

Tommi Smeets

**VAKUUTUSYHTIÖN YRITYSVASTUU JA SEN
RAPORTOINTI AMMATTILIITTOASIAKKAIDEN
NÄKÖKULMASTA**

Johtamisen ja talouden tiedekunta
Pro gradu -tutkielma
Marraskuu 2020

TIIVISTELMÄ

Tommi Smeets: Vakuutusyhtiön yritysvastuu ja sen raportointi ammattiliittoasiakkaiden näkökulmasta
Ohjaaja: Timo Rintamäki
Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Kauppatieteiden tutkinto-ohjelma, Vakuutustiede
Marraskuu 2020

Vastuullisuuden merkitys yritystoiminnassa on saanut vuosien mittaan entistä suurempaa huomiota, ja yritys vastuusta voidaan puhua jo eräänlaisena megatrendinä. Yritystoiminnassa on hiljalleen siirrytty pelkkien omistajien tuottojen maksimoinnista laajempaan arvon tuottamiseen, jossa huomioidaan myös yrityksen muita sidosryhmiä. Nähdään, että tulevaisuudessa yhteiskunnallisten ja ympäristöllisten haasteiden lisääntyessä yritykset ovat keskeisessä roolissa myös niiden ratkaisemisessa. Vaatimus yritys vastuuta kohtaan kumpuaa myös yrityksen sidosryhmiltä. Esimerkiksi yritysten asiakkaat ovat nykyään entistä valveutuneempia, ja odotukset yritysten toimintaa kohtaan ovat entistä korkealla.

Tämän tutkielman tavoitteena on kartoittaa vakuutusyhtiön asiakkaiden odotuksia vakuutusyhtiön yritys vastuuta ja yritys vastuuraportointia kohtaan. Tutkielman aineisto on kerätty yhteistyössä Keskinäisen Vakuutusyhtiö Turvan kanssa, mutta tutkielmaa ei ole tehty toimeksiantona. Vaikka tuloksia käsitellään ensisijaisesti Turvan näkökulmasta, tulosten voidaan nähdä ainakin osittain kuvaavan myös yleisemmällä tasolla asiakkaiden odotuksia vakuutusyhtiön yritys vastuuta kohtaan. Tutkielma käsittelee yritys vastuun ilmiötä, johon paneudutaan ammattiliittojen näkökulmasta ja tarkoituksena on kartoittaa sekä itse ammattiliittojen että ammattiliittojen jäsenten näkemyksiä aihepiiristä. Näiden kahden sidosryhmän välillä tehdään myös vertailua, jotta saadaan selville, kuinka hyvin ammattiliittojen kollektiiviset odotukset kuvastavat niihin kuuluvien jäsenten odotuksia.

Tutkielma on monimenetelmällinen eli tutkielmassa hyödynnetään sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista dataa. Aineisto koostuu kolmesta teemahaastattelusta ja kolmesta kyselystä. Aineiston keruu aloitettiin tekemällä kolme teemahaastattelua kolmen eri ammattiliiton kanssa. Tähän tutkielmaan ammattiliitoiksi valikoituivat Pro, JHL ja OAJ. Haastattelujen analyysi on tehty teemoittelua ja sisällönanalyysii hyödyntäen. Tämän jälkeen haastattelujen pohjalta muodostettiin kolme kyselylomaketta kyseisten ammattiliittojen jäsenille. Tutkielman kvantitatiivinen data kerättiin siis kyselyillä. Kyselyiden avulla kartoitettiin ammattiliittojen jäsenten eli henkilöasiakkaiden näkemyksiä yritys vastuun aihepiiriin liittyen sekä sitä, miten hyvin ammattiliitto järjestönä edustaa jäsentensä mielipiteitä. Kyselyiden analyysi on tehty kuvailevaa analyysii eli jakaumia ja keskiarvoja hyödyntäen.

Tutkielman tulokset osoittavat, että sekä ammattiliitot että ammattiliittojen jäsenet odottavat Turvalta vastuullisuutta toiminnassaan. Yritys vastuun ulottuu muun muassa kumppanitoimintaan ja ennaltaehkäisevän roolin lisäämiseen. Yritys vastuun taloudellinen ja sosiaalinen ulottuvuus korostuvat toiminnassa tärkeimpinä, mutta myös ympäristö vastuun perusteiden pitää olla kunnossa. Ammattiliittojen ja ammattiliittojen jäsenten odotusten välillä ei vaikuta olevan huomattavia eroa, eli liittojen odotukset näyttävät kuvastavan varsin hyvin jäsenten odotuksia. Yhteenvetona voidaan todeta, että vakuutusyhtiöiden tulee implementoida vastuullisuus osaksi toimintaa, sillä asiakkaiden odotukset vakuutusyhtiön vastuullisuutta kohtaan ovat korkealla tasolla.

Avainsanat: yritys vastuun, yritys vastuuraportointi, sidosryhmät, ammattiliitto, asiakas, vahinkovakuutus

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

Sisällysluettelo

1 JOHDANTO.....	1
1.1 Aihealueen esittely	1
1.1.1 Yritysvastuun merkitys	1
1.1.2 Pohjustus tutkielman valinnoille	3
1.2 Tutkimusongelmat ja rajaukset.....	5
1.3 Keskeiset käsitteet	7
1.4 Tutkimusmenetelmät ja -aineisto.....	8
1.5 Kirjallisuuskatsaus ja aikaisemmat tutkimukset.....	10
1.6 Teoreettinen viitekehys.....	11
1.7 Tutkielman rakenne	13
2 YRITYSVASTUUN VAKUUTUSALALLA	15
2.1 Yritysvastuun määrittelyä ja sen kehitys	15
2.1.1 Taloudellinen ulottuvuus	18
2.1.2 Ympäristöllinen ulottuvuus.....	20
2.1.3 Sosiaalinen ulottuvuus	22
2.2 Yritysvastuu vakuutusyhtiön näkökulmasta	25
2.2.1 Vakuutustoiminnan yleispiirteitä ja sen sääntely.....	25
2.2.2 Vakuutusyhtiön taloudellinen vastuu.....	27
2.2.3 Vakuutusyhtiön sosiaalinen ja ekologinen vastuu	29
2.2.4 Jaettu arvo vakuutusalalla	30
2.3 Yritysvastuun hyödyt ja kritiikki.....	32
2.4 Yritysvastuun raportointi.....	33
2.4.1 Yritysvastuuraporttien sisältö ja kommunikoinnin tavat	33
2.4.2 Yritysvastuuraportoinnin ohjeistukset	36
2.4.3 Syyt raportoinnin taustalla	37
3 SIDOSRYHMÄAJATTELU OSANA YRITYSVASTUUTA.....	40
3.1 Miten sidosryhmät liittyvät yritysvastuuseen	40
3.2 Sidosryhmäajattelu	41
3.2.1 Sidosryhmän määrittely ja luokittelu	43
3.2.2 Sidosryhmävuorovaikutus.....	45
3.3 Legitimaatioteoria.....	46
3.4 Teoriaosuuden yhteenveto ja tutkielmassa tehdyt valinnat	47
4 ODOTUKSET YRITYSVASTUUTA KOHTAAN	50
4.1 Aineiston esittely ja sen keruu.....	50

4.1.1 Teemahaastattelut	50
4.1.2 Kyselyt	51
4.2 Aineiston analysointi	53
4.2.1 Kvalitatiivinen aineisto	53
4.2.2 Kvantitatiivinen aineisto	54
4.3 Aihepiirin taustoitus ja ammattiliittojen odotukset	55
4.3.1 Aihepiirin taustoitus.....	55
4.3.2 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan.....	57
4.4 Yritysvastuun ulottuvuudet.....	60
4.4.1 Taloudellinen vastuu.....	60
4.4.2 Ympäristövastuu	62
4.4.3 Sosiaalinen vastuu.....	64
4.4.4 Yritysvastuun ulottuvuuksien priorisointi.....	65
4.5 Yritysvastuuraportointi.....	67
4.5.1 Raporttien hyödyllisyys ammattiliitoille.....	68
4.5.2 Yritysvastuuraporttien sisältö	69
4.5.3 Yritysvastuun viestintä.....	72
4.6 Ammattiliittojen jäsenten näkemykset yritysvastuusta	74
4.6.1 Kyselyn vastaajien taustatiedot.....	75
4.6.2 Odotukset Turvan yritysvastuuta kohtaan	76
4.6.3 Yritysvastuun ulottuvuudet.....	79
4.6.4 Yritysvastuuraportointi	82
4.6.5 Yleisiä havaintoja kaikista jäsenistä	85
5 YHTEENVETO	89
5.1 Keskeiset tulokset ja johtopäätökset.....	89
5.2 Tutkielman arviointia	94
5.3 Lopuksi	96
LÄHDELUETTELO	98
LIITE 1: HAASTATTELUKYSYMYKSET.....	104
LIITE 2: KYSELYLOMAKE.....	106

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuvio 1 Tutkielman teoreettinen viitekehys	12
Kuvio 2 Yritysvastuun taloudellinen ulottuvuus	20
Kuvio 3 Yritysvastuun ympäristöllinen ulottuvuus	22
Kuvio 4 Yritysvastuun sosiaalinen ulottuvuus	24
Taulukko 1 Teemahaastatteluiden perustiedot	51
Taulukko 2 Kyselyiden perustiedot	52
Taulukko 3 Yhteenveto yritysvastuun ulottuvuuksista	67
Taulukko 4 Yhteenveto yritysvastuuraportoinnista	74
Taulukko 5 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan (Pro)	76
Taulukko 6 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan (JHL)	77
Taulukko 7 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan (OAJ)	78
Taulukko 8 Yritysvastuun ulottuvuudet (Pro)	79
Taulukko 9 Yritysvastuun ulottuvuudet (JHL)	80
Taulukko 10 Yritysvastuun ulottuvuudet (OAJ)	81
Taulukko 11 Yritysvastuuraportointi (Pro)	82
Taulukko 12 Yritysvastuuraportointi (JHL)	83
Taulukko 13 Yritysvastuuraportointi (OAJ)	84
Taulukko 14 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan sukupuolen mukaan	86
Taulukko 15 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan iän mukaan	86
Taulukko 16 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan koulutusasteen mukaan	87
Taulukko 17 Yritysvastuun kommunikointi sukupuolen mukaan	87
Taulukko 18 Yritysvastuun kommunikointi iän mukaan	88
Taulukko 19 Yritysvastuun kommunikointi koulutusasteen mukaan	88

1 JOHDANTO

1.1 Aihealueen esittely

1.1.1 Yritysvastuun merkitys

Yritykset ovat aina toimineet osana ympäröivää yhteiskuntaa ja ympäristöä. Kuitenkin vielä joitakin vuosikymmeniä sitten yritykset keskittyivät perinteisesti lähinnä omistajiin ja tuotto-odotuksiin. Tuotto-odotusten täyttämisen ohella yrityksen tulisi kuitenkin tuntea myös muiden sidosryhmien odotukset sekä yhteiskunnallinen konteksti, jossa kulloinkin toimitaan. Yritysvastuu, eli kaikkien sidosryhmien tarpeiden huomioiminen, onkin noussut niin tärkeäksi tekijäksi, että sitä ei voida ohittaa missään liiketoiminnassa eikä missään yrityksessä. (Juutinen 2016, 23–24) Suomalaiset yritykset ovatkin jo tiedostaneet yritysvastuun merkityksen, kuten vastuullisen yritystoiminnan verkoston FIBS:n vuonna 2019 tekemässä yritysvastuun tutkimuksessa havaittiin. Tutkimukseen vastasi 188 toimitusjohtajaa ja yritysvastuujohtajaa Suomen 1000 suurimmasta yrityksestä. Tutkimuksen mukaan vuonna 2019 tärkeimpiä teemoja vastuullisuustyössä olivat ilmastonmuutoksen torjuminen sekä henkilöstön yhdenvertaisuus ja tasa-arvo. Myös asiakastietojen ja yksityisyyden suojaaminen nousivat melkein kaikkien yritysten agendalle. Lähestulkoon jokainen yritys piti vastuullisuutta olennaisena ja yli 90 % uskoi vastuullisuuden merkityksen kasvuun seuraavan viiden vuoden aikana. (FIBS Yritysvastuu 2019 – Avaintulokset)

Yritysten itsensä lisäksi myös yrityksen sidosryhmät ovat tulleet entistä tietoisemmiksi yritysten liiketoiminnan vaikutuksista yhteiskuntaan. Sidosryhmät eivät tyydy pelkästään heidän tarpeitaan tyydyttäviin tuotteisiin, vaan he haluavat tuotteiden tulevan yhteiskunnallisesti vastuullisilta tuottajilta. Kuluttajat toivovat, että heidän ostamansa tuotteet ovat laadukkaita, mutta tuottavat arvoa ja tekevät hyvää myös yhteiskunnallisesti. Yrityksiä laitetaan paremmuusjärjestykseen yhteiskuntavastuun perusteella, ja ihmiset saattavat palkita *hyviä* yrityksiä esimerkiksi ostamalla yritysten osakkeita ja rangaista *pahoja* yrityksiä esimerkiksi vaihtamalla tavarantoimittajaa. Yritysvastuuseen liittyvät teemat saavat usein myös suurta huomiota mediassa. Nämä ovatkin syitä, jonka seurauksena yritysvastuusta on tullut välttämätön prioriteetti yrityksille ympäri maailmaa. (Bhattacharya, Korschun & Sen 2011, 11–29; Porter & Kramer 2006, 78)

Myös kuluttajien mielipiteitä yritysvastuusta on tarkasteltu entistä enemmän. Esimerkiksi Cone Communications teki vuonna 2015 tutkimuksen, jonka tarkoituksena oli selvittää maailmanlaajuisesti kuluttajien asenteita ja näkemyksiä yritysten yhteiskuntavastuusta. Aineisto kerättiin internet-kyselyllä, johon vastasi 9709 kuluttajaa yhdeksästä maailman suurimmasta valtiosta bruttokansantuotteella mitattuna. Kyselyn tulosten perusteella lähestulkoon kaikki kuluttajat odottivat yrityksiltä vastuullisuutta, mutta yli puolet vastaajista kertoi tarvitsevansa todisteita siitä, että yritys todella pyrkii toimillaan vastuullisuuteen. Jopa 71 % kuluttajista myös oli valmis maksamaan enemmän ostamastaan tuotteesta, mikäli tuote ottaisi paremmin huomioon ympäristölliset ja yhteiskunnalliset tekijät. Yksi mielenkiintoinen tulos oli se, että vaikka 82 % vastaajista odotti yritysten raportoivan yritysvastuusta, vain 17 % oli lukenut yritysvastuuraporttia viimeisen 12 kuukauden aikana. Kuluttajien mielestä lyhyet tiivistelmät, interaktiiviset nettisivut ja videot ovat tehokkaampia keinoja verrattuna kattaviin kirjallisiin raportteihin. Yritysten tulisikin olla luovempia siinä, miten yritysvastuusta raportoidaan kuluttajille. (Cone Communications 2015, 3–4, 27) Myös Rajander-Juusti (2015, 27) toteaa finanssialan tulevaisuutta käsittelevässä hankkeessa, että pankkien ja vakuutusyhtiöiden vastuullisuus on asiakkaille tärkeää. Selvitysten mukaan kuitenkin vain kolmannes asiakkaista kokee kyseisten palveluntarjoajien käyttäytyvän vastuullisesti. Vaikka yritysvastuun merkitys on huomattavasti korostunut, Schwarz, Singh & Schwedel (2014, 92) kuitenkin toteavat vahinkovakuutuslalla hinnoittelun olevan suurin yksittäinen päätökseen vaikuttava tekijä, kun kuluttaja valitsee vakuutusyhtiötä.

Yritysvastuun merkitys on tunnistettu myös suomalaisella finanssialalla. Tavoitteena on kestävän kehityksen periaatteiden lisäksi noudattaa muun muassa hyvää arvopaperimarkkinatapaa, vakuutustapaa ja pankkitapaa. Lainsäädännön lisäksi toiminnassa otetaan huomioon sosiaaliset, taloudelliset ja ympäristölliset vaikutukset. Suomalainen finanssiala sitoutuu Pariisin ilmastopöytäkirjaan ja torjuu rahanpesua sekä veronkiertoa. Lisäksi vakuutusala riskin jakajana on keskeisessä roolissa ilmaston lämpenemisen vaikutuksiin sopeutumisessa. (Finanssiala ry 2020)

Tarkemmin vakuutuslalla tarkasteltaessa voidaan huomata, että vakuutusyhtiöt Suomessa ovat implementoineet vastuullisuuden periaatteita osaksi toimintaansa. Finanssiala ry:n Vakuutusvuosi 2018 -katsauksesta selviää, että Suomen vahinkovakuutusmarkkinoiden neljä suurinta yhtiöryhmää muodostavat jopa 92 % markkinaosuudesta. OP-ryhmä hallitsee kolmasosaa (33,6 %) markkinoista, seuraavaksi suurin markkinaosuudeltaan on LähiTapiola (26,2 %), sitten If (21,7 %) ja neljäntenä Fennia (10,6 %). Näillä neljällä suurimmalla

vahinkovakuutusyhtiöllä on kaikilla erikseen mainittu nettisivuilla vastuullisuudesta. OP-Ryhmän voidaan nähdä olevan edistynein, sillä OP-Ryhmä on vuodesta 2014 julkaissut integroidun vuosiraportin, jossa se yhdistää perinteiseen vuosikertomukseen myös vastuullisuusosion. OP-Ryhmä raportoi vastuullisuudestaan kattavan GRI-ohjeiston mukaisesti, ja raportti myös varmennetaan puolueettoman tarkastajan toimesta. If ja Fennia julkaisevat vuosittain oman erillisen vastuullisuusraportin. Ifillä raporttiin on sisällytetty GRI-ohjeiston mukaisia tunnuslukuja, mutta raportti ei noudata GRI-ohjeistusta täsmällisesti. LähiTapiolan nettisivuilta ei löydy erillistä vastuullisuusraporttia, mutta yritys vastuuta on avattu suhteellisen kattavasti muun muassa osa-alueittain. Varsinkin alan isoimmissa toimijoissa yritys vastuun tärkeys on siis jo tiedostettu. (Fennia 2019; Finanssiala ry 2019; If 2019; LähiTapiola 2020; OP-Ryhmä)

1.1.2 Pohjustus tutkielman valinnoille

Tutkimusongelmia mietittäessä mielenkiinnon kohteeksi valikoitui sidosryhmien odotukset vakuutusyhtiön yritys vastuuta kohtaan. Tutkielmassa haluttiin painottaa juuri sidosryhmien näkökulmaa yrityksen näkökulman sijasta. Jo alkuvaiheessa oli kuitenkin selvää, että riittävän aineiston hankinta olisi todennäköisesti aiheuttanut hankaluuksia. Aineiston keruun ongelma saatiin ratkaistua sillä, että Keskinäinen Vakuutusyhtiö Turva lupautui auttamaan aineiston hankinnassa. Tutkielma etenee kuitenkin täysin tutkijan omien valintojen ja rajausten mukaan. Turvan osuus on aineiston hankinnan auttamisessa, eikä tutkielmaa ei ole tehty toimeksiantona Turvalle. Koska tutkielmassa kuitenkin käsitellään asiaa Turvan näkökulmasta, on mielekästä esitellä lyhyesti Turvaa vakuutusyhtiönä.

Keskinäinen Vakuutusyhtiö Turva on vuonna 1910 Tampereella perustettu keskinäinen vahinkovakuutusyhtiö. Keskinäisyys tarkoittaa sitä, että asiakkaat omistavat Turvan. Käytännössä keskinäisyys näkyy niin, että kertyneet tuotot jaetaan asiakkaiden hyväksi kilpailukykyisinä hintoina, omistaja-asiakasetuina sekä alennuksina. Esimerkiksi vuonna 2019 Turva jakoi omistaja-asiakkailleen alennuksina yli 10,0 miljoonaa euroa. Vakuutuksenottajien lisäksi takuupääoman omistajat ovat Turvan osakkaita eli omistajia. Turvan takuupääoman omistajia ovat muun muassa SAK, 13 ammattiliittoa, kaksi työväenyhteisöä, LähiTapiolaryhmä ja Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo. (Turva 2020a; Turva 2020c)

Turva tarjoaa palveluvalikoimassaan kaikkia vahinkovakuutuksia. Turva on LähiTapiola Keskinäisen Vakuutusyhtiön tytäryhtiö ja tarjoaa vahinkovakuutusten ohella myös LähiTapiola-ryhmän vapaaehtoisia henki- ja eläkevakuutuksia sekä Keskinäisen Työeläkevakuutusyhtiö Elon eläkevakuutuksia. Asiakkaina Turvalla on suurimmaksi osaksi kotitalouksia, yhteisöjä ja pk-yrityksiä. Ammattiliitot ovat Turvalla merkittävä asiakaskunta, ja Turva linjaakin toiminta-ajatukseksi olla ammattiliittojen jäsenten paras turva. Turvalla oli vuoden 2019 lopussa asiakkaina yhteensä 34 ammattiliittoa. Osa ammattiliitoista tarjoaa jäsenetuna esimerkiksi matkavakuutusta Turvasta. Näiden kollektiivivakuutusten kautta Turvaan tulee siis suuri määrä ammattiliittojen jäseniä asiakkaiksi. Jäsenetuina saatujen vakuutusten lisäksi ammattiliittojen jäsenille tarjotaan monia asiakasetuja, kuten liittoalennuksia ja omia räätälöityjä palveluita ja tuotteita. Ammattiliittojen tärkeyttä kuvastaa myös se, että Turvalla oli vuonna 2019 noin 95 valtakunnallista ammattiliittotapahtumaa. Vuoden 2019 toimintakertomuksessa mainitaan, että Turva on kasvanut erityisesti kohderyhmässään eli ammattiliittojen jäsenten keskuudessa. (Turva 2020a; Turva 2020c; Turva 2020d)

Turvan vakuutusmaksutulo on kasvanut tasaisesti vuodesta 2009 lähtien ja vuonna 2019 se oli 111,1 miljoonaa euroa. Vakuutusmaksutulolla mitattuna Turva oli vuonna 2019 viidenneksi suurin vakuutusyhtiö noin 2,5 % osuudella. Turva on siis selvästi pienempi alan suurimpiin toimijoihin verrattuna. Turvan oma varallisuus on yli kaksinkertainen Solvenssi II:n määrittelemään vakavaraisuuspääomavaatimukseen (SCR) verrattuna ja yli kahdeksankertainen vähimmäispääomavaatimukseen (MCR) verrattuna. Henkilöstöä Turvassa oli vuoden 2019 lopussa 348. Yksi esille nostettava seikka on asiakastyytyväisyys, joka on Turvan toiminnan ydinarvoja. Asiakastyytyvääisyyttä vakuutusalanalla mitataan EPSI Rating Vakuutus -tutkimuksessa. Turva on saavuttanut henkilöasiakkaissa vakuutusalan parhaan asiakastyytyväisyyden seitsemän kertaa, joista viimeisin tuli vuonna 2019. (Turva 2020b)

Turvan toimintakertomuksessa on avattu yhtiön vastuullisuustyötä Turvan arvojen kautta. Esille nostettuja teemoja ovat muun muassa sidosryhmävuorovaikutus, henkilöstön motivaatio sekä työhyvinvointi, tuotteiden ja palveluiden kotimaisuus, hyväntekeväisyys sekä taloudelliset asiat kuten vastuullinen sijoittaminen ja vakavaraisuus. Teemoista on kuitenkin kerrottu verrattain lyhyesti ja verrattuna esimerkiksi alan suurimpiin toimijoihin tietoa tarjotaan suppeammin. (Turva 2020a)

1.2 Tutkimusongelmat ja rajaukset

Tämän tutkielman tavoitteena on selvittää, mitä odotuksia Keskinäisen Vakuutusyhtiö Turvan ammattiliittoasiakkailta on Turvan yritys vastuuta ja sen raportointia kohtaan. Tutkielma käsittelee yritys vastuun ilmiötä, ja tarkoituksena on selvittää vakuutusyhtiön keskeisten sidosryhmien näkemyksiä aihepiiristä. Yritys vastuun ilmiöön paneudutaan ammattiliittojen näkökulmasta ja tarkoituksena on kartoittaa sekä itse ammattiliittojen (järjestö) että ammattiliittojen jäsenten (henkilöasiakas) näkemyksiä aihepiiristä. Tutkielman tavoitteeseen pyritään pääsemään vastaamalla näihin tutkimusongelmiin:

1. Mitä odotuksia ammattiliitoilla on Turvan yritys vastuuta kohtaan?
 - Kuinka tärkeänä he pitävät yritys vastuun eri ulottuvuuksia ja tekijöitä Turvan toiminnassa?
 - Miten he toivovat Turvan raportoivan yritys vastuusta?
2. Mitä odotuksia ammattiliittojen jäsenillä on Turvan yritys vastuuta kohtaan?
 - Miten ammattiliittojen ja ammattiliittojen jäsenten odotukset eroavat toisistaan?

Yritys vastuun osalta kirjallisuudessa painotetaan usein sitä näkökulmaa, että yrityksen sidosryhmät suorastaan vaativat yrityksiltä koko yhteiskunnan asioista huolehtimista. Ensimmäisen päätutkimusongelman tarkoituksena onkin selvittää, onko asia todellakin näin myös vakuutus alalla, ja mitä odotuksia ammattiliitoilla on Turvan yritys vastuuta kohtaan. Koetaanko vastuullisuus tärkeänä vakuutus alalla, missä ei valmisteta mitään konkreettista, ja mitä vakuutusyhtiöltä odotetaan yritys vastuun saralla? Yritys vastuu aihepiirinä on varsin laaja, joten päätutkimusongelman lisäksi aihepiiriä on pilkottu alatutkimusongelmiin, joiden tarkoituksena on huolehtia siitä, että tutkielma etenee johdonmukaisesti ja pysyy oikeilla raiteilla.

Ensimmäisen alatutkimusongelman tarkoituksena on selvittää, mitä yritys vastuun ulottuvuutta ja tekijöitä pidetään tärkeimpinä Turvan toiminnassa. Alatutkimusongelma tarjoaa tärkeää tietoa siitä, mitä yritys vastuun tekijöitä ammattiliitot pitävät vakuutusyhtiön toiminnassa olennaisimpina. Toinen alatutkimusongelma paneutuu yritys vastuun raportointiin. Sen tarkoituksena on muun muassa selvittää, missä määrin ja missä muodossa ammattiliittoa

kiinnostaa yritysvastuun raportointi, ja mitä he toivoisivat lukevansa Turvan raporteissa. Toinen alatutkimusongelma on luonteva jatko ensimmäiselle tutkimusongelmalle, sillä myös raportoinnissa yrityksen on tärkeä ensin selvittää vähintäänkin avainsidosryhmien odotuksia aihepiiristä, jotta raportoinnissa osataan keskittyä olennaisiin asioihin ja sisältö osataan määritellä yrityksen sidosryhmille sopivaksi.

Toisen päätutkimusongelman tarkoituksena on selvittää ammattiliittojen jäsenten odotuksia Turvan yritysvastuuta kohtaan. Ammattiliittojen jäsenten osalta näkemyksiä ei ole tarkoitus kartoittaa yhtä perusteellisesti kuin ammattiliittojen osalta. Tarkoituksena on saada suuntaa antavia tietoja siitä, mitä ammattiliittojen jäsenet eli tavalliset henkilöasiakkaat pitävät vakuutusyhtiön yritysvastuussa tärkeänä. Toisen päätutkimusongelman alatutkimusongelman tarkoituksena on vertailla ammattiliittojen ja ammattiliittojen jäsenten mielipiteiden yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Vaikka ammattiliiton on järjestönä tarkoitus edustaa jäsentensä mielipiteitä, tavallisten liittoon kuuluvien ihmisten näkemys asiasta saattaa erota joltain osin järjestön näkemyksistä. Onkin mielenkiintoista selvittää sitä, kuinka hyvin ammattiliittojen järjestötason odotukset kuvastavat liittoon kuuluvan jäsenen odotuksia.

Tämä tutkielma painottaa sidosryhmien näkökulmaa yritysvastuun aihepiiriin liittyen eli ensisijaisesti pyritään kartoittamaan heidän näkemyksiä ja preferenssejä aihepiiristä. Keskeisin rajaus tutkielmassa on siis vakuutusyhtiön yritysvastuun ja sen raportoinnin käsittely sidosryhmien näkökulmasta. Kuten luvussa 1.1.2 käytiin läpi, ammattiliitot ovat Turvalle erittäin tärkeä kohderyhmä. Tästä syystä sidosryhmien osalta tarkastelu päätettiin rajata asiakkaisiin ja nimenomaan ammattiliittoihin ja ammattiliittojen jäseniin, mitä voidaan pitää uniikkina rajauksena. Toki asiakkaiden lisäksi olisi ollut mielekäästä tarkastella myös muita sidosryhmiä, mutta rajauksella pyritään syvällisempään analyysiin, joten tutkielman laajuuden puitteissa sitä voidaan pitää perusteltuna. Vaikka Turva on tutkielmassa kohdeyrityksenä ja aihepiiriä käsitellään juuri Turvan asiakkaiden näkökulmasta, tutkielman voidaan nähdä palvelevan myös suurempaa yleisöä, sillä asiakkaiden odotusten lainalaisuudet pätevät varmasti myös yleisemmin vakuutussektorilla.

Yritysvastuun aihepiiriä käsitellään sidosryhmien näkökulmasta, mutta tutkielma palvelee myös yrityksiä, sillä kuten muun muassa Bhattacharya, Korschun & Sen (2011, 27–29) toteavat, yritysvastuussa on kyse siitä, että reagoidaan yrityksen eri sidosryhmien vaatimuksiin. Myös Niskalan, Pajusen & Tarna-Manin (2019) mukaan sidosryhmien näkemykset ovat tärkeitä yritysvastuuraportoinnin sisällön määrittämisessä. Yritysvastuu itsessään on suosittu

tutkimuksen kohde, josta on tehty lukuisia tutkimuksia, mutta aihepiiriä on käsitelty vakuutusosalalla vielä suhteellisen vähän, ja tähän mennessä tehdyt tutkimukset on pääsääntöisesti tehty eläkevakuutusosalalla. Tämän vuoksi rajausta vahinkovakuutusyhtiöön on perusteltu.

1.3 Keskeiset käsitteet

Yritysvastuu. Yritysvastuu tarkoittaa kansallisten lakien noudattamista ja lainsäädännön vaatimukset ylittävää vastuullista liiketoimintaa, jonka tarkoituksena on toimia koko yhteiskunnan hyväksi sekä huomioida ympäristö ja ihmiset. Yritysvastuu on laaja kokonaisuus, jonka keskeiset ulottuvuudet voidaan jakaa taloudelliseen, ympäristölliseen ja sosiaaliseen vastuuseen. Vaikka yritysvastuu on laajasti tutkittu käsite, ei sille ole olemassa yhtä universaalia määritelmää. Myöskin käsitteen nimi vaihtelee lähteiden mukaan ja yritysvastuun ohella käytetään yrityksen yhteiskuntavastuun, yrityskansalaisuuden ja vastuullisen liiketoiminnan käsitteitä (Carroll 1999; Harmaala & Jallinoja 2013; Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 7–8)

Yritysvastuuraportointi. Yritysvastuuraportoinnissa on kyse siitä, että yritys systemaattisesti kerää tietoa vastuullisuudestaan ja julkaisee tietoa suunnilleen samanmuotoisessa formaatissa oleellisille sidosryhmilleen toimintansa taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristöllisistä vaikutuksista. Raportoinnin ideana on vastata sidosryhmiensä odotuksiin. (Koipijärvi & Kuvaja 2017; Lock & Seele 2015, 116)

Sidosryhmä. Sidosryhmillä tarkoitetaan niitä ryhmiä tai yksilöitä, jotka voivat vaikuttaa yrityksen liiketoimintaan tai joihin yritys voi liiketoiminnallaan vaikuttaa. Yritys voidaan nähdä joukkona suhteita sellaisten ryhmien välillä, joilla on osuus yrityksen liiketoiminnassa. Näitä ryhmiä ovat esimerkiksi omistajat ja rahoittajat, työntekijät, asiakkaat ja tavarantoimittajat ja paikallinen yhteisö. Sidosryhmät voidaan jakaa *primaarisiin* tai *sekundaarisiin* sidosryhmiin. Primaariset sidosryhmät ovat niitä, joita ilman yritys ei voi selviytyä. Sekundaariset sidosryhmät sen sijaan ovat niitä, jotka vaikuttavat yritykseen, mutta eivät ole tärkeitä yrityksen selviämisen kannalta. (Clarkson 1995, 106–107; Freeman 1984)

Sidosryhmäteoria. Sidosryhmäteoria tarjoaa syvällisemmän ymmärryksen yrityksen ja yhteiskunnan välisen suhteen rakenteisiin ja ulottuvuuksiin. Yritys on vastuussa kaikille niille sidosryhmille, jotka voivat vaikuttaa yritykseen tai joihin yritys voi vaikuttaa.

Sidosryhmäajattelu tarjoaa viitekehyksen sille, miten yritykset voivat kokonaisvaltaisemmin osallistua yhteiskunnallisiin velvollisuuksiin. (Wood & Jones 1995, 231)

Jaettu arvo. Jaetun yhteisen arvon käsite tarkoittaa tilannetta, jossa taloudellinen lisäarvo yritykselle ja sen omistajille luodaan niin, että myös ympäröivä yhteiskunta hyötyy. Tavoitteena on tunnistaa ja laajentaa yhteyksiä yhteiskunnallisen ja taloudellisen kehityksen välillä. Jaetussa arvossa ei ole kyse hyväntekeväisyydestä tai kestävyydestä vaan uudenkaltaisesta tavasta saavuttaa taloudellista menestystä. (Porter & Kramer 2011, 4–8)

1.4 Tutkimusmenetelmät ja -aineisto

Tämä tutkimus on yhdistää kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen piirteitä eli on monimenetelmällinen tutkimus. Monimenetelmällinen tutkimus tarjoaa enemmän näyttöä tutkimusongelmiin kuin kvalitatiivinen tai kvantitatiivinen tutkimus yksinään. Tutkijan on mahdollista käyttää kaikkia datan keräämisen työkaluja ja yhdistämällä dataa tutkijan on mahdollista saada syvällisempää tietoa tutkittavasta asiasta. (Creswell & Plano Clark 2018, 13) Myös Hirsjärvi, Remes & Sajavaara (2008, 131–133) toteavat, että kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus tulisi ennemmin nähdä toisiaan täydentäviksi kuin kilpaileviksi suuntauksiksi.

Tutkielma hyödyntää triangulaatiota, joka tarkoittaa erilaisten menetelmien tai teorioiden yhdistämistä. Useat tutkimusmenetelmät tai näkökulmat voivat aiheuttaa sen, että tutkittavalle ilmiölle löytyy keskenään ristiriitaisia tutkimustuloksia. Triangulaatio lisää parhaimmillaan tutkimuksen luotettavuutta. (Tuomi & Sarajärvi 2018) Tämä tutkielma hyödyntää menetelmätriangulaatiota eli tutkimusaineiston hankinnassa hyödynnetään useita tiedonhankintamenetelmiä. Hyödynnettävät menetelmät ovat teemahaastattelu ja kysely.

Tämä tutkielma on case-tutkimus, jossa pyritään kuvailemaan tutkittavia ilmiöitä ja kartoittamaan uusia näkökulmia vähän tunnettuihin ilmiöihin (Hirsjärvi ym. 2008, 134–135). Tapaustutkimus eli case-tutkimus tarkoittaa empiiristä tutkimusta, jossa tutkitaan tiettyä tapahtumaa monipuolisia tietoja hyödyntäen. Case-tutkimuksen kohteeksi valitaan tapaus, joka voi olla esimerkiksi yksilö, ryhmä, yhteisö, ilmiö tai prosessi. Yksittäistapausta tutkitaan usein yhdessä ympäristönsä kanssa. Case-tutkimuksen tavoitteena on tyypillisimmin ilmiöiden kuvailu, ja niiden syvällisempi ymmärtäminen. Tapaustutkimusta voidaan pitää keskeisenä kvalitatiivisen metodologian tiedonhankinnan strategiana. (Eriksson & Koistinen 2014;

Hirsjärvi ym. 2008, 130–131; Metsämuuronen 2009, 169–171) Tässä tutkielmassa tapaukseksi on määritelty yritys vastuun ilmiö, jota tutkitaan vahinkovakuutusyhtiön ammattiliittoasiakkaiden näkökulmasta.

Haastattelua on muun muassa hyvä käyttää, kun halutaan kuvaavia esimerkkejä tai halutaan tulkita kysymyksiä. Lisäksi tutkittavan alueen kartoittamisessa on hyvä hyödyntää haastattelua. Haastattelua voidaan pitää observoinnin ohella aineiston hankinnan perusmenetelmänä, jota kannattaa käyttää aina, kun se on mielekästä. Haastattelujen tyyppi on tässä tutkielmassa puolistrukturoitu haastattelu, jota voidaan kutsua myös teemahaastatteluksi. Puolistrukturoitu haastattelu soveltuu hyvin tilanteisiin, joissa halutaan selvittää heikosti tiedostettuja asioita. Haastattelut kohdistuvat ennalta määriteltyihin teemoihin, mutta Metsämuuronen esittämästä poiketen tässä tutkielmassa tarkoituksena on määrittää haastattelukysymykset melko tarkasti etukäteen. (Metsämuuronen 2009, 185–189) Haastattelujen avulla on siis tarkoitus kartoittaa ammattiliittojen näkemyksiä yritys vastuusta ja haastattelut tehdään ammattiliiton edustajalle, eli haastattelulla kerätty aineisto kuvastaa ammattiliiton näkemyksiä järjestönä. Koska tutkielmassa kartoitetaan tapaukseen liittyviä näkemyksiä, on teemahaastattelun käyttö perusteltua.

Haastatteluissa kerätyn aineiston ja teorian pohjalta muodostetaan sitten kullekin ammattiliitolle oma kyselylomake, johon kootaan tärkeimmät haastatteluissa esiintyneet teemat. Nämä kyselylomakkeet lähetetään tämän jälkeen ammattiliittojen jäsenille eli henkilöasiakkaille. Kyselyiden avulla kartoitetaan ammattiliittojen jäsenten näkemyksiä yritys vastuun aihepiiriin liittyen sekä sitä, miten hyvin ammattiliitto järjestönä edustaa jäsentensä mielipiteitä. Kyselyn osalta Turvassa vakuutettuina olevat ammattiliittojen jäsenet muodostavat populaation. Aineisto kerätään strukturoidulla internetkyselyllä, joka toteutetaan yhteistyössä ammattiliittojen kanssa. Kysely on aineiston keräämisen tapa, jossa aineisto kerätään vakioitujen kysymysten avulla. Vastaamisen helppouden kannalta on tärkeää, että kysymykset muotoillaan tarkasti ja ensisijaisesti käytetään monivalintavaihtoehtoja. (Vilka 2007, 27) Kysely on perusteltu vaihtoehto henkilöasiakkaille, sillä heillä ei välttämättä ole riittävää asiantuntemusta aihepiiristä, jotta haastattelu olisi hedelmällinen vaihtoehto. Creswellin & Plano Clarkin (2018) mukaan monimenetelmällisyys soveltuu tapaustutkimukseen hyvin silloin, kun kvalitatiivista dataa halutaan edistää kvantitatiivisen datan avulla, johon myös tässä tutkielmassa pyritään.

Creswell & Plano Clark (2018, 6) toteavat, että monimenetelmällinen tutkimus soveltuu hyvin tilanteeseen, jossa tutkija ensin selvittää haastattelun avulla yksittäisten toimijoiden näkemyksiä ja tämän jälkeen hyödyntää haastattelun aineistoa kyselylomakkeen muodostamiseen. Aineistosta muodostettu kysely toteutetaan sitten valitulla otoksella, jotta nähdään, ovatko kvalitatiiviset löydökset yleistettävissä perusjoukkoon. Tässä tutkielmassa on tarkoitus hyödyntää edellä kuvattua menetelmää, jonka avulla saadaan selville, kuinka hyvin ammattiliittojen näkemykset järjestönä vastaavat liittoon kuuluvien jäsenten näkemyksiä.

1.5 Kirjallisuuskatsaus ja aikaisemmat tutkimukset

Yritysvastuusta on saatavilla runsaasti tutkimuksia ja kirjallisuuslähteitä, ja sitä on tutkittu paljon. Tässä tutkielmassa kuvataan yritysvastuun käsitteen kehittymistä ja esitellään muutamia tärkeimpiä teorioita aihepiiriin liittyen kuten John Elkingtonin ja Archie Carrollin (1979) yritysvastuun malleja. Elkingtonin Triple bottom linen mukainen jako taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristölliseen yritysvastuuseen näkyy myös tässä tutkielmassa, joskin esimerkiksi taloudelliseen vastuuseen on sisällytetty Liappiksen, Pentikäisen & Vanhalan (2019) mukaan myös hyvän hallinnon ominaisuuksia. Liappis ym. (2019) ovat teoksessaan *Menesty yritysvastuulla* käsitelleet kattavasti yritysvastuuta, ja teosta hyödynnetään yritysvastuun ulottuvuuksien määrittelyssä. Tämän jälkeen on vielä käsitelty Porterin & Kramerin (2011) jaetun yhteisen arvon teoriaa, joka edustaa uusinta suuntausta vastuullisuuden saralla.

