

**VERTAILEVA ANALYYSI
PAPERIYHTIÖIDEN
YHTEISKUNTAVASTUU-
RAPORTEISTA 2006**

Sanna Oikari

Yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielma

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

Kevät 2009

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen	Laitos – Department Viestintätieteiden
Tekijä – Author Sanna Oikari	
Työn nimi – Title Vertaileva analyysi paperiyhtiöiden yhteiskuntavastuuraporteista 2006	
Oppiaine – Subject Yhteisöviestintä	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Tammikuu 2009	Sivumäärä – Number of pages 58
Tiivistelmä – Abstract <p>Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten metsäyhtiöt viestivät yhteiskuntavastuusta, ja missä määrin niiden yhteiskuntavastuuraportointi vastaa toisiaan. Tutkimuskohteeksi valittiin metsäyhtiöt niiden toiminnan laaja-alaisten vaikutusten vuoksi. Aineistona käytettiin Metson, UPM-Kymmenen sekä Stora Enson vuoden 2006 yhteiskuntavastuuraportteja. Kohdeyritykset valittiin tarkoituksella suurimpien joukosta, sillä niiden raportointikäytännöt ovat yleensä jo ehtineet vakiintua. Tämä tekee raporttien vertailusta helpompaa.</p> <p>Pääasiallisena metodina tässä tutkimuksessa käytettiin sisällönanalyysia. Keskeisenä ajatuksena sisällönanalyysissa on luokitella tekstiaineisto kategorioihin niin, että kaikilla saman kategorian yksiköillä – olivat ne sitten sanoja tai lauseita – on sama merkitys. Näitä kategorioita voidaan sitten analysoida joko kvalitatiivisin tai kvantitatiivisin menetelmin. Tässä tutkimuksessa hyödynnettiin molempia analysointimenetelmiä.</p> <p>Kaikkien kohdeorganisaatioiden raportoinnissa keskityttiin eniten työpaikkaan/henkilöstöön ja luontoon/ympäristöön. Tähän saattaa löytyä syy yhteiskuntavastuuraportoinnin historiasta, joka sai alkunsa nimenomaan ympäristö- ja henkilöstöraporteista. Näiden kahden kategorian korostuminen vastaa hyvin kohdeorganisaatioiden arvoja, jotka painottuivat henkilöstön hyvinvointiin ja toiminnan vastuulliseen kehittämiseen. Selvästi vähiten raporteissa käsiteltiin hyväntekeväisyyttä. Tämä voi selittyä puu- ja paperialan heikolla taloudellisella tilanteella, joka ei juuri jätä</p>	

mahdollisuuksia hyväntekeväisyystoiminnalle. Kaikkien organisaatioiden arvot tulivat hyvin esille raporteissa. Tosin Metson yhdeksi perusarvokseen ilmoittama asiakkaan menestyminen jäi sen raportoinnissa selvästi muita arvoja vähemmälle huomiolle. Mielenkiintoista oli, että UPM-Kymmenen julkituomat arvot olivat hyvin henkilöstökeskeisiä. Esimerkiksi ympäristöasiat eivät saaneet niissä minkäänlaista mainintaa, vaikka suurin osa sen raportista käsitteli juuri luontoa/ympäristöä.

Negatiivisten asioiden määrä raporteissa vaihteli Metson kolmesta maininnasta Stora Enson peräti 63 mainintaan. Stora Enso kertoikin melko yksityiskohtaisesti irtisanomisista ja oikeusjutuista, kun taas Metso ja UPM-Kymmene tuntuivat mielummin sivuuttavan negatiiviset asiat mahdollisimman nopeasti, mikä saattaa jossain määrin vaikuttaa yritykseltä lakaista ikävät asiat maton alle. Metso ja UPM-Kymmene eivät myöskään puolustelleet toimiaan, toisin kuin Stora Enso, joka muisti aina kertoa, mitä parannustoimenpiteitä asian hyväksi oli tehty. Silti Stora Enso sortui ehkä liialliseenkin selittelyyn ottaessaan jyrkän kannan sitä vastaan nostettuihin oikeustoimiin ja vakuuttaessaan syyttömyyttään.

Suurin osa raporttien tekstistä käsitteli yhteiskuntavastuuta, joten raportit palvelevat hyvin tarkoitustaan. Raportit vastasivat toisiaan myös siinä, missä määrin ne käsittelivät kutakin tutkimuskategoriaa. Tämä selittyy yhteiskuntavastuuraportoinnin historialla ja organisaatioiden yhteisellä toimialalla. Raporttien sisällysluetteloissa oli huomattavissa suurempia eroja. Ainoastaan Metson sisällysluettelo oli tarpeeksi yksityiskohtainen tiedon etsimiseen. UPM-Kymmenen sisällysluettelo heijasteli edelleen raportoinnin historiaa erottamalla ympäristövastuun ja yhteiskuntavastuun toisistaan. UPM-Kymmene myös korosti muita enemmän sen toiminnasta kertovia caseja, millä se ehkä halusi kiinnittää huomion saavutuksiinsa. Taulukoitua numeerista tietoa löytyi eniten UPM-Kymmeneltä ja vähiten Metsolta. Tosin Metsolla taloudellisen tiedon osuus varsinaisessa tekstissä oli kaksinkertainen muihin verrattuna. Metsolta puuttui raportin lukua helpottava sanasto. Raportti onkin ehkä tarkoitettu lukijoille, joilla on jo perustiedot yhteiskuntavastuusta tai paperi- ja puualasta. Stora Enso oli ainoa, jonka raportista löytyi ulkopuolinen varmennuslausunto aitoudesta ja tietojen oikeellisuudesta. Tämä lisää raportin luotettavuutta, joten olisi suositeltavaa, että muutkin alkaisivat noudattaa samaa käytäntöä.

Asiasanat – Keywords

organisaatioviestintä, yhteiskuntavastuu, raportointi, arvot

Säilytyspaikka – Depository

Jyväskylän yliopisto, Tourulan kirjasto

SISÄLLYS

JOHDANTO	1
1 ARVOT	4
2 YHTEISKUNTAVASTUU	7
2.1 YHTEISKUNTAVASTUUN SISÄLLÖT.....	8
2.1.1 <i>Taloudellinen vastuu</i>	8
2.1.2 <i>Juridinen vastuu</i>	10
2.1.3 <i>Eettinen vastuu</i>	12
2.1.4 <i>Vapaaehtoinen yhteiskuntavastuu</i>	13
2.1.5 <i>Muita määritelmiä</i>	15
2.2 YHTEISKUNTAVASTUU SUOMESSA.....	16
2.3 YHTEISKUNTAVASTUUN HYÖDYT.....	17
2.4 YHTEISKUNTAVASTUUKRITIIKKIÄ.....	18
3 YHTEISKUNTAVASTUURAPORTIT	20
3.1 YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINNIN HISTORIA.....	20
3.2 YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINNIN SYYT.....	21
3.3 KRITIIKKIÄ YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINNISTA.....	23
3.4 GLOBAL REPORTING INITIATIVE -HANKE.....	24
3.5 YK:N GLOBAL COMPACT -ALOITE.....	24
4 AINEISTON KERUU	26
5 CASE-YRITYKSET	28
5.1 UPM-KYMMENE OYJ.....	28
5.2 METSO OYJ.....	28
5.3 STORA ENSO OYJ.....	29
6 TUTKIMUSKYSYMYKSET	30
7 TUTKIMUSMETODIT	31
7.1 SISÄLLÖNANALYYSSIN TEORIAA.....	31
7.2 TUTKIMUKSEN KULKU.....	33
7.2.1 <i>Sisällönanalyysi</i>	33
7.2.2 <i>Raporttien samankaltaisuuden tutkiminen</i>	35
8 METSÄYHTIÖIDEN YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINTI	37
8.1 YHTEISKUNTAVASTUUSTA VIESTIMINEN.....	37
8.1.1 <i>Yhteiskuntavastuuraporttien sisällöt</i>	37

8.1.2	Arvot yhteiskuntavastuuraportoinnissa	39
8.2	YHTEISKUNTAVASTUURAPORTTIEN KESKINÄINEN VASTAAVUUS	41
9	POHDINTA	45
9.1	JOHTOPÄÄTÖKSET	45
9.2	RELIABILITEETTI JA VALIDITEETTI	52
	LÄHTEET	55

JOHDANTO

Yhteiskuntavastuu on aikojen kuluessa määritelty hyvin monin tavoin, eikä täydellistä yksimielisyyttä käsitteen sisällöstä ole vielä kukaan saavuttanut. Perusajatuksena on kuitenkin se, että organisaatiot ja yhteiskunta ovat riippuvaisia toisistaan, ja kummallakin on tiettyjä odotuksia toista kohtaan (Wood 1991, 695; Frankental 2001, 19; Lantos 2001, 600). Viime aikoina varsinkin metsäteollisuudessa paljon keskustelua ovat herättäneet tuotantolaitosten sulkemiset ja henkilökunnan irtisanomiset. Yhteiskuntavastuu on kuitenkin paljon muutakin kuin henkilöstöpolitiikkaa ja luonnonsuojelua. Tässä työssä yhteiskuntavastuuteorian perustana on käytetty Carrollin (1979, 499) nelijakoa, jonka mukaan yhteiskuntavastuuseen kuuluu taloudellinen, juridinen, eettinen ja vapaaehtoinen toiminta.

Suomessa yhteiskuntavastuuajattelun juuret löytyvät teollistumisen ajalta 1700-luvulta, jolloin tehtaanjohtajat houkuttelivat uutta työvoimaa tarjoamalla työntekijöilleen ja heidän perheilleen muun muassa asunnon, koulunkäynnin ja terveydenhuollon (Juholin 2003, 1). 1900-luvun taitteessa vastaperustetut ammattiyhdistykset alkoivat kiinnittää huomiota työolosuhteisiin (Juholin 2003, 22). 1970-luvulla keskityttiin puolestaan ympäristöasioihin (Juholin 2004, 31). Ajan kuluessa painopiste on selvästi siirtynyt taloudellisesta vastuusta ja lain noudattamisesta eettisempiin ja vapaaehtoisempiin vastuukysymyksiin (Carroll 1979, 500; 1998, 3).

Aiemmin yhteiskuntavastuun alueella on tutkittu muun muassa suomalaisten pörssiyritysten ympäristöraportointia (Niskanen & Nieminen 2001) sekä sitä, miten vaateteollisuuden yritykset raportoivat yhteiskuntavastuusta verkkosivuillaan (Grönlund 2006). Lisäksi Juholin on tutkinut sitä, miksi yritykset ylipäätään ovat kiinnostuneita yhteiskuntavastuusta, ja mitä se heille merkitsee (Juholin 2003). Kyseisessä

tutkimuksessa, jossa haastateltiin seitsemän suomalaisen yrityksen edustajaa, selvitettiin myös, miten yhteiskuntavastuuta toteutetaan yrityksissä, ja miten siitä viestitään.

Kuten edellisestäkin käy ilmi, ei yhteiskuntavastuuraportoinnista ole kovinkaan paljon aiempia tutkimuksia. Tälle tosin löytyy selitys yhteiskuntavastuuraportoinnin historiasta. Ensimmäiset ympäristöraportit julkaistiin Suomessa 1990-luvulla, ja niitä seurasivat pian henkilöstöraportit (Juholin 2004, 38, 81). Vasta viime aikoina on siirrytty kokonaisvaltaisempaan raportointiin, joka käsittää kaikki organisaation yhteiskuntavastuutoiminnot. Toisaalta on muistettava, että organisaatiot ovat jo vuosikautia keränneet vastaavia tietoja omaan sisäiseen käyttöönsä (Norman & MacDonald 2003, 5-6). Uutta tässä asiassa onkin näiden raporttien julkaiseminen yhtenäisenä kokonaisuutena organisaation ulkopuolisten tahojen saataville.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten yhteiskuntavastuusta viestitään metsäyhtiöiden vuoden 2006 yhteiskuntavastuuraporteissa. Tutkimuskysymyksiä on kaksi. Ensimmäiseksi tarkoitus on selvittää, miten yhteiskuntavastuusta viestitään. Alakysymyksissä selvitetään, missä määrin yhteiskuntavastuun eri osa-alueita käsitellään raporteissa, ja miten arvot tulevat niissä esille. Toisen tutkimuskysymyksen tarkoituksena on selvittää, missä määrin raportit muistuttavat toisiaan rakenteeltaan ja sisällöltään.

Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa muodostettiin aiemman teorian ja pilottitutkimuksen avulla seitsemän tutkimuskategoriaa: luonto/ympäristö, työpaikka/henkilöstö, lähiyhteisö, talous, tuotteet/palvelut, viestintä/sidosryhmäyhteistyö sekä hyväntekeväisyys. Luokitusyksikkönä käytettiin kokonaista virkettä yksittäisten lauseiden tai sanojen sijaan. Yhteiskuntavastuuraporteista laskettiin kunkin kategorian prosentuaalinen osuus virkkeiden kokonaismäärästä. Arvojen ilmenemistä raporteissa

tutkittiin kahdessa vaiheessa. Helpointa oli ensin etsiä raporteista suoria mainintoja arvoihin. Tämän lisäksi selvitettiin, miten arvot tulevat ilmi silloin, kun niistä ei suoraan sillä nimellä puhuta. Raporttien keskinäistä vertailua varten laskettiin, miten suuri osuus koko tekstistä käsitteli yhteiskuntavastuuta. Lisäksi käytettiin hyväksi aiemmin saatua tietoa kategorioittaisesta jakautumisesta sekä tutkittiin miten negatiivisia asioita käsitellään raporteissa. Raporttien rakennetta tutkittiin vertailemalla keskenään niiden sisällysluetteloita, liitteiden määrää ja sisältöä sekä johdanto-osion sisältöä.

Tulevaisuudessa olisi hyvä tehdä vertailua pidemmällä aikavälillä, ja tarkastella, miten yhteiskuntavastuuraportit ovat aikojen kuluessa kehittyneet. Vielä aineistoa ei todennäköisesti ole riittävästi saatavilla, koska kokonaisvaltaiset yhteiskuntavastuuraportit ovat ainakin Suomessa melko tuore ilmiö. Lisäksi olisi ehkä hyvä tutkia, miten erilaiset ohjeistot ja raportointistandardit vaikuttavat yhteiskuntavastuuraportointiin, ja missä määrin ne sanelevat raporttien sisältöjä. Olisi hyvä myös selvittää, miksi organisaatiot ylipäätään julkaisevat yhteiskuntavastuuraportteja.

