

TAMPEREEN YLIOPISTO
Johtamiskorkeakoulu

**YRITYKSEN YHTEISKUNTA VASTUUN YMMÄRTÄMINEN
SUOMALAISESSA KONTEKSTISSA
Case: Nokia Oyj vuosilta 2002–2010**

Yrityksen taloustiede, laskentatoimi
Pro gradu -tutkielma
Toukokuu 2012
Ohjaaja: Salme Näsi

Sari Leipälä

TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopisto	Johtamiskorkeakoulu; yrityksen taloustiede, laskentatoimi
Tekijä:	LEIPÄLÄ, SARI
Tutkielman nimi:	Yrityksen yhteiskuntavastuun ymmärtäminen suomalaisessa kontekstissa. Case: Nokia Oyj vuosilta 2002–2010
Pro gradu -tutkielma:	97 sivua
Aika:	Toukokuu 2012
Avainsanat:	Yhteiskuntavastuu, sosiaalinen vastuu, yhteiskuntavastuura-portointi, sidosryhmät

Tässä työssä tutkitaan, miten yrityksen yhteiskuntavastuu, ja erityisesti vastuun sosiaalinen ulottuvuus, on ymmärretty suomalaisessa yhteiskunnassa. Tutkimus toteutetaan tapaustutkimuksena, jonka kohdeyritykseksi on valittu Nokia Oyj. Tutkimus sisältää laajan empiirisen aineiston vuosilta 2002–2010 siten, että aihetta lähestytään toisaalta sanomalehtikirjoittelun pohjalta ja toisaalta Nokian oman yhteiskuntavastuuraportoinnin pohjalta. Sanomalehtikirjoittelun oletetaan heijastavan niitä yleisiä odotuksia, joita suomalaisella yhteiskunnalla on ollut liittyen Nokian yhteiskuntavastuuseen. Nokian yhteiskuntavastuuraporttien oletetaan vuorostaan heijastavan sitä, miten Nokia itse on ymmärtänyt oman yhteiskuntavastuunsa olevan. Tutkimuksen merkittävin kontribuutio tulee näiden kahden aineiston synteesistä, jossa Nokian yhteiskuntavastuuraportointia peilataan siihen, mitä yhteiskuntavastuusta on eri aikoina ajateltu ja argumentoitu yrityksen eri sidosryhmien näkökulmasta.

Tarkastelun painopiste on yrityksen sosiaalisessa vastuussa, mutta myös taloudellisen vastuun ulottuvuus on tutkimuksessa vahvasti mukana. Tutkimusta merkittävästi ohjaavaksi teoriaksi on valittu sidosryhmäteoria. Lisäksi teoreettisessa viitekehyksessä tarkastellaan yhteiskuntavastuun eri tasoja, yhteiskuntavastuun kontekstiriippuvuutta sekä GRI:n yleisiä raportointiperiaatteita.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että varsinaiset teemat sekä julkisessa keskustelussa että yhteiskuntavastuuraporteissa ovat suunnilleen samoja, vaikka teemojen sisältö onkin erilainen. Sanomalehtikirjoittelussa keskustelun ytimessä ovat Nokian harjoittaman toiminnan aktiivinen siirtäminen ulkomaille ja tämän toiminnan aiheuttamat kielteiset vaikutukset kansallisella, paikallisella ja yksilön tasolla. Nokian yhteiskuntavastuuraportointi rakentuu vuorostaan hyvin pitkälle erilaisten yrityksen ulkopuolisten tahojen määrittelemien yleisten kansainvälisten normien ja standardien ympärille. Lisäksi raportoinnissa korostuu Nokian aktiivinen osallistuminen yhteisöjä hyödyttäviin sosiaalisiin ja ympäristöohjelmiin. Tutkimuksen johtopäätöksissä todetaankin, että Nokian yhteiskuntavastuuraportoinnin ei voida nähdä heijastavan suoraan niitä asioita, joita yhteiskunnassa milloinkin tapahtuu. Merkittävää kehitystä raportoinnissa on havaittavissa vasta tarkastelujakson kahden viimeisen vuoden aikana.

SISÄLLYSLUETTELO:

1. JOHDANTO.....	5
1.1. Aiheenalinnan taustaa.....	5
1.2. Tutkimuksen tavoite.....	7
1.3. Keskeiset rajaukset.....	8
1.4. Tutkimusmenetelmät.....	9
1.5. Tutkimuksen kulku.....	11
2. LIIKETOIMINNAN VASTUULLISUUDEN TAUSTAA.....	13
2.1. Teorian merkitys tutkimuksessa.....	13
2.2. Keskeisimpien käsitteiden määrittely.....	14
2.2.1. Yhteiskuntavastuu.....	14
2.2.2. Sidosryhmä.....	17
2.3. Yhteiskuntavastuun eri tasot.....	18
2.3.1. Yhteiskuntavastuun kolme ulottuvuutta.....	18
2.3.2. Yhteiskuntavastuun ideologiat.....	20
2.3.3. Yhteiskuntavastuun pyramidimalli.....	21
2.4. Sidosryhmäteoria yhteiskuntavastuuta selittävänä teoriana.....	23
2.5. Yhteiskuntavastuun kontekstiriippuvuus.....	25
2.6. Global Reporting Initiative (GRI) yhteiskuntavastuuraportoinnin viitekehyksenä.....	28
2.6.1. Mitä GRI tarkoittaa?.....	28
2.6.2. Yleiset raportointiperiaatteet.....	29
2.6.3. Raportin rakenne ja sisältö.....	31
3. NOKIAN YHTEISKUNTAVASTUUN YMMÄRTÄMINEN JULKISESSA KESKUSTELUSSA.....	34
3.1. Nokia Oyj.....	34
3.2. Sanomalehtikirjoittelu tutkimuksen aineistona.....	35
3.3. Aineiston analyysi ja tulkinta.....	37
3.4. Valtiovallan näkökulma.....	39
3.4.1. Kansantaloudellinen vaikuttaminen.....	39
3.4.2. Paikallinen vaikuttaminen.....	41
3.4.3. Poliittinen vaikuttaminen.....	42
3.5. Henkilöstön näkökulma.....	43
3.5.1. Taustaa.....	43

3.5.2.	Henkilöstömäärän muutokset.....	44
3.5.3.	Henkilöstön kohtelu irtisanomistilanteissa	46
3.5.4.	Nokia työnantajana	48
3.6.	Alihankkijoiden näkökulma	50
3.7.	Asiakkaiden näkökulma.....	51
3.8.	Omistajien näkökulma.....	52
3.9.	Yleinen keskustelu yhteiskuntavastuusta	54
3.10.	Yhteenvedo lehtikirjoittelusta	57
4.	YHTEISKUNTAVASTUUN YMMÄRTÄMINEN NOKIAN VASTUURAPORTOINNIN POHJALTA ..	61
4.1.	Aineiston käsittely	61
4.2.	Raportoinnin tyyli.....	62
4.2.1.	Rakenne.....	62
4.2.2.	Luettavuus.....	63
4.2.3.	Tiedon laatu.....	65
4.2.4.	GRI-ohjeistuksen noudattaminen	66
4.2.5.	Organisaation ulkopuolisiin tahoihin viittaaminen	68
4.3.	Yhteiskuntavastuuajattelun kehitys	69
4.4.	Raportoinnin sisältö	73
4.4.1.	Sosiaalisen vastuun painotukset	73
4.4.2.	Taloudellisen vastuun painotukset	75
4.5.	Raportoinnin tarkastelu eri sidosryhmien näkökulmasta	76
4.5.1.	Sidosryhmät raportoinnissa	76
4.5.2.	Henkilöstö	77
4.5.3.	Asiakkaat	80
4.5.4.	Omistajat	83
4.6.	Yhteenvedo Nokian yhteiskuntavastuuraportoinnista	84
5.	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	87
	LÄHTEET	93

1. JOHDANTO

1.1. Aiheenvalinnan taustaa

Yritysten yhteiskuntavastuusta on käyty kiivasta keskustelua erityisesti viime vuosikymmenen aikana. Suomessakin aiheesta on valmistunut useita väitöskirjoja (mm. Apostol 2011; Kujala 2001; Laine 2009; Uimonen 2006). Tampereen yliopiston johtamiskorkeakoulussa on valmistumassa jopa kaksi väitöskirjaa (Heiskanen ja Mäkelä), jotka liittyvät liiketoiminnan vastuullisuuteen. Jyväskylän yliopiston professori Tuomo Takalan nimi ja työpanos yhteiskuntavastuun tutkimuksessa nousevat väistämättä esiin, kun tarkastellaan aihepiirin suomalaista tutkimusta. Takalan ensimmäiset julkaisut aiheesta ovat jo 1980-luvulta (mm. Takala 1985; 1987). Lisäksi suomalaista tutkimusta ovat yhteiskuntavastuun alalla vieneet eteenpäin muiden muassa Vehkaperä (2003) sekä Panapanaan, Linnanen, Karvonen ja Phan (2001).

Kiinnostusta aihealueeseen selittänee se, että yrityksillä on alettu yhä enenevässä määrin nähdä olevan perinteisen taloudellisen vastuun lisäksi myös laajempaa vastuuta yhteiskunnasta, yhteiskunnan hyvinvoinnista, yrityksen eri sidosryhmistä ja ympäristöstä (Uimonen 2006). Yhtenä keskeisimmistä tekijöistä vastuullisen liiketoiminnan merkityksen kasvussa on pidetty globalisaatiota ja tiedonkulun paranemista (Niskala & Tarna 2003). Julkisuudessa laajaa keskustelua ovat herättäneet muun muassa suuret ympäristökatastrofit, väärinkäytökset yritysten johdossa, irtisanomistilanteet sekä ihmisoikeuskysymykset erityisesti kehittyvissä maissa (Uimonen 2006). Tämä julkisuudessa käyty keskustelu toimi virikkeenä myös omalle kiinnostukselleni aihealuetta kohtaan.

Julkisuudessa esillä olleiden tapahtumien seurauksena esiin on noussut yhä voimakkaammin vaatimus siitä, että yritysten tulisi kantaa vastuuta toiminnastaan ja toimintansa seurauksista. Myös yrityksillä oleva valta on ollut keskustelun ytimessä. Nykypäivänä globaalisti toimivilla, monikansallisilla yhteisöillä saattaa olla jopa moninkertaisesti enemmän valtaa kuin yksittäisillä valtioilla. Tämän vuoksi on alettu vaatia, että yritysten tulisi kantaa vas-

tuuta suhteessa siihen valtaan, jota ne käyttävät. (Niskala & Tarna 2003) Lisäksi nopeasti kehittyvä informaatioteknologia on mahdollistanut sen, että tieto yrityksen toiminnasta tai toimimatta jättämisestä on tehokkaasti kaikkien saatavilla ja jaettavissa ilman maantieteellisiä rajoja. Tämän ansiosta yritysten sidosryhmät ovat entistä paremmin tietoisia yritysten toiminnasta ja toiminnan vaikutuksista. (Herrmann 2004; Niskala & Tarna 2003) Pelkkä voiton tavoittelu ja taloudellisen hyödyn maksimoiminen eivät siten enää riitä yrityksen olemassaolon perusteluiksi. Yrityksen on näiden perinteisten tehtävien lisäksi täytettävä ulkopuolelta tulevat odotukset ja vaatimukset, jotka koskevat kaikkia kolmea yhteiskuntavastuun osa-aluetta: sen taloudellista, sosiaalista ja ympäristön näkökulmaa. Epäonnistuminen yhteiskunnasta tulevien odotusten täyttämässä saattaa johtaa luottamuspulaan yrityksen ja ympäröivän yhteiskunnan välillä ja voi siten vaarantaa jopa koko yrityksen olemassaolon. (Deegan 2000)

Tämä tutkimus toteutetaan tapaustutkimuksena, jonka kohdeyritykseksi on valittu Nokia Oyj (myöhemmin Nokia). Nokian valitsemista tutkimuksen kohteeksi puolsivat useat seikat. Ensinnäkin yrityksellä on suhteellisen pitkä kokemus yhteiskuntavastuuraportoinnista. Nokian ensimmäinen vastuuraportti on vuodelta 2002 ja viimeisin tähän tutkimukseen mukaan ehtinyt raportti vuodelta 2010. Täten tarkasteluun mukaan ehtineitä raportteja kertyi yhteensä yhdeksän vuoden ajalta. Mielenkiintoisen tutkimuksen kohteen Nokiasta tekee myös se, että yritys on ansainnut useita palkintoja kestäväan kehitykseen liittyvästä toiminnasta ja se on valittu useana vuona alansa johtavimpiin yrityksiin yhteiskuntavastuun saralla Dow Jones kestävän kehityksen indeksissä. (Nokia 2010) Samaan aikaan julkisessa keskustelussa on kuitenkin esitetty välillä ankaraakin kritiikkiä liittyen yrityksen toimintatapoihin.

Toisekseen Nokian merkitys suomalaiselle yhteiskunnalle on ollut historian valossa kiistatonta suuri. Se on sitä myös edelleen huolimatta siitä, että trendi on ollut jo pitkään laskusuuntainen. Nokian pääkonttori sijaitsee Suomessa, ja myös yrityksen johto on merkittävältä osin suomalaisten käsissä. Työntekijöitä Nokialla on Suomessa hieman alle 20 000. (Nokia 2012) Yhtiön valtiolle tilittämät yhtiöverotulot ovat vaihdelleet 60 miljoonasta eurosta jopa 1.3 miljardiin euroon. Erityisen merkittävä on yhtiön osuus Suomen tutkimus- ja kehitysmenoista, joka oli 37 % vuonna 2009. (Ali-Yrkkö 2010) Huomioon on otettava myös toiminnan epäsuorat vaikutukset, kuten Nokian Suomessa teettämä alihankinta ja muu yhteis-

työ. Tätä taustaa vasten onkin mielenkiintoista tutkia, mitä odotuksia yhteiskunnalla on ollut liittyen Nokian yhteiskuntavastuuseen ja toisaalta, miten Nokia itse on ymmärtänyt oman yhteiskuntavastuunsa olevan, kun asiaa tarkastellaan nimenomaan suomalaisessa kontekstissa.

1.2. Tutkimuksen tavoite

Tässä työssä tutkitaan, miten yrityksen yhteiskuntavastuu, ja erityisesti sen sosiaalisen vastuun ulottuvuus, on ymmärretty suomalaisessa yhteiskunnassa. Tutkimus toteutetaan tapaututkimuksena, jonka kohdeyritykseksi on valittu Nokia Oyj. Tutkimus sisältää laajan empiirisen aineiston yhdeksän vuoden ajalta käsittäen vuodet 2002–2010. Aineiston ensimmäinen osa muodostuu Kauppalehdestä analysoitavaksi poimituista artikkeleista. Sanomalehtikirjoittelun oletetaan heijastavan niitä yleisiä odotuksia, joita suomalaisella yhteiskunnalla on ollut liittyen Nokian yhteiskuntavastuuseen. Tutkimuksen empiirisen aineiston toisen osan muodostavat Nokian yhteiskuntavastuuraportit samalta ajanjaksolta. Yhteiskuntavastuuraporttien oletetaan vuorostaan heijastavan sitä, miten Nokia itse on ymmärtänyt oman yhteiskuntavastuunsa olevan. Tutkimus sisältää siis laajan empiirisen aineiston suhteellisen pitkältä aikaväliltä. Tämä mahdollistaa monipuolisen ja rikkaan käsityksen saamisen siitä, mitä yhteiskuntavastuusta on kulloinkin ajateltu ja argumentoitu eri tahojen näkökulmasta ja toisaalta siitä, mitä muutoksia keskustelussa on ollut havaittavissa.

Tutkimuksen merkittävin kontribuutio tulee näiden kahden aineiston synteisistä. Mielenkiintoista on peilata Nokian yhteiskuntavastuuraportointia julkisuudessa käytyyn keskusteluun ja tutkia, onko yhteiskuntavastuuraportoinnilla aina tietynlainen, yleisten viitekehysten ohjaama oma sisältönsä vai heijasteleeko se ennemminkin niitä asioita, joita yhteiskunnassa milloinkin tapahtuu. Lisäksi mielenkiintoisen tarkastelun kohteen tarjoaa myös yleisen taloudellisen kehityksen vaikutus yhteiskuntavastuun ymmärtämiseen ja sen raportointiin.

1.3. Keskeiset rajaukset

Tutkimus toteutetaan tapaustutkimuksena, jonka kohdeyritykseksi on valittu Nokia Oyj. Vaikka tutkimus keskittyy siis ennen kaikkea Nokian yhteiskuntavastuuseen, on kuitenkin oletettavaa, että tutkimuksen tulokset heijastavat myös laajempaa yhteiskunnassa käytyä keskustelua liittyen yritysten liiketoiminnan vastuullisuuteen.

Tutkimus on rajattu koskemaan vain emoyhtiö Nokiaa. Nokian ja Siemensin puoliksi omistama verkkoyhtiö Nokia Siemen Networks (NSN) on rajattu tutkimuksen ulkopuolelle. Rajaus noudattaa samaa linjaa kuin Nokian oma määritelmä raportoivasta yksiköstä. NSN:n ottaminen mukaan tarkasteluun olisi sinänsä mielenkiintoista, sillä luonnollisesti näiden kahden yrityksen yhteistyö on kiinteää. Esimerkiksi Nokian ja Siemensin verkkotoiminnan yhdistymisen aikoihin vuonna 2006 esiin noussut Siemensin korruptioskandaali sekä Iranin vakoilukeskustauppaan vuonna 2009 liittynyt kova julkinen kritiikki kohdistuivat vahvasti myös emoyhtiö Nokiaan ja haavoittivat Nokian imagoa vastuullisena yrityksenä (Nikkanen 2010). Tässä tutkimuksessa NSN rajataan kuitenkin kokonaan tarkastelun ulkopuolelle.

Tutkimuksessa yhteiskuntavastuuta lähestytään suomalaisen yhteiskunnan näkökulmasta. Tutkimuksessa ei siis ole tarkoitus ymmärtää tutkimuksen kohteeksi valitun monikansallisen yrityksen yhteiskuntavastuuta sen koko toimintakentällä, vaan tutkimus keskittyy aihealueen tutkintaan nimenomaan suomalaisessa kontekstissa. Ymmärrän tämän rajauksen jossain määrin keinotekoiseksi, mutta kuitenkin välttämättömäksi, jotta tutkimus pysyy sille annetussa laajuudessa. Globaalissa maailmassa toimivan monikansallisen yrityksen toimintaa ei ole välttämättä relevanttia tarkastella pelkästään yhden, tiukasti rajatun toimintakentän näkökulmasta. Yrityksen toiminnan vaikutukset ovat yleensä globaaleja, jolloin toimintaan liittyvää vastuutakin tulisi käsitellä globaalisti. Lisäksi, kuten Nikkanen (2010) tuo esiin, olisi hyvä kyseenalaistaa, kenen kustannuksella esimerkiksi juuri suomalaisen yhteiskunnan hyvinvointia lopulta rakennetaan. Kuinka pitkälle on riittävää, että Suomen kaltaisessa, tiukan lainsäädännön pakottamassa ja sidosryhmien valppaan valvonnan alla olevassa maassa yritys toimii vastuullisesti, mutta ei toteuta samoja periaatteita kaikkialla toiminnassaan? Se, että tässä tutkimuksessa Nokian toiminnan tarkastelu rajataan kuitenkin tiu-

kasti pelkästään suomalaiseseen kontekstiin, on perusteltua tutkimusongelman määrittelyn kautta.

Tutkimuksessa käsitellään yrityksen yhteiskuntavastuuta, jonka nähdään sisältävän kolme ulottuvuutta: taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen vastuu. Tarkastelun painopiste on yrityksen sosiaalisessa vastuussa, sillä ennako-oletuksena on, että Nokian keskeinen yhteiskuntavastuu suomalaisessa kontekstissa liittyy ennen kaikkea yrityksen sosiaaliseen vastuuseen. Sosiaalisen vastuun painottuminen on perusteltua myös sillä, että se on yhteiskuntavastuun ulottuvuuksista täsmentymättömin, minkä vuoksi aihealueen tutkiminen on tärkeää (Ketola 2005). Sosiaalisen vastuun lisäksi tarkastelussa on vahvasti mukana myös yrityksen taloudellinen vastuu. Taloudellisen vastuun voidaan ymmärtää oleva väistämätön osa kaikkien voittoa tavoittelevien yritysten liiketoimintaa (Ketola 2005). Siten yrityksen sosiaalista vastuutakaan ei voida käsitellä täysin erillisenä vastuun osa-alueena ottamatta samalla huomioon yrityksen taloudellista vastuuta. Koska kyseessä on lisäksi laskentatoimen työ, on taloudellisen vastuun korostuminen työssä perusteltua. Ekologinen vastuu on rajattu tutkimuksen ulkopuolelle.

Tutkimuksen empiirinen aineisto kerätään yhdeksän vuoden ajalta. Tutkimuksen aikaperiodi kattaa vuodet 2002–2010. Näiden vuosien valitseminen tutkimuksen ajanjaksoksi on perusteltua sillä, että ajanjakso sisältää kaikki Nokian julkaisemat vastuuraportit. Ensimmäinen Nokian julkaisema erillinen vastuuraportti on vuodelta 2002 ja viimeisin tähän tutkimukseen mukaan ehtinyt raportti vuodelta 2010.

1.4. Tutkimusmenetelmät

Liiketaloustieteellisen tutkimuksen tutkimusotteiksi on vakiintunut Neilimon ja Näsin (1980) esittämä jako käsiteanalyttiseen, nomoteettiseen, päätöksentekometodologiseen ja toiminta-analyttiseen tutkimukseen. Neilimon ja Näsin esittämän jaottelun perusteella tämän tutkimuksen voidaan nähdä edustavan toiminta-analyttistä tutkimusta. Tutkimus on luonteeltaan vahvasti empirialähtöinen, laadullinen tapaustutkimus. Tapaustutkimukselle

tyypillisesti tutkimus etenee etsimällä yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta ilmiöstä tietyssä, rajatussa kontekstissa. Pyrkimys on ennen kaikkea tutkittavan ilmiön ymmärtämiseen, eikä niinkään yleistämiseen, vaikka yksittäistapauksen tutkiminen saattaakin antaa myös yksittäistapauksen ylittävää tietoa (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Empiirisen aineiston analyysimetodiksi on valittu sisällönanalyysi. Sisällönanalyysi on tekstianalyysin muoto, jonka avulla tutkittava ilmiö pyritään kuvaamaan tiivistetyssä ja yleisessä muodossa (Alasuutari 1999). Sisällönanalyysin tarkoituksena on kuvata dokumenttien sisältöä sanallisesti. Erona sisällönanalyysiin on sisällön erittely, johon kuuluu tekstin sisällön kvantitatiivinen kuvaaminen. Sisällön erittelyä ei tässä tutkimuksessa juuri-kaan hyödynnetä. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 107)

Alasuutarin (1999) mukaan laadullinen analyysi muodostuu kahdesta vaiheesta: *havaintojen pelkistämisestä ja arvoituksen ratkaisemisesta*. Havaintojen pelkistäminen sisältää kaksi eri osaa, joista ensimmäinen on aineiston tarkasteleminen tietystä teoreettis-metodologisesta näkökulmasta. Olennaista on pyrkiä löytämään aineistosta se, mikä on merkityksellistä ongelmanasettelun kannalta. Tällöin aineisto pelkistyy hieman hallittavammaksi kokonaisuudeksi. Tässä tutkimuksessa aineiston analyysiä lähestytään yhteiskuntavastuun ja erityisesti vastuun sosiaalisen ja taloudellisen ulottuvuuden näkökulmasta. Ajattelua ohjaa sidosryhmäteoria. Pelkistämisen toisessa vaiheessa havaintojen määrää karsitaan yhdistämällä erilliset raakahavainnot yhdeksi havainnoksi tai muutamaksi havaintojen joukoksi. Havainnoista pyritään etsimään yhteinen piirre, nimittäjä tai sääntö, joka pätee poikkeuksetta koko aineistoon. Analyysin toisella vaiheella eli arvoituksen ratkaisemisella tarkoitetaan vastauksen saamista tutkimusongelmaan. (Alasuutari 1999)

Eskola ja Suovirta (2001, 145) varoittavat, että tulkintojen tekeminen on aineiston analyysin vaikein vaihe. Tulkintojen tekemiseen ei ole olemassa yhtä ainoaa oikeaa ratkaisua tai muodollisia ohjeita, vaan tulkintojen hedelmällisyys ja osuvuus ovat lopulta kiinni tutkijan omasta tieteellisestä mielikuvituksesta. Tällöin tutkijan merkitys tutkimuksessa luonnollisesti korostuu. Tästä seuraa, että tekstin tulkinnassa oleellista on paitsi teksti itsessään, myös asiayhteys ja tulkitsija. On siis melko väistämätöntä, että tässäkin tutkimuksessa esitetyt tulkinnat nojaavat pitkälti tutkijan omiin vaikutelmiin ja ymmärrykseen. Tutkimuksen

luotettavuuden parantamiseksi aineistoa on pyritty esittelemään mahdollisimman kattavasti, jotta lukija voisi vakuuttua tehtyjen tulkintojen olevan perusteltuja.

1.5. Tutkimuksen kulku

Tutkimusraportin ensimmäisen luvun muodostaa johdanto, jossa esitellään aiheenvalinnan taustaa ja perustellaan, miksi aiheen tutkiminen on tärkeää ja mielenkiintoista. Lisäksi esitellään, mitä tutkitaan ja miten tutkimus toteutetaan.

Tutkimuksen teoreettista viitekehystä käsitellään luvussa kaksi. Teoreettisen viitekehysten tarkoituksena on luoda ne silmälasit, joiden avulla tutkimuksen empiiristä osuutta lähdetään tarkastelemaan. Yhteiskuntavastuuta on pyritty tarkastelemaan laajasti liittyen vastuun ymmärtämiseen, sisältöön ja ulottuvuuteen. Luvussa esitellään tutkimusta vahvasti ohjaava sidosryhmäteoria. Lisäksi luvun lopussa tarkastellaan vielä lyhyesti GRI:n (*Global Reporting Initiative*) raportointiperiaatteita.

Luvut kolme ja neljä muodostavat tutkimuksen empiirisen osuuden. Luvussa kolme tarkastellaan Kauppalehdestä analysoitavaksi poimittuja lehtiartikkeleja liittyen Nokian yhteiskuntavastuuseen. Tarkastelun keskiössä ovat yrityksen sidosryhmät ja näiden sidosryhmien odotukset Nokian vastuullisuudesta. Lisäksi luvussa tarkastellaan yleisessä yhteiskuntavastuuajattelussa tapahtunutta muutosta. Neljäs luku käsittelee Nokian yhteiskuntavastuuraportointia: raportoinnin ulkoasua, laatua, kehittymistä ja sisältöä. Myös tässä sidosryhmäteoria ohjaa tarkastelun painotuksia. Varsinkin raportoinnin sisällön tarkastelussa näkökulmat on valittu ennen kaikkea sen kannalta, kenelle raportoitu tieto on relevanttia, ja miten eri sidosryhmät on otettu raportoinnissa huomioon.

Tutkimuksen viimeinen eli viides luku sisältää yhteenvedon tutkimuksen tuloksista sekä johtopäätökset. Johtopäätöksissä tutkimuksen empiirisessä osiossa saatuja tuloksia pyritään syventämään rakentamalla diskurssia edellä esitellyn kahden tarkastelunäkökulman välille ja peilaamalla saatuja tuloksia myös luvussa kaksi esitettyyn teoriataustaan. Lisäksi saatuja

tuloksia pyritään tarkastelemaan myös tätä yhtä tapausta laajemmassa yhteiskunnallisessa kontekstissa. Lopuksi esitetään vielä mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

2. LIIKETOIMINNAN VASTUULLISUUDEN TAUSTAA

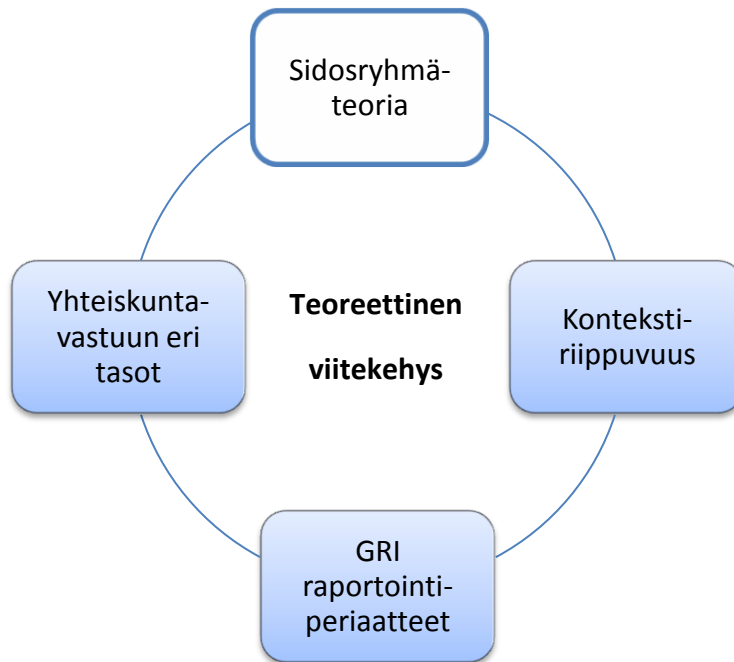
2.1. Teorian merkitys tutkimuksessa

Vastaus kysymykseen, mitä teoriolla tarkoitetaan, ei välttämättä ole yksiselitteinen. Tässä tutkimuksessa teoriolla kuitenkin tarkoitetaan tutkimuksen viitekehystä eli tutkimuksen teoreettista osuutta (Tuomi & Sarajärvi 2009). Teorian voidaan nähdä muodostuvan ”joukosta lakeja, jotka systematisoivat jotakin ilmiöaluetta koskevat empiiriset säännönmukaisuudet” (Niiniluoto 1980, 193). Teorian merkitys on siis selittää aiemmin keksityt empiiriset säännönmukaisuudet, määrittellä keskeinen terminologia sekä toimia kommunikoijana aihealueesta tehdyn aikaisemman tutkimuksen osalta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007; Tuomi & Sarajärvi 2009)

Tutkimuksen suhdetta teoriaan lähestytään Eskolan (2001) esittämän jaottelun pohjalta. Eskolan mukaan laadullisen analyysin muodot voidaan jakaa kolmeen osaan: aineistolähtöinen, teoriasidonnainen ja teorialähtöinen analyysi. Tässä tutkimuksessa hyödynnetään teoriasidonnaista analyysiä, josta Tuomi ja Sarajärvi (2009) käyttävät myös nimitystä teoriaohjaava analyysi. Analyysissä voidaan nähdä olevan teoreettisia kytkentöjä, mutta se ei kuitenkaan suoraan pohjautu teoriaan. Teorian merkitys nähdään siis analyysiä ohjaavana. Se avaa uusia ajatusuria ja toimii apukeinona analyysin etenemisessä.