Yksi merkittävä lähde tutkielman kannalta on Raija Järvisen *Yhteiskuntavastuu ja etiikka: Käytännöllisiä sovellutuksia vakuutusyhtiötasolla* (2004), joka käsittelee yritysvastuun ulottuvuuksia ja eettisyyttä vakuutusyhtiön näkökulmasta. Artikkelin avaa erinomaisesti yritysvastuun ulottuvuuksia ja eri ulottuvuuksiin sisältyviä toimia vakuutusyhtiötasolla. Jaetun arvon osalta Jais, Lund, Pfitzer & Rodriques (2017) ovat käsitelleet jaetun arvon käsitettä vakuutusosalalla. Artikkelissa on pyritty erittelemään keinoja, miten vakuutusyhtiö voi luoda taloudellista lisäarvoa yritykselle ja sen omistajille niin, että lisäarvoa syntyy myös ympäröivälle yhteiskunnalle.

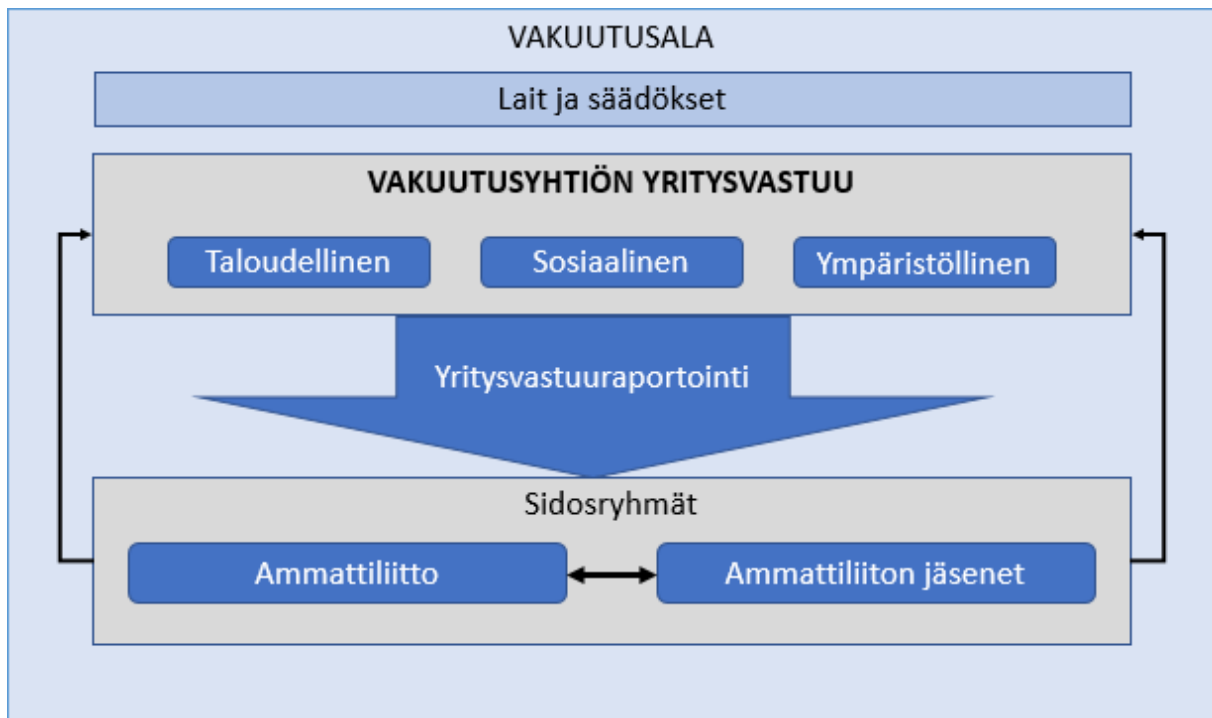
Yritysvastuuta on jossain määrin tutkittu myös vakuutusosalalla opinnäytetöissä. Heidi Jalonen (2014) on tehnyt Pro gradu -tutkielman strategisesta yritysvastuusta työeläkevakuutusosalalla. Jalonen on tutkielmassaan tutkinut eläkeyhtiöiden yritysvastuustrategioita, niiden

toteuttamistapoja ja tämän pohjalta laatinut käytännön kehitysehdotuksia yritysvastuun strategisuuden edistämiseksi. Tutkielmassa on siis käsitelty strategista yritysvastuuta, ja sen kehittämistä eläkevakuutuksen kontekstissa. Milla Haura (2018) on tutkinut Pro gradu -tutkielmassaan vastuullisen sijoittamisen strategioita suomalaisissa eläkeyhtiöissä. Tutkielma on rajattu koskemaan pelkästään sijoitustoiminnan vastuullisuutta, ja muut osa-alueet yritysvastuusta on rajattu pois. Vahinkovakuutusyhtiöiden osalta yritysvastuuta tai sen raportointia ei juurikaan ole tutkittu.

Sidosryhmien osalta lähteitä käytetään monipuolisesti akateemisten tutkimusten ja kirjallisuuden muodossa. Ehkä merkittävin lähde on Freemanin (1984) sidosryhmäteoriaa käsittelevä teos, johon monet uudemmat tutkimukset ja kirjallisuus pohjautuvat. Sidosryhmäteoria on tärkeä ymmärtää, sillä teorian keskeinen huomautus on se, että yrityksen tulee huomioida kaikkien niiden sidosryhmien intressit ja hyvinvointi, jotka voivat joko auttaa tai vaikeuttaa yrityksen tavoitteiden saavuttamista. Vastuullisuudesta ja sidosryhmistä on tehty joitakin tutkimuksia eri toimialoilla ja esimerkiksi Jaakko Arola (2012) on tutkinut Pro gradu -tutkielmassaan sidosryhmien ja vastuullisen liiketoiminnan välistä suhdetta Fujitsussa. Minna Asikainen (2015) tutki opinnäytetyössään, miten Etelä-Pohjanmaan Osuuspankin olisi mahdollista lisätä yhteisöllistä rooliaan ja luoda vastuullisuudesta kilpailuetu. Opinnäytetyössä on haastateltu sidosryhmiä, mutta kysymykset painottuivat enemmän sidosryhmähallintaan eikä tutkielmassa selvitetty sidosryhmien odotuksia juuri vastuullisuutta kohtaan. Useimmat sidosryhmiä ja yritysvastuuta tutkivat tutkimukset ovatkin keskittyneet vahvasti sidosryhmien määrittelyyn ja sidosryhmäajatteluun sekä sidosryhmien johtamiseen yrityksen näkökulmasta. Lisäksi tutkielmissa on pyritty löytämään vastauksia vastuullisuuden lisäämiseen ja sen entistä tehokkaampaan toteuttamiseen juuri yrityksen näkökulmasta.

1.6 Teoreettinen viitekehys

Seuraavaksi käydään läpi tutkielman teoreettinen viitekehys. Tuomen & Sarajärven (2018, 133) mukaan teoreettinen viitekehys kuvaa tutkimuksen kannalta oleellisen kirjallisuuden, ja sen tehtävänä on muodostaa kokonaiskuva käsitteistä ja teorioista, joita tutkimuksessa hyödynnetään.



Kuvio 1 Tutkielman teoreettinen viitekehys

Yllä teoreettisen viitekehyyksen kuvio, jota avataan tässä hieman tarkemmin. Tutkielman teoreettinen viitekehys muodostuu yritys vastuun, vakuutustieteen ja sidosryhmien teoriasta.

Koska tutkielma käsittelee yritys vastuuta vakuutus alalla, on mielekäs tä tarkastella lyhyesti myös vakuutustieteen teoriaa ja vakuutus alaa koskevaa sääntelyä. Vakuutus ala on tiukasti säänneltyä, minkä vuoksi on perusteltua nähdä lait ja säädökset osana teoreettista viitekehystä. Lakien ja sääntelyn noudattaminen liittyy myös yrityksen vastuullisuuteen, sillä vastuullisuuden taustalla on vahva juridinen pohja. Vahvasta juridisesta pohjasta huolimatta varsinaisessa yritys vastuussa on pohjimmiltaan kuitenkin kyse yrityksen vapaaehtoisista vastuullisista toimista.

Vakuutus yhtiön yritys vastuun on kuviossa jaettu alan vakiintuneen käytännön mukaisesti kolmeen ulottuvuuteen: sosiaaliseen, taloudelliseen ja ympäristölliseen. Vakuutus yhtiö voi näiden kolmen ulottuvuuden kautta toteuttaa yritys vastuun toimenpiteitään. Yritys vastuun on tutkielman tärkein yksittäinen käsite, ja yritys vastuun teorian ymmärtämiseksi tutkielmassa käydään aihetta kattavasti läpi. Teoriassa esitellään käsitteen kehittymistä monipuolisesti ja painotetaan sen jälkeen ulottuvuuksia ensin yleisellä tasolla, jonka jälkeen aihepiiriin paneudutaan vielä vakuutus yhtiön näkökulmasta.

Koska tutkielman yhtenä tavoitteena on selvittää, miten ammattiliitot toivovat Turvan raportoivan yritys vastuusta, on tärkeä esitellä myös yritys vastuuraportointia. Yritys vastuuraportoinnin avulla vakuutusyhtiö viestii tärkeimmistä vastuullisuuden toimistaan sidosryhmille ja saavuttaa yritys vastuun täyden potentiaalin. Tutkielmassa kuvaillaan yritys vastuuraportointia yleisellä tasolla, sillä tarkoituksena on ainoastaan selvittää sidosryhmien näkemyksiä raportointiin liittyen. Lopullinen harkinta mahdollisten raportoinnin standardien tai viitekehysten hyödyntämisestä jätetään yrityksen päätettäväksi, ja näin ollen ei ole mielekäästä paneutua syvällisemmin yksittäisiin raportoinnin ohjeistuksiin.

Sidosryhmät liittyvät olennaisesti yritys vastuun käsitteeseen, sillä yritys vastuun ideana on huomioida kaikki yrityksen toiminnalle olennaiset ryhmät. Kolmas merkittävä teoria tutkielmassa onkin sidosryhmäteoria. Sidosryhmäteorian avulla pohjustetaan sidosryhmien tärkeys yrityksille sekä niiden linkki yritys vastuuseen. Teoriassa käydään läpi muun muassa sidosryhmien luokittelua, niiden tärkeyttä ja vuorovaikutusta yrityksen ja sidosryhmien välillä. Tutkielman rajauksen takia olennaiset sidosryhmät ovat ammattiliitot ja ammattiliittojen jäsenet. Kuviossa ammattiliittojen ja ammattiliittojen jäsenten välillä on nuoli, joka kuvastaa liittojen ja jäsenten välistä suhdetta. Kuviossa sidosryhmälaatikosta lähtee nuoli, joka menee vakuutusyhtiön yritys vastuun laatikkoon. Tämä nuoli kuvastaa yritys vastuun ja sidosryhmien välistä yhteyttä sekä niiden välistä vuorovaikutusta myös toiseen suuntaan eli sidosryhmistä vakuutusyhtiöön. Toisaalta vakuutusyhtiö vaikuttaa yritys vastuun kautta keskeisiin sidosryhmiin, ja toisaalta keskeisten sidosryhmien mielipiteet ja odotukset vaikuttavat vakuutusyhtiössä toteutettaviin vastuullisuuden toimiin. Tutkielman kontekstina toimii vakuutusala, jonka sisällä kaikki muut komponentit ovat teoreettisen viitekehysten kuviossa.

1.7 Tutkielman rakenne

Tutkielma rakentuu viidestä pääluvusta, jotka ovat johdanto, kaksi teorialukua, empiria sekä yhteenveto. Tutkielma alkaa johdannolla, jossa on käyty läpi ensin aihepiiriä yleisesti. Tämän jälkeen on esitelty tutkimusongelmat ja -rajaukset, keskeisimmät käsitteet, tutkimusmenetelmät ja aineisto, aikaisemmat tutkimukset sekä teoreettinen viitekehys.

Ensimmäisessä teoriakappaleessa käsitellään yritys vastuun käsitettä. Luku alkaa yritys vastuun käsitteen määrittelyllä ja kehityksellä, jonka jälkeen esitellään yritys vastuun ulottuvuuksia. Yritys vastuun osalta käydään läpi myös jaetun arvon käsitettä. Tämän jälkeen teoriassa

esitellään vakuutusala, sen sääntelyä ja käydään läpi vakuutusyhtiön yritys vastuuta aikaisemmin määriteltyjen ulottuvuuksien pohjalta. Yritys vastuun osalta esitellään kirjallisuuteen pohjautuen myös sen hyötyjä ja haittoja. Ensimmäisen teoriakappaleen viimeinen alaluku käsittelee yritys vastuuraportointia yleisellä tasolla. Luvussa esitellään raportoinnin sisältöä, ohjeistuksia ja mahdollisia syitä raportoinnin taustalla. Yritys vastuuta käsitellään monipuolisesti, mikä on perusteltua, jotta lukijalla on kattava kuva aihepiiristä ja tutkimuksen aineistoa on helpompi tulkita ja ymmärtää.

Toinen teorialuku käsittelee sidosryhmäteoriaa, sidosryhmien merkitystä sekä legitimaatioteoriaa. Luvun alussa pohjustetaan, miten sidosryhmät liittyvät yritys vastuuseen. Tämän jälkeen esitellään sidosryhmäteoriaa, sidosryhmien luokittelua ja sidosryhmävuorovaikutusta. Sidosryhmäteorian ohella luvussa käydään läpi legitimaatioteoriaa, joka liittyy sidosryhmäteorian ohella olennaisesti yritys vastuuseen. Viimeisenä alalukuna toisessa teorialuvussa on teoriaosuuden yhteenveto, jossa käydään läpi myös tutkielmassa tehdyt valinnat yritys vastuun ja sidosryhmien osalta. Tämän alaluvun on tarkoitus kerrata lukijalle tärkeimmät kohdat ennen siirtymistä empiriaan.

Tutkielman neljännessä luvussa käsitellään empiriaa. Aluksi esitellään aineistoa, sen keruuta sekä käydään läpi aineiston analyysimenetelmät. Aineistoa analysoidaan kolmen pääteeman mukaan, jotka ovat aihepiirin taustoitukset ja ammattiliittojen odotukset, yritys vastuun ulottuvuudet ja yritys vastuuraportointi. Näitä teemoja on jaoteltu vielä alaotsikoihin. Erikseen oma alalukunsa on ammattiliittojen jäsenten käsittelylle, jossa tehdään myös vertailua ammattiliittojen ja ammattiliittojen jäsenten näkemysten välillä. Luvussa käsitellään kyselyiden tuloksia ja verrataan niitä haastatteluiden aineistoon.

Tutkielman viimeinen luku on yhteenveto, jossa käsitellään tutkimusongelmiin vastaamista sekä johtopäätösten esittelyä. Lisäksi yhteenvedossa arvioidaan kriittisesti tutkielman luotettavuutta. Luvun lopussa esitetään mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

2 YRITYSVASTUUN VAKUUTUSALALLA

Tutkielman ensimmäisessä teorialuvussa käsitellään monipuolisesti yritysvastuun ilmiötä. Luvussa 2.1 kuvaillaan ilmiön kehittymistä, käsitteen määrittelyä, yritysvastuun eri ulottuvuuksia sekä jaetun arvon käsitettä. Luvussa 2.2 toimintaa tarkastellaan vakuutusyhtiön näkökulmasta. Luvussa on lyhyesti kuvattu vakuutustoiminnan piirteitä, jonka jälkeen alaluvut painottuvat yritysvastuun käsittelyyn vakuutusalan kontekstissa. Tämän jälkeen alaluku 2.3 käsittelee yritysvastuun hyötyjä ja haittoja kirjallisuuteen perustuen ja viimeisessä alaluvussa 2.4 käydään läpi yritysvastuun raportointia.

2.1 Yritysvastuun määrittelyä ja sen kehitys

Yritysvastuulla on pitkä historia ja esimerkkejä löytyy jopa 1800-luvulta asti, kun teollisuudenharjoittajat ovat pitäneet huolta työntekijöistään tarjoamalla heille majoitusta, palveluita ja kouluttamalla heitä (Bhattacharya, Korschun & Sen 2011, 27). Myös Carroll (1999, 268) toteaa, että on mahdollista jäljittää merkkejä alkeellisesta yhteiskuntavastuusta jopa vuosisatojen päähän. Järjestelmällinen kirjoittaminen aiheesta on alkanut Yhdysvalloissa 1900-luvulla, minkä takia on mielekästä tarkastella yritysvastuuta tästä eteenpäin. Howard R. Bowen julkaisi vuonna 1953 teoksen ”Social Responsibilities of the Businessman”, jossa hän määritteli yrityksen yhteiskuntavastuun näin: ”yhteiskuntavastuu viittaa yrittäjien velvollisuuteen tavoitella niitä toimintatapoja ja tehdä sellaisia päätöksiä, jotka ovat tavoiteltavia koko yhteiskunnan kannalta.” Bowenin mukaan yhteiskuntavastuu ei ole mikään ihmelääke, mutta sen tulisi ohjata yrityksiä tulevaisuudessa. Bowenin kirja oli ensimmäinen vakavasti otettava tuotos yrityksen yhteiskuntavastuusta ja Carrollin mielestä Bowenin tulisi kutsua yritysten yhteiskuntavastuun (CSR) isäksi. (Carroll 1999, 270)

1960-luvulla kirjallisuuden määrä yritysvastuusta kasvoi huomattavasti. Yksi 1960-luvun merkittävimpiä kirjoittajia oli Keith Davis, jonka määrittelyn mukaan yritysvastuu viittaa yrittäjien päätöksiin ja toimiin, joilla ei tähdätä pelkästään yrityksen taloudelliseen tai tekniseen menestymiseen. Davis myös vakuutti, että yhteiskunnallisesti vastuullisilla liiketoimintapäätöksillä on myös hyvä mahdollisuus tuoda taloudellista hyötyä yritykselle pitkällä aikavälillä. (Carroll 1999, 270–271)

1970-luvulla yritysvastuun määritelmien määrä jälleen lisääntyi. Harold Johnson määritteli yritysvastuun vuonna 1971 seuraavasti: ”Yhteiskunnallisesti vastuullinen yritys tasapainottelee monimuotoisten intressien välillä. Sen sijaan, että haviteltaisiin vain suurempia tuottoja osakkeenomistajille, vastuullinen yritys ottaa huomioon myös työntekijöiden, tavarantoimittajien, paikallisten yhteisöjen ja valtion tarpeet.” Johnsonin mukaan yrityksen tehtävänä on maksimoida kaikkien osapuolien hyöty. Toinen tärkeä julkaisu 1970-luvulla oli Archie Carrollin vuonna 1979 esittämä yritysvastuun malli. Carrollin mallissa yrityksen yhteiskuntavastuu on jaettu neljään ulottuvuuteen, jotka ovat taloudellinen, laillinen, eettinen ja filantrooppinen vastuu. Taloudellinen vastuu tarkoittaa sitä, että yritys tuottaa yhteiskunnan haluamia tuotteita ja palveluita ja tekee tämän tuottavasti. Yhteiskunta odottaa ja itse asiassa jopa vaatii, että yritykset pystyvät ylläpitämään omaa toimintaansa. Laillinen vastuu tarkoittaa lainsäädännön noudattamista eli liiketoiminnan tulee tapahtua lainsäädännön ja säännösten puitteissa. Lait ja säädökset ovat tärkeitä, mutta usein ne nähdään riittämättöminä. Eettisillä vastuilla tarkoitetaan kaikkia niitä vaatimuksia eettisyydestä, joita yhteiskunta odottaa yritykseltä lakien ja säännösten noudattamisen lisäksi. Filantrooppinen vastuu tarkoittaa hyväntekeväisyyttä, esimerkiksi lahjoituksia erinäisille järjestöille. Tämä on toimintaa, jota yritykseltä voidaan toivoa, mutta sitä ei voida vaatia. (Carroll 1979, 500; 1999, 273)

1980–1990 -luvulla yritysvastuun kirjallisuus painottui enemmän tutkimukseen ja vaihtoehtoihin teemoihin kuin määritelmien tarkentamiseen. Esimerkiksi 1990-luvulla käsitteet kuten sidosryhmäteoria, etiikan teoria ja yrityskansalaisuus saivat enemmän huomiota yritysvastuun ohella. (Carroll 1999, 292) Yksi kehitysaskel oli John Elkingtonin 1990-luvulla luoma kirjanpidollinen kehikko nimeltään triple bottom line, jonka tarkoituksena oli tuoda konkreettisia mittareita yrityksen vastuullisuuden mittaamiseen. Perinteisesti erilaiset yrityksen suorituskykyä seuraavat mittarit olivat keskittyneet vain taloudellisiin faktoreihin. Triple bottom line -kehikko huomioi taloudellisten vaikutusten lisäksi myös sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset, mikä oli uutta perinteisiin raportointimenetelmiin verrattuna. Triple bottom line -kehikon tarkoituksena olikin tarjota suuntaviivoja kokonaisvaltaiseen vaikutusten mittaamiseen. (Hall & Slaper 2011, 4)

Nykyään yritysvastuu on luonteeltaan hyvin erilaista. Monet yritykset toimivat vastuullisesti sidosryhmien vaatimusten seurauksena, joten yritysvastuussa onkin kyse nykyään niin markkinavoimiin kuin yhteiskunnallisiin ongelmiin reagoimisesta. Myös se on yleinen uskomus, että yritysten tulisi tänä päivänä puuttua yhteiskunnallisiin ja ympäristöllisiin ongelmiin, sillä yritysten nähdään olevan jopa julkista sektoria kykenevämpiä ongelmien

ratkaisussa. (Bhattacharya, Korschun & Sen 2011, 27–29) Myös Porter & Kramer (2006, 79) toteavat, kuinka yritykset ovat tiedostaneet yritysvastuun merkityksen, mutta usein sidosryhmien antaman paineen seurauksena. Havahtumisen takana on ollut jokin mediassa suurta julkisuutta saanut tapahtuma, kuten esimerkiksi Niken Indonesian tehtaiden työolot tai Shellin päätös upottaa Brent Spar -öljylautta Pohjanmereen. Yritykset ovat heränneet tämänkaltaisten tapahtumien seurauksena piittaamattomuuden aiheuttamiin riskeihin. Bhattacharya, Korschun & Sen (2011, 27–29) kuitenkin huomauttavat, että asia ei aina ole niin mustavalkoinen, sillä siinä missä joku odottaa yrityksen toimivan vastuullisesti, toinen toivoo yrityksen vain maksimoivan osakkeen arvoa. Yrityksen olisikin tärkeä omaksua ajattelutapa, jossa se tiedostaa, että sidosryhmien odotukset yritystä kohtaan vaihtelevat. Yrityksen tulisi vastata kaikkien tärkeimpien sidosryhmien tarpeisiin.

Myös EU on ottanut osaa yritysvastuun keskusteluun. Euroopan Komission mukaan yritysten yhteiskuntavastuussa on kyse siitä, että yrityksen tulisi integroida yhteiskuntaan, ympäristöön, ihmisoikeuksiin, eettisiin kysymyksiin ja kuluttaja-asioihin liittyvät näkökulmat osaksi liiketoimintaansa ja strategiaansa. Ideana on yhdessä sidosryhmien kanssa maksimoida niin sidosryhmien kuin koko yhteiskunnan saama hyöty ja ennaltaehkäistä mahdollisia toiminnan haittavaikutuksia. (Euroopan komissio 2011, 7)

Yritysvastuu on viime vuosina saanut myös entistä enemmän strategisia piirteitä. Yritysvastuu on strategista, kun se nähdään osana yrityksen arvon muodostumista. Riittävällä suunnitelmallisuudella yritysvastuu voi luoda arvoa niin suoralla kuin epäsuoralla tavalla. Suoria vaikutuksia ovat esimerkiksi parantunut myynti ja pienentyneet kustannukset ja epäsuoria vaikutuksia motivoituneempi ja sitoutuneempi henkilöstö ja parempi maine. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 21) Uusinta suuntausta vastuullisuuskeskustelussa edustaa Michael Porterin ja Mark Kramerin kehittämä jaetun yhteisen arvon käsite, jossa taloudellinen lisäarvo yritykselle ja omistajille luodaan niin, että lisäarvoa syntyy myös ympäröivälle yhteiskunnalle. Tavoitteena on tunnistaa ja laajentaa yhteyksiä yhteiskunnallisen ja taloudellisen kehityksen välillä. Jaetussa arvossa ei ole kyse hyväntekeväisyydestä tai kestävydestä vaan uudenkaltaisesta tavasta saavuttaa taloudellista menestystä, missä vastuullisuus tuodaan yritystoiminnan ytimeen. Kun yritysten menestys kytketään paremmin yhteiskunnalliseen edistykseen, pystytään palvelemaan uusia tarpeita, saavuttamaan tehokkuutta, erikoistumaan ja laajentamaan markkinoita. Jaettua yhteistä arvoa voidaan luoda muun muassa kehittämällä uusia tuotteita ja innovaatioita, jotka vastaavat yhteiskunnallisiin tarpeisiin. Esimerkkinä tästä

elintarviketeollisuus, joka pelkän maun ja määrän sijasta keskittyy nykyään entistä enemmän ruoan ravintoarvoihin (Porter & Kramer 2011, 4–8)

Voidaan siis huomata, että yritysvastuu on kehittynyt hiljalleen 1950-luvulta lähtien, mutta edelleenkin sille ei ole olemassa yhtä universaalia määritelmää. Carrollin (1999) mukaan akateemisesta kirjallisuudesta on löydettävissä jopa 25 määritelmää ja määritelmien muoto ja lukumäärä on vuodesta 1999 kehittynyt edelleen. Isossa kuvassa yritys vastuussa on Liappiksen, Pentikäisen & Vanhalan (2019, 7) mukaan kyse lainsäädännön vaatimukset ylittävistä vastuullisesta toiminnasta, joka ottaa huomioon taloudellisten edellytysten ohella myös ympäristön ja yhteiskunnan. Määritelmän joustavuuden ohella myös vastuullisuuden käsitteelle on useita vaihtoehtoja. Yritys vastuun ohella käytetään myös yrityksen yhteiskuntavastuun, yrityskansalaisuuden, vastuullisen liiketoiminnan ja kestävä kehityksen käsitteitä. (Harmaala & Jallinoja 2013) Tässä tutkielmassa puhutaan pääsääntöisesti yritys vastuusta, joka on yleisesti käytetty termi. Paikoitellen tutkielmassa saattaa esiintyä myös yhteiskuntavastuun tai vastuullisuuden termi, mikäli lähteissä on käytetty kyseisiä termejä. Seuraavaksi tutkielmassa esitellään yritys vastuun ulottuvuudet. Tarkoituksena on esitellä eri ulottuvuuksia kattavasti, mutta tutkielma ei pyri laatimaan tyhjää listaa eri ulottuvuuksien kaikista tekijöistä.

2.1.1 Taloudellinen ulottuvuus

Tyypillisesti yritys vastuun jaetaan kolmeen ulottuvuuteen: taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen vastuu. Tämän kolmijaon taustalla on jo edellisessä alaluvussa mainittu 1990-luvulla yleistynyt John Elkingtonin luoma kolmoistilinpäätös (triple bottom line). (Liappis ym. 2019, 8) Taloudellinen vastuu liittyy yrityksen tuottaman lisäarvon jakautumiseen sidosryhmien kesken. Yritys tuottaa taloudellista lisäarvoa sidosryhmille niin suoralla kuin epäsuoralla tavalla. Palkat työntekijöille, ostot tavarantoimittajilta ja verojen maksu yhteiskunnalle ovat esimerkkejä suorista taloudellisista vaikutuksista. Välilliset vaikutukset taas voivat ilmentyä monin eri tavoin. Esimerkiksi ostot tavarantoimittajilta todennäköisesti työllistävät ihmisiä kyseisessä yrityksessä, ja tästä työllistamisestä syntyy palkkatuloja henkilöstölle sekä verotuloja yhteiskunnalle. Myös innovaatiot voivat vaikuttaa laajasti yhteiskunnassa ja toimintojen sijoittamispäätöksillä voi olla suuriakin taloudellisia vaikutuksia. Esimerkiksi pienellä paikkakunnalla yritys voi olla merkittävä työllistäjä ja yhteisöveron maksaja. Investoinnit ja yhteishankkeet, kuten koulujen rakentaminen, vaikuttavat myös merkittävästi paikallisiin taloudellisiin edellytyksiin. Yritys vastuun näkökulmasta taloudellisen

vastuun kantava yritys luo taloudellista hyvinvointia ympäröivään yhteiskuntaan, jonka osana se toimii. (Harmaala & Jallinoja 2013; Niskala ym. 2019, 21)

Taloudellinen vastuu voidaan nähdä myös suoremmin pelkästään yritykseen itseensä liittyvänä asiana, ja esimerkiksi Carrollin mukaan taloudellisten vastuiden hoitaminen on eräänlainen edellytys yrityksen toiminnassa. Yrityksen tulisi tuottaa yhteiskunnan haluamia tuotteita ja palveluita ja tehdä tämä tuottavasti. Nykypäivän kilpailussa maailmassa taloudellinen suorituskyky on noussut entistäkin tärkeämmäksi tekijäksi. Mikäli yritys ei menesty taloudellisesti ja menee esimerkiksi konkurssiin, tulee kaikista muistakin yritysvastuun näkökulmista irrelevantteja. Yritykset käyttävätkin lukuisia erilaisia konsepteja, joiden avulla tähdätään taloudelliseen tehokkuuteen. (Carroll 2016, 3) Myös Harmaala & Jallinoja (2013) toteavat, että yritysvastuun edellytykset perustuvat yrityksen kilpailukykyyn ja taloudelliseen suorituskykyyn.

Liappiksen ym. (2019, 72) mukaan taloudellisen vastuun käsite jakautuu keskusteluissa kontekstin mukaan taloudelliseen vastuuseen ja hyvään hallintoon, joiden aihepiirit menevät limittäin. Tästä syystä taloudelliseen vastuuseen on syytä liittää myös hyvän hallinnon periaatteita. Nämä kaksi tulisi nähdä kokonaisuutena, jolla hahmotetaan yrityksen välittömät ja välilliset taloudelliset vaikutukset eri sidosryhmiin ja yhteiskuntaan ja huomioidaan yrityksen rooli vallankäyttäjänä. Taloudelliseen vastuuseen kuuluu siis olennaisilta osin myös vastuullinen veronmaksu, korruption ja lahjonnan torjunta, rahanpesun torjunta ja harmaan talouden torjunta. Korruption ja lahjonnan torjunta on yksi keskeisimmistä taloudellisen vastuun ja hyvän hallinnon tekijöistä, sillä korruptio vaikuttaa vahvasti myös muihin yritysvastuun osa-alueisiin. Vastuullisen yrityksen tulisi lain noudattamisen lisäksi toimia myös eettisesti, sillä kaikki korruptio ei ole lainvastaista. (Liappis ym. 2019, 72–74) Yritysvastuun taloudellinen vastuu on siis laaja kokonaisuus ja käsittää monia elementtejä. Liappis ym. (2019) ovat koonneet kattavasti taloudellisen vastuun eri tekijöitä yhteen taulukkoon:

Taloudellinen vastuu

- Taloudellinen kannattavuus
- Voiton tuottaminen osakkeenomistajille
- Oikeudenmukaiset suoritukset työntekijöille ja alihankkijoille
- Korruption ja lahjonnan torjunta
- Vastuullinen veronmaksu
- Rahanpesun torjunta
- Harmaan talouden ja talousrikollisuuden torjunta
- Johdon palkitseminen
- Hallituksen riippumattomuus ja monipuolisuus

Kuvio 2 Yritysvastuun taloudellinen ulottuvuus (mukaiillen Liappis ym. 2019, 74)

2.1.2 Ympäristöllinen ulottuvuus

Ympäristövastuu tarkoittaa sitä, että yritys tuntee oman toimintansa ympäristövaikutukset, kehittää toimintaansa jatkuvasti ja noudattaa voimassa olevaa lainsäädäntöä. Muun muassa Suomen perustuslain 20 §:n mukaan vastuu ympäristöstä kuuluu kaikille. Lainsäädäntö siis vaikuttaa vahvasti ympäristövastuun taustalla, mutta Liappiksen ym. (2019, 99) mukaan varsinainen ympäristövastuu alkaa vasta siitä, kun yritys tekee lainsäädännön vaatimukset ylittäviä vapaaehtoisia toimia ympäristön hyvinvoinnin eteen. Yrityksen tulee pyrkiä toimimaan ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Tällä tarkoitetaan muun muassa tehokasta ja säästäväistä luonnonvarojen käyttöä, luonnon monimuotoisuuden turvaamista, kasvihuonepäästöjen vähentämistä ja jätteiden määrän vähentämistä. Yrityksen tulisi huolehtia koko elinkaaren aikaisista ympäristövaikutuksista. Taloudellinen ja ekologinen tehokkuus ovat parhaimmillaan toisiaan tukevia tavoitteita, sillä kehitettäessä prosesseja tehokkaammiksi voidaan säästää sekä rahaa että ympäristöä. (Niskala ym. 2019, 21; www.ek.fi) Myös Viitalan & Jylhän (2013, 298) mukaan taloudellinen kasvu ja ympäristönsuojelu eivät

automaattisesti ole ristiriitaisia tavoitteita. Ympäristöarvoja voidaan hyödyntää tuotteiden ja palveluiden differoinnissa ja asemoinnissa markkinoille. Lisäksi yritys voi saavuttaa taloudellista hyötyä esimerkiksi myymällä itse kehittämänsä ympäristönsuojeluteknologiaa.

Ympäristövastuu on osa kestävästä kehityksestä. Kestävä kehitys tarkoittaa yhteiskunnan kehitystä, jonka tavoitteena on tyydyttää ihmiskunnan nykyhetken perustarpeet ja mahdollistaa sama tuleville sukupolville. Keskeisenä ideana ekologisessa vastuussa on vastuu maapallon tilasta, jotta tulevilla sukupolvilla on vähintäänkin yhtäläiset edellytykset hyvälle elämälle. Yritysten kiinnostus ympäristöasioita kohtaan on kasvanut viime vuosina, sillä asiakkaiden, suuren yleisön ja lainsäädännön vaatimukset yrityksistä kohtaan ovat kasvaneet. (Viitala & Jylhä 2013, 298)

Käytännössä kaikki yritystoiminta aiheuttaa joitakin ympäristövaikutuksia, sillä jos toimintaan menee energiaa tai luonnon resursseja, aiheutuu siitä myös päästöjä. Esimerkiksi toimistotyöstäkin aiheutuu ympäristövaikutuksia, sillä työntekijät lähettävät viestejä ja tiedostoja, jotka tallentuvat palvelimien kautta datakeskuksiin. Palvelimet tarvitsevat energiaa ja konesalit jäädytystä. Lisäksi yritysten toimintojen ulkoistaminen ja verkostoitumisen lisääntyminen on lisännyt välillisiä ympäristövaikutuksia, jotka tulisi myös huomioida. Vastuullisen yrityksen tulisi huomioida tuotteen elinkaareen liittyvät ympäristövaikutukset ja yhteistyökumppaneidensa ympäristövaikutukset. On suotavaa, että ympäristönäkökohdat otetaan huomioon tuotantoprosessia suunniteltaessa ja koko tuotantoketjun toiminnassa eri yhteistyökumppaneiden kanssa. Vaikka melkein kaikki liiketoiminta kuluttaa ympäristöä, ympäristövaikutukset ovat usein toimialakohtaisia ja paikkaan sidottuja. Yritysten tulisi tunnistaa omalle toimialalle keskeisimmät vaikutukset ja pureutua niihin. Ympäristövaikutukset heijastavat myös yhteiskunnallisia tilaa kuten esimerkiksi ilmastonmuutos ja hiilijalanjälki osoittavat. (Liappis ym. 2019, 105, 109–111)

Ympäristövastuu

- Ilmastonmuutoksen torjuminen kasvihuonepäästöjä vähentämällä
- Tehokas ja säästäväinen luonnonvarojen käyttö
- Luonnon monimuotoisuuden turvaaminen
- Vesien, ilman ja maaperän suojelu
- Yleinen materiaali- ja energiatehokkuus
- Elinkaariajattelu osana ympäristövastuuta

Kuvio 3 Yritysvastuun ympäristöllinen ulottuvuus (mukaiillen Liappis ym. 2019; Niskala ym. 2019)

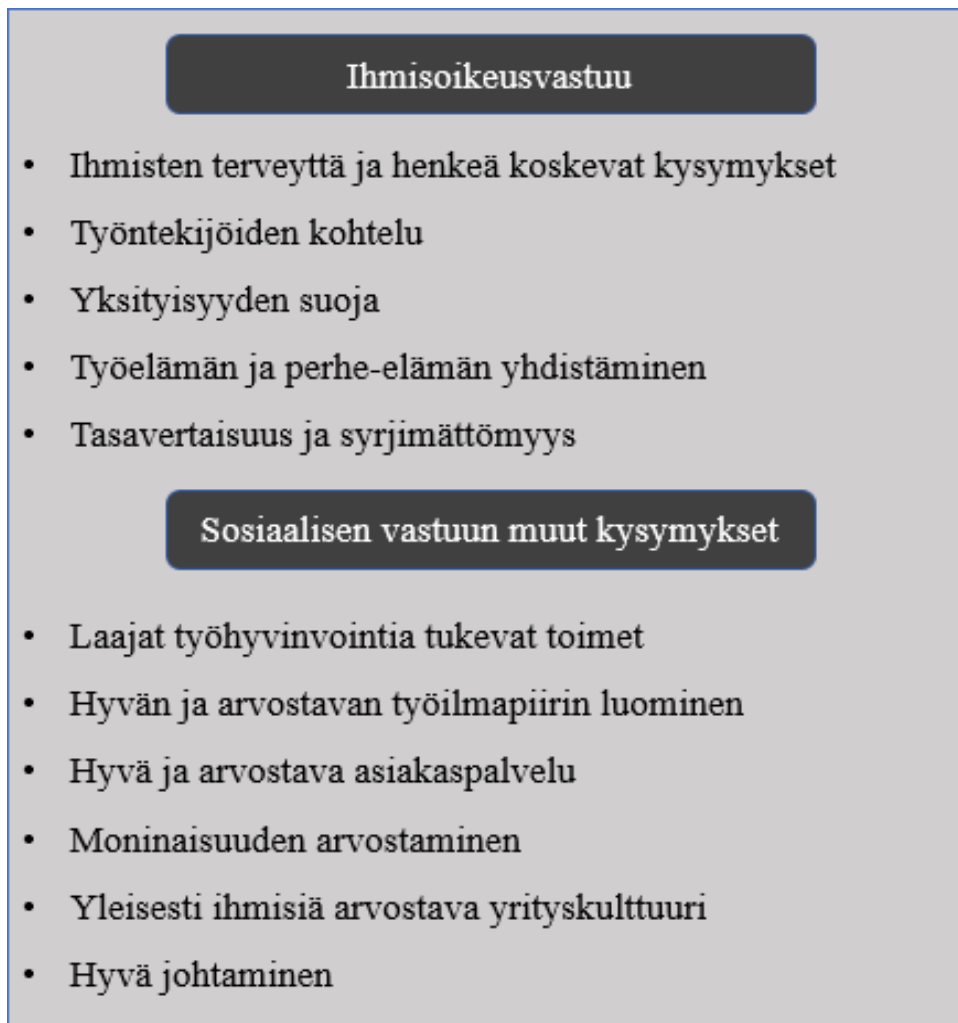
2.1.3 Sosiaalinen ulottuvuus

Viimeinen yritysvastuun ulottuvuus on sosiaalinen vastuu, jonka keskiössä ovat yrityksen toiminnan aiheuttamat vaikutukset eri sidosryhmille. Kyseessä on laaja kokonaisuus, jonka ydin on yksinkertainen: ihmisten huomioiminen, arvostaminen ja hyvä kohtelu. Sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat esimerkiksi henkilöstön hyvinvoinnista, työturvallisuudesta ja osaamisesta huolehtiminen, ihmisoikeuksien kunnioittaminen ja hyvät toimintatavat yritysverkostoissa sekä yhteiskuntasuhteissa. Vastuullisen yrityksen tulisi huolehtia ainakin siitä, että toiminta ei aiheuta yrityksen sidosryhmille negatiivisia vaikutuksia. (Niskala ym. 2019, 21)

Sosiaalisen vastuun perustana ja miniminä on ihmisoikeusvastuu, joka tarkoittaa perustavanlaatuisia ihmisten kohteluun liittyviä kysymyksiä. Siihen kuuluu muun muassa seuraavanlaisia asioita: ihmisten henkeä ja terveyttä koskevat asiat, tasavertaisuus, syrjimättömyys ja yksityisyyden suoja. (Liappis ym. 2019, 137) Yksityisyyden suojasta ja asiakastietojen turvallisesta käsittelystä on tullut monille yrityksille tärkeä prioriteetti sen jälkeen, kun EU:ssa tuli vuonna 2018 voimaan suurtakin huomiota saanut tietosuojasetus. Sääntelyn ohella myös kuluttajat ovat enenevässä määrin tarkempia henkilötietojen käsittelyyn liittyvissä asioissa, mikä on pakottanut yrityksiä panostamaan tähän. Liappiksen ym. (2019,

136–137) mukaan ihmisoikeusvastuun lisäksi sosiaalista vastuuta täydentävät monet muut ihmisten hyvään kohteluun liittyvät kysymykset, kuten hyvä ja arvostava asiakaspalvelu, moninaisuuden arvostaminen ja yleisesti ihmisiä arvostava yrityskulttuuri. Myös Viitalan & Jylhän (2013, 296) mukaan monimuotoisuuden arvostaminen kuuluu olennaisesti sosiaaliseen vastuuseen. Johtamismenetelmien tulisi olla sellaisia, että heterogeeninen työyhteisö saadaan toimimaan mahdollisimman tehokkaasti. Asiakkaisiin liittyvä vastuu koskee hyvän ja syrjimättömän asiakaspalvelun lisäksi myös tuoteturvallisuutta, joka liittyy olennaisesti yritysvastuuseen. Tuoteturvallisuudesta säännellään monissa Suomen laeissa, joiden noudattaminen ei kuitenkaan aina ole itsestäänselvyys, kuten vanhustenhuollon ja pikavippiyhtiöiden toiminta on osoittanut. (Liappis ym. 2019, 135)

Sosiaaliseen vastuuseen kuuluu myös eettistä ja moraalista pohdintaa. Moraalinen ja eettinen perusta näkyy yritys- ja työnantajakuvassa ja vaikuttaa suoraan muun muassa asiakkaiden näkemykseen yrityksestä. Esimerkiksi työnantajavelvoitteiden kiertäminen käyttämällä hyväksi peräkkäisiä määräaikaisia työsopimuksia liittyy olennaisesti yrityksen eettiseen ja moraaliseen perustaan. Moraali ja etiikka voivat olla myös hyvien tekojen tekemistä. Yritys voi kantaa vastuuta asioista, joihin sillä ei ole suoranaista velvoitetta ja osoittaa näin hyvää eettistä toimintaa. (Viitala & Jylhä 2013, 296) Alla kuvio, johon Liappis ym. (2019) ovat koonneet sosiaalisen vastuun piiriin kuuluvia tekijöitä.