1 ARVOT

Arvo voidaan määritellä melko pysyväksi uskomukseksi jonkin toiminnan (välinearvo) tai päämäärän (tavoitearvo) paremmuudesta muihin toimintoihin tai päämääriin verrattuna. Arvoihin liittyy kolme osatekijää: kognitiivinen, affektiivinen ja behavioristinen. Arvojen kognitiivinen puoli näkyy siinä, että ihminen tiedostaa oikean tavan toimia tai korrektein päämäärän, jota kohti pyrkii. Affektiivisia arvot ovat siinä mielessä, että ihminen voi suhtautua niihin tunteellisesti joko puolesta tai vastaan. Behavioristinen puoli puolestaan tulee ilmi silloin, kun arvo aktivoituessaan johtaa toimintaan. (Rokeach 1973, 5-7.)

Arvoja voidaan ryhmitellä monin eri tavoin: on olemassa muun muassa taloudellisia, eettisiä, sosiaalisia, poliittisia ja uskonnollisia arvoja (Heikkonen 1993, 36). Arkielämässä nämä arvot usein limittyvät niin, ettei niitä ole mahdollista eikä järkevää erotella toisistaan. Arvoihin liittyy läheisesti uskomusten ja asenteiden käsitteet, joita on joskus hankala erottaa arvoista (Rokeach 1973, 215). Näiden käsitteiden ero voidaan selittää niin, että ihmisellä on lukematon määrä erilaisia uskomuksia, jotka jäsenyivät tuhansiksi asenteiksi eri asioita kohtaan. Arvo puolestaan on yksittäinen

uskomus, joka ohjaa toimintaa (Rokeach 1973, 18). Arvo ei myöskään ole kytkeytynyt mihinkään tiettyyn kohteeseen tai tilanteeseen, vaan samaa arvoa voidaan soveltaa eri yhteyksissä.

Yhteiskuntavastuu liittyy organisaation johtamiseen vahvasti arvojen kautta, sillä usein organisaatiot pitävät arvoja jopa tärkeämpinä kuin eettisiä tai moraalisia periaatteita (Juholin 2003, 68). Aaltonen ja Junkkari (1999, 21) ovat sitä mieltä, että suomalaisille voi olla luontevampaa puhua arvoista, kuin etiikasta tai moraalista, jotka saattavat termeinä kuulostaa liian hienostelevilta. Pohjimmiltaan yhteiskuntavastuussa onkin kyse juuri arvoista, ja siitä millä hinnalla organisaatio pyrkii pitämään toimintansa tuotollisena (Kalpala 2004, 13).

Organisaation huomion kiinnittyminen arvoihin saattaa johtua monesta asiasta (Aaltonen & Junkkari 1999, 230). Joskus taustalla saattaa olla vain epämääräinen tunne siitä, että asiat voisivat toimia nykyistä paremminkin, kun taas joskus lähdetään tietoisesti etsimään arvoista tukea organisaation johtamisjärjestelmään. Usein myös erilaisten aktivistiryhmien painostus ja organisaation toiminnan kyseenalaistaminen saa organisaation pohtimaan omia arvojaan (Juholin 2003, 31).

Yhden ihmisen arvojen kokonaismäärä on verrattain pieni, eikä organisaation arvojakaan määriteltäessä ole syytä innostua liikaa (Rokeach 1973, 3). Organisaation tulisi määritellä muutama yhteinen perusarvo, jotka muodostavat pohjan sen yhteiskuntavastuulliselle toiminnalle (Lantos 2001, 623). Näiden arvojen varaan organisaation tulisi rakentaa tulevaisuudensuunnitelmansa ja visionsa (Aaltonen & Junkkari 1999, 169). Organisaation tulisi toiminnallaan osoittaa jatkuvaa sitoutumista omiin arvoihinsa ja visioonsa (Lantos 2001, 623). Sen arvot eivät kuitenkaan saisi olla kovin pahasti ristiriidassa toimintaympäristön arvojen kanssa (Neilimo 2004, 134).

Arvot eivät kuitenkaan ole ikuisia, sillä muutoin yhteiskunta ei pystyisi kehittymään (Rokeach 1973, 5). Arvot ovat myös aina organisaatiokohtaisia ja sidottuja aikaan ja paikkaan (Heikkonen 1993, 35; Kalpala 2004, 13). Maailman ja ympäristön muuttuessa tulee ajoittain tarve päivittää myös organisaation arvoja (Aaltonen & Junkkari 1999, 230). Arvojen tunnistaminen voi kuitenkin olla hankalaa, sillä arvot toimivat useimmin tiedostamattomalla tasolla (Aaltonen & Junkkari 1999, 131). Ne juontavat juurensa kulttuurista, yhteiskunnasta ja sen instituutioista sekä ihmisten persoonallisuuksista (Rokeach 1973, 3). Parhaimmillaan arvot näkyvät organisaation arkisessa toiminnassa, ja siinä miten se kohtelee sidosryhmiään (Juholin 2004, 84; Kalpala 2004, 13).

2 YHTEISKUNTAVASTUU

Cambridge Advanced Learner's Dictionary antaa hakutermitte responsibility (vastuu) useita määritelmiä. Vastuu voi ensinnäkin liittyä syyllisyyteen: joku on vastuussa jostakin tapahtumasta. Esimerkiksi terroristit ovat vastuussa pommi-iskusta. Toisaalta vastuu voi tarkoittaa asioiden hoitoon liittyvää velvollisuutta: talonmies on vastuussa siitä, että pihatiet pidetään kunnossa. Vastuu voi myös viitata ihmisten välisiin suhteisiin: alainen on vastuussa esimiehelleen. Vastuuseen liittyy myös vastuullisuuden käsite, joka viittaa hyvään harkintakykyyn: vastuullinen työntekijä osaa toimia oikein ja tehdä itsenäisiä päätöksiä. (Cambridge Advanced Learner's Dictionary.) Näitä kaikkia vastuun eri tasoja voidaan soveltaa myös organisaatioiden yhteiskunnalliseen vastuuseen.

Tämän kappaleen tarkoituksena on käydä läpi yhteiskuntavastuun teoriaa ja historiaa. Aluksi määritellään, mistä yhteiskuntavastuussa on kyse ja tutustutaan perusmääritelmiin. Tämän jälkeen tarkastellaan yhteiskuntavastuun syntyä ja kehitystä nimenomaan suomalaisesta näkökulmasta. Lopuksi keskitytään siihen, mitä hyötyä yhteiskuntavastuullisuudesta on organisaatioille. Tarkoitus on myös

selvittää, millaista kritiikkiä yhteiskuntavastuusta on aikojen kuluessa esitetty.

2.1 Yhteiskuntavastuun sisällöt

Yhteiskuntavastuu on ajan kuluessa määritelty hyvin monilla eri tavoilla kattaen laajan joukon taloudellisia, juridisia ja vapaaehtoisia toimintoja (Carroll 1979, 498). Toiset määritelmät luokittelevat toimintoja, joita yhteiskuntavastuuseen kuuluu, kun taas toiset keskittyvät enemmänkin yhteiskuntavastuun filosofiaan tai tapaan, jolla yhteiskuntavastuuta toteutetaan (Carroll 1979, 499). Eräs melko yleinen määritelmä pohjautuu niin kutsuttuun triple bottom line -ajatukseen, jonka mukaan organisaation toimintaa tulisi taloudellisten seikkojen lisäksi tarkastella myös sosiaalisesta ja ympäristönäkökulmasta (Norman & MacDonald 2003, 1). Kaikissa määritelmissä yhteistä on kuitenkin se lähtökohta, että organisaatiot ja yhteiskunta ovat riippuvaisia toisistaan, ja kummallakin on tiettyjä odotuksia toista kohtaan (Wood 1991, 695; Frankental 2001, 19; Lantos 2001, 600). Carroll (1979, 499) jakaa yhteiskuntavastuun taloudelliseen, juridiseen, eettiseen ja vapaaehtoiseen toimintaan. Näitä tarkastellaan seuraavassa hieman tarkemmin.

2.1.1 Taloudellinen vastuu

Alun alkaen organisaatioiden tarkoitus oli tuottaa ihmisille tuotteita ja palveluja sekä tehdä mahdollisimman paljon voittoa (Carroll 1991, 40–41). Aikanaan taloudellista vastuuta pidettiin jopa niin tärkeänä, ettei esimerkiksi työsuojeluasioihin tai luonnonympäristön hyvinvointiin kiinnitetty juurikaan huomiota (Hay & Gray 1974, 136). Taloudellinen vastuu toimii vielä nykyäänkin kaiken pohjana, sillä organisaation täytyy tuottaa voittoa voidakseen toimia osana yhteiskuntaa (Carroll 1979, 500; Juholin 2003, 79). Taloudellisesti vastuullinen toiminta vakuuttaa sijoittajat ja muut

sidosryhmät siitä, että organisaation toiminta on vakaalla pohjalla ja tulee jatkumaan tulevaisuudessakin (Carroll 1998, 2).

Organisaatioiden toimintaa - ja sitä kautta myös niiden yhteiskuntavastuupolitiikkaa - ohjaavat nykyisin pääosin taloudelliset seikat (Frankental 2001, 19; Valor 2005, 197). Etenkin omistajat ja rahoittajat vaativat organisaatioilta koko ajan parempaa taloudellista tulosta (Lantos 2001, 601). Omistajien ja rahoittajien korostuneesta asemasta ei voida kiistellä, sillä Maltby (1997, 86) huomauttaa, että jos eri sidosryhmien edut ovat ristiriidassa, organisaatio toimii vaikutusvaltaisimpien ryhmien toiveiden mukaan - eli useimmin rahoittajien ja omistajien. Toisaalta asiakkaat voivat painostaa organisaatioita eettisempiin ratkaisuihin ostopäätöksillään, esimerkiksi boikotoimalla tiettyä tuotetta tai organisaatiota (Vehkaperä 2003, 3-4; Valor 2005, 197). Suurin osa eurooppalaisista kuluttajista kiinnittääkin ostopäätöksissään huomiota organisaatioiden yhteiskuntavastuuseen (Euroopan komissio 2001, 21).

Taloudellisen vastuun toteuttaminen voi kuitenkin olla hankalaa. Ratkaisut, jotka vaikuttavat kannattavilta lyhyellä aikavälillä, voivat osoittautua pidemmällä aikavälillä hyvinkin tappiollisiksi (Juholin 2004, 93). Vastuullinen organisaatio ei pyrikään voittoihin hinnalla millä hyvänsä, vaan pohtii myös päätöksiensä pitkäaikaisia seurauksia (Kalpala 2004, 14). Juholin (2004, 15) toteaa, että "taloudellinen vastuu edellyttää kannattavuutta, joka saavutetaan eettisesti ja moraalisesti hyväksyttävillä keinoin eli siten, että yritys ei vahingoita tai tuota ongelmia sidosryhmilleen". Neilimo (2004, 127-130) puolestaan erottaa toisistaan kovan markkinatalouden ja ihmiskasvoisen markkinatalouden. Kovassa markkinataloudessa organisaatio on kiinnostunut vain omistajien taloudellisen hyvinvoinnin lisäämisestä, eikä se juurikaan huomioi toimintansa vaikutuksia ympäristöönsä. Ihmiskasvoisessa markkinataloudessa organisaatio puolestaan toimii

avoimesti, eettisesti ja vuorovaikutuksessa toimintaympäristönsä kanssa, pohtien päätöstensä pitkäaikaisia vaikutuksia.

Campbell (2007, 952) huomauttaa, että liiallinen keskittyminen tuloksen tekemiseen ja osakkeenomistajien miellyttämiseen on juuri se tekijä, joka saattaa estää organisaatioita käyttäytymästä yhteiskuntavastuullisesti. Varsinkin heikossa taloudellisessa tilanteessa oleva organisaatio saattaa turvautua vastuuttomaan toimintaan, mikäli se uskoo siitä olevan edes hetkellistä hyötyä, ja mikäli se uskoo selviävänsä siitä ilman seuraamuksia. Vastuuttomaan toimintaan on helppo turvautua myös, mikäli kilpailu alalla on äärimmäisen tiukkaa, ja organisaation selviäminen epävarmaa (Campbell 2007, 953). Toisaalta vastaava tilanne syntyy myös, mikäli kilpailua ei ole juuri lainkaan, ja organisaatiolla on varaa käyttäytyä vastuuttomasti, ilman että sen liiketoiminta kärsii. Kunkin organisaation onkin omalta osaltaan löydettävä tasapaino voittojen tavoittelun ja yhteiskuntavastuullisen toiminnan välille (Talvio & Välimaa 2004, 25).

2.1.2 Juridinen vastuu

Yhteiskunta odottaa, että organisaatio toteuttaa taloudellista missiotaan vähintäänkin lakien sanelemissa rajoissa (Carroll 1979, 500; 1998, 4). Usein lait on luotu takaamaan sosiaalisia etuja, joita organisaatiot eivät omia intressejä ajaessaan muuten tarjoaisi (Carroll 1998, 3). Lakeja voidaankin pitää eettisen toiminnan minimitasona (Carroll 1998, 3-4; Lantos 2001, 597). Vehkaperä (2003, 66) korostaa, että vaikka organisaatiot toimisivatkin itsekkäästi ja tavoittelisivat vain mahdollisimman suurta voittoa, tämän oletetaan kuitenkin tapahtuvan rehellisesti ja sääntöjen mukaan. Mikäli organisaatioiden toiminnalle ei aseteta mitään rajoitteita, on usein organisaatioiden oman intressin mukaista toimia muiden näkökulmasta katsottuna vastuuttomasti (Campbell 2007, 951). Organisaatioiden vapaaehtoisuuteen perustuvaa yhteiskuntavastuuta ei tulisikaan pitää uuden lainsäädännön kehittämisen korvikkeena (Euroopan komissio 2001, 7).

Myös Maltby (1997, 89) toteaa, että lakien ja säännösten tulisi olla yhteiskuntavastuun lähtökohta, eikä suinkaan viimeinen keino puuttua asiaan, mikäli vapaaehtoisuus ei toimikaan. Toisaalta nykyinen lainsäädäntö tavallaan pakottaa organisaatiot ottamaan sidosryhmänsä huomioon ja neuvottelemaan heidän kanssaan (Campbell 2007, 960-961). Esimerkiksi työntekijät, sijoittajat ja lähiympäristö saavat usein sanansa sanottavaksi organisaation päätöksenteossa.

