi ja viestintä - erityisen hyvin tai huonosti hoidettuja suomalaisissa yrityksissä.

Näihin kolmeen tavoitteeseen vastataksemme selvitimme suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilaa ja tasoa TEM:n toiveiden mukaisesti laaditulla kyselytutkimuksella sekä henkilökohtaisin haastatteluin. Kyselytutkimuksen kohderyhmä oli 142 henkilöä, joista 63 henkilöä vastasi. Vastausprosentti oli melko korkea, 44 %. Kyselytutkimus toteutettiin ensin. Toisena toteutettu haastattelututkimus kattoi kymmenen organisaation (11 henkilöä) henkilökohtaisen haastattelun kasvotusten. Haastattelututkimuksen tavoitteena oli saada lisätietoa kyselytutkimuksessa karotetuista asioista.

Sekä kysely- että haastattelututkimuksen tulokset indikoivat, että suomalaisilla yrityksillä on hyvät mahdollisuudet kehittää yhteiskuntavastuuta kiinteäksi osaksi liiketoimintaansa. Tämän toteutumiseksi yritysjohdolla on viiden keskeisen sidosryhmän mukaan suuri rooli: yhteiskuntavastuun asiat on sisällytettävä johdon aktiivisesti seuraamiin asioihin ja johdon tavoitteisiin. Kilpailukyvyyn kehittyminen pitkällä tähtäimellä, parempi riskien- ja maineenhallinta ovat odotettuja lopputulemia. Suomalaisilla yrityksillä on mahdollisuus kehittää yhteiskuntavastuutaan myös avoimuuden lisäämisellä – vaikka tämä toisaalta nähtiin myös vahvuutena, keskeisiin vastuullisuusasioihin keskittymisellä ja niistä raportoisella sekä sidosryhmäyhteistyön hyödyntämisellä. Seitsemän yhteiskuntavastuun teeman osalta suomalaiset yritykset pärjäsivät kokonaisuudessaan keskinkertaisesti ja osittain jopa hyvin. Teemoihin tuli niiden perinteisen kattavuuden ohella suomalaisille yrityksille tyypillisiä teemoja. Näitä olivat ihmisoikeuksissa tasa-arvo, suvaitsevaisuus ja rasismi. Työntekijöiden oikeuksissa suomalaisille yrityksille tyypillisiä teemoja olivat ikärasismi, jaksaminen ja työpaikalla viihtyminen.

Viiden sidosryhmän mukaan kehittymismahdollisuuksia on kaikilla yritystyypeillä. Selvityksen tulokset indikoivat, että pörssiyhtiöiden yhteiskuntavastuun tila ja taso on viiden sidosryhmän mukaan paremmalla tasolla kuin muiden yritystyyppien. Valtion/kuntien enemmistöomisteisilla yhtiöillä yhteiskuntavastuuta tulisi myös olla

esimerkillisesti hoidettu. Tulosten mukaan PK-yrityksillä on eniten kehitysmahdollisuuksia. Verrattaessa suomalaisia yrityksiä muiden maiden yhteiskuntavastuun tilaan ja tasoon, sidosryhmät kokivat tilan ja tason olevan hieman parempi Suomessa kuin eurooppalaiseen verrokkiryhmään verrattaessa. Ruotsi ja Alankomaat nousivat sellaisiksi verrokkimaiksi, joilta suomalaisilla yrityksillä voi olla opittavaa.

Selvityksen tulosten mukaan suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tila ja taso on kokonaisuudessaan keskinkertainen. Viisi sidosryhmää arvioivat, että pörs-siyhtiöillä yhteiskuntavastuu oli parhaiten hoidettu. Valtion/kuntien enemmistö-omisteisilla yhtiöiden osalta odotuksena oli, että ne hoitavat asiansa esimerkillisesti. Viisi sidosryhmää arvioivat pääsääntöisesti tämän yritystyyppin toiseksi parhaaksi yhteiskuntavastuun tilan ja tason osalta. Kolmantena olivat PK-yritykset, joilla ymmärrettävästi on vähemmän resursseja panostaa yhteiskuntavastuuseen. Toisaalta vahvan suomalaisen etiikan ja compliance -kulttuurin tuloksena viisi sidosryhmää kokivat PK-yritysten yhteiskuntavastuun olevan useiden mitattujen asioiden osalta melko hyvä. Tällaisia asioita olivat verojen maksu ja yhteiskuntavastuun käytännön taso verrattuna raportointiin.