Kuvio 4 Yritysvastuun sosiaalinen ulottuvuus (mukaillen Liappis ym. 2019, 137)

Yritysvastuun ulottuvuudet on nyt esitelty yleisellä tasolla. Ennen kuin siirrytään käsittelemään aihepiiriä vakuutusosalalla, on tärkeä ymmärtää lainsäädännön ja sääntelyn rooli yritysvastuun taustalla. Kaiken yritystoiminnan lähtökohtana on luonnollisesti se, että noudatetaan lainsäädäntöä ja sääntelyä. Kansallisten lakien lisäksi taustalta löytyy usein myös kansainvälisiä normeja, kuten esimerkiksi EU:n lainsäädäntö EU:n jäsenvaltioille. Vastuullisuuteen liittyvän lainsäädännön vahvistuessa myös yritysvastuun miniminä pidetyn lainsäädännön noudattamisen rimakin nousee. Lainsäädännön ylittäviä vastuullisuusodotuksia on linjattu myös valtioidenvälisissä kansainvälisissä järjestöissä, kuten YK:ssa ja OECD:ssä. Yksi keskeinen kansainvälinen linjaus on esimerkiksi YK:n Global Compact, joka linjaa 10 periaatetta liittyen ihmisoikeuksiin, työelämään, ympäristöön ja korruption kitkemiseen liittyen. Tämän lisäksi löytyy vielä yritystoimijoiden aloitteesta ja toimesta tehtyjä itsesääntelyn linjauksia, jolla ohjeistetaan esimerkiksi tietyn toimialan toimintatapoja. Esimerkkinä itsesääntelystä voidaan mainita sijoitusosalalla laajasti hyödynnetyt vastuullisen sijoittamisen

periaatteet. (Principles of Responsible Investment, PRI) Yritysvastuun taustalla on siis sekä oikeudellisesti sitovia normeja että ei-sitovia suosituksia, mikä on hyvä tiedostaa. Kuitenkin, isossa kuvassa yritysvastuu tarkoittaa vapaaehtoisia lainsäädännön ylittäviä vastuullisuuden toimia. (Liappis ym. 2019, 43)

2.2 Yritysvastuu vakuutusyhtiön näkökulmasta

2.2.1 Vakuutustoiminnan yleispiirteitä ja sen sääntely

Vakuutuksen idea perustuu siihen, että riski jaetaan suuren ryhmän kesken, jolloin se tasaantuu suurten lukujen lain mukaan niin, että kenenkään riskinkantokyky ei vaarannu. Vakuutuksen avulla sattumanvarainen vahinkomeno voidaan muuntaa säännölliseksi vuosittaiseksi kustannukseksi, ja sen ansiosta on mahdollista toimia myös riskialttiilla aloilla. Täsmällisemmin sanottuna vakuutustoiminnassa on kyse siitä, että riskiä kohtaavat vakuutuksenottajat sopivat vakuutuslaitoksen eli vakuutuksenantajan kanssa siitä, että riskin realisoituessa vakuutuslaitos korvaa aiheutuneen vahingon. Tämä kuvatun kaltainen suhde vakuutuksenottajan ja vakuutuksenantajan välillä on nimeltään vakuutus. Oikeussuhde luodaan vakuutus sopimuksella, jossa on määritelty molempien osapuolien oikeudet ja velvollisuudet. Muutamia vakuutukselle tyypillisiä ominaisuuksia ovat sattumanvaraisuus, vahingon mahdollisuus ja vakuutusmaksun ja riskin vastaavuus. (Rantala & Kivisaari 2014, 69–73, 99)

Riskien tasaaminen on eräs vakuutustoiminnan merkittävimmistä tehtävistä, sillä tuotannollisessa toiminnassa vakuutusturva tarkoittaa yrittäjän riskinotto kyvyn lisääntymistä. Vakuutuksen myötä talousyksiköt tarvitsevat vähemmän likvidejä varoja, ja näin ollen vakuutustoiminta vähentää myös rahan kysyntää. Vakuutustoiminnan toinen merkittävä tehtävä on säästö pääomien kokoaminen ja niiden sijoittaminen. Sijoitettavien varojen suuri määrä tekee vakuutusyhtiöistä merkittävän tekijän rahoitusmarkkinoilla (Valkonen 1990, 4–6). Vakuutusyhtiöiden kontribuutio kansallisten talouksien rahoittamiselle on merkittävä, ja rahoittaminen ilmenee myös epäsuoralla tavalla. Vakuutusyhtiöt ovat tärkeitä pankkien rahoittajia, mikä taasen mahdollistaa pankkien luotonannon yrityksille. Erityisesti pienet ja keskisuuret yritykset hyötyvät tästä, sillä rahoituksen saaminen suoraan pääomamarkkinoilta on hankalaa niille. (Zähres 2011, 3)

Vakuutustoiminnassa on tyypillistä tuloksen sattumanvaraisuus. Vakuutuksenottajan näkökulmasta vakuutusyhtiö on turvallinen, jos se selviytyy sellaisistakin ajanjaksoista, jolloin jokin vakuutustoiminnan riskeistä realisoituu. Vakuutusyhtiön on vastattava sitoumuksistaan myös huonompinakin vuosina eli silloin, kun vahinkoja tapahtuu poikkeuksellisen paljon tai sijoitustoiminnassa ei päästä ennalta määriteltyihin tavoitteisiin. (Järvelä 2004, 33) Vakuutussopimuksille on luonteenomaista se, että tulevaisuuden vaatimusten ajoitukset, määrät ja esiintyvyydet ovat epävarmoja. Tulevaisuuden ja epävarmuuden elementit haitallisten tapahtumien kontekstissa voivat johtaa ongelmiin vakuutusmarkkinoilla, mikä on johtanut siihen, että vakuutustoiminta on huomattavan sääntelyn alaista. (Ayadi & O'Brien 2006, 35)

Vakuutustoiminnan sääntelyä tapahtuu niin kansallisella tasolla kuin Euroopan unionin tasolla. Suomessa toimintaa valvoo muun muassa sosiaali- ja terveysministeriö (STM) sekä Finanssivalvonta. STM sääntelee toimintapuitteet valmistelemalla lainsäädäntöä ja koordinoimalla kansainvälistä yhteistyötä. Finanssivalvonnan vastuulla on yksittäisten vakuutusyhtiöiden valvonta, ja se myöntää kaikille muille vakuutusyhtiöille toimiluvat paitsi työeläkevakuutusyhtiöille. Myös Euroopan unionilla on nykyään huomattava rooli suomalaisen vakuutustoiminnan lainsäädännön kehittämisessä ja suurin osa Suomen vahinko- ja henkivakuutustoiminnan sääntelystä perustuukin Euroopan unionin direktiiveihin. Keskeisimpiä vakuutustoimintaa säänteleviä lakeja ovat esimerkiksi vakuutusyhtiölaki ja vakuutussopimuslaki. (Rantala & Kivisaari 2014, 124–125; STM 2017)

Eräs keskeisin lainsäädännöllinen asetus, joka vakuutusyhtiöille on asetettu, on säännös vakavaraisuudesta. Vakavaraisuudella tarkoitetaan vakuutusyhtiön kykyä selviytyä riskeistä, jotka uhkaavat vakuutusyhtiön toimintaa. Sillä pyritään varmistamaan, että vakuutuksenottajat saavat heille kuuluvat suoritukset. (Lehtipuro ym. 2010, 51) Myös sijoitustoimintaa on sääntelyn alaista ja sijoitustoiminnan turvaavuus on yksi vakuutuslainsäädännön tärkeimpiä tavoitteita. Solvenssi II (2009) 132:n artiklan mukaan kaikki varat on sijoitettava varovaisuusperiaatetta noudattaen. Pääperiaatteena vakuutusyhtiön sijoitustoiminnan turvaavuudessa on varojen riittävä hajautus erilaisiin sijoituksiin ja tätä kautta yksittäisten sijoitusriskien vähentäminen. (Koskinen 2007, 1; Solvenssi II 2009, 61) Edellä mainitusta voidaan huomata, että sääntely on olennainen osa vakuutusyhtiön toimintaa. Tarkastellaan seuraavaksi yritys vastuuta ja sen ulottuvuuksia vakuutusyhtiön näkökulmasta.

2.2.2 Vakuutusyhtiön taloudellinen vastuu

Järvinen (2004, 143) näkee, että taloudellinen vastuu on vakuutusyhtiön tärkein vastuullisuuden osa-alue. Vakuutusyhtiön jatkuvuuden kannalta toiminnan on tuotettava voittoa. Yrityksen näkökulman lisäksi taloudellinen vastuu painottaa myös sidosryhmien näkökulmaa, sillä yrityksen tulee maksaa henkilöstön palkat ja omistajien osingot. Mikäli vakuutusyhtiö on keskinäinen yhtiö, taloudelliset tavoitteet eroavat osakeyhtiöistä. Asiakkaat omistavat keskinäisen yhtiön, ja taloudellinen vastuu tarkoittaa tässä tapauksessa asiakashyvityksiä ja muita etuja osingon sijasta. Oli kyseessä sitten osakeyhtiö tai keskinäinen vakuutusyhtiö, niin taloudellinen tulos on monen tekijän summa. Yrityksen johdon ja henkilöstön työpanoksen lisäksi tulokseen vaikuttavat olennaisesti myös asiakkaat sekä omistajat ja heidän sijoituksensa. Taloudellinen vastuu tulisikin nähdä kaikkien näiden osapuolten palkitsemisena. (Järvinen 2004, 143) Toinen tärkeä taloudellinen tekijä on vakavaraisuus. Vakavaraisuus toimii vakuutusosalalla luotettavuuden mittarina. Vakuutusyhtiölle vakavaraisuus tarkoittaa puskuria vahinkosuhteiltaan epäedullisten vuosien varalle, mutta asiakkaille se edustaa turvallisuutta ja jatkuvuutta. Vakavaraisuus on siis muutakin kuin pelkkä taloudellinen mittari, sillä se edustaa eettistä tapaa varmistaa yhtiön ja asiakkaiden tulevaisuus. (Järvinen 2004, 151)

Taloudellinen toiminta saattaa huonoimmillaan kytkeytyä pelkästään rahaan ja yhden sidosryhmän tarpeisiin. Esimerkiksi shareholder value -ajattelu edustaa tätä ajatusmaailmaa, jossa pelkästään osakkeenomistajien voitot merkitsevät ja muut sidosryhmät toimivat välineinä tämän tavoitteen saavuttamisessa. Muiden sidosryhmien tarpeet ja intressit jäävät huomioimatta. Osakkeenomistajien arvon maksimoinnin sijasta eettisempi vaihtoehto vakuutusyhtiölle on stakeholder value -ajattelu, joka tähtää yhteisen hyvän tuottamiseen kaikille yrityksen sidosryhmille. Hedelmällisin tilanne on silloin, kun liikesuhteen molemmat osapuolet voittavat. Silloin myös molemmilla on motivaatiota kehittää liikesuhdetta edelleen. Vakuutusyhtiön kannalta esimerkki win-win-suhteesta on yhteistyö meklareiden kanssa. Tämän yhteistyön seurauksena vakuutuksen saatavuus asiakkaille paranee ja vakuutusyhtiön markkinaosuus kasvaa. Myös meklari voittaa, sillä se saa taloudellista korvausta tehdystä työstä. (Järvinen 2004, 145–147)

Yksi merkittävä tekijä taloudellisella osa-alueella on vastuullinen sijoittaminen. Vakuutusyhtiöillä on kansantaloudessa merkittävä rooli säästö pääomien sijoittajina ja vuonna 2018 vahinkovakuutusyhtiöiden sijoitusvarallisuus oli 15 miljardia euroa, mikä tekee niistä

merkittävän luotonantajan rahoitusmarkkinoillamme. (Finanssiala ry 2019, 10 & Valkonen 1990, 6) Vastuullinen sijoittaminen voidaan määritellä niin, että sijoituskohteiden analyysissa huomioidaan taloudellisten tekijöiden lisäksi myös ympäristölliset (environmental), sosiaaliset (social) ja hallintotapaan liittyvät (governance) tekijät (ESG-faktorit). Sijoituksia ohjataan tuottaviin ja yhteiskunnallisesti kestäviin kohteisiin, ja taloudellisen arvon lisäksi pyritään luomaan myös yhteiskunnan ja ympäristön huomioivaa arvoa. Vastuullinen sijoittaminen painottaa pitkän aikavälin sijoitushorisonttia, sillä ESG-tekijöiden vaikutus rahoitusinstrumenttien hinnassa ei aina näy lyhyen aikavälin markkinahinnassa. Vastuullinen sijoittaminen myös omaksuu sidosryhmänäkökulmaa, jonka ajatuksena on, että kaikki yrityksen sidosryhmät ovat tärkeitä ja menestyksekkäs yritys sijoittaa kaikkiin sidosryhmiin. (Louche & Lydenberg 2010, 393–394; Sievänen, Rita & Scholtens 2013, 139–140) PRI:n (Principles of Responsible Investment) mukaan muun muassa materiaalisuus ja asiakkaiden kysyntä toimivat vastuullisen sijoittamisen kasvun ajureina. Sekä finanssisektorilla että akateemisessa maailmassa tunnustetaan enenevässä määrin se, että ESG-tekijät vaikuttavat sijoitusten tuottoihin. Lisäksi edunsaajat ja asiakkaat vaativat enenevässä määrin läpinäkyvyyttä siihen, miten heidän rahansa sijoitetaan yrityksessä. (UN PRI 2019) Vastuullinen sijoittaminen siis tarjoaa vakuutusyhtiöille jopa yhden merkittävimmistä kanavista taloudellisen vastuun toteuttamiseen, mutta Koskinen (2007, 1) huomauttaa, että vakuutusyhtiön sijoitustoiminnan on ensisijaisesti noudatettava tiukkoja vakavaraisuusvaatimuksia ja varovaisuuden periaatetta.

Vakuutusyhtiöllä on keskeinen myös rooli rahanpesun ja harmaan talouden torjumisessa, sillä vakuutusyhtiöiden kautta kulkee merkittävä varallisuus. Vakuutusyhtiöiden vastuulla on tuntea asiakkaansa toiminta, tutkia epäilyttäviä liiketoimia ja tehdä epäilyistään ilmoitus rahanpesun selvittelykeskukselle. Rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämisen taustalla ovat kansainväliset standardit, joilla pyritään varmistaman, että globaaleilla finanssimarkkinoilla noudatetaan yhtenäisiä menettelytapoja asiakkaan tuntemisessa. EU:n rahanpesua koskeva sääntely perustuu hallitusten välisen rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen vastaisen toimintaryhmä FATF:n (Financial Action Task Force on Money Laundering) suosituksiin. (Finanssivalvonta 2019)

2.2.3 Vakuutusyhtiön sosiaalinen ja ekologinen vastuu

Sosiaalinen vastuu sisältää esimerkiksi henkilöstön hyvinvoinnin ja osaamisen, tuoteturvallisuuden ja kuluttajansuojan. Työ vakuutusyhtiössä on pitkälti asiantuntijatyötä. Henkilöstön rooli on muuttunut voimakkaasti kohti moniosaajuutta ja tehokkuus- ja tuottavuusvaatimukset ovat kasvaneet. Työ monipuolistuu ja sitä tehdään yhä enemmän palvelukeskuksissa useissa eri palvelukanavissa. Henkilöstön hyvinvointi on siis ratkaisevassa roolissa vakuutusosalalla. Hyvinvoinnista voidaan huolehtia esimerkiksi reilulla palkitsemisella, kouluttautumismahdollisuuksilla ja osallistavalla johtamisella. (Järvinen 2004, 144; Rajander-Juusti 2015, 31–32) Kuluttajansuojalainsäädäntö koskee vakuutusyhtiöitä kuten muitakin yrityksiä ja vakuutusyhtiöiden tulisi huolehtia, että tuotteet ovat ymmärrettäviä. Vakuutusyhtiö pystyy vähentämään eri asiakasryhmien riskiä esimerkiksi suojeluohjeiden kautta ja Järvinen (2004, 144) kokee, että vakuutusyhtiöt voisivat entistäkin laajemmin kampanjoida vakuutuksista ja riskienhallinnasta yhteiskunnassa.

Filantrooppinen vastuu konkretisoituu usein hyväntekeväisyyteen, jolla tuetaan yhteiskunnallisesti tärkeitä asioita. Hyväntekeväisyydellä ei välttämättä aina ole liittymäkohtia yrityksen liiketoimintaan, tästä esimerkkinä laitelahjoitukset sairaaloille ja kouluille tai katastrofiavun tarjoaminen. Hyväntekeväisyys voi myös liittyä vakuutusyhtiön toimintaan, sillä yhtiö voi esimerkiksi osallistua rikollisuuden ehkäisyyn tutkimalla vakuutuspetoksia ja palkita järjestöjä riskienhallinnan saavutuksista. Nämä toimenpiteet tekevät hyvää niin yhteiskunnan kuin vakuutusyhtiön taloudenkin kannalta. (Järvinen 2004, 143) Tämäntyyppiset toimenpiteet edustavat jaetun arvon periaatetta, josta puhutaan seuraavassa alaluvussa kattavammin.

Vakuutusyhtiöllä on erinäisiä tapoja ottaa huomioon ympäristövastuu, vaikka vakuutusosalalla ei konkreettisesti valmistetakaan mitään. Järvinen (2004, 144) toteaa, että vakuutusyhtiö voi huomioida ympäristövastuun esimerkiksi ohjeistamalla asiakkaitaan saastuttamiseen ja päästöjen leikkaamiseen liittyvissä asioissa. Tämän lisäksi vakuutusyhtiö voi omassa toiminnassaan noudattaa esimerkiksi WWF:n Green Office -ympäristöjärjestelmää, jonka tarkoituksena on edistää ekologisuutta nimenomaan toimistotyössä. Konsepti sisältää muun muassa lajittelun, turhan kopioinnin välttämisen ja ympäristöystävällisten materiaalien käytön toimistoissa. Ympäristövastuuta on käsitelty myös Global Reporting Initiative GRI:n neljännen sukupolven viitekehyksessä (G4). Raportista on erikseen tehty toimialakohtaiset raportointiohjeet, ja finanssialaa koskevissa ohjeissa puhutaan esimerkiksi matkustamisen

aiheuttamista päästöistä. Liikematkat aiheuttavat yhden suurimmista suorista vaikutuksista ympäristöön ja finanssialan instituutioiden tulisikin arvioida liikematkojen aiheuttamat kasvihuonekaasut. Tähän arvioon lukeutuu muun muassa yrityksen nimissä matkustaminen. (GRI G4 Financial services 2016, 14) Vakuutusyhtiöllä on myös taloudelliset kannustimet ympäristöllisten vaikutusten huomioimiseen. Esimerkkinä ilmastonmuutoksen aiheuttamat riskit pitkän aikavälin toiminnalle. Tämänkaltaiset riskit liittyvät olennaisesti juuri vakuutustoimintaan, sillä esimerkiksi sään ääri-ilmiöiden lisääntyessä korvausmenot kasvavat ja joidenkin riskien vakuutuskelpoisuuttakin joudutaan miettimään entistä tarkemmin. Vakuuttamattomien luonnonkatastrofien määrän kasvusta kirjoittaa myös Finanssivalvonnan riskiasiantuntija Mikko Sinersalo. Globaalisti sääilmiöiden kokonaisvahinkojen ja niistä maksettujen vakuutuskorvausten välinen erotus on kasvanut huolestuttavaa vauhtia. Tämä tarkoittaa sitä, että suurempi osa vahinkojen kustannuksista jää ihmisten, yritysten ja valtioiden katettaviksi. Vakuutussektorilla on tärkeä rooli niin riskien hajauttajana kuin luonnonkatastrofeja koskevien mallien kehittäjänä, sillä vakuutusyhtiöissä on arvokasta mallinnuksen osaamista. (Finanssivalvonta 2020)

2.2.4 Jaettu arvo vakuutusalaalla

Vakuutusliiketoiminnan ytimenä on hyödyttää yhteiskuntaa suojelemalla yksilöitä ja organisaatioita epäsuotuisilta tapahtumilta. Kun vakuutusyhtiöt korvaavat hoitotoimenpiteiden tai äärimmäisten sääilmiöiden aiheuttamia kustannuksia tai rakentavat tuhoutunutta infrastruktuuria uudestaan, ne toimivat tulevaisuuden turvaajina. Michael Porter toteaa Jaisin, Lundin, Pfitzerin & Rodriquesin (2017, 3–4) artikkelin esipuheessa, että vakuutusala hyötyy siitä, kun yhteiskunnalliset olot paranevat. Vakuutusyhtiön tuottavuus paranee, kun ihmisten terveydentila paranee, onnettomuuksien määrä vähenee ja yritykset varautuvat paremmin taloudellisiin riskeihin. Kun vakuutus on saatavilla, yksilöt ja organisaatiot uskaltavat ottaa riskejä, joka taas mahdollistaa paremman tuottavuuden ja innovoinnin. Kun esimerkiksi pienviljelijöille tarjotaan satovakuutuksia, he uskaltavat viljellä arvokkaampia viljelyskasveja, mikä johtaa tulojen ja hyvinvoinnin kasvuun. Vakuutusala on siis selvästi äärimmäinen jaetun arvon toimiala, jossa yhteiskunnallinen vaikuttaminen on olennainen osa taloudellista menestymistä. Vakuutusyhtiö voi proaktiivisella otteella lisätä tuottavuutta estämällä vahinkojen tapahtumisen. Edunsaajille voidaan esimerkiksi tarjota kannustimia, joiden seurauksena he muuttavat käyttäytymistään ja vahinkojen riski pienenee. Jaettua arvoa voidaan

luoda myös kehittämällä innovatiivisia tuotteita ihmisille, joiden vakuutusturva on puutteellinen. Jaetun arvon kautta vakuutusala muuttuu passiivisesta suojelijasta aktiiviseksi toimijaksi, jossa vakuutusyhtiöt ennakoivat, ehkäisevät ja vähentävät yhteiskunnallisia riskejä (Jais, Lund, Pfitzer & Rodriques 2017, 3–4)

Jaetun arvon strategioita voidaan hyödyntää täydessä mittakaavassa kahden periaatteen avulla. Ensinnäkin vakuutusyhtiön tulee omaksua jaetun arvon konsepti osaksi ydinliiketoimintastrategiaa, ja sen on erotettava selkeästi yhteiskunnallisesta vastuusta ja toisarvoisista filantrooppisista aktiviteeteista. Toiseksi, vakuutusyhtiöiden tulee siirtyä kapeakatseisesta sisäisen toiminnan painottamisesta ulkoista ympäristöä painottavaan menettelytapaan. Tällä tarkoitetaan sitä, että esimerkiksi tuotteiden ominaisuuksien ja korvauskäytäntöjen sijasta keskitytään entistä enemmän toimintatapoihin, joilla voidaan vaikuttaa asiakkaiden käyttäytymiseen, tehdä yhteistyötä relevanttien kansalaisjärjestöjen kanssa ja edistää julkista toimintaa. (Jais ym. 2017, 4)

Jais ym. (2017, 8) tunnistavat kolme strategiaa, joilla vakuutusyhtiö voi luoda jaettua arvoa. Ensimmäinen on riskin ehkäiseminen ja dynaaminen palkitseminen riskin vähentämisestä. Preventio on tärkeää, koska sen avulla kaikki voittavat. Esimerkkinä itävaltalainen IAG, joka työskentelee yhdessä autovalmistajien kanssa parantaakseen autojen turvallisuutta. Esimerkiksi automaattiset hätäjarrut voivat pelastaa ihmishenkiä ja samalla vähentävät vakuutusyhtiöiden maksamia korvauksia. Palkitsemisella voidaan parhaimmillaan muuttaa ihmisten käyttäytymistä. Esimerkiksi eteläafrikkalaisen vakuutusyhtiö Discoveryn Vitality-vakuutus mittaa ihmisten ajokäyttäytymistä telematiikan eli avulla. Tarkoituksena on kannustimien avulla muuttaa ihmisten ajokäyttäytymistä turvallisemmaksi ja turvallisesta ajotyylisestä palkitaan erinäisillä alennuksilla. Toinen strategia on tunnistaa niiden asiakkaiden ryhmä, joilla ei ole varaa vakuutukseen, tai jotka eivät tiedon tai kannustimien puutteen takia halua vakuutusta. Vakuutusyhtiön tulisi ensin selvittää, miksi jotkut alivakuuttavat tai eivät ota vakuutusta lainkaan. Sen jälkeen on tärkeää rakentaa luottamusta ja informoida näitä asiakkaita vakuutuksista. Vakuutusyhtiö voi sitten luoda yksinkertaisia ja edullisia ratkaisuja. Esimerkiksi ranskalainen vakuutusyhtiö AXA tekee yhteistyötä mikrolainoittaja ADIE:n kanssa ja tarjoaa yksinkertaisia standardoituja vakuutuksia mikroyrittäjille. Kolmas strategia jaetun arvon luomiseen on investointi preventio- ja suojaamissysteemeihin. Vakuutusyhtiö voi sijoitustoiminnallaan saavuttaa synergiahyötyjä sijoitustoiminnan ja vakuuttamisen välille. Esimerkki investoinnista on Zürich Insurance, joka on investoinut 40 miljoonaa dollaria viimeisen viiden vuoden aikana tarkoituksenaan informoida maailmanlaajuisesti ihmisiä

tulvista, ja niiden aiheuttamista riskeistä sekä ihmisille että omaisuudelle. Selvitysten mukaan jokainen sijoitettu dollari tulvien ehkäisemistoimintaan on johtanut viiden dollarin säästöön vältettyjen tai vähentyneiden menetysten kautta. (Jais ym. 2017, 8–15) Vakuutusyhtiöillä on siis erinomainen sauma viedä vastuullisuus seuraavalle tasolle, sillä yhteiskunnalliset olot ja ympäristön tila ovat käytännössä suoraan sidoksissa vakuutusliiketoiminnan kannattavuuteen. Vakuutusyhtiöillä on aito intressi ajatella taloudellisten aspektien lisäksi sosiaalisia ja ympäristöllisiä аспекteja.

2.3 Yritysvastuun hyödyt ja kritiikki

Yritysvastuun tehtävänä on siis minimoida konflikteja yrityksen ja yhteiskunnan välillä. Yritysvastuulla voidaan oikein tehtynä saavuttaa useita hyötyjä kuten riskin väheneminen, jätteen väheneminen, paremmat suhteet sääntelijöihin, brändipääoman luominen, työntekijöiden tuottavuuden paraneminen ja alhaisempi pääoman kustannus. (Heal 2005, 395) Yritysvastuu lisää yrityksen näkyvyyttä ja levittää sen hyväntahtoista mainetta laajalle. Vastuullisuudesta voi täten olla hyötyä etenkin sosiaalisten riskien hallinnassa, sillä yritys vastuu auttaa sidosryhmäsuhteiden hallinnassa ja yhteiskunnallisen hyväksynnän saamisessa. Sosiaaliset riskit voivat realisoituessaan heikentää yrityksen mainetta, mikä taas voi johtaa taloudellisiin seurauksiin, joten niitä kannattaa hallita. (Bhattacharyya 2010, 88–89) On olemassa yhä suurempi määrä todisteita siitä, että vastuullinen yritys houkuttelee lahjakkaita työntekijöitä. Vastuullisuus voidaan jopa nähdä osana työnantajan vastiketta, jota maksetaan työntekijöille heidän työpanoksestaan. Palkka pitää työntekijän fyysisesti työssä, mutta vastuullisesti toimiva yritys auttaa pitämään myös henkisesti. (Bhattacharya, Korschun & Sen 2011, 37) Porterin & Kramerin (2006, 82) mukaan vastuullinen liiketoiminta saattaa tuoda hyötyjä paremman imagon, brändin tai korkeamman osakkeen hinnan muodossa. Dasgupta, Laplante & Mamingi (2001) tutkivat rahoitusmarkkinoiden reaktioita yritysten ympäristöön liittyvässä suorituskyvyssä Argentiinassa, Chilessä, Meksikossa ja Filippiineillä. Data koostui taloutta käsittelevien lehtien artikkeleista ja tutkimusmetodina oli tapaustutkimus. Tutkijat huomasivat, että mikäli yritys oli saanut lehdissä tunnustusta ympäristön huomioon ottavasta toiminnasta, keskimääräinen nousu osakkeen hinnassa oli jopa 20 prosenttia. Mikäli yritys taas oli suoriutunut huonosti ympäristöllisissä asioissa, lasku osakkeen hinnassa oli 5 prosentista aina 15 prosenttiin asti. Tämän lisäksi vastuullisella sijoittamisella, eli ESG-tekijöiden huomioonottamisella, on havaittu olevan positiivinen vaikutus sijoitustoiminnan

tuottoihin, kuten alaluvussa 2.2.2 mainittiin. Useat tutkimukset tunnistavat positiivisen yhteyden myös yritys vastuun ja strategian saavuttamisen välillä. Yritys vastuun on havaittu helpottavan kustannustehokkuuden tai differoinnin toteuttamista. Vastuullisella toiminnalla voidaan parantaa raaka-aineiden hyödyntämisen tehokkuutta ja täten vähentää kustannuksia. Lisäksi yritys voi vastuullisilla tuotteilla erottautua kilpailijoista. (Bhattacharyya 2010, 86)

Porter & Kramer (2006, 83) kuitenkin huomauttavat, että yritys vastuun hyötyjä liiketoiminnalle on vaikea määrittää. Esimerkiksi tutkimukset maineen vaikutuksesta asiakkaiden ostokäyttäytymiseen tai osakkeen hintaan eivät ole olleet vakuuttavia. Mullerat (2010, 443) toteaa, että yritykset saattavat pienillä käytännön muutoksilla ja PR:llä esittää itsensä vastuullisena yrityksenä, vaikka tosiasiallisesti muutokset eivät merkittävästi vaikuta yrityksen tapaan harjoittaa liiketoimintaa. Yritykset siis ikään kuin ratsastavat trendin mukana ja voivat hyötyä siitä merkittävästi positiivisemmän brändin muodossa, vaikka todellisuudessa vastuullisuus ei näy heidän toiminnassaan. Yritys vastuun kritisoijat ovat myös sitä mieltä, että se on kallista ja tuhoaa osakkeenomistajien arvoa. Vastuullinen liiketoiminta vaatii runsaasti taloudellisia resursseja, ja potentiaaliset taloudelliset hyödyt saavutetaan vasta kaukaisessa tulevaisuudessa, jos hyötyjä on edes mahdollista saavuttaa. Kuten jo aiemmin mainittua, yritys vastuun käsitteelle ei ole yhtä määritelmää, mikä johtaa siihen, että johtajat eivät tiedä oman yrityksen yhteiskunnallista vastuuta. (Guenster ym. 2011, 685) Kolstadin (2007, 144) mukaan yritys vastuu ei yleisesti ottaen paranna kannattavuutta. Joissain tilanteissa yritys vastuulla voidaan kuitenkin saavuttaa taloudellista hyötyä yritykselle, mutta mikäli ainoa motiivi vastuullisuuden taustalla on tuloksen paraneminen, ei voida enää puhua yritys vastuusta. Tällöin kyse on pikemminkin kannattavuuden maksimoimisesta aidon vastuullisuuden jäädessä taka-alalle.

2.4 Yritys vastuun raportointi

2.4.1 Yritys vastuuraporttien sisältö ja kommunikoinnin tavat

Yritys vastuun suosion kasvaessa yritykset ovat alkaneet myös entistä enemmän raportoida vastuullisuudestaan viime vuosina. Esimerkiksi maailman 250 suurimman yrityksen joukossa yritys vastuustaan raportoivien määrä on kasvanut huomasti. Vuonna 1999 35 % näistä yrityksistä raportoi vastuullisuudestaan, kun vuonna 2017 vastuullisuudestaan raportoivien

yri­tysten osuus oli 93 %. Lisäksi raportit ovat kehittyneet sisällöltään. 1990-luvulla raportit muistuttivat pitkälti ympäristö­työn esitteitä, minkä vuoksi myös yri­tysten sidosryhmien suhtautuminen niihin oli epäluuloista. Viime vuosina raportointi on systematisoitunut, ja yri­tykset ovat sitä kautta hakeneet uskottavuutta omalle vastuullisuustyölleen (Koipijärvi & Kuvaja 2017; KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017, 9) Raporttien määrän nopea kasvu herättää kysymyksiä. Minkä takia yri­tykset julkaisevat vapaaehtoisesti raporteja ja mistä yri­ty­svastuuraportoinnissa on kyse?

Yri­ty­svastuuraportoinnissa on kyse siitä, että yri­ty­­s systemaattisesti kerää tietoa vastuullisuudesta ja julkaisee tietoa suunnilleen samanmuotoisessa formaatissa oleellisille sidosryhmille. Raportin tarkoituksena on käsitellä taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristöllisiä tekijöitä ja kuvata yri­tyksen suoriutumista näissä kategorioissa. Parhaimmillaan raportointi auttaa yri­ty­stä foku­soitumaan oikeisiin asioihin ja auttaa pääsemään vastuullisuustyössä eteenpäin. Tärkeää kuitenkin on, että raportointi ei ole yri­ty­svastuun keskiössä, vaan painopisteen pitää olla vastuullisuuden toteutuksessa. Yri­ty­svastuuraportoinnin tulee olla avoin kertomus, jossa avataan toiminnan lähtökohtia ja tavoitteita, kerrotaan vuoden saavutuksista ja käydään läpi rehellisesti saavuttamattomia tavoitteita ja mahdollisia virheitä. Yri­tyksen tulisi raporteissa katsoa tulevaisuuteen ja arvioida vallalla olevia trendejä sekä arvioida niiden liiketoiminnalle aiheuttamia mahdollisuuksia ja uhkia. Raportoinnin tulisi myös vastata sidosryhmien odotuksia. Tässä onnistuakseen yri­tyksen on tärkeä kartoittaa avainsidosryhmien odotuksia ja tarpeita, jotta yri­ty­svastuuraportoinnissa osataan keskittyä oleellisiin asioihin. Sidosryhmien säännöllinen kuuntelu ja vastuullisuustrendien seuranta auttavat foku­soitumaan oikeisiin asioihin. (Koipijärvi & Kuvaja 2017; Lock & Seele 2015, 115)

Yri­ty­svastuuraportit ovat sisällöltään yri­ty­­s- ja toimialakohtaisia, ja sisältö heijastaa usein tietyn ajankohdan vaatimuksia ja haasteita. Raportissa tulisi antaa mahdollisimman kattava ja tasapainoinen kuva yri­tyksen vastuullisuudesta. Yri­ty­svastuuraportoinnin tulisi olla rehellistä ja avointa. Myös oikeellisuus, vertailukelpoisuus ja olennaisuus ovat tärkeitä tekijöitä raportin laadinnassa. Ehkä yksi keskeisimmistä periaatteista yri­ty­svastuussa, ja sen raportoinnissa on olennaisuuden periaate. Toimenpiteet tulisi kohdistaa niihin tekijöihin, joilla on suurin vaikutus ympäristöön ja yhteiskuntaan, ja jotka ovat olennaisimpia raportoivan yri­tyksen näkökulmasta. (Liappis ym. 2019, 203, 225) Yri­ty­svastuuraportointi mahdollistaa tulosten osoittamisen taloudellisten, sosiaalisten ja ympäristöllisten tekijöiden osalta. Yri­ty­svastuuraportoinnin avulla voidaan mitata edistymistä ja selventää johdonmukaisuutta vastuullisten aktiviteettien, tavoitteiden ja tulosten välillä. (Siew 2015, 181–182) Monesti yri­tyksen ydinliiketoiminta

nousee vastuullisuuden pääteemaksi. Raportoinnissa jopa kannattaa painottaa juuri niitä asioita, joita yrityksessä oikeasti tehdään. Esimerkiksi työeläkeyhtiö Varman vastuullisuuden pääteema on ”Vastuu eläkevaroista”, mikä kuvastaa jopa itsestäänkin selvää eläkevakuutusyhtiön tehtävää. Tämänkaltainen toimialalle tyypillinen asia kuitenkin usein erottaa yrityksen valtavirrasta. Näin raportoinnin teemat ovat merkityksellisiä eivätkä jää irrallisiksi korulauseiksi. (Kurittu 2018, 158)

Yritysvastuuraportin sisällön ohella olennaista on tapa, jolla vastuullisuudesta kommunikoidaan sidosryhmille. Talvio & Välimaa (2004, 125) huomauttavat, että laajaa raportointia ei pidä aloittaa vain raportoinnin vuoksi, sillä raportointi vaatii runsaasti aikaa ja resursseja. Yrityksen tulee ensin selvittää raportoinnin todellinen tarve. Yhdessä sidosryhmien kanssa voidaan määritellä kullekin sidosryhmälle olennainen tieto ja tehokkain keino kyseisen tiedon välittämiseen. Vaikka vuosittain julkaistava yritysvastuuraportti on tärkeä, ei se aina ole paras formaatti kaikille sidosryhmille. Esimerkiksi internetin välityksellä tapahtuva raportointi mahdollistaa sisällön joustavan muokattavuuden ja räätälöinnin, jolloin saadaan paremmin vastattua sidosryhmien monipuolisiin tarpeisiin. (Talvio & Välimaa 2004, 125–126) Kuisma (2015, 211) toteaa, että nettisivuja tarvitaan yritysvastuuraportin rinnalle, sillä toisinaan sidosryhmät haluavat tietää vain jostain yksittäisestä asiasta, ja yksittäisen asian etsiminen raportista voidaan kokea liian työlääksi. Yritysvastuun keskeisiä periaatteita on esitellä mahdollisimman avoimesti ja läpinäkyvästi yrityksen toimintatapoja, ja läpinäkyvyys tarkoittaa mieluummin runsaan kuin niukan tiedon jakamista. Yritysvastuu olisi hyvä tuoda esimerkiksi nettisivujen päävalikkoon. Päävalikon alta olisi hyvä löytyä alaotsikoittain tärkeimmät yritysvastuun teemat, joissa kerrottaisiin yrityksen suoriutumisesta. Oli toteutus sitten millainen tahansa, yritysvastuun löytäminen tulisi tehdä mahdollisimman helpoksi ja yksinkertaiseksi. (Kuisma 2015, 211–212) Myös johdannossa esitelty kuluttajien mielipiteitä yritysvastuusta selvittänyt Cone Communicationsin kyselytutkimus tukee tätä näkemystä, sillä kyselyn mukaan kuluttajien mielestä interaktiiviset nettisivut, videot ja lyhyet tiivistelmät ovat mieluisampia tapoja tutustua yritysvastuuseen kuin perinteinen raportti. (Cone Communications 2015, 27)

2.4.2 Yritysvastuuraportoinnin ohjeistukset

Yritysvastuuraportoinnin työkaluja on kolmenlaisia: viitekehykset, standardit sekä luokittelut ja indeksit. Viitekehysillä tarkoitetaan periaatteita, aloitteita ja ohjenuoria, joiden tehtävänä on auttaa yrityksiä raportoinnin pyrkimyksissä. Standardien funktio on samantyyppinen kuin viitekehysillä, mutta ne ovat usein muodollisempia dokumentteja, jotka selittävät perusteellisesti raportoinnin vaatimukset, määräykset tai tunnuspiirteet. Luokittelut ja indeksit ovat kolmansien osapuolien arviointeja yrityksen vastuullisuudesta. (Siew 2015, 181–182)

Vaikka yritysvastuuraportoinnille on suunniteltu erilaisia työkaluja, vastuu niiden sisäistämisestä jätetään usein yrityksille. Asiaa ei helpota se, että yritysvastuun ja raportoinnin terminologia on vakiintumatonta, ja ne tunnetaan puutteellisesti. Tämä on johtanut paikoitellen siihen, että yritysvastuuraportointi on epäjohdonmukaista. Ongelmana on myös se, että yritysvastuuraportointi on vapaaehtoista suurelle osalle yrityksistä. Vapaaehtoisuus ja ohjeistuksien monimutkaisuus saattavat aiheuttaa sen, että monilla vastuullisuuden raportointi jää pelkästään ajatuksen tasolle. (Nielsen ja Thomsen 2007, 25–29) Tschoppin & Huefnerin (2015, 566) mukaan erilaisia maakohtaisia yritysvastuuraportoinnin ohjeistuksia on satoja ja globaaleja aloitteitakin on useita. Voidaan kuitenkin tunnistaa kolme yritysvastuuraportoinnin standardia, jotka ovat tunnistetuimpia ja käytetyimpiä: Global Reporting Initiative (GRI), AA1000-standardit ja YK:n Global Compact. Seuraavaksi esitellään ohjeistukset lyhyesti.