Campbell (2007, 954) huomauttaa, että pelkkä lakien olemassaolo sinänsä ei riitä, vaan niiden toimivuus perustuu yhteiskunnan kykyyn valvoa niiden noudattamista. Pelkässä lakien noudattamisessa on myös se huono puoli, että lait ovat usein jäljessä yhteiskunnan vaatimasta eettisen toiminnan tasosta (Heikkonen 1993, 137; Carroll 1998, 4; Talvio & Välimaa 2004, 29-30). Lakien noudattamisesta saattaa helposti tulla organisaatioille pelkkää reaktiivista toimintaa. Tällöin toiminta pyritään sopeuttamaan lain asettamiin minimirajoihin, ja yhteiskuntavastuun perimmäinen tarkoitus hyvän kierrättämisestä unohtuu (Sethi 1975, Boalin & Peeryn 1985, 71-72 mukaan). Usein eteen saattaa tulla myös tilanteita, joissa olemassa olevasta lainsäädännöstä ei löydy tarvittavia neuvoja (Juholin 2004, 51). Lait ovat myös hyvin kapea-alaisesti määriteltyjä ja keskittyvät siihen, mitä ei saa tehdä, eivätkä anna neuvoja siitä, mitä pitäisi tehdä, tai miten olisi paras toimia (Lantos 2001, 597).

Yhteiskuntavastuuta ei tulisikaan kahlita lainsäädännöllä liian tiukkoihin normeihin, sillä pahimmillaan se tuhoaisi innovatiivisen ja luovan organisaatiokulttuurin ja jarruttaisi näin yhteiskuntavastuun kehittämistä (Euroopan komissio 2002, 4; Juholin 2004, 58). Talvio ja Välimaa (2004, 30) kehottavatkin pohtimaan, "onko yhteiskunta terve, jos se toimii sääntöyhteisönä, jossa kaikki on sallittua paitsi se, mikä on nimenomaisesti kielletty". Lait ja asetukset määrätään ja sovitaan yksiselitteisesti ja yksityiskohtaisesti, mistä johtuen kaikkia tosiasioita ei pystytä ottamaan

huomioon (Heikkonen 1993, 138–139). Näin saatetaan joutua tilanteeseen, jossa nojaututaan liikaa kirjallisiin määräyksiin ja muodolliset seikat ratkaisevat, eikä tapahtumahetken tilannetta ja oloja oteta riittävässä määrin huomioon.

2.1.3 Eettinen vastuu

Yhteiskunta odottaa organisaatioiden toimivan pelkkää lakien noudattamista eettisemmin (Carroll 1998, 4). Heikkonen (1993, 12) toteaa, että ”arvostetuilta ja hyväosaisilta yksilöiltä ja ryhmiltä vaaditaan keskimääräistä enemmän eettistä toimintaa, tulon- ja varallisuudenjakoa kuin vähäosaisilta”. Eettisen vastuun vaatimukseen törmätään varsinkin tilanteissa, joissa lait eivät vielä heijastele yhteiskunnan odotuksia tai vaatimuksia (Carroll 1998, 4). Toisaalta, koska organisaatioiden eettistä vastuuta ei ole tarkasti määritelty, yhteiskunnan vaatimukset elävät ja muuttuvat jatkuvasti, ja ovat siksi joskus vaikeita täyttää (Carroll 1991, 41). Eettisen vastuun tasolla organisaatiot tunnustavat laajemman vastuunsa yhteiskunnan hyvinvoinnista, mutta pyrkivät silti säilyttämään taloudellisen toimintakykynsä (Sethi 1975, Boalin & Peeryn 1985, 72 mukaan).

Taloudellisen hyvinvoinnin myötä huomio on alkanut kiinnittyä ongelmiin, jotka liittyvät luonnon hyvinvointiin ja asiakkaiden ja työntekijöiden kohteluun (Hay & Gray 1974, 137). Organisaatioilta odotetaan nykyään yhä enemmän toimenpiteitä näiden ongelmien ratkaisemiseksi. Vastuullinen organisaatio sitoutuukin toimimaan eettisesti ja kestävän kehityksen mukaisesti (Kalpala 2004, 15). Eettinen vastuu on näin ollen moraaliseksi organisaatiolle tavallaan pakollista, vaikka organisaatio itse ei siitä suoraan – tai ainakaan lyhyellä tähtämellä – hyötyisikään (Lantos 2001, 605).

Eettisyyteen liittyvä kyky erottaa hyvä pahasta ja oikeudenmukainen epäoikeudenmukaisesta, sekä kyky toimia tämän erottelun mukaisesti (Carroll 1998, 4). Lantosin (2001, 600) mukaan eettinen vastuu on lähinnä

harmien välttämistä, mutta Aaltonen ja Junkkari (1999, 54–63) ovat vahvasti toista mieltä. Heidän mukaansa eettinen toiminta on ”tietoisia valintoja hyvän ja pahan välillä” sekä toimintaa yhteiseksi hyväksi, vaikka siitä olisikin hetkellisesti haittaa itselle. Campbell (2007, 951) vie Lantosin harmien välttämisen ajatusta hieman pidemmälle määritellesään yhteiskuntavastuulle kaksivaiheisen minimitason: ensinnäkin organisaatioiden tulisi välttää tietoisesti tekemästä mitään, mikä saattaa vahingoittaa sen sidosryhmiä. Toiseksi, mikäli vahinko on jo tapahtunut, organisaation tulisi parhaansa mukaan pyrkiä korjaamaan se joko vapaaehtoisesti tai esimerkiksi ympäristön painostuksesta. Mikäli organisaatio ei täytä näitä ehtoja, sen voidaan katsoa toimivan vastuuttomasti (Campbell 2007, 951).

Etiikka voidaan jakaa deskriptiiviseen etiikkaan, joka tarkastelee organisaation todellista toimintaa, sekä normatiiviseen etiikkaan, joka pyrkii selvittämään miten organisaation pitäisi toimia (Carroll 1998, 4). Organisaatioiden tulisi kiinnittää huomionsa juuri normatiiviseen etiikkaan ja siihen miten organisaation olisi paras toimia, eikä niinkään siihen miten se toimii tällä hetkellä (Carroll 1998, 4). Organisaatioiden itsensä perustamat eettiset säännöt ja muut vastaavat ohjeistot ovat tavallaan askel kohti normatiivisempaa tarkastelua (Campbell 2007, 955). Organisaatioiden itsesääntely saa usein alkunsa, koska halutaan välttää uusien ja entistä rajoittavampien lakien synty, tai koska pelätään, että olemassa oleva lainsäädäntö ei riitä turvaamaan alan toimintaa (Campbell 2007, 955). Samoin kuin lakienkin kohdalla, säännösten toimivuus riippuu niiden tehokkaasta täytäntöönpanosta ja valvonnasta (Euroopan komissio 2001, 15).

2.1.4 Vapaaehtoinen yhteiskuntavastuu

Organisaatiolta odotetaan usein vapaaehtoista yhteiskuntavastuuta tai hyväntekeväisyyttä, joka ylittää edellä mainitut velvoitteet (Carroll 1979, 500; 1998, 5). Periaatteena on, että organisaatiot antavat hyvän kiertää ja

maksavat tuotoistaan takaisin yhteiskunnalle (Carroll 1998, 5). Vapaaehtoinen yhteiskuntavastuu voi olla hyvinkin epäitsekkästä siinä mielessä, että se saattaa hyödyttää organisaation sidosryhmiä, mutta ei välttämättä itse organisaatiota (Lantos 2001, 605). Lantos (2001, 609–611) huomauttaa, että mikäli organisaatio alkaa tehdä voittoa yhteiskuntavastuullaan, se ei enää olekaan epäitsekkästä toimintaa vaan muuttuu strategiseksi. Tämä ei silti tarkoita, että hyväntekeväisyyden harjoittaminen omien intressien vuoksi olisi jotenkin tuomittavaa (Juholin 2004, 36). Toisin kuin muiden kolmen yhteiskuntavastuun osa-alueen (talous, laki ja etiikka) kohdalla, organisaatiota ei kuitenkaan pidetä epäeettisenä, vaikka se ei harjoittaisikaan vapaaehtoista yhteiskuntavastuuta (Carroll 1979, 500; 1991, 42).

Usein keskustelu organisaatioiden yhteiskuntavastuusta painottuu kahteen näkökulmaan. Yhden näkökulman mukaan organisaation ainoa tarkoitus on tehdä mahdollisimman paljon voittoa mahdollisimman vähällä panostuksella yhteiskuntavastuuseen. Toisten mielestä organisaation tulee harjoittaa yhteiskuntavastuuta jopa voittojen – ainakin hetkittäisellä – kustannuksella (Boal & Peery 1985, 71). Friedman (1970) toteaa, että organisaation johtaja on organisaation omistajien alainen, ja sitä kautta vastuussa vain heille. Näin ollen hänen päätehtävänsä olisi pitää organisaatio tuottavana. Hyväntekeväisyyttä johtaja saa halutessaan harjoittaa omalla ajallaan ja yksityisenä henkilönä. Vaikka johtajalle annettaisiinkin oikeus käyttää muiden – omistajien, asiakkaiden tai työntekijöiden – rahoja hyväntekeväisyyteen, ei hänellä Friedmanin (1970) mukaan ole tarvittavaa asiantuntijuutta päättää, mihin varat tulisi suunnata. On huomattava, että Friedman on näkemyksissään samoilla linjoilla kuin Lantos (2001, 609–611) siinä, että alkaessaan tuottaa organisaatiolle voittoa, hyväntekeväisyys ei enää ole puhdasta hyväntekeväisyyttä. Kritiikistään huolimatta Friedman ei siis hylkää ajatusta organisaation eettisestä ja yhteiskuntaa hyödyttävästä

toiminnasta – siitä vain tulee olla hyötyä myös organisaatiolle itselleen.

2.1.5 Muita määritelmiä

Yhteiskuntavastuu voidaan määritellä esimerkiksi sen mukaan, miten organisaatio siihen reagoi. Carroll (1979, 501) esittää tämän jatkumossa, jossa toisessa päässä on tilanne, jossa organisaatio ei reagoi tilanteisiin ollenkaan, kun taas toisessa päässä organisaatio toimii proaktiivisesti eli ennaltaehkäisevästi. Wood (1991, 692) puolestaan jakaa yhteiskuntavastuun kolmeen tekijään: periaatteet joiden mukaan organisaatio toimii, prosessit joilla se toteuttaa periaatteitaan sekä näiden prosessien lopputulokset. Usein yhteiskuntavastuun määritelmässä listataan myös yrityksen vastuun kohteita. Näitä voivat olla esimerkiksi yrityksen henkilöstö, omistajat ja yhteistyökumppanit, asiakkaat, paikalliset viranomaiset ja järjestöt sekä yrityksen käytettävissä olevat resurssit ja luonnonvarat (Euroopan komissio 2001, 8–12).

Myös moraalisuuden tasoa voidaan käyttää määrittelyn perustana. Moraaliton organisaatio on tietoinen oikeasta ja väärästä, mutta välittää vain omasta menestyksestään ja toimii usein epäeettisesti. Moraalinen organisaatio puolestaan pyrkii toimimaan korkeimpien eettisten standardien mukaan (Carroll 1991, 45). Näiden kahden väliin jää vielä amoraalinen organisaatio, jolla ei ole minkäänlaista eettistä käsityskykyä, eikä se pohdi toimintojensa seurauksia.

Vehkaperä (2003, 66–76) erotti *Talouselämä*-lehden artikkeleita tutkiessaan neljä yrityksen yhteiskuntavastuun diskurssia: koko yhteiskunnan edun, kaikkien sidosryhmien edun, omistajan edun sekä yrityksen edun diskurssit. Koko yhteiskunnan edun diskurssissa painottuu ihmisen sisäinen tietous oikeasta ja väärästä sekä toiminta ilman oman edun tavoittelua. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa puolestaan toimitaan eettisesti ja sidosryhmät huomioiden vain, koska se on taloudellisesti kannattavaa.

Omistajan edun diskurssi muistuttaa muuten edellistä, mutta sillä erotuksella, että se painottaa osakkeenomistajien etua muiden sidosryhmien kustannuksella. Yrityksen edun diskurssissa ainoa tavoite on tehdä mahdollisimman paljon voittoa sääntöjen mukaan ja ilman vilppiä. Sitä laajemman yhteiskuntavastuun toteuttamista pidetään organisaatiolle haitallisena. Huomattavaa on, että koko yhteiskunnan edun diskurssia lukuun ottamatta kaikissa tavoitteena on taloudellisen tuoton lisääminen. (Vehkaperä 2003, 66–76.) Tämä mukailee melko pitkälle Friedmanin (1970) oletusta siitä, että organisaation ainoa tavoite on tuottaa voittoa omistajilleen.

2.2 Yhteiskuntavastuu Suomessa

Suomessa yhteiskuntavastuuajattelun juuret löytyvät teollistumisen ajalta 1700-luvulta. Tuolloin tehtaiden omistajat houkuttelivat työvoimaa järjestämällä työntekijöilleen sekä heidän perheilleen asunnot, koulunkäynnin ja terveydenhuollon. Tätä järjestelyä voidaan myös pitää 1960-luvulla syntyneen hyvinvointiyhteiskunnan perustana. (Juholin 2003, 1.) Konkreettisempia muotoja yhteiskuntavastuu alkoi saada vasta 1900-luvun vaihteessa, jolloin vasta perustetut ammattiyhdistykset alkoivat vaatia muun muassa parempia työolosuhteita ja lyhyempää työpäivää (Juholin 2003, 22).

1970-luvulla sai alkunsa niin sanottu sidosryhmäajattelu, jonka mukaan organisaatiot eivät toimi yksin, vaan niiden on huomioitava myös muut yhteiskunnan toimijat. Tuolloin huomio kiinnittyi erilaisten järjestöjen ja aktivistiryhmien painostuksesta erityisesti ympäristöasioihin. Myös laki yhteistoiminnasta (yt-laki) tuli voimaan 1970-luvun lopulla. Sen mukaan organisaatioiden on toimittava yhteistoiminnassa henkilöstönsä kanssa kaikissa organisaation suunnitelmia ja muutoksia koskevissa asioissa. Myöhemmin yt-laki on saanut negatiivisen sävyn lukuisten

irtisanomisneuvottelujen vuoksi. 1980-luvulla puolestaan elettiin laatujohtamisen aikaa, ja yhä useammat organisaatiot harjoittivat yhteiskuntavastuuta vapaaehtoisesti välttääkseen turhaa byrokratiaa, jota uudet säännökset ja lait toisivat tullessaan. (Juholin 2004, 31–38.)