Lähteet

Bogdan, R. C. ja S. Knopp Biklen (2007): Qualitative Research for Education An Introduction to Theory and Methods. Pearson Education Inc..

Eriksson, P. ja Kovalainen, A. 2008. Qualitative methods in Business Research. Sage Publications Ltd. 2008.

Hirsjärvi, P., Remes, P. ja Sajavaara, P., 1997. Tutki ja kirjoita. Kirjayhtymä, Tampere, Finland.

Tekijät Författare Authors		Julkaisuaki Publiceringstid Date	
KPMG Oy Ab:n Neuvontapalveluiden Yritysvastuun ja vastuullisen sijoittamisen palvelut		Maj 2016	
		Toimeksiantaja(t) Uppdragsgivare Commissioned by	
		Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy	
		Toimielimen asettamispäivä Organets tillsättningsdatum Date of appointment	
Julkaisun nimi Titel Title			
Utredning om intressentgruppernas uppfattningar av samhällsansvaret hos finländska företag			
Tiivistelmä Referat Abstract			
Arbets- och näringsministeriet, avdelningen för ägarstyrning vid statsrådets kansli och utrikesministeriet ville ta reda på vilka slags uppfattningar de viktigaste intressentgrupperna har av finländska företags samhällsansvar när det gäller läget och nivån. Det övergripande målet för utredningen var att komplettera den nuvarande bilden, som baserar sig på både företagens egen information och rapportering om ansvarighet samt på de beskrivningar som företag gett i samband med olika enkät- och intervjuundersökningar. Syftet är att resultaten av utredningen ska utnyttjas vid verkställandet av samhällsansvarspolitiken. Utredningen hade tre mer precisa mål: Det första var att ta reda på vilka uppfattningar de viktigaste intressentgrupperna har av finländska företags samhällsansvar i fråga om läget och nivån. De intressentgrupper som deltagit i utredningen är investerare och finansörer, frivilligorganisationer, myndigheter, arbetsmarknadens parter och sakkunnigorganisationer. Det andra målet var att utreda huruvida läget för och nivån på samhällsansvar hos företag av olika typer skiljer sig från varandra. Det tredje målet var att också få en uppfattning av hur väl eller dåligt skötta de sju valda temana för samhällsansvar – de mänskliga rättigheterna, arbetstagares rättigheter, miljön, konsumenter, beskattning, kampen mot bestickning och korruption samt rapportering och kommunikation – är vid de finländska företagen. För att kunna uppnå de ovan nämnda tre målen utredde vi läget för och nivån på företagens samhällsansvar med hjälp av en enkätundersökning samt med hjälp av personliga intervjuer. Enkätundersökningen genomfördes under januari–mars 2016. Svarsprocenten var relativt hög, 44 %. Det andra skedet bestod av halvstrukturerade personliga intervjuer med företrädare för tio organisationer. Intervjuerna genomfördes i februari–mars 2016. Utredningsresultaten visar att kvaliteten på finländska företags samhällsansvar är medelmåttig. De finländska företagen har goda möjligheter att göra samhällsansvaret till en integrerad del av sin affärsverksamhet. När det gäller de olika delområdena i integreringen är läget för och nivån på processerna för övervakning och rapportering bättre än för processerna för ledning och strategisk planering. Å andra sidan var dock rapportering och kommunikation också delområden där intressentgrupper önskade förbättringar. Flest utvecklingsmöjligheter hittades i integreringen av samhällsansvar, så att det blir del av måluppställningen och den dagliga verksamheten. När det gäller olika teman inom samhällsansvaret ligger de finländska företagen bäst till i fråga om åtgärderna mot bestickning och korruption, och sämst till när det gäller de mänskliga rättigheterna. Vid jämförelsen mellan olika branscher ansåg respondenterna att läget för och nivån på samhällsansvar hos detalj- och partihandeln var bättre än hos de övriga sektorerna. Industrisektorn var nästbäst och på tredje plats kom IKT-sektorn. Respondenterna bedömde att sektorn för infrastruktur, byggande och fastiger klarade sig sämst i jämförelsen och att näst sämst var finansbranschen. Frivilligorganisationernas bedömningar hade de klart lägsta medeltalen.			
Kontaktperson vid arbets- och näringsministeriet: avdelningen för arbetslivs- och marknadsfrågor/Linda Piirto, tfn 029 504 7028.			
Asiasanat Nyckelord Key words			
företagens samhällsansvar			
Painettu julkaisu Inbunden publikation Printed publication		Verkkojulkaisu Nätpublikation Web publication	
ISSN	ISBN	ISSN 1797-3562	ISBN 978-952-327-112-8
Kokonaissivumäärä Sidoantal Pages		Kieli Språk Language	
58		Suomi, Finska, Finnish	
Julkaisija Utgivare Published by			
Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy		Vain sähköinen julkaisu Endast som elektronisk publikation Published in electronic format only	