GRI-viitekehys on maailmalla yleisin käytetty yritysvastuuraportoinnin viitekehys. Global Reportin Initiative, lyhyemmin GRI, on itsenäinen kansainvälinen organisaatio, joka on toiminut suunnannäyttäjänä yritysvastuuraportoinnissa vuodesta 1997 alkaen. GRI auttaa yrityksiä ja valtioita maailmanlaajuisesti ymmärtämään ja kommunikoimaan heidän vaikutustansa kriittisiin kestävyysongelmiin kuten ilmastonmuutokseen, ihmisoikeuksiin, hallintotapaan ja yhteiskunnalliseen hyvinvointiin. GRI-viitekehysten tavoitteena on ollut luoda yhteinen kieli yrityksille ja sidosryhmille taloudellisten, ympäristöllisten ja sosiaalisten vaikutusten viestimiseksi ja ymmärtämiseksi. GRI:n tavoitteena on parantaa yritysvastuuraporttien kansainvälistä vertailtavuutta ja informaation laatua, jolloin tiedosta tulee läpinäkyvämpää. Maailman 250 suurimmasta yrityksestä 75 % hyödyntää GRI-standardeja yritysvastuuraportoinnissaan. (GRI 2019; KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017, 28)

Yhdistyneiden Kansakuntien Global Compact -aloite julkaistiin vuonna 2000. Aloite on suunnattu yrityksille, ja se perustuu kymmeneen periaatteeseen, joita yritykset sitoutuvat noudattamaan allekirjoittaessaan aloitteen. Periaatteet koskevat ihmisoikeuksia, työvoimaa, ympäristöä ja korruptiota. Olennaisilta osin aloitteeseen kuuluu myös Communication on Progress (COP), eli edistymisen kommunikointi. Yritykset ovat velvollisia raportoimaan periaatteiden noudattamisesta. Raportointiin ei ole standardoitua formaattia, mutta sen tulee sisältää osioita, kuten johdon lausunto, käytännön toimenpiteet ja tulosten mittaus. (Tschopp & Huefner 2015, 566–567)

AccountAbilityn AA1000-standardisarjaan kuuluu kolme standardia, joista vuonna 2018 päivitetty AA1000 Accountability Principles (AP) on olennaisin raportoinnin kannalta. Periaatteiden on tarkoitus auttaa yrityksiä yritys vastuuraportoinnin kehittämisessä. Toimintaa ohjaavia periaatteita ovat muun muassa olennaisuus, sidosryhmien osallistaminen ja läpinäkyvyys. AA1000 auttaa yrityksiä määrittelemään sidosryhmät, tunnistamaan yhteiskunnalliset ja ympäristölliset tekijät sekä laatimaan yritys vastuuraportin. AA1000-standardisarja on prosessilähtöinen. Se tarjoaa prosesseja, joita organisaation tulisi seurata raportoidakseen asianmukaisesti yhteiskunnallisista ja ympäristöllisistä tekijöistä. AA1000 AP-standardiin sisältyy myös periaatteiden viitekehys, joita raporttien tulisi noudattaa. Toisin kuin GRI-viitekehys, AA1000 ei tarjoa indikaattoreita tai suorituskyvyn mittareita, joita yrityksen tulisi seurata. (Accountability Principles 2018, 3; Tschopp & Huefner 2015, 567)

2.4.3 Syyt raportoinnin taustalla

Yritys vastuuraportoinnin aloittamista voidaan pitää yritykselle strategisena päätöksenä. Tietojen vapaaehtoista julkaisemista voidaan verrata uuden johtamisjärjestelmän käyttöönottoon. Yritys vastuuraportointi toimii myös hyvänä johtamisen välineenä, sillä se auttaa johtoa fokuoitumaan sidosryhmien tärkeinä pitämiin asioihin. Raportointiohjeistot myös auttavat johtoa asettamaan yritys vastuulle tavoitteita ja pysymään selvillä yritys vastuun velvoitteista. Muun muassa nämä tekijät palvelevat yrityksen liiketoimintaa kokonaisuutena. (Niskala ym. 2019)

Fokuoitumisen lisäksi yritys vastuuraportointi tuo muitakin hyötyjä yritykselle. Ensinnäkin yritys vastuuraportointi pakottaa yrityksen käsittelemään yritys vastuutietoja järjestelmällisesti, mikä nykyajan globaalissa ja nopeasti muuttuvassa informaatiotaloudessa on tärkeää.

Proaktiivisella otteella yritys kykenee vastaamaan muutoksiin nopeasti. Toiseksi, yritysvastuuraportoinnilla voidaan rakentaa luottamusta monimutkaisten yritysrakenteiden ja toimitusketjujen välille. Yritysvastuuraportoinnilla voidaan tehokkaasti viestiä riskeistä ja mahdollisuuksista niin taloudellisten, sosiaalisten kuin ympäristöllistenkin vastuuden osa-alueilla. Raportointi tekee vuorovaikutuksesta johdonmukaisempaa ja tuo yrityksen toimintaan läpinäkyvyyttä ja avoimuutta, mikä taas auttaa sidosryhmiä paremmin ymmärtämään yritys vastuun painopisteitä ja tulevaisuuden suuntia. Kolmanneksi, yritysvastuuraportointi yhdistää yrityksen sisällä erillään toimivia toimintoja. Onnistunut raportointi vaatii eri yksiköiltä tiivistä yhteistyötä ja parhaimmillaan avaa keskusteluja yrityksen sisällä, jotka voivat palvella myös esimerkiksi liiketoimintastrategioiden kehittämistä. Ongelmana kuitenkin on, että useimmiten hyödyt eivät ole määriteltävissä etukäteen eikä niitä voida arvioida perinteisillä investointi- tai kannattavuuslaskelmilla (Niskala ym. 2019) Yksi mahdollinen syy yritys vastuuraportointiin on sen vaikutus yrityksen pääoman kustannukseen. Esimerkiksi Dhaliwal ym. (2011, 94) havaitsivat tutkimuksessaan, että kilpailijoitaan vastuullisemmin toimivat yritykset nauttivat alhaisemmasta pääoman kustannuksesta erillisen yritys vastuuraportoinnin aloittamisen jälkeen. Kyseiset yritykset myös houkuttelevat enemmän institutionaalisia sijoittajia ja näkyvyyttä analyysien muodossa.

Yritys vastuuraportoinnin motiivit ovat yritykselle aina jossain määrin strategisia. Yritykset raportoivat strategisten tavoitteiden mukaisesti ja raportoinnin taustalla on usein jokin pyrkimys. Yritys vastuuraportoinnilla voidaan esimerkiksi pyrkiä vaikuttamaan julkiseen mielipiteeseen yrityksestä, jolloin yritys nähdään positiivisemmassa valossa. Oman vaikuttamisen lisäksi yritys voi hyödyntää vastuuraportointia vastatakseen ulkopuolelta tulevaan paineeseen. Yritys vastuuraportoinnilla voidaan esimerkiksi yrittää vastata ympäröivän yhteiskunnan yritykselle asettamiin vaatimuksiin. (Buhr, Gray & Milne 2014, 59) Myös Lock & Seele (2015, 115) tunnistavat yrityksen ulkopuoliset odotukset ja toteavat, että raportoinnilla pyritään vastaamaan sidosryhmien odotuksiin ja saavuttamaan toiminnalle moraalinen legitimitetti. Legitimaatioteoria ja sidosryhmäteoria selittävät yritys vastuuraportointia ja näihin teemoihin palataan tarkemmin seuraavassa luvussa.

Myös vakuutusyhtiön tapauksessa yritys vastuuraportointi voidaan nähdä olennaisena asiana. Vakuutustoiminta perustuu molemminpuoliseen luottamukseen. Vakuutusyhtiöt odottavat vakuutuksenottajilta rehellisyyttä, ja vastaavasti vakuutuksenottajat luottavat saavansa korvaukset vahingon sattuessa. Varsinkin keskinäisessä vakuutusyhtiössä, jossa asiakkaat ovat samalla omistajia, vakuutusyhtiön on tärkeä raportoida toiminnastaan monipuolisesti

asiakasomistajilleen. Kuten luvussa 2.2.4 todettiin, vakuutusyhtiöllä on erinomainen sauma toteuttaa jaetun arvon konseptia. Se, että vakuutusyhtiö esimerkiksi opastaa asiakkaitaan yleisimmistä vahingoista sekä tarjoaa vinkkejä vahinkojen ennaltaehkäisyyn, on vastuullisuuden raportointia parhaimmillaan. Vaikka itse vastuullisuus toiminnassa on ensisijainen prioriteetti, voitaneen todeta, että ilman raportointia vastuullisuus jää ikään kuin puolitiehen. Siirrytään seuraavaksi käsittelemään sidosryhmäteoriaa, jolla avataan enemmän sidosryhmien roolia yritysvastuun taustalla.

3 SIDOSRYHMÄAJATTELU OSANA YRITYSVASTUUTA

3.1 Miten sidosryhmät liittyvät yritysvastuuseen

Sidosryhmäajattelu liittyy keskeisesti yritysvastuuseen, sillä yrityksen liiketoiminnan vaikutukset yhteiskunnalle ovat vaikutuksia eri sidosryhmille. Yritys on tilivelvollinen toimintansa vaikutuksista useille sidosryhmille. Vaikutukset voivat olla joko taloudellisia, ekologisia tai sosiaalisia. Hallitakseen liiketoiminnan vaikutuksia eri sidosryhmille, yrityksen on tärkeä ymmärtää eri sidosryhmien näkemyksiä. Sidosryhmät ovat myös tärkeässä roolissa jaetun arvon luomisessa ja onkin tärkeää, että yrityksellä on ymmärrystä sidosryhmien näkemyksestä. (Niskala ym. 2019)

Viime kädessä yritysvastuussa on kyse siitä, että yritys pyrkii toiminnallaan tuottamaan lisäarvoa kaikille sidosryhmille, esimerkiksi pelkkien osakkeenomistajien sijasta. Vastuullisuuden sisällönmäärittelyssä voidaan hyödyntää olennaisuusarviointia, ja yrityksen on tärkeä tuntea avainsidosryhmien odotukset yrityksen toimintaa kohtaan. Yrityksessä on olennaista huomioida sidosryhmien oma asenne ja suhtautuminen yritysvastuuseen, sillä vastuullisuuden kehittäminen perustuu johtajan arvovallan lisäksi yhteistyöhön eri sidosryhmien kanssa. Myös keskustelu ja vuoropuhelu eri sidosryhmien kanssa on tärkeää ja olennaisuusarvioinnissa on hyvä hyödyntää tärkeimpien sidosryhmien edustajia, joille voidaan tehdä esimerkiksi kyselyitä tai haastatteluita. Säännöllisillä tutkimuksilla yrityksessä pysytään kartalla sidosryhmien odotuksista yritystä kohtaan (Koipijärvi & Kuvaja 2017) Niskalan ym. (2019, 88) mukaan sidosryhmien antamat panokset mahdollistavat ylipäätään yritystoiminnan, joten yritys voi selvitä pitkällä aikavälillä vain, mikäli se onnistuu tyydyttämään keskeisimpien sidosryhmien tarpeet. Myös Pedersen (2006, 140) toteaa, että yritysvastuun käsitteen läheiset sidokset sidosryhmäajatteluun on tärkeä tiedostaa. Yritysvastuuta ei tule rajoittaa vain tiettyihin strategioihin, sidosryhmiin tai yhteiskunnallisiin ongelmiin.

Woodin & Jonesin (1995, 231) mukaan sidosryhmäteoria tarjoaa syvällisemmän ymmärryksen yrityksen ja yhteiskunnan välisen suhteen rakenteisiin ja ulottuvuuksiin. Yritys on vastuussa sidosryhmille, jotka voivat vaikuttaa yritykseen tai joihin yritys voi vaikuttaa. Sidosryhmäajattelu tarjoaa viitekehyksen sille, miten yritykset voivat kokonaisvaltaisemmin

osallistua yhteiskunnallisiin velvollisuuksiin. Sidosryhmät liittyvät ainakin kolmella tapaa yritysvastuuseen:

1. Sidosryhmät vaikuttavat siihen, minkä katsotaan olevan toivottua ja ei-toivottua toimintaa.
2. Sidosryhmät kokevat yrityksen toiminnan vaikutukset.
3. Sidosryhmät arvioivat, miten yritykset ovat vastanneet odotuksiin ja kuinka yrityksen toiminta on vaikuttanut sen toimintaympäristöön. (Wood & Jones 1995, 231)

Niskalan ym. (2019) mukaan yrityksen vastuuta sidosryhmiä kohtaan voidaan tarkastella joko yrityksen oman toiminnan tai tilivelvollisuuden kautta. Sidosryhmien ymmärtämisen voidaan ajatella olevan yrityksen oman edun mukaista, sillä sidosryhmien ymmärtäminen auttaa riskienhallinnassa, päätöksenteossa sekä konfliktien käsittelyssä. Toisaalta yrityksen vastuuta sidosryhmiä kohtaan voidaan perustella tilivelvollisuudella. Tilivelvollisuus tarkoittaa, että yrityksen tulee huomioida päätöksenteossaan sen sidosryhmien näkemykset, joihin se toiminnallaan vaikuttaa, sillä sen ajatellaan olevan yrityksen velvollisuus. Nämä kaksi näkökulmaa eivät ole toisensa poissulkevia, sillä usein sidosryhmien näkemysten huomioiminen on sekä moraalisesti oikea tapa toimia että yrityksen oman edun mukaista.

3.2 Sidosryhmäajattelu

Sidosryhmäajattelu tarkoittaa tapaa nähdä yritys, ja sen aktiviteetit sidosryhmien kautta. Ajatuksena on, että ryhmät, joilla on sidoksia yritykseen, vuorovaikuttavat yrityksen kanssa ja täten tekevät yrityksen toiminnasta mahdollista. Sidosryhmäajattelun mukaan yritys voi olla olemassa vain sidosryhmiensä kanssa tapahtuvan vuorovaikutuksen, transaktioiden ja vaihtosuhteiden kautta. Jokaiselta ryhmältä yritys voi saada jonkin panoksen ja jokaiselle sidosryhmälle yritys voi antaa vastineeksi jotain. Pitkässä juoksussa yrityksen on operoitava niin, että jokainen sidosryhmä on tyytyväinen. Jotkin sidosryhmät ovat kuitenkin tärkeämpiä kuin toiset, ja mitä tyytymättömämpiä yrityksen ensisijaiset sidosryhmät ovat, sitä todennäköisemmin yritys ajautuu ongelmiin ja toiminta saattaa loppua. On myös tärkeä tiedostaa, että nykyajan globaalissa maailmassa yritykset ovat usein tekemisissä hyvinkin monipuolisten ihmisryhmien, kulttuurien, organisaatioiden ja muiden ryhmien kanssa, joiden motiivit ja intressit eroavat suurestikin. Näin ollen tarve sidosryhmäajattelulle on myös strateginen. (Näsi 1995, 19–30)

Sidosryhmäteoria on teoria yrityksen johtamisesta ja etiikasta. Se erottuu muista siinä, että sen mukaan arvot ja moraalit ovat keskeinen piirre yrityksen johtamisessa. Toisin kuin monissa muissa strategisen johtamisen teorioissa, sidosryhmäteoriassa arvioidaan kriittisesti yhteistyön päämääriä ja keinoja näiden päämäärien saavuttamiseksi. Sidosryhmien johtaminen vaatii enemmän huomiota kuin pelkästään osakkeenomistajien eduista huolehtimista. Teorian keskeinen huomautus on se, että yrityksen tulee huomioida kaikkien niiden sidosryhmien intressit ja hyvinvointi, jotka voivat joko auttaa tai vaikeuttaa yrityksen tavoitteiden saavuttamista. Sidosryhmäteoria muistuttaa siis muita vaihtoehtoisia strategian johtamisen teorioita kuten resurssiperusteista teoriaa. Painotus sidosryhmäteoriassa on kuitenkin erilainen, sillä sidosryhmien hyvinvoinnin ja intressien huomiointi menee osakkeenomistajien arvon maksimointia syvemmälle. (Phillips, Freeman & Wicks 2003, 480–481) Chenin & Robertsin (2010, 653) mukaan yrityksen ympäristö koostuu monipuolisista sidosryhmistä ja sidosryhmäteoria tunnistaa, että jokaisen sidosryhmän vaikutus yritykseen on erilainen ja sen, että eri sidosryhmien odotukset yritystä kohtaan eroavat ja toisinaan ovat jopa ristiriitaisia. Yrityksiltä vaaditaan kykyä tasapainoilla eri sidosryhmien ristiriitaisten odotusten välillä. Myös Madsen & Uthøi (2001, 79) toteavat, että sidosryhmäjohtamisessa on kyse sidosryhmäsuhteiden ja moninaisten sekä ristiriitaisten intressien hallinnasta. Sidosryhmien erot asenteissa, preferensseissä ja käyttäytymisessä eivät ole staattisia vaan muuttuvat alati, mikä tekee sidosryhmäsuhteiden hallinnasta erityisen haastavaa.

Perinteinen sidosryhmäkirjallisuus on keskittynyt voimakkaasti sidosryhmien aiheuttamiin uhkiin. Olisi tärkeää painottaa myös mahdollisuuksia, joita sidosryhmät voivat yritykselle tarjota. Yrityksen on mahdollista kehittää liiketoimintaa kuuntelemalla sidosryhmiä, joilta löytyy relevanttia tietoa. Näin yritys vastaa sidosryhmien odotuksiin. (Madsen & Uthøi 2001, 80)

Sidosryhmäteoria keskittyy kahteen ydinkysymykseen. Ensimmäinen sen tarkoitus on selvittää, *mikä* yrityksen tarkoitus on. Tämä rohkaisee johtajia artikuloimaan sen, miten heidän luomansa arvo jakautuu, ja mikä tuo yrityksen ydinsidosryhmät yhteen. Tämä johdattaa yritystä eteenpäin ja mahdollistaa erinomaisen suorituskyvyn luomisen taloudellisten mittareiden suhteen. Toiseksi sidosryhmäteoria ohjaa kysymään, millainen vastuu johdolla on sidosryhmille. Tämä kannustaa johtoa artikuloimaan, *miten* he haluavat tehdä liiketoimintaa – erityisesti sitä, millaisia suhteita he haluavat ja tarvitsevat sidosryhmiensä kanssa onnistuakseen toiminnassaan. Sidosryhmäteoriassa on kyse taloudellisen arvon luomisesta sellaisten ihmisten toimesta, jotka vapaaehtoisesti kokoontuvat yhteen ja tekevät yhteistyötä kaikkien olosuhteiden

parantamiseksi. Johtajien roolina on kehittää suhteita, innostaa sidosryhmiä ja luoda yhteisöjä, joissa jokainen pyrkii omalla parhaalla suorituksellaan toimittamaan yrityksen lupaamaa arvoa. Osakkeenomistajat ovat luonnollisesti tärkeitä sidosryhmiä tässä yhtälössä, mutta huoli tuotoista on pikemminkin arvonluonnin tulos kuin ajuri. (Freeman, Wicks & Parmar 2004, 364)

Sidosryhmäteoria on myös kohdannut kritiikkiä. Freemanin teos tarjoaa johdolle arvokkaan strategisen työkalun oleellisten toimijoiden tunnistamiseen, mutta hänen teoksensa ei tarjoa riittävää teoreettista pohjaa yrityksen tai eri sidosryhmien käyttäytymiselle. Sidosryhmäteoria ei selitä riittävän tarkasti sitä, kuinka yrityksen tulisi käyttäytyä ympäristössään. Teorian mukaan yrityksen selviäminen on kiinni sidosryhmistä, mutta ei kerro kuinka näiden ryhmien kanssa tulisi toimia. Freeman myös arvioi yrityksen toimintaympäristön olevan staattinen eikä sidosryhmäteoria selitä siinä tapahtuvia muutoksia, ja näiden muutosten vaikutuksia yrityksen ja sidosryhmien välillä. (Key 1999, 321–323) Kritiikistä huolimatta sidosryhmäteoria auttaa yrityksiä ymmärrystä yrityksen ja yhteiskunnan välisen suhteen rakenteita ja ulottuvuuksia syvällisemmin, ja sitä voidaan pitää merkittävänä teoksena yrityksen johtamisessa.

3.2.1 Sidosryhmän määrittely ja luokittelu

Sidosryhmillä tarkoitetaan niitä ryhmiä tai yksilöitä, jotka voivat vaikuttaa yrityksen liiketoimintaan tai joihin yritys voi liiketoiminnallaan vaikuttaa. Yritys voidaan nähdä joukkona suhteita sellaisten ryhmien välillä, joilla on osuus yrityksen liiketoiminnassa. Näitä ryhmiä ovat esimerkiksi omistajat ja rahoittajat, työntekijät, asiakkaat ja tavarantoimittajat ja paikallinen yhteisö. (Freeman 1984) Clarkson (1995, 106) määrittelee sidosryhmän seuraavasti: sidosryhmä on joukko ihmisiä, joilla on vaade, omistusosuus, oikeus tai kiinnostus yritykseen ja sen aktiviteetteihin menneisyydessä, nykyisyydessä tai tulevaisuudessa. Vaateet voivat olla laillisia, moraalisia, yksilöllisiä tai yhteisöllisiä. Määritelmistä voidaan huomata, että sidosryhmän käsite on hyvin laaja ja yrityksen on toiminnassaan huomioitava useita eri ryhmiä.

Sidosryhmät voidaan jakaa *primaarisiin* tai *sekundaarisiin* sidosryhmiin. Primaariset sidosryhmät ovat niitä, joita ilman yritys ei voi selviytyä. Tyypillisesti näillä tarkoitetaan osakkeenomistajia ja sijoittajia, työntekijöitä, asiakkaita ja tavarantoimittajia. Myös valtiot ja yhteisöt, jotka tarjoavat infrastruktuurin ja markkinat, ja joiden lakeja ja säädöksiä tulee noudattaa, voidaan lukea primaarisiksi sidosryhmiksi. Yritys on hyvin riippuvainen näistä sidosryhmistä. Yritys voi kohdata suuria vahinkoja, mikäli jokin näistä sidosryhmistä ei ole

tyytyväinen yritykseen. Jos esimerkiksi asiakkaat menettävät luottamuksensa yrityksen tuotteiden turvallisuuteen, on yrityksen vaikea selviytyä tämänkaltaisesta kriisistä. Sekundaariset sidosryhmät sen sijaan ovat niitä, jotka vaikuttavat yritykseen, mutta eivät ole suorittaneet transaktioita yrityksen kanssa eivätkä ole tärkeitä yrityksen selviämisen kannalta. Tyypillisesti näillä tarkoitetaan mediaa ja erilaisia järjestöjä. Sekundaariset sidosryhmät ovat kykeneväisiä aloittamaan julkista keskustelua, joka voi olla yrityksen puolesta tai sitä vastaan. Vaikka yrityksen selviäminen ei ole riippuvainen sekundaarisista sidosryhmistä, ne voivat kuitenkin aiheuttaa yritykselle huomattavaa vahinkoa. Sekundaariset sidosryhmät voivat esimerkiksi vastustaa yrityksen käytäntöjä, jotka suosivat ja painottavat primaaristen sidosryhmien tarpeita ja odotuksia. (Clarkson 1995, 106–107)

Vaikka sidosryhmäteorian mukaan tulisi painottaa kaikkien sidosryhmien intressejä, eivät kaikki sidosryhmät ole organisaation toiminnan kannalta yhtä tärkeitä. Donaldsonin & Prestonin (1995, 67) mukaan sidosryhmäteoria ei väitä, että kaikkien sidosryhmien tarpeet tulisi ottaa tasapuolisesti huomioon prosesseissa ja päätöksenteossa. Kirjallisuudessa usein painotetaan avainsidosryhmien tärkeyttä ja esimerkiksi Clarksonin (1995, 112) mukaan arvoa tulisi luoda etenkin yrityksen primaarisille sidosryhmille, joista yrityksen toiminta on riippuvaista.

Sidosryhmien tärkeyden määrittelyssä voidaan hyödyntää kolmea kriteeriä: *vaikutusvalta* (power), *vaatimusten oikeutus* (legitimacy) ja *vaatimusten kiireellisyys* (urgency). *Vaikutusvalta* ilmenee tilanteissa, joissa toimija A saa toimijan B tekemään jotain, mitä toimija B ei yksinään olisi tehnyt. Vaikutusvalta tarkoittaa siis toimijan kykyä aikaansaada hänelle mieluisa lopputulema. Valta voi perustua esimerkiksi materiaalien hallintaan tai arvovaltaisiin ominaisuuksiin. *Legitimiteetti* tarkoittaa yhteiskunnallisesti hyväksyttyä ja odotettua käyttäytymistä. Sidosryhmät, joiden vaateet ovat oikeutettuja, saavat yritykseltä todennäköisesti enemmän huomiota. Esimerkiksi osakkeenomistajien vaatimukset osingoista ovat oikeutettuja, joka vaikuttaa olennaisesti yrityksen käyttäytymiseen. Legitimiteettiin liittyy olennaisesti valta, sillä vaikka sidosryhmän vaatimukset yritystä kohtaan olisivat oikeutettuja, ei yritys välttämättä reagoi niihin, jos sidosryhmällä ei ole valtaa. *Kiireellisyys* tarkoittaa tilanteita, joissa sidosryhmien vaatimukset vaativat välitöntä reagoimista. Kiireellisyys perustuu kahteen ominaisuuteen: aikariippuvuuteen ja kriittisyyteen. Aikariippuvuus tarkoittaa reagoimiseen kuluvaan aikaan ja kriittisyys tarkoittaa vaateen tärkeyttä sidosryhmille. (Mitchell, Agle & Wood 1997, 865–867) Valta on näistä kolmesta kriteeristä määräävin, mutta yksinään se ei vielä tee sidosryhmästä merkittävää. Todellisilla sidosryhmillä on kaikki kolme

ominaisuutta: vaikutusvaltaa yritykseen, oikeutetut vaatimukset ja vaatimukset ovat kiireellisiä. Esimerkkejä todellisista sidosryhmistä ovat omistajat, asiakkaat ja henkilöstö. (Mitchell ym. 1997)

3.2.2 Sidoryhmävuorovaikutus

Yritys saattaa alkuvaiheessa törmätä lukuisiin ongelmiin sidoryhmävuorovaikutuksen kanssa. Tyypillisiä kysymyksiä ovat muun muassa: kenen kanssa tulisi vuorovaikuttaa, millaisia menetelmiä vuorovaikuttamiseen käytetään ja miten vuorovaikutuksen kautta saatu tieto siirretään päätöksenteon avuksi. (Niskala ym. 2019) Vastuullisen yrityksen on kuitenkin syytä syventyä näihin kysymyksiin, ja esimerkiksi Kuvaja & Malmelin (2008, 85–86) toteavat, että dialogisuus eli vuoropuhelu sidoryhmien kanssa on vastuulliselle yritykselle itsestäänselvyys. Sidoryhmien odotusten kartoittaminen voi johtaa uusiin innovaatioihin, parantaa yrityksen tunnettuutta, helpottaa rekrytointeja ja turvata toiminnan jatkuvuutta. Vaikka vuoropuhelun aikana ei tuoteta konkreettista hyötyä, se mahdollistaa luottamuksen ja uskottavuuden aikaansaamisen, joiden varassa tuotteiden markkinoita pystytään ennustamaan. Dialogin avulla yrityksen on mahdollista hyödyntää muiden sidoryhmien osaamista ja yhdessä niiden kanssa kehittää toimintaansa. Hedelmällisen dialogin luominen edellyttää aitoja luottamussuhteita yrityksen ja sidoryhmien välille. (Kuvaja & Malmelin 2008, 85–86)

Vuoropuhelun aloittamiselle on useampia motiiveja: asiakkaiden aktiivisuus, kansalaisjärjestöjen kampanjointi tai yrityksen aito halu selvittää sidoryhmien odotuksia ja näkemyksiä. Vuoropuhelun avulla on mahdollista muodostaa hyvä suhde kriittisiin sidoryhmiin, joka auttaa myös maineriskien hallinnassa. Maineen turvaaminen auttaa yritystä taloudellisten riskien ennakoinnissa. Vuorovaikutustaidot voivat parhaimmillaan luoda yritykselle kilpailuedun, ja yrityksen menestys onkin yhä riippuvaisempi siitä, kuinka se nykyajan verkostotaloudessa pystyy ylläpitämään verkostoja ja dialogia yrityksen ja sidoryhmien välillä. Esimerkiksi ilmastonmuutos ja ympäristökeskustelu ovat pakottaneet monet yritykset mukaan ilmastotalkoisiin ja dialogiin sidoryhmien kanssa. Kuluttajien ja asiakkaiden ympäristöhuoli on edellyttänyt muun muassa matkailualan, vaateteollisuuden ja myös rahoitusalan miettimään vastuullisuutta entistä enemmän. (Kuvaja & Malmelin 2008, 86, 95–96)

Yritys tarvitsee monenlaista vuoropuhelua. Joidenkin sidosryhmien kanssa tietoja vaihdetaan säännöllisesti, mikä voi johtaa vähitellen kumppanuuteen. Kumppanuus tarkoittaa systemaattista vuoropuhelua osapuolien välillä. Kaikkien sidosryhmien kanssa vuorovaikutuksen syventämiseen ei kuitenkaan ole tarvetta eikä kumppanuus ole vastuullisuuden edellytys. Yritys voi konkretisoida vastuullisuutta monilla muillakin tavoilla. Vuorovaikutus on parhaimmillaan monimuotoista ja voi tapahtua esimerkiksi kasvokkain tai verkkoviestinnän osallistavilla menetelmillä. Vuoropuhelun onnistuneisuutta määrittävät asenteet ja tavoitteet. Aidon dialogin tunnuspiirteitä ovat aktiivinen kuunteleminen, keskustelu ja pohdinta sekä halu oppia kuulemansa perusteella. Kuten kaikessa muussakin toiminnassa, myös sidosryhmävuorovaikutuksessa on tärkeä löytää järkevä toteuttamisen taso, joka vastaa sidosryhmien tarpeisiin. Jotkin sidosryhmät saattavat kokea jatkuvan dialogin turhana asiana, johon käytetty aika ja resurssit voitaisiin käyttää paremminkin. Tästä ilmiöstä puhutaan sidosryhmäväsyyksinä. Ennen mittavaa vuorovaikutusta yrityksen tulisi siis selvittää sidosryhmän todellisen kiinnostuksen taso sekä valmiudet vuorovaikutukseen. Pienten kumppanien kohdalla vuosittainen raportti voi olla riittävä tapa vuoropuheluun, kun isompien toimijoiden kanssa voidaan käydä aktiivisempaa vuoropuhelua. (Kuvaja & Malmelin 2008, 96–97; Talvio & Välimaa 2005, 52–53)

3.3 Legitimaatioteoria

Käydään vielä lopuksi läpi legitimaatioteoriaa, jolla voidaan sidosryhmäteorian lisäksi selittää motiiveja yritysvastuun toteuttamisen taustalla. Yritys tähtää toiminnallaan legitimitietin saavuttamiseen. Lindblom (1994, 2) on määritellyt legitimitietin tilaksi, jossa entiteetin arvojärjestelmä on yhteneväinen yhteiskunnallisen arvojärjestelmän kanssa, jossa entiteetti toimii. Jos näiden kahden arvojärjestelmän välillä ilmenee eroavaisuuksia, myös entiteetin legitimitietti on uhattuna. Bitektinen (2011, 152) mukaan legitimitietti voidaan nähdä muiden toimijoiden käsityksinä organisaatiosta tai tietynlaisena käyttäytymisenä yritystä kohtaan.

Bitektinen (2011, 152) mukaan legitimitietti eroaa legitimaatiosta, joka kuvastaa legitimitietin yhteiskunnallista rakennusprosessia. Legitimaatioteoria keskittyy siihen, kuinka hyvin yrityksen arvomaailma ja päämäärä kohtaavat yhteiskunnan arvojen ja odotusten kanssa. Yrityksen tulisi saada toiminnalleen yhteiskunnan hyväksyntä sekä vastata yhteiskunnan odotuksiin. Esimerkiksi vapaaehtoinen yritysvastuu ja yritysvastuuraportointi voidaan nähdä välineenä hyväksynnän saavuttamisessa. Useat tutkijat ovatkin selittäneet yritysten

motivaatiota vapaaehtoiseen yritysvastuuraportointiin legitimaatioteorialla. (Chen & Roberts 2010, 652–654) Legitimaatioteoria nojaa ajatukseen yhteiskunnallisesta sopimuksesta yrityksen ja yhteiskunnan välillä. Yhteiskunta antaa yritykselle laillisen aseman ja esimerkiksi luvan käyttää luonnonvaroja ja palkata työntekijöitä. Yhteiskunnan tarjoamalla edellytyksillä yritys luo tuotteita ja palveluja, joiden hyötyjen yhteiskunta odottaa ylittävän kustannukset. (Deegan 2002, 292–293) Legitimaatioteoria ei kuitenkaan määrittele sitä, kuinka yhteneväisyys yrityksen ja yhteiskunnan välillä voitaisiin saavuttaa.

Legitimiteettiä arvioiva yleisö vaihtelee yritysten ja toimialan mukaan. Myöskään kaikki sidosryhmät eivät ole yhtä tärkeitä, mikä tarjoaa yritykselle mahdollisuuden tehdä strategisia valintoja. (Bitektine 2011, 154) Myös Mätäsaho & Niskala (1997, 84) tunnistavat, että yrityksen ulkopuoliset sidosryhmät ovat keskeisessä asemassa yrityksen legitimitietin muodostamisessa ja arvioimisessa. Tutkijat toteavat legitimaation olevan dynaaminen käsite, sillä sidosryhmät arvioivat jatkuvasti yrityksen toimintaa suhteessa omiin odotuksiinsa. Mikäli yrityksen toiminnan arvot ja toteutuneet vastuut eroavat sidosryhmien vastaavista, syntyy legitimitiettikuilu (”legitimacy gap”) (Mätäsaho & Niskala 1997, 84)

Lindblom (1994) tunnistaa neljä eri strategiaa, joilla yritys voi hakea legitimitiettiä. Ensinnäkin, yritys voi kouluttaa ja tiedottaa olennaisia sidosryhmiä yrityksen toimista ja suorituskyvystä. Tätä strategiaa voidaan hyödyntää, kun yrityksen epäonnistunut suoriutuminen on aiheuttanut legitimitiettikuilun. Toiseksi, organisaatio voi yrittää vaikuttaa olennaisten sidosryhmien käsityksiin yrityksestä kuitenkin muuttamatta omaa toimintaansa. Tämä strategia soveltuu käytettäväksi silloin, kun yritys huomaa legitimitiettikuilun syntyneen sidosryhmien väärinkäsitysten seurauksena. Kolmanneksi, organisaatio voi yrittää manipuloida sidosryhmien käsityksiä ohjaamalla huomion pois negatiivisesta tapahtumasta ja korostaa esimerkiksi positiivisia ansioita jollain toisella toiminnan saralla. Neljänneksi, organisaatio voi yrittää muuttaa ulkoisia odotuksia, joita sidosryhmillä on sen suoriutumisesta. Yritys voi hyödyntää tätä lähestymistä, jos se kokee, että olennaisilla sidosryhmillä on epärealistisia tai vääriä odotuksia sen vastuista. (Lindblom 1994)

3.4 Teoriaosuuden yhteenveto ja tutkielmassa tehdyt valinnat

Ennen tutkielman empiriaosuuden käsittelyä, käydään vielä lyhyesti yhteen vetäen teoriaosuus läpi, jotta empiriaosuuden käsittely on mielekkäämpää. Lisäksi luvussa selvennetään

tutkielmassa tehdyt valinnat eri käsitteiden osalta. Yhteenvedo on tehty teorialukuihin 2 ja 3 pohjautuen.

Kuten luvusta 2.1 kävi ilmi, yritys vastuulle ei ole universaalia määritelmää, ja yritys vastuun ulottuvuudet vaihtelevat aina John Elkingtonin (1997) triple bottom linen kolmesta ulottuvuudesta Archie Carrollin (1979) yhteiskuntavastuun pyramidin neljään ulottuvuuteen. Tässä tutkielmassa yritys vastuulla tarkoitetaan yrityksen lainsäädännön ylittävää vastuullista liiketoimintaa, jossa huomioidaan taloudellisen suoriutumisen lisäksi yhteiskunta laajemmin sekä ympäristön hyvinvointi. Yritys vastuun käsitettä on siis lähestytty kolmen ulottuvuuden kautta, jotka ovat taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen. Vaikka yritys vastuun on määritelty lainsäädännön ylittäviksi toimiksi, on varsinkin säännellyllä vakuutus alalla myös lainsäädäntö perusteltua nähdä osana yritys vastuuta.

Kun puhutaan vakuutus yhtiön yritys vastuusta, on ensinnäkin huomioitava alan vahva sääntely. Se asettaa tietyt toimintapuitteet myös yritys vastuulle. Vakuutus yhtiöllä taloudellisen vastuun osalta korostuu ensinnäkin se, että taloudellinen vastuu ulottuu monille eri sidosryhmille. Vakuutus yhtiön tulisi palkita niin omistajia, henkilöstöä kuin asiakkaitakin eli kaikkia niitä, jotka mahdollistavat toiminnan. Tämän lisäksi vakuutus yhtiöllä on merkittävä yhteiskunnallinen rooli muun muassa harmaan talouden ja rahanpesun estämisessä sekä varallisuuden eettisessä sijoittamisessa. Eettisen sijoittamisen voidaan nähdä olevan keskeinen tekijä, sillä vakuutus yhtiöllä on merkittävä varallisuus sijoitettavanaan. Eettisen sijoittamisen tapauksessa on kuitenkin huomioitava lainsäädännön asettamat rajoitteet. Luonnollisesti myös taloudellinen kannattavuus ja vakavaraisuus korostuvat luottamukseen perustuvalla vakuutus alalla.

Sosiaalisen vastuun osalta vakuutus yhtiön toiminnassa painottuu henkilöstön hyvinvointi, sillä vakuuttaminen ja korvaus palvelu ovat pitkälti ihmisten tekemää työtä, ja henkilöstön oma harkinta on suuressa roolissa. Vakuutus ala on spesifiä, joten myös henkilöstön kouluttaminen ja osaaminen korostuvat. Henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen on myös riskienhallintaa, sillä mikäli henkilöstö ei jaksaa tai ei omaa riittävää osaamista, riski väärästä vakuuttamisesta ja korvaamisesta kasvaa. Ympäristöllinen vastuu ei vakuutus yhtiön tapauksessa ole keskeisin yritys vastuun osa-alue. Vakuutus yhtiöllä on kuitenkin tilaisuutensa ympäristön huomioimisessa, kuten esimerkiksi energia- ja materiaalitehokkuuteen tähtäävä Green Office - ympäristöjärjestelmä osoittaa. Uusinta suuntausta vastuullisuuden saralla edustaa jaetun arvon konsepti. Vakuutus alalla on suuri potentiaali jaetun arvon luomisessa, sillä lähtökohtaisesti

yhteiskunnallisten olojen ja luonnon hyvinvoinnin parantuessa myös vakuutusala hyötyy alhaisempien korvausmenojen muodossa. Tämän tutkielman pääpaino on kuitenkin yritys vastuussa, joten myös aineiston keruu keskittyy yritys vastuuseen ja sen raportointiin.

Yritysvastuuraportoinnin osalta tutkielma keskittyy yleisesti raportointiin. Yritysvastuuraportoinnilla tarkoitetaan tässä tutkielmassa yrityksen sidosryhmille muodostamaa dokumenttia, jossa käsitellään taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristöllisiä tekijöitä ja kuvataan yrityksen suoriutumista näissä kategorioissa. Yritysvastuuraportoinnilla voidaan vastata eri sidosryhmien monipuolisiin odotuksiin yritystä kohtaan. Myös vakuutusyhtiön tapauksessa yritys vastuuraportointi voidaan nähdä erittäin olennaisena asiana. Vakuutustoiminta perustuu molemminpuoliseen luottamukseen, ja yritys vastuuraportoinnilla vakuutusyhtiö voikin ylläpitää ja vankistaa luottamusta asiakkaisiinsa.

Luvussa 3 esiteltiin yritys vastuuseen olennaisesti liittyvä sidosryhmäajattelu. Sidoryhmäajattelun keskeisenä ideana on se, että osakkeenomistajien ohella myös muut sidoryhmät ovat tärkeitä yrityksen toiminnalle. Yrityksen tulisi huomioida monenlaiset intressit sen toimintaa kohtaan. On kuitenkin tärkeää tiedostaa se, että kaikki sidoryhmät eivät ole yrityksen toiminnan kannalta yhtä olennaisia. Keskinäinen Vakuutusyhtiö Turva on tunnistanut, että ammattiliitot ja niiden jäsenet ovat Turvan toiminnan kannalta yksi keskeisistä sidoryhmistä (katso luku 1.1). Tutkielman kohdesidosryhmäksi valikoitui tämän pohjalta ammattiliitot ja ammattiliittojen jäsenet. Tutkimuksen kohteena olevat sidoryhmät ovat siis Turvan asiakkaita, joista ammattiliitot ovat yritysasiakkaita ja liiton jäsenet henkilöasiakkaita. Kyseisten sidoryhmien valinta tutkielman kohderyhmäksi on mielekästä, sillä asiakkaat ovat vakuutusyhtiölle yksi keskeisimmistä sidoryhmistä, kuten luvussa 3.2.1 huomattiin. Asiakkailta on vaikutusvaltaa, heidän vaateensa ovat oikeutettuja ja vakuutusyhtiöllä on yleensä kiire vastata heidän vaateisiinsa. Keskinäisessä vakuutusyhtiössä asiakkaiden asema korostuu entisestään. On tärkeä tutkia molempia sidoryhmiä erikseen, jotta nähdään näiden kahden sidoryhmän välisiä jännitteitä, sillä kuten Chen & Roberts (2010) ja Madsen & Ulhøi (2001) tunnistavat, eri sidoryhmien intressit voivat olla ristiriidassa keskenään. Pelkkien ammattiliittojen haastattelujen pohjalta olisi ollut mahdotonta tehdä päätelmiä myös liittojen jäsenten mielipiteistä, jolloin tutkielman antikin olisi jäänyt vähäpätöisemmäksi.