Yhteiskuntavastuu on kehittynyt paljon sen ajan jälkeen, jolloin oltiin sitä mieltä, että organisaation ainoa velvollisuus on tuottaa mahdollisimman paljon voittoa (Carroll 1991, 39). Ajan kuluessa painopiste on selvästi siirtynyt taloudellisesta vastuusta ja lain noudattamisesta eettisempiin ja vapaaehtoisempiin vastuukysymyksiin (Carroll 1979, 500; 1998, 3). Tosin on huomattava, että jokaisen toiminnan takana voivat vaikuttaa niin taloudelliset, juridiset, eettiset kuin vapaaehtoisuuteen perustuvat motiivit (Carroll 1979, 500). Organisaatiot ovat myös tulleet yhä enemmän osaksi yhteiskunnan hyvinvointijärjestelmää, kun perinteisesti kunnille tai valtiolle kuuluvia toimintoja on ulkoistettu yksityisille organisaatioille (Juholin 2004, 54).

2.3 Yhteiskuntavastuun hyödyt

Usein on keskusteltu siitä, harjoittavatko organisaatiot yhteiskuntavastuuta puhtaasti hyväntekeväisyydestä ja epäitsekkyydestä, vai kenties hyötyäkseen siitä itse (Carroll 1998, 6). Se ainakin on selvää, että yhteiskuntavastuu ei ole millään tavalla organisaatiolta pois, sillä kuten Carroll (1998, 6) toteaa, on täysin mahdollista tehdä hyvää ja silti voida hyvin. Vaikka lyhyellä aikavälillä organisaatio saattaisikin joutua kärsimään, ajan mittaan yhteiskuntavastuu maksaa itsensä takaisin (Lantos 2001, 618). Usein yhteiskuntavastuuta ei nähdäkään itse päämääränä, vaan välineenä kohti parempaa kilpailukykyä ja voittoja (Valor 2005, 199). Kestävää menestystä ei enää saavuteta voittojen maksimoinnilla lyhyellä aikavälillä, vaan ”markkinakeskeisellä mutta vastuullisella toiminnalla” (Euroopan

komissio 2002, 5). Toisaalta yhteiskuntavastuusta voi olla välitöntäkin hyötyä, esimerkiksi työympäristön parantuessa, tai kuluttajien ja sijoittajien kiinnostuksen lisääntyessä (Euroopan komissio 2001, 8).

Wood (1991, 709) näkee yhteiskuntavastuulla kolme tehtävää: ensinnäkin se auttaa organisaatiota saamaan oikeutuksen toiminnalleen, toiseksi se parantaa organisaation sopeutumiskykyä ympäristöönsä, ja kolmanneksi se luo kulttuurin, jossa kaikille tarjotaan eettisen valinnan mahdollisuus. Lisäksi se saa työntekijät ja asiakkaat suhtautumaan organisaatioon suopeammin ja luottavaisemmin (Frankental 2001, 20; Lantos 2001, 606). Vehkaperä (2003, 64) toteaa, että luottamuksen lisääntyessä eri toimijoiden välillä, myös toiminnan säännönmukaisuus ja ennustettavuus lisääntyvät. Yhteiskuntavastuullisesti toimiminen parantaa myös organisaation mainetta ja vähentää negatiivista julkisuutta (Lantos 2001, 606). Juholin (2003, 2) huomauttaa, että organisaatio, joka ei kykene huolehtimaan yhteiskuntavastuustaan, tulee todennäköisesti saamaan kolhuja maineeseensa ja sitä kautta myös taloudelliseen tuottavuuteen.

2.4 Yhteiskuntavastuukritiikkiä

Monet pitävät yhteiskuntavastuuta huonona terminä, sillä se kohdistaa huomion liiaksi velvollisuuksiin ja vastuuseen ja on siksi liian kapea-alainen kuvaamaan kaikkia organisaation - osin vapaaehtoisikin - sosiaalisia toimia (Carroll 1979, 498). Se ei myöskään ota kantaa siihen, kenelle organisaation tarkalleen ottaen tulisi olla vastuussa (Carroll 1991, 43; Lantos 2001, 615). On myös väitetty, että yhteiskuntavastuu olisi vain julkisuustemppu, jolla organisaatio tavoittelee omia etujaan (Lantos 2001, 617). Myös Campbell (2007, 946) huomauttaa, että joidenkin mielestä koko yhteiskuntavastuun käsite saattaa tuntua oudolta ajatukselta. Koska organisaatioiden olemassaolon tarkoitus on pääasiallisesti tuottaa voittoa, voisi helposti

kuvitella niiden pyrkivän tähän tavoitteeseen hinnalla millä hyvänsä – jopa vastuuttomasti käyttäytyen, mikäli ne uskovat selviävänsä siitä ilman seuraamuksia (Campbell 2007, 946).

Yhteiskunnan organisaatiolle esittämät sosiaaliset vaatimukset vaihtelevat ajan ja paikan mukaan ja jopa saman sidosryhmän sisällä (Talvio & Välimaa 2004, 19; Valor 2005, 194). Myös kaikki yhteiskuntavastuuseen liittyvät termit ovat sidottuja kulloinkin vallalla olevaan aikaan ja kulttuuriin, eivätkä ne siksi ole mitään absoluuttisia totuuksia (Wood 1991, 700). Lisäksi eri tahot voivat määritellä saman termin hyvinkin eri tavoin. Huonoja ovat myös määritelmät, jotka pyrkivät kuvaamaan yhteiskuntavastuun sisältöjä, sillä teemat vaihtuvat ajan myötä sekä siirryttäessä alalta toiselle (Carroll 1979, 501). Kunkin organisaation tulisikin pohtia, mitä yhteiskuntavastuu tarkoittaa juuri heidän toimialallaan ja toimintaympäristössään (Vehkaperä 2003, 21).

3 YHTEISKUNTAVASTUURAPORTIT

Yhteiskuntavastuun toteuttamiseen liittyy olennaisena osana siitä raportointi. Seuraavassa tarkastellaan raportoinnin historiaa, syitä miksi raportointi kannattaa sekä sitä, millaista kritiikkiä yhteiskuntavastuuraportoinnista on esitetty. Lisäksi tutustutaan pariin raportointiohjeistoon, joita tässä tutkimuksessa mukana olevat organisaatiot ovat käyttäneet.

3.1 Yhteiskuntavastuuraportoinnin historia

1990-luvulla organisaatiot alkoivat julkaista ensimmäisiä ympäristöraportteja, joita seurasivat pian henkilöstöraportit (Juholin 2004, 38, 81). Vähitellen alettiin siirtyä kokonaisvaltaisempaan raportointiin käsittäen organisaation koko yhteiskuntavastuupolitiikan. Perinteinen taloudellisista tuloksista raportointi ei enää riitä, sillä organisaation arvoon vaikuttavat yhä enemmän sen vastuullisuus ja toiminta taloudellisia seikkoja laajemmin tarkasteltuna (Niskala & Lovio 2004, 227). Suomessa yhteiskuntavastuuraporttien määrä lähti huimaan nousuun 2000-luvun

alussa raskasta teollisuutta edustavien yritysten johdolla (Niskala & Lovio 2004, 229).

Usein lainsäädäntö vaatii organisaatioita olemaan läpinäkyvämpiä ja avoimempia viestinnässään, mutta sosiaali- ja ympäristöasioista raportointia vaatii vain harvan maan laki. Paine yhteiskuntavastuuraportointiin tulee usein epävirallisemmilta tahoilta eikä niinkään lainsäädännöstä. (Valor 2005, 202.) Yhteiskuntavastuuraportoinnin ensisijainen tarkoitus on kertoa organisaation sidosryhmille siitä, miten organisaatio on saavuttanut asettamansa arvot, periaatteet ja tavoitteet. Usein merkittävä osa raportointia on myös organisaation yhteiskuntavastuun kehittämisestä ja tulevaisuuden suunnitelmista kertominen. (Talvio & Välimaa 2004, 125.)

Norman ja MacDonald (2003, 5–6) huomauttavat, että organisaatiot ovat jo kauan ennen yhteiskuntavastuuraportteja keränneet vastaavia tietoja omaan käyttöönsä. Uutta asiassa on raporttien julkaiseminen yhtenä kokonaisuutena organisaation ulkopuolisten tahojen saataville (Norman & MacDonald 2003, 5–6). Vaikka yhteiskuntavastuuraportit ovat nykyään melko yleisiä varsinkin suuremmilla organisaatioilla, raportoinnilla on taipumus keskittyä käsittelemään vain tiettyjä asioita. Euroopan komission (2001, 18) mukaan raporteissa käsitellään laajasti esimerkiksi ympäristöä, terveyttä ja turvallisuutta, kun taas ihmisoikeuksista tai lapsityövoiman käytöstä niissä ei juurikaan puhuta.

3.2 Yhteiskuntavastuuraportoinnin syyt

Ei ole olemassa selvää selitystä sille, miksi organisaatiot julkaisevat yhteiskuntavastuuraportteja (Maltby 1997, 85). Toisaalta raporttien julkaiseminen voi olla vain alan tapa: raportteja julkaistaan, koska kaikki muutkin alalla tuntuvat tekevän niin. Toisaalta taustalla voi piillä

organisaation omat itsekkäät motiivit, tai sitten kyse voi olla organisaation kokemasta moraalisesta velvoitteesta kertoa asioista sidosryhmilleen. On myös sanottu, että alkusysäyksen raportoinnille antaa sidosryhmien tiedonhalu ja vaatimus laajemmasta informoinnista (Maltby 1997, 86). Ongelmaksi tässä nousee kuitenkin se, että hyvin harvoin sidosryhmillä on samanlaiset informaatiotarpeet keskenään.

Yhteiskuntavastuuraportointi liittyy olennaisesti niin kutsuttuun triple bottom line -ajatuksen, jonka mukaan organisaation toimintaa tulisi taloudellisten seikkojen lisäksi tarkastella myös sosiaalisesta ja ympäristönäkökulmasta (Norman & MacDonald 2003, 1). Yhteiskuntavastuuraportin tarkoituksena onkin antaa taloudellista raportointia laajempi kuva organisaation toiminnasta (Niskala & Lovio 2004, 244). Frankental (2001, 19) huomauttaa, että markkinavoimien ohjatessa organisaatioiden toimintaa, on kannattavampaa raportoida myös sosiaalisista asioista, koska sitä kautta ihmiset saadaan huomaamaan ja myös palkitsemaan eettisesti toimivat organisaatiot. Esimerkiksi pörssiyhtiöiden kannalta raportoinnilla voi olla positiivinen vaikutus osakkeen arvoon, sillä usein vastuullista yritystä pidetään muita menestyvämpänä (Niskala & Lovio 2004, 230).

Organisaation itsensä on helpompi kehittää yhteiskuntavastuullista toimintaansa, mikäli se seuraa sen toteutumista säännöllisesti (Norman & MacDonald 2003, 4). Raportointi tuo myös avoimuutta ja jatkuvuutta organisaation vuorovaikutukseen sidosryhmiensä kanssa. Yhteiskuntavastuuraportin avulla voidaan myös selkiyttää organisaation pitkän aikavälin visiota, strategiaa ja tavoitteita, mikä puolestaan auttaa organisaation henkilöstön sitoutumisessa ja motivaatiossa (Niskala & Lovio 2004, 230–231).

3.3 Kritiikkiä yhteiskuntavastuuraportoinnista

Yhteiskuntavastuun raportoinnissa kohdataan ongelmia, mikäli raportointi pohjataan triple bottom line -ajatukselle, jonka mukaan sen tulisi vastata taloudellista raportointia. Ensinnäkin yhteiskuntavastuuseen liittyviä asioita ei voida mitata määrällisesti, sillä hyötyjen ja haittojen arviointi on aina subjektiivista. Ei voida myöskään antaa mitään yleispätevää listaa asioista, joita kaikkien organisaatioiden tulisi mitata, sillä eri toimialat ja organisaatiot keskittyvät yhteiskuntavastuussaan eri asioihin. (Norman & MacDonald 2003, 6–9.) Tämä johtuu hyvin suurelta osin myös siitä, että kullakin organisaatiolla on omat, toisistaan poikkeavat sidosryhmät, joille raportit on suunnattu (Maltby 1997, 85).

Ongelmia kohdataan myös, mikäli yhteiskuntavastuuraportointia säädellään liian tiukasti lakipykälän. Silloin ajaututaan helposti tilanteeseen, jossa organisaatiot pyrkivät tekemään parhaansa vain niillä alueilla, jotka on säädetty raportoitavaksi, ja laiminlyövät muita toimintoja (Maltby 1997, 90). Tämän vuoksi erillistä yhteiskuntavastuuraporttia ei ole ainakaan toistaiseksi haluttu säätää lailla pakolliseksi, vaan on tyydytty vaatimaan tiettyjen – usein ympäristövastuuseen liittyvien – yhteiskuntavastuutietojen esittämistä tilinpäätöksessä (Niskala & Lovio 2004, 240–242). Organisaatioita onkin kannustettu raportointiin pääasiassa erilaisten vapaaehtoisten aloitteiden ja ohjeistojen kautta (Niskala & Lovio 2004, 243).

Frankental (2001, 20) korostaa että, vaikka raportointimenetelmät voivat olla vielä hyvinkin kehittymättömiä, ja raportit saattavat palvella vain organisaatiota itseään, tärkeintä on sitoutuminen raportointiin. Vaikka tuskin yksikään organisaatio on valmis sanomaan, että sen toiminta ei ole yhteiskuntavastuullista, organisaatioiden tulisi kertoa myös virheistään ja epäonnistumisistaan (Frankental 2001, 20). Raporttien luotettavuutta voidaan parantaa tarkastuttamalla ne riippumattomalla taholla, jolloin välttyään

kritiikiltä, jonka mukaan raportit olisivat vain tyhjää sanahelinää (Euroopan komissio 2001, 19).

3.4 Global Reporting Initiative -hanke

Global Reporting Initiative eli GRI on kansainvälinen hanke, joka pyrkii yhtenäistämään taloudellisen, ympäristö- ja yhteiskuntavastuuraportoinnin käytäntöjä ja sisältöjä vertailukelpoisiksi. Keskeisin osa sen toimintaa on raportoinnin yleisohjeisto, jota voidaan hyödyntää organisaation koosta tai toimialasta riippumatta. Lisäksi löytyy toimialakohtaisia lisäohjeita muun muassa autoteollisuudelle, rahoitusosalalle, kaivosteollisuudelle ja julkiselle sektorille. Ensimmäinen yleisohjeisto julkaistiin vuonna 2000. Vuonna 2006, jolloin GRI:n raportointiperiaatteita noudatti jo tuhatkunta organisaatiota ympäri maailman, julkaistiin yleisohjeiston ”kolmas sukupolvi”. (Global Reporting Initiative 2007.)