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen teoreettinen viitekehys, jota hahmottaa alla oleva kuvio (kuvio 1). Luvun alussa on ensimmäiseksi määritelty tutkimuksessa käytetyt keskeiset käsitteet. Tutkimusta keskeisesti ohjaavaksi teoriaksi on valittu sidosryhmäteoria. Sidosryhmäteorian avulla voidaan selittää yrityksen intressejä yhteiskuntavastuuraportointiin. Lisäksi teoreettisessa viitekehyksessä tarkastellaan yhteiskuntavastuun eri tasoja, yhteiskuntavastuun kontekstiriippuvuutta sekä GRI:n yleisiä raportointiperiaatteita. Yhteiskuntavastuun eri tasoja tarkastelemalla pyritään ymmärtämään, miten suppeasti tai laajasti yrityksen vastuullisuus voidaan ymmärtää. Yhteiskuntavastuun kontekstiriippuvuutta käsitte-

levässä kappaleessa tarkastellaan, mihin teemoihin yhteiskuntavastuun on nähty konkreetisoituvan suomalaisessa kontekstissa aiheesta tehdyn aikaisemman tutkimuksen perusteella. Koska Nokian yhteiskuntavastuuraportointi nojautuu pitkälti GRI-viitekehykseen, voidaan raportointiperiaatteiden ymmärtämistä pitää lähtökohtaisena edellytyksenä empiirisen aineiston tulkinnalle.



Kuvio 1. Tutkimuksen teorettinen viitekehys.

2.2. Keskeisimpien käsitteiden määrittely

2.2.1. Yhteiskuntavastuu

Ensimmäiseksi lienee tarpeen määrittellä, mitä vastuulla tarkoitetaan. Takala (1985, 2–4) määrittelee käsitteen vastuu sisältävän kolme elementtiä. Ensinnäkin tarvitaan subjekti, joka voi tuntea ja ottaa vastuuta. Toiseksi on välttämätöntä, että on olemassa jokin objekti

eli kohde, josta vastuu otetaan. Kolmanneksi toimija on aina vastuussa jollekin, joko itselleen tai toiselle taholle. Mielekästä ei ole, kuten Takala asiaa avaa, olla esimerkiksi ”vastuussa omista ajatuksistaan” ilman, että ajatuksista oltaisiin varsinaisesti vastuussa jollekin toimijalle. Anttiroiko (2004, 22) lähestyy vastuun käsitettä hyvin samalla tavalla määrittelemällä vastuun lähtökohtaisesti normatiiviseksi sosiaaliseksi konstruktioksi, mikä ilmenee siten, että ”vastuu on jonkun tahon vastuuta jollekin toiselle taholle jonkin asian tai sisällön suhteen”. Takalan (1985) mukaan aidon vastuunoton luonteeseen kuuluu lisäksi vapaus vastuun ottamisesta. Vastuun ottaminen lähtee siis toimijan omasta halusta, eikä sille siten tulisi olla ulkoista pakotetta.

Anttiroiko (2004, 22) korostaa, että on tärkeää tehdä ero yhteiskuntavastuun ja muiden vastuiden välille, jotta yhteiskuntavastuun käsite säilyttää erottelukykyisyytensä ja mielekkyytensä. Anttiroikon mukaan yhteiskuntavastuu voidaan määritellä kahdella tavalla: joko sisällön tai laadullisen ulottuvuuden näkökulmasta. Yhteiskuntavastuun sisällölle on vakiintunut myöhemmin tarkemmin esiteltävä kolmen vastuun ulottuvuuden malli, joka kattaa yrityksen taloudellisen, ekologisen ja sosiaalisen vastuun. Yhteiskuntavastuulla voidaan nähdä olevan myös kaikkeen sosiaaliseen toimintaan liittyvä laadullinen ulottuvuus, jonka perustana on yhteinen yhteiskunnallinen tai globaali viitetausta. Viitetausta sisältää yhteisön arvot, käytännöt sekä sosiaalisen elämän keskeiset olosuhdetekijät. (Anttiroiko 2004, 21–23) Yhteiskuntavastuu on siis aina vahvasti arvolähtöinen ja kontekstisidonnainen prosessi, jonka yksiselitteinen määrittäminen on haastavaa.

Yhteiskunnallisella vastuullisuudella tarkoitetaan tässä tutkimuksessa Könnölän ja Rinteen (2001, 15) tapaan taloustieteellistä ja liikkeenjohdollista lähestymistapaa yritykseen. Tämä näkyy kahtena perusoletuksena. Ensinnäkin yritys nähdään ensisijaisesti taloudellista voittoa tavoittelevana toimijana. Toisekseen yrityksen on ansaittava paikkansa osana yhteiskuntaa, mikä realisoituu sidosryhmäsuhteissa. (Anttiroiko 2004, 33) Kuten Könnölä ja Rinne (2001, 15) asiaa kuvaavat, ”vastuullisen toiminnan taustalla on taloudellisen tuloksen tavoittelemisen sisällyttämällä vastuut liiketoimintaan”. Hyvin samantyyppisen lähestymistavan tarjoaa Euroopan komission (2006) tiedonanto, jonka mukaan ”yritysten yhteiskunta-

vastuussa on kyse siitä, että yritykset yhdistävät vapaaehtoisesti sosiaaliset ja ekologiset huolenaiheensa liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa sidosryhmiensä kanssa”.¹

Yrityksen vastuulliseen liiketoimintaan liittyvä käsitteistö on kirjavaa, mikä ehkä osaltaan kertoo aihealueen täsmentymättömyydestä. Painotuseroja on eri termien välillä, mutta myös englanninkielisten termien vertaaminen niiden suomenkielisiin vastineisiin saattaa aiheuttaa sekaannusta. Vastuullisesta liiketoiminnasta puhuttaessa useimmiten käytetty termi on yrityksen yhteiskuntavastuu (*corporate social responsibility, CSR*). Suoraan suomen kieleen käännettynä englanninkielisen termin *social responsibility* voisi kuvitella tarkoittavan pelkästään yrityksen sosiaalista vastuuta. CSR tarkoittaa kuitenkin nimenomaan sitä kokonaisvaltaista yhteiskuntavastuuta, joka käsittää vastuun kaikki osa-alueet eikä vain sen sosiaalista puolta. Kuten Ketola (2005, 10) kirjoittaa, saattaa sana yhteiskuntavastuu olla itsessään harhaanjohtava myös siksi, että yrityksillä ei voi olla varsinaista kokonaisvastuuta yhteiskunnasta, vaan niillä on yhteiskunnallista vastuuta kuten millä tahansa toimijalla yhteiskunnassa. Harvemmin käytetty termi yritysvastuu (*corporate responsibility*) voidaan nähdä rinnakkaisterminä termille yhteiskuntavastuu. Tässä tutkimuksessa termit nähdään toisensa korvaavina käsitteinä.

Yleinen näkemys on, että vastuullinen liiketoiminta käsittää seuraavat kolme ulottuvuutta: taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen vastuu. Näiden kaikkien kolmen vastuun toteutuminen voidaan nähdä ikään kuin välietapiksi pyrittäessä kohti kestävästä liiketoimintaa (*corporate sustainability*) (Ketola 2005, 11). Kestävän kehityksen yleisesti käytetyksi määritelmäksi on vakiintunut YK:n asettaman Ympäristön ja kehityksen maailmankomission (WCDE) vuonna 1987 teettämän raportin mukainen määritelmä. Raportissa kestävä kehitys määritellään kehitykseksi, joka ”tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa”. Sama määritelmä voidaan nähdä pätevän myös kestävästä kehityksestä mukaiseen liiketoimintaan eli kestävästä liiketoimintaan.

Kirjallisuudessa esiintyy myös käsite yrityskansalaisuus (*corporate citizenship*). Yrityskansalaisuuden voidaan nähdä tarkoittavan hyvin pitkälle samaa kokonaisvaltaista ajattelutapaa kuin yrityksen yhteiskuntavastuu, ja se sisältää kaikki kolme yhteiskuntavastuun ulottu-

¹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006DC0136:FI:NOT>

vuotta. Yrityskansalaiseksi julistautuminen voidaan Ketolan (2005, 11) mukaan nähdä me-
nevän kuitenkin vielä hieman pidemmälle kuin pelkkä yhteiskuntavastuun toteuttaminen.
Yrityskansalainen pyrkii toimimaan samoin kuin valistunut kansalainen.

Kun liiketoiminnan vastuullisuudesta alettiin ensimmäistä kertaa puhua 1900-luvun alussa,
nähtiin vastuullisuuden tarkoittavan samaa kuin *hyväntekeväisyys*. Hyväntekeväisyys ym-
märretään kuitenkin lähtökohtaisesti toiminnaksi, joka on toisten pyyteetöntä auttamista
ilman, että toimintaan liittyy pyrkimyksiä oman edun tavoittelusta. Yritysten harjoittama
hyväntekeväisyys toteutuu usein rahallisina, materiaalisina tai aineettomina lahjoituksina.
Tärkeää on huomata, että yrityksen vastuullisuus ei edellytä hyväntekeväisyyttä, vaan
yleensä hyväntekeväisyys on yritykselle enemmänkin keino saavuttaa tiettyjä tavoitteita,
kuten parantaa yrityskuvaa tai yrityksen mainetta. (Juholin 2004, 36)

Viime vuosina taloudelliset rikokset arvostettujen yritysten johdoissa ovat kiinnittäneet
erityishuomiota hyvän hallintotavan (*corporate governance*) tutkimukseen. Hyvä hallinto-
tapa liittyy sananmukaisesti yrityksen hallintoon ja johtamiseen. Hyvän hallintotavan tar-
koituksena on varmistaa, että yritystä johdetaan sen sidosryhmien etujen mukaisesti. (Shlei-
fer & Vishny 1997) Hyvää hallintotapaa ja yhteiskuntavastuuta käsitellään toistaiseksi eril-
lään, mutta näiden kahden aihealueen on nähty lähestyvän toisiaan (Ketola 2005).

Tässä tutkimuksessa vastuullisesta liiketoiminnasta käytetään termiä yrityksen yhteiskunta-
vastuu tai pelkkä yhteiskuntavastuu, sillä suomenkielisessä kirjallisuudessa termi tuntuu
olevan kaikista vakiintunein puhuttaessa liiketoiminnan vastuullisuudesta.

2.2.2. Sidosryhmä

Tässä tutkimuksessa liiketoiminnan vastuullisuutta lähestytään pitkälti yrityksen sidosryh-
mien näkökulmasta. Yrityksen sidosryhmä voidaan Freemanin (1984, 52) mukaan määritel-
lä miksi tahansa yksittäiseksi toimijaksi tai toimijoiden ryhmäksi, joka vaikuttaa yrityksen
toimintaan tai johon yrityksen toiminta vaikuttaa. Määritelmä sisältää ajatuksen, jonka mu-
kaan sidosryhmän ja yrityksen välillä ei välttämättä tarvitse olla molemminpuolista vuoro-
vaikutussuhdetta, vaan vaikuttaminen voi olla pelkästään yhdensuuntaista. Määritelmä on

laaja, mutta toimii tässä tutkimuksessa kapeampia määritelmiä paremmin kuvaamaan sitä monimuotoista vuorovaikutusten verkkoa, joka vallitsee yrityksen ja sen eri sidosryhmien kesken. Myös yhteiskuntavastuuraportoinnin kansainväliseksi viitekehykseksi kehitetyn GRI-ohjeiston käyttämä sidosryhmämääritelmä pohjautuu Freemanin esitykseen (GRI 2008, 39).

Määritelmästä seuraa, että yrityksen sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi omistajat, velkojat, työntekijät, työntekijöiden perheet, tavarantoimittajat, alihankkijat, asiakkaat, valtiovalta, media ja paikallisyhteisöt. Määritelmä kattaa lukemattomia eri intressiryhmiä. Siten esimerkiksi jopa tulevat sukupolvet voidaan lukea yrityksen sidosryhmäksi. (Deegan 2000, 269) Käytännössä yritykset huomioivat toimissaan systemaattisesti vain osan kaikista sidosryhmistään (Niskala & Tarna 2003, 53–54).

2.3. Yhteiskuntavastuun eri tasot

2.3.1. Yhteiskuntavastuun kolme ulottuvuutta

Yhteiskuntavastuun nähdään sisältävän kolme ulottuvuutta: taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen ulottuvuus. Jako perustuu alun perin John Elkingtonin (1994) esittämään käsitteeseen *triple bottom line*. Seuraavaksi tarkastellaan, mitä näillä vastuun ulottuvuuksilla tarkoitetaan, kun yrityksen liiketoiminnan vastuullisuutta tarkastellaan sekä välittömän että välillisen vastuun näkökulmasta.

Taloudellista vastuuta voidaan pitää lähtökohtana yrityksen vastuuajattelulle, jolloin se asettaa perustan myös muille vastuun osa-alueille. Toisin sanoen, jos yritys ei pysty kantamaan taloudellista vastuuta toiminnastaan, ei sen voida nähdä pystyvän toteuttamaan myöskään muita vastuun osa-alueita. Taustalla vaikuttaa oletus siitä, että yrityksen olemassaolon tarkoitus on tuottaa voittoa omistajilleen, mikä tapahtuu pitkän aikavälin kannattavuuden kautta. (Carroll 1995, 48–50) Taloudellista vastuuta mitataan viime kädessä juuri pitkän aikavälin kannattavuudella. Taloudelliseen vastuuseen liittyy Rohwederin (2004, 97) mukaan myös riskienhallinnan ja hallintokäytäntöjen näkökulma.

Yrityksen taloudellinen vastuu voidaan jakaa välittömään ja välilliseen vastuuseen. Yritykset ovat suorassa taloudellisessa vastuussa muun muassa omistajilleen, velkojilleen, palkkaamilleen työntekijöille, tavarantoimittajille sekä valtiolle. Kyse on siis suorien rahavirtojen vaikutuksista kahden osapuolen välillä. Välillinen taloudellinen vastuu taas liittyy yrityksen toiminnan aiheuttamiin laajempiin paikallisiin, kansantaloudellisiin tai yhteiskunnallisiin taloudellisiin vaikutuksiin. Käytännössä vaikutukset voivat olla esimerkiksi yrityksen omien innovaatioiden laajempi yhteiskunnallinen vaikutus, toimintojen sijoittamispäätöksiin liittyvä vaikutus paikallisella tasolla tai alihankkijoiden vaikutus työllisyyteen ja sitä kautta paikalliseen hyvinvointiin. (Rohweder 2004, 97–98)

Yrityksellä voidaan siis ymmärtää olevan useita taloudellisia sidosryhmiä, joille se on vastuussa toiminnastaan. Lisäksi yrityksen taloudelliset vaikutukset ulottuvat laajalle. Tästä seuraa, että useiden eri intressiryhmien edut ovat helposti ristiriidassa keskenään. Vastuun toteuttamisessa voidaankin nähdä olevan usein kyse tasapainoilusta yrityksen voiton tavoittamisen ja eri sidosryhmien intressien välillä (Ketola 2005).

Ympäristövastuulla tarkoitetaan vastuuta ekologisesta ympäristöstä (Niskala & Tarna 2003, 19–20). Se kattaa vastuun yrityksen kaikesta siitä toiminnasta, jolla on vaikutuksia luonnonympäristöön yrityksen toimintaympäristössä (Ketola 2005). Välittömän vastuun näkökulmasta vastuu tarkoittaa ”yrityksen itsensä aiheuttamien välittömien ympäristöongelmien ja riskien hallintaa sekä luonnonvarojen kestäväää käyttöä” (Rohweder 2004, 99). Tämä tarkoittaa sitä, että raaka-aineiden ja energian käyttö pyritään suunnittelemaan niin, että yrityksen toiminnasta aiheutuva haitta ympäristölle on mahdollisimman pieni. Ympäristövastuun hahmottamisessa voidaan käyttää apuna tuotteen elinkaariajattelua, jolloin vastuullisuus koskee tuotteen toimittajaketjua sen koko elinkaaren aikana. Välillinen vastuu liittyy vastuun kantamiseen asioissa, jotka ovat yrityksen välittömän vaikutuspiirin ulkopuolella. Erityisesti välillisen vastuun merkitys tulee kuitenkin esiin kysymyksissä, joissa yritys on ulkoistanut toimintojaan. Tästä syystä yrityksen tulisikin vaatia myös yhteistyökumppaneiltaan sitoutumista ympäristöasioihin. (Rohweder 2004, 99–100)

Sosiaalinen vastuu on yhteiskuntavastuun osa-alueista ehkä vaikeimmin hahmotettavissa. Sosiaalisen vastuun voidaan perimmiltään nähdä pohjautuvan ihmisoikeuksiin ja ihmisten hyvinvointiin. Sosiaaliseen vastuuseen liittyy ennen kaikkea vastuu ihmisistä: henkilöstös-

tä, toimittajaketjusta, yhteistyökumppaneista, asiakkaista, paikallisista asukkaista ja jopa vastuu ”suuresta yleisöstä” eli ihmisistä kaikkialla maailmassa (Ketola 2005). Lähtökohtana sosiaalisen vastuun kantamiselle toimivat kansainvälisen työjärjestön ILO:n ja YK:n julki-lausumat ihmisoikeuksista ja lapsityöstä (Niskala & Tarna 2003, 30–34).

Myös sosiaalinen vastuu voidaan jakaa välittömään ja välilliseen vastuuseen. Välitön sosiaalinen vastuu koskee yrityksen työntekijöitä sekä sen palveluita ja tuotteita. Työntekijöitä koskeva vastuu käsittää työntekijöiden hyvinvointiin ja osaamiseen liittyvät seikat sekä kulttuurin ja arvojen kunnioittamisen. Vastuu palveluista ja tuotteista liittyy vastuun kantamiseen niiden loppukäyttäjistä eli asiakkaista. Välillinen sosiaalinen vastuu liittyy esimerkiksi koko toimittajaketjun työolosuhteisiin. (Niskala & Tarna 2004; Rohweder 2004, 103)

2.3.2. Yhteiskuntavastuun ideologiat

Tuomo Takalan luomaa kolmitasoista mallia yhteiskuntavastuun ideologioista on käytetty paljon pyrittäessä ymmärtämään yhteiskuntavastuun eri tasoja. Takala erottaa kolme vastuun ideologiaa: omistajalähtöisen, sidosryhmälähtöisen ja laajan vastuun ideologiat. Jaotellun idea on, että yrityksen yhteiskuntavastuu voidaan ymmärtää hyvin kapea-alaisesta vastuunotosta erittäin laajaan, koko universumin huomioon ottavaan vastuun ymmärtämiseen. (Takala 2000)

Omistajalähtöisen yhteiskuntavastuunäkemyksen taustalla vaikuttaa vapaaseen kilpailuun perustuva markkinatalousmalli. Näkemys perustuu pitkälti Nobel-palkitun amerikkalaisen taloustieteilijän Milton Friedmanin (2002) ajatukseen, että yrityksen ainoa oikeutettu vastuu on pyrkimys omistajien voiton maksimointiin ja vastaaminen markkinoiden kulutustarpeisiin mahdollisimman tehokkaasti. Pitkällä aikavälillä voiton tavoittelun nähdään takaavan myös muiden markkinaosapuolten hyvinvoinnin. Malli korostaa toiminnan laillisuutta. Yritysten on toimittava yhteiskunnassa voimassa olevia lakeja ja sopimuksia noudattaen. Omistajalähtöisen ideologian mukaan lainsäädännön ylittävä vastuunkanto ei ole kuitenkaan kannustettavaa, sillä se ei välttämättä edistävä yrityksen omaa etua. (Uimonen 2006, 71–72)

Laajempaa vastuunkantoa edustaa *sidosryhmälähtöinen* ideologia. Malli korostaa yrityksen ja yhteiskunnan välisten sidosten merkitystä. Yritystä ei pidetä omistajalähtöisen mallin tapaan pelkästään taloudellisena toimijana, vaan yrityksellä nähdään olevan laajoja vaikutuksia toimintaympäristöönsä myös markkinoiden ulkopuolella. (Uimonen 2006, 73) Tähän liittyy vaatimus, että yrityksen tulee kantaa vastuuta toiminnastaan suhteessa siihen valtaan, jota se käyttää (Siltaoja 2004, 301). Voiton maksimoinnin sijaan yrityksen ensisijaisena tehtävänä tulisi olla omistajien tuottojen optimointi pitkällä aikavälillä, kasvu ja jatkuvuuden turvaaminen. Toisin sanoen yrityksen on pyrittävä kannattavaan toimintaan ottamalla samalla huomioon yhteiskunnassa vallitsevat sosiaaliset ja eettiset normit sekä sidosryhmien vaatimukset. (Uimonen 2006, 73) Kuten Hanikka, Korpela, Mähönen ja Nyman (2007, 14) kirjoittavat, vastuullisuus ei ole yritykselle päämäärä vaan ennemminkin kilpailukeino. Yrityksen on otettava sidosryhmät huomioon päätöksenteossa, sillä sidosryhmien antama hyväksyntä on välttämätön yrityksen toiminnan jatkumiselle.

Laajimmaksi yhteiskuntavastuu ymmärretään *laajan vastuun* ideologiassa. Näkemyksen mukaan yrityksellä on taloudellista ja moraalista vastuuta yhteiskunnalle, jossa se toimii. Yrityksen toiminnan päämäärä on yhteiskunnan hyvinvoinnin edistäminen. Voiton tavoittelu on vain väline tai päätöksenteon kriteeri tämän päämäärän saavuttamisessa. Kuitenkin myös tämä ideologia ottaa huomioon, että pitkällä aikavälillä vain kannattava yritys pystyy edistämään yhteiskunnan hyvinvointia. (Hanikka ym. 2007, 14) Laajan vastuun näkökulmasta yrityksen on joskus uhrattava jopa omat intressinsä yhteisen edun hyväksi. Kovin realistista ei kuitenkaan ole olettaa, että yritykset näin toimisivat, vaikka muutamien edelläkävijäyritysten voidaankin nähdä toimivan ainakin osittain laajan vastuun lähtökohdista. (Uimonen 2006, 75)

2.3.3. Yhteiskuntavastuun pyramidimalli

Carroll (2000) lähestyy yhteiskuntavastuun eri tasoja niiden moraalisen kypsyyden pohjalta. Hän on jakanut yrityksen yhteiskuntavastuun neljään tasoon, jotka ovat taloudellinen, oikeudellinen, moraalinen ja filantrooppinen vastuu.

Taloudellinen vastuu konkretisoituu yrityksen peruseriaatteeseen eli siihen, että yrityksen toiminnan on oltava pitkällä aikavälillä taloudellisesti kannattavaa. Taloudellinen vastuu on lähtökohta kaikelle toiminnalle ja muodostaa siten samalla perustan myös muille vastuun alueille. Yrityksen on siis kannettava ennen kaikkea vastuu taloudellisesta toiminnastaan, jotta muiden vastuualueiden toteuttaminen olisi ylipäätään mahdollista. (Carroll 2000, 38–41)

Oikeudellinen vastuu tarkoittaa sitä, että yrityksen on noudatettava toiminnassaan yhteiskunnan asettamia pelisääntöjä, jotka pohjautuvat oikeudelliseen sääntelyyn. Oikeudellisella sääntelyllä tarkoitetaan voimassa olevia lakeja ja asetuksia sekä niiden nojalla annettuja säädöksiä ja viranomaisten päätöksiä. (Anttiroiko 2004, 36) Oikeudellinen vastuu voidaan nähdä yhteiskunnan tulkintana siitä, mikä on oikein ja mikä väärin (Panula 2000, 149).

Moraalista vastuuta on yhteiskunnan arvo- ja moraalisääntöjen noudattaminen sekä toimiminen oikeudenmukaisesti eli toimiminen vallitsevan oikeudenmukaisuuskäsityksen antamissa rajoissa. Moraalinen vastuu edellyttää, ettei moraalinormeista tingitä taloudellisen hyödyn saavuttamiseksi. (Panula 2000, 149–150)

Filantrooppinen vastuu, tai kuten Anttiroiko (2004, 36) asian ilmaisee ”ihmisrakkauteen perustuva vastuu”, on yhteiskunnan hyvinvoinnin ja ihmiselämän laadun vapaaehtoista edistämistä. Yleisimmin filantrooppinen vastuu konkretisoituu hyväntekeväisyyteen. Merkittävin ero filantrooppisen ja moraalisen vastuun välillä on, että yrityksiin ei kohdistu ulkopuolisia paineita tai vaatimuksia toteuttaa filantrooppista vastuuta, eikä vastuun toteuttamatta jättämisestä rangaista (Panula 2000, 150).

Carrollin jäsentämä malli kuvaa sitä, miten yhteiskuntavastuu kehittyy eri tasojen moraalisuuden kypsytyden funktiona. Anttiroiko (2004, 36) avaa mallia kirjoittamalla, että vastuun määrittäminen tapahtuu minimitasoisesta vastuun määrittelystä yhä laajemmaksi, moraalisesti motivoituun vastuun kantamiseen. Tasot muodostavat porrasmallin siten, että alimpana on taloudellinen vastuu ja ylimpänä filantrooppinen vastuu. Mitä ylemmäksi portaita nousee, sitä eettisempänä yrityksen toiminta voidaan nähdä (Panula 2000, 149). Vaikka mallin kategorioita käsitelläänkin tässä yksittäin, ne eivät ole toisiaan poissulkevia, vaan niitä tulisi soveltaa yhtäaikaaisesti (Carroll 2000, 40).

2.4. Sidosryhmäteoria yhteiskuntavastuuta selittävänä teoriana

Yritysten intressejä pitkälti vapaaehtoiseen raportointiin on selitetty useita erilaisia teorioita hyväksi käyttäen. Lähtökohtana raportoinnille voidaan pitää tilivelvollisuusteoriaa (Niskala & Mätäsaho 1996). Gray, Owen ja Adams (1996, 38) määrittelevät tilivelvollisuuden velvollisuudeksi pitää tiliä kaikista niistä toimista, joista tilivelvollinen on vastuussa. Määritelmän mukaan tilivelvollisuus pitää sisällään kaksi velvollisuutta: velvollisuuden tehdä tiettyjä toimia (tai pidättäytymisen tietyistä toimista) sekä velvollisuuden raportoida toteutuneesta toiminnasta. Tilivelvollisuusteoria voidaan ymmärtää yhteiskuntavastuuraportoinnissa siten, että yritys on vastuussa toimintaympäristöstään, ja että se on velvollinen raportoimaan tähän ympäristöön vaikuttavista toimistaan yhteiskunnalle. (Deegan 2000)

Useat tutkijat ovat käyttäneet positiivista laskentateoriaa selittämään vastuuraportointia (mm. Belkaoui & Karpi 1989). Teoria pohjautuu oletukseen, että yksilöiden ja yritysten kaikkea toimintaa ohjaa aina pyrkimys oman edun tavoitteluun. Positiivinen laskentateoria selittää yritysten intressejä toimia vastuullisesti sillä, että vastuullinen toiminta ja siitä raportoiminen tuottavat yritykselle suoraa taloudellista hyötyä tai vähintään auttavat välttämään taloudellista menetystä. (Deegan 2000)

Onnistuneimmin vastuuraportointia näyttävät kuitenkin pystyvän selittämään poliittiset talousteoriat, jotka Deegan (2000) on jakanut legitimaatio- ja sidosryhmäteorioiksi. Myös muunlaista jakoa on käytetty (mm. Gray ym. 1996). Poliittisille talousteorioille on tyypillistä, että organisaatio nähdään osana laajempaa yhteiskunnallista kokonaisuutta, joka sisältää yhteiskunnan sosiaalisen, poliittisen ja taloudellisen luonteen. Tämän tyyppinen jaottelu ohjaa ajattelua siihen, että kyse olisi kolmesta erillisestä vastuun alueesta, vaikka teorian mukaan näitä osa-alueita ei voida täysin erottaa toisistaan. Deegan (2000, 251) esittää, että esimerkiksi taloudellista ilmiötä on tutkittava ottamalla samalla huomioon myös sen laajempi viitekehys, jossa toiminta tapahtuu. Poliittiset talousteoriat keskittyvät tarkastelemaan ryhmien välisiä vuorovaikutussuhteita pluralistisessa maailmassa (Deegan 2000, 251–252). Pluralistinen lähestymistapa tarkoittaa, että ihmisten nähdään toimivan maailmassa, jossa valta on jakaantunut monien eri ryhmien ja organisaatioiden kesken, eikä yk-

sikään yksittäinen ryhmä ole ylivoimaisen dominoiva toiseen verrattuna. Organisaatiot ja eri ryhmät toimivat keskenään moniarvoisia periaatteita kunnioittaen. (Carroll & Buchholtz 2000, 7)

Legitimaatioteoria tarkastelee yrityksen toimintaa suhteessa yhteiskunnan arvoihin ja odotuksiin (Niskala & Mätäsaho 1996). Legitimaatioteorian mukaan yrityksen olemassaolon oikeutus on yhteiskunnan ja yrityksen välinen sopimus. Sopimus sisältää yhteiskunnan asettamia, toimintaa ohjaavia arvoja ja odotuksia, joita noudattamalla yritys pyrkii ”legitimoidaan” eli oikeuttamaan toimintansa ja olemassaolonsa. Yhteiskunnan asettamat arvot ja odotukset eivät ole pysyviä, vaan saattavat vaihdella ajan myötä, joten yrityksen on pystyttävä jatkuvasti reflektoimaan ympäristöönsä ja siinä tapahtuvia muutoksia. Epäonnistuminen yhteiskunnan arvoihin ja odotuksiin vastaamisessa saattaa johtaa rangaistuksiin yhteiskunnan taholta. Pahimmillaan epäonnistuminen saattaa johtaa koko sopimuksen rikkoutumiseen ja siten yrityksen olemassaolon vaarantumiseen (Deegan 2000, 254–259). Gray ym. (1996, 46) kirjoittavat, että legitimaatioteoria lähestyy yhteiskuntavastuun selittämistä periaatteessa samalla tavalla kuin aikaisemmin kuvattu sidosryhmäteoria, mutta lisäksi huomioon otetaan erimielisyyksien ja konfliktien mahdollisuus yhteiskunnan eri toimijoiden välillä.

Tätä tutkimusta ohjaavaksi teoriaksi on valittu sidosryhmäteoria. Sidoryhmäteorian mukaan yritys on tilivelvollinen sidoryhmilleen. Tilivelvollisuuden voidaan ymmärtää koskevan yrityksen *kaikkia* sidoryhmiä riippumatta sidoryhmän vaikutusvallasta. (Gray ym. 1996, 45) Käytännössä tämä tarkoittaa, että yrityksen johdon tulee johtaa organisaatiota siten, että kaikkien sidoryhmien etu otetaan tasapuolisesti huomioon riippumatta siitä, tuottaako sidoryhmän edun huomioiminen yritykselle taloudellista hyötyä (Deegan 2000, 268). Näkökulma edustaa moraalista ja normatiivista lähestymistapaa sidoryhmäteoriaan, ja se on johdettu suoraan tilivelvollisuusteoriasta (Gray ym. 1996, 45). Lähestymistavan heikkoutena on, että se pystyy selittämään vain heikosti yhteiskuntavastuuta käytännössä.