4 ODOTUKSET YRITYSVASTUUTA KOHTAAN

Tutkielman empiirinen osuus alkaa tästä. Luku alkaa aineiston esittelyllä ja samalla käydään läpi, miten tutkielman aineisto on kerätty. Aineiston keruun esittelyn jälkeen esitellään aineiston analyysimenetelmät. Tämän jälkeen siirrytään tutkielmaa varten kerätyn aineiston esittämiseen. Aineiston esittäminen aloitetaan haastatteluiden läpikäymisellä. Tämän jälkeen luvun lopussa esitellään kyselyaineisto.

4.1 Aineiston esittely ja sen keruu

4.1.1 Teemahaastattelut

Tutkielman aineisto muodostuu ensisijaisesti laadullisesta aineistosta, joka kerättiin kolmella asiantuntijahaastattelulla. Haastateltavina oli yhteensä kolme asiantuntijaa kolmesta eri ammattiliitosta, jotka olivat JHL (SAK), OAJ (Akava) ja Pro (STTK). Haastatteluiden tarkoituksena oli siis kartoittaa, mitä ammattiliitot järjestöinä odottavat Turvan yritysvastuulta. Tutkielmaan valittiin yksi ammattiliitto jokaisesta keskusjärjestöstä, millä vastauksiin pyrittiin saamaan monipuolisia näkemyksiä. JHL:stä haastateltavana oli Merja Launis, joka toimii erityisasiantuntijana JHL:n yhteiskuntavaikuttamisessa. Hänen vastuualueelleen kuuluvat muun muassa EU-politiikka sekä monet yritysvastuuseen liittyvät asiat kuten verovastuullisuus, reilu kauppapolitiikka ja vastuulliset julkiset hankinnat. Merja Launis mielti etukäteen vastauksia yhdessä muiden JHL:n asiantuntijoiden kanssa, jotta vastaukset kuvastaisivat mahdollisimman hyvin ammattiliiton näkemystä. OAJ:stä haastattelun antoi järjestöpäällikkö Jenni Arnkil. Hän työskentelee OAJ:ssä järjestöpalveluiden yksikössä, jonka lisäksi Arnkil on mukana liiton vastuullisuustyössä. Ammattiliitto Prosta haastateltavana oli jäsenpalvelupäällikkö Sirpa Lappi. Lapin vastuulla ovat muun muassa jäsenedut ja vakuutukset. Haastateltaviksi pyrittiin valitsemaan henkilöitä, joilla on ymmärrys yritysvastuuseen liittyen.

Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina eli aihetta käsiteltiin ennalta määriteltyjen teemojen pohjalta. Tämän tutkielman haastattelurunko koostuu 17 kysymyksestä, jotka on jaoteltu kolmeen osa-alueeseen: yritysvastuun taustoitus ja ammattiliittojen odotukset, yritysvastuun ulottuvuudet ja yritysvastuuraportointi. Haastattelukysymykset rakennettiin teorialähtöisesti yritysvastuun teoriaan tutustumisen jälkeen. Esimerkiksi yritysvastuun

ulottuvuuksien osalta jako tehtiin puhtaasti teorian mukaisesti kolmeen ulottuvuuteen. Haastattelukysymysten laadinnassa panostettiin myös käytännönläheisyyteen, jotta tutkielmassa saataisiin kerättyä konkreettista aineistoa. Ennalta laadittu haastattelukysymysrunko ohjasi haastattelua, ja kysymykset kysyttiin melko tarkasti haastattelurungon mukaisessa järjestyksessä. Haastattelutilanteesta pyrittiin muodostamaan mahdollisimman keskusteleva ja haastateltavien annettiin vapaasti vastata omin sanoin. Tämän jälkeen tarvittaessa kysyttiin tarkentavia lisäkysymyksiä, jotta vastauksista saatiin tarkempia ja laajempia. Haastattelurunko löytyy tutkielman liitteistä (Liite 1).

Haastattelut toteutettiin maaliskuun lopun ja huhtikuun alun aikana keväällä 2020. Kaikki haastattelut tehtiin puhelimitse ja haastatteluille oli varattu aikaa yksi tunti. Haastateltaville annettiin mahdollisuus tutustua haastattelukysymyksiin etukäteen, ja haastattelukysymykset lähetettiin haastateltaville noin viikko ennen haastattelua. Tutkielman kannalta oli mielekästä lähettää kysymykset etukäteen haastateltaville, jotta he saivat valmistautua haastatteluun, sillä yritysvastuu on aiheena varsin laaja. Kaikki haastateltavat antoivat luvan käyttää nimeä ja ammattiliittoa aineiston käsittelyn osiossa. Haastateltaville annettiin mahdollisuus tarkistaa antamansa kommentit ennen tutkielman julkaisemista, jotta välttyttiin väärinkäsityksiltä. Pieniä tarkennuksia lukuun ottamatta haastateltavien kommentit säilyivät tarkistusten jälkeen sisällöltään samoina. Haastattelujen perustiedot esitetty taulukossa 1.

Taulukko 1 Teemahaastatteluiden perustiedot

Ammattiliitto	Haastattelun ajankohta	Haastateltavat	Haastattelun toteutus	Haastattelun kesto
Pro	23.3.2020	Sirpa Lappi	Puhelin	41 min
OAJ	30.3.2020	Jenni Arnkil	Puhelin	55 min
JHL	8.4.2020	Merja Launis	Puhelin	62 min

4.1.2 Kyselyt

Tutkielmassa hyödynnetään myös kvantitatiivista aineistoa, joka kerättiin kolmella internetkyselyllä. Kyselyiden kohderyhmänä olivat ammattiliittojen jäsenet. Kyselyiden tarkoituksena oli kartoittaa ammattiliittojen jäsenten odotuksia Turvan yritys vastuuseen liittyen. Kyselylomakkeiden muodostamisessa hyödynnettiin sekä yritys vastuun teoriaa että haastattelujen aineistoa, minkä vuoksi kyselylomakkeet voitiin luoda vasta haastattelujen

analysoinnin jälkeen. Kyselylomakkeet koostuivat kolmesta taustakysymyksestä (sukupuoli, ikä ja koulutusaste) ja 12 yritysvastuuta ja yritysvastuuraportointia käsittelevästä kysymyksestä/väittämästä. Kysymykset oli jaoteltu samojen teemojen mukaan kuin haastatteluissa: yritysvastuun odotukset, yritysvastuun ulottuvuudet ja yritysvastuuraportointi. Kyselylomakkeissa odotuksia käsittelevät kysymykset olivat kaikille liitoille samat. Yritysvastuun ulottuvuuksia käsittelevät kysymykset vaihtelivat liitoittain, sillä ne luotiin puhtaasti sen pohjalta, mitä haastateltavat mainitsivat haastatteluissa. Yritysvastuuraportointia käsittelevät kysymykset olivat yhtä kysymystä lukuun ottamatta samat. Vastausasteikkona hyödynnettiin Likert-asteikkoa, joka sopii hyvin mielipiteiden mittaamiseen. Kyselylomakkeet luotiin Webropol-kyselysovelluksella. Kyselyt toteutettiin yhteistyössä ammattiliittojen kanssa, jotka jakoivat valmiin kyselyn sähköisillä kanavillaan tai esimerkiksi uutiskirjeiden mukana. Kyselyyn oli aikaa vastata yksi viikko. Kyselylomake löytyy tutkielman liitteistä (liite 2).

Otoksen koko ja laatu olivat hyvin pitkälti riippuvaisia ammattiliitoista. Esimerkiksi JHL:n kanssa linkki kyselyyn lähetettiin sähköisesti uutiskirjeen mukana sähköpostiin, jonka ansiosta jakelu oli hyvin laaja. Myös Pron tapauksessa ammattiliitto suostui jakamaan kyselyn niin ikään jäsenkirjeen yhteydessä sähköpostiin. OAJ:n tapauksessa kysely jaettiin 1000 jäsenen satunnaisotokselle eli kysely tavoitti huomattavasti pienemmän jäsenmäärän. Kyselyiden toteuttamista vaikeutti koronan aiheuttamat kiireet ammattiliitoille, minkä takia kyselyiden lähettäminen viivästyi alkuperäisestä suunnitelmasta huomattavasti. Pitkään näytti jopa siltä, että kaikkia kyselyitä ei saada toteutettua akuutimpien koronakiireiden seurauksena. Vastausajan pidentäminen ei myöskään onnistunut luontevasti koronakiireiden takia. Kyselyiden perustietoja esitetty taulukossa 2.

Taulukko 2 Kyselyiden perustiedot

Ammattiliitto	Vastausaika	Kyselyn jako	Vastausmäärä (N)
Pro	3.6.–10.6.2020	Sähköinen jäsenkirje valtaosalle jäsenistä	74
JHL	10.6.–17.6.2020	Sähköinen jäsenkirje valtaosalle jäsenistä	152
OAJ	7.10.–14.10.2020	1000 jäsenen satunnaisotos	54

4.2 Aineiston analysointi

4.2.1 Kvalitatiivinen aineisto

Kvalitatiivisen haastatteluaineiston osalta aineiston analysointi lähti liikkeelle haastattelujen litteroinnilla, sillä litteroitu aineisto mahdollistaa tarkemman sisällönanalyysin hyödyntämisen. Litterointi tehtiin ensin kirjoittamalla vastaukset sanasta sanaan, jotta kaikki olennainen data tuli varmasti huomioitua. Tämän jälkeen auki kirjoitetuista haastatteluista karsittiin pois epäolennaisuudet syvällisempää analysointia varten. Siistitty aineisto luettiin läpi useampaan kertaan tekstin maalaustoimintoa hyödyntäen, jotta aineistosta saatiin riittävä kokonaiskuva.

Haastatteluiden analysoinnissa hyödynnettiin sekä teemoittelua että sisällönanalyysiä. Aluksi haastattelujen purkamisessa hyödynnettiin teemoittelua, jonka avulla kerätty aineisto järjesteltiin mielekkääksi kokonaisuudeksi johtopäätösten tekoa varten. Teemoittelu tehdään usein aineistolähtöisesti etsimällä aineistosta yhdistäviä seikkoja ja se on luonteva etenemistapa teemahaastattelun analysoimisessa. Teemoittelu voi myös noudattaa teemahaastattelurunkoa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 105) Tässä tutkielmassa teemat noudattavat pitkälti teemahaastattelun runkoa ja haastattelujen aineisto on jaettu kolmeen eri teemaan, joita käsitellään luvuissa 4.3, 4.4 ja 4.5. Nämä luvut on edelleen jaettu alalukuihin aineistosta tunnistettujen alateemojen mukaisesti. Aineiston käsittely etenee myös pitkälti haastattelurungon mukaisessa järjestyksessä. Saaranen-Kauppinen & Puusniekka (2006, 106) toteavat, että tutkimusraportissa esitellään usein teemojen käsittelyn yhteydessä sitaatteja, joita hyödynnetään myös tässä tutkielmassa. Nämä toimivat ikään kuin todisteena lukijalle, että analyysin taustalta löytyy aineisto.

Teemoittelun jälkeen haastatteluaineiston analysoinnissa hyödynnettiin sisällönanalyysiä, joka tehtiin sekä teoriaohjaavasti että teorialähtöisesti. Tuomen & Sarajärven (2018, 87–89) mukaan sisällönanalyysin tarkoituksena on kuvata dokumenttien sisältöä sanallisessa muodossa. Sisällönanalyysillä pyritään saamaan tutkittavasta aineistosta tiivistetty kuvaus, mikä mahdollistaa johtopäätösten tekemisen. Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä teoria voi Tuomen & Sarajärven (2018, 81) mukaan toimia apuna, mutta analyysi ei pohjautu suoraan teoriaan. Ensimmäiseen päätutkimusongelmaan ja toiseen alatutkimusongelmaan liittyvän aineiston analysoinnissa hyödynnettiin yritysvastuun ja yritysvastuuraportoinnin teoriaa, mutta aineiston analyysi eteni aineiston ehdoilla. Käytännössä vastauksia siis peilattiin teoreettisessa osuudessa kuvailtuun yritysvastuun teoriaan, mutta analysoinnin pääpainona oli löytää

ammattiliittojen aitoja odotuksia juuri vakuutusyhtiö Turvaa kohtaan. Yritysvastuun ulottuvuuksien osalta analyysi oli puolestaan enemmän teorialähtöinen. Tuomen & Sarajärven (2018, 82) mukaan teorialähtöisessä analyysissä analyysiä ohjaa aikaisempaan tietoon perustuva teoria, kehys tai malli. Tässä tutkielmassa yritys vastuu jaettiin aikaisempaan tietoon perustuen kolmeen ulottuvuuteen, ja haastateltavien tuli pohtia vastauksiaan suhteessa tähän jakoon eli haastateltaville ei annettu mahdollisuutta miettiä ulottuvuuksia toisella tapaa. Myös ulottuvuuksien analysointi peilasi puhtaasti yritys vastuun kolmeen ulottuvuuteen. Näitä lähestymistapoja hyödyntäen aineistosta pyrittiin löytämään tiivistetysti kaikki tutkielman kannalta olennaisimmat asiat.

4.2.2 Kvantitatiivinen aineisto

Kvantitatiivisen aineiston osalta analysointi lähti liikkeelle raakadatan läpikäymisellä. Kyselyaineisto saatiin Webropolista raakadatan eli jalostamattomassa muodossa. Kyselyiden data käytiin aluksi huolellisesti läpi, ja lomakkeet tarkistettiin yksitellen, jonka jälkeen data syötettiin IBM SPSS Statistics -ohjelmaan analyysia varten. Aineistoa jatkojalostettiin joiltain osin ja esimerkiksi syntymävuoden pohjalta luotiin ikäluokkia ja koulutusasteen pohjalta luotiin karkeampia koulutusluokkia. Tässä vaiheessa tehtiin myös päätökset puuttuvien havaintojen osalta, joita aineistossa esiintyi joitakin. Vaikka vastausmäärät jäivät valitettavan alhaisiksi, tutkielman kvantitatiivinen aineisto oli pääosin laadultaan hyvää ja vastaajat olivat vastanneet kaikkiin kysymyksiin. Yksittäisiltä havaintoyksiköiltä saattoi kuitenkin puuttua vastaus yhden muuttujan osalta. Vilkan (2007, 108) mukaan yksinkertaisin tapa puuttuvien muuttujien käsittelyyn on poistaa kaikki ne havaintoyksiköt, jotka ovat missä tahansa muuttujassa antaneet puutteellisia tietoja. Tässä tutkielmassa Vilkan mainitsema lähestymistapa ei aineiston pienuuden takia ollut mielekäs. Puuttuvien havaintojen osalta päädyttiin siihen, että yksittäiset puuttuvat havainnot jätettiin analyysistä pois yksittäisen kysymyksen osalta. Jos esimerkiksi havaintoyksikkö oli täyttänyt kaikki muut kohdat asianmukaisesti, mutta jättänyt vastaamatta yhteen kysymykseen, ei ollut mielekäs poistaa havaintoyksikköä kokonaan aineistosta.

Koska kyselyaineiston tarkoituksena oli kartoittaa ammattiliittojen jäsenten odotuksia ja näkemyksiä Turvan yritys vastuuta kohtaan, kvantitatiivisen kyselyaineiston analysoinnissa hyödynnettiin pääosin kuvailevaa tilastollista analyysia, jonka avulla voidaan kuvailla

ilmiöiden luonnetta. Kyselylomakkeiden analysoinnissa hyödynnettiin jakaumia ja tunnuslukuja, joilla Vilkan (2007, 120) mukaan voidaan esittää tietoa muun muassa yrityksen asiakkaiden mielipiteistä ja asenteista. Näin oli mahdollista muodostaa näkemys ammattiliittojen jäsenten odotuksista ja vertailla liitojen jäsenten mielipiteitä haastatteluissa ilmi tulleisiin ammattiliiton mielipiteisiin. Kuvailevan analyysin ohella tehtiin myös selittävää analyysia, jolla voidaan tarkemmin analysoida kahden muuttujan välistä riippuvuutta (Vilka 2007, 119). Selittävässä analyysissa tarkasteltiin kaikkia vastaajia yhtenä ryhmänä ja sitä, miten taustamuuttujat, kuten ikä ja sukupuoli, mahdollisesti vaikuttavat vastauksiin. Tämä selittävä tarkastelu tehtiin hyödyntämällä ristiintaulukointia. Kyselyiden tuloksia ja vertailua käydään läpi luvussa 4.6.

4.3 Aihepiirin taustoitus ja ammattiliittojen odotukset

Haastattelun ensimmäisessä osiossa käydään läpi aihepiirin taustoitusta ja ammattiliittojen odotuksia Turvan yritys vastuuta kohtaan. Haastatteluissa selvitettiin aluksi yritys vastuun merkitystä ammattiliitoille. Tämän jälkeen kysyttiin yritys vastuun tärkeydestä vakuutus alalla. Loput kysymykset kartoittivat ammattiliittojen odotuksia Turvan yritys vastuuta kohtaan. Tämän osion aineisto koostuu haastateltavien vastauksista haastattelurungon kysymyksiin 1–6.

4.3.1 Aihepiirin taustoitus

Haastattelut aloitettiin aihepiirin taustoituksella. Haastateltavilta kysyttiin, mitä yritys vastuu merkitsee ammattiliitoille. Kaikki haastateltavat totesivat, että yritys vastuu on ammattiliitolle tärkeä arvo ja haastatteluissa kävi ilmi, että vastuullisuus ilmenee monissa eri toiminnoissa. Haastatteluissa nousi esiin yhteisenä teemana jäsenten asioiden hoitaminen ja ay-oikeuksista huolehtiminen työpaikoilla. Tämä oli varsin odotettavaa, sillä onhan ammattiliittojen tehtävä pyrkiä parantamaan työntekijöidensä työehtoja. Keskusteluissa nousi myös monia muita teemoja vastuullisuuden merkityksestä, kuten yhteiskunnallinen vaikuttaminen, vastuullinen veronmaksu ja vastuu alihankintaketjuista ja kumppaneista. OAJ:lla vastuullisuus on nousemassa jopa yhdeksi strategian keskeiseksi arvoksi.

”Vastuullisuus on meille tärkeä arvo. Me ollaan uudistamassa meidän strategiaa tänä keväänä. Ollaan tehty sitä yhteistyössä jäsenten ja yhdistysaktiivien ja toimiston väen kanssa, ja siinä selkeästi on nousemassa vastuullisuus yhdeksi keskeiseksi arvoksi. Se on toki ollut sitä aikaisemminkin, mutta tulee olemaan strategiassa vielä voimakkaampana, kun aikaisemmin” – Jenni Arnkil (OAJ)

Kysyttäessä miten haastateltavat uskovat liiton näkemyksen kuvastavan yksittäisten liiton jäsenten näkemystä, kaikki haastateltavat totesivat uskovansa, että liiton näkemys kuvastaa myös yksittäisen jäsenen näkemystä yritysvastuusta. OAJ:n Arnkil kuitenkin totesi, että näkemys ei välttämättä kuvasta kaikkien 117 000 jäsenen mielipidettä. Kaikki ammattiliitot tekevät jäsentutkimusta ja jäsenkyselyitä, joista löytyy aihepiiriä sivuavia kysymyksiä, mutta yksikään ammattiliitto ei suoraan kysy jäseniltään yritysvastuusta tai vastuullisuudesta. JHL:n Launiksen mukaan vastuullinen toiminta saa kannatusta, mutta ”ongelmana” on se, että sitä ei välttämättä osata nimetä. Launiksen mukaan yritysvastuu tai yhteiskuntavastuu on pikemminkin asiantuntijapiirien ja kansalaisjärjestöjen käyttämä termi.

”Joo ilman muuta, jos meidän jäseniltä kysytään verovälittelystä, ja että siihen tarvitaan kovempia toimia tai ihmetellään, että miksi vuokratyöfirmat välittelevät työehtojen noudattamista tai dumppaa palkkoja, niin ilman muuta tällaiset saa vastakaikua ja tunnustetaan, mutta niitä ei välttämättä juuri kutsuta yhteiskuntavastuuksi tai yritysvastuullisuudeksi” – Merja Launis (JHL)

Haastatteluissa tuli myös ilmi, että liittojen toiminta itsessään noudattaa yritysvastuuta, joten jäsenkyselyissä väkisinkin kysytään teemaan liittyviä kysymyksiä. Voi siis olla, että termejä ei käytetä, sillä ne koetaan hankaliksi jäsenten keskuudessa, joilla ei ole syvällisempää ymmärrystä aihepiiristä.

Seuraavaksi haastateltavilta kysyttiin yritysvastuun tärkeydestä vakuutuslalla. Haastatteluista kävi ilmi, että yritysvastuu nähdään tärkeänä vakuutuslalla. Pron Lappi totesi, että Prolle on erittäin tärkeää esimerkiksi se, että heidän kumppaninsa toimii vastuullisella tavalla.

”Kyllä yritysvastuu minun mielestäni on tärkeää vakuutuslalla. Just sen takia, kun jäsenten vakuutukset ovat yksi merkittävimmistä jäseneduista. Sen takia on tärkeää, koska se on liitolle myös iso rahallinen satsaus, että yhteistyökumppani toimii vastuullisesti. Me emme esimerkiksi ottaisi kilpailutukseen mukaan sellaista yhtiötä, joka ei toimi vastuullisesti.” – Sirpa Lappi (Pro)

OAJ:n Arnkilin mukaan yritysvastuun tärkeys ilmenee vakuutusosalalla monessakin asiassa. Arnkil painotti, että vakuutusosalalla on merkittävä taloudellinen vastuu. Vakuutusyhtiöiden tulee toimia niin, että vakuutuksenottajien varat ovat turvassa ja vahingon sattuessa saavat heille kuuluvat korvaukset.

”Kun puhutaan vakuutusalasta, niin me tietysti halutaan olla varmoja siitä, että se vakuutusyhtiö, jonka kanssa tehdään yhteistyötä, niin toimii taloudellisesti vastuullisesti, että ei tule mitään yllätyksiä vastaan toiminnan taloudellisessa pohjassa ja meidän jäsenet, kun he apua tarvitsevat, niin sitä saavat.” – Jenni Arnkil (OAJ)

Taloudellinen menestyminen tulee saavuttaa vastuullisella tavalla eli taloudellista tulosta ei saa tehdä kumppanien tai henkilöstön kustannuksella, vaan kaiken toiminnan tulee pohjautua vastuullisuuteen. Arnkil myös painotti asiakaspalvelun merkitystä vakuutusosalalla ja hänen mielestä asiakaspalvelulähtöisyys on vastuullisuutta parhaimmillaan.

JHL:n Launis puolestaan painotti vastuullista veronmaksua. Hän mainitsi vakuutusalan vastuullisuuteen liittyen vakuutuskuoret, jotka mahdollistavat aggressiivisen verosuunnittelun tai jopa suoranaisen veronkierron. Lisäksi Launis koki, että vakuutusyhtiöillä on oma erityinen roolinsa talousrikosten ja rahanpesun estämisessä. Tämän merkittävydestä kertoo se, että kyseinen tavoite löytyy myös nykyisestä hallitusohjelmasta. Yritysvastuuta pidetään tärkeänä vakuutusosalalla, mutta tärkeys painottui ensisijaisesti ammattiliiton ja vakuutusyhtiön yhteistyön kannalta.

4.3.2 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan

Seuraavaksi käsitellään ammattiliittojen odotuksia Turvan toimintaa kohtaan. Haastatteluisia kävi ilmi, että jokainen ammattiliitto odottaa Turvalta vastuullisuutta ja haastattelujen perusteella se on erittäin merkittävä kriteeri yhteistyökumppanin valinnan kannalta. Pron Lapin mukaan Turvan vastuullisuuteen liittyy ensinnäkin se, että henkilöstöä kohdellaan hyvin. Henkilöstöä tulee kouluttaa, heille tulee maksaa palkat asianmukaisesti ja tarjota turvallinen työpaikka. Lappi mainitsi myös alueellisen työllistämisen hienona ja vastuullisena tapana toimia, ja hänen mielestään Turva kantaakin ansiokkaasti oman osuutensa tässä, sillä Turvalla on edelleen konttoreita ympäri Suomen.

OAJ:n Arnkil sen sijaan painotti Turvan vastuuta yhteistyökumppaneille, joihin hän katsoo OAJ:nkin kuuluvan. Hänen mielestään on tärkeää, että Turva hoitaa yhteyksiä kumppaneiden

suuntaan ja kertoo avoimesti toiminnan tilanteesta sekä mahdollisista haasteista, joita toiminnassa kohdataan. Turvalta siis odotetaan riittävää läpinäkyvyyttä kumppaneidensa suuntaan sekä toiminnan että yhteydenpidon osalta. Riittävä yhteydenpito takaa sen, että OAJ pysyy ajan tasalla Turvan tilanteesta. Arnkil totesi, että asia on toiminut tähän mennessä todella hyvin ja toivoo sen jatkuvan näin myös tulevaisuudessa.

JHL on yksi Turvan takuupääoman omistajista, mikä näkyi myös odotuksissa Turvan yritys vastuuta kohtaan. Launiksen mukaan on tärkeää, että Turva huolehtii omistajiensa pääomasta ja painotti vastuullisuudessa myös mainenäkökulmaa.

”Tietysti se, että siellä on meidän jäsenten varoja tavallaan sijoitettuna eli niistä pitää huolehtia hyvin, ja kun me ollaan siellä tämmöinen omistajajäsen, niin siinä on myös liiton maine kyseessä. Kyllähän siellä kaikkien 16 ammattiliiton + SAK:n maine tahriintuu, jos Turvan maine tahriintuu. Kyllä mediassa aina ne omistajat kaivetaan esiin. Se on tavallaan sellainen varoista huolehtiminen ja mainenäkökulma” – Merja Launis (JHL)

Launis toivoi myös, että Turvan vastuullisuustyö näkyisi oikeina toimina eikä vain julkisuuskuvan kiillottamisena. Ei siis riitä, että nettisivuille laitetaan hienoja PowerPoint-kuvia ja selostuksia yritys vastuusta. Kaikki lähtee liikkeelle toiminnasta.

Seuraavaksi haastateltavilta kysyttiin, ulottuuko Turvan yritys vastuu myös kumppanitoimintaan. Ammattiliitot olivat yksimielisiä siitä, että vastuullisuuden tulee ulottua sekä kumppaneihin että koko hankintaketjuun. Pron Lapin mukaan heille olisi tärkeää tietää, millaisia alihankintaketjuja Turvalla on ja painotti, että kaikkien ketjun osallisten tulee toimia vastuullisella tavalla. Lapille oli kuitenkin epäselvää, millaisia kumppanuuksia tai alihankintaketjuja vakuutusyhtiöllä voi olla. Haastattelussa käytettiin esimerkkinä kumppanikorjaamoja ja -hinausyriytyksiä, jotka liittyvät vakuutusyhtiön ajoneuvokorvauspalveluun olennaisella tavalla. Esimerkki havainnollisti Lapille kumppaneiden merkityksen vakuutusyhtiössä ja Lappi totesi, että esimerkiksi kumppanikorjaamoiden tulee olla vastuullisia. Myös mainenäkökulma tuli haastattelussa esiin, ja Lappi totesi, että Pron brändi voi vahingoittua alihankintaketjujen häiriöiden seurauksena.

”Meille on tietysti just se nimenomaan tärkeätä, kun me valvomme työehtoja, työoloja ja työhyvinvointia niin, että jos siellä ketjussa on jotain poikkeamia, niin se vahingoittaa myös Pron brändiä. Silläkin on iso merkitys ja sen takia on tärkeää, että koko ketju toimii vastuullisesti.” – Sirpa Lappi (Pro)

OAJ:n Arnkil puolestaan näki kumppanitoiminnassa tärkeänä myös sen, että kumppaneita kohdellaan vastuullisesti. Sen lisäksi, että hankintaketjujen ja kumppanien tulee toimia vastuullisesti, niin myös vakuutusyhtiön tulee toimia vastuullisesti kumppaneitaan kohtaan. Arnkilin mukaan vakuutusyhtiön taloudellisen vahvuuden tulee pohjautua vastuulliseen toimintaan.

”Ei saa olla mitään sellaisia kumppanuuksia tai ikään kuin ei saa repiä kenenkään selkänahasta sitä taloudellista vahvuutta. Pitää olla hankintaketjut kunnossa ihan sinne kaikille tasoille.” – Jenni Arnkil (OAJ)

JHL:n Launis oli niin ikään samoilla linjoilla, että yritys vastuun tulee ulottua kumppanitoimintaan, mutta Lapin tavoin hänellekin oli epäselvää, minkälaisia kumppanuuksia vakuutusyhtiöllä voisi olla. Launis kertoi etsineensä Turvan nettisivuilta tietoa asiasta, mutta tuloksetta. Haastattelutilanteessa käytettiin jälleen kerran esimerkkinä kumppanikorjaamoita ja -hinausyrityksiä. Launis totesi, että kyseiset kumppanuudet tuovat jo aitoa riskielementtiä toimintaan, sillä kyseisissä yrityksissä voi esiintyä valvomatonta alihankintaa tai esimerkiksi monikansallista pääomaomistusta ja veronkiertoa.

”Siinä onkin aikamoinen valvominen itse asiassa, koska mikään ei ole helpompaa, kun jonkun korjaamon tai autovuokraamon ottaa alihankintana sitten joku baltialainen hikipaja tai jotain tämmöistä siihen ketjuun mukaan. Ja silloin ollaan jo riskialueella.” – Merja Launis (JHL)

Launis myös toivoi, että Turva kertoisi enemmän kumppaneiden valinnan prosessista: millä kriteereillä kumppaneita valitaan ja miten kumppaneiden toimintaa seurataan ja valvotaan. Launoksen mukaan olisi tärkeä jossain määrin valvoa kumppaneiden toimintaa.

Viimeisenä ensimmäisen osion kysymyksenä haastateltavilta kysyttiin, tulisiko Turvan panostaa resursseja myös riskien ennaltaehkäisyyn. Kysymys liittyy jaetun yhteisen arvon käsitteeseen, jota selitettiin tarkemmin teoriaosuuden luvuissa 2.1 ja 2.2.4. Haastattelutilanteessa haastateltaville selitettiin lyhyesti jaetun arvon käsite ja selvennettiin, mitä kysymyksellä haetaan. Jaetun arvon käsitettä avattiin pääpiirteittäin näin: ”Lyhyesti kuvattuna jaetussa arvossa on kyse siitä, että taloudellinen lisäarvo yritykselle ja sen omistajille luodaan niin, että lisäarvoa syntyy myös ympäröivälle yhteiskunnalle. Vakuutuslalla on mahdollisuus muuttua passiivisesta korvausten maksajasta aktiiviseksi toimijaksi, jolloin vakuutusyhtiöt ennakoivat, ehkäisevät ja vähentävät yhteiskunnallisia riskejä. Yksi keino tämän roolin toteuttamiseen on informoida asiakkaita erilaisista vaaroista, ja niiden aiheuttamista

riskeistä ihmisille ja heidän omaisuudelleen ja opettaa, kuinka tyypillisimpiä vahinkoja voidaan torjua.” Kaikissa haastatteluissa kävi ilmi, että jaetun arvon käsite on vieras ja vastauksia joutui pohtimaan hieman enemmän.

Haastateltavat olivat kuitenkin yksimielisiä siitä, että mahdollisuuksien mukaan ennaltaehkäisyyn voisi panostaa resursseja. JHL:n Launis muun muassa totesi, että tämänkaltainen toiminta hyödyttää asiakasta, mutta se hyödyttää myös vakuutusyhtiötä, mikäli korvauksia maksetaan vähemmän ennaltaehkäisevän toiminnan ansiosta. OAJ:n Arnkil oli samaa mieltä, mutta huomautti, että ennaltaehkäisyn tulisi kuitenkin olla tukitoiminto.

”Olisi ehkä ihan hyvä ja tervetullutta, mutta ehdottomasti tukitoimintotyyppisenä. Ydintoiminnon pitää olla korvausten maksamisessa, mutta totta kai sitten uskon, että vakuutusyhtiönkin intresseissä on sellainen ennalta ehkäisevän roolin kasvattaminen, silloin tietysti tavoitteena on se, että korvauksia joudutaan maksamaan vähän vähemmän, jos ihmiset huomioivat ainakin ne sellaiset kaikista selkeimmät asiat, joita itse voi tehdä. Jos on mahdollista panostaa myös ennalta ehkäisevään rooliin ilman, että korvauspalvelu kärsii, niin ilman muuta.” – Jenni Arnkil (OAJ)

4.4 Yritysvastuun ulottuvuudet

Seuraavaksi käsitellään yritysvastuun ulottuvuuksia ammattiliittojen vastausten pohjalta. Aineisto koostuu ammattiliittojen vastauksista haastattelurungon kysymyksiin 7–10. Haastattelulomakkeessa yritysvastuun ulottuvuudet oli jaettu taloudelliseen, ympäristölliseen ja sosiaaliseen vastuuseen, joten ulottuvuudet tulivat haastateltaville annettuina. Haastateltavia pyydettiin nimeämään kustakin ulottuvuudesta noin kolme tekijää, jotka heidän mukaansa ovat tärkeimpiä Turvan toiminnassa. Pelkän nimeämisen lisäksi haastateltavia pyydettiin myös lyhyesti perustelemaan valintansa.

4.4.1 Taloudellinen vastuu

Ensimmäisenä haastateltavilta kysyttiin taloudellisesta vastuusta. Pron Lapin mukaan kaikista tärkein tekijä Prolle Turvan taloudellisen vastuun osalta on, että henkilöstön palkat maksetaan

työehtosopimusten mukaisesti. Henkilöstön palkkojen ohella haastattelussa nousi esiin vastuullinen veronmaksu, joka Lapin mukaan on tärkeä tekijä, vaikka totesikin sen ehkä olevan itsestäänselvyys. Kolmantena tekijänä Lappi mainitsi alueellisen työllistämisen, jonka hän kokee olevan vastuullinen tapa toimia. Toimipisteet ympäri Suomen luovat parhaimmillaan työpaikkoja ja lisäksi yritys maksaa toiminnastaan yhteisöveroa kunnalle. Alueellisella työllistämisellä on siis sekä suoria, että välillisiä taloudellisia vaikutuksia. Viimeisenä tekijänä Lappi mainitsi harmaan talouden torjumisen ja rahanpesun estämisen.

”Tämä alueellinen työllistäminen, kun Turvan pääkonttori on Tampereella ja sitten toimipisteitä on ympäri Suomea, niin minusta sekin on sellainen hieno ja vastuullinen tapa toimia.” Sirpa Lappi (Pro)

OAJ:n Arnkil totesi, että taloudellinen vakaus on selvästi tärkein tekijä, josta Turvan tulee huolehtia. Vakuutusyhtiöltä tulee löytyä maksukykyä kaikissa tilanteissa. Vaikka taloudellinen vakaus on tärkeä, Arnkil kuitenkin huomautti, että taloudellisen vakauden tulee pohjautua vastuulliseen toimintaan kokonaisuudessaan. Taloudellista vakautta ei siis tule hankkia esimerkiksi riistämällä työntekijöitä tai kumppaneita tai siten, että yhtiö sijoittaa pääomansa eettisesti kestävämpiin kohteisiin. Arnkil toi haastattelussa esille tärkeänä tekijänä myös harmaan talouden ja korruption torjumisen ja totesi niidenkin liittyvän olennaisesti taloudelliseen vakauteen. Arnkilin mukaan taloudellista vakautta ei saa ylläpitää tai hankkia tukemalla esimerkiksi harmaata taloutta. Kolmantena isona tekijänä Arnkil painotti varautumista ja ennakoimista, jotta vakuutusyhtiö pysyy pystyssä ja maksukykyisenä vaikeinakin aikoina. Arnkilin edellä mainitsema varautuminen vaikeita aikoja varten voidaan vakuutusyhtiön tapauksessa ymmärtää riittävänä vakavaraisuutena.

”Kyllä niinkun taloudellisen vastuun puolelta toi, mistä aikaisemmin puhuin, että huolehditaan siitä, että vakuutusyhtiö on taloudellisesti vakaa, ja se vakaus perustuu vastuulliseen toimintaan kaiken kaikkiaan ja sitä kautta sitten se maksukyky asiakkaille säilyy, niin se on taloudellisen vastuun ihan semmoinen ykköstekijä. Mutta aika pian sen jälkeen tulee sitten se, että sen taloudellisen vakauden pitää tietysti pohjata vastuulliseen toimintaan kokonaisuudessaan. Myös semmoinen ennakoivuus, että ollaan varauduttu, että mitä tahansa voi tapahtua, esimerkkinä tällainen koronapandemia tai mitä tahansa muuta, että taloudellinen vakaus tarkoittaa myös ennakoivaa vakautta” – Jenni Arnkil (OAJ)

JHL:n Launiksen mukaan taloudellisen vastuun tärkeimpiä tekijöitä Turvan toiminnassa ovat ensinnäkin talousraportointi. Launiksen mukaan talousraporttien tulisi olla niin selkokielisiä, että asiakkaat pystyisivät lukemaan tili- ja taloustietoja ilman talousalan koulutustakin. Tämä taas mahdollistaisi sen, että asiakkailla on parempi ymmärrys yrityksen toiminnasta. Toisena tekijänä Launis mainitsi eettisen sijoittamisen, jossa on Launiksen mukaan omat haasteensa. Toisessa vaakakupissa on mahdollisimman suuri tuotto ja toisessa vaakakupissa taas paine eettiseen ja vastuulliseen varojen sijoittamiseen. Kolmantena tekijänä Launis mainitsi, että riskienhallinnan tulee olla kunnossa, jotta omistajien omaisuutta ei aseteta vaaraan. Riskienhallintaan liittyy olennaisesti esimerkiksi vakavaraisuus, eli huolehtiminen siitä, että vakuutusyhtiöllä löytyy taloudellista puskuria ja täten kykyä selviytyä epävarmoissakin tilanteissa.

4.4.2 Ympäristövastuu

Taloudellisen vastuun jälkeen haastattelussa käsiteltiin ympäristöllistä ulottuvuutta. Haastatteluista kävi ilmi, että ammattiliitot pitävät ympäristövastuuta kyllä tärkeänä Turvan toiminnassa, mutta ympäristövastuu ei vakuutusyhtiöllä ole olennaisin ulottuvuus. Pron Lappi listasi ensimmäisenä konkreettisia keinoja ympäristöllisen vastuun toteuttamiseen, muun muassa turhan paperipostin ja -esitteiden karsiminen sekä sähköisten palvelukanavien hyödyntäminen. Haastattelussa käytiin tämän jälkeen keskustellen läpi Green Office -toimenpiteitä, joilla tähdätään toimistotyössä työpaikan hiilijalanjäljen pienentämiseen ja luonnonvarojen kestäväan kuluttamiseen. Lappi totesi pitävänsä yleiseen materiaali- ja energiatehokkuuteen tähtäävää Green Office -ympäristöjärjestelmää hyvänä asiana, vaikka ei itse tullutkaan ajatelleeksi asiaa. Huomionarvoista on, että vaikka Lappi näki turhan paperipostin karsimisen hyvänä asiana, hän huomautti, että toisaalta paperipostilla on työllistämisaikutus, joka Pron ammattiliittona tulee ottaa huomioon.

”Ei turhaan paperia, koska se kuormittaa. Toisaalta mietin sitäkin, että Suomi elää metsästä, meillä on metsäteollisuudessa jäseniä ja meillä on myös Postissa jäseniä, että siinä on toisaalta se työllistämisaikutus. Sanotaan nyt näin, että ei kuormitettaisi ainakaan turhaan luontoa niillä papereilla ja sähköisiä palveluita käytettäisiin mahdollisimman paljon eikä ihan turhaan lähetettäisi kuitenkaan postia. Ei se nykypäivää enää ole muutoinkaan” – Sirpa Lappi (Pro)

Tämän lisäksi esiin nousi lisää konkreettisia keinoja ympäristöllisen vastuun toteuttamiseen, kuten turhan matkustamisen karsiminen ja etätaapaamisten suosiminen. Lappi piti molempia edellä mainittuja tekijöitä tärkeinä.

OAJ:n Arnkil painotti ensimmäisenä tekijänä ympäristövastuussa ilmastovaikutusten huomioimista.