3.5 YK:n Global Compact -aloite

Global Compact on YK:n silloisen pääsihteerin Kofi Annanin vuonna 1999 tekemä aloite, jonka tavoitteena on tukea vastuullista yrityskansalaisuutta. Global Compact ei pyri säätelemään, mittaamaan tai valvomaan organisaatioiden toimintaa, vaan se perustuu viestinnän ja toiminnan läpinäkyvyyteen sekä organisaatioista itsestään lähtevään kiinnostukseen. Global Compact koostuu kymmenestä periaatteesta:

Ihmisoikeudet

1. Kansainvälisesti hyväksytyjen ihmisoikeuksien tukeminen ja kunnioittaminen
2. Vakuuttaminen, että organisaatiot itse eivät ole loukanneet ihmisoikeuksia

Työelämä

3. Järjestäytymisvapauden ja työehtosopimusneuvotteluoikeuden tunnustaminen
4. Pakkotyön eliminointi kaikissa muodoissaan
5. Lapsityön eliminointi
6. Työhän ja ammattiin liittyvän syrjinnän eliminointi

Ympäristö

7. Ennaltaehkäisevä suhtautuminen ympäristöongelmiin
8. Ympäristövastuullisuutta lisäävien aloitteiden tukeminen
9. Ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämisen ja levittämisen tukeminen

Korruptio ja lahjonta

10. Vastustettava korruptiota kaikissa sen muodoissa mukaan lukien kiristys ja lahjonta

Näiden periaatteiden noudattaminen on organisaatioille vapaaehtoista, mutta Global Compact -aloitteeseen sitoutuminen auttaa organisaatiota toimimaan proaktiivisemmin ja välttämään riskejä. (Global Compact 2007.)

4 AINEISTON KERUU

Tämän tutkimuksen kohteeksi valittiin metsä- ja paperiyhtiöt niiden toiminnan yhteiskunnallisten ja kansainvälisten vaikutusten laaja-alaisuuden vuoksi. Tällä tavalla pystyttiin varmistumaan siitä, että yhteiskuntavastuuraporteista saatiin riittävästi relevanttia tutkimusaineistoa. Aineisto rajattiin kohdeorganisaatioiden tuoreimpiin saatavilla oleviin yhteiskuntavastuuraportteihin, mikä tässä tapauksessa tarkoitti vuoden 2006 raportteja, jotka julkaistiin kevään 2007 aikana. Aluksi harkittiin raporttien vertailua pidemmällä aikavälillä, mutta lopulta tultiin siihen tulokseen, ettei se ole tässä vaiheessa kannattavaa. Tämä johtuu pääosin siitä, että kokonaisvaltaisella yhteiskuntavastuuraportoinnilla ei ole vielä kovinkaan pitkää historiaa takanaan, joten raporttien ajallista kehittymistä olisi ollut hankala tutkia.

Yhteiskuntavastuuraportit tilattiin painetussa muodossa yritysten www-sivujen kautta kolmelta organisaatiolta: Stora Ensolta, Metsolta sekä UPM-Kymmeneltä. Tutkimuksen kohdeyritykset valittiin tarkoituksella alansa suurimpien joukosta, sillä niiden yhteiskuntavastuuraportointikäytännöt ovat edes jossain määrin vakiintuneita, mikä johtuu ainakin osaltaan

käytössä olevista raportointiohjeistoista. Raportointikäytäntöjen vakiintuminen oli tärkeää, sillä se helpottaa varsinkin raporttien keskinäistä vertailua. Tämän vuoksi tutkimukseen ei haluttu ottaa mukaan organisaatioita, jotka ovat julkaisseet vasta ensimmäisen yhteiskuntavastuuraporttinsa. Tästä johtuen esimerkiksi M-Real jouduttiin jättämään pois tutkimuksesta, sillä se ei enää julkaise omaa yhteiskuntavastuuraporttia. Sen emoyhtiötä puolestaan ei voitu hyväksyä, koska se on vasta julkaissut ensimmäisen koko konsernin kattavan raporttinsa, eli sen raportointikäytänteet eivät ole ehtineet vakiintua. Tärkeinä valintakriteereinä pidettiin myös sitä, että organisaatiot ovat pörssiyrityksiä, ja että niillä on toimintaa Suomessa. Näin voitiin varmistaa, että organisaatiot toimivat suurin piirtein samanlaisista lähtökohdista käsin, mikä myös helpottaa raporttien keskinäistä vertailua.

5 CASE-YRITYKSET

Tämän tutkimuksen kohteeksi valittiin kolme suurta metsä- ja paperialan organisaatiota, joiden pääasialliset liiketoiminnot esitellään seuraavassa lyhyesti.

5.1 UPM-Kymmene Oyj

UPM-Kymmene on yksi maailman johtavia metsäteollisuusyhtiöitä. Sen liiketoiminta keskittyy aikakaus- ja sanomalehtipapereihin, hieno- ja erikoispapereihin, puutuotteisiin sekä tarralaminaatteihin ja RFID-etätunnisteisiin. UPM:llä on tuotantolaitoksia 15 maassa, ja työntekijöitä noin 28 000. Sen tärkeimmät markkina-alueet ovat Eurooppa ja Yhdysvallat. (UPM-Kymmene Oyj 2006, 6-7; UPM-Kymmene Oyj 2007.)

5.2 Metso Oyj

Metso on kansainvälinen teknologiakonserni, jolla on toimintaa yli 50

maassa, ja työntekijöitä lähes 26 000. Metso-konserni koostuu kolmesta liiketoiminta-alueesta: Metso Paper (38 % vuoden 2006 konsernin liikevaihdosta) keskittyy sellu-, paperi- ja voimantuotantoteknologioihin, Metso Minerals (43 % liikevaihdosta) toimittaa kiven- ja mineraalinkäsittelyjärjestelmiä ja Metso Automation (12 % liikevaihdosta) tuottaa automaattioratkaisuja sellu- ja paperiteollisuudelle, energia- ja prosessiteollisuudelle sekä kiven- ja mineraalienkäsittelyyn. Metson päämarkkina-alueita ovat Eurooppa ja Pohjois-Amerikka, mutta myös Aasian ja Etelä-Amerikan merkitys kasvaa jatkuvasti. (Metso Oyj 2006, 2-3; Metso Oyj 2007.)

5.3 Stora Enso Oyj

Stora Enso kuuluu maailman johtaviin metsäteollisuusyhtiöihin. Sen päätuotteet ovat paino- ja hienopaperit, pakkauskartongit sekä puutuotteet. Stora Ensolla on toimintaa yli 40 maassa, ja työntekijöitä noin 40 000. Sen päämarkkina-alueita ovat Eurooppa, Pohjois-Amerikka ja Aasia. (Stora Enso Oyj 2006, 1; Stora Enso Oyj 2007.)

6 TUTKIMUSKYSYMYKSET

1. Miten yhteiskuntavastuusta viestitään yhteiskuntavastuuraporteissa?
 - 1.1. Missä määrin yhteiskuntavastuun eri osa-alueita käsitellään yhteiskuntavastuuraporteissa?
 - 1.2. Miten arvot tulevat raporteissa esille?
2. Missä määrin yhteiskuntavastuuraportit muistuttavat toisiaan rakenteeltaan ja sisällöltään?

7 TUTKIMUSMETODIT

Pääasiallisena tutkimusmetodina käytettiin sisällönanalyysia, joka esitellään seuraavassa ensin teoreettiselta kannalta. Lisäksi tarkastellaan vaiheittain, miten tämä tutkimus on käytännössä toteutettu.

7.1 Sisällönanalyysin teoriaa

Pääasiallisena metodina tässä tutkimuksessa on käytetty sisällönanalyysia. Sisällönanalyysi käsittää laajan joukon erilaisia aineiston analyysi- ja luokittelutapoja. Sitä voidaan pitää ”paitsi yksittäisenä metodina myös väljänä teoreettisena kehyksenä, joka voidaan liittää erilaisiin analyysikokonaisuuksiin” (Tuomi & Sarajärvi 2002, 93). Vaikka sisällönanalyysia yleisesti ottaen pidetään laadullisena tutkimusmetodina, siitä on helposti löydettävissä myös kvantitatiivisia piirteitä. Keskeisenä ajatuksena sisällönanalyysissa on luokitella tekstiaineisto kategorioihin niin, että kaikilla saman kategorian yksiköillä – olivat ne sitten sanoja tai lauseita – on sama merkitys (Weber 1985, 12). Näitä kategorioita voidaan sitten

analysoida joko kvalitatiivisin tai kvantitatiivisin menetelmin. Toisinaan kuulee puhuttavan erikseen sisällön erittelystä ja sisällönanalyysista. Tällöin sisällön erittelyllä tarkoitetaan ”dokumenttien analyysia, jossa kuvataan kvantitatiivisesti esimerkiksi tekstin sisältöä” ja sisällönanalyysilla ”pyrkimystä kuvata dokumenttien sisältöä sanallisesti” (Tuomi & Sarajärvi 2002, 108). Tästä tutkimuksesta löytyy piirteitä sekä sisällön erittelystä että sisällönanalyysista pääpainon ollessa kuitenkin kvantitatiivisessa analyysissa.

Sisällönanalyysi voi olla aineistolähtöistä, teoriasidonnaista tai teorialähtöistä. Aineistolähtöisessä analyysissa luokittelukategoriat muodostetaan tutkimusaineiston pohjalta ilman aiemman, jo olemassa olevan, teorian tai tiedon apua. Teoriasidonnaisessa analyysissa teoria voi toimia analyysin apuna, vaikka kategoriat pääasiallisesti muodostetaankin tutkimusaineiston pohjalta. Teorialähtöinen analyysi – jota tässäkin tutkimuksessa käytetään – luottaa puolestaan muita enemmän aikaisempaan teoriaan kategorioiden muodostamisessa. (Eskola 2001, Tuomen & Sarajärven 2002, 97–100 mukaan.)

Laadullisen tutkimuksen pääasiallinen tarkoitus ei ole tuottaa tilastollisia yleistyksiä, vaan pyrkiä kuvaamaan tai ymmärtämään tiettyä ilmiötä (Eskola & Suoranta 1999, 61; Tuomi & Sarajärvi 2002, 87). Yleensä tutkimus perustuukin suhteellisen pieneen tapausmäärään. Eskola ja Suoranta (1999, 18) toteavat, että ”aineiston tieteellisyyden kriteeri ei näin ollen olekaan sen määrä vaan laatu”. Tämän vuoksi laadullisessa tutkimuksessa puhutaan usein harkinnanvaraisesta näytteestä erotukseksi tilastollisista otantamenetelmistä (Eskola & Suoranta 1999, 18). Myös tässä tutkimuksessa kyseessä on ennemminkin harkinnanvarainen näyte, eikä niinkään tilastollisilla menetelmillä poimittu otos.

7.2 Tutkimuksen kulku

Tutkimuksen kulku käydään seuraavassa vaiheittain läpi niin, että ensin käsitellään raporttien sisällön analysointi ja sen jälkeen raporttien keskinäinen vertailu.

7.2.1 Sisällönanalyysi

Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa tarkoitus oli tutkia kohdeorganisaatioiden yhteiskuntavastuuraporttien sisältöjä. Sitä varten raportit analysoitiin perinteisellä kvantitatiivisella sisällönanalyysillä. Tämä tapahtui muodostamalla aiemman yhteiskuntavastuuteorian pohjalta tutkimuskategoriat ja laskemalla niiden esiintymiskerrat kussakin yhteiskuntavastuuraportissa. Kategorioiden muodostamisessa tavoitteena oli löytää käytännöllisempi ja yksityiskohtaisempi luokittelu, kuin aiemmin teoria-osiossa esitetty Carrollin nelijako taloudelliseen, juridiseen, eettiseen ja vapaaehtoiseen vastuuseen. Luokittelun lähtökohtana oli pohtia, mistä organisaatiot ylittäävät ovat vastuussa silloin, kun puhutaan yhteiskuntavastuusta.

Aiemman teorian avulla saatiin muodostettua alustavat kategoriat, jonka jälkeen tehtiin pieni pilottitutkimus satunnaisesti valitusta raportin osasta. Sen pohjalta kategorioita täsmennettiin paremmin juuri tähän tutkimukseen sopiviksi. Lopputuloksena tutkimuksen pohjaksi muodostui seitsemän kategoriaa, joiden sisältöä on seuraavassa hieman tarkennettu käsitteiden selventämiseksi:

- Luonto/ympäristö
 - Ympäristönsuojelu
 - Ilmastonmuutos
 - Kestävä kehitys
 - Uusiokäyttö/kierrätys
 - Energiansäästö

- Työpaikka/henkilöstö
 - Työturvallisuus
 - Irtisanomiset
 - Koulutus
 - Rekrytointi
 - Palkitseminen
 - Toimialajärjestöt

- Lähiyhteisö
 - Avustustyö (koulutus, kaivojen rakentaminen jne.)
 - Toiminnan tukeminen (urheiluseurat, koulut jne.)

- Talous
 - Kannattavuus / toiminnan jatkuvuus
 - Tuotantoyksiköiden perustaminen/lakkauttaminen
 - Omistajat/sijoittajat
 - Liiketoiminnan kehittäminen
 - Kilpailu

- Tuotteet/palvelut
 - Asiakkaat
 - Toimittajat
 - Laatu
 - Alkuperän jäljitettävyys
 - Tuotekehittely

- Viestintä/sidosryhmäyhteistyö
 - Raportointi
 - Mediasuhteet
 - Järjestöt (WWF, YK, kansalaisjärjestöt jne.)
 - Päätöksenteko/neuvottelu sidosryhmien kanssa

- Hyväntekeväisyys
 - Pyyteetöntä auttamista
 - Lahjoitukset
 - Kulttuuripääoman vaaliminen (esim. taidekokoelmat)

Luokitusyksiköksi valittiin kokonainen virke yksittäisten lauseiden tai sanojen sijaan. Otsikoita tai väliotsikoita ei tutkimuksessa huomioitu, kuten ei myöskään kuvatekstejä, taulukoita tai luetteloita. Yleiset viittaukset

yrittäjä- tai yhteiskuntavastuuseen jätettiin luokittelematta, ellei termiä ollut siinä yhteydessä sen tarkemmin selitetty. Samoin jätettiin luokittelematta teksti, joka ei suoranaisesti kerro kohdeyrityksen toiminnasta. Tällaista tekstiä saattoi olla esimerkiksi yleinen selvitys siitä, mitä ilmastonmuutoksella tarkoitetaan.