Tilivelvollisuus voidaan nähdä myös strategisena ratkaisuna pyrkiä tyydyttämään erityisesti niiden sidoryhmien tarpeet, joilla on eniten valtaa vaikuttaa yrityksen toimintaan (Gray ym. 1996, 46). Organisaatio ei siis pyri ottamaan toiminnassaan huomioon kaikkia sidoryhmiä tasapuolisesti, vaan vaikutusvaltaisimmat sidoryhmät ja niiden tarpeet nähdään muita tär-

keämpinä. Mitä korkeammalle sidosryhmä sijoittuu sidosryhmän tärkeyttä osoittavassa hierarkiassa, sitä kriittisempää on ryhmän tarpeiden huomioiminen. (Deegan 2000, 272)

Sidosryhmän strategista tärkeyttä organisaatiolle on selitetty useita erilaisia malleja hyväksi käyttäen. Ullman (1985) lähestyy sidosryhmän tärkeyttä resurssiriippuvuuden kautta; mitä kriittisempi sidosryhmän hallitsema resurssi on yrityksen menestymiselle, sitä tärkeämpi on tämän sidosryhmäsuhteen hoitaminen. Deegan (2000, 272) kuvaa resurssiriippuvuuden liittyvän seuraaviin seikkoihin: rajoitettujen resurssien hallinta (rahoitus, työvoima), pääsy vaikutusvaltaiseen mediaan, kyky säätää lakeja organisaatiota vastaan tai kyky vaikuttaa yrityksen tuottamien tavaroiden tai palveluiden kysyntään.

Paljon käytetty malli yrityksen sidosryhmien kategorisointiin on sidosryhmien jako primaarisiin ja sekundaarisiin ryhmiin. Primaariset sidosryhmät Clarkson (1995, 106) määrittelee sellaisiksi ryhmiksi, joita ilman yritys ei pysty toimimaan, kun yrityksen toiminta oletetaan jatkuvaksi. Jos primaarinen sidosryhmä kieltäytyy tai vetäytyy yhteistyöstä yrityksen kanssa, vahingoittuu yrityksen toiminta merkittävästi, eikä se pysty enää jatkamaan toimintaansa. Primaarisia sidosryhmiä ovat Clarksonin mukaan investoijat, työntekijät, asiakkaat, tarantoimittajat, valtio ja paikallinen yhteisö, jossa yritys toimii. Sekundaarisia sidosryhmiä ovat käytännössä kaikki muut sidosryhmät, joilla ei ole suoraa sopimussuhdetta yritykseen. Myös näiden sidosryhmien vaikutusvalta saattaa olla suuri, mutta ne eivät silti ole elintärkeitä yrityksen menestymisen kannalta. (Clarkson 1995, 106)

2.5. Yhteiskuntavastuun kontekstiriippuvuus

Yhteiskuntavastuusta puhuttaessa on tärkeää muistaa, että vastuun ymmärtäminen on vahvasti kontekstisidonnainen asia. Eri maat ovat siten lähtökohdiltaan hyvin erilaisissa asemissa. Suomessa puhutaan väestön ikääntymisestä ja työssä jaksamisesta. Kehitysmaissa keskustelun ytimessä ovat muun muassa lapsityövoima ja ihmisoikeudet. (Hanikka ym. 2007, 13) Yhteiskunnalliset olot ja yhteiskunnassa vallassa olevat arvot vaikuttavat merkittävästi eettisesti motivoitujen ratkaisujen mielekkyyteen kussakin toimintaympäristössä (Anttiroiko 2004, 36). Siten ei ole mielekästä pyrkiä määrittämään yleistä yhteiskuntavas-

tuun sisältöä, vaan ennemminkin on ymmärrettävä, että yhteiskuntavastuu konkretisoituu eri konteksteissa ja ajanjaksoilla eri asioihin. Lisäksi yritysten toiminnassa yhteiskuntavastuun eri osa-alueiden kriittisyys saattaa painottua eri tavalla, vaikka yritykset muuten toimisivatkin samassa toimintaympäristössä (Niskala & Tarna 2003, 20). Kaivostoimintaa harjoittavassa yrityksessä yhteiskuntavastuu konkretisoituu luonnollisesti eri asioihin kuin palvelualalla toimivassa yrityksessä. Tässä tutkimuksessa yhteiskuntavastuuta tarkastellaan yhden case-yrityksen kautta, jonka liiketoiminnan luonteesta johtuen tarkastelu painottuu erityisesti yrityksen sosiaalisen ja taloudellisen vastuun ulottuvuuksiin.

Suomessa jo pelkästään lainsäädäntö vaatii yrityksiltä pitkälle menevää vastuullisuutta. Erityisesti taloudellisesta vastuusta ja ympäristövastuusta suuri osa on lakisääteistä. (Uimonen 2006, 35) Yrityksen taloudellisen vastuun lainsäädännöllinen pohja perustuu muodolliseen tilinteko- ja raportointivelvollisuuteen, joita ohjaavat osakeyhtiö-, kirjanpito-, vero- ja arvopaperimarkkinalainsäädäntö. Ympäristölainsäädäntö sisältää lakeja muun muassa jätehuollosta, maa-ainesten otosta, ilmansuojelusta, meluntorjunnasta, kemikaalien valvonnasta, ympäristövaikutusten arvioinnista, tuotevalvonnasta, tuotteiden teknisistä ympäristömääräyksistä, maankäytöstä ja luonnonsuojelusta. (Rohweder 2004, 98–100)

Valtio on pyrkinyt ohjailemaan myös yritysten sosiaalisen vastuun toteuttamista lainsäädännön, verotuksen ja tulonsiirtojen avulla (Rohweder 2004, 104), vaikkakaan ei yhtä vahvasti kuin kahden muun vastuun ulottuvuuden kohdalla. Voidaankin nähdä, että yhteiskunnassamme sosiaalinen vastuu konkretisoituu ennen kaikkea lainsäädännön ylittävään toimintaan. 1990-luvulla globalisaation, informaatiotekniikan kehittymisen ja pääomien vapautumisen myötä tapahtunutta siirtymistä valtion sääntelystä markkinalähtöisyyteen voidaan pitää ristiriitaisena. Toisaalta yrityksiltä vaaditaan lainsäädännön ylittävää vastuullisuutta, mutta toisaalta samalla pelätään, että sosiaalinen turva tulee liian riippuvaiseksi yritysten toiminnasta ja toiminnan tuloksesta. (Uimonen 2006,18; 48–49)

Suomessa yhteiskuntavastuun sosiaalista ulottuvuutta on tutkittu paljon (mm. Hanikka ym. 2004; Moilanen ja Haapanen 2005; Uimonen 2006). Esiin tuntuu nousevan yksi sidosryhmä ylitse muiden: henkilöstö. Vastuullisuus konkretisoituu keskustelussa pitkälti henkilöstöön ja henkilöstöpolitiikkaan. Henkilöstöpolitiikan voidaan nähdä sisältävän koko työuran eri vaiheet: työhönotto, työolosuhteiden kehittäminen, työssä kehittymisen tukeminen, pal-

kitseminen ja työsuhteen päätyminen. Keskustelun ytimessä ovat erityisesti sellaiset asiat kuin työntekijöiden jaksaminen, koulutuksen tarve, jatkuva muutos, ikääntyvät työntekijät, työn ja vapaa-ajan sekoittuminen sekä työn ja perheen yhdistäminen. (Mäntylä 2006; Uimonen 2006)

Irtisanomisten ja saneerausten myötä epävarmuus ovat lisääntyneet työelämässä. Esillä on ollut kysymys siitä, voiko vastuullinen yritys siirtää toimintaansa Suomesta ulkomaille, ja mikä on työnantajan vastuu irtisanomistilanteissa (Uimonen 2006). Moilanen ja Haapanen (2005) nostavatkin epävarmuuden työelämässä yhdeksi aikaamme leimaavaksi ilmiöksi. Happonen ja Nätti (kts. Mäntylä 2006, 92–93) esittävät, että yksi syy lisääntyneeseen epävarmuuteen työelämässä on pörssiodotuksiin perustuva markkinajärjestelmä sekä tuloshakuisuuden korostuminen liiketoiminnassa. Hyväkään tulos ei välttämättä enää riitä, vaan myös kannattavia liiketoiminnan osia saatetaan lopettaa jos tulosta ei nähdä riittävän hyvänä. Julkista keskustelua on erityisesti herättänyt johtajien saamat optiot joukkoirtisanomisien yhteydessä (Moilanen & Haapanen 2005). Lisäksi epävarmuutta aiheuttavat Mäntylän (2006, 56) tekemän tutkimuksen mukaan toimintojen siirtäminen halvempien tuotantokustannusten maihin, suhdannevaihtelut, jatkuva muutos ja tekniikan kehittyminen. Toisaalta samalla, kun puhutaan epävarmuudesta ja irtisanomisista, puhutaan myös työvoimapulasta ja rekrytointiongelmista (Moilanen & Haapanen 2005). Mäntylän (2006) tutkimuksessa tuli esiin, että erityisesti kilpailu parhaista osaajista on kovaa.

Moilasan ja Haapasen (2005) mukaan tarve joustoon on epävarmuuden lisäksi toinen aikaamme leimaava ilmiö. Työnantajat tarvitsevat joustoa tuotannon muutosten myötä. Toisaalta työntekijät tarvitsevat joustoa työn ja vapaa-ajan tai perheen yhteensovittamisen myötä. (Moilanen & Haapanen 2005, 37) Erityisesti työn ja perheen yhteensovittaminen on teema, joka on ollut viimeaikoina esillä. Tämä on näkynyt muun muassa pidennettyinä isyyslomina, yritysten järjestäminä lastenhoitojärjestelyinä sekä etätöiden mahdollistamisena. (Juholin 2004, 89) Samalla kuitenkin epätyypilliset työsuhteet, kuten vuokratyö, osa-aikaisuus ja keikkatyö, ovat jatkuvasti lisääntyneet (Moilanen & Haapanen 2005, 25). Työttömyys, työttömyyden uhka, alityöllisyys ja yleinen epävarmuus työelämässä lisäävät ihmisten pahoinvointia, joka näkyy sekä fyysisinä että psyykkisinä terveysongelmina (Ha-

nikka ym. 2004, 11). Masennus on Moilasen ja Haapasen (2005, 2) mukaan nykyään yksi yleisimmistä työkyvyttömyyseläkkeelle joutumisen syistä.

Henkilöstön lisäksi toinen aikaisempien tutkimusten pohjalta esiin noussut sosiaalisen vastuun näkökulma on suhde alihankkijoihin. Taipalisen ja Toivion (2004) tutkimuksessa nousi esiin suuryhtiöiden vastuu alihankkijoita kohtaan. Suuryritykset saattavat sanella alihankkijoille hyvinkin tarkasti toiminnan ehdot, mutta tekevät hankintapäätöksensä lopulta lähinnä hintaan perustuen. Tutkimuksen mukaan vielä suurempia ongelmia alihankkijoille syntyy kuitenkin siitä, kun suuryritys päättääkin siirtää toimintansa kokonaan muualle.

2.6. Global Reporting Initiative (GRI) yhteiskuntavastuuraportoinnin viitekehyksenä

2.6.1. Mitä GRI tarkoittaa?

Yritysten yhteiskuntavastuuraportointi on vapaaehtoista, lainsäädännön vaatimukset ylittävää toimintaa. Suomessa kirjanpitolaki edellyttää ainoastaan olennaisten ympäristö- ja henkilöstöasioiden käsittelemistä toimintakertomuksessa (KPL 3.1 §). Koska raportointi perustuu lähes täysin yrityksen omaan aloitteellisuuteen ja vapaamuotoisuuteen, se ei välttämättä anna oikeaa kuvaa yrityksen todellisesta toiminnasta, sillä yritys voi jättää raportoimatta itselleen epäedullisista asioista ja toisaalta pyrkiä kiillottamaan omaa yrityskuvaansa painottamalla jotain toisia asioita (Hanikka ym. 2007, 18). Tästä johtuen on kehitetty erilaisia raportointiohjeistoja, joiden tarkoituksena on parantaa yhteiskuntavastuuraportoinnin uskottavuutta ja vertailukelpoisuutta. Tunnetuin ja kansainvälisesti laajimmin käytetty yhteiskuntavastuuraportointia ohjaava viitekehys on GRI-ohjeisto. (Rohweder 2004, 217)

GRI on YK:n aloitteesta vuonna 1997 perustettu voittoa tavoittelematon sidosryhmäorganisaatio, jota on kehittämässä satoja asiantuntijaryhmiä ja yhteiskunnallisia toimijoita. Kehittämässä on mukana muun muassa yrityksiä, tutkimuslaitoksia, ammattiyhdistysliikkeitä, viranomaisia, sijoittajia, oppilaitoksia, kansalaisjärjestöjä ja tilintarkastusyhteisöjä (Rohweder 2004, 218–219; Niskala & Tarna 2003, 89). GRI:n tavoitteena on nostaa kestävään ke-

hitykseen liittyvien kysymysten raportointi tilinpäätösraportointia vastaavalle tasolle (Kujala & Kuvaja 2002, 176). Ohjeistoja testataan ja kehitetään jatkuvasti. Ensimmäinen versio GRI-ohjeistosta julkaistiin vuonna 2000 ja nykyisin käytössä oleva G3-versio vuonna 2006. Viimeisin, päivitetty versio G3.1 julkaistiin maaliskuussa 2011. (Niskala & Tarna 2003, 90; GRI WWW-sivut²)

GRI-ohjeisto koostuu kahdesta osasta: raportointiperiaatteista sekä raportin perussisällöstä. GRI-ohjeiston ensimmäisen osa sisältää raportoinnin sisällön määrittelyn ja laadunvarmuksen periaatteet eli ohjeet siitä, *miten* raportoidaan. Toinen osa sisältää toiminta- ja muista indikaattoreista koostuvan perussisällön eli ohjeet siitä, *mistä* raportoidaan. Lisäksi GRI-ohjeisto sisältää ohjeet raportoinnin teknisistä käytännöistä. (GRI 2008, 3)

Koska GRI sallii raportoinnin vaiheittaisen kehittämisen, voi raportoiva organisaatio ottaa GRI:n mukaisen raportoinnin vain osittain käyttöön. Raportin alussa on kuitenkin ilmoitettava, missä laajuudessa GRI-ohjeistoa on sovellettu. Sovellustasojärjestelmä jakautuu A, B ja C –tasoihin organisaation raportointikokemuksen mukaan siten, että A-tason raportoija on kokenut raportoija ja C-tason raportoija julkaisee GRI:n mukaisen raportin ensimmäistä kertaa. (GRI 2008, 5) Yritys voi siis ilmoittaa noudattavansa GRI:n ohjeita ja periaatteita, vaikka se ei kykenisikään raportoimaan kaikkia kestävän kehityksen osa-alueita (Kujala & Kuvaja 2002, 178). Tasomerkinnän yhteyteen lisätty plus-merkintä (+) kertoo organisaation käyttäneen ulkopuolista varmentajaa raportin verifiointiin. (GRI 2008, 5) Kujala ja Kuvaja (2002, 184) määrittelevät verifiointin tarkoittavan jonkin riippumattoman, organisaation ulkopuolisen tahon suorittamaa raportoidun tiedon tarkistus- ja varmentamistoimintaa. Toimintaan kuuluu tiedon tuottamis- ja keruujärjestelmien tarkistus sekä tiedon laadun, oikeellisuuden, olennaisuuden ja raportoinnin kattavuuden tarkistaminen.

2.6.2. Yleiset raportointiperiaatteet

Raportointiperiaatteiden tarkoituksena on parantaa organisaation läpinäkyvyyttä. GRI:n ohjeissa läpinäkyvyys määritellään saavutetuksi silloin, kun raportista ”löytyy tyhjentävästi tietoa kaikista keskeisistä organisaation toiminnan vaikutuksia kuvaavista teemoista ja in-

² <http://www.globalreporting.org/Home>

dikaattoreista sekä tiedonkeruuprosessista, -käytännöistä ja oletuksista” (GRI 2008, 6). Raportointiperiaatteet on jaettavissa kahteen ryhmään:

1. Raportoitavien teemojen ja indikaattoreiden määrittelyperiaatteet
2. Informaation laadun ja tarkoituksenmukaisen esitystavan periaatteet

GRI-ohjeiston ensimmäinen osa sisältää raportoinnin sisältöä ja laatua koskevat periaatteet sekä raportoinnin rajausohjeet. Raportoinnin sisältöä ohjaavat periaatteet ovat olennaisuus, sidosryhmätoiminta, kestävä kehitys ja kattavuus. (GRI 2008) Olennaisuuden periaatetta lähestytään tiedon käyttäjän näkökulmasta. Lähtökohtaisesti raporttiin tulisi sisällyttää kaikki se tieto, jonka voidaan ajatella olevan olennaista sidosryhmien päätöksenteon kannalta. Vastaavasti epäolennainen tieto voidaan jättää raportoimatta. Tulkintaa vaikeuttaa se, että eri tekijöiden yhteiskunnallisia vaikutuksia on haastava arvioida. (Niskala & Tarna 2003, 112) Sidosryhmätoiminnalla tarkoitetaan sitä, että raportoivan organisaation on tunnettava sidosryhmänsä ja raportoitava, miten se on ottanut huomioon eri sidosryhmien odotukset ja tarpeet (GRI 2008, 10). Kestävän kehityksen periaate ohjaa raportointia kuvaamaan organisaation toimintaa suhteessa laajempaan kestäväen kehityksen viitekehykseen. Tarkastelussa on otettava huomioon, miten organisaatio on vaikuttanut tai pyrkii tulevaisuudessa vaikuttamaan kestäväen kehityksen teemoihin paikallisesti, alueellisesti ja maailmanlaajuisesti. (GRI 2008, 11) Tarkastelu auttaa ymmärtämään yritystason ja laajemman makrotason yhteiskuntavastuun välistä suhdetta ja vaikutuksia (Niskala & Tarna 2003, 113). Kattavuusperiaate käsittää laajuuden, rajauksen ja ajan ulottuvuudet. Raportin tulee kattaa organisaation keskeiset taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristövaikutukset riittäväällä tarkkuudella siten, että sidosryhmien on mahdollista arvioida organisaation toimintaa raportointiajanjaksolla. (GRI 2008, 12)

Sisällön määrittelyn jälkeen määritellään raportoitavan tiedon laadulliset periaatteet. Laatu-kriteerejä ovat tasapuolisuus, vertailukelpoisuus, täsmällisyys, oikea-aikaisuus, luetettavuus ja selkeys. Tasapuolisuudella tarkoitetaan sitä, että organisaation toiminnan myönteisiä ja kielteisiä vaikutuksia tulee kuvata tasapuolisesti. Vertailukelpoisuuden vaatimuksella pyritään edistämään informaation vertailtavuutta eri organisaatioiden ja ajanjaksojen välillä. Vertailukelpoisuutta parantaa informaation valinnan, keräämisen ja raportoinnin johdon-

mukaisuus. Organisaation on kiinnitettävä huomiota siihen, että informaatio raportoidaan riittävän täsmällisesti ja yksityiskohtaisesti. Lisäksi tiedon on oltava tiedon käyttäjien saatavilla oikeaan aikaan, jotta raportoitua tietoa pystytään hyödyntämään päätöksenteossa mahdollisimman tehokkaasti. (GRI 2008, 13–17; Niskala & Tarna 2003, 114–115)

Raportoivan kokonaisuuden määrittäminen on olennainen osa yhteiskuntavastuun raportointiprosessia, sillä laskentakokonaisuuden ymmärtäminen ja kuvaaminen ovat edellytyksiä sille, että tuotettua ja raportoitua tietoa voidaan järkevästi käyttää. Laskentakokonaisuudella tarkoitetaan juridista, operatiivista tai muutoin yksiselitteisesti määritettyä toiminnallista kokonaisuutta, josta tietoa voidaan kerätä ja raportoida. (Niskala & Tarna 2003, 101) Raportoinnin rajaamiseen vaikuttavat raportoivan organisaation määräys- ja vaikutusvalta muissa organisaatioissa. GRI (2008, 18) määrittelee rajauksen seuraavasti: ”Yhteiskuntavastuuraportin tulee kattaa kaikki toimijat, joilla on merkittäviä kestäväan kehitykseen liittyviä vaikutuksia, jotka ovat raportoivan organisaation määräysvallassa ja joiden talouteen, operatiiviseen toimintaan ja käytäntöihin organisaatio voi vaikuttaa merkittäväällä tavalla.”

2.6.3. Raportin rakenne ja sisältö

GRI-ohjeiston toisessa osassa määritellään yhteiskuntavastuuraportoinnin perussisältö ja annetaan malli yhteiskuntavastuuraportin yleiselle rakenteelle (Niskala & Tarna 2003, 116). Perussisältö voidaan jakaa kolmeen osaan (GRI 2008):

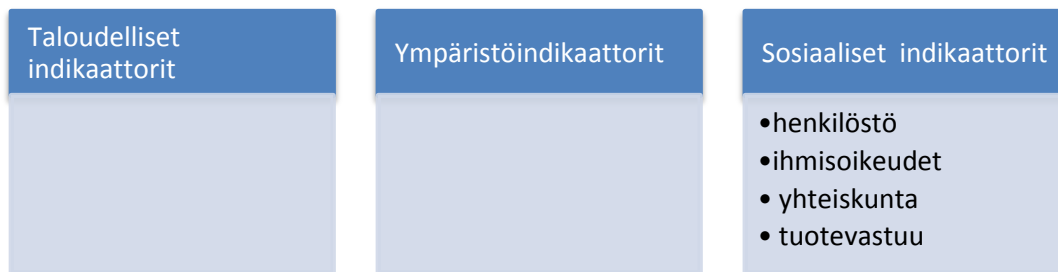
1. Strategia ja taustakuvaus
2. Johtamiskäytännöt
3. Toimintaindikaattorit

Strategia ja taustakuvaus sisältävät kuvauksen organisaation suhteesta kestäväan kehitykseen. Kuvauksesta tulisi käydä ilmi, mitkä ovat yrityksen strategiset toimenpiteet ja tulevaisuuden haasteet kaikilla kolmella vastuun osa-alueella. Strategia muodostaa perustan yhteiskuntavastuun hallintakäytännöille, johtamisjärjestelmille ja avaintunnusluvuille. Taustakuvaus antaa lukijalle kokonaiskuvan yrityksestä sekä käsityksen raportin sisällöstä, raportoiti-

tujen tietojen laajuudesta ja rajauksista. (Niskala & Tarna 2003, 118–119; Rohweder 2004, 218–219)

Johtamiskäytännöt kuvaavat organisaation yhteiskuntavastuuseen liittyviä hallintotapoja eri osa-alueilla (GRI 2008). Kuten Rohweder (2004, 220) asian tiivistää, osiossa kuvataan niitä toimintaperiaatteita, ”joiden avulla yritys toteuttaa yritysvastuuseen liittyvää visiota ja strategiaa sekä hallitsee toimintansa yhteiskunnallisia vaikutuksia”.

Toimintaindikaattorit antavat tietoa organisaation taloudellisesta, sosiaalisesta ja ympäristöön liittyvästä toiminnasta (GRI 2008). Indikaattorilla tarkoitetaan tunnuslukua, joka kuvaa tarkastelun kohteena olevan asian tilaa ja kehitystä. Indikaattori on laadullinen mittari, jonka avulla moninaista tietoa voidaan tiivistää helpommin hallittavaan ja ymmärrettävään muotoon. (Rosenström & Palosaari 2000, 8) GRI:n käyttämät indikaattorit jaotellaan luokkiin alla olevan kuvion (kuvio 2) mukaisesti siten, että kolme pääluokkaa muodostavat toimintaindikaattorit. Sosiaaliset indikaattorit on jaettu edelleen kuvion esittämiin alaluokkiin. (GRI 2008)



Kuvio 2. GRI:n toimintaindikaattorit (GRI 2008)

Lisäksi jokaisen ryhmän osalta on kuvattu pää- ja lisäindikaattorit. Pääindikaattorit ovat yleisesti sovellettavia indikaattoreita. Lähtökohtaisesti organisaation tulee raportoida kaikista pääindikaattoreista, ellei niitä ole perusteltu epäolennaisiksi GRI:n raportointiperiaatteiden mukaisesti. Lisäindikaattorit kuvaavat kehityksessä olevaa käytäntöä tai teemaa eikä

niiden raportointi ole välttämättä olennaista, ellei niiden käyttöä suositella toimialakohtaisessa liitteessä. GRI on julkaissut toimialakohtaisia liitteitä täydentämään GRI-ohjeiston soveltamista tietyillä toimialoilla. (GRI 2008, 24)

Tässä luvussa perehdyttiin tutkimuksen teoreettiseen taustaan. Teoreettisen viitekehyksen tarkoituksena oli luoda ne silmälasit, joiden avulla tutkimuksen empiiristä osuutta lähdetään seuraavaksi tarkastelemaan. Yhteiskuntavastuuta käsiteltiin tässä luvussa laajasti liittyen vastuun ymmärtämiseen, sisältöön, ulottuvuuteen ja raportointiin. Näistä teoreettisista lähtökohdista ja edellä esitetyt asiat tarkastelussa mukana pitäen siirrytään seuraavaksi tutkimuksen empiiriseen osuuteen, jonka muodostavat luvut kolme ja neljä.

3. NOKIAN YHTEISKUNTA VASTUUN YMMÄRTÄMISEN JULKISESSA KESKUSTELUSSA

3.1. Nokia Oyj

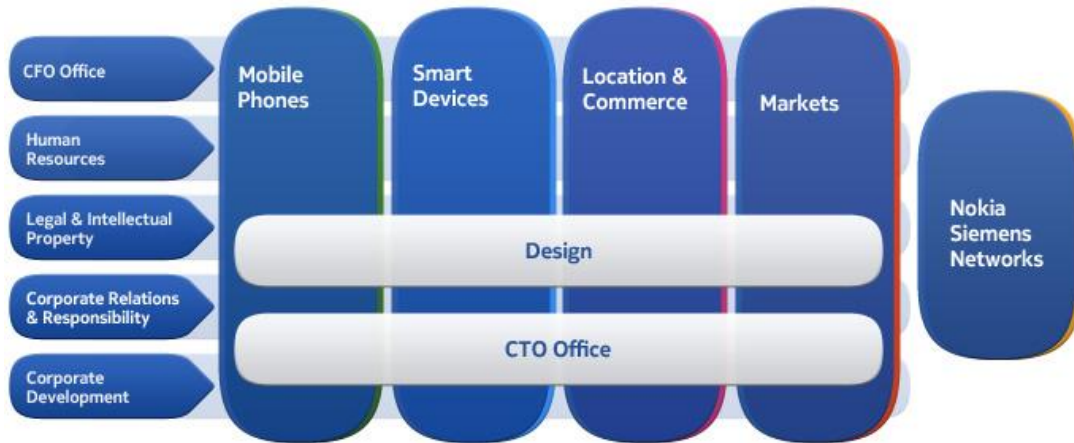
Nokia Oyj on tietoliikennealalla toimiva yritys, jonka pääliiketoimintaa on matkapuhelinten valmistus. Nokia työllistää noin 139 000 ihmistä ympäri maailmaa, joista Suomessa työskentelee vähän alle 20 000 henkilöä. Yrityksen liikevaihto vuonna 2011 oli 38.7 miljardia euroa (liikevaihto 42.4 miljardia euroa vuonna 2010) ja liiketappio 1.1 miljardia euroa (liikevoitto 2.0 miljardia euroa vuonna 2010). Markkinaosuus matkapuhelinten myynnissä oli Nokian oman arvion mukaan noin 26 % vuonna 2011. (Nokian WWW-sivut³)

Nokialla on vahva suomalainen tausta. Nokian pääkonttori sijaitsee Espoon Keilaniemessä, vaikka muuten yritys onkin irtaantunut Suomesta sekä tuotannon, myynnin että omistuksen osalta. Vuonna 2011 21 % yrityksen liikevaihdosta tuli Euroopasta, 29 % Aasian ja Tyynenmeren alueelta ja 16 % Kiinasta. Suurin osa Nokian tuotannosta sijaitsee Aasiassa: Kiinassa, Intiassa, Etelä-Koreassa ja Vietnamin. Lisäksi tuotantolaitoksia sijaitsee Suomessa, Unkarissa, Meksikossa ja Brasiliassa. Suomalaiset omistavat noin 17 prosenttia yrityksen osakkeista. Suomen osuus Nokian liikevaihdosta on alle yhden prosentin. Yrityksen johto on kuitenkin edelleen hyvin suomalainen, ja huomattava osa johtokunnan jäsenistä on suomalaisia. Nokian toimitusjohtajana on syyskuusta 2010 toiminut kanadalainen Stephen Elop. (Nokian WWW-sivut; Nokia 2010)

Nokian organisaatiorakennetta hahmottaa kuvio 3. Mobile Phones –yksikkö keskittyy matkapuhelimien kehittämiseen. Smart Devices –yksikössä kehitetään älypuhelimia. Location & Commerce –yksikössä kehitetään sijaintiin perustuvia tuotteita ja palveluita. Yksikön vastuulla ovat Nokia Kartat –sovellus sekä NAVTEQ:n kehittäminen. NAVTEQ toimittaa digitaalisia kartoja autoteollisuudelle, langattomiin navigaatiolaitteisiin, internet-

³ <http://www.nokia.com/fi-fi/>

karttapalveluihin sekä viranomaisten yritysjärjestelmiin. Markets-yksikkö vastaa tuotteiden markkinoinnista ja myynnistä. Nokia Siemens Networks (myöhemmin NSN) on Nokian ja Siemensin puoliksi omistama yritys, jossa määräysvalta on kuitenkin Nokialla. Yritys keskittyy verkkoliiketoimintaan ja tuottaa tietoliikenteen infrastruktuurilaitteistoja, -ohjelmistoja ja asiantuntijapalveluita. (Nokian WWW-sivut)



Kuvio 3. Nokian organisaatorakenne (Lähde: Nokian WWW-sivut)

3.2. Sanomalehtikirjoittelu tutkimuksen aineistona

Tutkimuksen empiirisen aineiston ensimmäinen osa muodostuu Kauppalehden julkaisemista lehtiartikkeleista. Aineistona käytetään kaikkea kirjoittelua sisältäen uutisia, kolumneja ja mielipidekirjoituksia. Tutkimuksen aineistoksi harkitsin myös muita sanomalehtiä. Ainoa todellinen valintatilanne käytiin kuitenkin Helsingin Sanomien ja Kauppalehden välillä. Helsingin Sanomat on seitsemän kertaa viikossa ilmestyvä sanomalehti, joka on yksi valtakunnan päämedioista (Levikintarkistus 2011⁴). Helsingin Sanomien lehtikirjoittelun seuraaminen olisi saattanut olla tutkimusaineistona jossain määrin jopa rikkaampi ja tuoda

⁴ <http://www.levikintarkistus.fi/levikintarkistus/tilastot/Levikkitilasto2011.pdf>

monipuolisemmin esiin yhteiskunnan odotuksia tarkasteltavasta ilmiöstä. Tästä huolimatta päädyin käyttämään Kauppalehteä tutkimuksen aineistona. Kummankin median seuraaminen olisi paisuttanut jo ennestään laajaa empiiristä aineistoa liikaa, eikä siten ollut mahdollista. Syy Kauppalehden valintaan tämän tutkimuksen aineistoksi on lehden taloudellinen luonne, mikä on perusteltua ottaen huomioon sen, että työ edustaa laskentatoimen tutkimusta. Vaikka tutkimus painottuukin vahvasti yrityksen sosiaalisen vastuun tarkasteluun, ohjaa luvussa 2.1. esitelty taloustieteellinen ja liikkeenjohdollinen lähestymistapa työn etenemistä siten, että toiminnan taloudellinen puoli halutaan pitää koko ajan vahvasti mukana tarkastelussa. Nämä näkökulmat huomioon ottaen koin Kauppalehden käyttämisen tutkimuksen aineistona palvelevan parhaiten tutkimuksen tavoitteiden saavuttamista.