”Tässä on äärimmäisen tärkeää se, että ilmastovaikutukset huomioidaan kaikessa toiminnassa. Että millä tavalla Turva pystyy omalta osaltaan kantamaan kortensa kekoon ilmastonmuutoksen vastaisessa työssä, niin on äärimmäisen tärkeää” – Jenni Arnkil (OAJ)

Arnkil totesi perään, että hän ei osaa sanoa, millä keinoilla Turva voi kantaa kortensa kekoon ilmastonmuutoksen vastaisessa työssä, vaan keinot Turvan on määriteltävä itse. Seuraavana tekijänä Arnkil mainitsi ekologisen hankinnan. Toiveena on, että Turva huomioisi aina ympäristövaikutukset, kun se hankkii tuotteita tai palveluita, sillä ympäristövaikutukset ovat hyvin keskeisiä tuotantoketjuissa. Arnkil toteaa, että hankinnan ympäristövaikutuksiin sisältyy hyvin monenlaisia tekijöitä, kuten raaka-aineet, tuotantopaikat, kuljetuskustannukset, pakkauskustannukset, tuotteen käyttöikä sekä tuotteen elinkaari. Kyseessä on siis laaja kokonaisuus, jossa on Arnkilin mukaan Turvallakin on varmasti vielä parantamisen varaa.

”Ja se [vastuullinen hankinta] on ehkä semmoinen, jossa minä uskon, että Turvalla on vielä myöskin työtä tehtävänä. Ei niin, että tilanne olisi ollenkaan huono, mutta luulen että siinä meillä kaikilla on aika paljon vielä kyllä skarpattavaa, sekä yrityksillä että yhteisöillä. Että tehdään mahdollisimman ekologisia valintoja.” – Jenni Arnkil (OAJ)

JHL:n Launis mainitsi ensimmäisenä tekijänä toiminnan ympäristövaikutusten arvioinnin. Ympäristövaikutusten arviointi on Launoksen mukaan yleinen käsite, joka koskee laajasti kaikkea toimintaa. Hän ei heti osannut sanoa, mitä toiminnan ympäristövaikutusten arviointi voisi käytännössä olla Turvan kohdalla, mutta lyhyen keskustelun jälkeen Launikselle tuli mieleen esimerkki kumppanikorjaamoista. Hän totesi, että ympäristövaikutusten arviointi liittyy olennaisesti myös kumppaneiden palveluiden käyttöön. Seuraavana Launis mainitsi Green Office -ympäristöjärjestelmän, johon kuuluu muun muassa omien toimipisteiden kierrätys sekä energiatehokkaat ratkaisut omissa kiinteistöissä. Kaikki haastateltavat totesivat, että heidän oli vaikea keksiä joko ympäristövastuun tekijöitä tai vakuutusyhtiön ympäristövastuun käytännön toimenpiteitä, mikä kuvastaa mahdollisesti sitä, että ympäristöön liittyvät asiat eivät ole keskeisimpiä vakuutusyhtiön yritysvastuun kannalta.

4.4.3 Sosiaalinen vastuu

Viimeisenä yritys vastuun ulottuvuutena käytiin läpi sosiaalista vastuuta. Pron Lappi mainitsi ensimmäisenä sosiaalisen vastuun tekijänä vastuun omasta henkilöstöstä. Henkilöstön hyvinvoinnista tulee huolehtia, palkkojen tulee olla asianmukaisia ja henkilöstölle tulee tarjota mahdollisuuksia oman osaamisen kehittämiseen. Henkilöstöstä huolehtimisen ohella Lappi mainitsee tärkeäksi vastuullisuuden hankintaketjuissa. Hänen mukaansa on tärkeää huolehtia, että koko alihankintaketju ja Turvan omat kumppanit toimivat myös vastuullisesti.

OAJ:n Arnkil totesi, että tärkeimmät tekijät sosiaalisen vastuun ulottuvuudessa ovat ehdottomasti omasta henkilöstöstä huolehtiminen sekä asiakaslähtöisyys ja asiakaspalvelu.

”Tässä tulee vastaan tietysti niinkun meille sellainen ihan ydinasia, että se vastuu henkilöstöstä (palkkaus, työolosuhteet, osaamisen kehittäminen, yt-menettelyt, työhyvinvointi) ja asiakkaista on tietysti ihan äärimmäisen tärkeää tämäntyyppisessä palvelussa. Asiakaslähtöisyys ja asiakaspalvelu ja niistä vastuun kantaminen, niin sehän on totta kai siinä päivittäisessä työssä ihan kaiken A ja O omasta henkilöstöstä huolehtimisen ohella.” – Jenni Arnkil (OAJ)

Arnkil jopa mainitsi, että mikäli henkilöstöstä ja asiakkaista huolehtiminen ei ole kunnossa, niin silloin yksikään yritys ei voi väittää toimivansa vastuullisesti, vaikka muut osa-alueet olisivat kunnossa. Seuraavana tekijänä Arnkil mainitsi eettisten valintojen tekemisen yhteistyökumppaneiden valinnassa ja hankinnoissa. Hankinnoissa tulisi ottaa huomioon, millä tavalla tuotteet on tuotettu ja hankintojen taustalla tulisi ylipäättään olla eettinen toiminta. Alihankintaketjujen ja kumppaneiden osalta olisi tärkeä ottaa huomioon esimerkiksi työntekijöiden asema ja työolot, joissa alihankkijoiden työntekijät työtään tekevät. Arnkil mainitsi myös, että alihankkijoiden taloudellista voittoa voi suhteuttaa työntekijöille maksettuihin palkkoihin, mikä voi antaa osviittaa alihankkijoiden toiminnasta.

JHL:n Launiksella painottuivat pitkälti samat asiat kuin Lapilla ja Arnkililläkin. Ensimmäisenä tekijänä Launis mainitsi asiakkaista huolehtimisen. Turvan vakuutus on Launiksella mukaan JHL:n jäsenille tärkeä jäsenetu ja Launis toivoi, että asiakkaista huolehditaan hankalissakin tilanteissa asiakaspalvelulähtöisesti.

”Sosiaaliseen vastuuseen laitoin asiakkaista huolehtimisen, kun vakuutus on tärkeä jäsenetu meidänkin jäsenille, jotka ovat hyvin suurilta osin pienipalkkaisissa työtehtävissä – – että jäsenemme eivät jää yksin hankaliin tilanteisiin.” – Merja Launis (JHL)

Toisena Launis mainitsi Turvan omasta henkilöstöstä huolehtimisen, johon hän luetteli muun muassa henkilöstön kouluttamisen, reilun palkkauksen ja työhyvinvoinnista huolehtimisen. Ay-liikkeen näkökulmasta tämä on erittäin tärkeää. Kolmantena tekijänä Launis mainitsi kumppaneihin ja alihankintaketjuihin ulottuvan vastuullisuuden, jonka pitää olla läsnä kaikissa tavaroiden ja palvelujen hankinnoissa. Sosiaalisen vastuun osalta kaikissa haastatteluissa painottuivat siis selkeästi henkilöstöstä ja asiakkaista huolehtiminen, mikä on ammattiliitoille ymmärrettävä lähestymiskanta. Kaikki ammattiliitot myös painottivat vastuullisen hankinnan ja kumppanitoiminnan tärkeyttä.

4.4.4 Yritysvastuun ulottuvuuksien priorisointi

Viimeinen kysymys yritysvastuun ulottuvuuksista käsitteli ulottuvuuksien priorisointia. Haastateltavia pyydettiin pohtimaan, mikä ulottuvuuksista on tärkein Turvan toiminnassa. Haastateltaville annettiin mahdollisuus valita muutamia tekijöitä, mikäli he kokivat yhden ulottuvuuden valitsemisen hankalaksi. Pienen pohdinnan jälkeen Pron Lappi päätyi siihen, että Turvan toiminnassa taloudellinen vastuu on tärkein, sillä se sisältää niin olennaiset tekijät, kuten vastuullisen palkkojen ja verojen maksun, harmaan talouden torjumisen ja rahanpesun estämisen. Lappi näki sosiaalisen vastuun olevan toiseksi tärkein ja ympäristöllisen vastuun kolmanneksi tärkein.

OAJ:n Arnkil totesi, että ei ole mielekästä valita yhtä tärkeintä ulottuvuutta, sillä vastuullisuus on laaja kokonaisuus ja useamman asian pitää olla kunnossa. Arnkil totesi, että tärkeintä Turvan toiminnassa on huolehtia kolmesta asiasta, jotka ovat taloudellinen vakavaraisuus, henkilöstöstä huolehtiminen ja asiakkaista huolehtiminen. Vastauksessa painottui siis sekä taloudellinen että sosiaalinen vastuu ympäristöllisen vastuun jäädessä taka-alalle.

”Tietysti, on välttämätöntä, että on se taloudellinen vakavaraisuus, ja että taloudellinen tilanne yhtiöllä on hyvä, mutta jos se saavutetaan sillä, että henkilöstön asema ei ole kunnossa, niin silloin se ei ole meidän kannalta kiinnostava kumppani. Tai jos huolehditaan henkilöstöstä tosi hyvin, mutta unohdetaan asiakas, niin se ei ole meidän

mielestä kiinnostava kumppani. Tai jos huolehditaan asiakkaista hirveen hyvin, mutta taloudellista vakavaraisuutta ei ole, niin sekään ei todellakaan ole kiinnostava kumppani. Eli tavallaan näiden kaikkien kolmen pitää toteutua ja toimia yhteen, jotta niinkun yhteistyö meidän näkökulmasta ylipäättään on mahdollista.” – Jenni Arnkil (OAJ)

JHL:n Launis pohti myös, että ulottuvuuksien laittaminen järjestykseen on vaikeaa. Hän oli kuitenkin sitä mieltä, että taloudellinen vastuu on tärkein Turvan toiminnassa, sillä hyvä taloudellinen tilanne mahdollistaa muidenkin vastuiden toteuttamisen. Toiseksi tärkeimpänä Launis piti sosiaalista vastuuta, jonka hän mainitsi olevan lähes yhtä tärkeä. Yhtenä perusteluna Launis näki, että koska vakuutusyhtiöt eivät ole saastuttavaa teollisuutta eikä kysymys ole hyvin työvoimavaltaisesta toimialasta, voidaan taloudellista vastuuta pitää tärkeimpänä. Launis totesi myös, että JHL on yksi Turvan takuupääoman omistajista, joka korostaa taloudellisen vastuun tärkeyttä heille. Alla vielä taulukko, johon on koottu kunkin ulottuvuuden osalta kaikki tekijät, joita haastateltavat pitävät tärkeinä Turvan yritys vastuussa.

Taulukko 3 Yhteenveto yritysvastuun ulottuvuuksista

	PRO	OAJ	JHL
Taloudellinen vastuu	<ul style="list-style-type: none"> - Henkilöstön reilu palkkaus - Vastuullinen veronmaksu - Alueellinen työllistäminen - Harmaan talouden ja korruption torjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Taloudellinen vakaus ja maksukyky - Epävarmuuksiin varautuminen (vakavaraisuus) - Harmaan talouden ja rahanpesun estäminen 	<ul style="list-style-type: none"> - Ymmärrettävä talousraportointi - Vastuullinen sijoittaminen - Riittävä riskienhallinta
Ympäristövastuu	<ul style="list-style-type: none"> - Materiaali- ja energiatehokkuus - Turhan matkustelun karsiminen 	<ul style="list-style-type: none"> - Ilmastonmuutoksen hillitseminen - Ekologisuus hankinnoissa 	<ul style="list-style-type: none"> - Materiaali- ja energiatehokkuus - Toiminnan ympäristövaikutusten arvioiminen
Sosiaalinen vastuu	<ul style="list-style-type: none"> - Vastuu henkilöstöstä - Hankintaketjun vastuullisuus 	<ul style="list-style-type: none"> - Vastuu henkilöstöstä - Hankintaketjun vastuullisuus - Asiakslähtöisyys ja asiakaspalvelu 	<ul style="list-style-type: none"> - Vastuu henkilöstöstä - Hankintaketjun vastuullisuus - Asiakkaista huolehtiminen
Tärkein ulottuvuus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Taloudellinen vastuu 2. Sosiaalinen vastuu 3. Ympäristövastuu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Taloudellinen ja sosiaalinen vastuu 3. Ympäristövastuu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Taloudellinen vastuu 2. Sosiaalinen vastuu 3. Ympäristövastuu

4.5 Yritysvastuuraportointi

Viimeinen osio haastattelussa käsitteli yritysvastuun raportointia. Haastateltavilta kysyttiin muun muassa, hyödyntävätkö he yritysvastuuraporttien sisältämää tietoa esimerkiksi päätöksenteossa ja minkälaisissa tilanteissa. Tämän lisäksi kysyttiin raporttien sisällöstä. Ammattiliitoilta selvitettiin muun muassa, tulisiko Turvan raportoida vastuullisuustyöstään, kuinka usein ja mitä raporteissa tulisi olla. Lisäksi kysyttiin, tulisiko Turvan viestiä

vastuullisuudesta kattavamman raportoinnin lisäksi ja missä kanavissa. Tämän osion aineisto koostuu haastateltavien vastauksista haastattelurungon kysymyksiin 11–17.

4.5.1 Raporttien hyödyllisyys ammattiliitoille

Kaikki haastateltavat totesivat, että vastuullisuusraportit ovat ammattiliiton näkökulmasta hyödyllistä tietoa. Pron Lapin mukaan yritysraportteja voidaan hyödyntää yhteistyökumppaneiden valinnassa. Esimerkiksi kumppanivakuutusyhtiön valinnassa yritysraportti olisi hyödyllinen. Vakuutukset ovat Prole iso menoerä, ja kaikki ylimääräinen tieto helpottaa päätöksentekoprosessia sekä asioiden perustelemista johdolle.

”Kun mekin mietitään näitä yhteistyökumppaneita, niin pystyisi perustelevaan, että tällä on tällainen raportti, ja tämä toimija on kertonut avoimesti heidän prosesseista ja toimintatavoista. Se että toimii vastuullisesti, niin kyllähän se meilläkin helpottaa siinä vaiheessa, kun päätöstä tehdään ja viedään tietoa johdolle.” – Sirpa Lappi (Pro)

OAJ:n Arnkilin mukaan yritysraportit kertovat paljon tärkeitä asioita. Arnkil pitää tärkeänä, että OAJ pystyy halutessaan tarkistamaan Turvan raportista, miten vastuullisuus on huomioitu Turvan toiminnassa. Yritysraportointi vahvistaa Arnkilin mielestä kumppanuutta. Hänen mukaansa vakuutusyhtiöllä luotettavuus on äärimmäisen keskeisessä roolissa, ja yritysraportoinnilla voidaan vahvistaa luottamusta vakuutusyhtiön ja sidosryhmien välillä.

Myös JHL:n Launis totesi yritysraporttien olevan hyödyllisiä, mutta raportit ovat Launoksen mukaan aidosti hyödyllisiä vain rajatulle piirille liiton työntekijöitä ja asiantuntijoita. Launis myös totesi, että mitä selkeämpiä raportit ovat, sitä enemmän niille on käyttöä. Launis näki, että esimerkiksi JHL:n talouspuolella, viestintäpuolella sekä järjestötyön puolella raporteille olisi tarvetta. Hyödyllisyys näkyy myös siinä, että yritysraporttien kautta saadaan tietoa sidosryhmien toiminnasta. Yritysraportteja voitaisiin hyödyntää myös, kun selostetaan JHL:n omia vastuullisuustoimia. Launoksen mukaan JHL:n omassa raportoinnissa voidaan muun muassa mainita, että JHL seuraa omien sidosryhmiensä vastuullisuutta. Tähän yhteyteen voi liittää maininnan sidosryhmän omasta yritysraportista ja tuoda esille, että oma vastuullisuus ulottuu myös kumppaneihin asti. Loppuun Launis kuitenkin totesi, että hyödyllisempiäkin dokumentteja löytyy.

”Mutta ei ne [vastuullisuusraportit] nyt mitään käsissä kuluva kamaa ole, että lähinnä aika sellaisen suppean piirin, että keiden työhön se liittyy.” – Merja Launis (JHL)

4.5.2 Yritysvastuuraporttien sisältö

Ensimmäisenä yritysvastuuraporttien sisältöön liittyen haastateltavilta kysyttiin, tulisiko Turvan raportoida yritysvastuustaan ja kuinka säännöllisesti. Pron Lappi oli sitä mieltä, että Turvan tulee raportoida yritysvastuustaan. Sen lisäksi, että sillä tavoin voidaan kommunikoida keskeisille sidosryhmille tietoa, raportoinnista on myös Turvalle itselleen hyötyä, sillä raportointi auttaa fokuusoitumaan olennaiseen. Lappi totesi, että raportointi on myös Prolle tärkeää, sillä yhteistyökumppanin odotetaan toimivan vastuullisesti. Raportointivälin osalta Lappi ajatteli, että raportointia olisi hyvä tehdä vähintäänkin silloin, kun Turvassa tehdään isompia muutoksia tai uusia linjauksia vastuullisuustyössä. Lappi totesi, että yritysvastuuraportointia ei välttämättä tarvitse tehdä joka vuosi, mikäli asiat ovat ennallaan, sillä raportointi on työlästä.

”Ensin ajattelin, että kerran vuodessa, mutta kun tuskin prosessit ja yhteistyökumppanit ja muut niin kovin useasti vaihtuvat, ettei sitten sitäkään haluaisi, että turhaa työtä tehdään, jos raportoidaan jatkuvasti. Riippuen vähän myös Turvan toimintamallista eli kuinka usein he tällaisia isompia linjauksia tarkastelevat niin ehkä niiden tarkastelujen yhteydessä voisi myös raportoida niistä.” – Sirpa Lappi (Pro)

OAJ:n Arnkil oli myös sitä mieltä, että Turvan tulisi raportoida yritysvastuustaan. Arnkil oli selkeämmin vuosittaisen raportoinnin kannalla ja totesi samalla, että kuitenkin sen tiheämmin ei tarvitse raportoida. Vuosittaisen raportin tulisi olla perusteellinen. Siinä tulisi Arnkilin mukaan kuvata suoriutumista eri ulottuvuuksien osa-alueilla sekä raportoida, miten toiminta on kehittynyt. Arnkil totesi, että kvartaaleittain tapahtuva raportointi ei välttämättä ole olennaista, mutta Lapin tavoin totesi, että isojen muutosten tai uusien linjausten tapauksessa asioista tulisi raportoida. Arnkil piti tärkeänä myös sitä, että raportointi on mahdollisimman avointa ja helposti löydettävissä. Arnkilin mukaan vähintäänkin yritysvastuuraportin tiivistelmän tulisi olla kaikkien halukkaiden saatavilla. Lisäksi Turva voisi lähettää sähköpostilla yhteistyökumppaneille tiivistelmän ja laittaa tähän yhteyteen suoraa linkin, jonka kautta pääsee halutessaan laajempaan raporttiin. Jos linkkiä ei laiteta, niin yhteistyökumppaneille tulisi vähintäänkin kertoa tarkasti, mistä laaja raportti on löydettävissä. Arnkil painotti myös, että

ensimmäiseen raporttiin kannattaa panostaa, ja se tulee tehdä perusteellisesti. Kun ensimmäinen raportti tehdään huolella periaatteineen, ulottuvuuksineen ja lähtötasoinen, seuraavat raportit voivat olla kevyempiä raportteja, jotka tavallaan vain päivittävät edellisen raportin ajan tasalle. Näin nähdään, miten toiminta on kehittynyt edellisvuodesta.

JHL:n Launis näki yritysvastuuraportoinnin niin ikään tärkeänä. Hänen mukaansa Turva voisi noudattaa raportoinnin ohjeistuksia tai malleja. Launis totesi, että vuosittainen raportti on riittävä. Hän toivoisi yritysvastuuraportin olevan helposti seurattava ja vertailukelpoinen, jolloin olisi mahdollista seurata asioiden kehittymistä.

Seuraavaksi haastateltavilta kysyttiin, tulisiko Turvan yritysvastuuraporttien noudattaa jotain standardia. Pron Lappi oli sitä mieltä, että raportin tulisi olla jonkin standardin mukainen, koska silloin raportissa tulisi huomioitua kaikki yritysvastuun osa-alueet. Lappi totesi, että standardoitu yritysvastuuraportti tarjoaa selkeät ohjeet raportin tekemiseen, mutta toisaalta standardin mukainen raportti voi olla hyvin työläs ja sisältää turhaakin tietoa. Vaikka raportin olisi hyvä olla standardin mukainen, Lappi toivoi, että raportit olisivat kuitenkin joustavia, olennaisiin asioihin painottuvia ja niissä huomioitaisiin alan käytännöt.

OAJ:n Arnkil totesi, että globaalit raportointikehykset ovat nykyään monien yritysten toiminnassa suorastaan välttämättömiä ja Arnkil näki, että myös Turvan olisi hyvä noudattaa yritysvastuuraportoinnissaan standardeja. Arnkil kuitenkin huomautti, että standardit eivät yksinään riitä, vaan raportoinnissa on mentävä vielä standardejakin syvemmälle. Arnkil myös huomautti, että standardeja hyödynnetään toisinaan kyseenalaisesti. Arnkilin mukaan yritykset saattavat raportoida yritysvastuustaan standardin mukaisesti, ja oikeuttavat sitten standardoidulla raportilla muita kyseenalaisia toimia.

”Tällainen kansainvälinen raportoinnin standardi voi olla suomalaisissakin yrityksissä välttämätön pohja, mutta sen lisäksi pitää olla ihan ehdottomasti myös seikkaperäisempää selostusta, että mitä se käytännössä tarkoittaa. Esimerkiksi se GRI-raportin taso ei ole sellainen, että siinä pääsisi oikeasti sinne työpaikkatasolle. Se kertoo semmoisen yleisten standardien mukaisen toiminnan, jossa sitten jää tosi paljon asioita vielä sinne varjoihin, että sen perusteella ei vielä pysty [arvioimaan toimintaa]. Standardin lisäksi pitää olla ihan ehdottomasti myös seikkaperäisempää selostusta.” – Jenni Arnkil (OAJ)

JHL:n Launis totesi, että Turva voisi raportoida yritysvastuustaan esimerkiksi GRI-viitekehyksen mukaisesti. Launiksen mukaan GRI:ssä olisi etuna nimenomaan vertailtavuus muihin yritysvastuuraportteihin, mikä on tärkeää. Lisäksi Launis totesi, että GRI-raportoinnin

hyödyntäminen voisi tuoda Turvalle edelläkävijän hyötyjä ja luoda Turvalle paremmat suhteet sidosryhmiinsä.

Seuraavana haastateltavilta kysyttiin Turvan yritys vastuuraporttien sisällöstä. Pron Lappi totesi, että yritys vastuuraporteista täytyy ensinnäkin löytyä periaatteet, joiden mukaan vastuullisuustyötä toteutetaan. Periaatteet eivät kuitenkaan yksinään riitä, vaan raporteissa täytyy olla kuvattuna myös käytännön toimenpiteitä. Käytännön toimenpiteistä Lappi mainitsi esimerkkinä kumppaneiden valinnan prosessin ja hankintojen tekemisen.

”Periaatteethan saattavat olla hirmu hienot, mutta sitten se ei välttämättä toimi kuitenkaan käytännössä” – Sirpa Lappi (Pro)

Lapin mielestä yritys vastuuta mittaavat mittarit eivät ole niin välttämättömiä vakuutus alalla. Hänen mukaansa mittareita saattaa olla vaikea löytää, mutta jos mittareita on, niin se on positiivinen asia.

Toisin kuin Lappi, OAJ:n Arnkil painotti voimakkaammin mittaamisen tärkeyttä vastuullisuudessa. Hänen mukaansa yritys vastuuraporteissa tulisi tarkasti kertoa toiminnan lähtötaso sekä se, millä tavalla kehitystä mitataan ja miten toiminta on kehittynyt edellisestä raportista. Arnkilin mukaan Turvan yritys vastuuraporteista tulisi löytyä mittareiden ohella myös yritys vastuun periaatteet, jotka määrittelevät yritys vastuun menettelytavat. Lisäksi raporteissa tulisi seikkaperäisesti kertoa tulevista käytännön toimenpiteistä.

Myös JHL:n Launis totesi, että Turvan yritys vastuuraporteista tulisi löytyä toimintaa leimaavat periaatteet, käytännön toimenpiteet ja kehitystä seuraavat mittarit. Arnkilin tavoin Launis painotti mittaamisen tärkeyttä yritys vastuussa. Turvan tulisi selkeästi kertoa, mitkä ovat Turvan toiminnassa seurattavia yritys vastuun tekijöitä ja millä vastuuta mitataan. Launis myös toivoi, että seurattavat asiat olisivat konkreettisia ja liittyisivät olennaisesti yhtiön toimintoihin ja toissijainen *”kehittämisen kehittäminen”* jätettäisiin pois. Turva voisi esimerkiksi taulukon muodossa kertoa, mitä asioita mitataan ja millä mittareilla. Launis mainitsi yhtenä esimerkkinä työeläkeyhtiö Ilmarisen, joka raportoi toiminnastaan muutaman sarakkeen taulukon avulla. Tämän tyyppinen esitystapa on Launoksen mukaan helppo hahmottaa. Kaikki ammattiliitot toivovat siis periaatteiden lisäksi käytännön toimenpiteitä, joilla osoitetaan yritys vastuun konkreettisuus. OAJ ja JHL myös korostivat mittaamisen tärkeyttä.

Haastateltavilta kysyttiin seuraavaksi, lukisivatko he mieluummin lyhyitä tiivistelmiä, joissa on listattu tärkeimmät yritys vastuun asiat vai pitkiä raporteja, joissa vastuullisuutta on avattu

perusteellisemmin. Pron Lappi totesi, että lyhyet tiivistelmät olisivat toimiva tapa raportointiin, sillä kaikki osa-alueet eivät vaadi yhtä perusteellista raportointia. Lapin mukaan esimerkiksi päästöjen raportointi ei ole vakuutusyhtiön tapauksessa niin olennaista. Yritysvastuuraportointi tulisi tehdä tiivistetysti niin, että se kattaa alan erityispiirteet ja koko hankintaketjun. OAJ:n Arnkil puolestaan painotti, että Turvan tulisi tehdä vuosittainen perusteellinen yritysvastuuraportti, josta löytyy yritysvastuun ulottuvuudet, periaatteet ja mittarit. Kattavammasta raportista voisi kuitenkin erikseen laatia myös tiivistelmän, joka palvelee suurempaa joukkoa.

JHL:n Launis totesi, että raporttien tulisi olla lyhyitä ja tiiviitä, jotta tieto on helposti omaksuttavassa muodossa, mutta kattavampi standardin mukainen raportti sai myös kannatusta.

”Esimerkiksi GRI-raportti voitaisiin tehdä ja siitä sitten laadittaisiin erikseen tiivistetty paketti, josta löytyy tärkeimmät pointit” – Merja Launis (JHL)

Tiivistetyn ja lyhyemmän raportin taustalla on ajatus siitä, että se palvelee laajempaa joukkoa. Launis totesi, että raportoinnin formaatti voisi olla sellainen, jossa lyhyt tiivistelmä jaetaan monille ja siinä yhteydessä jaetaan linkki, jonka kautta pääsee tutustumaan perusteellisempaan raporttiin. Haastateltavat siis toivovat Turvalta standardien mukaista raportointia, mutta pitävät tärkeänä myös sitä, että pitkästä ja perusteellisemmasta raportista tehdään lyhyt tiivistelmä, joka on kevyempää luettavaa ja palvelee useampia.

4.5.3 Yritysvastuun viestintä

Viimeisenä haastattelussa käytiin läpi yritysvastuun viestintää. Vastauksissa painottui raportoinnin ohella kevyemmän ja luonnollisemman viestinnän merkitys. Pron Lappi oli sitä mieltä, että raportoinnin välissä voitaisiin esimerkiksi Turvan ja Pron välisissä yhteistyöpalavereissa käsitellä vastuullisuutta ja siinä ilmenneitä muutoksia. Turvan yritysvastuusta viestiminen tuo parhaimmillaan mainehyötyjä myös Prolle. Palavereiden lisäksi Lappi totesi, että Turva voisi hyödyntää esimerkiksi omia verkkosivuja yritysvastuun esiin tuomisessa.

”Sitten voisi olla ihan oikeasti tällaista luonnollisempaa viestintää just jossain somessa tai verkkosivuilla tai muissa sähköisissä kanavissa. Siellä voisi tuoda sitä vastuullisuutta esille.”

– Sirpa Lappi (Pro)

OAJ:n Arnkil pohti, että suuren yleisön kannalta Turvan olisi tärkeä viestiä yritysvastuustaan. Suurella yleisöllä Arnkil tarkoitti muun muassa OAJ:n jäseniä. OAJ:lle ammattiliittona riittää laajempi raportointi ja toimintaan tulevien muutosten uutisointi. Arnkil kuitenkin painotti, että yritysvastuun uutisointi edellyttää sitä, että yritysvastuu on kunnossa. Arnkilin mukaan valitettavan usein vastuullisuuteen liittyvä uutisointi käsittelee vain yksittäistä toimenpidettä, kuten esimerkiksi hyväntekeväisyyttä tai kampanjaa. Kun yrityksen vastuullisuuteen sitten tutustuu tarkemmin, saa huomata, että vastuullisuus onkin vain yksittäisiä tekoja. Eli yritysvastuun perustan tulee olla kunnossa, jotta vastuullisuuden uutisointi on uskottavaa koko toiminnan näkökulmasta.

JHL:n Launis totesi, että yritysvastuusta voitaisiin viestiä takuupääoman omistajille, jollainen JHL:kin on. Tämän lisäksi yritysvastuuta voisi rohkeasti tuoda esille silloin, kun Turvan toimintaa esitellään jossain.

”Kyllähän yritysvastuuta varmaan nyt sitten näiden takuupääoman omistajien lehdissä voisi olla, ja sitten kun Turvan toimintaa esitellään muutenkin, niin vastuullisuutta voisi sitten nostaa. Kyllä sitä minun mielestä sitten kannattaa hehkuttaa, kun siihen lähdetään.” – Merja Launis (JHL)

Launoksen mukaan yritysvastuuta voisi viestiä konkreettisin esimerkein: miten vastuullisuus näkyy esimerkiksi kumppaneiden valinnassa ja miten kumppaneiden toimintaa seurataan. Tämän tyyppiset esimerkit ovat ymmärrettäviä suuremmallekin yleisölle, jolla ei välttämättä ei syvällistä tietämystä aihepiiristä. Launis totesi, että luontevissa kohdin viestinnässä voisi hyödyntää nettisivuja ja sosiaalista mediaa.

”Yhtenä esimerkkinä, jos Turva vaikka jakaa heijastimia, niin siinä heijastimessa sitten tai pakkauksessa lukisi, että miten ne on tuotettu, ja mistä ne tulee ne heijastimet, eli tämäntyyppistä luontevaa viestintää.” – Merja Launis (JHL)

Yritysvastuun viestinnän osalta siis painottuu suuremman yleisön näkökulma, eli viestimällä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tai verkkosivuilla yritysvastuusta tavoitetaan paremmin suuret ihmismassat. Kuitenkin sekä Pro että JHL näkivät viestinnässä mahdollisuuksia myös itse ammattiliiton ja Turvan välillä. Alla vielä taulukko, johon on koottu osa-alueittain yhteen tekijöitä, joita haastateltavat pitävät tärkeinä yritysvastuuraportoinnissa.

Taulukko 4 Yhteenveto yritysvastuuraportoinnista

	Pro	OAJ	JHL
Yritysvastuuraporttien hyödyllisyys liitoille	Hyödyllisiä dokumentteja, joita voitaisiin hyödyntää esim. kumppanin valinnassa.	Mahdollistaa liitolle sen, että kumppaneiden vastuullisuus voidaan halutessa tarkistaa. Parantaa luottamusta.	Liiton näkökulmasta hyödyllisiä, mutta vain rajatulle joukolle.
Yritysvastuuraportin sisältö	Periaatteita tärkeämpää käytännön toimenpiteistä raportointiin. Mittaaminen ei niin olennaista.	Vastuullisuuden mittaaminen tärkeintä. Tämän lisäksi periaatteet ja käytännön toimenpiteet.	Painotus vastuullisuuden mittaamisessa. Raportoitavien asioiden tulisi olla konkreettisia.
Standardien hyödyntäminen	Mielellään standardin mukainen, kuitenkin joustavuus ja olennaisuus huomioiden.	Raportoinnissa tulisi hyödyntää standardia, esim. GRI, mutta toiveena jopa standardia syvällisempi raportti.	Esim. GRI-viitekehyksen mukaisesti, jotta raportti vertailukelpoinen.
Raportoinnin tiheys	Ei tarvitse joka vuosi raportoida, mutta isojen linjausten yhteydessä suotavaa.	Vuosittain perusteellinen raportti. Tiheämmin, jos isoja linjauksia tehdään.	Vuosittainen raportointi riittää.
Yritysvastuun viestintä	Yhteistyöpalaverissa voitaisiin käsitellä yritysvastuuta. Myös somea ja nettisivuja voitaisiin hyödyntää	Liitolle riittää laajempi raportointi, mutta esim. jäsenille viestintä tärkeää.	Viestintää takuupääoman omistajille sekä suurelle yleisölle. Mielellään konkreettisin esimerkein

4.6 Ammattiliittojen jäsenten näkemykset yritysvastuusta

Seuraavaksi käsitellään ammattiliittojen jäsenten näkemyksiä yritysvastuusta. Kyselyaineistoa tarkastellaan saman jaottelun mukaan, jota hyödynnettiin haastatteluiden tarkastelussa. Tarkastelu tehdään siis kolmessa alaluvussa, jotka ovat odotukset Turvan yritysvastuuta kohtaan, yritysvastuun ulottuvuudet ja yritysvastuuraportointi. Ennen varsinaisen aineiston

läpikäymistä, esitellään lyhyesti ammattiliitoittain perustietoja eli vastanneiden määrä, vastaajien sukupuolijakauma ja koulutusaste. Tämän jälkeen aineistoa esitellään pääsääntöisesti taulukoita hyödyntäen, joissa N kuvastaa kysymyksiin vastanneiden määrää, prosentit kuvastavat jakaumaa eri vastausvaihtoehtojen välillä ja viimeisen sarakkeen keskiarvo kertoo vastausten keskiarvon valitulla asteikolla. Asteikot vaihtelevat kysymyksittäin joko 1–5 tai 1–4. Tuloksia käydään läpi ammattiliitoittain kussakin teemassa. Tarkastelussa keskitytään hahmottelemaan ammattiliittojen jäsenten odotuksia muun muassa jakaumien ja keskiarvojen perusteella. Jäsenten odotusten lisäksi kyselyiden tuloksia peilataan haastatteluissa esiin tulleisiin järjestötason näkemyksiin eli tehdään vertailua liiton ja jäsenten näkemysten välillä.

4.6.1 Kyselyn vastaajien taustatiedot

Pron kyselyyn vastasi 74 Pron jäsentä. Kyselyyn vastanneista 19,2 % oli miehiä ja 80,8 % naisia. Aineistossa Pron jäsenten iän mediaani oli 51 vuotta. Yleisin koulutusaste vastaajien keskuudessa oli ammattikorkeakoulu, jonka on suorittanut 36,5 % vastaajista. Seuraavaksi yleisin oli ammattikoulu tai opistotason tutkinto 31,1 % osuudella ja kolmanneksi yleisin ylioppilastutkinto 17,6 % osuudella.

JHL:n kyselyyn vastasi 152 JHL:n jäsentä. Kyselyyn vastanneista 14,6 % oli miehiä ja 85,4 % naisia. Aineistossa JHL:n jäsenten iän mediaani oli 55 vuotta. Koulutusasteen osalta yleisin oli ammattikoulu tai opistotason tutkinto. 57,9 % vastaajista on käynyt kyseisen koulutusasteen. Toiseksi yleisin koulutusaste vastaajien keskuudessa oli ylioppilastutkinto tai ammattikorkeakoulu, joiden molempien osuus on 15,1 %.

OAJ:n kyselyyn vastasi 54 OAJ:n jäsentä. Kyselyyn vastanneista 18,5 % oli miehiä ja 81,5 % naisia. Aineistossa OAJ:n jäsenten iän mediaani oli 51 vuotta. OAJ:n jäsenten keskuudessa yliopistotason koulutus oli ymmärrettävästi selkeästi yleisin koulutusaste. Vastaajista 33,3 % on suorittanut yliopistossa alemman asteen tutkinnon ja 44,4 % on suorittanut yliopistossa ylemmän asteen tutkinnon.

4.6.2 Odotukset Turvan yritys vastuuta kohtaan

Taustamuuttujien jälkeen ammattiliittojen jäseniltä kysyttiin Turvan yritys vastuuseen liittyviä asioita asteikolla 1–5 (1= täysin eri mieltä, 5=täysin samaa mieltä). Tämän osion aineisto koostuu ammattiliittojen jäsenten vastauksista kyselylomakkeiden kysymyksiin 5–7. Tässä osiossa jäsenten odotuksia mittaavat kysymykset olivat kaikkien liittojen jäsenille samat. Käydään ensiksi läpi ammattiliitto Pron jäsenten vastauksia.

Taulukko 5 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan (Pro)

	N	1=Täysin eri mieltä	2=Eri mieltä	3=En samaa enkä eri mieltä	4=Samaa mieltä	5=Täysin samaa mieltä	Keskiarvo
		%	%	%	%	%	
5: Turvan tulee huomioida ympäröivä yhteiskunta ja ympäristö toiminnassaan.	74	0,00 %	1,40 %	8,10 %	32,40 %	58,10 %	4,47
6: Turvan vastuulla on huolehtia, että myös sen kumppanit toimivat vastuullisesti.	74	0,00 %	1,40 %	10,80 %	51,40 %	36,50 %	4,23
7: Turvan tulee aktiivisesti tarjota asiakkailleen tukea riskienhallintaan	74	0,00 %	0,00 %	2,70 %	44,60 %	52,70 %	4,50

Taulukosta 5 voidaan nähdä, että Pron jäsenten odotukset Turvan yritys vastuuta kohtaan ovat korkealla tasolla, sillä jokaisen väittämän keskiarvo on vähintään 4,2. Pron jäsenet odottavat Turvalta ensinnäkin ympäröivän yhteiskunnan ja ympäristön huomioimista, mutta jäsenet odottavat myös aktiivista tukea riskien hallitsemiseksi. Pron jäsenille Turvan proaktiivinen rooli vahinkojen ennaltaehkäisijänä on keskiarvoltaan jopa tärkein asia edellä mainittujen kysymysten osalta, mitä voidaan pitää hieman yllättävänä. Kumppaneiden toiminnan osalta keskiarvo on alhaisin, mutta sekin reilusti päälle neljän.

Kyselyn perusteella Pron jäsenten odotukset Turvan yritys vastuuta kohtaan ovat hyvin linjassa Pron järjestötason näkemyksen kanssa. Aktiivinen riskienhallinnan tuki näyttäytyy ehkä hieman tärkeämpänä jäsenten keskuudessa verrattuna haastattelussa esiin tulleen Pron näkemykseen asiasta. Pron Lappi kyllä piti asiaa tärkeänä, mutta enemmän haastattelussa painottui esimerkiksi kumppaneiden vastuullisuus, joka taas jäsenten keskuudessa sai alhaisemman keskiarvon kuin riskienhallinnan tukeen liittyvät odotukset.

Taulukko 6 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan (JHL)

	N	1=Täysin eri mieltä	2=Eri mieltä	3=En samaa enkä eri mieltä	4=Samaa mieltä	5=Täysin samaa mieltä	Keskiarvo
		%	%	%	%	%	
5: Turvan tulee huomioida ympäröivä yhteiskunta ja ympäristö toiminnassaan.	151	1,30 %	0,70 %	4,00 %	39,70 %	54,30 %	4,45
6: Turvan vastuulla on huolehtia, että myös sen kumppanit toimivat vastuullisesti.	152	0,70 %	1,30 %	12,50 %	46,70 %	38,80 %	4,22
7: Turvan tulee aktiivisesti tarjota asiakkailleen tukea riskienhallintaan.	152	1,30 %	0,70 %	5,90 %	53,90 %	38,20 %	4,27

Taulukosta 6 voidaan nähdä, että myös JHL:n jäsenten odotukset Turvan yritysvastuuta kohtaan ovat varsin korkealla tasolla, sillä jokaisen kysymyksen osalta vastauksen keskiarvo on myös vähintään 4,2. Vastausten keskiarvot ovat pitkälti samaa luokkaa kuin Pron jäsenilläkin, mutta JHL:n jäsenet eivät odota yhtä vahvasti Turvalta aktiivista tukea riskienhallintaan. Pron jäsenistä 52,7 % on täysin samaa mieltä, että Turvan tulee tarjota aktiivista tukea riskienhallintaan, kun JHL:n jäsenistä täysin samaa mieltä kyseisen väitteen kanssa on 38,2 %. Tärkeimpänä nähdään, että Turva huomioi toiminnassaan ympäröivän yhteiskunnan ja ympäristön.

JHL:n jäsenten odotukset Turvan toimintaa kohtaan ovat myös hyvin linjassa JHL:n järjestötason odotusten kanssa. Haastattelussa painottui eniten Turvan vastuu ympäröivää yhteiskuntaa ja ympäristöä kohtaan, mikä nousi myös JHL:n jäsenillä tärkeimmäksi. Kumppaneiden osalta JHL järjestönä toivoo, että niiden toimintaa valvotaan jossain määrin ja kyselyn keskiarvon 4,22 voidaan nähdä kuvastavan tätä hyvin. Myös aktiivisen riskienhallinnan tuen keskiarvo 4,27 kuvastaa JHL:n näkemystä, sillä haastattelussa kyseinen asia nähtiin tärkeäksi, mutta ei aivan ensimmäisenä prioriteettina.