Yksittäinen virke oli mahdollista tarvittaessa luokitella useampaan kategoriaan. Maininnat sosiaalisesta vastuusta tai ihmisoikeuksista luokiteltiin sekä työpaikka/henkilöstö-kategoriaan että lähiyhteisö-kategoriaan, mikäli käsitteitä ei termin yhteydessä sen tarkemmin avattu. Tulosten vertailun helpottamiseksi ja kokonaiskuvan hahmottamiseksi virkkeiden kategorioittainen lukumäärä muutettiin prosentuaaliseksi osuudeksi koko raportin virkemäärästä.

Arvojen tutkimista varten oli ensin tarpeen selvittää, mitä kohdeorganisaatiot itse ilmoittavat arvoikseen. Julkituodut arvot löytyivät helposti kohdeorganisaatioiden www-sivuilta. Sen jälkeen niiden ilmenemistä yhteiskuntavastuuraporteissa tutkittiin kahdessa vaiheessa. Helpointa oli ensin etsiä raporteista suoria mainintoja arvoihin. Tämän lisäksi selvitettiin, miten arvot tulevat ilmi silloin, kun niistä ei suoraan sillä nimellä puhuta.

7.2.2 Raporttien samankaltaisuuden tutkiminen

Yhteiskuntavastuuraporttien samankaltaisuutta oli tarkoitus tutkia sekä rakenteen että sisällön osalta. Sisällöllisen vastaavuuden tutkiminen aloitettiin laskemalla, miten suuri prosentuaalinen osuus koko tekstistä käsitteli yhteiskuntavastuuta. Lisäksi tutkittiin, missä määrin kohdeorganisaatioiden raportointi vastaa toisiaan tutkimuskategorioittain tarkasteltuna. Tässä käytettiin hyväksi aiemmin sisällönanalyysillä saatua tietoa kohdeorganisaatioiden raportoinnin kategorioittaisesta

jakautumisesta. Sisältöjä vertailtaessa tutkittiin myös, missä määrin ja millä tavalla raporteissa käsitellään negatiivisia asioita.

Yhteiskuntavastuuraporttien rakenteen samankaltaisuutta tutkittiin ensin vertailemalla raporttien sisällysluetteloita keskenään. Tämän jälkeen raporttien sisältöön tutustuttiin tarkemmin vertailemalla niiden liitteiden määrää ja sisältöä sekä johdanto-osion sisältöä.

8 METSÄYHTIÖIDEN YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINTI

Tässä kappaleessa käydään läpi tutkimuksen tuloksia, ja etsitään sitä kautta vastauksia tutkimuskysymyksiin.

8.1 Yhteiskuntavastuusta viestiminen

Ensimmäinen tutkimuskysymys tarkasteli sitä, miten yhteiskuntavastuusta viestitään kohdeorganisaatioiden yhteiskuntavastuuraporteissa. Tällä tutkimuskysymyksellä oli kaksi alakysymystä. Ensimmäisen alakysymyksen tarkoitus oli selvittää, missä määrin yhteiskuntavastuun eri osa-alueita käsitellään yhteiskuntavastuuraporteissa. Toinen alakysymys tarkasteli sitä, miten arvot tulevat raportoinnissa esille.

8.1.1 Yhteiskuntavastuuraporttien sisällöt

Yhteiskuntavastuuraporttien sisältöjä lähdettiin tutkimaan kvantitatiivisella sisällönanalyysillä, jolla saatiin laskettua tutkimuskategorioiden

prosentuaaliset osuudet kustakin raportista (taulukko 1).

Taulukko 1. Raporttien sisältö kategorioittain.

	Metso	Stora Enso	UPM-Kymmene
Luonto/ ympäristö	23 %	25 %	29 %
Työpaikka/ henkilöstö	27 %	27 %	25 %
Lähiyhteisö	4 %	10 %	4 %
Talous	19 %	9 %	9 %
Tuotteet/ palvelut	12 %	14 %	9 %
Viestintä/sidos- ryhmäyhteistyö	7 %	9 %	7 %
Hyvänteke- väisyys	1 %	2 %	2 %

Kaikkien kohdeorganisaatioiden raportoinnissa keskityttiin selvästi eniten työpaikkaan/henkilöstöön ja luontoon/ympäristöön. Kummankin kategorian osuus raporttien koko tekstistä oli keskimäärin neljäsosa. Näin ollen niiden yhteinen osuus käsittää peräti puolet kustakin yhteiskuntavastuuraportista, mitä voidaan pitää hyvin merkittävänä prosentuaalisena osuutena. Selvästi vähiten puolestaan puhuttiin hyväntekeväisyydestä, sillä sen osuus oli enintään kaksi prosenttia kullakin kohdeorganisaatiolla.

Näiden kahden ääripään välille sijoittuvissa kategorioissa oli enemmän eroja organisaatioiden kesken. Taloudesta raportoi eniten Metso (19 %). Sen taloudellisen tiedon osuus muihin yhteiskuntavastuuraportteihin verrattuna oli yli kaksinkertainen. Lähiyhteisöstä eniten raportoi Stora Enso (10 %), Metson ja UPM-Kymmenen osuuden ollessa huomattavasti pienempi (4 %). Tuotteiden/palveluiden sekä viestinnän/sidosryhmäyhteistyön kohdalla erot olivat vähäisempiä osuuksien vaihdellessa kymmenen prosentin molemmin puolin.

8.1.2 Arvot yhteiskuntavastuuraportoinnissa

Kohdeorganisaatioiden arvot saatiin parhaiten selville yritysten www-sivuilla. Sen jälkeen näitä julkituotuja arvoja vertailtiin yhteiskuntavastuuraporteissa joko suoraan ilmeneviin tai rivien välistä luettaviin arvoihin.

Metso ilmoittaa www-sivuillaan (Metso Oyj 2008) arvoikseen asiakkaan menestymisen, kannattavan uusiutumisen, yksilön sitoutumisen ja ammatillisen kehittymisen. Näistä arvoista kerrotaan hieman tarkemmin myös Metson yhteiskuntavastuuraportissa otsikolla Arvot ja eettiset periaatteet. Muutoinkin Metson arvot tulevat melko hyvin esille sen yhteiskuntavastuuraportissa. Etenkin ammatillinen kehittyminen ja yksilön sitoutuminen näkyvät siinä, että suurin osa (27 %) raportista käsitteli työpaikkaa/henkilöstöä. Myös kannattava uusiutuminen näkyy raportoinnissa, sillä seuraavaksi eniten (23 %) raportoitiin luontoon/ympäristöön liittyvistä asioista. Mielenkiintoista on huomata, että Metson yhdeksi perusarvokseen ilmoittama asiakkaan menestyminen jää huomattavasti muita vähemmälle huomiolle yhteiskuntavastuuraportissa, sillä tuotteiden/palveluiden (joihin maininnat asiakassuhteista luokiteltiin) osuus raportoinnista oli vain 12 %.

Stora Enson arvot ovat yhtiön www-sivujen (Stora Enso Oyj 2008) mukaan asiakaskeskeisyys, suorituskyky, vastuullisuus, ihmisiin panostaminen ja huomion kiinnittäminen tulevaisuuteen. Stora Enson yhteiskuntavastuuraportissa arvoista ei juurikaan puhuta suoraan sillä nimellä, vaikka organisaation yleistä yhteiskuntavastuupolitiikkaa esittelevän kappaleen otsikko onkin Yritysvastuu - arvoista lisäarvoon. Kaikki sen www-sivuilla julkituomat arvot löytyvät kuitenkin tuosta kappaleesta melko helposti rivien välistä. Arvot tulevat ilmi myös muussa tekstissä: suurin osa tekstistä (27 %) käsittelee työpaikkaa/henkilöstöä, kun taas seuraavaksi eniten (25 %) puhutaan luonnosta/ympäristöstä. Asiakaskeskeisyys nousee Stora Ensolla hieman Metsoa paremmin esille, sillä tuotteiden/palveluiden osuus sen raportoinnista on 14 %, kun Metsolla se on 12 %.

UPM-Kymmene ilmoittaa www-sivuillaan (UPM-Kymmene Oyj 2008) kolmeksi perusarvokseen avoimuuden, luottamuksen ja aloitteellisuuden. Nämä ovat selkeästi abstraktimpia arvoja kuin Metsolla tai Stora Ensolla. Niitä ei ole sen tarkemmin selitetty auki organisaation yhteiskuntavastuuraportissa, vaikka niistä hyvin lyhyt maininta raportin liitteenä olevasta toimintaohjeesta löytyykin. Omilla www-sivuillaan UPM-Kymmene kuitenkin kertoo arvoistaan, että "avoimuus työpaikalla lisää ihmisten välistä luottamusta, joka puolestaan johtaa aloitteelliseen toimintaan." Tämän selityksen perusteella UPM-Kymmenen arvot ovat siis hyvin henkilöstökeskeisiä. Esimerkiksi ympäristöasiat eivät saa niissä minkäänlaista mainintaa. Sen vuoksi onkin mielenkiintoista huomata, että suurin osa (29 %) sen yhteiskuntavastuuraportista käsitteli luontoa/ympäristöä, kun taas työpaikka/henkilöstö oli vasta toisella sijalla (25 %).

8.2 Yhteiskuntavastuuraporttien keskinäinen vastaavuus

Toinen tutkimuskysymys pohti sitä, missä määrin tutkimuksen kohteena olevat yhteiskuntavastuuraportit muistuttavat toisiaan rakenteeltaan ja sisällöltään. Ensimmäiseksi tutkittiin, miten suuri prosentuaalinen osuus raporttien tekstistä kokonaisuudessaan käsitteli yhteiskuntavastuuta. Yhteiskuntavastuun osuus raportin koko tekstistä oli kohdeorganisaatioilla seuraava:

- Stora Enso: 74 %
- Metso: 77 %
- UPM-Kymmene: 71 %

Tästä huomataan helposti kaksi asiaa. Ensinnäkin selvästi suurin osa kaikkien raporttien tekstistä käsitteli yhteiskuntavastuuta, joten raportit palvelevat siinä mielessä hyvin tarkoitustaan. Toiseksi raportit vastaavat toisiaan yhteiskuntavastuun määrältään, sillä yhteiskuntavastuun prosentuaalinen osuus on kaikkien kohdeorganisaatioiden raportoinnissa lähes yhtä suuri. Kohdeorganisaatioiden yhteiskuntavastuuraportit vastaavat melko suuressa määrin toisiaan myös, mikäli tarkastellaan eri tutkimuskategorioiden osuutta koko tekstistä (taulukko 1). Merkittäviä eroavaisuuksia oli havaittavissa vain talouteen ja lähiyhteisöön liittyvässä raportoinnissa.

Raportit olivat lähestulkoon yhtä pitkiä sivumäärällä mitattuna (noin 50 sivua). Lyhyimmän (UPM-Kymmene) ja pisimmän (Stora Enso) raportin ero oli vain viisi sivua. Sisällysluetteloja tarkasteltaessa eroja oli kuitenkin havaittavissa enemmän. Metson sisällysluettelossa oli selvästi selkein ja yksityiskohtaisin rakenne, mikä helpottaa tiedon etsimistä. UPM-Kymmenen raportin nimi - Ympäristö- ja yhteiskuntavastuuraportti - näkyi selvästi

myös sen sisällysluettelossa, sillä johdannon ja liitteiden lisäksi raportti on jaettu ainoastaan noihin kahteen pääalueeseen. UPM-Kymmene on myösnostanut sen toiminnasta kertovat caset muita kohdeorganisaatioita selvemmin esille. UPM:n caset löytyvät sisällysluettelosta omana listanaan, ja itse tekstissä ne on nostettu muusta aineistosta erilleen. Muilla ne on sulautettu huomaamattomasti muun tekstin lomaan.

Raporttien johdanto-osioita tarkasteltaessa on mielenkiintoista huomata, että Stora Enson esipuheen on kirjoittanut sen yritysvastuukomitean puheenjohtaja, kun muilla raportin esipuhe on toimitusjohtajan kirjoittama. Raportin laajuus ja periaatteet sekä kestävän kehityksen strategia ja tavoitteet oli parhaiten esitelty Metsolla ja Stora Ensolla, UPM-Kymmenen raportoidessa näistä hyvin lyhyesti. Organisaation toiminnan esittely oli puolestaan Stora Ensolla hyvin suppea, mutta muilla selvästi laajempi. Metsolla ei ollut juuri ollenkaan taulukoitua numeerista tietoa, kun taas varsinkin UPM-Kymmenellä sitä oli huomattavan paljon. Metsolta myös puuttui sen yhteiskuntavastuuraportin lukua helpottava sanasto. Stora Enso puolestaan oli kohdeorganisaatioista ainoa, jonka raportista löytyi ulkopuolisen toimittama varmennuslausunto raportin aitoudesta ja sen tietojen oikeellisuudesta.

Sisällöltään kaikkien kohdeorganisaatioiden raportit pitäytyvät melko pitkälle positiivisissa tai neutraaleissa asioissa. Negatiivisten asioiden käsittelyssä on kuitenkin havaittavissa merkittäviä eroja, ainakin mitä tulee negatiivisten asioiden määrään koko tekstistä. Metson raportista löytyy vain kolme mainintaa sen toiminnan kannalta negatiivisista asioista. UPM-Kymmeneltä negatiivisia mainintoja löytyy 16, ja Stora Ensolta peräti 63. Pääasiallisesti negatiiviset maininnat käsittelivät irtisanomisia, tapaturmia tai työkiistoja ja liittyivät näin ollen työpaikka/henkilöstö -kategoriaan. Lisäksi löytyi mainintoja liittyen muun muassa ympäristövahinkoihin tai

päästötavoitteisiin sekä toiminnan kannattavuuteen ja organisaatiota vastaan nostettuihin syytteisiin.

Metso ei millään tavalla yritä selitellä tai puolustella irtisanomisia ja tapaturmia, eikä se kerro, onko se tehnyt joitain toimenpiteitä auttaakseen irtisanottuja esimerkiksi uudelleentyöllistymisessä. Raportissa vain todetaan, että "yt-neuvotteluiden jälkeen jouduttiin irtisanomaan 222 henkilöä", tai että "tapaturmat aiheuttivat yhteensä 11 314 poissaolopäivää", ja sitten siirrytäänkin jo seuraavaan asiaan. UPM-Kymmene puolestaan kertoo käynnistäneensä työllistymisohjelman varta vasten auttaakseen suljetun Voikkaan paperitehtaan irtisanottuja työntekijöitä. Muuten irtisanomiset ohitetaan samoin kuin Metsolla sen kummemmin selittelemättä, samoin kuin ympäristörikkomukset, joiden vaikutusten tosin todetaan olleen "vähäisiä ja lyhytaikaisia".