Kun julkista keskustelua seurataan sanomalehtikirjoittelun pohjalta, on tärkeää ymmärtää, miten jokin teksti päättyy lehteen julkaistavaksi. Laamanen (2007) kirjoittaa, että lehden linja vaikuttaa paljon siihen, mitä viestiä lehti haluaa lukijoilleen välittää, ja mitkä tekstit päätyvät lopulta painettavaksi. Tämän tutkimuksen aineistona käytettävä Kauppalehti on talousasioita uutisoiva sanomalehti, jota julkaisee Alma Media –konserniin kuuluva Kauppalehti Oy. Kauppalehti kertoo verkkosivuillaan olevansa sitoutumaton media, joka on kannanotoissaan itsenäinen suhteessa poliittisiin, taloudellisiin ja muihin painostusryhmiin. Kauppalehti kertoo kannattavansa vapaata markkinataloutta, sananvapautta, yrittäjyyttä ja omaehtoisuutta. (Kauppalehden verkkosivut 2012) Lehden linja vaikuttaa siis siihen, minkä tyyppistä keskustelua lehdessä käydään. Kauppalehden kirjoittelussa voidaan talousasioiden ja talouden näkökulman olettaa olevan luonnollisesti keskustelun ytimessä. Aineistoa tulkittaessa huomioon on otettava myös se, että varsinkaan tämäntyyppisessä lehdessä, jos missään, mielipidekirjoittelu tuskin edustaa enemmistön ääntä. (Laamanen 2007) Tämän tutkimuksen kannalta olennaista on ymmärtää, että lehden linja vaikuttaa siihen, mitä lehdessä julkaistaan, ja että lehden toimittajilla on halutessaan valta vaikuttaa siihen, mitä viestiä lehti välittää.

3.3. Aineiston analyysi ja tulkinta

Aineiston analysointimenetelmänä käytettiin teemoittelua. Eskola ja Suoranta (2001) määrittelevät teemoittelun menetelmäksi, jonka avulla aineistosta nostetaan esiin tutkimusongelmaa valaisevia teemoja. Tekstimassasta pyritään löytämään ja erottelemaan tutkimusongelman kannalta olennaiset asiat. Teemoittelun avulla aineistoon luodaan selkeyttä ja siten tuotetaan uutta tietoa tutkittavasta asiasta. Sen avulla aineisto pyritään tiivistämään kadottamatta silti sen sisältämää informaatiota; päinvastoin informaatioarvoa pyritään kasvattamiseen luomalla hajanaisesta aineistosta selkeää ja mielekästä. Teemoittelun haasteena on, että aineiston analyysi saattaa helposti jäädä pelkäksi sitaattikokoelmaksi. Jotta päästäisiin tätä syvemmälle menevään analyysiin ja johtopäätöksiin, vaatii teemoittelu onnistuakseen teorian ja empirian vuorovaikutusta. (Eskola & Suoranta 2001, 138, 174–178)

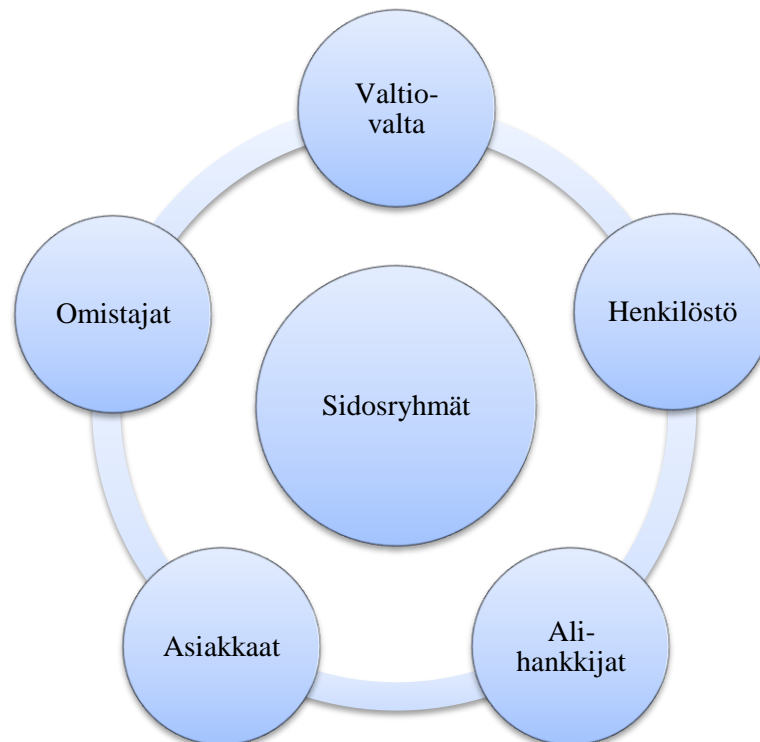
Alustavaa aineiston analyysiä tein jo tutkimusaineiston keräämisen yhteydessä. Syöttämällä Kauppalehden sähköiseen uutisarkistopalveluun hakusanat ”Nokia\$”⁵ tai ”yhteiskuntavastuu\$” saa hakutuloksena jokaiselle vuodelle lähes tuhat artikkelia. Tutkimusongelman kannalta ei ollut olennaista käydä systemaattisesti läpi kaikkia hakutuloksia. Hakutuloksista pystyi suuren osan jättämään kokonaan tarkastelun ulkopuolelle jo pelkän otsikon perusteella. Tutkimuksen aiheeseen viittaavat otsikot avasin tarkastellakseni artikkelin sisältöä tarkemmin. Jos artikkeli vaikutti nopean silmäilyn perusteella tutkimusongelman kannalta relevantilta, otin sen talteen myöhempää perehtymistä varten. Tällä menetelmällä artikkeleja kertyi yhdeksän vuoden ajalta yhteensä noin kuusisataa kappaletta.

Varsinaisen aineiston analyysin aloitin lukemalla aineistoa läpi useaan kertaan. Samalla karsin täysin epärelevantit artikkelit ja tekstinpätkät pois aineistosta, korostin erityisen mielenkiintoisia kohtia tekstistä ja tein muistiinpanoja artikkelien herättämistä ajatuksista. Saatuani ensikäsityksen aineistosta, lähdin toteuttamaan analyysiä luokittelemalla lehtiartikkeleja erilaisin perustein. Luokittelu oli tässä vaiheessa vielä hyvin karkeaa, ja jokaista vuotta käsiteltiin erikseen omana kokonaisuutenaan. Luokittelun suorittaminen oli tarpeen jo siksi, että satoja artikkeleja sisältävä aineisto sai selkeyttä ja pääkohdat alkoivat hahmottua. Jo

⁵ \$-merkki toimii katkaisumerkkinä Kauppalehden uutisarkisto-palvelussa.

tutkimusprosessin alussa minulle oli muodostunut jonkinasteinen esiyymmärrys aiheesta, joka toisaalta ohjasi myös tutkimuksessa tehtyjä valintoja. Tutkimuksessa aineiston analyysiä ja tulkintaa ei erotettu jyrkästi toisistaan, vaan jo analyysivaiheessa aineistosta tehtiin tulkintoja, jotka taas ohjasivat analyysiä. Analyysin aikana palasin välillä jopa takaisin Kauppalehden uutisarkistoon tarkistamaan, löytyisikö jostain aineiston pohjalta esiin nousseesta teemasta lisää kirjoittelua.

Tämän vaiheen aikana aineistosta alkoi hahmottua selkeästi yrityksen eri sidosryhmien äänet, joita olivat valtiovalta, henkilöstö, alihankkijat, asiakkaat ja omistajat (kuvio 4). Jo tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen näkökulmasta oli luonnollista teemoitella aineisto uudestaan näiden sidosryhmien mukaan. Samalla aineiston sinänsä keinotekoinen rakenne vuosien mukaan järjesteltynä murtui, vaarantamatta kuitenkaan mielenkiintoista mahdollisuutta muutosnäkökulman tarkasteluun.



Kuvio 4. Lehtikirjoittelun pohjalta esiin nousseet sidosryhmät

Seuraavaksi käsitellään, millaisiin teemoihin Nokian yhteiskuntavastuun on nähty konkreettisesti sanomalehtikirjoittelussa, kun aihetta tarkastellaan edellä esitettyjen sidosryhmien näkökulmista.

3.4. Valtiovallan näkökulma

3.4.1. Kansantaloudellinen vaikuttaminen

Kauppalehden keskustelussa tulee esiin, miten Nokian menestystä on pidetty suorastaan onnenpotkuna suomalaiselle yhteiskunnalle. Merkityksen laajuutta arvioidaan uutisoinnissa tasaisesti koko tarkastelujakson ajan. Keskustelussa tarkastelu kiinnittyy ennen kaikkea seuraaviin kolmeen asiaan:

1. Nokia veronmaksajana (sekä yhteisövero että työntekijöiden yhteiskunnalle kerryttämät verotulot)
2. Nokian panostus tutkimus- ja tuotekehitystoiminnassa
3. Nokia yleisen taloudellisen aktiivisuuden generaattorina

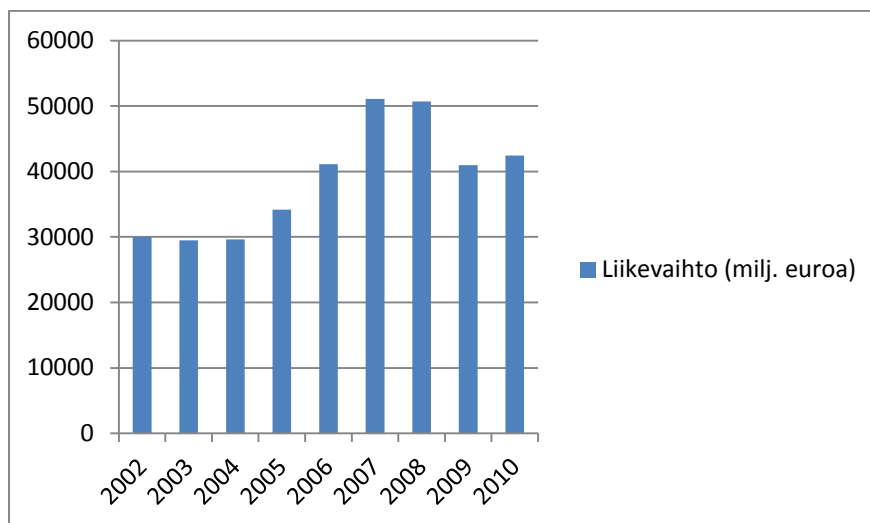
Nokian menestys on kerryttänyt tuloja valtion kassaan, josta niitä on voitu jakaa eteenpäin koko yhteiskunnan hyvinvointia kasvattamaan. Lisäksi investoinnilla tutkimus- ja tuotekehitystoimintaan sekä välillisten vaikutusten seurauksena Nokia on ollut kasvattamassa ja ylläpitämässä yleistä taloudellista aktiivisuutta. Toisaalta kuitenkin nähdään, että menestys ei ole pelkästään yrityksen omaa ansiota. Menestyksen taustalla nähdään vahvasti olevan myös yhteiskunta, joka on luonut ja tarjonnut yritykselle menestymisen mahdollisuudet. Yhteiskunta edesauttaa yritysten toimintaa tarjoamalla muun muassa infrastruktuuriin, vakaan toimintaympäristön, koulutettua työvoimaa ja suoria yritystukia. (mm. KL 11.2.2008) Tämän vuoksi nähdään oikeutetuksi vaatimus, että yritys siirtää osan taloudellisesta menestymisestään takaisin yhteiskunnalle mm. verojen maksamisen kautta.

Yhteiskunnan Nokialle tarjoamista menestyksen puitteista esiin nousee erityisesti koulutuksen kohtaanto-ongelma ja Nokia-riskin toteutuminen tällä alueella. Aihe on keskustelussa

tasaisesti esillä koko tarkastelujakson ajan, mutta erityisesti se on pinnassa vuosina 2002–2003, jolloin työnsaantivaikeudet alkavat lisääntyä Nokia-insinöörien joukossa. Valmistuminen hidastuu, kun valmistumista varjostaa uhka työttömäksi joutumisesta. (KL 2.10.2002) Kauppalehden pääkirjoituksessa asiaa kuvataan seuraavasti: ”*Vielä 1990-luvun lopulla Nokia lupasi palkata suurin piirtein jokaisen insinöörin, joka Suomessa valmistuu. Koulutuspolitiikka reagoi tähän haasteeseen kiitettävällä nopeudella. Nokian huikean menestyksen myötä elektroniikan ja telekommunikaatioalan opiskelijoiden määrä lisääntyi nopeasti. Tänäpäin vastavalmistuneet joutuvat kuitenkin hakeutumaan heikkeneville markkinoille, kun Nokia ja sen alihankkijat vähentävät työvoimaansa.*” (KL 6.6.2003) Kritiikki kohdistuu ennen kaikkea siihen, että koulutuspolitiikkaa ei saisi tehdä suhdanteiden mukaan. Toisaalta kritiikkiä lievennetään toteamalla, että tapahtuneesta on turha syyttää ketään, sillä ”*mikä olisi ollut vaihtoehto 1990-luvun lopun tilanteessa, jolloin tulevaisuus näytti toisenlaiselta?*” (KL 6.6.2003)

Keskustelu Nokian kansantaloudellisesta merkityksestä on erityisen kiivasta vuonna 2010 Jyrki Ali-Yrkkön tutkimuksen *Nokia and Finland in a Sea of Change* julkistamisen yhteydessä. Kirjassa paneudutaan tarkastelemaan Nokian merkitystä suomen kansantaloudelle. Ali-Yrkkön tutkimus nostaa keskusteluun sen tosiasian, että Nokia on aktiivisella suunnitelmalla pyrkinyt siirtämään toimintaansa ja verotuloja pois Suomesta. Huolimatta yrityksen liiketoiminnan mittakaavasta, jonka muutosta kuvaa alla oleva taulukko (taulukko 1), on yrityksen merkitys Suomen kansantaloudelle nykyään enää vain murto-osa vuosituhaten vaihteen luvuista. Nokian osuus Suomen bruttokansantuotteesta⁶ (BKT) oli korkeimmillaan vuonna 2000, jolloin Nokia tuotti jopa neljä prosenttia Suomen BKT:sta. Suunta on ollut koko ajan laskeva, kunnes vuonna 2009 vastaava luku oli enää 1,6 prosenttia. Sama kehityssuunta on nähtävissä yrityksen valtiolle maksamissa yhteisöveroissa. Vuonna 2009 Nokian osuus kaikista maksetuista yhteisöveroista oli 2,5 prosenttia, kun se vuonna 2006 oli vielä 17 prosenttia. (Ali-Yrkkö 2010) Toisaalta Nokian osuus Suomen tutkimus- ja tuotekehitysmenoista on pysynyt merkittävänä, tai jopa noussut tarkastelujakson aikana. Vuonna 2008 Nokian osuus kaikista t&k-investoinneista oli jopa 37 prosenttia (Ali-Yrkkö 2010).

⁶ BKT:lla tarkoitetaan taloudessa vuoden aikana tuotettujen hyödykkeiden ja palveluiden arvoa rahassa mitattuna (Tilastokeskus: <http://www.stat.fi/tup/verkkokoulu/data/tlkt/02/11/index.html>).



Taulukko 1. Nokian liikevaihdon kehitys (Lähde: Nokian vuosikertomukset 2002–2010)

3.4.2. Paikallinen vaikuttaminen

Keskustelu Nokian vastuullisuudesta suhteessa paikallisyhteisöihin kohdistuu niihin alueisiin, joihin kännykkäjätin vanavedessä on muodostunut merkittävää IT-alan teollisuutta. Utisoinnissa korostuu Oulun ja Salon riippuvuus IT-teollisuudesta, joissa kummassakin Nokia on ollut, ja on edelleen, merkittävä työllistäjä. Kummassakin tapauksessa IT-klusterin suhdanteiden mukaan heiluva menestys on ollut vaikuttamassa suoraan koko seutukunnan hyvinvointiin. Ensin IT-teollisuus kasvoi voimakkaasti 2000-luvun alun taantumasta. Alueet investoivat rajusti voimakkaan muuttoliikkeen seurauksena, kun ihmiset muuttivat alueille työn ja koulutuksen perässä. (KL 28.3.2003) Sitten markkinat muuttuivat yhtäkkiä. IT-teollisuuden taantumana seurauksena tuotanto- ja toimistotiloja jäi tyhjilleen. (KL 15.4.2002) Salossa, jossa Nokia-riippuvuus on ollut erityisen vahvaa, irtisanomisten ja lomautusten uutisoidaan näkyvän siinä, miten kuntalaisten terveystalvaiden kysyntä sekä alkoholiongelmien kasvanneet. (KL 19.10.2010) Nokian vastuullisuuden voidaan nähdä tämän keskustelun pohjalta konkretisoituvan siihen, että yrityksen tulisi osallistua seutukunnan kehittämiseen ja rakentamiseen pitkäjänteisesti ottaen toiminnassa ja toiminnan seurauksissa huomioon ennen kaikkea pitkän aikavälin vaikutukset. Nousun huumassa ris-

kit saattavat unohtua. Huonona aikana yritykset saneeraavat toimintaansa. Kalliin loppusii-
voukseen moititaan jäävän usein julkisen sektorin maksettavaksi (KL 19.5.2008).

3.4.3. Poliittinen vaikuttaminen

Suurella yrityksellä on pienessä maassa neuvotteluvälittejä. Isona veronmaksajana ja talou-
dellisena vaikuttajana se voi pyrkiä vaikuttamaan yleiseen mielipiteeseen, politiikkaan ja
lainsäädäntöön. (KL 3.2.2009) Yksittäisenä henkilönä Nokian Jorma Ollilan nimi nousee
väistämättä esiin yhtenä vaikutusvaltaisimpana elinkeinoelämän vaikuttajana Suomessa.
Ollilan kannanotot tarkastelujaksolla liittyvät muun muassa aluepolitiikkaan, kehitysyhteis-
työmäärärahojen nostamiseen, työurien pidentämiseen, tutkimusrahoituksen kasvattamiseen
ja Suomen kilpailukyvyn ylläpitämiseen.

Veropolitiikkaan liittyvää keskustelua käydään vilkkaasti vuonna 2002. Ollila vaatii julki-
suudessa useampaan kertaan, että verotusta tulisi Suomessa alentaa talouskasvun vauhdit-
tamiseksi. Ollilan arvostelua ei varauksetta oteta vastaan. Ollilan esittämät kannanotot ym-
märretään puolueellisiksi ja Nokian lähtökohdista nouseviksi. (mm. KL 12.2.2002; KL
10.6.2002) Ollilan vaatimusta pilkataan kirjoittamalla, että suomalainen verottaja joutuisi
maksamaan palkankorotuksen huonosti palkatuille Nokian työntekijöille (KL 17.6.2002).
Toisaalta auktoriteetin ajatuksille annetaan helposti pelkkää mielipidettä suurempi arvo.
Tästä kirjoittaa Veikko Kaivola (KL 12.2.2002) mielipidekirjoituksessaan. Kuka ottaa vas-
tuun, kun auktoriteetin julistamat ”totuudet” eivät toteudukaan? Keskustelussa peräänkuu-
lutetaan vastuuta suhteessa siihen valtaan, jota käytetään.

”Suomi tarvitsee Nokian, mutta Nokia ei Suomea.” (KL 12.5.2010) Kirjoitus liittyy speku-
lointiin Nokian pääkonttorin pysymisestä Suomessa. Aihe nousee otsikoihin tasaisesti koko
tarkastelujakson ajan (mm. KL 11.8.2003; KL 26.1.2009). Kysymys pääkonttorin sijainnis-
ta voidaan nähdä painostuskeinona yhteiskunnallisten muutosten läpiviennissä ja yrityksen
edun tavoittelussa. Spekuloinnissa on usein mukana myös pieni pelon sävy; Nokian merki-
tys suomalaiselle yhteiskunnalle on ollut merkittävä viimeiset viisitoista vuotta. Vaikka
merkitys on pienentynyt huomattavasti, ei julkisessa keskustelussa suhtauduta ainakaan
väheksyvästi mahdollisuuteen, että Nokia siirtäisi toimintansa kokonaan pois Suomesta.

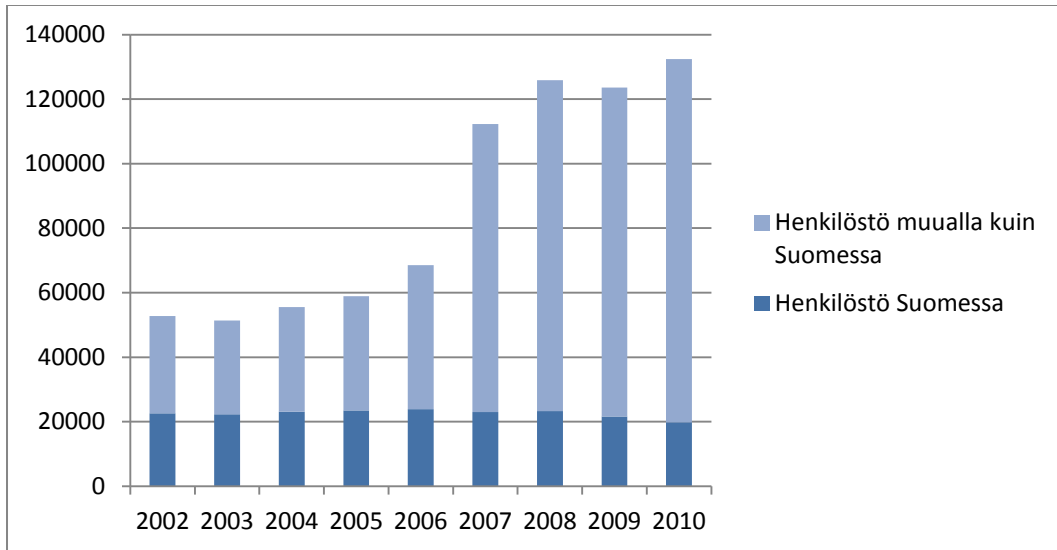
Painostamista voidaan nähdä tapahtuneen ainakin verokeskustelun yhteydessä, kun Ollila vihjaa, että korkea verotus saattaisi ajaa Nokian pääkonttorin pois Suomesta. Ollilan kirjoitetaan todenneen, että *”Nokiakin joutuu pohtimaan näitä tekijöitä (verotusta) sijoittumis- päätöksiä tehdessään. Eivätkä nämä päätökset ole mitään hallituksen tai johtokunnan isoja päätöksiä, vaan niitä tehdään organisaation solmukohdissa päivittäin.”* (KL 5.6.2002)

Nokian vaikutusvaltaa kuvaa mahdollisesti myös se, että uutisoinnissa suoraa kritiikkiä yritystä kohtaan on havaittavissa hyvin vähän tai ei ollenkaan. Vuonna 2002 keskustelussa tulee esiin Teknillisen korkeakoulun entisen professorin Arto Karilan UMTS-tekniikkaa kohtaan esittämä kritiikki. Karila moittii Nokian painostaneen häntä vaikenemaan kritiikistään julkisuudessa. Karilan mukaan *”pahinta kerrettiläisyyttä Suomessa on, jos ihmisellä on eri näkemys kuin mikä on Nokian päälinja”*. (KL 1.3.2002) Nokian asemaa Suomessa kuvataankin sanoilla *”pyhä lehmä”* ja *”Jumalasta seuraava”* (KL 6.3.2003). Vastuullisen toimijan tulisi sallia avoin keskustelu sekä kannustaa siihen, eikä tukahduttaa kriittisiäkään mielipiteitä.

3.5. Henkilöstön näkökulma

3.5.1. Taustaa

Nokian Suomessa työllistämisen henkilöstön määrä on vaihdellut jonkin verran, mutta pysynyt kuitenkin suhteellisen vakaana koko tarkastelujakson ajan. Tätä kehitystä on kuvattu taulukossa 2. Korkeimmillaan Nokian Suomessa suoraan työllistämien henkilöiden lukumäärä oli vuonna 2006 (23 894 henkilöä). Vaikka Nokian henkilöstön kokonaismäärä on kasvanut viimeisimmät vuodet, on trendi ollut Suomen kohdalla laskeva. Vuoden 2010 lopussa Nokian Suomessa työllistämien määrä oli enää 19 841 henkilöä. (Nokia 2010) Syynä henkilöstömäärän muutoksiin on pidetty tuotannon siirtymistä halvemman työvoimakustannusten maihin (Ali-Yrkkö 2010, 3).



Taulukko 2. Nokian henkilöstömäärän kehitys (Sisältää NSN:n vuodesta 2007. Lähde: Nokian vuosikertomukset 2002–2010)

Nokia-vetoisesta ICT-klusterista⁷ muodostui Suomen suurin yritysklusteri 1990-luvun puolivälin ja 2000-luvun alun vahvan kasvun aikana. Alalle syntyi runsaasti uusia yrityksiä laitevalmistukseen, ohjelmistotuotantoon ja palveluihin. ICT-klusterilla työskentelevien kokonaismäärän arviointia vaikeuttaa kuitenkin se, että yritykset toimivat eri toimialoilla ja harjoittavat myös muuta toimintaa kuin tieto- ja viestintätekniiikan laitteiden ja palveluiden tuotantoa. ICT-klusterin työllistävä vaikutus Suomessa oli korkeimmillaan 2000-luvun alussa, jolloin ala työllisti Hernesniemen (2010, 47) mukaan yli 150 000 henkilöä.

3.5.2. Henkilöstömäärän muutokset

Henkilöstömäärän muutosta koskeva uutisointi on vilkasta koko tarkastelujakson ajan. Uutisoinnissa näkyy paitsi Nokian ja sen suorien alihankkijoiden toteuttamat henkilöstömäärän muutokset, myös muutokset henkilöstössä koko Nokia-vetoisella ICT-alalla yleensä. Seuraavan tyyppisiä otsikoita esiintyy paljon erityisesti tarkastelujakson alkuvuosina: ”No-

⁷ Klusterilla tarkoitetaan joukkoa samanlaisia kohteita, jotka kasvavat tai muulla tavoin pysyvät yhdessä. Klusterin liittyy usein myös keskinäinen hyötyminen yhteydestä ja klusterista kokonaisuudessa.

kia-teollisuus vähensi työvoimaansa reilusti” (KL 31.5.2002), *”Nokian työntekijämäärä nousuun Suomessa*” (KL 18.10.2002) ja *”Henkilöstö Suomessa kasvoi*” (KL 24.1.2003). Suuruusluokaltaan merkittävä uutinen vuonna 2003 on Nokia Networksin ilmoitus vähentää 1 100 työntekijää Suomen tehtailtaan (KL 7.5.2003). Samaan aikaan Kauppalehti kuitenkin uutisoi, että Nokian verkkosivuilla on auki satoja työpaikkoja, joista 89 Suomessa (KL 11.4.2003). Vuoden 2004 loppupuolella uutisointiin nousee Salon tuotekehityksikön joutuminen kulujen tehotarkkailuun. Vaikka Nokia ilmoittaa kyseessä olevan vain kustannusten kriittinen tarkastelu, johon myös rekrytoinnin jäädyttäminen kuului, havaittavissa on myös pelkoa mahdollisista uusista henkilöstön irtisanomisista. (KL 18.11.2004)

Nokia-klusterin henkilöstömäärän muutosta koskeva uutisointi on tämän jälkeen muutaman vuoden ajan vaimeampaa. Vuonna 2006 Nokian ja Siemensin verkkotoimintojen yhdistyminen herättää epätietoisuutta työpaikkojen puolesta. Kauppalehti varoittaa yhdistymisen seurauksena tulevista mahdollisista irtisanomisista, sillä NSN ilmoitti vähentävänsä työvoimaa 10–15 prosenttia (KL 20.6.2006). Tämän alkutekstin jälkeen tosin rauhoitellaan, että suurilta irtisanomisilta Suomessa luultavasti vältytään, sillä suurin paine työvoiman supistamisesta kohdistunee Saksaan. Näiden pitkään jatkuneiden huonojen henkilöstöuutisten jälkeen Nokian ilmoitus palkata lisää työntekijöitä Salon tehtaalle uutisoidaan Kauppalehdessä *”yllättäväksi*” (KL 6.3.2007). Yllättävänä ilmoitusta pidetään sen vuoksi, että samaan aikaan sopimusvalmistaja Elcoteq on ilmoittanut merkittävistä tuotannon supistuksista Suomessa. Myöhemmin samana vuonna Nokian ilmoitus palkata jopa 300 henkilöä Salon tehtaalle on myös *”myönteinen yllätys markkinoille*” (KL 6.6.2007). Näistä hyvistä uutisista huolimatta uutisointi uusista irtisanomisista ja yt-neuvotteluista jatkuu. *”Nokia vähentää 183 Suomessa*” (KL 16.3.2007). *”Nokia aloitti uudet yt-neuvottelut*” (KL 11.5.2008). Eriytyisesti Nokian työntekijöiden vähentyminen alkaa näkyä jälleen vuosien 2009 ja 2010 lehtikirjoittelussa. *”Salo säästyy Nokian tehokuurilta. Yhtiön yt-neuvottelujen piirissä 700 työntekijää Suomessa*” (KL 18.3.2009). *”Nokia perui lomautukset*” (KL 31.8.2010). *”Nokia irtisanoo 800 ihmistä Suomessa*” (KL 15.12.2010). Jatkuvat yt-neuvottelut tuottavat epävarmuutta ja pahoinvointia henkilöstön keskuudessa. Väitettä tukee ylempien toimihenkilöiden pääluottamusmies Mikko Merihaara. Pelkästään Oulussa on kahden vuoden aikana käyty jopa 15 yt-neuvottelua. (KL 22.10.2010)

Edellä esitetyn pohjalta on nähtävissä, miten Nokian ja Nokia-vetoisen ICT-alan työllisyysvaikutukset Suomessa ovat vaihdelleet jatkuvasti tarkasteluajanjakson aikana. Samaan aikaan henkilöstöä on saatettu lisätä toisaalla ja vähentää toisaalla, vaikka päätrendi henkilöstömäärän muutoksessa onkin ollut laskeva työn siirtyessä halvempien työvoimakustannusten maihin, lähelle asiakkaita ja päämarkkinoita. Oikeutusta toiminnalle haetaan pitkälti taloudellisista syistä. Henkilöstömäärän muutoksia selitetään tarpeella vastata kysynnän muutoksiin ja suhdannevaihteluihin (KL 12.8.2002). Markkinatilanteen muutos johtaa sopeutuksiin myös tuotannossa (KL 8.8.2002). Nokia Mobile Phonesin toimitusjohtaja Martti Alahuhta moittii Kauppalehden haastattelussa, että uutisointi on antanut ”*ehkä turhankin uhkaavan kuvan (ICT-)alan valumisesta halvemmän tuotannon maihin*” (KL 22.10.2003). Kyse on hänen mukaansa lähinnä yksinkertaisen tuotannon siirtymisestä muualle, kun vaativa tutkimus- ja tuotekehitystoimintatyö pysyy edelleen Suomessa. Alivaltiosihteeri Martti Hetemäen mukaan yritysten ja työpaikkojen siirtyminen pois Suomesta kertoo siitä, ”*ettei työ Suomessa aina kannata. Kun työ hinnoitellaan pois markkinoilta, ei yrityksillä useinkaan ole vaihtoehtoja. Ne vain tekevät samaa kuin kilpailijansa, ja jos ne eivät vastaa kilpailuun, ne putoavat pelistä*” (KL 17.9.2003). Myös Nokian pääjohtaja Jorma Ollila on samoilla linjoilla. Ollilan mukaan on luonnollista ja väistämätöntä, että yritykset vastaavat kustannuspaineisiin siirtämällä toimintoja pois Suomesta. (KL 16.3.2006) Irtisanomisiin liittyvässä puheessa huomio kiinnittyy siihen, että puhutaan ”kulumisen karsimisesta”, eikä ”tuloksen parantamisesta”, mikä ei enää saattaisikaan näyttää kovin oikeutetulta yrityksen sidosryhmien silmissä.