Taulukko 7 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan (OAJ)

	N	1=Täysin eri mieltä	2=Eri mieltä	3=En samaa enkä eri mieltä	4=Samaa mieltä	5=Täysin samaa mieltä	Keskiarvo
		%	%	%	%	%	
5: Turvan tulee huomioida ympäröivä yhteiskunta ja ympäristö toiminnassaan.	54	0,00 %	0,00 %	5,60 %	40,70 %	53,70 %	4,48
6: Turvan vastuulla on huolehtia, että myös sen kumppanit toimivat vastuullisesti.	54	1,90 %	0,00 %	11,10 %	61,10 %	25,90 %	4,09
7: Turvan tulee aktiivisesti tarjota asiakkailleen tukea riskienhallintaan.	54	1,90 %	1,90 %	9,30 %	57,40 %	29,60 %	4,11

Taulukosta 7 voidaan nähdä, että myös OAJ:n jäsenten odotukset Turvan yritys vastuuta kohtaan ovat korkealla. Tärkeimpänä OAJ:n jäsenet kokevat sen, että Turva huomioi yleisesti ympäröivän yhteiskunnan ja ympäristön toiminnassaan. Keskiarvo 4,48 on samassa linjassa muiden ammattiliittojen kanssa. Kahden seuraavan kysymyksen eli kumppanitoiminnan ja ennaltaehkäisyn osalta keskiarvot ovat kuitenkin hieman matalammat verrattuna toisten liittojen jäseniin. Keskiarvot ovat hieman päälle 4, ja vastaukset ovatkin painottuneet selkeimmin vaihtoehtoon samaa mieltä.

Keskiarvoilla tarkasteltuna voidaan todeta, että OAJ:n jäsenten odotukset Turvan toimintaa kohtaan täsmäävät varsin hyvin OAJ:n odotuksiin, joita haastatteluissa nousi esille. Tärkeimpänä näyttäytyy Turvan vastuu ympäröivää yhteiskuntaa kohtaan, mitä Arnkilkin painotti haastattelussa. Myös kysymyksen 7. keskiarvo kuvastaa varsin hyvin OAJ:n näkemystä asiasta. OAJ:n mukaan aktiivinen tuki riskienhallinnassa on tärkeää, mutta ennemminkin tukitoimintona kuin toiminnan pääpainona. Hieman päälle 4 keskiarvon voidaan nähdä kuvastavan tätä. Myös OAJ:n jäsenillä kumppaneiden vastuullisuus sai alhaisimman keskiarvon. Tämä voi indikoida sitä, että ammattiliittojen jäsenten mielestä Turvan tulee ensisijaisesti vastuullisuustyössään huolehtia omista toimista ja vasta sitten kumppaneidensa toimista.

4.6.3 Yritysvastuun ulottuvuudet

Seuraavaksi käsitellään yritysvastuun ulottuvuuksia ja eri ulottuvuuksiin kuuluvia tekijöitä. Vastaajia pyydettiin arvioimaan yritysvastuun ulottuvuuksien tekijöiden tärkeyttä Turvan toiminnassa asteikolla 1–4 (1=ei lainkaan tärkeä, 4=erittäin tärkeä). Tämän osion aineisto koostuu ammattiliittojen jäsenten vastauksista kyselylomakkeiden kysymyksiin 8–10. Yritysvastuun ulottuvuuksien tekijät vaihtelivat liitoittain, sillä kysymykset muodostettiin puhtaasti haastattelujen pohjalta. Taulukon vasemmassa reunassa sinisellä taustalla olevat lyhenteet tarkoittavat ulottuvuuksia, joihin tekijät kuuluvat.

Taulukko 8 Yritysvastuun ulottuvuudet (Pro)

		N	1=Ei lainkaan tärkeä	2=Ei kovin tärkeä	3=Jossain määrin tärkeä	4=Erittäin tärkeä	Keskiarvo
			%	%	%	%	
Tal.	8.1: Henkilöstön reilu palkkaus	74	1,40 %	0,00 %	8,10 %	90,50 %	3,88
	8.2: Vastuullinen veronmaksu	73	1,40 %	1,40 %	4,10 %	93,20 %	3,89
	8.3: Harmaan talouden torjuminen ja rahanpesun estäminen	72	1,40 %	0,00 %	5,60 %	93,10 %	3,9
Ymp.	9.1: Yleinen materiaali- ja energiatehokkuus	73	0,00 %	2,70 %	24,70 %	72,60 %	3,7
	9.2: Turhan matkustelun karsiminen	74	1,40 %	1,40 %	43,20 %	54,10 %	3,5
Sos.	10.1: Vastuu henkilöstöstä	72	0,00 %	1,40 %	6,90 %	91,70 %	3,9
	10.2: Hankintaketjun vastuullisuus	72	1,40 %	1,40 %	29,20 %	68,10 %	3,64

Taulukosta 8 voidaan nähdä, että taloudellisen vastuun vastausten keskiarvot ovat hyvin lähellä maksimiarvoa ja vastauksista nähdään, että suurin osa vastaajista (yli 90 %) pitää kaikkia taloudellisen vastuun tekijöitä erittäin tärkeänä. Ympäristövastuun osalta voidaan todeta, että vastausten keskiarvot eivät yllä aivan yhtä korkeisiin lukemiin ja vastauksista nähdään myös se, että vastausvaihtoehto kolme (jossain määrin tärkeä) on vastattu selkeästi enemmän verrattuna esimerkiksi taloudellisen vastuun tekijöihin. Sosiaalisen vastuun osalta vastuuta henkilöstöstä pidetään erittäin tärkeänä keskiarvon ollessa 3,9, mutta hankintaketjun vastuullisuutta ei nähdä aivan niin tärkeänä. Kokonaisuudessaan taloudellinen ulottuvuus siis näyttäytyy tärkeimpänä.

Ulottuvuuksien osalta kaikkien tekijöiden keskiarvot ovat vähintään 3,5 eli haastatteluissa tärkeiksi nousseet tekijät nähdään myös jäsenten keskuudessa hyvin tärkeinä. Pron Lappi

painotti haastattelussa taloudellisen ulottuvuuden tärkeyttä, joka on keskiarvoilla mitattuna tärkein myös Pron jäsenten mielestä eli näkemyksissä on nähtävissä selkeitä yhtäläisyyksiä.

Taulukko 9 Yritysvastuun ulottuvuudet (JHL)

		N	1=Ei lainkaan tärkeä	2=Ei kovin tärkeä	3=Jossain määrin tärkeä	4=Erittäin tärkeä	Keskiarvo
			%	%	%	%	
Tal.	8.1: Ymmärrettävä talousraportointi	146	0,00 %	2,10 %	32,90 %	65,10 %	3,63
	8.2: Vastuullinen sijoittaminen	147	0,00 %	3,40 %	23,80 %	72,80 %	3,69
	8.3: Varojen turvaaminen riittävällä riskienhallinnalla	145	0,00 %	0,70 %	16,60 %	82,80 %	3,82
Ymp.	9.1: Energia- ja materiaalitehokkuus	148	0,00 %	2,70 %	23,00 %	74,30 %	3,72
	9.2: Toiminnan ympäristövaikutusten arviointi	148	0,00 %	3,40 %	24,30 %	72,30 %	3,69
Sos.	10.1: Vastuu henkilöstöstä	149	0,00 %	1,30 %	4,00 %	94,60 %	3,93
	10.2: Hankintaketjun vastuullisuus	148	0,00 %	1,40 %	15,50 %	83,10 %	3,82
	10.3: Asiakaslähtöisyys ja asiakkaista huolehtiminen	145	0,00 %	0,70 %	6,90 %	92,40 %	3,92

Taulukosta 9 voidaan nähdä, että JHL:n jäsenet pitävät yritysvastuun jokaista ulottuvuutta tärkeänä. Sosiaalisen vastuun tekijät kuitenkin erottautuvat muista. Suurin osa vastaajista (yli 83 %) pitää kaikkia sosiaalisen vastuun tekijöitä erittäin tärkeinä. Tämä näkyy myös vastausten keskiarvoissa, jotka ovat sosiaalisen vastuun osalta muita korkeammat. Sosiaalisen vastuun tekijöiden keskiarvoista kaksi on päälle 3,9 ja kolmaskin 3,82. Taloudellisen ja ympäristöllisen vastuun tekijöiden osalta keskiarvot ovat pääsääntöisesti lähempänä 3,7 tai 3,6. Taloudellinen ja ympäristöllinen ulottuvuus näyttäytyvät JHL:n vastausten perusteella jäsenille suurin piirtein yhtä tärkeinä.

Ulottuvuuksien osalta kaikkien tekijöiden keskiarvot ovat vähintään 3,63 eli haastattelussa JHL:n tärkeiksi kokemat tekijät nähdään myös jäsenten keskuudessa hyvin tärkeinä. Keskiarvoilla tarkasteltuna sosiaalinen ulottuvuus ja sen tekijät ovat tärkeimpiä JHL:n jäsenille. Tässä jäsenet saattavat siis olla eri mieltä ammattiliiton kanssa, sillä JHL:n Launoksen näkemyksen mukaan taloudellinen ulottuvuus on tärkein Turvan toiminnassa, joskin Launis mainitsi sosiaalisen vastuun olevan lähes yhtä tärkeä.

Taulukko 10 Yritysvastuun ulottuvuudet (OAJ)

		N	1= Ei lainkaan tärkeä	2= Ei kovin tärkeä	3= Jossain määrin tärkeä	4= Erittäin tärkeä	Keskiarvo
			%	%	%	%	
Tal.	8.1: Taloudellinen vakaus ja maksukyky	53	0,00 %	0,00 %	26,40 %	73,60 %	3,74
	8.2: Riittävä varautuminen epävarmuuksiin	53	0,00 %	0,00 %	18,90 %	81,10 %	3,81
	8.3: Harmaan talouden ja korruption torjuminen	50	0,00 %	0,00 %	14,00 %	86,00 %	3,86
Ymp.	9.1: Ilmastonmuutoksen hillitseminen	53	1,90 %	1,90 %	24,50 %	71,70 %	3,66
	9.2: Ekologisuus hankinnoissa	54	0,00 %	1,90 %	22,20 %	75,90 %	3,74
Sos.	10.1: Vastuu henkilöstöstä	54	0,00 %	0,00 %	11,10 %	88,90 %	3,89
	10.2: Hankintaketjun vastuullisuus	54	0,00 %	0,00 %	29,60 %	70,40 %	3,7
	10.3: Asiakslähtöisyys ja asiakaspalvelu	54	0,00 %	0,00 %	16,70 %	83,30 %	3,83

Taulukosta 10 voidaan nähdä, että kaikkia ulottuvuuksia ja niiden tekijöitä pidetään hyvin tärkeinä Turvan toiminnassa. Tärkeimpänä OAJ:n jäsenet pitävät vastuuta henkilöstöstä, jonka keskiarvo on 3,89. Myös sosiaalisen ulottuvuuden asiakslähtöisyys sai varsin korkean keskiarvon 3,83 Taloudellisen ulottuvuuden osalta tärkeimpänä nähdään harmaan talouden ja korruption torjuminen. Mielenkiintoista huomata, että taloudellisen ulottuvuuden osalta tämä yhteiskunnallinen vastuu nähdään tärkeämpänä kuin esimerkiksi itse yhtiöön liittyvä taloudellinen vakaus ja maksukyky. Keskiarvoilla mitattuna ympäristöllisen ulottuvuuden tekijät nähdään vähiten tärkeinä.

Myös OAJ:n tapauksessa haastatteluissa OAJ:n tärkeiksi nimeämät yritysvastuun tekijät nähdään jäsenten keskuudessa hyvin tärkeinä, sillä alhaisin keskiarvo on 3,66. Keskiarvoilla tarkasteltuna taloudellinen ja sosiaalinen ulottuvuus näyttävät lähes yhtä tärkeinä, mikä sekin kuvastaa hyvin OAJ:n haastattelussa ilmi tullutta järjestötason näkemystä. OAJ:n Arnkil oli ainoa haastateltavista, joka painotti sekä taloudellista että sosiaalista vastuuta tärkeimpänä.

4.6.4 Yritysvastuuraportointi

Ulottuvuuksien jälkeen vastaajia pyydettiin arvioimaan Turvan yritysvastuuraportointiin liittyviä väittämiä asteikolla 1–5 (1=täysin eri mieltä, 5=täysin samaa mieltä). Tämän osion aineisto koostuu ammattiliittojen jäsenten vastauksista kyselylomakkeiden kysymyksiin 12–15. Kysymykset olivat muuten samat, mutta kysymystä 15 muokattiin ammattiliittokohtaisesti sen mukaan, mitkä tekijät nousivat haastatteluissa tärkeiksi raportoinnin osalta.

Taulukko 11 Yritysvastuuraportointi (Pro)

	N	1=Täysin eri mieltä	2=Eri mieltä	3=En samaa enkä eri mieltä	4=Samaa mieltä	5=Täysin samaa mieltä	Keskiarvo
		%	%	%	%	%	
12: Turvan tulee kommunikoida vastuullisuustyöstään?	73	0,00 %	2,70 %	11,00 %	58,90 %	27,40 %	4,11
15: Vastuullisuusraporteissa tulisi periaatteiden lisäksi kertoa käytännön toimenpiteistä.	73	4,10 %	0,00 %	2,70 %	42,50 %	50,70 %	4,36
16: Kattavamman raportoinnin lisäksi Turva voisi myös viestiä vastuullisuudesta esim. sähköisissä kanavissa.	74	2,70 %	2,70 %	8,10 %	47,30 %	39,20 %	4,18

Taulukosta 11 on nähtävissä, että myös raportointiin liittyvät väittämät ovat saaneet varsin korkeat keskiarvot. Pron jäsenet siis odottavat, että Turva kommunikoi vastuullisuustyöstään ja toivovat, että raportoinnin lisäksi yritysvastuusta myös viestittäisiin. Tärkeimpänä edellä mainittujen kysymysten osalta Pron jäsenet kokevat, että yritysvastuuraporteissa kerrotaan käytännön toimenpiteistä. Raportointia odotetaan, mutta keskiarvot eivät yllä niin korkeisiin lukemiin kuin itse yritysvastuuseen ja sen sisältöön liittyvissä kysymyksissä.

Kyselyn perusteella Pron jäsenet eivät pidä yritysvastuun raportointia tai kommunikointia aivan niin tärkeänä kuin Pro liittona, sillä haastattelussa Pron Lappi oli ehdottomasti yritysvastuuraportoinnin kannalla. On ymmärrettävää, että tavallisille henkilöasiakkaille raportoinnin merkitys on vähäisempi. Jäsenten osalta tärkeimpänä keskiarvolla mitattuna oli käytännön toimenpiteistä raportoiminen (ka 4,36), mikä on hyvin linjassa Pron näkemyksen kanssa, sillä haastattelussa käytännön toimenpiteistä raportoiminen painottui selkeästi.

Kyselyssä kartoitettiin myös sitä, missä muodossa Pron jäsenet haluaisivat tutustua Turvan yritys vastuuseen. Vastausvaihtoehdot olivat kirjallinen yritys vastuuraportti kokonaisuudessaan, lyhyt tiivistelmä, lyhyt video tai nettisivut ja vastausasteikkona oli 1–4 (1=ei lainkaan mieluinen, 4=erittäin mieluinen). Keskiarvolla mitattuna mieluisin tapa tutustua Turvan yritys vastuuseen on lyhyt tiivistelmä raportista (ka 3,38). Näistä neljästä raportoinnin muodosta alhaisimman keskiarvon sai kirjallinen raportti kokonaisuudessaan (ka 2,4). Sekä opetusvideon että nettisivujen keskiarvo oli hieman päälle 3.

Taulukko 12 Yritys vastuuraportointi (JHL)

	N	1=Täysin eri mieltä	2=Eri mieltä	3=En samaa enkä eri mieltä	4=Samaa mieltä	5=Täysin samaa mieltä	Keskiarvo
		%	%	%	%	%	
12: Turvan tulee kommunikoida vastuullisuustyöstään?	151	3,30 %	0,70 %	10,60 %	59,60 %	25,80 %	4,04
15: Vastuullisuusraporteissa tulisi periaatteiden lisäksi kertoa käytännön toimenpiteistä ja siitä, miten kehitystä mitataan.	151	1,30 %	0,70 %	9,30 %	57,60 %	31,10 %	4,17
16: Kattavamman raportoinnin lisäksi Turva voisi myös viestiä vastuullisuudestaan esim. sähköisissä kanavissa.	150	1,30 %	2,70 %	13,30 %	58,70 %	24,00 %	4,01

Taulukosta 12 voidaan nähdä, että selvästi yleisimmin valittu vastausvaihtoehto yritys vastuuraportointiin liittyvissä väitteissä on samaa mieltä (4). Eri väittämien keskiarvot asettuvatkin hieman päälle neljän. Korkein keskiarvo on väittämällä 15. eli käytännön toimenpiteet ja kehityksen mittaus nähdään tärkeinä yritys vastuuraporteissa. Kommunikointia siis odotetaan, mutta kuten Pron jäsenten keskuudessa, keskiarvot eivät yllä niin korkeisiin lukemiin kuin itse yritys vastuuseen liittyvissä kysymyksissä.

Myös JHL:n jäsenillä käytännön toimenpiteiden merkitys nousi muita korkeammaksi. Tämän lisäksi kysymykseen luettiin mukaan mittaamisen tärkeys, joka nousi haastattelussa voimakkaammin esiin toisin kuin Pron kanssa. Vastauksista näkyy se, että raportointiin tai viestintään liittyvät odotukset ovat jäsenten ja ammattiliiton välillä suhteellisen hyvin linjassa. Esimerkiksi kysymyksen 12 keskiarvon voidaan nähdä kuvastavan JHL:n Launiksen

näkemyistä siitä, että Turvan tulisi raportoida yritysvastuustaan, mutta hyödyllisempiäkin dokumentteja löytyy.

JHL:n jäseniltä kysyttiin myös, että missä muodossa he haluaisivat tutustua Turvan yritysvastuuseen ja vastausvaihtoehtoina olivat samat neljä raportoinnin muotoa. Myös JHL:n jäsenet kokevat lyhyen tiivistelmän yritysvastuuraportista keskiarvolla mitattuna kaikista mieluisimpana tapana tutustua Turvan yritysvastuuseen (ka 3,51) ja toiseksi mieluisimpana lyhyen opetusvideon (ka 3,01). Alhaisimman keskiarvon sai kirjallinen yritysvastuuraportti (ka 2,63), mutta nettisivujen keskiarvo oli hyvin lähellä tätä (ka 2,72), mikä on selvä ero esimerkiksi Pron jäseniin verrattuna.

Taulukko 13 Yritysvastuuraportointi (OAJ)

	N	1=Täysin eri mieltä	2=Eri mieltä	3=En samaa enkä eri mieltä	4=Samaa mieltä	5=Täysin samaa mieltä	Keskiarvo
		%	%	%	%	%	
12: Turvan tulee kommunikoida vastuullisuustyöstään?	54	1,90 %	0,00 %	9,30 %	75,90 %	13,00 %	3,98
15: Vastuullisuusraporteissa tulisi periaatteiden lisäksi kertoa käytännön toimenpiteistä ja siitä, miten kehitystä mitataan.	54	1,90 %	0,00 %	9,30 %	61,10 %	27,80 %	4,13
16: Kattavamman raportoinnin lisäksi Turva voisi myös viestiä vastuullisuudestaan esim. sähköisissä kanavissa.	54	0,00 %	0,00 %	16,70 %	51,90 %	31,50 %	4,15

Niin ikään OAJ:n jäsenet odottavat Turvalta kommunikointia vastuullisuustyöstään. Verrattuna toisten liittojen jäseniin, vastausvaihtoehto 4 (samaa mieltä) kuitenkin painottuu jonkin verran enemmän. Korkeimman keskiarvon saa yritysvastuun viestintä (ka 4,15), mutta melkein yhtä tärkeänä koetaan se, että raporteissa avataan käytännön toimenpiteitä ja kehityksen mittaamista.

Myöskään OAJ:n jäsenet eivät näe Turvan yritysvastuuraportointia tai siitä kommunikointia kenties niin tärkeänä kuin itse OAJ, sillä vastauksen keskiarvo on alle 4. Muuten vastaukset tuntuvat olevan hyvin linjassa, joskin kokonaisuudessaan OAJ:n jäsenillekään yritysvastuun raportointiin liittyvät kysymykset eivät ole ehkä niin merkittävässä roolissa verrattuna järjestön näkemyksiin.

Samoin kuin Pron ja JHL:n jäsenet, myös OAJ:n jäsenet kokevat lyhyen tiivistelmän yritysraportista kaikista mieluisimmaksi tavaksi tutustua Turvan yritysraporttiin (ka 3,44), jonka jälkeen lyhyt opetusvideo (3,14). Kirjallinen yritysraportti sai kaikista alhaisimman keskiarvon (2,17).

Jokaisessa kyselyssä vastaajille annettiin mahdollisuus ehdottaa jotain sellaista itselleen mieleistä tapaa tutustua Turvan yritysraporttiin, jota ei ollut listattu vaihtoehtoksi. Esiin nousi monia hyviä ehdotuksia, joista tässä listataan muutamia yleisimpiä. Sosiaalinen media nousi esiin useammassa vastauksessa, ja vastaajat ehdottivat muun muassa lyhyitä tietoiskuja siellä. Tämän lisäksi nettisivujen merkitystä korostettiin ja useampi vastaaja toivoi, että sieltä olisi helposti löydettävissä tietoja yritysraporttiin liittyen, mikäli asiaan haluaisi tutustua tarkemmin.

4.6.5 Yleisiä havaintoja kaikista jäsenistä

Tarkastellaan vielä lopuksi kaikkien ammattiliittojen jäseniä yhtenä ryhmänä. Tässä tarkastelussa vastaajan ammattiliitolla ei ole merkitystä, vaan tarkoituksena on kartoittaa, miten selittävät tekijät, kuten ikä ja sukupuoli, vaikuttavat vastaajien näkemyksiin. Tarkastelun kohteena on siis yleisellä tasolla Turvan henkilöasiakas, joka kuuluu johonkin ammattiliittoon. Tässä tarkastelussa hyödynnettiin ristiintaulukointia, jolla voidaan Heikkilän (2017, 198) mukaan selvittää kahden muuttujan välistä yhteyttä. Khiin neliön -testin avulla voidaan tutkia, onko kahden muuttujan välillä tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta. Khiin neliö -testin käytön edellytykset ovat seuraavat: 1) muuttujiksi riittävät nominaaliasteikolliset muuttujat, 2) enintään 20 % odotetuista frekvensseistä saa olla alle viiden ja 3) jokaisen odotetun frekvenssin on oltava suurempi kuin yksi. Mikäli nämä ehdot eivät täyty, virheellisten johtopäätösten mahdollisuus kasvaa. Näiden edellytysten ohella merkitsevyytensä käytetään usein 5 % eli p-arvon tulee olla alle 0,05. (Heikkilä 2017, 200–203) Valitettavasti tässä tutkielmassa näihin ehtoihin ei päästy, joka oli odotettua alhaisten vastausmäärien takia. P-arvoksi saatiin useissa kysymyksissä alle 0,05, mutta jokin kolmesta käytön edellytyksistä jäi täyttymättä. Alla esitetyt ristiintaulukoinnit ja tulokset eivät siis ole tilastollisesti merkitseviä, mutta tarjoavat kuitenkin kiinnostavia näkökulmia taustamuuttujien vaikutuksista tässä tutkielmassa. Tarkasteluun on otettu mukaan vain muutama isompaa kokonaisuutta käsittelevä kysymys, sillä tutkielman pääpaino on muiden asioiden tarkastelussa. Tarkastellaan siis lyhyesti sitä, miten ikä, sukupuoli ja koulutusaste ovat tässä tutkielmassa vaikuttaneet odotuksiin Turvan yritysraportista ja sen

raportoinnista. Tarkastellaan ensiksi, onko taustamuuttujilla vaikutusta siihen, kuinka vahvasti vastaajat odottavat Turvan huomioivan ympäröivän yhteiskunnan ja ympäristön toiminnassaan.

Taulukko 14 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan sukupuolen mukaan

		Sukupuoli		
		Mies	Nainen	Yhteensä
5: Turvan tulee huomioida ympäröivä yhteiskunta ja ympäristö toiminnassaan.	1=Täysin eri mieltä	2,2 %	0,4 %	0,7 %
	2=Eri mieltä	4,3 %		0,7 %
	3=En samaa enkä eri mieltä	8,7 %	4,3 %	5,1 %
	4=Samaa mieltä	32,6 %	39,0 %	37,9 %
	5=Täysin samaa mieltä	52,2 %	56,3 %	55,6 %
Yhteensä		100,0 % n=46	100,0 % n=231	100,0 % n=277

Taulukosta 14 voidaan nähdä, että naisvastaajien keskuudessa vaihtoehtoa 5 on vastattu noin neljä prosenttiyksikköä enemmän ja vaihtoehtoa 4 noin 7,5 prosenttiyksikköä enemmän. Tämän tutkielman aineistossa naisten odotukset Turvan yritysvaluuta kohtaan ovat korkeammat verrattuna miehiin. Tarkastellaan seuraavaksi iän vaikutusta.

Taulukko 15 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan iän mukaan

		Ikäluokka			Yhteensä
		35 tai alle	36–59	60 tai yli	
5: Turvan tulee huomioida ympäröivä yhteiskunta ja ympäristö toiminnassaan.	1=Täysin eri mieltä		1,1 %		0,7 %
	2=Eri mieltä	4,0 %	0,6 %		0,7 %
	3=En samaa enkä eri mieltä		4,0 %	7,5 %	4,5 %
	4=Samaa mieltä	32,0 %	38,4 %	38,8 %	37,9 %
	5=Täysin samaa mieltä	64,0 %	55,9 %	53,7 %	56,1 %
Yhteensä		100,0 % n=25	100,0 % n=177	100,0 % n=67	100,0 % n=269

Taulukosta 15 voidaan nähdä, että täysin samaa mieltä olevien osuus laskee sitä mukaa, kun siirrytään ikäluokissa nuoremasta vanhempaan. 35-vuotiaiden ja nuorempien keskuudessa 64 % vastaajista on täysin samaa mieltä, kun 60-vuotiaiden tai sitä vanhempien vastaajien keskuudessa täysin samaa mieltä olevien osuus on 53,7 % eli ikäluokkien välillä on selvä ero. Tämän tutkielman aineistossa nuoret siis odottavat vanhempia voimakkaammin, että Turva huomioi yhteiskunnan ja ympäristön toiminnassaan. Tarkastellaan samaa asiaa vielä kolmannen taustamuuttujan eli koulutusasteen kautta. Koulutusasteen osalta päädyttiin karkeaan matalasti koulutetut / korkeasti koulutetut -jakoon. Koulutus ammattikorkeakoulusta

ylöspäin laskettiin korkeasti koulutettujen joukkoon ja lukiosta ja ammattikoulusta alaspäin matalasti koulutettujen joukkoon.

Taulukko 16 Odotukset Turvan toimintaa kohtaan koulutusasteen mukaan

		Koulutusaste		
		Matalasti koulutetut	Korkeasti koulutetut	Yhteensä
5: Turvan tulee huomioida ympäröivä yhteiskunta ja ympäristö toiminnassaan.	1=Täysin eri mieltä	1,2 %		0,7 %
	2=Eri mieltä		1,8 %	0,7 %
	3=En samaa enkä eri mieltä	7,2 %	2,7 %	5,4 %
	4=Samaa mieltä	41,0 %	33,6 %	38,0 %
	5=Täysin samaa mieltä	50,6 %	61,9 %	55,2 %
Yhteensä		100,0 % n=166	100,0 % n=113	100,0 % n=279

Taulukosta 16 voidaan nähdä, että matalasti koulutettujen ja korkeasti koulutettujen välillä on tässä tutkielmassa selvä ero. Lähes 62 % korkeasti koulutetuista on täysin samaa mieltä, että Turvan tulee huomioida ympäröivä yhteiskunta ja ympäristö toiminnassaan, kun matalasti koulutettujen keskuudessa 50,6 % on tätä mieltä. Korkeasti koulutettujen odotukset Turvan yritysvastuuta kohtaan ovat korkeammat.

Tarkastellaan toiseksi, miten taustamuuttajat vaikuttavat odotuksiin vastuullisuustyön kommunikoinnista. Tehdään tarkastelu ensiksi sukupuolen mukaan.

Taulukko 17 Yritysvastuun kommunikointi sukupuolen mukaan

		Sukupuoli		
		Mies	Nainen	Yhteensä
12: Turvan tulee kommunikoida vastuullisuustyöstään?	1=Täysin eri mieltä		2,6 %	2,2 %
	2=Eri mieltä	4,4 %	0,4 %	1,1 %
	3=En samaa enkä eri mieltä	13,3 %	9,5 %	10,1 %
	4=Samaa mieltä	62,2 %	62,8 %	62,7 %
	5=Täysin samaa mieltä	20,0 %	24,7 %	23,9 %
Yhteensä		100,0 % n=45	100,0 % n=231	100,0 % n=276

Taulukosta 17 voidaan nähdä, että sukupuolten välillä ei ole suurta eroa siinä, kuinka paljon Turvan toivotaan kommunikoidan vastuullisuustyöstään. Naisvastaajien osalta täysin samaa mieltä olevien osuus on lähes 25 %, kun miehillä vastaava osuus on 20 %, joten hieman enemmän naiset kuitenkin ovat kommunikoinnin kannalla verrattuna miehiin. Tarkastellaan seuraavaksi samaa asiaa iän kautta.

Taulukko 18 Yritysvastuun kommunikointi iän mukaan

		Ikäluokka			Yhteensä
		35 tai alle	36–59	60 tai yli	
12: Turvan tulee kommunikoida vastuullisuustyöstään?	1=Täysin eri mieltä	4,0 %	2,3 %	1,5 %	2,2 %
	2=Eri mieltä	4,0 %	1,1 %		1,1 %
	3=En samaa enkä eri mieltä	8,0 %	12,5 %	6,0 %	10,4 %
	4=Samaa mieltä	68,0 %	60,2 %	65,7 %	62,3 %
	5=Täysin samaa mieltä	16,0 %	23,9 %	26,9 %	23,9 %
Yhteensä		100,0 % n=25	100,0 % n=176	100,0 % n=67	100,0 % n=268

Taulukosta 18 nähdään, että tämän tutkielman aineistossa on selvä ero iän mukaan, kuinka Turvan odotetaan kommunikoidan vastuullisuustyöstään. 35-vuotiaiden ja nuorempien keskuudessa 16 % vastaajista on täysin samaa mieltä siinä, että Turvan tulee kommunikoida yritysvastuustaan. 36–59 -vuotiaiden keskuudessa lähes 24 % on täysin samaa mieltä ja 60-vuotiaiden tai vanhempien keskuudessa lähes 27 % on täysin samaa mieltä. Mitä vanhempi asiakas, sitä tärkeämpänä yritys vastuun kommunikointi koetaan.

Taulukko 19 Yritysvastuun kommunikointi koulutusasteen mukaan

		Koulutusaste		Yhteensä
		Matalasti koulutetut	Korkeasti koulutetut	
12: Turvan tulee kommunikoida vastuullisuustyöstään?	1=Täysin eri mieltä	2,4 %	1,8 %	2,2 %
	2=Eri mieltä	0,6 %	1,8 %	1,1 %
	3=En samaa enkä eri mieltä	11,5 %	8,8 %	10,4 %
	4=Samaa mieltä	60,6 %	65,5 %	62,6 %
	5=Täysin samaa mieltä	24,8 %	22,1 %	23,7 %
Yhteensä		100,0 % n=165	100,0 % n=113	100,0 % n=278

Taulukosta 19 voidaan nähdä, että tutkielman aineistossa ei ole selkeitä eroja koulutusasteen mukaan, miten Turvan odotetaan kommunikoidan vastuullisuustyöstään. Ehkä hieman yllättävästi matalasti koulutettujen keskuudessa täysin samaa mieltä olevien osuus on suurempi kuin korkeasti koulutettujen keskuudessa. Ero on hieman alle kolme prosenttiyksikköä. Kuitenkin samaa mieltä olevien osuus on korkeasti koulutettujen keskuudessa noin viisi prosenttiyksikköä suurempi, joten koulutusasteella ei näytä tässä tutkielmassa olevan selviä eroja siinä, kuinka Turvalta odotetaan vastuullisuustyön kommunikointia.

5 YHTEENVETO

5.1 Keskeiset tulokset ja johtopäätökset

Tämän tutkielman tavoitteena oli selvittää ammattiliittoasiakkaiden odotuksia Keskinäisen Vakuutusyhtiö Turvan yritys vastuuta kohtaan. Tutkielman päätutkimusongelmat koskivat sitä, mitä ammattiliitot ja niiden jäsenet odottavat Turvalta yritys vastuuseen liittyen. Tarkoituksena oli selvittää, kuinka tärkeänä yritys vastuu koetaan vakuutusyhtiöllä, mitkä ulottuvuudet nähdään tärkeinä ja miten yritys vastuusta tulisi raportoida. Tämän lisäksi tutkielma pyrki selvittämään sitä, ilmeneekö ammattiliittojen ja ammattiliittojen jäsenten näkemyksissä eroavaisuuksia. Tutkielman aineisto koostui kolmesta eri ammattiliitolle tehdystä teemahaastattelusta, sekä haastattelujen pohjalta kyseisten ammattiliittojen jäsenille tehdystä kyselyistä. Näin tutkittavasta aiheesta pyrittiin saamaan mahdollisimman moniulotteinen näkemys. Koska tutkielman aineisto koostuu Turvan asiakkaista, tuloksia ja johtopäätöksiäkin käydään läpi pääsääntöisesti Turvan näkökulmasta, mutta pohdintaan on tuotu mukaan myös yleisemmin vakuutusalaan soveltuvia johtopäätöksiä.

Ensinnäkin tutkielmassa kävi ilmi, että ammattiliitot odottavat Turvan toimivan vastuullisesti. Yritys vastuun tärkeys painottuu muun muassa siinä, kun ammattiliitto miettii kumppanivakuutusyhtiön valintaa. Yritys vastuu voi näyttäytyä ammattiliitoille jopa niinkin tärkeänä kriteerinä, että edes neuvotteluihin ei haluta ottaa sellaisia yhtiöitä, jotka eivät ole yhteiskunnallisesti ja ympäristöllisesti valvutuneita. Turvan ja ammattiliittojen yhteistyösopimukset ovat rahallisesti merkittäviä, joten havaintoa siitä, että pelkkä hinta ei välttämättä määrää sopimus kumppanin valintaa, voidaan pitää merkittävänä. Tämä havainto entisestään alleviivaa yritys vastuun taloudellista potentiaalia. Jos vastuullisuudella voidaan vaikuttaa arvokkaiden kumppanisopimusten solmimiseen, on vakuutusyhtiöllä tällöin aito kannustin vastuullisen liiketoiminnan toteuttamiseen. Turvankin kannattaa siis kuunnella ammattiliittojen mielipiteitä toimintaa suunnitellessaan. Tämä havainto tukee myös aikaisemman kirjallisuuden (esim. esim. Bhattacharya, Korschun & Sen 2011; Porter & Kramer 2006) näkemystä siitä, että sidosryhmät ovat nykypäivänä entistä valvutuneempia tehdessään ostopäätöstä tai miettiessään kumppanuutta yrityksen kanssa.

Tutkielman tulosten mukaan Turvan yritys vastuun tulee ulottua myös kumppanitoimintaan, ja Turvalta odotetaan vastuullisia valintoja kumppanuuksissa ja hankintaketjuissa. Hieman

epäselvää ammattiliitoille oli kuitenkin se, mitä kumppanitoiminta tarkoittaa vakuutusyhtiön tapauksessa. Selkeänä toiveena esiin nousi, että Turva voisi avata kumppaneihin liittyvää prosessiaan enemmän. Lisäksi kävi ilmi, että yritysvastuu toimii myös toiseen suuntaan. Turvan tulee hoitaa yhteyksiä kumppaneiden suuntaan ja kertoa mahdollisimman avoimesti toiminnan tilanteesta. Vakuutustoiminnan luonne on yhä enenevässä määrin keskittynyt kattavien kumppaniverkostojen luomiseen, joilla pyritään jouhevampaan toimintaan esimerkiksi korvausprosessissa. Kumppaneihin liittyvä vastuullisuus voidaan nähdä vahinkovakuutusyhtiöllä merkittävänä tekijänä. Esimerkiksi liikenne- ja autovahingoissa kumppanikorjaamoiden merkitys on suuri ja korjaamoiden välillä on suuriakin eroja toimintatavoissa. Tässä olisi siis Turvallakin selkeä sauma parantaa läpinäkyvyyttä, mikäli he avaisivat enemmän kumppaneiden merkitystä omalle toiminnalle. Läpinäkyvämpi toiminta helpottaisi sidosryhmien, kuten ammattiliittojen, päätöksentekoa ja parantaisi parhaimmillaan osapuolien välistä luottamusta.

Vastuullisen kumppanitoiminnan lisäksi Turvalta toivotaan myös proaktiivista otetta vahinkojen estämiseksi, joskin toiminnan pääpainon tulee olla vakuutusturvan tarjoamisessa ja sujuvassa korvauspalvelussa. Ammattiliittojen odotukset jaetun arvon käsitteeseen ja ennaltaehkäisevän toiminnan lisäämiseen olivat positiiviset, mutta hieman varautuneet. Kuten aiemmin todettua, vakuutusyhtiöillä on potentiaalia parantaa kannattavuuttaan ennakoimalla, ehkäisemällä ja vähentämällä yhteiskunnallisia riskejä. Tulevaisuudessa kyseisen toiminnan merkitys korostunee entisestään, sillä esimerkiksi äärimmäisten sääolojen yleistyessä joistakin riskeistä saattaa tulla kokonaan vakuutuskelvottomia ja riskejä täytyy lähestyä uusin tavoin. Turvan tapauksessa ennalta ehkäisevän roolin lisääminen vaatii riittävästi avointa vuorovaikutusta ammattiliittojen suuntaan luottamuksen saamiseksi. Yhtenä mahdollisuutena on vaikka käydä asiaa läpi Turvan ja liiton välisissä yhteistyöpalavereissa. Proaktiivisen otteen taustalla on kuitenkin olemassa suuri potentiaali ja parhaimmillaan voidaan vaikuttaa tulokseen positiivisesti pienentyneiden korvauskulujen ansiosta.

Yritys vastuun ulottuvuuksien osalta taloudellisen vastuun tärkeys nousi haastatteluissa muiden edelle, mikä vastaa myös kirjallisuudessa esiintyvää näkemystä (esim. Järvinen 2004). Vaikka aikaisemmin kävi ilmi, että pelkästään edullinen hinta ei ammattiliitoille riitä, voidaan taloudellisen vastuun tärkeyttä pitää silti odotettuna tuloksena. Vakuutusyhtiön päätehtävänä on vakuutusmaksuja vastaan myöntää vakuutuksia, ja vahingon sattuessa korvata vakuutuksenottajille heitä kohdannut taloudellinen menetys. Koko toiminnan edellytys siis nojaa taloudellisesti vakaaseen toimintaan. On kuitenkin mielenkiintoista huomata, että

taloudelliseen vastuuseen kuuluu vakavaraisuuden ja maksukyvyn lisäksi myös monia muita tekijöitä. Turvalta odotetaan muun muassa harmaan talouden ja rahanpesun estämistä sekä varallisuuden eettistä sijoittamista eli myös vakuutusyhtiön yhteiskunnallinen rooli koetaan tärkeänä.

Tulosten perusteella seuraavaksi tärkeimpänä Turvan toiminnassa nähdään yritysvastuun sosiaalinen ulottuvuus. Tutkielmassa kävi ilmi, että tärkeimpänä sosiaalisen vastuun tekijänä nähdään vastuu omasta henkilöstöstä, mihin lukeutuvat muun muassa työhyvinvointi, reilu palkkaus ja osaamisen kehittäminen. Henkilöstön huolehtimisen ohella Turvan odotetaan toimivan asiakaslähtöisesti ja huolehtivan parhaansa mukaan asiakkaistaan hankalissakin tilanteissa. Kaikkia näitä Turvalta odotettuja sosiaalisen ulottuvuuden tekijöitä voidaan pitää varsin odotettuina, sillä työntekijöiden olot ja asiakaslähtöisyys ovat ammattiliittojen ydinarvoja. Käy siis järkeen, että myös Turvan odotetaan suoriutuvan virheettömästi sillä saralla. Nämä tekijät ovat myös vakuutusyhtiölle itselleen tärkeät, sillä näiden kahden osa-alueen varaan vakuutusyhtiön toiminta pitkälti nojautuu taloudellisen suoriutumisen ohella.

Kolmanneksi tärkeimmäksi yritysvastuun ulottuvuudeksi Turvalla nähdään ympäristövastuu. Turvalta odotetaan muun muassa kaikessa toiminnassa materiaali- ja energiatehokkuutta ja toiminnan ympäristövaikutusten huomioimista. Hämärän peittoon jäi kuitenkin se, mitä se konkreettisesti Turvan tapauksessa tarkoittaa. Haastatellut eivät osanneet suoraan sanoa, miten Turva voi kantaa kortensa kekoon ympäristön hyväksi. Tätä voidaan pitää ymmärrettävänä, sillä vakuutusyhtiön tapauksessa ei puhuta valmistavasta teollisuudesta, jossa raaka-aineilla, logistisilla ratkaisuilla ja esimerkiksi tehtailla on ratkaiseva merkitys. On kuitenkin suotavaa, että vaikka odotusten pohjalta yritysvastuun pääpainon vakuutusyhtiöllä tulisi olla taloudellisessa ja sosiaalisessa vastuussa, myös ympäristövastuu otetaan vähintäänkin omien kiinteistöjen materiaali- ja energiatehokkuuden muodossa huomioon. Myös yhteiskunnallisesti olisi tärkeää, että vakuutusyhtiöt jakaisivat entistä aktiivisemmin osaamistaan erilaisiin ympäristöriskeihin liittyen.