Tekijät Författare Authors		Julkaisuaika Publiceringstid Date	
KPMG Oy Ab:n Neuvontapalveluiden Yritysvastuun ja vastuullisen sijoittamisen palvelut		Toukokuu 2016	
		Toimeksiantaja(t) Uppdragsgivare Commissioned by	
		Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy	
		Toimielimen asettamispäivä Organets tillsättningsdatum Date of appointment	
Julkaisun nimi Titel Title			
Stakeholders' views on corporate social responsibility in Finnish enterprises			
Tiivistelmä Referat Abstract			
The Ministry of Employment and the Economy, Ownership Steering Department of the Prime Minister's Office and the Ministry for Foreign Affairs have carried out a joint survey to establish how key stakeholders view corporate social responsibility (CSR) in Finnish enterprises. The overall objective was to complement the current picture, which is based on the enterprises' own CSR communications and reporting as well as the descriptions provided by enterprises in interviews and questionnaire surveys. The findings will be used in the implementation of the CSR policy. The survey had three specific objectives. First of all, the aim was to establish how main stakeholders view CSR in Finnish enterprises. Investors, providers of financing, non-governmental organisations, the authorities, social partners and expert organisations were the stakeholders included in the survey. The assessment was based on the following classification of enterprises: listed companies, state-owned/municipality-owned companies and small and medium-sized companies. The second aim was to determine whether there are differences between Finnish enterprises in terms of the state and quality of CSR. The third aim was to find out whether the following seven CSR themes are particularly well or poorly managed in Finnish enterprises: human rights, workers' rights, environment, consumers, taxation, prevention of bribery and corruption and reporting and communications. In order to find answers to these questions, we determined the state and quality of CSR in Finnish enterprises with a questionnaire survey and by conducting personal interviews. Both qualitative and quantitative material was used in the survey. The survey was conducted between January and March 2016. The response rate was fairly high, at 44 per cent. In the second stage, semi-structured personal interviews were conducted in ten organisations and the aim was to obtain more extensive and in-depth information to support the findings of the questionnaire survey. The interviews were conducted in February and March 2016. The findings show that the quality of CSR in Finnish enterprises is at average level. Finnish enterprises are well placed to integrate CSR into their business operations. As regards the different sectors of integration, the state and quality of monitoring and reporting processes are higher than the state and quality of management and strategic planning processes. At the same time, the stakeholders also stated that there should be improvements in reporting and communications. Making CSR part of target-setting and day-to-day business was seen as the area with the greatest development potential. As regards the themes of CSR, Finnish enterprises were deemed to be strongest in the combating of bribery and corruption and weakest in human rights. The respondents were of the view that the state and quality of CSR is best in the retail and wholesale sector. Industries came second and the ICT sector third. The energy sector, finance sector and the infrastructure, construction and real estate sector were judged to be the three weakest branches in terms of CSR (in this order). Non-governmental organisations had the lowest averages. Contact person in the Ministry of Employment and the Economy: Linda Piirto/Labour and Trade Department, tel. +358 29 504 7028			
Asiasanat Nyckelord Key words			
Corporate social responsibility			
Painettu julkaisu Inbunden publikation Printed publication		Verkkojulkaisu Nätpublikation Web publication	
ISSN	ISBN	ISSN 1797-3562	ISBN 978-952-327-112-8
Kokonaissivumäärä Sidoantal Pages		Kieli Språk Language	
58		Suomi, Finska, Finnish	
Julkaisija Utgivare Published by			
Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy		Vain sähköinen julkaisu Endast som elektronisk publikation Published in electronic format only	