Vuonna 2007 keskusteluun nousee uusi ääni, kun Nokia kertoo siirtävänsä matkapuhelinten kokoonpanolinjoja Salosta Koreaan. Nokian mukaan syy on työvoimapula; Salosta ei löytynyt Nokialle tarpeeksi työntekijöitä. (KL 14.12.2007)

3.5.3. Henkilöstön kohtelu irtisanomistilanteissa

Samalla, kun mittavia irtisanomisia ja henkilöstömäärän sopeuttamisia pidetään toisaalta oikeutettuina ja välttämättöminä, nousee uutisoinnin pohjalta esiin myös keskustelu henkilöstön kohtelusta irtisanomistilanteissa. Uutisoinnin voidaan nähdä heijastavan keskustelua

vastuullisuudesta irtisanomistilanteissa. Tästä kertoo esimerkiksi Kauppalehden uutinen (8.12.2003), jonka mukaan mielenosoitusten ja ulosmarssien tarkoituksena on nostaa keskusteluun irtisanomiset ja yritysten yhteiskuntavastuu. ”*Tarkoitus on puhua työntekijöiden osaamisesta ja jaksamisesta sekä pohtia, miten työpaikalla päästään rehteihin pelisääntöihin ja aitoon yhteistoimintaan.*” Työvoiman vähentäminen ja lisääminen samaan aikaan sekä jatkuvat yt-neuvottelut luovat epävarmuutta ja pahoinvointia työpaikoilla. Kauppalehden pääkirjoituksessa (KL 15.12.2003) kirjoitetaan, että SAK:n ja yksittäisten ammattiliittojen mukaan yritykset ovat vähentäneet työvoimaansa väärin ja vähäisin perustein. Lehtikirjoittelun pohjalta yrityksen vastuullisuuden kannalta olennaista ei siis välttämättä ole se, että irtisanomisia joudutaan tekemään, vaan ennemminkin se, miten nämä irtisanomistilanteet hoidetaan.

Nokian menettelytavat yt-neuvotteluissa nousevat uutisoinnissa esiin lähes koko tarkasteluajanjakson ajan. Oulun Networksin pääluottamusmies Martti Mattila moittii johdon toimia hoitaa irtisanomistilanteet. ”*Irtisanomisissa ja työpaikan siirroissa pitää kuunnella työntekijöitäkin. Ei se saa olla pelkkää käskyttämistä.*” Toisaalta Mattila pitää Nokkia edelleen loistavana työnantajana ja muistuttaa, että arvosteluissa ei saa mennä liiallisuuksiin. (KL 19.1.2005) Samassa uutisessa tosin kerrotaan, miten muutkin Nokian pääluottamusmiehet ovat arvostelleet konsernin johdon menettelytapoja yt-neuvotteluissa. Tyytymättömyydestä yrityksen irtisanomispolitiikkaan kertoo Nokian Oulun yksikössä järjestetty ulosmarssi, jonka tarkoituksena on kritisoida yrityksen keinoja parantaa taloudellista tulostaan (KL 18.1.2005).

Irtisanomisuutisten yhteydessä mainitaan usein, miten Nokia pyrkii tarjoamaan töitä työnsä menettäneille ja uudelleen sijoittamaan työntekijät mahdollisuuksien mukaan uusiin tehtäviin yhtiön sisällä. Näin vakuuttaa muiden muassa Nokian viestintäjohtaja Arja Suominen Kauppalehden haastattelussa (KL 1.2.2006). Toisenlaistakin ääntä uutisoinnista löytyy. ”*Nokian mukaan työpaikkansa menettävälle tarjotaan töitä, työntekijöiden mukaan työtä pitää etsiä itse*” (KL 8.2.2006). Näin kertoo Nokian pääkaupunkiseudun ylempien toimihenkilöiden luottamusmies Tomi Seppä. Seppä tuo myös esiin ihmetyksen siitä, että työntekijöitä sanotaan irti samalla, kun yhtiö tekee miljardivoittoa. Sepän mukaan Nokian tar-

joama ”*kultainen kädenpuristus*” niille, jotka sanoutuvat vapaaehtoisesti irti yt-neuvotteluiden yhteydessä, on vain ”*uusi keino saada irtisanottua väkeä hiljaiseksi*”.

Vuonna 2009 Nokian lanseeraama vapaaehtoinen eropaketti aiheuttaa jälleen ”*nurinaa ja ihmetystä työntekijöiden keskuudessa*” (KL 8.1.2009). Tyytymättömyyden syynä on tiukka aikaraja, jolloin työntekijöiden oli ilmoitettava, ottavatko he eropaketin vastaan. Samassa uutisessa kirjoitetaan myös työntekijöiden keskuudessa vallitsevasta tyytymättömyydestä sitä kohtaan, ettei Nokia useiden muiden suomalaisten pörssiyritysten tavoin palkitse pitkää työuraa yhtiössä tehneitä erityiseduin.

3.5.4. Nokia työnantajana

Erityisesti vuosien 2002 ja 2003 aikana keskustelussa on paljon esillä johdon palkkiot ja ylisuuret optiot. Julkisessa keskustelussa mahtikannustimista puhutaan usein tuomitsevaan sävyyn. Puhutaan muun muassa eriarvoisuuden ja köyhyyden lisääntymisestä (KL 8.11.2002). Jorma Ollilan esittelemä uusi optio-ohjelma vuoden 2003 yhtiökokouksessa saa kovaa kritiikkiä piensijoittajilta. Optio-ohjelmia arvostellaan vanhentuneiksi, huonon maineen saamiksi ja epäeettisiksi kannustimiksi, jotka saattavat yllyttää yhtiön johtoa katteettomiin puheisiin osakekurssin nostamiseksi. Esitetty optio-ohjelma kuitenkin hyväksytään kritiikistä huolimatta. Piensijoittajat vastustavat myös Nokian hallitukselle maksettavien palkkioiden korottamista, mutta häviävät äänestyksen. (KL 28.3.2003) Professori Pekka Pihlanto (KL 12.10.2010) moittii myöhemmin johdon palkitsemisjärjestelmien olleen yksi syy Nokian alamäkeen. Taloudelliseen hyödyn tavoitteluun perustuvat palkitsemisjärjestelmät kannustavat hänen mukaansa lyhyen aikavälin tuloksen tavoitteluun, eivätkä ota riittävässä määrin huomioon toiminnan muita puolia, kuten vaikutusta työilmapiiriin ja innovatiivisuuteen. Optiot eivät myöskään sitouta henkilöstöä yritykseen pitkällä aikavälillä.

Samaan aikaan, kun keskustelussa tuomitaan johdon ylisuuret palkat, puhutaan toisaalla siitä, miten Nokia maksaa työntekijöilleen keskimääräistä huonompaa palkkaa. Nokia saa palkitsemispolitiikasta osakseen kovaa henkilöstökritiikkiä. Vuonna 2002 puhutaan jopa insinöörien alipalkkauksesta. (KL 2.10.2002) ”*Nokia maksaa kilpailijoitaan kehnemmin*” (KL 17.6.2002). Vuonna 2004 Kauppalehti (26.1.2004) kirjoittaa, miten Nokia tunnetaan

Suomessa vaatimattomista palkoista. Yrityksen vahvan kannattavuuden epäillään olevan osoitus vähään tyytyvistä työntekijöistä. Uutisessa kritisoidaan sitä, miten moni työntekijä ahertaa pienellä palkalla ”*joskus myöhemmin maksettavien bonusten ja optioiden kiilto silmissä*”. Kukaan ei voi taata, että yhtiö tekee ennätystuloksia vielä viiden tai jopa kymmenen vuoden päästä. Kuten aika on osoittanut, juuri näin on käynyt. Voitaneen aiheellisesti kysyä, mitä henkilöstön vastuullinen palkitseminen tarkoittaa.

Erityisesti tyytymättömyyttä herättää vuonna 2007 Nokian ilmoitus, että Nokia ei vastoin työntekijöiden odotuksia maksa Connecting People -bonuksia historiallisen hyvästä vuoden 2006 tuloksesta. Connecting People -bonus on Nokian konserninlaajuinen palkkiojärjestelmä, johon kuuluvat kaikki työntekijät ylintä johtoa lukuun ottamatta. Suomessa olevista nokialaisista 8 500 toimihenkilöä marssii ulos vastalauseena yhtiön henkilöstöpolitiikalle. (KL 2.3.2007)

Edellä esitetystä huolimatta Nokia on keikkunut Suomen tavoitellumpien työpaikkojen kärkisiijoilla koko tarkasteluajanjakson ajan. Uutisoinnin pohjalta esiin nousee seuraavia teemoja, kun puhutaan hyvään työnantajaan liittyvistä ominaisuuksista: työn ja perhe-elämän tasapaino sekä kotoisa ilmapiiri (KL 6.2.2002), joustavat työajat (KL 17.7.2002), työpaikan turvallisuus ja kilpailukykyinen palkka (KL 8.5.2003), työympäristö, edut ja etenemismahdollisuudet (KL 9.10.2003), työnantajan taloudellinen vahvuus, luottamusta herättävä johto ja mahdollisuudet työskentelyyn ulkomailla (KL 5.5.2005), työtehtävien vaihtelevuus (KL 3.7.2007) sekä yrittäjähenkisyys ja innovatiivisuus (KL 9.5.2008). Kyselyt on tehty opiskelijoiden ja vastavalmistuneiden joukossa. Vastaukset saattaisivat olla tosin hyvinkin erilaisia jos kysely tehtäisiin työssäkäyvien parissa (KL 3.7.2007). Työntekijöiden keskuudessa töiden kiivastahtisuus ja vaatimustaso nostetaan merkittäviksi työssä jaksamisen ongelmiksi.

Tarkasteluajanjakson loppupuolella näkyy ns. ”pehmeiden arvojen” tuleminen mukaan työnantajakeskusteluun. Tämä näkyy siinä, mitä opiskelijat toivovat tulevalta työnantajaltaan. ”*Korkeakouluopiskelijoiden unelmatyöpaikassa töitä ei tehdä kellon ympäri, vaan aikaa jää myös muulle elämälle. Pysyvä ja vakaa työpaikka on tärkeämpää kuin se, että yltää johtajaksi.*” (KL 9.5.2008) Uutisen mukaan opiskelijat arvostavat innovatiivisuutta, vapaa-aikaa ja vakautta. ”*Niska limassa –asenne ei vedä*”. Myös kotimaisuutta arvostetaan.

Vuonna 2010 konsulttiyhtiö Universumin opiskelijatutkimuksen tulokset on tiivistetty seuraavasti: *”Korkeakouluopiskelijat haluavat töitä pienestä tai keskisuuresta yrityksestä. He eivät tavoittele mahdollisimman suurta palkkaa, mutta haluavat kannustusta, palautetta työstään sekä riittävästi vapaa-aikaa.”* (KL 29.4.2010)

Tarkasteluajanjakson uutisoinnissa Nokiaa työnantajana kritisoidaan hyvin vähän. Kritiikki on luettavissa rivien välistä, mutta suoraa moittimista työntekijöiden taholta ei ilmene juuri lainkaan. Vasta vuonna 2010 julkisuuteen alkaa nousta myös kriittistä keskustelua. Tiimityön ongelmat sekä matriisiorganisaation johtaminen saavat kritiikkiä osakseen (KL 14.9.2010). Kauppalehti uutisoi, miten *”Nokia-hiljaisuus murtuu”*, kun Nokian ex-työntekijät avautuvat kokemastaan huonosta kohtelusta (KL 29.9.2010).

Keskustelussa nousee esiin myös tasa-arvo työelämässä. Keskustelu konkretisoituu naisten ja miesten palkkaeroihin sekä huoleen siitä, että naisten osuus ICT-alalla ja alan koulutuspaikoissa on huomattavasti miehiä pienempi. Osuuden kasvattaminen nähdään haasteeksi. (KL 10.9.2010; KL 29.4.2010) Toinen näkökulma tasa-arvokeskusteluun tulee ulkomaalaisten ja suomalaisten työntekijöiden tasavertaisesta kohtelusta. Nokia työllistää Suomesakin kymmenien maiden kansalaisia. *”Ulkomaisten työntekijöiden kohtelussa ja työehdoissa ei tarvita erityisetuja”*. (KL 3.6.2002) Työntekijöitä tulisi kohdella tasa-arvoisesti riippumatta näiden henkilökohtaisista ominaisuuksista tai taustoista.

3.6. Alihankkijoiden näkökulma

Koko tarkastelujakson ajan keskustelua Nokian alihankkijoista värittää syytökset siitä, että Nokia tekee tulosta alihankkijoidensa kustannuksella. Vuonna 2002 keskustelu siitä, että *”Nokia imee alihankkijoitaan”* on erityisen vilkasta (esim. KL 27.5.2002). *”Nokia lypsää alihankkijoitaan”* uutisoi Kauppalehti (23.4.2002), kun Nokia vältti tulospettymyksen esittelemällä jälleen *”hämmästyttävän”* voittomarginaalin. Useiden Nokian alihankkijoiden tulokset huonontuvat samaan aikaan, kun päämiehen itsensä kannattavuus on huippuluokkaa. (KL 27.5.2002) *”Yhtiö puristaa komponenttitoimittajistaan viimeisetkin mehut irti. Komponenttisektorin viimeisimmät tulostiedot tukevat tätä näkemystä. Kulujen leikkaus on*

hieno homma, mutta sen varaan ei voi jatkossa laskea. Vieläkö alihankkijoita voi vääntää tiukemmalle, ennen kuin ne menevät konkurssiin?” (KL 23.4.2002) Nokian syytetään sanelevan alihankkijoiden toimintaa lähes täysin. ”*Nokian alihankkijoille Nokian voima on niin musertava, että itsenäinen päätöksenteko on kadonnut tyystin.*” (KL 3.3.2006)

Vuoteen 2009 mennessä alihankkijoiden ahdinko on konkretisoitunut siten, että alihankkijat ovat yksi toisensa jälkeen ajautuneet ulkomaalaisomistukseen. Samalla ovat menneet työpaikat, kun ulkomaalaiset ostajat ovat suurelta osin lopettaneet tuotannon Suomessa. Elcoteqin omistusvallan siirtyminen Kiinaan uutisoidaan Kauppalehdessä seuraavasti: ”*Viimeinen mohikaani luovuttaa*” (KL 23.7.2009). Utisten aiheuttama kova kritiikki kohdistuu pitkälti juuri alihankkijoihin, ei Nokiaan. Samalla kuitenkin muistutetaan, että tilanteesta on ”*turha soimata alihankkijoita. Alihankkijarengin on tehtävä niin kuin tilaajaisäntä Nokia sanoo.*” (KL 3.3.2006)

3.7. Asiakkaiden näkökulma

Uutisoinnista nousee esiin kolme teemaa liittyen Nokian vastuuseen valmistamiensa tuotteiden turvallisuudessa: räjähtelevät akut, matkapuhelimien säteily sekä kännykkäviruset. Räjähtelevistä akuista uutisoitiin erityisesti vuosina 2003–2004. Tarkastelujakson alkuvuosina keskustelu akkuongelmasta liittyi Nokian myyntimenestysmalliin 3310:aan. Julkisuu-teen leviää tieto, miten kyseisen mallin akku oli ylikuumentunut käytössä ja sitten räjähtänyt käyttäjän kädessä. (KL 13.2.2004) Kuluttajat alkavat pelätä, että matkapuhelin saattaa räjähtää käsiin tai korville (KL 14.11.2003). Vastaavista akkujen räjähdyksistä ja räjähdysten ihmisille aiheuttamista vammoista uutisoidaan myös myöhemmin (mm. KL 21.2.2005). Erityisen vilkasta akkujen vaarallisuuteen liittyvä keskustelu on jälleen vuonna 2007, jolloin räjähdyksiä sattuu useampia eri puolilla maailmaa. Kyseessä on BL-5C-tyyppinen akku, joka myöhemmin todettiin olevan mahdollisesti viallinen. (KL 15.8.2007)

Matkapuhelinten säteilyyn liittyvä uutisointi on ristiriitaista. Toisaalta puhutaan tutkimuksista, joiden mukaan matkapuhelimen säteily tuhoaa aivosoluja. Erityisesti lasten vanhempia varoitetaan suojelemaan lapsia vaaralliselta kännykkäsäteilyltä rajoittamalla lasten pu-

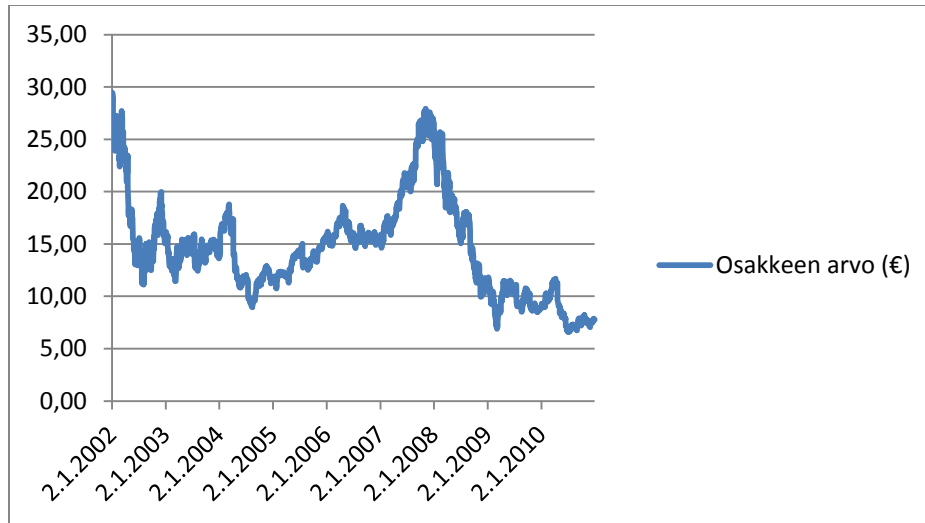
helimen käyttöä. (KL 24.8.2004) Käytön rajoittamista voidaan pitää myös varmuustoimenpiteenä, sillä pitkän aikavälin tutkimustuloksia ei ole vielä saatavilla, eikä säteilyn vaikutuksista tiedetä vielä tarpeeksi (KL 9.1.2009). Toisaalta uutisoinnissa on esillä myös vastakkainen näkökulma, jonka mukaan matkapuhelimet ovat turvallisia, eikä tutkimustuloksia säteilyn haittavaikutuksista ole. (KL 9.1.2009; KL 21.2.2005)

Ensimmäiset kännykkävirusia koskevat uutiset ovat vuodelta 2004. Tuolloin virukset ovat vielä harvinaisia, eikä yhtään tapausta ollut Nokian mukaan vielä raportoitu. (KL 17.6.2004) Epätietoisuutta mahdolliset virustartunnat ja tartuntojen haittavaikutukset kuitenkin herättävät. Vuonna 2007 uutisoidaan, miten puhelinvirukset jäävät pelkäksi pelotteluksi. Uhkakuvana ovat kaupalliset vakoiluohjelmat, joiden avulla voidaan salakuunnella toisen laitteen puhelua tai esimerkiksi kopioida sieltä tekstiviestejä ja salasanoja. (KL 26.9.2007) Ensimmäisestä oikeasti haitallisesta kännykkäviruksesta uutisoidaan kuitenkin vasta vuonna 2009 (KL 21.7.2009).

Keskustelussa nousee esiin myös tyytymättömyys Nokian puhelinten toimivuudesta ja laadusta. Kauppalehti uutisoi, miten Nokian puhelimista yli kolmasosa on palautettu korjattavaksi, mikä on uutisen mukaan enemmän kuin kilpailijoiden vastaavat luvut (KL 28.11.2002). Vuonna 2006 keskusteluun nousee ihmettely siitä, miksi akkujen toiminta-ajat eivät parane, vaikka puhelimet kehittyvät. Virta loppuu liian pian. Puhelinten laatu herättää tyytymättömyyttä: pieniä vikoja on liikaa, puhelin ei kestä kolhuja, natisee ja hölskyy. Lisäksi puhelinten hitaus, jumittuminen ja kaatuilu ärsyttävät käyttäjiä. (KL 12.12.2006)

3.8. Omistajien näkökulma

Kun Nokian liiketoiminnan vastuullisuutta tarkastellaan omistajien näkökulmasta, keskeisimmäksi tekijäksi nousee varsin luonnollisesti yrityksen kyky huolehtia omistajien yritykseen sijoittamasta varallisuudesta. Yrityksen omistajille tuottama taloudellinen hyöty voi konkretisoitua joko osakkeiden arvon nousulla tai yrityksen omistajille suunnatulla voitonjaolla. Tarkasteluajanjaksolla Nokian pörssikurssi on romahtanut vajaasta 30 eurosta alle kahdeksaan euroon. Pörssikurssin kehitystä kuvaa taulukko 3.

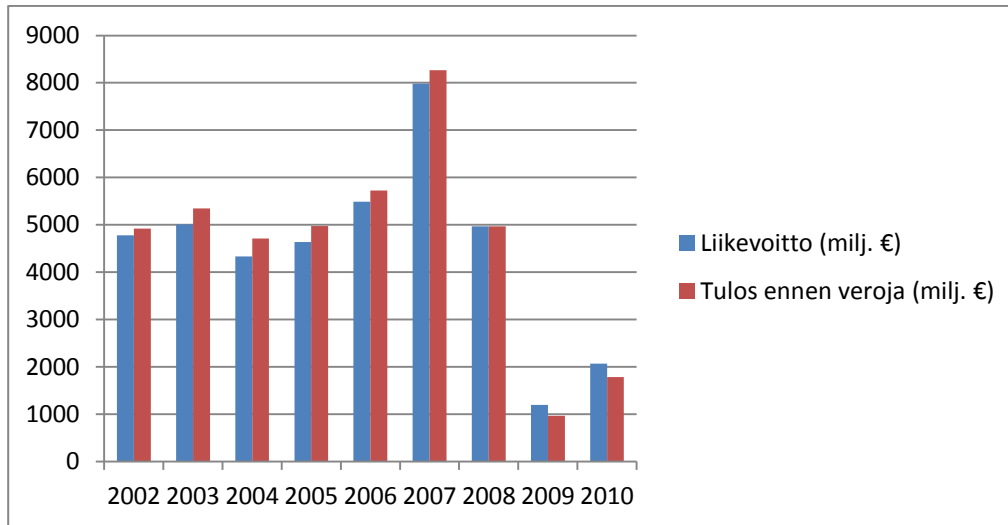


Taulukko 3. Nokian pörssikurssin kehitys (Lähde: Euroinvestor)

Nokian osavuosisikatsaukset ja tulosjulkistukset kohahduttavat aina julkistamispäivänä. Markkinoiden reaktioita kuvataan dramaattisesti: *"Painajainen toteutui"*, *"Vuoden rumin pörssipäivä"*, *"Loistava Nokia"*. (KL 18.7.2002) Julkisessa keskustelussa huomio kiinnittyy pörssikurssin kehitystä koskevan keskustelun lisäksi myös avoimuuteen sijoittajaviestinnässä. Tämä näkyy erityisesti vuosina 2004 ja 2005. Vuonna 2004 kritiikki kohdistuu Nokian siirtymiseen jatkuvasta raportoinnista neljännesvuosittaiseksi, keskeisten taloudellisten tavoitteiden kertomatta jättämiseen ja omistajien raportoinnin puutteellisuuteen. Sijoittajat kokevat, että heille ei välitetä tarpeeksi informaatiota yrityksen toiminnasta. Kritiikki koskee ennen kaikkea huonojen uutisten kertomista tai kertomatta jättämistä. Keskustelussa ihmetellään, miksi Nokian tulokset ovat jatkuvasti yllätyksiä. (KL 16.7.2004) Ajantasainen tiedottaminen olisi saattanut säästää markkinat pahimmilta yllätyksiltä (KL 8.4.2004). Vuonna 2005 Nokia saa Rahoitustarkastukselta julkisen huomautuksen ja pörssin kurinpitolautakunnalta varoituksen. Nokia pääsee yllättämään markkinat ilmoittamalla vuoden 2004 loka-joulukuun tuloksen olevan lähes kolmanneksen ennustettua parempi. Tietoa olisi ollut, mutta sitä ei haluttu julkaista. (KL 27.5.2005)

Kurssilaskusta huolimatta Nokia on pystynyt pitämään kiinni kannattavuudestaan aina vuoteen 2009 asti. Nokian tuloskehitystä kuvaa taulukko 4. Koko tarkastelujakson ajan keskus-

telussa on kulkenut mukana myös kysymys, kenen kustannuksella kannattavuudesta pidetään kiinni.



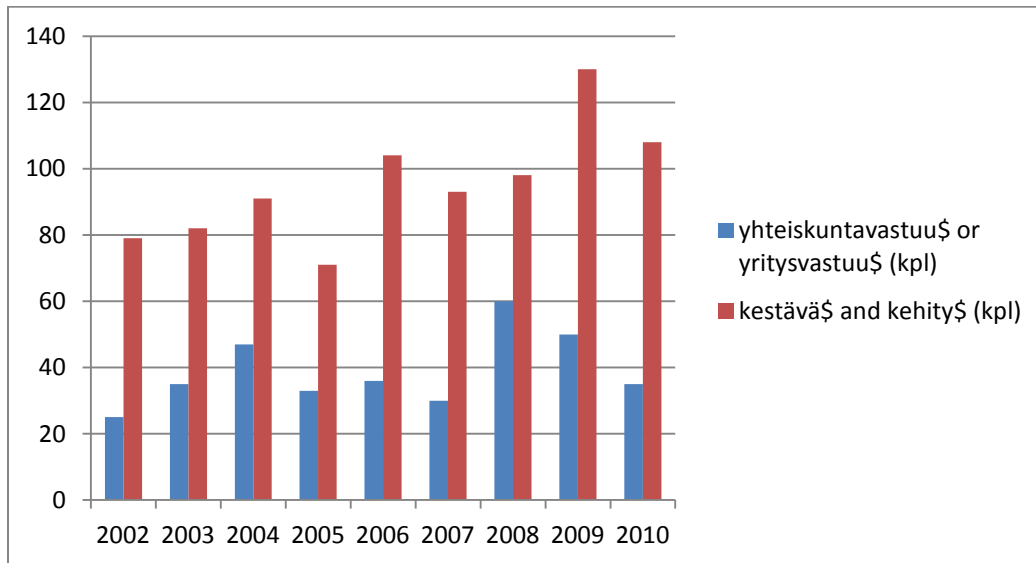
Taulukko 4. Nokian tulokset kehitys (Lähde: Nokian vuosikertomukset 2002–2010)

Keskustelussa nousee esiin myös piensijoittajien tyytymättömyys Nokian toimia kohtaan. Koska äänivaltaa kuitenkin käytännössä käyttävät suuret, institutionaaliset sijoittajat, ei piensijoittajien tyytymättömyydellä ole käytännön vaikutusta. Vuonna 2003 vastustusta piensijoittajilta saivat muun muassa optio-ohjelma sekä hallitusten jäsenten palkkioiden korotukset. (KL 28.3.2003) Vuoden 2010 yhtiökokouksessa Nokiaa moititaan siitä, että se on ”johdon etujen lypsykone” (KL 7.5.2010). Johto nostaa lihavia palkkioita samaan aikaan, kun yhtiön liikevaihto ja liiketulos ovat vajonneet pohjalle.

3.9. Yleinen keskustelu yhteiskuntavastuusta

Yhteiskuntavastuukeskustelussa on havaittavissa vilkastumista tutkimusajanjakson aikana. Tätä kuvaa alla oleva taulukko (taulukko 5). Taulukosta on nähtävissä, miten monta osu-

maa annetuilla hakusanoilla löytyi Kauppalehden artikkeleista eri vuosina. Se, että yhteiskuntavastuukeskustelu on pysynyt pinnalla uutisoinnissa koko tarkastelujakson ajan, kertoo toivottavasti siitä, että aihe ei ole pelkästään ohimenevä trendi, vaan yhteiskuntavastuu on alettu ymmärtää aidosti osaksi yritysten liiketoimintaa. Myös artikkeleiden sisällössä on havaittavissa muutosta tähän suuntaan. Vuosina 2002–2003 julkaistuissa artikkeleissa yhteiskuntavastuusta puhutaan melko pinnallisesti. Yhteiskuntavastuu liitetään pitkälti ainoastaan maineenhallintaan ja yritysimageeseen. Vuosien 2004–2007 keskustelussa esitetään hajanaisia kommentteja siitä, miten yhteiskuntavastuu tulee tulevaisuudessa yhdistymään kaikkien organisaation toimintaan (KL 24.11.2004), miten yhteiskuntavastuainvestointien uskotaan parantavan yrityksen kilpailukykyä (KL 21.3.2006) sekä kritisoidaan kvartaalitaloudessa elävien pörssiyritysten toiminnan lyhytjänteisyyttä (KL 8.9.2006).