Tutkielman tulosten perusteella ammattiliitot pitävät yritysvastuuraportointia hyvin olennaisena. Haastateltavien mukaan yritysvastuuraportit saattavat tukea ammattiliittojen päätöksentekoa esimerkiksi kumppaneiden valinnassa, ja ansiokas raportointi voi muun muassa vahvistaa luottamusta Turvan ja sidosryhmien välillä. Tässä tutkielmassa havaittu tulos yritysvastuuraportoinnin merkityksestä luottamuksen syntymiseen on tunnistettu myös kirjallisuudessa (esim. Kuvaja & Malmelin 2008). Parempi luottamus auttaa esimerkiksi

liiketoiminnan ennustettavuudessa ja maineriskin hallinnassa. Viime kädessä luottamukseen perustuvaa vakuutusliiketoimintaa harjoittava Turva voi siis hyötyä suurestikin yritysvastuuraportoinnista.

Raportoinnin sisällön osalta Turvalta odotetaan vuosittaista raportointia, ja yritysvastuuraportointi tulisi tehdä jonkin viitekehyksen, esimerkiksi GRI:n mukaisesti. Näin varmistutaan siitä, että Turvan raportoinnissa tulee huomioitua kaikki yritys vastuun osa-alueet. Turvalta ei kuitenkaan odoteta raportointia jokaisesta pienestä asiasta, vaan raportin tulisi keskittyä Turvan kannalta olennaisimpiin yritys vastuun asioihin. Yritys vastuuraporteissa tulisi ensinnäkin määritellä toimintaa leimaavat periaatteet, mutta periaatteita tärkeämpänä nähdään käytännön toimenpiteet ja niistä kertominen. Lisäksi toiminnan mittaamisen tärkeys painottuu. Käytännön toimenpiteiden esittelyn taustalla on osaltaan vaatimus siitä, ettei yritys vastuu jää katteettomiksi lupauksiksi ja viherpesuksi. Ammattiliitot haluavat nähdä, miten lupaukset vastuullisuudesta näkyvät Turvan liiketoiminnassa. Yritys vastuuraportointi voi siis tukea vastuullisten tekojen toteuttamista, sillä käytännön toimenpiteiden raportointi todennäköisesti kannustaa yritystä myös toteuttamaan raportoituja toimenpiteitä arjessa. Odotukset ovat linjassa kirjallisuuden kanssa, sillä myös kirjallisuus (esim. Niskala ym. 2019) on tunnistanut, että vaikka kaiken ytimessä tulee olla vastuulliset teot, yritys vastuuraportointi toimii hyvänä johtamisen välineenä, ja auttaa yritystä fokuoittumaan sidosryhmille tärkeisiin asioihin.

Tutkielman tulosten perusteella kävi ilmi, että yritys vastuu näyttäytyy myös ammattiliittojen jäsenille tärkeänä asiana. Odotukset Turvan yritys vastuuta kohtaan ovat korkealla tasolla eli Turvalta odotetaan toiminnassaan ympäröivän yhteiskunnan ja ympäristön huomiointia. Jopa yllättävänkin tärkeäksi jäsenten keskuudessa nousi Turvan aktiivinen tuki riskien ennaltaehkäisemisessä. Aikaisemmin todettiin, että esimerkiksi tulevaisuuden vakuutuskelvottomien riskien takia vakuutusyhtiöllä on kannustinta ottaa entistä proaktiivisempaa roolia, mutta vaatimus tämänkaltaiseen toimintaan näyttää tulevan myös tavallisilta kuluttaja-asiakkailta. Vaikka Schwarzin, Singhin & Schwedelin (2014) mukaan vahinkovakuutus alalla hinnoittelu on suurin yksittäinen päätökseen vaikuttava tekijä kuluttajan valitessa vakuutusyhtiötä, voidaan tutkielman pohjalta todeta, ettei vakuutusyhtiö voi sivuuttaa yritys vastuuta. Tutkielman tulosten perusteella kuluttajat odottavat vakuutusyhtiöltä vastuullisuutta, mikä on myös aikaisemmin havaittu (Rajander-Juusti 2015). Tämän tutkielman pohjalta ei voida kuitenkaan sanoa, missä määrin vastuullisuustekijät vaikuttavat vaikkapa asiakkaiden ostopäätöksiin. Moni pitää vastuullisuutta tärkeänä, mutta se ei vielä tarkoita sitä, että vastuullisuus on ihmiselle päätöksentekoa ohjaava arvo.

Ammattiliittojen jäsenten osalta raportointia ei tutkielman tulosten perusteella nähdä niin tärkeänä kuin itse vastuullisia tekoja. Tavallisille henkilöasiakkaille kommunikointia olennaisempaa näyttää olevan se, että vakuutusyhtiö toimii vastuullisesti. Ammattiliittojen jäsenten raportointia koskevissa odotuksissa käytännön toimenpiteistä raportoiminen sekä mittaamisen tärkeys painottuivat eniten, mikä voi indikoida sitä, että henkilöasiakkaat samaistuvat parhaiten ymmärrettäviin käytännön toimiin. Ammattiliittojen jäsenten keskuudessa lyhyt tiivistelmä yritysraportista nousi selvästi ylitse muiden, kun kirjallinen yritysraportti taas nähtiin kaikkien ammattiliittojen jäsenten keskuudessa kaikista epämieluisimmaksi tavaksi tutustua yrityksen vastuullisuustyöhön. Tämä tutkimustulos on linjassa aikaisempien selvitysten (esim. Cone Communications 2015) kanssa, jossa tunnistettiin perinteisen yritysraportin sijasta vaihtoehtoisten yritysraporttien kommunikointitapojen tehokkuus.

Eri ammattiliittojen jäsenten välillä ei ollut havaittavissa merkittäviä eroja. Pelkkä ammattiliiton jäsenyys ei siis näytä vaikuttavan yritysraportin odotuksiin. Taustamuuttujilla sen sijaan voidaan tämän tutkielman perusteella todeta olevan vaikutusta yritysraportin liittyvissä odotuksissa. Erityisesti siihen, missä määrin Turvan odotetaan huomioon otavan ympäröivän yhteiskunnan ja ympäristön toiminnassaan, taustamuuttajat vaikuttavat. Naisille, nuorille ja korkeasti koulutetuille yritysraportti näyttää tärkeämpänä kuin vastaavasti miehille, vanhemmille ja matalasti koulutetuille.

Tutkielmassa kävi ilmi, että ammattiliittojen näkemykset järjestöinä kuvastavat varsin hyvin isossa kuvassa ammattiliittoon kuuluvien jäsenten näkemyksiä. Tämä päätelmä on tehty vertailemalla haastatteluiden, ja niiden pohjalta muodostettujen kyselyiden tuloksia. Varsinkin Turvan yritysraportin odotuksiin ja ulottuvuuksiin liittyvät kysymykset saivat todella korkeat keskiarvot, mikä kuvastaa sitä, että liittojen ja jäsenten näkemykset ovat lähellä toisiaan. Luonnollisestikaan asia ei ole niin mustavalkoinen ja erojakin näkemyksissä löytyi. Yritysraportin osalta oli huomattavissa, että ammattiliitot pitävät sitä hieman tärkeämpänä kuin jäsenet. On ymmärrettävää, että tavallisilla henkilöasiakkailla ei todennäköisesti ole aikaa, ymmärrystä tai jaksamista perehtyä raportteihin toisin kuin Turvan kanssa yhteistyötä tekeville ammattiliitoille. Tämä havainto on linjassa aikaisemmassa kirjallisuudessa tunnistettujen havaintojen kanssa (esim. Chen & Roberts 2010), että eri sidosryhmien odotukset yritystä kohtaan eroavat. Kuitenkin kokonaisuutena tutkielman tulosten pohjalta voidaan todeta, että liittojen näkemys asiasta on varsin yhtenäinen liittojen jäsenten kanssa, mikä on varsin merkittävä havainto. Kun Turva esimerkiksi neuvottelee

ammattiliittojen kanssa kumppanuuksista ja muista yhteistyöhön liittyvistä asioista, se tietää, että kyseiset asiat vetoavat pääsääntöisesti myös varsinaisiin kuluttaja-asiakkaisiin, jotka ovat Turvassa vakuutettuna.

Yhteenvedona voidaan siis todeta, että vakuutusyhtiön on tärkeä miettiä myös liiketoimintansa vastuullisuutta. Asiakkaiden näkökulmasta yritysvastuu nähdään tärkeänä asiana, ja odotukset vastuullista toimintaa kohtaan ovat korkealla. Kaikki lähtee siitä, että toiminnassa noudatetaan voimassa olevaa sääntelyä, mutta yritysvastuussa on mentävä huomattavasti syvemmälle. Toiminnassa tulee ottaa huomioon vakuutusyhtiön taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset. On tärkeää tiedostaa, että vakuutusyhtiöllä on erilaisia sidosryhmiä, joiden odotuksissa saattaa esiintyä eroavaisuuksia. Aidosti kuuntelemalla voidaan kuitenkin varmistua siitä, että kaikkien olennaisten sidosryhmien tarpeet täyttyvät, ja vakuutusyhtiö toimii sille asetettujen odotusten mukaisesti. Tämänkaltaisen toiminnan seurauksena vakuutusyhtiön on mahdollista saavuttaa aitoja liiketoiminnallisia hyötyjä.

5.2 Tutkielman arviointia

Tutkielman onnistumista arvioidaan yleensä reliabiliteetin ja validiteetin kautta, joskin Koskisen, Alasuutarin & Peltosen (2005, 256) mukaan esimerkiksi laadullisessa tutkimuksessa edellä mainittujen käsitteiden merkitys on usein periaatteellinen. Tämä tutkielma toteutettiin monimenetelmällisesti, joten arviointi päätettiin tehdä edellä mainittujen käsitteiden kautta. Reliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, että mittaustulosten tulisi olla ei-sattumanvaraisia. Esimerkiksi kahden tutkijan tulisi samalla aineistolla päätyä samanlaiseen tulokseen. (Hirsjärvi ym. 2008, 226) Reliabiliteetin osalta on huomattava, että laadullisessa tutkimuksessa analyysi on aina riippuvainen tutkijasta, ja tarkoituksena on tehdä omia päätelmiä pelkän tulosten esittämisen sijasta. Kaksi tutkijaa todennäköisesti päätyy hieman eri lopputuloksiin subjektiivisen tarkastelun ja arvomaailman erojen seurauksena. Reliabiliteetin todistaminen on tästä syystä hankalampaa kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Aineisto pyrittiin keräämään ja analysoimaan mahdollisimman objektiivisesti ja johdonmukaisesti, jotta tulokset olisivat reliaabeleita. Luotettavuutta on myös pyritty parantamaan kuvaamalla tarkasti tutkimuksen toteutuksen vaiheet, muun muassa haastattelujen toteutuksen osalta ja haastateltavien henkilöiden osalta. Lisäksi haastattelukysymykset löytyvät tutkimuksen lopusta liitteenä, joten tämän tutkimuksen voisi niiden avulla toistaa.

Haastattelujen osalta on otettava huomioon myös haastateltujen subjektiivisuus aihepiiriin liittyen. Haastatteluissa pyrittiin saamaan ammattiliittojen näkemys yritys vastuusta, mutta on tärkeää huomioida se, että yhden haastateltavan on vaikea kuvata täysin objektiivisesti koko liiton näkemystä asiasta, mikäli liitossa ei ole vaikkapa virallista hallinnon määrittelemää linjaa. Mikäli siis tehtäisiin haastattelu jollekin toiselle henkilölle ammattiliitossa, esiin saattaisi nousta eriäviä mielipiteitä tai asioiden tärkeysjärjestys voisi painottua toisella tapaa. Voidaan kuitenkin olettaa, että isossa kuvassa samassa liitossa työskentelevät ihmiset ajattelevat samoin tavoin yritys vastuusta, vaikka yksityiskohdissa eroja olisikin.

Tässä tutkielmassa haastatteluja tehtiin kolme kappaletta kolmelle eri ammattiliitolle. Luonnollisesti useampi haastattelu olisi tuonut vielä enemmän ja mahdollisesti uutta dataa aihepiiristä, mutta ajallisen toteutuksen sekä tutkielman laajuuden takia päädyttiin tekemään kolme haastatteluja. Useammat haastattelut olisivat nimittäin tarkoittaneet useampaa kyselylomakkeen muodostamista ja kyselyn toteuttamista, mikä olisi entisestään vaikeuttanut tutkielman etenemistä, sillä jo kolmen kyselyn toteuttamisessa oli omat haasteensa koronan takia.

Kuten todettua, tutkielman aineisto kerättiin monimenetelmällisesti eli hyödynnettiin menetelmätriangulaatiota, joka Hirsjärven ym. (2008) mukaan parhaimmillaan lisää tutkimuksen luotettavuutta. Haastatteluiden pohjalta muodostettujen kyselylomakkeiden avulla aihepiiristä saatiin entistä kattavampi näkemys. Kyselyiden hyödyntämisessä oli kuitenkin omat rajoitteensa, jotka on tärkeä tunnistaa.

Kyselyiden alhaisten vastausmäärien takia tuloksia ei voi luotettavasti yleistää ammattiliittojen jäsenistöihin kokonaisuudessaan. On siis todennäköistä, että ammattiliittojen jäsenten keskuudessa mielipiteet eroavat tässä tutkielmassa esitetyistä tuloksista. Alhaiset vastausprosentit saattavat vääristää tuloksia myös niin, jos esimerkiksi tietyn tyyppiset ihmiset ovat tarkoituksella jättäneet vastaamatta kyselyyn. Myös puuttuvat havainnot ovat ongelmallisia tutkielman kannalta, sillä suunnittelemattomat puuttuvat tiedot mahdollisesti vääristävät analyysien tuloksia. Aineistoa kuitenkin käytiin läpi puuttuvien havaintojen osalta, ja sen perusteella puuttuvat havainnot eivät näyttäneet painottuvan tietulle ikäryhmälle, koulutustaustalle tai sukupuolelle, mikä parantaa luotettavuutta. Reliabiliteetin osalta tutkielmassa on siis tehty useita reliabiliteettia parantavia toimenpiteitä, ja tutkielman reliabiliteetin voidaan nähdä olevan varsin hyvä.

Validiteetti tarkoittaa valitun tutkimusmenetelmän kykyä tutkia haluttua asiaa (Hirsjärvi ym. 2008, 226) Validiteetin osalta tässä tutkielmassa onnistuttiin vastaamaan sille etukäteen asetettuihin tutkimuskysymyksiin hyvin eli kartoittamaan ammattiliittojen ja niiden jäsenten odotuksia Keskinäisen Vakuutusyhtiö Turvan yritys vastuuta kohtaan sekä vertailemaan keskenään ammattiliittojen ja liittojen jäsenten näkemyksiä. Vaikka tämän tutkielman tulokset eivät ole tilastollisesti merkitseviä, ne tutkivat haluttua asiaa. Tutkielman voidaan katsoa onnistuneen hyvin validiteetin näkökulmasta.

5.3 Lopuksi

Tämä tutkielma selvitti vakuutusyhtiön ammattiliittoasiakkaiden odotuksia yritys vastuuta kohtaan haastatteluiden ja kyselyiden avulla. Aihepiiriä ei ollut juurikaan tutkittu sidosryhmien näkökulmasta. Tutkielmassa osoitettiin, että asiakkaiden odotukset vakuutusyhtiön yritys vastuuta kohtaan ovat korkealla tasolla. Tulokset tarjoavat konkreettisia esimerkkejä niin Turvalle kuin muillekin siitä, että vakuutusyhtiön on ajateltava toimintaansa pelkkää korvausprosessia laajemmin.

Aihepiiriä tutkittiin tässä tutkielmassa varsin rajatun sidosryhmän näkökulmasta. Luonnollisesti mielenkiintoista olisi jatkaa aihepiirin tutkimista muidenkin sidosryhmien näkökulmasta, mikä mahdollistaisi entistä kokonaisvaltaisemman kuvan muodostamisen siitä, mitä vakuutusyhtiön yritys vastuulta odotetaan. On hyvin mahdollista, että eri sidosryhmien välillä on ristiriitaisia odotuksia. Näiden mahdollisten ristiriitaisuuksien löytäminen tarjoaisi jälleen arvokasta dataa esimerkiksi vakuutusyhtiöiden näkökulmasta. Laajemmalla kvantitatiivisella tutkimuksella sen sijaan päästäisiin paremmin käsiksi siihen, miten selittävät tekijät vaikuttavat ihmisten näkemyksiin yritys vastuusta laajemman ihmisjoukon keskuudessa. Yhtenä mielenkiinnon kohteena olisi myös selvittää se, tuoko vakuutusyhtiön yritys vastuu aitoa lisäarvoa asiakkaille vai onko kyseessä loppujen lopuksi toissijainen asia. Vaikka vastuullisuus nähdään tärkeänä, niin varmasti valtaosalle tärkeintä on se, että korvaukset maksetaan vahingon sattuessa. Asian tutkiminen vaatisi todennäköisesti sekä kvantitatiivista että laadullista jatkotutkimusta.

Eräänä jatkotutkimusehdotuksena olisi myös mielenkiintoista tutkia aihepiiriä vakuutusyhtiön näkökulmasta. Tutkimuksen kohteena voisi olla se, kuinka vakuutusyhtiössä sidosryhmien näkemysten ja odotusten pohjalta lähdetään työstämään yritys vastuun prosessia eteenpäin.

Luonnollisesti tätä prosessia varten tulisi selvittää vielä muidenkin kuin ammattiliittoasiakkaiden odotuksia ja näkemyksiä. Tämän tyyppisen tutkimuksen voisi toteuttaa esimerkiksi toimintatutkimuksen muodossa. Ongelmaksi voisi tulla muodostua se, että tietyn yhtiön prosessien avaaminen julkisesti ei välttämättä ole mahdollista.

Yritysvastuu teemana on tulevaisuudessa hyvin korkealla todennäköisyydellä entistäkin suuremmassa roolissa, sillä erilaisten yhteiskunnallisten ja ympäristöllisten haasteiden määrä on kasvussa, ja yritysten on tajuttu olevan merkittäviä toimijoita niiden ratkaisemisessa. Esimerkiksi vakuutusyhtiöidenkin roolin tärkeys luonnonkatastrofeihin varautumisessa on tiedostettu vasta hiljattain. Nähtäväksi jää, mitkä ovat tulevaisuudessa yritysvastuun trendejä. Varmaa on vain se, että muuttuvien olosuhteiden takia myös vakuutusyhtiöiden asiakkaiden odotukset muuttuvat, minkä takia sidosryhmien odotuksia on syytä kartoittaa riittävän usein.

LÄHDELUETTELO

Kirjallisuus

- Accountability. 2018. AA1000 AccountAbility Principles (AA1000AP) 2018.
- Ayadi, Rym & O'Brien, Christopher. 2006. The Future of Insurance Regulation and Supervision in the EU: New Development, New Challenges. Bryssel: Centre for European Policy Studies.
- Bhattacharyya, Sekhar. 2010. Exploring the concept of strategic corporate social responsibility for an integrated perspective. *European Business Review* Vol. 22. No. 1. 82–101.
- Bhattacharya, C. B., Sen, Sankar & Korschun, Daniel. 2011. Leveraging corporate responsibility: the stakeholder route to maximizing business and social value Cambridge; New York: Cambridge University Press.
- Bitektine, Alex. 2011. Toward a Theory of Social Judgments of Organizations: The Case of Legitimacy, Reputation, and Status. *Academy of Management Review* Vol. 36. No. 1. 151–179.
- Buhr, Nola, Gray, Rob, & Milne, Markus. 2014. Histories, rationales, voluntary standards and future prospects for sustainability reporting. CSR, GRI, IIRC and beyond. Teoksessa: Bebbington, Jan, Unerman, Jeffrey and O'Dwyer, Brendan. 2014. Sustainability, Accounting and Accountability. Abingdon: Routledge.
- Carroll, Archie B. 1979. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, Vol. 4. No. 4. 497-505.
- Carroll, Archie B. 1999. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society* Vol. 38. No. 3. 268–295.
- Carroll, Archie B. 2016. Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility* 1(1). 3.
- Chen, Jennifer C. & Robin W. Roberts. 2010. Toward a More Coherent Understanding of the Organization-Society Relationship: A Theoretical Consideration for Social and Environmental Accounting Research: *JBE. Journal of Business Ethics* Vol. 97. No. 4. 651–665.
- Clarkson, Max. 1995. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *The Academy of Management Review*, Vol. 20. No. 1. 92–117.
- Creswell, John W. & Plano Clark, Vicki L. 2018. Designing and conducting mixed methods research. 3. uudistettu painos. Thousand Oaks CA: SAGE Publications.
- Cone Communications. 2015. Global CSR Study.
- Dasgupta, Susmita, Laplante, Benoit & Mamingi, Nlandu. 2001. Pollution and Capital Markets in Developing Countries. *Journal of Environmental Economics and Management* Vol. 42. No. 3. 310–335.

- Deegan, Craig. 2002. The Legitimizing Effect of Social and Environmental Disclosures -- a Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15, no. 3. 282–311.
- Dhaliwal, Dan S., Oliver Z. Li, Albert Tsang & Yong G. Yang. 2011. Voluntary Nonfinancial Disclosure and the Cost of Equity Capital: The Initiation of Corporate Social Responsibility Reporting. *The Accounting Review* Vol. 86. No. 1. 59–100.
- Donaldson, Thomas & Preston, Lee. 1995. The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidenc. *Academy of Management. The Academy of Management Review*. Vol. 20. No. 1. 65–91.
- Eriksson, Päivi & Koistinen, Katri. 2014. Monenlainen tapaustutkimus. Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksia ja selvityksiä 11/2014. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Euroopan komissio. 2011. Yritysten yhteiskuntavastuuta koskeva uudistettu EU:n strategia vuosiksi 2011–2014.
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2009/138/EY vakuutus- ja jälleenvakuutustoiminnan aloittamisesta ja harjoittamisesta (Solvenssi II). (Lähdeviite: Solvenssi II 2009)
- Freeman, R. Edward. 1984. *Strategic Management: a Stakeholder Approach*. Boston, Mass: Pitman.
- Freeman, R. Edward., Andrew C. Wicks & Bidhan Parmar. 2004. Stakeholder Theory and "The Corporate Objective Revisited". *Organization Science* Vol. 15. No. 3. 364–369.
- Global Reporting Initiative. 2016. G4 Sustainability Reporting Guidelines. Reporting Principles and Standard Disclosures.
- Global Reporting Initiative. 2019. GRI Standards.
- Guenster, Nadja, Bauer, Rob, Derwall, Jeroen & Koedijk, Kees. 2011. The economic value of corporate eco-efficiency. *European Financial Management* Vol. 17. No. 4. 679–704.
- Hall, Tanya J. & Slaper, Timothy F. 2011. The triple bottom line: what is it and how does it work? *Indiana Business Review*, Vol. 86. No. 1. 4–.
- Harmaala, Minna-Maari & Jallinoja, Niina. 2013. *Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta*. Helsinki: Sanoma Pro.
- Heal, Geoffrey. 2005. Corporate Social Responsibility: An Economic and Financial Framework. *The Geneva Papers on Risk and Insurance. Issues and Practice* Vol. 30. No. 3. 387–409.
- Heikkilä, Tarja. 2017. *Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos*. Helsinki: Edita Publishing.
- Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara Paula. 2008. *Tutki ja kirjoita. 13.–14. osin uudistettu painos*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Jais, Nina, Lund, Flynn, Pfitzer, Marc & Rodriques, Adam. 2017. *Insuring Shared Value: How Insurers Gain Competitive Advantage by Better Addressing Society's Needs*.

- Juutinen, Sirpa. 2016. Strategisen yritysvastuun käsikirja. Helsinki: Talentum Pro.
- Järvelä, Heli. 2004. Vakuutustalous. Helsinki: Suomen vakuutusalan koulutus ja kustannus Oy.
- Järvinen, Raija. 2004. Yhteiskuntavastuu ja etiikka: Käytännöllisiä sovellutuksia vakuutusyhtiötasolla. Teoksessa: Järvinen, Raija. Yhteiskuntavastuu: Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen. Tampere University Press.
- Key, Susan. 1999. Toward a new theory of the firm: a critique of stakeholder "theory". *Management Decision* Vol. 37. No. 4. 317–328.
- Koipijärvi, Terhi & Sari Kuvaja. 2017. Yritysvastuu: johtamisen uusi normaali Helsinki: Kauppakamari.
- Kolstad, Ivar. 2007. Why Firms Should Not Always Maximize Profits. *Journal of Business Ethics* Vol. 76. No. 2. 137–145.
- Koskinen, Ilpo, Alasuutari, Pertti & Peltonen, Tuomo. 2005. Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Tampere: Vastapaino.
- Koskinen, Lasse. 2007. Tilastolliset menetelmät vakuutusyhtiön riskienhallinnassa. Vakuutusvalvontavirasto. Suomen Tilastoseuran vuosikirja.
- Kuisma, Jouko. 2015. Mainetta ja tulosta: yritysvastuun johtamisen lyhyt oppimäärä. Helsinki: ST-Akatemia.
- Kurittu, Kaisa. 2018. Yritysvastuuraportointi: kiinnostavan viestinnän käsikirja Helsinki: Alma Talent.
- Kuvaja, Sari & Malmelin, Karoliina. 2008. Vastuullinen yritysviestintä. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Lehtipuro, Katriina, Luukkonen, Irene, Mäntyniemi, Lea, Raulos, Ville & Santavirta, Pia. 2010. Vakuutuslainsäädäntö. 4. uudistettu painos. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Oy.
- Liappis, Hanna, Pentikäinen, Merja & Vanhala, Anne. 2019. Menesty Yritysvastuulla – käsikirja kokonaisuuteen. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Lindblom, C.K. 1994: The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.
- Lock, Irina & Seele, Peter. 2015. Analyzing Sector-Specific CSR Reporting: Social and Environmental Disclosure to Investors in the Chemicals and Banking and Insurance Industry. *Corporate social responsibility and environmental management*. Vol. 22. No. 2. 113–128.
- Louche, Celine & Lydenberg, Steven. 2010. Responsible Investing. Teoksessa: Boatright, John Raymond. 2010. Finance ethics critical issues in theory and practice. New Jersey: Wiley.
- Madsen, Henning & Ulhøi, John P. 2001. Integrating environmental and stakeholder management. *Business Strategy and the Environment*, Vol. 10. No. 2. 77–88.
- Metsämuuronen, Jari. 2009. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 2. uudistettu painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

- Mitchell, Ronald, Agle, Bradley & Wood, Donna. 1997. Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *Academy of Management review* Vol. 22. No. 4. 853–886.
- Mullerat, R. 2010. *International Corporate Social Responsibility: The Role of Corporations in the Economic Order of the 21st Century*: Wolters Kluwer Law & Business.
- Mätäsaho, Risto. & Niskala, Mikael. 1997. Ympäristölaskentatoimi ja valta- ja ympäristö. *Liiketaloudellinen aikakauskirja*. 1/97. 76–91.
- Nielsen, Anne & Thomsen, Christa. 2007. Reporting CSR – what and how to say it? *Corporate Communications: An International Journal* Vol. 12. No. 1. 25-40.
- Niskala, Mikael, Pajunen, Tomi, Puroila, Jenni & Tarna-Mani, Kaisa. 2019. *Yritysvastuu, raportointi- ja laskentaperiaatteet*. 3. uudistettu painos. Helsinki: ST-Akatemia.
- Näsi, Juha. 1995. *Understanding Stakeholder Thinking*. Helsinki: LSR-Julkaisut Oy.
- Pedersen, Esben R. 2006. Making Corporate Social Responsibility (CSR) Operable: How Companies Translate Stakeholder Dialogue into Practice. *Business and Society Review* Vol. 111. No. 2. 137–163.
- Phillips, Robert, R. Freeman & Andrew Wicks. 2003. What Stakeholder Theory is Not. *Business Ethics Quarterly* Vol. 13. No. 4. 479–502.
- Porter, Michael & Kramer, Mark. 2006. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard business review* Vol. 84. No. 12. 78–92.
- Porter, Michael & Kramer, Mark. 2011. The Big Idea: Creating Shared Value. *Harvard business review* Vol. 89. No. 1. 62–77.
- Rajander-Juusti, Ritva. 2015. Yhteinen matka finanssialan tulevaisuuteen. Hyvinvoiva finanssiala 2014–2015 -hankkeen loppuraportti. Finanssialan keskusliitto.
- Rantala, Jukka & Kivisaari, Esko. 2014. *Vakuutusoppi*. 12. uudistettu painos. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Oy.
- Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna. 2006. *KvaliMOTV - menetelmäopetuksen tietovaranto*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto.
- Savitz, Andrew W. 2013. *The Triple Bottom Line: How Today's Best-Run Companies Are Achieving Economic, Social and Environmental Success - And How You Can Too* Somerset: John Wiley & Sons, Incorporated.
- Schwarz, Gunther, Singh, Harshveer & Schwedel, Andrew. 2014. Want More LOYAL Customers? *Best's Review* No. 5. 91–94.
- Sievänen, Riikka, Hannu Rita & Bert Scholtens. 2013. The Drivers of Responsible Investment: The Case of European Pension Funds. *Journal of Business Ethics* Vol. 117. No. 1. 137–151.
- Siew, Renard. 2015. A review of corporate sustainability reporting tools (SRTs). *Journal of environmental management* Vol. 164. 180–195.

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

Tschopp, Daniel & Ronald Huefner. 2015. Comparing the Evolution of CSR Reporting to That of Financial Reporting. *Journal of Business Ethics* Vol. 127. no. 3. 565–577.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Wood, Donna J. & Raymond E. Jones. 1995. Stakeholder Mismatching: A Theoretical Problem in Empirical Research on Corporate Social Performance. *The International Journal of Organizational Analysis* Vol. 3. No. 3. 229–267.

Valkonen, Tarmo. 1990. Vakuutusyhtiöiden sijoitustoiminta Suomessa. Helsinki: Elinkeinoelämän tutkimuslaitos.

Viitala, Riitta & Eila Jylhä. Liiketoimintaosaaminen: menestyvän yritystoiminnan perusta. 6. uudistettu painos, Helsinki: Edita.

Vilkka, Hanna. 2007. Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

Zähres, Meta. 2011. Solvency II and Basel III: Reciprocal effects should not be ignored. Frankfurt am Main: Deutsche Bank Research.

Internet-lähteet

Elinkeinoelämän keskusliitto. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä (27.1.2020)
<https://ek.fi/mita-tee/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>

Fennia. 2019. Yhteiskuntavastuumme 2018 (20.1.2020)
<https://vuosikertomus.fennia.fi/2018/fennia/yhteiskuntavastuumme/vastuullisuus-fennia-konsernin-liiketoiminnoissa>

FIBS. 2019. Yritysvastuu 2019 – Tiivistelmä (15.1.2020)
<https://www.fibsry.fi/ajankohtaista/yritysvastuu-2019-tiivistelma/>

Finanssiala ry. 2019. Vakuutusvuosi 2018 (24.2.2020)
<https://www.finanssiala.fi/materiaalipankki/julkaisut>

Finanssiala ry. 2020. Kestävän kehityksen sitoumukset (17.4.2020)
<https://www.finanssiala.fi/linjaukset/sitoumukset/>

Finanssivalvonta. 2019. Rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estäminen (26.4.2020)
<https://www.finanssivalvonta.fi/vakuutus/rahanpesun-estaminen/>

Finanssivalvonta. 2020. Vakuuttamattomien luonnonkatastrofien määrä kasvussa (29.10.2020)
<https://www.finanssivalvonta.fi/tiedotteet-ja-julkaisut/blogit/2020/vakuuttamattomien-luonnonkatastrofien-maara-kasvussa/>

If. 2019. Sustainability Report 2018 (20.1.2020)
<https://www.if.fi/tietoa-ifista/vastuullisuus>

- Keskinäinen Vakuutusyhtiö Turva. 2020a. Toimintakertomus 2018 (3.2.2020)
<https://www.turva.fi/turva-yrityksena/taloustietoa/toimintakertomus-ja-tilinpaatos>
- Keskinäinen Vakuutusyhtiö Turva. 2020b. Tunnusluvut 2019 (4.11.2020)
<https://www.turva.fi/turva-yrityksena/taloustietoa/toimintakertomus-ja-tilinpaatos>
- Keskinäinen Vakuutusyhtiö Turva. 2020c. Tietoa meistä (4.11.2020)
<https://www.turva.fi/turva-yrityksena>
- Keskinäinen Vakuutusyhtiö Turva. 2020d. Ammattiliiton jäsenelle (18.11.2020)
<https://www.turva.fi/henkiloasiakkaat/ammattiliiton-jasen>
- KPMG. 2017. Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017 (3.3.2020)
<https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2017/10/the-kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.html>
- LähiTapiola. 2020. Yhteiskuntavastuu LähiTapiolassa (20.3.2020)
<https://www.lahitapiola.fi/tietoa-lahitapiolasta/vastuullisuus/yhteiskuntavastuu-lahitapiolassa>
- OP-ryhmä. Vastuullisuus (20.1.2020)
<https://www.op.fi/op-ryhma/vastuullisuus>
- Sosiaali- ja terveysministeriö. 2017. Lainsäädäntö (2.4.2020)
<http://stm.fi/vakuutusasiat/lainsaadanto>
- STTK. Ammattiliitto (19.3.2020)
<https://tyoelamaan.fi/tukea-tyoelamassa/ammattiliitto/#cd411be9>
- United Nations Principles of Responsible Investment (UN PRI). 2019. What is responsible investment (30.01.2020)
<https://www.unpri.org/pri/an-introduction-to-responsible-investment/what-is-responsible-investment>

LIITE 1: HAASTATTELUKYSYMYKSET

Aihepiirin taustoitus ja odotukset

1. Mitä yritysvastuu (vastuullisuus) tarkoittaa teidän ammattiliitollenne ja kuinka tärkeä arvo se on teille?
2. Koetteko, että näkemyksenne vastuullisuudesta kuvastaa myös yksittäisten liiton jäsenten näkemystä? Oletteko selvittäneet jäsenten mielipiteitä asiasta ja millä tavoin?
3. Onko yritysvastuu ammattiliittonne mielestä tärkeää vakuutusosalalla? Miksi?
4. Minkälaisia odotuksia ammattiliitollanne on Turvan vastuullisuutta kohtaan?
5. Ulottuuko Turvan yritysvastuu teidän mielestä myös kumppanitoimintaan?
6. Tulisiko Turvan panostaa resursseja myös riskien ennaltaehkäisyyn pelkän korvauksen maksamisen sijasta?

Ulottuvuudet

7. Mitkä taloudellisen vastuun osa-alueet ovat ammattiliittonne mielestä tärkeimmät Turvan toiminnassa? (2-3 tekijää ja lyhyet perustelut)
8. Mitkä ympäristövastuun osa-alueet ovat ammattiliittonne mielestä tärkeimmät Turvan toiminnassa? (2-3 tekijää ja lyhyet perustelut)
9. Mitkä sosiaalisen vastuun osa-alueet ovat ammattiliittonne mielestä tärkeimmät Turvan toiminnassa? (2-3 tekijää ja lyhyet perustelut)
10. Entä mikä näistä kolmesta vastuusta on ammattiliittonne mielestä tärkein Turvan toiminnassa?

Raportointi

11. Tulisiko Turvan raportoida yritys vastuustaan? Kuinka säännöllisesti?
12. Tulisiko Turvan yritys vastuuraporttien noudattaa jotain standardia, esimerkiksi GRI:tä?
13. Ovatko vastuullisuusraportit ammattiliittonne näkökulmasta hyödyllistä tietoa? Miksi tai miksi ei?
14. Lukisitteko mieluummin lyhyitä tiivistelmiä, joissa on listattu tärkeimmät vastuullisuuden asiat vai pitkiä raportteja, joissa vastuullisuutta on avattu perusteellisemmin?
15. Mitä toivoisitte lukevanne Turvan vastuullisuusraporteissa? (periaatteet, käytännön toimenpiteet, mittarit yms.)

16. Tulisiko Turvan raportoinnin ohella myös viestiä olennaisista yritysvastuun asioista?
17. Millä tavoin ja missä kanavissa ammattiliittonne haluaisi vastaanottaa viestintää vastuullisuuteen liittyen?

LIITE 2: KYSELYLOMAKE

Taustatiedot ja odotukset yritys vastuuta kohtaan

Yritysvastuun määritelmä: Vastuullinen yritys toimii mahdollisimman kestäväällä tavalla ja sovittaa yhteen yrityksen ja ympäröivän yhteiskunnan tavoitteet. Yritysvastuu tarkoittaa lakien noudattamista ja lainsäädännön vaatimukset ylittävää vastuullista liiketoimintaa. Taloudellisen kannattavuuden tavoittelun lisäksi toimitaan yhteiskunnan hyväksi sekä ympäristön ja ihmisten suojaamiseksi. Esimerkkejä yritys vastuusta ovat vastuullinen veronmaksu, ihmisoikeuksien kunnioittaminen ja ympäristön huomioiminen toiminnassa.

1. Sukupuoli
 1. nainen
 2. mies

2. Syntymävuosi: _____

3. Koulutustaso (valitse korkein suorittamasi koulutusaste)
 1. kansakoulu
 2. peruskoulu tai keskikoulu
 3. ammattikoulu tai opistotason tutkinto
 4. lukio tai ylioppilastutkinto
 5. ammattikorkeakoulu
 6. yliopisto, alemman asteen tutkinto
 7. yliopisto, ylemmän asteen tutkinto
 8. lisensiaatin tai tohtorin tutkinto

4. Kuinka tärkeänä pidät vastuullista yritystoimintaa? (1= ei lainkaan tärkeä, 4=erittäin tärkeä, 0=en osaa sanoa)

5. Turvan tulee huomioida ympäröivä yhteiskunta ja ympäristö toiminnassaan.
 1. Täysin eri mieltä
 2. Eri mieltä
 3. En samaa enkä eri mieltä
 4. Samaa mieltä
 5. Täysin samaa mieltä

6. Turvan vastuulla on huolehtia, että myös sen kumppanit toimivat myös vastuullisesti.
 1. Täysin eri mieltä
 2. Eri mieltä
 3. En samaa enkä eri mieltä
 4. Samaa mieltä

5. Täysin samaa mieltä

7. Turvan tulee aktiivisesti tarjota asiakkailleen tukea riskienhallintaan esimerkiksi tarjoamalla tietoa ja ohjeita erilaisista riskeistä (mitkä ovat tyypillisimpiä vahinkoja ja miten niitä voi ennaltaehkäistä).
 1. Täysin eri mieltä
 2. Eri mieltä
 3. En samaa enkä eri mieltä
 4. Samaa mieltä
 5. Täysin samaa mieltä

Yritysvastuun ulottuvuudet

Seuraavassa osiossa tarkastellaan yritysvastuun ulottuvuuksia, jotka ovat taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen. Jokaisesta ulottuvuudesta on listattu tekijöitä, jotka ammattiliittosi on haastattelutilanteessa maininnut tärkeiksi. Tehtävänä on arvioida tekijöiden tärkeyttä Turvan toiminnassa (4=erittäin tärkeä, 1=ei lainkaan tärkeä, 0=en osaa sanoa)

8. Taloudellinen ulottuvuus:
- Liitoittain vaihtelevat tekijät

9. Ympäristöllinen ulottuvuus:
- Liitoittain vaihtelevat tekijät

10. Sosiaalinen ulottuvuus:
- Liitoittain vaihtelevat tekijät

11. Laita edellä käsitellyt ulottuvuudet tärkeysjärjestykseen (1. tärkein ulottuvuus Turvan toiminnassa ja 3. vähiten tärkein)
 1. _____
 2. _____
 3. _____

Yritysvastuun raportointi

Yritysvastuuraportoinnin määritelmä: Yritysvastuuraportoinnissa on kyse siitä, että yritys systemaattisesti kerää tietoa vastuullisuudestaan ja julkaisee tietoa oleellisille sidosryhmille.

12. Turvan tulee kommunikoida vastuullisuustyöstään?
 1. Täysin eri mieltä
 2. Eri mieltä
 3. En samaa enkä eri mieltä

4. Samaa mieltä
 5. Täysin samaa mieltä
13. Alla on esitetty erilaisia tapoja tutustua yrityksen vastuullisuustyöhön. Arvioi tapojen mieluisuutta omasta näkökulmasta eli kuinka mieluinen kukin tapa olisi sinulle tutustua Turvan vastuullisuustyöhön (4=erittäin mieluinen, 1=ei lainkaan mieluinen, 0=en osaa sanoa).
- Kirjallinen yritysraportti kokonaisuudessaan
 - Lyhyt tiivistelmä yritysraportista
 - Lyhyt opetusvideo
 - Interaktiiviset nettisivut, jotka osallistavat esimerkiksi pelien tai tietovisojen kautta
 - Muu, mikä: _____
14. Vastuullisuusraporteissa tulisi periaatteiden lisäksi kertoa käytännön toimenpiteistä (ja siitä, miten kehitystä mitataan).
1. Täysin eri mieltä
 2. Eri mieltä
 3. En samaa enkä eri mieltä
 4. Samaa mieltä
 5. Täysin samaa mieltä
15. Kattavamman raportoinnin lisäksi Turva voisi myös viestiä vastuullisuudestaan esimerkiksi nettisivuilla, sosiaalisessa mediassa tai muissa sähköisissä kanavissa.
1. Täysin eri mieltä
 2. Eri mieltä
 3. En samaa enkä eri mieltä
 4. Samaa mieltä
 5. Täysin samaa mieltä