Stora Enso selittelee ja pahoittelee negatiivisia asioita selvästi Metsoa tai UPM-Kymmeneä enemmän. Esimerkiksi esipuheessa todetaan seuraavasti: "Vaikka kuolemaan johtaneiden tapaturmien määrä on laskenut, olemme erittäin pahoillamme siitä, että Stora Ensossa sattui edelleen kolme kuolemantapausta vuoden 2006 aikana." Lisäksi tuotantoyksiköiden sulkemisesta kerrotaan, että "Valitettavasti kannattavuuden parantamistoimenpiteet aiheuttivat myös kaksi merkittävää työkiistaa." Irtisanomisista puhuttaessa Stora Enso muistaa joka yhteydessä korostaa, kuinka paljon se on samaan aikaan luonut uusia työpaikkoja, tai miten se on auttanut irtisanottuja työllistymisen tai uudelleenkoulutuksen suhteen. Stora Enson pääperiaatteena onkin sen omien sanojen mukaan "rehellinen, suora ja johdonmukainen tiedottaminen ja yhteistyö". Stora Ensoa vastaan nostetut syytteet käydään raportissa tapauskohtaisesti läpi. Organisaatiolla on syytteisiin selvä kanta: "Stora Enso kieltää kaikki rikkomukset ja tulee kiistämään syyllisyytensä oikeuskäsittelyssä." tai "Stora Enso katsoo esityksen olevan perusteeton ja tulee puolustautumaan asiassa."

Ympäristövaikutuksista puhuttaessa Stora Enso kertoo monien päästöjensä kasvaneen, mutta huomauttaa heti perään, että pitkän aikavälin kehitys on kuitenkin ollut laskeva.

9 POHDINTA

Seuraavassa esitellään tutkimuksen keskeiset johtopäätökset sekä jatkotutkimuksen tarve ja arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta reliabiliteetin ja validiteetin suhteen.

9.1 Johtopäätökset

Eniten raporteissa puhuttiin luonnosta/ympäristöstä ja työpaikasta/henkilöstöstä. Tämä selittyy ainakin osaltaan yhteiskuntavastuuraporttien historialla. Alun perinhän yhteiskuntavastuuraportit kehittyivät juuri ympäristö- ja henkilöstöraporteista (Juholin 2004, 38, 81). UPM-Kymmenen raportin nimikin - Ympäristö- ja yhteiskuntavastuuraportti - heijastelee hyvin tätä historiaa. Tämä tukee myös Euroopan komission (2001, 18) näkemystä yhteiskuntavastuuraporttien sisällöistä. Sen mukaan raporteissa käsitellään usein laajasti esimerkiksi ympäristöä, terveyttä ja turvallisuutta koskevia asioita, kun taas ihmisoikeuksista tai lapsityövoiman käytöstä niissä ei

juurikaan puhuta.

Selvästi vähiten kohdeorganisaatiot raportoivat hyväntekeväisyydestä. Tämä voi hyvin selittyä sillä, että metsäyhtiöt toimivat nykyään melkoisen taloudellisen paineen alla. Mikäli puu- ja paperiala eläisi toimintansa kultakautta, hyväntekeväisyyteenkin liikenisi paremmin resursseja. Näin ollen Carrollin (1998, 3) toteamus siitä, että yhteiskuntavastuun painopiste olisi selvästi siirtynyt taloudellisesta vastuusta ja lain noudattamisesta eettisempiin ja vapaaehtoisempiin vastuukysymyksiin, ei näyttäisi pitävän paikkaansa ainakaan näiden metsäyhtiöiden kohdalla. Toisin kuin esimerkiksi taloudellisen vastuun ja lakien noudattamisen kohdalla, organisaatiota ei kuitenkaan pidetä epäeettisenä, vaikka se ei harjoittaisikaan vapaaehtoista yhteiskuntavastuuta tai hyväntekeväisyyttä (Carroll 1979, 500; 1991, 42).

Kategorioissa lähiyhteisö, talous, tuotteet/palvelut sekä viestintä/sidosryhmäyhteistyö raportoinnin erot kohdeorganisaatioiden kesken olivat vähäisempiä. Myös niiden osuudet koko raporteista olivat suhteellisen vähäisiä, vain keskimäärin kymmenen prosentin luokkaa. Näin ollen on melko epäolennaista pohtia sen tarkemmin, mistä nuo verrattain pienet erot näissä kategorioissa johtuvat. On kuitenkin merkittävää huomata, että taloudellisen tiedon osuus ei nouse muita korkeammaksi, vaikka usein sanotaankin, että organisaation toimintaa - ja siten myös sen yhteiskuntavastuupolitiikkaa - ohjaavat nykyisin pääosin taloudelliset seikat (Frankental 2001, 19; Valor 2005, 197). Taloudelliset seikat vaikuttavatkin ehkä enemmän toiminnan taka-alalla ilman, että niitä korostettaisiin viestinnässä.

Kaikkien kohdeorganisaatioiden arvot tulevat hyvin esille niiden yhteiskuntavastuuraporteissa. Organisaatiot ovat hyvin ymmärtäneet arvojen olemassaolon tarkoituksen: määritellään muutama yhteinen

perusarvo, jotka sitten toimivat pohjana yhteiskuntavastuulliselle toiminnalle (Lantos 2001, 623). Suurin osa raportoinnista käsitteli työpaikkaa/henkilöstöä sekä luontoa/ympäristöä, mikä vastaa hyvin arvoissa näkyvää painotusta henkilöstöön ja toiminnan vastuulliseen kehittämiseen. Mielenkiintoista oli kuitenkin huomata, että yhteiskuntavastuuraporteissa puhuttiin verrattain vähän arvoista suoraan sillä nimellä, vaikka pohjimmiltaan yhteiskuntavastuussa on kyse juuri arvoista, ja siitä millä hinnalla organisaatio pyrkii pitämään toimintansa tuotollisena (Kalpala 2004, 13). Myös Talvio ja Välimaa (2004, 125) korostavat, että yksi yhteiskuntavastuuraportoinnin ensisijaisista tarkoituksista on kertoa sidosryhmille, miten organisaatio on saavuttanut asettamansa arvot.

Arvojen kannalta on merkittävää, että Metson ja Stora Enson arvot vastaavat hyvin pitkälle toisiaan. Kummatkin panostavat selkeästi asiakkaisiin, henkilöstöön ja toiminnan vastuulliseen kehittämiseen. Mikäli UPM-Kymmenen arvoja - avoimuus, luottamus ja aloitteellisuus - tarkastellaan aukikirjoitetussa muodossa, niidenkin taustalta löytyy samat perusasiat: "Avoimuus työpaikalla lisää ihmisten välistä luottamusta, joka puolestaan johtaa aloitteelliseen toimintaan" (UPM-Kymmene 2008). Toisaalta on selvää, että juuri nuo kolme asiaa nousevat esille. Mikäli asiakkaat ovat tyytymättömiä, myyntiä ei synny, ja mikäli henkilöstö on tyytymätön, tuotanto ei toimi sujuvasti. Toimintaa taas on kehitettävä, jotta pysyttäisiin kilpailussa mukana.

Suurin osa raporttien tekstistä käsitteli yhteiskuntavastuuta. Kategorioihin sopimatonta tekstiä oli keskimäärin alle 30 %. Tästä voidaan päätellä, että raportit palvelevat hyvin tarkoitustaan, koska niiden sisältö vastaa akateemisen teoriakirjallisuuden määritelmiä yhteiskuntavastuusta. Kategoriathan muodostettiin pääasiallisesti aiemman teorian pohjalta. Raportit myös vastaavat yhteiskuntavastuun määrältään toisiaan, sillä

yhteiskuntavastuun osuus on kaikkien kohdeorganisaatioiden raportoinnissa lähes yhtä suuri. Tämä varmistaa sen, että kukin raportti keskittyi itse asiaan. Mikäli jonkin organisaation raportissa yhteiskuntavastuun osuus olisi ollut selvästi muita pienempi, olisi ollut syytä tutkia tarkemmin, oliko raportti julkaistu pelkän näön vuoksi ja täytetty sisällöltään tyhjällä tekstillä. Raporttien samankaltaisuus tutkimuskategorioittain tarkasteltuna selittyy osaltaan organisaatioiden raportointihistorialla, joka sai alkunsa ympäristö- ja henkilöstöraporteista (Juholin 2004, 38, 81). Samankaltaisuutta selittää myös se, että kohdeorganisaatiot toimivat samalla teollisuudenalalla, ja niillä on näin ollen hyvin pitkälle toisiaan muistuttavat sidosryhmät, joille raportit on suunnattu.

Raporttien yhteneväinen pituus sivumäärällä mitattuna saattaa kertoa siitä, että puu- ja paperialalle on jo vakiintunut tietyt raportointikäytänteet, jotka osaltaan sanelevat myös sitä, mikä on yhteiskuntavastuuraportin sopivana pidetty pituus. Toisaalta yhteiskuntavastuuraportoinnin kehityshistoria näkyy edelleen esimerkiksi UPM-Kymmeneen raportin nimessä ja sen sisällysluettelossa, sillä varsinainen teksti on jaoteltu vain ympäristövastuuseen ja yhteiskuntavastuuseen. UPM-Kymmene myös korosti raportissaan melko vahvasti organisaation toiminnasta kertovia caseja, millä se ehkä halusi kiinnittää lukijan huomion saavutuksiinsa yhteiskuntavastuun saralla. Merkittävää oli huomata, että kohdeorganisaatioista ainoastaan Metsolla oli tarpeeksi selkeä ja yksityiskohtainen sisällysluettelo, jotta jonkin tietyn tiedon etsiminen olisi ollut sujuvaa ja vaivatonta. Muiden kohdeorganisaatioiden sisällysluettelot olivat hyvin pintapuolisia eivätkä kovin informatiivisia. Ehkä Metsoa lukuun ottamatta organisaatioissa on oletettu, että lukija lukee raportin kannesta kanteen.

Myös raporttien esipuheet poikkesivat toisistaan. Stora Enson esipuheen on kirjoittanut yritys vastuukomitean puheenjohtaja, kun muilla raportin

esipuhe on toimitusjohtajan kirjoittama. Tästä saattaa helposti syntyä sellainen kuva, että raportti on yhteiskuntavastuukomitean oma tuotos, jolla on vain heikko kytkentä organisaation todelliseen toimintaan. Toimitusjohtajan esipuhe puolestaan antaa helpommin sen kuva, että koko organisaatio seisoo yhteiskuntavastuuraportissa esitettyjen asioiden takana. Talvio ja Välimaa (2004, 125) toteavat, että yhteiskuntavastuuraportoinnin ensisijainen tarkoitus on kertoa, miten organisaatio on saavuttanut asettamansa arvot, periaatteet ja tavoitteet. Tämän valossa on mielenkiintoista huomata, että UPM-Kymmene kertoo raportointinsa laajuudesta ja periaatteista sekä kestävän kehityksen strategiasta ja tavoitteistaan hyvin lyhyesti. Koska tavoitteita ei ole esitelty, niiden toteutumista on vaikea arvioida, mikä jossain määrin saattaa vaikuttaa raportin luotettavuuteen.

Metson yhteiskuntavastuuraportissa oli hyvin vähän taulukoitua numeerista tietoa muihin kohdeorganisaatioihin verrattuna. Tämä tosin saattaa selittyä ainakin osittain sillä, että Metson taloudellisen tiedon osuus varsinaisessa tekstissä on yli kaksinkertainen muihin kohdeorganisaatioihin verrattuna. Toisaalta tilinpäätökset ja vuosikertomukset ovatkin ehkä oikeampi paikka esittää esimerkiksi materiaalitaseita tai puunhankinnan tilastollisia taulukoita. Numeeriseen tietoon ja sen raportointiin liittyen Norman ja MacDonald (2003, 9) huomauttavatkin, että yhteiskuntavastuuseen liittyviä asioita ei voida mitata määrällisesti, sillä niiden arviointi on aina jossain määrin subjektiivista.

Sanaston puuttuminen Metson raportista voi hieman hankaloittaa joidenkin asioiden ymmärtämistä, mikäli kyseessä on täysin toimialaa tai yhteiskuntavastuuta ymmärtämätön lukija. Sanaston puuttuminen saattaakin viitata siihen, että raportti on suunnattu lukijoille, joilla on jo perustiedot yhteiskuntavastuusta tai paperi- ja puualasta. Myös Stora Enson raportti tuntuu olevan suunnattu yrityksen toimintaa entuudestaan

tunteville lukijoille, sillä organisaation toiminnan esittely sen raportissa oli hyvin suppea, eikä varmastikaan anna kattavaa kuvaa alaa tuntemattomalle. Stora Enson yhteiskuntavastuuraportin liitteenä oleva ulkopuolinen varmennuslausunto lisää raportin luotettavuutta (Euroopan komissio 2001, 19), joten olisi suositeltavaa, että muutkin alan organisaatiot noudattaisivat samaa käytäntöä.

Negatiivisten asioiden käsittelyssä raporteissa oli havaittavissa merkittäviä eroja ainakin lukumäärällisesti. Stora Ensolla – jolla oli peräti 63 negatiiviseksi luokiteltavaa mainintaa – lukumäärää nostaa se, että se käy raportissaan tapauskohtaisesti läpi kaikki tarkasteluvuoden aikana sattuneet oikeusjutut tai syytteet sekä irtisanomiset. Toisesta ääripäästä löytyy Metso, jolla on vain kolme negatiiviseksi luokiteltavaa mainintaa. On ymmärrettävää, että organisaatio haluaa keskittyä positiivisiin asioihin, mutta toisaalta on muistettava, että yhteiskuntavastuuraportti ei ole vain organisaation parhaista puolista kertova mainos, vaan sen tarkoitus on antaa sidosryhmille kattava kuva asioiden tilasta (Talvio & Välimaa 2004, 125). Tämän periaatteen mukaan myös negatiivisista asioista tulisi kertoa mahdollisimman suoraan ja kattavasti.

Ei ole mitenkään yllättävää, että tämän hetkisessä kiristyneessä taloudellisessa tilanteessa suurin osa negatiivisista maininnoista käsittelee irtisanomisia ja työkiistoja. Sen sijaan yllättävänä voisi pitää sitä, että Stora Ensoa lukuun ottamatta negatiivisia asioita ei juurikaan pahoitella, eikä niitä pyritä mitenkään pehmentämään tai selittämään. Voikkaan paperitehtaan lakkauttaminen on ainoa negatiivinen asia UPM-Kymmeneen raportissa, jonka yhteydessä puhutaan auttavista toimenpiteistä. Vaikuttaa siltä, kuin Metso ja UPM-Kymmene olisivat tulleet siihen tulokseen, että mitä vähemmän negatiivisista asioista puhutaan, sitä nopeammin ne unohtuvat. Tämä taktiikka ei tunnu toimivan ainakaan useista parannustoimenpiteistä kertovaan Stora Ensoon verrattuna: sen raportista jää päällimmäiseksi

ajatus, että he ainakin yrittävät korjata aiheuttamansa ongelmat, eivätkä vain sivuuta niitä olankohautuksella. Tosin oikeustoimista ja syytteistä kertomisen yhteydessä esiin nouseva puolusteleiva asenne saattaa olla hieman liian jyrkkä, jotta se oikeasti vakuuttaisi lukijan siitä, että Stora Enso uskoo olevansa syytön.