Taulukko 5. Yhteiskuntavastuuseen ja kestävään kehitykseen liittyvän keskustelun vilkkaus

Vuonna 2008 ja sen jälkeen keskustelussa on havaittavissa syventymistä. Julkaistuissa artikkeleissa ja mielipidekirjoituksissa yhteiskuntavastuusta keskustellaan monipuolisena ja laajana ilmiönä. Tässä keskustelussa on havaittavissa kaksi ulottuvuutta. Näitä ulottuvuuksia kuvataan seuraavasti: ”Kaiken päällä ovat investoijat, jotka kertovat kuinka hallitus ohjaa yrityksen ylintä johtoa. Toisessa maailmassa ovat alihankkijat, työntekijät ja yhteiskunnat. Kaksi ulottuvuutta ei kohtaa.” (KL 28.4.2009) Näiden kahden ulottuvuuden toista

ääripäätä nähdään edustavan talous- ja sijoitustoiminnan ammattilaiset, joiden mielestä yhteiskunnalle pitäisi riittää, että yritys maksaa veroja ja toimii lainsäädännön puitteissa, vaikka muutoin toimisikin niin kuin itse parhaaksi näkee. Erityisesti Björn Wahlroosin kannanotto vuonna 2008 herättää Kauppalehdessä vilkasta keskustelua. Wahlroos esittää, että ”*yritys on vastuussa vain omistajilleen, eikä sillä ole mitään muuta yhteiskuntavastuuta kuin velvollisuus noudattaa tarkasti lakeja, muita säädöksiä ja hyviä tapoja*”. (KL 9.12.2008) Wahlroos ei ole yksin ajatuksensa kanssa, vaan ajatusta kannatetaan kirjoittelussa laajemminkin. Tämän näkemyksen mukaan yritys toteuttaa yhteiskuntavastuutaan toimimalla lakien puitteissa, työllistämällä ihmisiä ja kerryttämällä valtion verotuloja työntekijöiden palkkojen verotuksen ja yritysverotuksen kautta.

Wahlroosin kannanottoa ja vuoden 2008 yhteiskuntavastuukeskustelua ovat virittämässä Stora Enson lakkauttamispäätös Kemijärvellä ja Nokian irtisanomiset Saksan Bochumissa. Perään kuulutettiin ”aiheuttaja maksaa” –periaatetta. Suurvoittoja tekevien yritysten toimintaa vastustetaan julkisuudessa rajusti. (KL 19.5.2008) Samalla esiin nousee kysymys siitä, mikä on lopulta yrityksen, yhteiskunnan ja yksilön vastuu käydyssä keskustelussa, ja pitäisikö yhteiskuntavastuu palauttaa takaisin yhteiskunnalle. (KL 19.5.2008) Vastuuta ketjutetaan jopa yksilöön asti; ”*kaikki lähtee kuluttajista ja näiden hintavaatimuksista*” (KL 24.8.2005).

Toista näkökulmaa yritysten yhteiskuntavastuuseen edustavat ne, jotka näkevät kannattavan liiketoiminnan perusedellytyksenä yritystoiminnalle, mutta eivät näe taloudellisen hyödyn tavoittelua toiminnan ainoana, kaiken yläpuolella olevana tavoitteena. Yrityksen taloudellisen arvon kasvattaminen on tärkeää, mutta siihen ei tulisi pyrkiä hinnalla millä hyvänsä. Mukana keskustelussa ovat arvot, arvojen ohjaamat valinnat sekä laaja ymmärrys yrityksen sidosryhmistä. Aurasmaa (2.12.2008) kirjoittaa Kauppalehden mielipideosastolla seuraavasti: ”*yritykset voivat tuottaa lisäarvoa omistajilleen ainoastaan silloin, kun ne tuottavat pitkäjänteisesti lisäarvoa asiakkailleen, työntekijöilleen ja muille sidosryhmille - meille kaikille, joista yhteiskuntamme muodostuu. Omistajat ovat pitkän ketjun viimeinen lenkki, ja omistuksen arvoa voidaan kasvattaa kestävästi vain silloin, kun muut sidosryhmät ovat saaneet yrityksen toiminnasta merkittävää lisäarvoa.*” Aurasmaa korostaa, miten arvoaan kasvattaviin yrityksiin ei tulisi suhtautua niin kuin ne olisivat yhteiskuntavastuullisesti huo-

nompia toimijoita. Päinvastoin, pitkäjänteisen yrityksen arvon kehitys kuvastaa yrityksen lisäarvoa yhteiskunnalle. Lyhytjänteisestä kvartaalijatteluista luopumista tuetaan myös muussa kirjoittelussa. Sen sijaan tulisi keskittyä pitkäjänteiseen yrityksen arvon kasvattamiseen, jossa kasvu perustuu kestäväan kehitykseen sekä ympäristön ja ihmisten hyvinvoinnin tukemiseen.

Tutkimusajanjakson loppupuolella keskustelussa tulee esiin myös kriittinen suhtautuminen yritysten yhteiskuntavastuuseen. Ihmisten saattaa olla vaikea muodostaa kuva yrityksen vastuullisuudesta, kun se on piilotettu sertifikaattien ja raporttien taakse (KL 2.6.2008). Yritysten puhe yhteiskuntavastuusta epäillään olevan vain pelkkä uusi keino, jolla yritykset pyrkivät kasvattamaan tuottojaan ja kiillottamaan yritysimageaan. Vastuuraportointi leimataan ”viherpesuksi” (KL 30.4.2008) ja sen pelätään olevan pelkkää sanahelinää ja ”sisällöltään höttöä”, joka ei yllä käytännön toiminnan tasolle asti (KL 15.9.2010).

3.10. Yhteenveto lehtikirjoittelusta

Tässä luvussa analysoitiin Kauppalehden julkaisemia lehtiartikkeleja vuosilta 2002–2010 ja pyrittiin ymmärtämään, mihin teemoihin Nokian yhteiskuntavastuu, ja erityisesti vastuun sosiaalinen ulottuvuus, on konkretisoitunut julkisessa keskustelussa tarkastelujakson aikana. Lehtikirjoittelun pohjalta valittiin merkittävimmät sidosryhmät, joiden näkökulmasta aineistoa käsiteltiin: valtiovalta, henkilöstö, alihankkijat, asiakkaat ja omistajat. Yhteiskuntavastuuseen liittyvä keskustelu oli vilkasta koko tarkastelujakson ajan. Keskustelun määrässä, sisällössä ja ymmärtämisessä oli havaittavissa selvää syvenemistä tarkastelujakson loppupuolelle mentäessä. Tämä toivottavasti kertonee siitä, että vastuullisuusajattelu ei ole pelkkä ohimenevä trendi, vaan se on alettu aidosti ymmärtää osaksi yritysten liiketoimintaa.

Valtiovallan näkökulmasta Nokian menestystä on pidetty suorastaan onnenpotkuna suomalaiselle yhteiskunnalle. Nokian menestys on pitänyt yllä yleistä taloudellista aktiivisuutta ja kerryttänyt tuloja valtion kassaan, josta niitä on voitu jakaa eteenpäin koko yhteiskunnan hyvinvointia kasvattamaan. Toisaalta kuitenkin nähdään, että menestys ei ole pelkästään yrityksen omaa ansiota. Taustalla on myös yhteiskunta, joka on luonut ja tarjonnut yrityk-

selle menestymisen mahdollisuudet. Yhteiskunta edesauttaa yritysten toimintaa tarjoamalla muun muassa infrastruktuuriin, vakaan toimintaympäristön, koulutettua työvoimaa ja suoria yritystukia. Yritystoiminnan epäonnistuessa kallis loppulasku jää kuitenkin usein yhteiskunnan maksettavaksi. Nokian tapauksessa yhteiskunta otti aikoinaan esimerkiksi suuren koulutuspoliittisen riskin investoidessaan insinöörien koulutukseen, jotta Nokia-vetoisella ICT-alalla riittäisi työvoimaa. Tämän vuoksi nähdään oikeutetuksi vaatimus, että myös osa yritystoiminnan menestyksestä siirretään takaisin yhteiskunnalle muun muassa juuri verojen maksamisen kautta. Nokian harjoittama toiminnan ja verotulojen aktiivinen siirtäminen pois Suomesta ei siten saa kovin hyväksyvää vastaanottoa julkisessa keskustelussa. Varsinkin aikana, jolloin Nokia teki hyvää tulosta, pidettiin jatkuvaa kustannusten karsimista epäoikeutettuna. Keskustelussa ihmetellään, kenen kustannuksella Nokia pitää kiinni kannattavuudestaan. Toisaalta ymmärretään sekin, että yritysten on mukauduttava toimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin liiketoiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi.

Nokian mittakaavassa toimivalla yrityksellä on Suomen kaltaisessa, suhteellisen pienessä valtiossa paljon neuvotteluvaltteja. Keskustelussa tulee ajoittain esiin spekulointi Nokian pääkonttorin sijainnista, mikä voidaan nähdä painostuskeinona yhteiskunnallisten muutosten läpiviennissä ja yrityksen oman edun tavoittelussa. Vaikka Nokian merkitys Suomen kansantaloudelle on tarkastelujaksolla jatkuvasti pienentynyt, ei julkisessa keskustelussa suhtauduta ainakaan väheksyvästi mahdollisuuteen, että Nokia siirtäisi toimintansa kokonaan pois Suomesta. Keskustelussa peräänkuulutetaan vastuuta suhteessa siihen valtaan, jota käytetään sekä avointa, myös kritiikin sallivaa keskustelua. Suhdanteiden mukaan vaihtelevan menestyksen sijaan yrityksen ja sen toimintaympäristön välille kaivataan pitkän aikavälin vaikutukset huomioon ottavaa, pitkäjänteistä yhteistyötä.

Henkilöstömäärän muutosta koskeva uutisointi on vilkasta koko tarkastelujakson ajan. Lehtikirjoittelun pohjalta yrityksen vastuullisuuden kannalta olennaista ei välttämättä ole kuitenkaan irtisanomisten määrä vaan ennemminkin se, miten irtisanomistilanteet hoidetaan. Irtisanomisia ja henkilöstömäärän sopeuttamisia pidetään toisaalta oikeutettuina ja jopa välttämättöminä liiketoiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi, joten olennaiseksi nousee henkilöstön kohtelu irtisanomistilanteissa. Työvoiman samanaikainen vähentäminen ja lisääminen työpaikalla, jatkuvat yt-neuvottelut, muutos ja epävarmuus aiheuttavat sekä henkistä

että fyysistä pahoinvointia työpaikoilla ja myös laajemmin niillä alueilla, joissa Nokian osuus työllistäjänä on merkittävä.

Henkilöstön näkökulmasta esiin nousevat myös kysymykset liittyen palkitsemiseen ja tasa-arvoon työelämässä. Keskustelua käydään johdon ylisuurista palkoista ja palkkioista sekä toisaalta työntekijöiden alipalkkauksesta ja palkitsemisen oikeudenmukaisuudesta ja vastuullisuudesta. Kielteisestä lehtikirjoittelusta huolimatta Nokia on pysynyt Suomen tavoitelluimpien työpaikkojen kärkisijoilla koko tarkastelujakson ajan. Varsinaista suoraa kritiikkiä ei työntekijöiden taholta tule juuri lainkaan esiin. Tarkasteluajanjakson loppupuolella näkyy niin sanottujen ”pehmeiden arvojen”, kuten vapaa-ajan ja innovatiivisuuden arvostamisen, tuleminen mukaan työnantajakeskusteluun.

Alihankkijoiden näkökulmasta koko tarkastelujakson ajan keskustelua värittävät syytökset siitä, että Nokia tekee tulosta alihankkijoidensa kustannuksella. Nokian syytetään riistävän alihankkijoitaan. Useiden Nokian alihankkijoiden tulokset ovat huonontuneet samaan aikaan, kun päämiehen itsensä kannattavuus on ollut huippuluokkaa. Vuoteen 2009 mennessä alihankkijoiden ahdinko näkyy siinä, että alihankkijat ovat yksi toisensa jälkeen ajautuneet ulkomaalaisomistukseen. Samalla ovat menneet työpaikat, kun ulkomaalaiset ostajat ovat suurelta osin lopettaneet tuotannon Suomessa.

Asiakkaiden kannalta Nokian vastuu konkretisoituu kahteen teemaan: tuotteiden turvallisuuden ja laatuun. Matkapuhelinten käyttöön liittyvässä keskustelussa nousee esiin huoli sähkömagneettisen säteilyn ihmiselle aiheuttavasta vaarasta, räjähtelevistä akuista sekä epätietoisuus kännykkävirusien aiheuttamasta riskistä. Puhelinten laatu herättää tyytymättömyyttä: puhelinten hitaus, jumittuminen ja kaatuilu ärsyttävät, pieniä vikoja on liikaa ja akkujen virta loppuu liian pian.

Omistajien näkökulmasta Nokian keskeisimmäksi vastuuksi nousee luonnollisesti yrityksen kyky huolehtia omistajien yritykseen sijoittamista varoista. Tarkasteluajanjaksolla Nokian pörssikurssi on romahtanut vajaasta 30 eurosta alle kahdeksaan euroon. Kurssilaskusta huolimatta Nokia on kuitenkin pystynyt pitämään kiinni kannattavuudestaan aina vuoteen 2009 asti. Julkisessa keskustelussa huomio kiinnittyy pörssikurssin kehitystä koskevan keskustelun lisäksi myös sijoittajaviestinnän avoimuuteen. Sijoittajat kokevat, että heille ei välitetä

tarpeeksi informaatiota yrityksen toiminnasta. Kriitikki koskee ennen kaikkea huonojen uutisten kertomista tai kertomatta jättämistä.

4. YHTEISKUNTA VASTUUN YMMÄRTÄMINEN NOKIAN VASTUURAPORTOINNIN POHJALTA

4.1. Aineiston käsittely

Tässä luvussa analysoidaan Nokian julkaisemia yhteiskuntavastuuraportteja vuosilta 2002–2010. Ajanjakso sisältää kaikki tähän tutkimukseen mukaan ehtineet Nokian julkaisemat vastuuraportit. Vuoden 2002 raportti käsittelee tosin ainoastaan ympäristökysymyksiä, mutta tästä huolimatta koin relevantiksi aloittaa tarkastelun jo vuodelta 2002, sillä näin on mahdollista saada kattava kokonaiskuva Nokian vastuuraportoinnin kehityksestä.

Raportit edustavan joukkotiedotuksen tuotteita (Tuomi & Sarajärvi 2002, 86). Ne ovat julkisesti saatavilla Nokian verkkosivuilta ja siten niiden voidaan nähdä edustavan yrityksen virallista kantaa viestimiinsä asioihin. Raporttien analyysin avulla voidaan tulkita Nokian ulkopuoliselle tarkkailijalle välittämää yhteiskuntavastuukäsitystä. Aineiston analysointimenetelmänä käytettyä sisällönanalyysiä sekä aineiston tulkintaa käsittelevin jo aiemmin luvussa yksi, joten en palaa siihen tässä yhteydessä enää uudestaan.

Aluksi aineisto luettiin kertaalleen läpi yleiskuvan muodostamiseksi. Tämän jälkeen aineistoa käytiin läpi useaan kertaan eri näkökulmista. Näkökulmat raporttien tarkasteluun valittiin soveltaen osittain Pia Lotilan (2004) tutkimusta *Communicating Corporate Social Responsibility – Reporting Practice in Retailing*. Vaikka analyysi mukaileekin pitkälti Lotilan tutkimusta, ei kaikkia Lotilan esiin nostamia näkökulmia otettu tässä tutkimuksessa huomioon. Näkökulmien valintoja ja painotuksia tehdessä pyrittiin keskittymään siihen, mikä on olennaista tutkimuksen ongelmanasettelun kannalta. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys sekä tutkimuksessa aiemmin esiin nousseet yhteiskunnan odotuksen liittyen Nokian liiketoiminnan vastuullisuuteen olivat osaltaan ohjaamassa tarkasteltavien näkökulmien valintaa. Erityishuomio pyrittiin kiinnittämään siihen, miten raportoinnissa on otettu eri sidosryhmät huomioon. Raportteja peilattiin myös GRI-ohjeistuksen sisältö- ja laatukriteereihin. Tarkkaa analyysiä siitä, missä laajuudessa GRI-ohjeistusta on minäkin vuonna sovellettu, ei

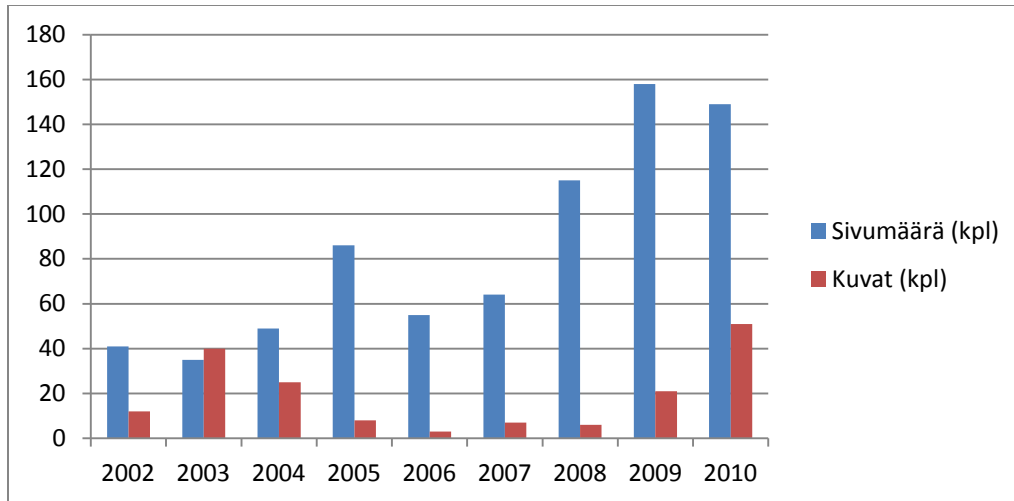
kuitenkaan lähdetty tekemään, sillä Nokian GRI:n mukainen raportointi on niin alkutekijöissä aina vuoteen 2009 asti, ettei raporttien tarkastelu esimerkiksi sen pohjalta, mitä GRI-indikaattoreita on raportoitu ja mitä ei, katsottu tuovan paljoakaan lisäarvoa tutkimukseen.

Aineistosta on nostettu esiin tekstinäytteitä, joilla tulkintaa pyritään perustelemaan. Tekstinäytteet esitetään näytteiden alkuperäiskielellä joko englanniksi tai suomeksi. Tällöin kääntäminen ei vaikuta tekstien tulkintaan. Nokia on julkaissut vastuuraportit suomeksi vuosilta 2002–2004, jolloin myös tekstinäytteet ovat suomeksi. Vuosien 2005–2010 raporteista otetut tekstinäytteet esitetään englanniksi.

4.2. Raportoinnin tyyli

4.2.1. Rakenne

Kaikki analysoidut raportit noudattelevat pääpiirteissään samaa rakennetta. Kaikissa raporteissa on sisällysluettelo ja johdanto. Johdannosta löytyy toimitusjohtajan tai johdon katsaus. Raportointiperiaatteista, yrityksen arvoista, strategiasta ja yleisistä yhteiskuntavastuuseen liittyvistä teemoista on keskusteltu kaikissa raporteissa vähintään jossain laajuudessa raporttien alkuosissa. Vuosien 2003 ja 2004 raporteissa näiden teemojen käsittely on suppeaa ja rajoittuu muutama sivuun, mutta vuodesta 2005 eteenpäin jo laajempaa. Vuosien 2009 ja 2010 yleisten teemojen käsittely on kattavaa. Vuodesta 2008 alkaen johdannossa esitellään myös yhteenveto raportin sisällöstä. Raporttien kokonaispituus vaihtelee, mutta jo pelkästään raporttien sivumäärän yleistä kehitystä tarkastelemalla voidaan todeta, että raportit ovat vuosi vuodelta yhä laajempia (taulukko 6).



Taulukko 6. Sivujen ja kuvien kokonaismäärä raporteissa

Kaikissa raporteissa, lukuun ottamatta vuoden 2002 raporttia, on käsitelty kaikkia kolmea yhteiskuntavastuun osa-aluetta. Vuoden 2002 raportti keskittyy ainoastaan toiminnan ympäristövaikutusten tarkasteluun. Sosiaalista ja ympäristövastuuta käsitellään myöhempien vuosien raporteissa pääsääntöisesti erillisinä kokonaisuuksina. Poikkeuksen muodostaa vuoden 2010 raportti, jossa sosiaalista ja ympäristövastuuta ei ole erotettu aikaisempien vuosien tapaan yhtä selkeästi toisistaan erillisiksi osa-alueiksi. Taloudellisen vastuun käsittely jää raporteissa suppeaksi. Taloudellinen näkökulman voidaan kuitenkin nähdä kulkevan mukana raportoinnissa kaiken toiminnan perimmäisenä lähtökohtana, vaikka sitä ei omalla otsikkotasolla korostetakaan. Lisätietoja aiheesta kerrotaan löytyvän Nokian erikseen julkaisemista talousraporteista sekä verkkosivuilta.

4.2.2. Luettavuus

Raporttien luettavuudella tarkoitetaan Lotilan (2004,33) mukaan lukijaystävällisyyttä eli sitä, kuinka helppo lukijan on poimia olennainen tieto raportista. Lotila on listannut neljä luettavuutta heikentävää tekijää, joista kolmen voidaan nähdä heikentävän Nokian yhteiskuntavastuuraportoinnin luettavuutta:

- Pitkät, yhtenäiset tekstikappaleet

- Numeerisen tiedon esittäminen leipätekstin joukossa sen sijaan, että tieto olisi koottu havainnollistavaan taulukkoon
- Saman asian toistaminen useaan kertaan

Vuosien 2005–2008 raporttien luettavuutta voidaan pitää heikkona. Raportit muodostuvat käytännössä pelkästä yhtenäisestä tekstimassasta. Tietoa havainnollistavia taulukoita tai kaavioita ei ole käytetty juuri lainkaan. Raportoitu tieto on jäsenitelemätöntä ja sama asia toistuu useaan kertaan, minkä seurauksena kokonaiskuvan hahmottaminen yrityksen yhteiskuntavastuusta on haastavaa. Muiden vuosien raportointia voidaan pitää luettavuudeltaan hyvänä. Lisäksi vuosina 2009 ja 2010 raporttien lukemista ja kokonaisuuden hallintaa helpottavat sivun laidassa mukana kulkeva navigointipalkki. Myös asiasisältö on jäsenitetty selkeisiin kokonaisuuksiin tarkastelujakson kahtena viimeisenä vuotena.

Samaa asiaa toistetaan jonkun verran raporttien sisällä. Toistoa tapahtuu jopa eri vuosien raporttien välillä. Vuoden 2004 raportissa merkittävä osa tekstistä, jopa kokonaisia kappaleita, on kopioitu sanatakkasti vuoden 2003 raportista. Myös vuosien 2006–2008 raportit on rakennettu pitkälti yhtenevän pohjan päälle. Esimerkkejä suorasta kopioimisesta on havaittavissa näissäkin (esim. Nokia 2007, 31; Nokia 2008, 83), vaikkakaan ei ihan yhtä räikeästi kuin vuosien 2003 ja 2004 välillä. Kokonaisten kappaleiden suora ja räikeä kopioiminen vie väistämättä uskottavuutta raportoinnilta ja nostaa mieleen kysymyksen, miten tärkeänä vastuullisuutta yrityksessä todellisuudessa pidetään, jos raportointiin ja sen kehittämiseen ei ole nähty tarpeelliseksi investoida tämän enempää.

Visuaalinen ulkonäkö noudattelee raporteissa vuosikertomusmaista, neutraalia ja jopa tylsää tyyliä. Vuosien 2002–2005 sekä 2009 ja 2010 raportit ovat yleisilmeeltään keskimäärin miellyttäviä ja tasapainoisia. Sitä vastoin vuosien 2006–2008 raporttien ulkoasu on niin sekava, että se haittaa jopa asiasisällön ymmärtämistä. Kuvia raporteissa on käytetty yleensä vähän tai ei juuri ollenkaan. Kuvien käyttöä raportoinnissa havainnollistaa edellisellä sivulla oleva taulukko 6. Vuonna 2010 kuvia on käytetty eniten (51 kpl). Värikkäät piirrookset liittyvät sivulla käsitelyyn teemaan ja Nokian liiketoimintaan. Vähiten kuvia on vuoden 2006 raportissa (3 kpl). Värejä raporteissa on käytetty hillitysti tai ei juuri ollenkaan. Poikkeuksen muodostaa jälleen vuoden 2010 raportti, jossa värejä on käytetty paljon ja taitavas-

ti informaation jäsentämisen ja välittämisen apuna. Toisaalta kirkkaiden värien käyttö heikentää tekstin kontrastia tehden lukemisen ajoittain hankalaksi.

4.2.3. Tiedon laatu

Tasapuolisuutta raporteissa voidaan pitää yleisesti heikkona aina vuoteen 2010 asti. Raportoidun tiedon tasapuolisuudella tarkoitetaan sitä, että toiminnan kielteisistä ja myönteisistä asioista kerrotaan tasapuolisesti. Raportit painottuvat pitkälti yrityksen maineen kannalta myönteisten asioiden esittämiseen, eikä toiminnan kielteisiä vaikutuksia, haasteita tai uhkia ole kuvattu juuri lainkaan. Raportoinnin tyyliä kuvaa mielestäni hyvin seuraava lainaus, joka on poimittu vuosien 2003 ja 2004 raporttien johdantotekstistä: *”On haastavaa nimetä kaikkia niitä toimenpiteitä, joita tehdään yleisen hyvinvoinnin edistämiseksi tai ympäristöstä huolehtimiseksi.”* (Nokia 2003, 3; Nokia 2004, 3) Samaa ajattelua heijastaa toimitusjohtaja Olli-Pekka Kallasvuon kirjoittama johdantoteksti vuoden 2009 raportissa; *”In this report, we present a wide range of examples of how and where our work enhances sustainability.”* (Nokia 2009, 4)

Pelkkien positiivisten toimenpiteiden luettelointi korostuu erityisesti raportoinnin alkuvuosina. Esimerkiksi mineraalien louhinnan ja raakojen väkivaltaisuuksien yhteyttä Kongon demokraattisessa tasavallassa kommentoidaan ensimmäisen kerran vasta vuonna 2008, vaikka Nokia kertoo tiedostaneensa tilanteen ongelmallisuuden jo vuonna 2001. (Nokia 2008, 69) Mielenkiintoista on, että asia on ollut siis tiedossa jo aiemmin, vaikka aiemmissa raporteista siitä ei mainintaa löydykään. Yleensäkin informaation raportoinnissa pitäydään hyvin yleisellä tasolla. Raportit painottuvat kuvailemaan organisaation yleisiä periaatteita ja toimintatapoja, ei niinkään konkreettisia käytännön toimia.

Ensimmäinen maininta parannusta vaativasta asiasta löytyy vuoden 2005 raportista liittyen tehtaiden työolosuhteisiin (Nokia 2005, 60; 2006, 18–19). Myöhempinä vuosina parantamista vaativista asioista raportoidaan satunnaisten teemojen kohdalla, joita ovat muun muassa asiakastyytyväisyys sekä eettisyyden hallinta toimitusketjussa (Nokia 2007, 14, 29–30; Nokia 2008, 49–53). Vasta vuoden 2010 raportista voidaan löytää viitteitä realistisesta suhtautumisesta liiketoiminnan kriittisiin haasteisiin sekä avoimesta viestinnästä näiden

haasteiden tunnistamisessa. Sosiaalisen vastuun alueella Nokian merkittävimiksi haasteiksi tunnistetaan raaka-aineiden hankinnan eettisyyteen liittyvä ongelmallisuus sekä työntekijöitä koskevat merkittävät irtisanomiset ja näiden irtisanomisten käytännön toteuttaminen. Irtisanomisten ymmärretään vaikuttavan negatiivisesti sekä työntekijöihin että laajemmin yhteisöihin. (Nokia 2010, 5)

Tiedon vertailtavuus eri vuosien välillä on yleisesti huonoa. Joidenkin tunnuslukujen osalta on esitetty vaihtelevasti vertailutietoja yleensä joko edelliseltä tai kahdelta edelliseltä vuodelta (vuosina 2009 ja 2010 neljältä edelliseltä vuodelta). Keskimäärin raporteissa ei kuitenkaan viitata juuri ollenkaan edellisiin vuosiin. Myös viittaukset tulevaisuuteen liittyviin tavoitteisiin ovat harvinaisia. Ainoa tavoite, jonka seuraaminen raportoinnissa toistuu jatkuvasti, on Nokian työntekijöille tarkoitetun eettisen toimintaohjeen (Code of Conduct) käyttöönoton seuraaminen. Pitkän aikavälin selkeä yhteiskuntavastuustrategia, joka sisältää tavoitteet ja näiden tavoitteiden toteutumisen seuraamisen, puuttuu kuitenkin kokonaan. Raportoituja lukuja ei ole myöskään suhteutettu ollenkaan toimialan yleiseen kehitykseen. Tästä johtuu, että raporttien lukijan on haastavaa muodostaa omaa arviota siitä, millä tasolla raportoidut asiat todellisuudessa ovat, ja minkälaista kehitystä toiminnassa on mahdollisesti tapahtunut (Lotila 2004, 33).

4.2.4. GRI-ohjeistuksen noudattaminen

Nokian kaikista vastuuraporteista löytyy viittaus GRI:hin. Vuosina 2002–2004 GRI:n mukainen raportointi on kuitenkin vielä niin alkutekijöissä, että sen ei voida nähdä tuovan paljoakaan lisäarvoa raportointiin. Vuoden 2002 raportti on laadittu ”*GRI:n kestävän kehityksen raportoinnin ohjeistuksen hengessä*” (Nokia 2002, 2). Raportissa ei sen tarkemmin määritellä, miltä osin GRI:tä on noudatettu. Vuosina 2003 ja 2004 ainoa viittaus GRI:hin on kummankin raportin viimeisiltä sivuilta löytyvä taulukko. Taulukoissa on yhteenveto siitä, mitkä GRI:n mukaiset indikaattorit raporteissa on mainittu. Siitä, missä laajuudessa indikaattoreista on raportoitu, ei ole mainintaa. Vuoteen 2005 asti raporteissa on sovellettu vuoden 2002 GRI ohjeistusta sekä telekommunikaatioalalle suunnattua lisäosaa.