Selvitys sidosryhmien käsityksistä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta

Työ- ja elinkeinoministeriö, valtioneuvoston kanslian omistajaohjausyksikkö ja ulkoasiainministeriö halusivat selvittää, millaisia näkemyksiä keskeisillä sidosryhmillä on suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun tilasta ja tasosta.

Selvityksen kokonaistavoitteena on täydentää nykyistä kuvaa, joka pohjautuu sekä yritysten omaan vastuullisuusviestintään ja -raportointiin sekä yritysten erilaisissa kysely- ja haastatteluselvityksissä antamiin kuvauksiin. Selvityksen tuloksia on tarkoitus hyödyntää yhteiskuntavastuupolitiikan toimeenpanossa.

Selvityksessä ovat mukana seuraavat sidosryhmät: sijoittajat ja rahoittajat, viranomaiset, kansalaisjärjestöt, työmarkkinaosapuolet sekä asiantuntijaorganisaatiot. Odotuksena on, että näiden viiden keskeisen sidosryhmän näkemysten kautta on mahdollista saada kattava, tasapainoinen ja erilaiset näkemykset huomioon otettava kokonaiskuva.

Selvityksessä on kaksi aineistonkeruun vaihetta. Ensimmäisen vaiheen muodostaa anonyymi online-kyselytutkimus ja toisen vaiheen muodostaa syventävät henkilökohtaiset haastattelut. Kyselytutkimuksessa viisi sidosryhmää antoi näkemyksensä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuhaasteisiin ja -vahvuuksiin, arvioivat yritysten suoriutumista yhteiskuntavastuun eri teemoissa ja prosesseissa, arvioivat yhteiskuntavastuun toteutumisesta eri toimialoilla ja verrattuna eurooppalaisten verrokkimaiden joukkoon. Kyselytutkimuksen keskeinen osa on arviointi yhteiskuntavastuun seitsemästä teemasta, joita ovat ihmisoikeudet, työntekijän oikeudet, ympäristö, kuluttajat, lahjonnan ja korruption torjunta, verotus sekä raportointi ja viestintä. Kyselytutkimuksen aineisto on määrällistä sekä laadullista ja se analysoitiin soveltuvilla menetelmillä.

Toisen vaiheen muodostaa kymmenen organisaation puolistrukturoidut henkilökohtaiset haastattelut, joilla pyrimme syventämään ja laajentamaan kyselytutkimuksen tuloksia. Haastateltavien organisaatioiden valinta ohjautui sellaisiin sidosryhmiin, joiden vastausprosentti kyselytutkimuksessa oli suhteellisen alhainen, sekä sidosryhmiin, joiden näkemykset eivät aiemmin ole tulleet selvityksen tilaajille esiin muissa yhteyksissä tai joilla koettiin olevan uusia näkemyksiä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta.

Selvityksen on laatinut, ja siihen liittyvän kyselytutkimuksen ja haastattelut on toteuttanut KPMG Oy Ab:n Neuvontapalveluiden Yritysvastuun ja vastuullisen sijoittamisen palvelut (KPMG).

Sähköinen julkaisu
ISSN 1797-3562
ISBN 978-952-327-112-8



TYÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ
ARBETS- OCH NÄRINGSMINISTERIET
MINISTRY OF EMPLOYMENT AND THE ECONOMY