Yhteenvetona voidaan todeta, että Metson, Stora Enson ja UPM-Kymmenen yhteiskuntavastuuraportit muistuttavat hyvin paljon toisiaan varsinkin sisällön suhteen. Tarvittaisiin vielä lisätutkimusta, jotta voitaisiin selvittää, mitkä tekijät samankaltaisuuteen vaikuttavat. Oman osansa aiheuttaa varmasti yhteinen toimiala, mutta erilaisten raportointiohjeistojen vaikutustakaan ei voida suoralta kädeltä kieltää. Niiden vaikutuksen selvittämiseksi tarvittaisiin vertailua muiden toimialojen organisaatioihin, jotka käyttävät raportoinnissaan samoja ohjeistoja. Samalla pystyttäisiin selvittämään myös se, muistuttavatko raportit jopa liiaksi toisiaan, vai jättävätkö erilaiset ohjeistot tarpeeksi tilaa organisaatiokohtaisille eroavaisuuksille.

Organisaatioiden arvot voisivat näkyä raportoinnissa selkeämminkin, ovathan ne kuitenkin yhteiskuntavastuullisen toiminnan perusta. Arvokeskustelun piilottaminen rivien väliin tuskin palvelee lukijaa, joka on kiinnostunut myös tekojen ja tapahtumien taustalla vaikuttavista motiiveista. Myös yhteiskuntavastuun eri osa-alueiden näkymisessä raportoinnissa on jonkin verran parantamisen varaa. Tällä hetkellä yhteiskuntavastuuraportoinnin historia näkyy ehkä vielä liikaa painottaen työpaikan/henkilöstön sekä luonnon/ympäristön osuutta raporttien sisällöstä. Lukuisten irtisanomisten ja tehtaiden sulkemisten myötä metsäteollisuus tarvitsee melkoista julkisuuskuvan kohennusta. Tässä saattaisi auttaa panostaminen lähiyhteisöihin ja hyväntekeväisyyteen, mikäli siihen vain löytyisi tarpeeksi resursseja. Ainakin tässä tutkimuksessa

mukana olleissa raporteissa nuo kaksi osa-aluetta jäivät valitettavan vähäiselle huomiolle.

Sisällönanalyysillä ei valitettavasti päästä kovin syvälle tekstin sisään. Jotta aineistosta voitaisiin paremmin tutkia tekstin syvempiä merkityksiä sekä erilaisia argumentointikeinoja, tekstiin kannattaisi perehtyä diskurssianalyysin sekä retoriikan ja argumentoinnin tutkimuksen kautta. Näin olisi ehkä mahdollista saada tuloksia, jotka olisivat helpommin yleistettävissä. Tämän tutkimuksen anti jää melko toimialakohtaiseksi. Hankala yleistettävyys ei silti tarkoita sitä, etteivätkö muutkin kuin metsäyhtiöt saattaisi hyötyä tutkimuksesta. Kuten Norman ja MacDonald (2003, 1) korostavat, yhteiskuntavastuu ja siitä raportointi pohjautuvat triple bottom line -ajatuksen, jonka mukaan organisaation toimintaa tulisi taloudellisten seikkojen lisäksi tarkastella myös sosiaalisesta ja ympäristönäkökulmasta. Yhteiskuntavastuun ja sen raportoinnin periaatteet ovat siis melko samat toimialasta riippumatta, mutta painotukset vain vaihtelevat.

Tulevaisuudessa kannattaisi vertailla yhteiskuntavastuuraportteja pidemmällä aikavälillä, ja tarkastella, miten ne ovat aikojen kuluessa kehittyneet. Aineistoa ei todennäköisesti ole tällä hetkellä riittävästi saatavilla, koska kokonaisvaltaiset yhteiskuntavastuuraportit ovat vielä melko tuore ilmiö. Olisi myös mielenkiintoista selvittää, miksi organisaatiot ylipäätään julkaisevat yhteiskuntavastuuraportteja, ja kenelle ne on tarkkaan ottaen suunnattu.

9.2 Reliabiliteetti ja validiteetti

Lopuksi tarkastellaan tämän tutkimuksen reliabiliteettia ja validiteettia. Reliabiliteetti liittyy tutkimuksen luotettavuuteen ja tarkoittaa sitä, että

mikäli tutkimus toistettaisiin, saataisiin samat tulokset (Krippendorff 1980, 129). Validiteetti puolestaan liittyy tutkimuksen pätevyyteen ja tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset vastaavat sitä, mitä oli alun perin tarkoituskin tutkia.

Weberin (1985, 15) mukaan sisällönanalyysissä suurimmat ongelmat niin reliabiliteetin kuin validiteetin suhteen muodostuvat kategorioiden tai termien moniselitteisyydestä. Tämä ongelma poistui tämän tutkimuksen osalta sillä, että kategorioiden muodostamisvaiheessa ne pyrittiin nimeämään käsitteillä, jotka olisivat mahdollisimman yksiselitteisiä, ja jotka löytyisivät mahdollisimman monesta yhteiskuntavastuuta käsittelevästä teorialähteestä. Myös kategorioiden sisältöjä on kuvailtu ja selitetty tarkemmin tutkimuksen kulkua esiteltäessä. Reliabiliteettia varmistettiin myös testaamalla joitakin osia raporteista uudelleen, kun edellisestä testauksesta oli jo kulunut jonkin aikaa. Koska tulokset eivät uudelleentestauksen myötä muuttuneet merkittävästi, voidaan analysointiohjeita pitää riittävän selkeinä.

On huomattava, että sisällönanalyysi on tutkimusmenetelmänä melko subjektiivinen ja tutkijasta riippuvainen. Tuomi ja Sarajärvi (2002, 19) toteavat, että se "millainen yksilön käsitys ilmiöstä on, millaisia merkityksiä tutkittavalle ilmiölle annetaan tai millaisia välineitä tutkimuksessa käytetään, vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. Ei siis ole olemassa puhdasta objektiivista tietoa, vaan kaikki tieto on siinä mielessä subjektiivista, että tutkija päättää tutkimusasetelmasta oman ymmärryksensä varassa." Näin ollen täysin samoihin tutkimustuloksiin on lähestulkoon mahdoton päätyä tutkimusta toistettaessa. Tämän tutkimuksen reliabiliteetti on kuitenkin pyritty nostamaan mahdollisimman korkealle, joten kovin suuria eroavaisuuksia tutkimusta toistettaessa ei pitäisi syntyä.

Tutkimuksen validiteettia lisää kattava ja edustava tutkimusaineisto

(Krippendorff 1980, 157). Tässä tutkimuksessa kolmea kohdeorganisaatiota pidettiin riittävän kattavana otoksena metsäteollisuuden yrityksistä. Tätä olettamusta tukee myös tutkimustulosten samankaltaisuus raporttien välillä. Näin ollen useampien raporttien tutkiminen ei olisi tuonut tuloksiin merkittävää lisäarvoa. Tutkimustulokset vastaavat myös hyvin sitä, mitä aiheesta on aiemmin kirjoitettu alan kirjallisuudessa, mikä osaltaan todistaa tutkimuksen validiteettia.

LÄHTEET

Aaltonen, T. & Junkkari, L. 1999. Yrityksen arvot ja etiikka. Helsinki: WSOY.

Boal, K. B. & Peery, N. 1985. The cognitive structure of corporate social responsibility. *Journal of management* 11 (3), 71-82.

Cambridge Advanced Learner's Dictionary.
<<http://dictionary.cambridge.org/>> 29.10.2007

Campbell, J. L. 2007. Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of management review* 32 (3), 946-967.

Carroll, A. B. 1979. A three dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review* 4 (4), 497-505.

Carroll, A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons* 34 (4), 39-48.

Carroll, A. B. 1998. The four faces of corporate citizenship. *Business and society review* 100/101, 1-7.

Eskola J. & Suoranta, J. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

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

Euroopan komissio. 2002. Yritysten sosiaalinen vastuu: elinkeinoelämän panos kestäväan kehitykseen. KOM(2002) 347 lopullinen. Bryssel 2.7.2002.

Frankental, P. 2001. Corporate social responsibility - a PR invention? *Corporate communications: An international journal* 6 (1), 18-23.

Friedman, M. 1970. The social responsibility of business is to increase its profits. Saatavilla [www-muodossa:](http://www.muodossa.com)
<<http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>> 8.3.2007

Global Compact 2007.
<<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>> 21.8.2007

Global Reporting Initiative 2007.
<<http://www.globalreporting.org/AboutGRI/>> 21.8.2007

Grönlund, A. 2006. Virtual responsibility: contents of online corporate social responsibility reporting. Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos. Yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielma.

Hay, R. & Gray, E. 1974. Social responsibility of business managers. The academy of management journal 17 (1), 135-143.

Heikkonen, J. 1993. Menestyjän etiikka. Helsinki: Teollisuuden kustannus.

Juholin, E. 2003. "Born again" – A Finnish approach to corporate social responsibility. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Juholin, E. 2004. Cosmopolis – Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen. Helsinki: Inforviestintä.

Kalpala, A. 2004. Johdantopuheenvuoro. Teoksessa Järvinen, R. (toim.) Yhteiskuntavastuu – Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen. Tampere: Tampere university press, 13-16.

Krippendorff, K. 1980. Content analysis – An introduction to its methodology. Beverly Hills, Calif.: Sage.

Lantos, G. P. 2001. The boundaries of strategic corporate social responsibility. Journal of consumer marketing 18 (7), 595-630.

Maltby, J. 1997. Setting its own standards and meeting those standards: voluntarism versus regulation in environmental reporting. Business strategy

and the environment 6, 83–92.

Metso Oyj 2006. Kestävän kehityksen raportti 2006. Saatavilla www-muodossa:

<[http://www.metso.com/corporation/ir_eng.nsf/WebWID/WTB-070313-2256F-6F3AF/\\$File/Metso_SR2006_fin.pdf](http://www.metso.com/corporation/ir_eng.nsf/WebWID/WTB-070313-2256F-6F3AF/$File/Metso_SR2006_fin.pdf)> 21.8.2007

Metso Oyj 2007. Metso lyhyesti.

<http://www.metso.com/corporation/home_fin.nsf/FR?ReadForm&ATL=/corporation/about_fin.nsf/WebWID/WTB-041026-2256F-55957> 21.8.2007

Metso Oyj 2008. Metson arvot.

<http://www.metso.com/corporation/home_fin.nsf/FR?ReadForm&ATL=/corporation/about_fin.nsf/WebWID/WTB-041101-2256F-7901A> 10.3.2008

Neilimo, K. 2004. Yrityksen yhteiskuntavastuu ja hyvä yrityksen johtaminen. Teoksessa Järvinen, R. (toim.) Yhteiskuntavastuu – Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen. Tampere: Tampere university press, 125–137.

Niskala, M. & Lovio, M. 2004. Yhteiskuntavastuuraportti. Teoksessa Juholin, E. Cosmopolis – Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen. Helsinki: Inforviestintä, 227–244.

Niskanen, J. & Nieminen, T. 2001. The objectivity of corporate environmental reporting: A study of Finnish listed firms environmental disclosures. Business strategy and the environment 10, 29–37.

Norman, W. & MacDonald, C. 2003. Getting to the bottom of “triple bottom line”. Saatavilla www-muodossa: <<http://www.businessethics.ca/3bl/>> 8.1.2007

Rokeach, M. 1973. The nature of human values. New York: Free Press.

Stora Enso Oyj 2006. Yritysvastuu 2006. Saatavilla www-muodossa:

<<http://www.storaenso.com/CDAvgn/showDocument/0,4621,00.pdf>> 21.8.2007

Stora Enso Oyj 2007. Stora Enso in brief.
<http://www.storaenso.com/CDAvgn/main/0,,1_EN-6970-15255-,00.html>
21.8.2007

Stora Enso Oyj 2008. Mission, vision and values.
<http://www.storaenso.com/CDAvgn/main/0,,1_EN.6972-15247-,00.html>
10.3.2008

Talvio, C. & Välimaa, M. 2004. Yhteiskuntavastuu ja johtaminen. Helsinki:
Edita.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi.
Helsinki: Tammi.

UPM-Kymmene Oyj 2006. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuuraportti 2006.
Saatavilla www-muodossa: <[http://w3.upm-kymmene.com/upm/internet/cms/upmma.nsf/lupgraphics/UPM_ECSR_2006_fi.pdf/\\$file/UPM_ECSR_2006_fi.pdf](http://w3.upm-kymmene.com/upm/internet/cms/upmma.nsf/lupgraphics/UPM_ECSR_2006_fi.pdf/$file/UPM_ECSR_2006_fi.pdf)> 21.8.2007

UPM-Kymmene Oyj 2007. UPM lyhyesti. <[http://w3.upm-kymmene.com/upm/internet/cms/upmcmsfi.nsf/\\$all/C72CD61380E5B556C2256E370047BFD8?OpenDocument&qm=menu,1,0,0](http://w3.upm-kymmene.com/upm/internet/cms/upmcmsfi.nsf/$all/C72CD61380E5B556C2256E370047BFD8?OpenDocument&qm=menu,1,0,0)> 21.8.2007

UPM-Kymmene Oyj 2008. Kulttuuri ja arvot. <[http://w3.upm-kymmene.com/upm/internet/cms/upmcmsfi.nsf/\(\\$all\)/e4e08d5d0b57660dc2256e360038b8e0?OpenDocument&qm=menu,0,0,9](http://w3.upm-kymmene.com/upm/internet/cms/upmcmsfi.nsf/($all)/e4e08d5d0b57660dc2256e360038b8e0?OpenDocument&qm=menu,0,0,9)> 10.3.2008

Valor, C. 2005. Corporate social responsibility and corporate citizenship:
Towards corporate accountability. Business and society review 110 (2), 191–
212.

Vehkaperä, M. 2003. Yrityksen yhteiskuntavastuu – vastuuta voittojen
vuoksi? Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta. Licensiaatintyö.

Weber, R. P. 1985. Basic content analysis. Beverly Hills, Calif.: Sage

Wood, D. J. 1991. Corporate social performance revisited. Academy of
management review 16 (4), 691–718.