Vuonna 2005 Nokia raportoi noudattavansa GRI ohjeistusta siltä osin, mikä on olennaista ottaen huomioon yrityksen harjoittaman liiketoiminnan, liiketoiminnan vaikutukset sekä sidosryhmiltä saadun palautteen. Raportin lopussa on taulukko, joka kuvaa, mitkä pää- ja lisäindikaattorit on raportoitu joko kokonaan, osittain tai ei ollenkaan. Viittaukset kohtiin, joissa indikaattoreita käsitellään, puuttuvat kuitenkin kokonaan, mikä hankaloittaa raportoidun tiedon paikkansapitävyyden tarkistamista. Merkittävä osa indikaattoreista on raportoitu vain osittain tai ei ollenkaan. (Nokia 2005, 84)

Mielenkiintoista on, miten vuosina 2006–2008 kehityksessä mennään hieman taaksepäin, sillä Nokia ei enää kerro, missä laajuudessa GRI-ohjeistusta on noudatettu. Vuosien 2006 ja 2008 raportissa on vain maininta, että Nokia noudattaa GRI-ohjeistusta vain siltä osin, mikä on olennaista. Raporteissa on sovellettu G3-ohjeistusta ja telekommunikaatioalalle suunnattua lisäosaa. Raporteista löytyy epäselvä listaus siitä, onko indikaattoreista ollut maininta vuosikertomuksessa, yhteiskuntavastuuraportissa vai yrityksen verkkosivuilla. Tarkat viittaukset puuttuvat. (Nokia 2006, 51–54; Nokia 2008, 25–28) Vuoden 2007 raportissa ainoa maininta GRI:stä on linkki vanhentuneille verkkosivuille (Nokia 2007, 60).

Merkittävä kehitys GRI-raportoinnissa tapahtuu vuonna 2009, kun Nokia alkaa noudattaa täysin GRI:n mukaista raportointia. Raportointi saavuttaa nyt parhaan mahdollisen A-tason. Raportoinnissa noudatetaan G3-ohjeistusta. Kaikki pääindikaattorit on raportoitu, samoin kuin Nokian liiketoiminnalle olennaiseksi määritellyt lisäindikaattorit. Vuonna 2009 osa pää- ja lisäindikaattoreista on raportoitu vain osittain. Vuonna 2010 kaikki pääindikaattorit kahta lukuun ottamatta on raportoitu kokonaan.⁸ Vuosien 2009 ja 2010 raporttien lopusta löytyy yhteenvedona kattava taulukko, josta raportin lukijan on helppo tarkistaa, missä laajuudessa ja missä kohtaa eri teemoista on raportoitu. (Nokia 2009, 139–158; Nokia 2010, 105–124) Lisäksi vuonna 2010 Nokia raportoi osallistuneensa GeSI:n (Global eSustainability Initiative) analyysiin, jonka avulla pyritään paremmin ymmärtämään niitä vastuun näkökulmia, jotka ovat sidosryhmien näkökulmista olennaisia juuri ICT-alalla.

⁸ Sosiaalisen vastuun indikaattoreista LA10 ja LA14 ovat raportoitu osittain.

Nokia on käyttänyt raporttien verifiointiin ulkopuolista varmentajaa vasta vuodesta 2008 eteenpäin. Tätä ennen raporteja ei ole verifioitu. Vuosien 2009 ja 2010 raporteille on myönnetty paras mahdollinen A+ -merkintä.

4.2.5. Organisaation ulkopuolisiin tahoihin viittaaminen

Kaikista Nokian raporteista löytyy viittaus Dow Jonesin kestävän kehityksen indeksiin, jossa Nokia on ollut mukana koko tarkastelujakson ajan. Vuosina 2009 ja 2010 Dow Jones valitsi Nokian toimialansa parhaaksi kestäväan kehitykseen liittyvässä toiminnassa. FTSE4Good-indeksiin kuulumisesta löytyy raporteissa maininta lähes kaikilta vuosilta, lukuun ottamatta vuosia 2004 ja 2010. Indeksistä pois jäämistä ei raporteissa kommentoida. Muita kestäväan kehitykseen liittyviä tunnustuksia, joihin viitataan ovat muun muassa ”best in class” –tunnustus Storebrand Investmentsin ympäristöä ja sosiaalista toimintaa koskevassa arvioissa (2003), menestyminen matkapuhelinten valmistajien eettistä toimintaa käsittelevissä tutkimuksissa (2003; 2005), vuoden tuotemerkki –palkinto Intiassa (2004; 2009), Vigeon tunnustus Nokian yhteiskuntavastuutoiminnasta (2006), tunnustus ilmastonmuutoksen vastaisesta toiminnasta (Carbon Disclosure Project 2009; 2010), ensimmäinen sija Greenpeacen Guide to Greener Electronics –listalla (2009; 2010) sekä viides sija Forbesin arvioissa maailman kestävimmästä yrityksestä (2010). Lotilan (2004, 33) mukaan viittaaminen yleisesti tunnettujen organisaatioiden lausuntoihin yrityksen toiminnasta voidaan nähdä parantavan raportoinnin yleistä uskottavuutta. Menestyminen kansainvälisessä vertailussa ja riippumattoman osapuolen tekemä arvio antavat viitteitä yrityksen toiminnan suhteellisesta vastuullisuudesta. Merkittävä huomio kuitenkin on, että tunnustukset painottuvat selkeästi ympäristökysymyksiin. Sosiaalisen vastuun toteuttamisessa Nokia ei samalla tavalla loista palkintosijoilla.

Nokia ilmoittaa sitoutuneensa YK:n Global Compact –periaatteisiin vuodesta 2001 alkaen. Global Compactin tavoitteena on edistää vastuullisen liiketoiminnan käytäntöjä liittyen työolosuhteisiin, ihmisoikeuksiin, korruption vastaisiin toimiin sekä ympäristöön. Raporteista löytyy viittauksia myös useisiin muihin yleisesti tunnettuihin kansainvälisiin organisaatioihin ja näiden organisaatioiden asettamiin standardeihin. Esimerkkeinä edellisestä

ovat mm. YK:n ihmisoikeusjulistus, Kansainvälisen työjärjestön (ILO) konventiot, UNICEF, Universal Declaration of Human Rights (UDHR), World Health Organization (WHO), sosiaalisen vastuun ISO2600-standardi sekä Social Accountability International (SAI) -järjestön SA80000-sertifikaatti. Muista organisaation ulkopuolisista tahoista Nokia nostaa raportoinnissaan esiin yhteistyönsä useiden kansallisten ja kansainvälisten järjestöjen kanssa. Näitä ovat muun muassa erilaiset teollisuus- ja ympäristöjärjestöt. Lisäksi mainitaan yhteistyö yliopistojen, hallitusten ja hallitusten välisten organisaatioiden, kuten Kansainvälisen kauppakamarin (ICC) ja Euroopan unionin kanssa.

4.3. Yhteiskuntavastuuajattelun kehitys

Tarkastelujakson alkupuolella raportoinnista on tulkittavissa ajatus, että yrityksen suurin, ellei jopa ainoa, vastuu on toimia kannattavasti. Nokian ei välttämättä tarvitse kiinnittää paljoa huomiota vastuukysymyksiin, sillä hyvin menestyvän liiketoiminnan seurauksena yrityksen toiminnan tuottama hyvinvointi leviää ikään kuin automaattisesti yrityksen suoraa vaikutuspiiriä laajemmin yhteiskuntaan. Vahva taloudellinen asema on pohja myös vastuulliselle liiketoiminnalle.

”Vain kannattava yritys voi kehittää asiakkaiden tarpeisiin sopivia tuotteita ja palveluita, tarjota pysyviä työsuhteita, palkita yhtiön osakkeenomistajia, maksaa yhteisöveroa yhteiskunnalle ja investoida tärkeisiin sosiaalisiin ja eettisiin ohjelmiin”. (Nokia 2004, 4–5)

“Strong profitability in 2005 enabled us to fulfill statutory requirements such as the payment of corporate taxes to governments around the world.” (Nokia 2005, 23)

Taloudellinen menestyminen tarjoaa myös mahdollisuuden investoida uuteen teknologiaan ja markkinoihin, mikä ei hyödytä ainoastaan yrityksen omaa liiketoimintaa, vaan on hyödyksi myös niille ihmisille, joita kehitys koskettaa (Nokia 2005, 23). Viimeinen viittaus kannattavaan liiketoimintaan vastuullisuuden edellytyksenä löytyy vuoden 2006 toimitusjohtajan katsauksesta: *”Running a company with a sustainable profit base is crucial for business and to being a good corporate citizen.”* (Nokia 2006, 1) Tämän näkökulman täy-

dellinen vaimeneminen seuraavien vuosien raporteissa on toisaalta luonnollista, kun asiaa tarkastellaan Nokian taloudellisten lukujen valossa. Vuodesta 2007 eteenpäin Nokian toimintaa ovat varjostaneet heikentynyt kannattavuus, maailmantalouden taantuma, supistunut liikevaihto ja haasteet markkinaosuuden säilyttämisessä. Lienee luonnollista, että taloudellisten haasteiden kanssa kamppaileva yritys ei pysty enää viestimään, että vastuullisuus liiketoiminnassa kumpuaa vahvasta taloudellisesta menestymisestä.

Ajatus, että toiminnan vastuullisuus toteutuu ikään kuin automaattisesti, voidaan kuitenkin nähdä esiintyvän läpi koko raportoinnin. Raportoinnissa tuodaan esiin näkökulmaa, miten Nokian ydinliiketoiminta, matkapuhelinten valmistus, on kestävä kehityksen ytimessä. Raportoinnista korostetaan, miten Nokian ydinliiketoiminta itsessään edesauttaa sosiaalista hyvinvointia ja kestävä kehitystä. Näkökulmaa viestitään läpi koko tarkastelujakson, mutta sen voidaan nähdä olevan korostuneemmassa asemassa erityisesti tarkastelujakson loppupuolella. *”Nokia is fortunate because our core business benefits communities, and helps to bridge the digital divide.”* (Nokia 2005, 29)

Raportoinnissa tuodaan aktiivisesti esiin, miten langattomalla viestinnällä on tutkimusten mukaan myönteinen vaikutus ihmisten hyvinvointiin ja kansantalouteen. *”It is fair to say, the biggest impact we can have on society is to help extend mobile communications to more people, especially those for whom traditional fixed-line telephony will never reach.”* (Nokia 2005, 29) Puhelimet ja sovellukset tarjoavat miljoonille ihmisille mahdollisuuden saavuttaa sellaista, mikä ei muuten olisi mahdollista. Langattoman viestinnän mukanaan tuomat mahdollisuudet vähentävät ihmisten eriarvoisuutta tuomalla viestintämahdollisuudet yhä useampien ihmisten ulottuville. Erilaisia kestävä kehitystä ja ihmisten hyvinvointia edistäviä sovelluksia on löydettävissä lähes rajattomasti.

”Our mission remains focused on Connecting People. We have set clear business objectives, and we are delivering new technologies such as proxy browsers and SMS services that will help one billion people make their first connection to the Internet. Through this effort, people can reach information to improve their livelihoods and to adopt more sustainable lifestyles.” (Nokia 2010, 4)

Lisäksi Nokia viestii toimivansa suhteellisen puhtaalla toimialalla, sillä tietoliikennealaa ei nähdä leimaavan mikään erityisongelma verrattuna moneen muuhun toimialaan. Tämä mielenkiintoinen yksityiskohta mainitaan ensimmäisen kerran vuoden 2007 raportissa, ja sama ajatus on kopioitu myös seuraavan vuoden raporttiin. ”*Communications is a relatively "clean" industry. It is not a high energy user, does not generate substantial pollution, and does not endanger people or communities.*” (Nokia 2007, 2; Nokia 2008, 14) Samalla vakuutetaan, että vastuullisesti toimivan yrityksen on kuitenkin tunnistettava toimintansa vaikutukset pystyäkseen tuottamaan myönteisiä vaikutuksia mahdollisimman laajalla alueella. Argumentointi kuulostaa ontuvalta, ellei jopa naiivilta. Tekstistä on tulkittavissa ajatus, että Nokia olisi jo automaattisesti suhteellisen vastuullinen toimija pelkästään toimialansa perusteella. Eri toimialoilla ja toimintaympäristöissä vastuu konkretisoituu luonnollisesti eri asioihin. Tärkeää olisi pystyä hahmottamaan, mihin asioihin vastuullisuus konkretisoituu juuri omassa toiminnassa.

Ollila sivuaa vuoden 2004 katsauksessa myös vastuullisuuden ulottuvuutta. Ollila kirjoittaa, että Nokia ottaa toiminnassaan huomioon lainsäädännön ja kansainvälisten standardien vaatimukset, mutta ”*emme kuitenkaan voi olla vastuussa eri maiden lainsäädännöstä*”. Valtiovallan vastuulla on säätää ja toimeenpanna lakeja, jotka tukevat yritysten mahdollisuutta toimia vastuullisesti. (Nokia 2004, 4–5) Tämä viestinee siitä, että yrityksessä vastuullisuuden ymmärretään rajautuvan pitkälti lainsäädännön ja kansainvälisten standardien puitteissa toimimiseen, ei niinkään näiden yleisten normien ylittävään toimintaan. Vasta raportointiajanjakson lopulla Nokia alkaa nostaa esiin sitä, miten yrityksessä pyritään usein jopa ylittämään lainsäädännön vaatimukset. (Nokia 2009, 15; Nokia 2010, 98) Lainsäädännön ylittävät vaatimukset liittyvät pitkälti kuitenkin pelkkiin ympäristökysymyksiin (Nokia 2009, 15), sosiaalisen vastuun toteuttamisen rajautuessa juuri standardien puitteissa toimimiseen.

Ajatus, että vastuullisuus halutaan ymmärtää kiinteäksi osaksi yrityksen kaikkea päätöksentekoa, toimintaa ja prosesseja läpi koko organisaation, tuodaan ensimmäisen kerran esiin vuonna 2005. (Nokia 2005, 4) Yhteiskuntavastuuraportoinnin ei haluta tarkoittavan pelkkää vuosittaisen julkaisun tuottamista. Raportointi halutaan ymmärtää ennemminkin kehitystyökaluna ja -prosessina, jota viedään aktiivisesti eteenpäin yhdessä yrityksen sisäisten ja

ulkoisten sidosryhmien kanssa. (Nokia 2005, 5, 8–9) Mielenkiintoinen yksityiskohta on, että vuoden 2003 raportin katsauksen on kirjoittanut yhteiskuntavastuujohtaja Veli Sundbäck. Vuoden 2008 raportista allekirjoittaja puuttuu kokonaan. Yhteiskuntavastuuraportin kaltaisessa julkaisussa toimitusjohtajan allekirjoituksen puuttuminen nostaa väistämättä mieleen kysymyksen, onko organisaatio sitoutunut raportoimiinsa asioihin aidosti koko organisaation tasolla.

Vastuullisuuden merkitys liiketoiminnassa on edistää tuloksellisuutta. Vastuullisuus vaikuttaa myönteisesti yrityksen maineeseen ja tuotemerkkiin, tukee pidemmän tähtäimen tuloksellisuutta ja kannattavuutta sekä vahvistaa yrityskulttuuria. (Nokia 2004, 4–5) Vastuullisuus nähdään keskeisenä tekijänä, kun puhutaan lisäarvon tuottamisesta pitkällä aikavälillä. *”Effective environmental management, for example, cuts waste and reduces costs. Responsible labor practices can result in lower absenteeism and labor turnover as well as higher productivity, creativity and quality.”* (Nokia 2005, 3) Lisäksi yrityksen sidosryhmät vaativat yhä enenevässä määrin tietoa siitä, miten vastuullisuus on yrityksen liiketoiminnassa otettu huomioon. *”We engage with stakeholders regularly to understand the issues that are most important to them.”* (Nokia 2010, 100) Yhteiskuntavastuuraportointia pidetään tehokkaana viestinnän keinona, jolla tähän vaatimukseen voidaan vastata. Selkeä ja jatkuva raportointi on keino rakentaa luottamusta ja ylläpitää mainetta, minkä nähdään ulottuvan pelkkää taloudellista yhteisöä kauemmaksi yhteiskuntaan. (Nokia 2005, 5, 11) *”CR has a significant impact on our brand reputation and the value which our stakeholders place on it.”* (Nokia 2008, 32)

Vastuullisuutta perustellaan myös sillä, miten globaalien haasteiden ratkaisemiseksi tarvitaan yksityisen ja julkisen sektorin sekä kansalaisjärjestöjen yhteistyötä. Vastuullisella, arvoihin nojaavalla yritystoiminnalla voi olla ratkaiseva merkitys yleisessä globaalissa kehityksessä. (Nokia 2005, 4)

”Sustainability is not a trend for Nokia, but rather it is our way of conducting business, which means encouraging sustainable development, supporting sustainable societies and enabling people to make sustainable choices.” (Nokia 2010, 5)

4.4. Raportoinnin sisältö

4.4.1. Sosiaalisen vastuun painotukset

Sosiaalisen vastuun raportoinnin sisältö rakentuu merkittävässä määrin erilaisten yrityksen ulkopuolisten tahojen määrittelemien kansainvälisten normien ja standardien ympärille, eikä niinkään näiden normien ylittävään toimintaan. Erilaisten standardien sekä paikallisen ja kansainvälisen lainsäädännön täyttävään toimintaan Nokia viittaaakin aktiivisesti raportoinnissaan. Viittausten määrät heijastelevat sitä, että Nokian mittakaavassa toimivan yrityksen toiminta kiinnostaa eri tahoja jo pelkästään yrityksen toiminnan laajuuden vuoksi. Erityisesti Nokian sosiaalisen vastuun toteuttaminen voidaan nähdä olevan hyvin pitkälle, ellei lähes kokonaan, organisaation ulkopuolisten tahojen säätelemää.

Sosiaalisen vastuun ymmärtäminen on jo aiemmin todettu yrityksen vastuun osa-alueista vaikeimmin hahmotettavaksi, ja myös Nokian raportoinnin kehityskulun voidaan nähdä tukevan tätä näkemystä. Ympäristökysymysten käsittelyn voidaan nähdä olevan läpi koko tarkastelujakson sisällöltään, laadultaan ja kattavuudeltaan parempaa kuin sosiaalisten kysymysten käsittely. Tästä kertonee sekin, että Nokian tarkastelujaksolla ansaitsemat tunnukset kestäväan kehitykseen liittyvästä toiminnasta koskevat nimenomaan ansioitumista ympäristöasioissa, ei niinkään kokonaisvaltaisessa yhteiskuntavastuussa.

Sosiaalisen vastuun raportoinnin sisällössä painottuvat seuraavat kokonaisuudet: henkilöstö, yrityskansalaisuustoiminta⁹ sekä toimitusketjun hallinta. Tämä näkyy lähes koko tarkastelujakson ajan vuosina 2003–2009. Kyseiset teemat hallitsevat sosiaalisen osuuden raportointia jo otsikkotasolta asti ja muodostavat pitkälle koko sosiaalisen vastuun sisällön. Myös muista teemoista raportoidaan, vaikkakaan ei yhtä johdonmukaisesti ja laajasti. Ainoat poikkeukset ovat vuoden 2002 raportti, joka keskittyy pelkkiin ympäristöasioihin, ja vuo-

⁹ Yrityskansalaisuustoiminta on termi, jota Nokia käyttää vuoden 2003 yhteiskuntavastuuraportissa (Nokia 2003, 27), ja jonka voidaan nähdä tarkoittavan samaa kuin myöhemmissä raporteissa käytetyt termit *Community Involvement*, *Society*, *Community* ja *Corporate Social Investment*. Yrityskansalaisuustoiminnalla tarkoitetaan tässä yhteydessä toimintaa, jolla vaikutetaan myönteisesti sekä yksilöiden että yhteisöjen elämään. Toiminta voi tarkoittaa investoimista yhteisöjen sosiaalisiin ja ympäristöohjelmiin, vapaaehtoistoimintaa, katastrofiapua sekä lahjoituksia.

den 2010 raportti, jossa sosiaalisen osuuden pääpaino on ihmisissä: henkilöstössä ja asiakkaissa.

Silmiinpistävän painotuksen raportoinnissa saa Nokian osallistuminen erilaisiin sosiaalisiin ja ympäristöohjelmiin, mikä korostuu erityisesti tarkastelujakson alkuvuosina. Vuonna 2005 teemasta on raportoitu 24 sivun verran, mikä tarkoittaa lähes kolmasosaa koko raportin pituudesta.¹⁰ Painoarvo on köyhissä ja kehittyvissä maissa, eikä raportoitua tietoa voida nähdä kovinkaan relevanttina, kun asiaa tarkastellaan suomalaisen yhteiskunnan kannalta. Mielenkiintoista on, miten tämä yrityskansalaisuustoiminnaksi nimetyn toiminnan painoarvo vähenee ajan kuluessa, vaikka teema säilyykin pääotsikkotasolla aina vuoteen 2009 asti. Vuonna 2009 yrityskansalaisuustoiminta muodostaa enää alle puoli prosenttia koko raportin pituudesta. Vuonna 2010 teemaa ei ole enää mainittu pääotsikkotasolla.

Kun tarkastellaan syitä, miksi Nokia haluaa investoida yrityskansalaisuustoimintaan, löytyy pohjalta lopulta taloudelliset syyt. *”Investoiminen tärkeisiin ympäristö- ja eettisiin ohjelmiin edistää sidosryhmien hyväksyntää, mikä puolestaan tukee mainettamme ja tuotemerkkiämme vauhdittaen liiketoimintamme tehokkuutta ja menestystä.”* (Nokia 2004, 10) Myöhemmin on havaittavissa yrityskansalaisuustoiminnan kehittyminen aikaisempaa strategisempaan suuntaan. Toiminnan painopistettä pyritään tietoisesti keskittämään kahteen teemaan: nuoriin ihmisiin sekä matkapuhelinteknologian mahdollisuuksiin sosiaalisten ja ympäristöasioiden kehittämisessä. Tässä kehityssuunnassa on havaittavissa, että yrityskansalaisuustoiminnan voidaan nähdä edesauttavan yritystä saavuttamaan liiketoiminnan strategisia tavoitteita. Samalla se auttaa yritystä sulautumaan siihen yhteiskuntaan, jossa se toimii. (Nokia 2008, 55) Samaan trendiin liittyy myös edellä esitelty yrityskansalaisuustoiminnan painoarvon pieneneminen tarkastelujakson loppupuolella.

Toinen teema, joka kulkee raportoinnissa mukana läpi koko tarkastelujakson, on toimitusketjun hallinta. Tässä osuudessa käsitellään sitä, miten Nokia pyrkii varmistamaan lainsäädännön ja yleisten eettisten periaatteiden noudattamisen koko arvoketjussa, erityisesti alihankkijoiden ja toimittajien keskuudessa. Raportointi keskittyy ennen kaikkea siihen, miten eettisyys toteutuu toimitusketjussa, ei siihen, miten Nokia itse ottaa eettisyyden huomioon

¹⁰ Raportin kokonaispituus 86 sivua

omassa toiminnassaan suhteessa toimittajiin. Tarkkailu kohdistuu vain suoriin alihankkijoihin, joiden vastuulla on vuorostaan huolehtia siitä, että heidän omat alihankkijansa täyttävät vastuullisen liiketoiminnan vaatimukset. Kolmas raportoinnissa korostunut teema on henkilöstö ja henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen. Tätä teemaa tarkastellaan tarkemmin muiden yrityksen sidosryhmien käsittelyn yhteydessä luvussa 4.5.2.

4.4.2. Taloudellisen vastuun painotukset

Toiminnan taloudellista ulottuvuutta käsitellään Nokian vastuuraporteissa suppeasti. Sitä ei ole yleensä nostettu esiin omalle pääotsikkotasolle, lukuun ottamatta vuosia 2003 ja 2004. Muina vuosina aiheen käsittely on häivytetty muun tekstin sekaan, eikä se nouse esiin erillisenä vastuun ulottuvuutena sosiaalisen ja ympäristövastuun tavoin. Useimmiten toiminnan taloudellista puolta on käsitelty otsikon ”*economic impacts*” alla noin yhden sivun verran. Toisaalta on varsin luonnollista, että talouden näkökulman käsittely jää vähemmälle huomiolle kuin vastuun kahden muun ulottuvuuden käsittely. Raporteissa viitataan lisätieto- ja aiheesta löytyvän Nokian erikseen julkaisemista talousraporteista sekä verkkosivuilta.

Varsinainen taloudellisen ulottuvuuden raportointi perustuu käytännössä pelkkien keskeisimpien tilinpäätöstietojen ja tunnuslukujen esittelemiseen. Tunnuslukujen raportoinnin voidaan nähdä olevan laajempaa tarkastelujakson loppupuolella verrattuna jakson alkupuoleen. Taloudellista vaikutusta raportoinnissa mitataan yrityksestä ulospäin suuntautuvilla rahavirroilla, joita ovat pääoman palautukset osakkeenomistajille, maksetut verot, maksetut palkat ja palkkiot, ostot alihankkijoilta, tutkimus- ja kehitysmenot sekä vastikkeettomat avustukset ja lahjoitukset. Vastikkeettomien avustusten ja lahjoitusten euromääräinen summa on tosin raportoitu ainoastaan vuodelta 2004. Viittausta yrityksen pörssikurssin kehitykseen ei raporteista löydy ollenkaan.

4.5. Raportoinnin tarkastelu eri sidosryhmien näkökulmasta

4.5.1. Sidosryhmät raportoinnissa

Nokia sidosryhmämääritelmä on yhtenevä tässä tutkimuksessa käytetyn sidosryhmämääritelmän kanssa: ”*Sidosryhmillä tarkoitetaan asiakkaita, tavarantoimittajia, osakkeenomistajia, julkista sektoria ja kansalaisjärjestöjä, niitä yhteisöjä, joissa Nokia harjoittaa liiketoimintaansa, sekä muita osapuolia, joilla on vaikutusta Nokiaan tai joihin Nokia vaikuttaa.*” (Nokia 2004, 47)

Tärkeimpinä sidosryhminä raportoinnissa korostuvat työntekijät ja asiakkaat. Tämä näkyy myös raportoinnin painotuksissa. Vuonna 2009 osakkeenomistajat nostetaan ensimmäisen kerran yhdeksi tärkeimmistä sidosryhmistä kahden edellä mainitun rinnalle. Osakkeenomistajien ymmärtäminen yhdeksi tärkeimmistä sidosryhmistä on kuitenkin tulkittavissa läpi koko raportoinnin, vaikka sitä ei konkreettisesti tekstissä ilmaistakaan. Yhteiskuntavastuuta perustellaan pitkälti liiketaloudellisin syin ja toiminnan intressit ovat lopulta palautettavissa tarpeeseen huolehtia osakkeenomistajien taloudellisista eduista. Muista sidosryhmistä mainitaan toimitusketju, toimialan yhteistyökumppanit, hallitukset, voittoa tavoittelemattomat organisaatiot sekä ”laaja yhteisö”. Raportoinnissa näitä sidosryhmiä ei kuitenkaan käsitellä yhtä kattavasti kuin työntekijöistä ja asiakkaita.

Nokia tuo raportoinnissaan aktiivisesti esiin sidosryhmien ja yrityksen välisen viestinnän tärkeyden ja sen, miten sidosryhmien odotusten ymmärtäminen on sille tärkeää. ”*We recognize that understanding what stakeholders expect from us as a company is just as important as understanding our customers’ expectations of our products.*” (Nokia 2009, 19) Yhteiskuntavastuuraportointi on tärkeä väylä tässä viestinnässä; raportti on keino vakuuttaa tärkeäksi koetut sidosryhmät siitä, että yritys toimii vastuullisesti ja huomioi sosiaaliset ja ympäristöasiat toiminnassaan.

Yksi tapa analysoida yhteiskuntavastuuraportteja on tarkastella niissä kuuluvia ääniä. Äänet voivat olla joko yrityksen sisäisiä tai ulkoisia. Sitaatit, kommentit ja haastattelut antavat mahdollisesti viitteitä siitä, miten yritys on integroitunut sitä ympäröivään yhteiskuntaan. Toisekseen se saattaa antaa viitteitä myös siitä, miten hierarkkinen yritys on. (Lotila 2004,

33) Nokian raporteissa näitä sisäisiä tai ulkoisia ääniä ei ole havaittavissa juuri ollenkaan, vaan raportoinnissa käytetään enemmän asiallisen kertovaa tyyliä. Eniten kommentteja löytyy vuoden 2002 raportista: seitsemän sisäistä kommenttia ja viisi ulkoista kommenttia. Sisäiset kommentit edustavat organisaation johtoa ja ulkoiset kommentit kansainvälisiä organisaatioita (WWF ja EU) ja Nokian yhteistyökumppaneita. Vuoden 2002 jälkeen raporteissa esiin nousevat äänet rajoittuvat lähes yksinomaan toimitusjohtajan esittämään katsaukseen. Poikkeus on vuoden 2010 raportti, josta löytyy toimitusjohtajan katsauksen lisäksi yhdeksän ulkoista kommenttia, jotka edustavat muun muassa operaattoriasiakasta, kansainvälisiä organisaatioita (WWF, Unesco ja International Youth Foundation) sekä verifiointin suorittanutta PricewaterhouseCoopers Oy:tä. Tämän perusteella raportoinnin voidaan nähdä olevan enemmän ulospäin kuin sisäänpäin suuntautunutta. Mielenkiintoista on, että yrityksen tärkeimmiksi luokittelemien sidosryhmien, eli asiakkaiden ja työntekijöiden, ääniä ei raporteissa kuulla ollenkaan. Erityisesti sisäisten äänten puuttumisen raportoinnista voidaan nähdä tekevän raportoinnista etäisen ja persoonattoman.

4.5.2. Henkilöstö

Työntekijät on otettu raportoinnissa kaikkina vuosina huomioon yhtenä laajimpana yksittäisenä raportointikokonaisuutena. Raporteissa korostetaan, miten työntekijät ovat yksi tärkeimmistä sidosryhmistä ja perusta yrityksen menestymiselle.

“At Nokia, we believe that people are our most valuable resource.” (Nokia 2005, 53)

“Our success depends on the talent and commitment of our employees. We need to attract and retain the best people.” (Nokia 2007, 18)

“Our success depends on our employees. We consider them as a vital stakeholder group.” (Nokia 2010, 43)

Mielenkiintoinen on maininta, että Nokian on *”tarpeen löytää tasapaino henkilöstön hyvinvoinnin ja taloudellisen menestyksen välillä”* (Nokia 2003, 24; Nokia 2004, 32). Tästä on tulkittavissa, että yrityksessä henkilöstön hyvinvointia ei välttämättä pidetä kuitenkaan it-

sessään tavoiteltavan arvoisena päämääränä, vaan henkilöstön hyvinvoinnin edistäminen on niin kauan tavoiteltavaa, kun se samalla edistää yrityksen taloudellista menestystä.

“Nokiassa työntekijöiden kohtelu perustuu yrityksen omiin toimintaohjeisiin, kansainväliin eettisiin standardeihin ja paikallisiin lakeihin.” (Nokia 2004, 33) Nokian toimintaohjeessa (*Code of Conduct*) määritellään ne eettiset standardit ja lainsäädäntö, joita Nokian jokaisen työntekijän on noudatettava. Myös raportoinnin voidaan nähdä perustuvan pitkälti näihin samoihin periaatteisiin: eettisten standardien ja lainsäädännön puitteissa toimimiseen ja tämän toiminnan raportointiin. Työntekijöiden osalta käsitellään monipuolisesti teemoja, jotka liittyvät työntekijöiden hyvinvointiin, monimuotoisuuteen, palkitsemiseen, koulutukseen, työsuhdekäytäntöihin sekä yleisiin toimintaperiaatteisiin ja arvoihin. Näistä teemoista työntekijöiden hyvinvointi ja monimuotoisuus korostuvat tarkastelussa läpi koko raportoinnin. Monimuotoisuuteen liittyy vahvasti Nokian toiminnan globaaliin luonteeseen, diversiteetin hallintaan, johtamiseen ja hyödyntämiseen sekä ihmisten tasa-arvoiseen kohteluun riippumatta esimerkiksi kansalaisuudesta, iästä tai sukupuolesta.

Suomalaisen yhteiskunnan kannalta tarkasteltuna useimmat näistä teemoista ovat osittain pakottavan lainsäädännön ohjaamaa toimintaa. Mielenkiintoisen tarkastelun kohteen antaa-kin lainsäädännön ylittävä toiminta. Työsuhdekäytäntöjä käsittelevistä teemoista henkilöstön sopeuttamisen tarkastelu nousee tämän tutkimuksen ongelmanasettelun kannalta mielenkiintoiseksi tarkastelun kohteeksi. Tarkastelujakson alkuvuosina irtisanomistilanteita sekä toiminnan uudelleen organisointia ei juurikaan kommentoida. Maininta aiheesta löytyy yhdestä kappaleesta: *”Mahdollisen irtisanomisen yhteydessä Nokia pyrkii varmistamaan työntekijän hyvinvoinnin ja oikeudet Nokian arvojen, paikallisen lainsäädännön ja käytännön mukaisesti.”* (Nokia 2003, 26; Nokia 2004, 35) Vuonna 2005 aihetta käsitellään ensimmäistä kertaa oman otsikon alla.

“Another important aspect of our employment practices is what we call workforce balancing. Renewal is critical for Nokia’s business success. It ensures that our workforce structure and capabilities support our business strategies. Often it means recruitment, but sometimes also reorganization or restructuring. Business decisions that have a big impact on our employees’ personal lives are never taken lightly.” (Nokia 2005, 63)

Vuoden 2005 raportissa kuvaillaan projektia, jossa pohdittiin, miten haasteellista tilannetta tulisi lähestyä. Lisäksi pyrittiin varmistamaan, että muutokset tuovat positiivisia mahdollisuuksia niille, joita se koskettaa. Yksi merkittävimmistä havainnoista oli, että liiketoimintayksikköjen rajojen välistä yhteistyötä tulee lisätä. Käytännössä tämä tarkoittaa entistä laajempaa ja proaktiivista henkilöstötarpeiden suunnittelua koko organisaation tasolla. Lopuksi mainitaan, että jos henkilöstön vähennykset ovat kuitenkin väistämättömät, pyritään irtisanotuille tarjoamaan apua työnhankinnassa, urakonsultointia, henkilökohtaista apua uudelleentyöllistymisessä sekä koulutusta. (Nokia 2005, 63)

Henkilöstön sopeuttamista ja toiminnan uudelleenorganisointia koskeva raportointi on vuosina 2006–2009 vähäistä. Jopa Nokian ja Siemensin verkkotoiminnan yhdistymiseen ja organisaation uudelleenjärjestelyihin liittyvien teemojen raportointi on lähes olematonta. Nokian ja Siemensin verkkotoiminnan yhdistymisestä mainitaan vain, miten neljän seuraavan vuoden aikana henkilöstöä tullaan vähentämään verkkopuolelta 10–15 prosenttia. Vuodelta 2007 on maininta, miten työntekijöiden informoiminen ja ajan tasalla pitäminen heitä koskevista muutoksista on tärkeää. (Nokia 2007, 24)

Vasta vuonna 2010 työvoiman supistamistarve ymmärretään keskeiseksi haasteeksi ja sitä käsitellään raportissa useassa kohdassa. *“We will have significant job reductions that will negatively affect people and communities. This will be a difficult year for Nokia, and we are taking responsibility to care for the people we impact by creating an extensive support program.”* (Nokia 2010, 5)

“As Nokia is going through a fundamental transformation, we have to make some difficult decisions, which will include reductions in our workforce. We do not underestimate the impact on or our responsibility to Nokia employees and communities. As a result, we are working on long-term re-employment programs and alternative career opportunities for as many Nokia employees as possible during this company-wide transition.” (Nokia 2010, 43)

Raportoinnissa puhutaan nimenomaan Nokian omasta henkilöstöstä. Pitemmälle hankintaketjuun ulottuvaa vaikutusta ja vastuuta ei raportoida. Nokia raportoi vaativansa yhteistyökumppaneitaan täyttämään samat eettiset vaatimukset kuin Nokia vaatii itseltään. Vaatimusten toteuttaminen ja valvominen ovat lopulta kuitenkin kumppanin omalla vastuulla.

Palkitsemisjärjestelmän kerrotaan olevan yksi tärkeimmistä keinoista houkutella ja sitouttaa lahjakkaita työntekijöitä. *“Our approach to reward and benefits is anchored strongly in the Nokia values and aligning internal needs with shareholder interests.”* (Nokia 2005, 58) Raportointi keskittyy yleisten palkitsemisperiaatteiden kuvailemiseen. Esimerkiksi johdon palkitsemisjärjestelmistä ei raportoida ollenkaan.

Vuonna 2007 Nokian työntekijöiden keskuudessa nousutta kohua liittyen bonusten maksamatta jättämiseen edellisen vuoden historiallisen hyvästä tuloksesta kommentoidaan seuraavasti: *“Some employees raised concerns about the fairness of our bonus system in 2007. In response, we reviewed the way bonuses are structured to ensure transparency and consistency across the company. We held several focus groups with managers, human resources experts and employees, and reviewed the incentives offered by other companies.”* (Nokia 2007, 22) Kohun seurauksena Nokia raportoi tehneensä muutoksia kannustinjärjestelmään, jotta järjestelmä olisi entistä läpinäkyvämpi, yksinkertaisempi ja yhtenäisempi. (Nokia 2008, 47)

Työntekijöille tehdyn kyselyn mukaan 42 % työntekijöistä koki saavansa kilpailukykyisen korvauksen työstään vuonna 2006. (Nokia 2007, 22) Vastaava luku oli enää 28 % vuonna 2010 (Nokia 2010, 50). Laskun perustellaan johtuvan osittain yleisestä taloudellisesta taantumasta, joka on johtanut kustannussäästöpaineesiin myös palkitsemiskysymyksissä. (Nokia 2009, 46). Nokia raportoi vertaavansa palkkoja alan yleiseen tasoon säilyttääkseen palkitsemisjärjestelmänsä kilpailukykyisyyden. (Nokia 2010, 50)

4.5.3. Asiakkaat

Asiakkaat voidaan ymmärtää olevan henkilöstön lisäksi toinen tärkeimmistä yksittäisistä sidosryhmistä.

“Customers and end-users are the most important people for Nokia.” (Nokia 2006, 10)

“We consider our most important stakeholder groups are employees, customers, and our shareholders.” (Nokia 2009, 19)

Käytännössä Nokian asiakkaita ovat tahot, joiden kautta tuotteet menevät loppukäyttäjille: jälleenmyyjät, operaattorit ja Nokian omat myymälät. Pieni osa tuotteista myydään itsenäisten myyjien ja nettikaupan kautta. (Nokia 2007, 16) Kun Nokian yhteiskuntavastuuraportointia tarkastellaan asiakkaiden ja loppukäyttäjien näkökulmasta, konkretisoituu vastuu käytännössä seuraavien kahden teeman ympärille:

- Laadukkaiden tuotteiden ja palveluiden tarjoaminen
- Tuoteturvallisuus ja matkapuhelinviestinnän vaikutukset terveyteen

Nokian ydinliiketoimintaa on kehitetty asiakkaan tarpeisiin sopivia tuotteita ja palveluita. Vuodesta 2005 eteenpäin raporteissa korostetaan Nokian panosta sen eteen, että viestintämahdollisuudet olisivat kaikkien ihmisten saatavilla tasapuolisesti riippumatta esimerkiksi fyysisistä rajoituksista, kuten kuulo-, liikunta- tai näkövammasta. *“All people, without discrimination, should be able to communicate. Nokia is bringing wireless communications to an estimated 600 million people worldwide who have a recognized disability or need for improved accessibility. Our goal is to offer devices that take these needs into consideration, whether in regards to vision, hearing, speech, mobility or cognition”* (Nokia 2010, 61) Tässäkin on nähtävissä, miten raportoinnissa painotetaan niitä näkökulmia, jotka oletettavasti vaikuttavat positiivisesti yrityksen maineeseen vastuullisena toimijana. Luonnollista on, että toiminnan kannustimena ovat taloudelliset syyt. Raportoinnin pohjalta maalataan kuitenkin mielikuvaa, että tämänkaltaista tuotesuunnittelua tehdään ennen kaikkea sen sosiaalisten hyötyjen kannustamana.

Asiakkaita koskevassa raportoinnissa avainasioiksi nostetaan tuotteiden laatu, asiakastyytyväisyys sekä asiakaspalvelu (Nokia 2007, 12). Raportoinnissa esitellään Listening to Trade Customers –tutkimuksen tuloksia, jonka mukaan asiakastyytyväisyys saavuttaa kiitettävän tason. Tutkimuksen avulla on pyritty ymmärtämään, miten toimintaa voitaisiin entisestään parantaa. Tuloksia on esitelty vuosilta 2007–2010. Raportointi keskittyy kuitenkin pelkkien myönteisten tulosten raportointiin. Vasta vuonna 2010, kun asiakastyytyväisyyden raportoidaan heikentyneen, mainitaan myös tyytymättömyyttä aiheuttavat asiat: high-end –tuotteiden tarjonta sekä markkinointi. (Nokia 2007, 14; Nokia 2008, 21; Nokia 2009, 26; Nokia 2010, 60)

Kaikissa raporteissa on otettu kantaa langattoman viestinnän turvallisuuteen liittyviin kysymyksiin. Viesti sähkömagneettisen säteilyn ihmiselle aiheuttamista vaikutuksista pysyy samana koko tarkastelujakson ajan: ”*Puolueettomien tutkimusjärjestöjen tekemät tutkimukset osoittavat, että maailmanlaajuiset standardit ja suositukset alittavat radioaallot eivät aiheuta terveyshaittoja. Kaikki Nokian tuotteet on suunniteltu täyttämään standardit ja suositukset.*” (Nokia 2003, 17) Viesti on selkeä ja tarkoitettu rauhoittamaan matkaviestintätuotteiden käyttäjiä. ”*Suurin haasteemme onkin julkisuudessa esitetty huolestuminen ja spekulointi sähkömagneettisten kenttien mahdollisista terveysvaikutuksista.*” (Nokia 2003, 18) Nokia viestii, että asiaan suhtaudutaan vakavasti ja tutkimustyöhön investoidaan jatkuvasti. Mielenkiintoista tosin on, että merkittäväksi puolueettomaksi tahoksi sähkömagneettisten kenttien tutkimustyössä nimetään Mobile Manufacturers Forum (MMF). Samalla kerrotaan, että Nokia tukee MMF:n toimintaa taloudellisesti ja Nokian työntekijät ovat toimineet MMF:n hallituksessa ja työryhmissä. Lisäksi Nokia on yksi MMF:n perustajajäsenistä. (Nokia 2003, 17–18) Vasta vuonna 2006 tähän ristiriitaiselta kuulostavaan yhteyteen otetaan kantaa: ”*Nokia has contributed financial backing to many studies, although always as a minority stakeholder so as to guarantee and sustain the independence of the overall study process.*” (Nokia 2006, 13) Kovin vakuuttavaa ei ole tosin sekään, että vuoden 2004 raportin mukaan radioaaltojen mahdollista vaikutusta ihmiseen on tutkittu yli 40 vuoden ajan (Nokia 2004, 23). Vuoden 2005 raportin mukaan tutkimusta on tehty yli 50 vuotta (Nokia 2005, 21). Sähkömagneettisen säteilyn aiheuttamasta terveysriskistä huolestunutta käyttäjää tämänkaltainen argumentointi ei välttämättä vakuuta.

Vuonna 2005 kirjoitetaan ensimmäisen kerran, että Nokialla ollaan tietoisia siitä riskistä, miten matkapuhelimen käyttö saattaa tuoda lasten ulottuville myös ei-toivottua sisältöä. Vuonna 2007 esiin nousevat kysymykset liittyen yksityisyyden suojaan ja matkapuhelinviiruksiin. Raportissa kerrotaan yleisesti Nokian periaatteista liittyen käyttäjiä koskevan tiedon keräämiseen ja säilyttämiseen. (Nokia 2007, 20)

Tarkastelujakson loppupuolella korostuu, miten kestävää kehitystä tukevaan toimintaan halutaan ottaa mukaan yrityksen kaikki sidosryhmät, myös asiakkaat. ”*We aim to offer people products and services which help them take sustainable choices. We design applica-*

tions that connect our customers to the thing they care about, and create built-in product innovations that help them reduce their own environmental impact.” (Nokia 2010, 16)

4.5.4. Omistajat

Kolmanneksi tärkeimmäksi sidosryhmäksi raportoinnissa nostetaan omistajat. Tekstissä tämä mainitaan ensimmäisen kerran vuonna 2009: *“We consider our most important stakeholder groups are employees, customers, and our shareholders.”* (Nokia 2009, 19). Omistajien ymmärtäminen yhdeksi tärkeimmistä sidosryhmistä on kuitenkin tulkittavissa rivien välistä myös aiemmista raporteista. Liiketoimintaa ohjaa pohjimmiltaan perusoletus toiminnan kannattavuudesta, mikä lopulta tarkoittaa osakkeenomistajien taloudellisesta hyvinvoinnista huolehtimista. Raporteissa vastuullisuuden käsittely omistajien näkökulmasta jää kuitenkin hyvin vähälle. Vuosina 2002–2004 aihetta ei käsitellä ollenkaan. Vuonna 2005 todetaan, että vahva kannattavuus on perusta yrityskansalaisuuden toteuttamiselle, joka tarkoittaa muun muassa osakkeenomistajien palkitsemista. (Nokia 2005, 23)

Osakkeenomistajille suuntautuneita rahavirtoja on raportoitu vaihtelevasti. Vuosilta 2005–2007 raportti kattaa tiedot osakkeiden takaisin ostoista ja maksetuista osingoista. Vuosilta 2008 ja 2009 tiedot puuttuvat. Vuonna 2010 on raportoitu maksetut osingot. Pörssikurssin yleiseen kehitykseen ei raporteista löydy viittauksia.

Sijoittajaviestintä mainitaan ensimmäisen kerran vuonna 2005. Raportoinnissa sijoittajaviestinnän avoimuus ja ajantasaisen tiedon tarjoaminen ymmärretään yrityksen yhdeksi keskeisimmäksi vastuun alueeksi omistajien näkökulmasta. Nokia raportoi uskovansa olevan edelläkävijä sijoittajaviestinnässä ICT-alan yritysten joukossa. Lisäksi esitellään palkintoja, jotka kertovat Nokian historiallisesta sijoittajaystävällisyydestä (Nokia 2005, 11). Vuonna 2006 raportoidaan, että sijoittajaviestinnällä ymmärretään olevan tärkeä rooli myös yrityksen vastuullisuuden viestinnässä, sillä sijoittajat ovat alkaneet yhä enenevässä määrin tunnistaa vastuullisuuskysymykset osaksi sijoituspäätöksiä. *“Nokia recognizes the growing importance of sound and ethical business practices to both mainstream and socially responsible institutional investors.”* (Nokia 2006, 13) Vuonna 2010 hyvä hallintotapa on nostettu ensimmäisen kerran omalle pääotsikkotasolle. Kappaleen yhteydessä on maininta yh-

tiökokouksesta, johon osallistumalla osakkeenomistajilla on mahdollisuus päästä vaikuttamaan yrityksen toimintaan. (Nokia 2010, 97)

4.6. Yhteenveto Nokian yhteiskuntavastuuraportoinnista

Tässä kappaleessa tarkasteltiin Nokian yhteiskuntavastuuraportointia vuosilta 2002–2010. Raporttien analyysin pohjalta tutkittiin, mitä Nokia ajattelee oman yhteiskuntavastuunsa olevan, kun aihetta lähestytään suomalaisen yhteiskunnan näkökulmasta. Tarkastelu painotettiin yhteiskuntavastuun sosiaaliseen ulottuvuuteen, mutta myös taloudellinen vastuu oli tarkastelussa mukana.

Nokian yhteiskuntavastuuraportoinnissa painottuvat läpi koko tarkastelujakson liiketoiminnan aiheuttamat positiiviset vaikutukset ihmisiin, yrityksen toimintaympäristöön ja koko yhteiskuntaan. Tarkastelujakson alkuvuosina raportoinnista on tulkittavissa ajatus, että Nokian ei välttämättä tarvitse kiinnittää paljonkaan huomiota yhteiskuntavastuuseen, sillä hyvin menestyvän liiketoiminnan seurauksena yrityksen toiminnan tuottama hyvinvointi leviää ikään kuin automaattisesti yrityksen suoraa vaikutuspiiriä laajemmin yhteiskuntaan. Positiiviset vaikutukset näkyvät siinä, miten yritys kehittää asiakkaiden tarpeisiin sopivia tuotteita ja palveluita, tarjoaa pysyviä työsuhteita, palkitsee yhtiön osakkeenomistajia, maksaa yhteisöveroja yhteiskunnalle ja investoi tärkeisiin sosiaalisiin ja eettisiin ohjelmiin. Lisäksi Nokia viestii toimivansa suhteellisen puhtaalla toimialalla, sillä tietoliikennealaa ei nähdä leimaavan mikään erityisongelma verrattuna moneen muuhun toimialaan.

Vuodesta 2007 eteenpäin Nokian toimintaa varjostavat heikentynyt kannattavuus, maailmantalouden taantuma, supistunut liikevaihto ja haasteet markkinaosuuden säilyttämisessä. Taloudellisten haasteiden kanssa kamppaileva yritys ei pysty enää viestimään, että vastuullisuus liiketoiminnassa kumpuaa vahvasta taloudellisesta menestymisestä. Sen sijaan raportoinnissa aletaan yhä vahvemmin painottaa näkökulmaa, miten Nokian ydinliiketoiminta, matkapuhelinten valmistus, on kestävä kehityksen ytimessä. Langattomalla viestinnällä on tutkimusten mukaan myönteinen vaikutus ihmisten hyvinvointiin ja kansantalouteen. Sen mukanaan tuomat mahdollisuudet vähentävät ihmisten eriarvoisuutta tuomalla viestintä-

mahdollisuudet kaikkien ihmisten ulottuville. Erilaisia kestävästä kehitystä ja ihmisten hyvinvointia edistäviä sovelluksia on löydettävissä lähes rajattomasti.

Toiminnan taloudellista ulottuvuutta käsitellään Nokian vastuuraporteissa muutoin varsin suppeasti. Usein viitataan lisätietoja aiheesta löytyvän Nokian erikseen julkaisemista talousraporteista sekä verkkosivuilta. Varsinainen taloudellisen ulottuvuuden raportointi perustuu käytännössä pelkkien keskeisimpien tilinpäätöstietojen ja tunnuslukujen esittelemiseen.

Nokian sosiaalisen vastuun toteuttaminen voidaan nähdä olevan hyvin pitkälle, ellei lähes kokonaan, organisaation ulkopuolisten tahojen säätelemää. Sosiaalisen vastuun raportoinnin sisältö rakentuu merkittävässä määrin erilaisten yrityksen ulkopuolisten tahojen määrittelemien kansainvälisten normien ja standardien ympärille. Nokia tuntuu ymmärtävän lainsäädännön ja yleisten eettisten ohjeiden noudattamisen aidosti tärkeäksi. Raportointi perustuu pitkälti kuitenkin näiden normien puitteissa toimimiseen, ei niiden ylittävään toimintaan. Raportointi perustuu ennen kaikkea yleiseen eettisyyteen. Vastuullisuuden tarkastelu yrityksen omista lähtökohdista ja sen ymmärtäminen, mihin vastuullisuus konkretisoituu juuri omassa toiminnassa, voidaan nähdä tulevan raportointiin mukaan vasta vuonna 2010.

Sosiaalisen vastuun raportoinnin sisällössä yksittäisinä teemoina painottuvat läpi koko tarkastelujakson henkilöstö, yrityskansalaisuustoiminta sekä toimitusketjun hallinta. Yrityskansalaisuustoiminnan raportointi keskittyy esittelemään Nokian osallistumista erilaisiin sosiaalisiin ja ympäristöohjelmiin. Erityisesti tarkastelujakson alkupuolella toiminnan esittely saa huomattavan painotuksen raportoinnissa. Sittemmin aiheen painoarvo pienenee suhteessa muiden sosiaalisten teemojen käsittelyyn ja muuttuu selkeästi strategisempaan suuntaan. Mielenkiintoista on, että vuonna 2010 teeman käsittely rajoittuu enää vain muutamiaan kappaleeseen. Toimitusketjun hallinnassa käsitellään sitä, miten Nokia pyrkii varmistamaan lainsäädännön ja yleisten eettisten periaatteiden noudattamisen koko arvoketjussa, erityisesti alihankkijoiden ja toimittajien keskuudessa. Raportointi keskittyy ennen kaikkea siihen, miten eettisyys otetaan huomioon toimitusketjussa, ei siihen, miten Nokia itse ottaa eettisyyden huomioon toiminnassaan suhteessa toimittajiin.

Sidosryhmien tarkastelussa korostuvat työntekijät ja asiakkaat. Tämä näkyy siinä, kuinka paljon teemoista on raportoitu. Vuonna 2009 osakkeenomistajat nostetaan ensimmäisen

kerran yhdeksi tärkeimmistä sidosryhmistä kahden edellä mainitun rinnalle. Osakkeenomistajien ymmärtäminen yhdeksi tärkeimmistä sidosryhmistä on kuitenkin tulkittavissa läpi koko raportoinnin. Yhteiskuntavastuuta perustellaan pitkälti liiketaloudellisin syin. Toiminnan intressit ovat lopulta johdettavissa tarpeeseen huolehtia osakkeenomistajien taloudellisesta hyvinvoinnista. Muista sidosryhmistä on mainittu toimitusketju, toimialan yhteistyökumppanit, hallitukset, voittoa tavoittelemattomat organisaatiot sekä ”laaja yhteisö”. Raportoinnissa näitä sidosryhmiä ei kuitenkaan käsitellä yhtä kattavasti kuin työntekijöistä ja asiakkaita.

Työntekijöiden osalta käsitellään monipuolisesti teemoja, jotka liittyvät työntekijöiden hyvinvointiin, monimuotoisuuteen, palkitsemiseen, koulutukseen, työsuhdekäytäntöihin sekä yleisiin toimintaperiaatteisiin ja arvoihin. Asiakkaiden osalta raportoinnissa korostuvat laadukkaiden tuotteiden ja palveluiden tarjoaminen sekä tuoteturvallisuus.

5. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä työssä tutkittiin, miten yrityksen yhteiskuntavastuu, ja erityisesti vastuun sosiaalinen ulottuvuus, on ymmärretty suomalaisessa yhteiskunnassa. Tutkimus suoritettiin tapaustutkimuksena, jonka kohdeyritykseksi valittiin Nokia Oyj. Tutkimuksen empiirinen aineisto kerättiin yhdeksän vuoden ajalta käsittäen vuodet 2002–2010. Aihetta lähestyttiin kahdesta näkökulmasta. Ensiksi yhteiskuntavastuuta tarkasteltiin sanomalehtikirjoittelun pohjalta, jonka oletettiin heijastavan niitä yleisiä odotuksia, joita suomalaisella yhteiskunnalla on ollut Nokian yhteiskuntavastuusta. Toisen osan empiirisestä aineistosta muodostivat Nokian omat yhteiskuntavastuuraportit, joita analysoimalla tutkittiin, miten Nokia itse on ymmärtänyt oman yhteiskuntavastuunsa olevan. Tässä luvussa esitetään yhteenveto tutkimuksen tuloksista. Lisäksi empiirisessä osiossa saatuja tuloksia pyritään syventämään rakentamalla diskurssia edellä esitettyjen kahden tarkastelunäkökulman välille ja toisaalta peilamalla tuloksia luvussa kaksi esitettyyn teoreettiseen viitekehykseen. Saatuja tuloksia pyritään myös tarkastelemaan tätä yksittäistapausta laajemmassa yhteiskunnallisessa kontekstissa.

Sanomalehtikirjoittelussa nousee esiin, että Nokian menestystä on pidetty suoranaisena onnenpotkuna suomalaiselle yhteiskunnalle, sillä Nokia on vaikuttanut merkittävästi yhteiskunnan yleiseen taloudelliseen aktiivisuuteen ja kerryttänyt tuloja valtion kassaan, josta niitä on voitu jakaa eteenpäin koko yhteiskunnan hyvinvointia kasvattamaan. Toisaalta esiin tulee myös näkemys, että menestys ei ole pelkästään yrityksen omaa ansiota, vaan taustalla on ollut vahvasti vaikuttamassa myös yhteiskunta, joka on luonut ja tarjonnut yritykselle menestymisen mahdollisuudet: infrastruktuuriin, vakaan toimintaympäristön, koulutettua työvoimaa ja suoria yritystukia. Nokiaan liittyvän yhteiskuntavastuukeskustelun ytimessä voidaankin nähdä olevan yrityksen harjoittama toiminnan aktiivinen siirtäminen pois Suomesta. Erityisesti esiin nousevat tämän toiminnan seurauksena aiheutuneet kielteiset vaikutukset kansallisella, paikallisella ja yksilön tasolla.

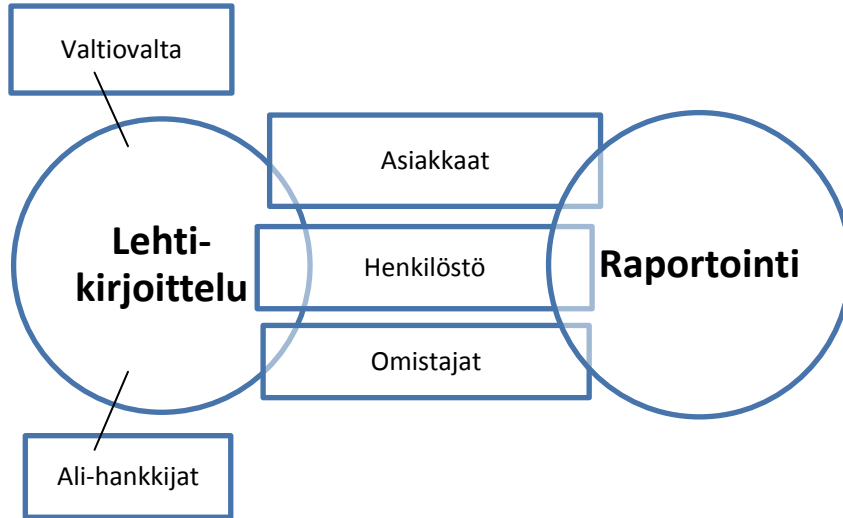
Kun yhteiskuntavastuun ymmärtämistä tarkastellaan Nokian yhteiskuntavastuuraporttien pohjalta, tulee esiin näkemys, että yrityksen vastuullisuus toteutuu ikään kuin automaatti-

sesti, sillä menestyvän liiketoiminnan seurauksena yrityksen toiminnan tuottama hyvinvointi leviää yrityksen suora vaikutuspiiriä laajemmalle yhteiskuntaan. Näkemysten voidaan nähdä heijastavan hyvin pitkälle Tuomo Takalan (2000) esittelemää omistajälähtöistä ideologiaa. Raportoinnissa korostetaan yhteiskunnassa voimassa olevien lakien ja sopimusten noudattamista. Vastuullisen toiminnan intressinä on kuitenkin ennen kaikkea voiton tavoittelemisen, joka pitkällä aikavälillä takaa myös muiden markkinaosapuolten hyvinvoinnin.

Vuoden 2006 jälkeen Nokian toimintaa varjostavat heikentynyt kannattavuus, maailmantalouden taantuma, supistunut liikevaihto ja haasteet markkinaosuuden säilyttämisessä. Muuttunut taloudellinen tilanne lienee vaikuttanut siihen, että myös vastuuajattelua joudutaan yrityksessä miettimään uudestaan. Tarkastelujakson loppupuolella edellä esitetty näkökulma, jossa vastuullisuus kytkeytyy pitkälti pelkkään taloudelliseen menestykseen, vaimenee. Sen sijaan raportoinnissa aletaan painottaa yhä voimakkaammin näkökulmaa, miten Nokian ydinliiketoiminta, matkapuhelinten valmistus, on kestävä kehityksen ytimessä. Raportoinnissa korostetaan langattoman viestinnän mukanaan tuomien sovellusten edistävän monilla tavoin ihmisten hyvinvointia. Yhteiskuntavastuun ymmärtämisessä on havaittavissa siirtymistä kohti sidosryhmälähtöistä ideologiaa, mikä tulee esiin yhä vahvemmin juuri tarkastelujakson viimeisimpien vuosien aikana. Kuten Takala (2000) sidosryhmälähtöistä ideologiaa kuvaa, pyrkii yritys kannattavaan toimintaan ottamalla samalla huomioon yhteiskunnassa vallitsevat sosiaaliset ja eettiset normit sekä sidosryhmien vaatimukset.

Kun yhteiskuntavastuuta lähestytään sidosryhmien näkökulmasta, nousevat Nokian raportoinnissa tärkeimmiksi sidosryhmiksi asiakkaat, henkilöstö ja omistajat. Sidoryhmien korostuminen raportoinnissa tukee käsitystä, että yhteiskuntavastuuraportointi nähdään usein strategisena ratkaisuna pyrkiä tyydyttämään erityisesti niiden sidosryhmien tarpeet, joilla on eniten valtaa vaikuttaa yrityksen toimintaan. Organisaatio ei pyri ottamaan toiminnassaan huomioon kaikkia sidosryhmiä tasapuolisesti, vaan vaikutusvaltaisimmat sidosryhmät ja niiden tarpeet nähdään muita tärkeämpinä. Sanomalehtikirjoittelussa esiin nousseet sidosryhmät ovat pitkälti samat kuin raporteissa, mutta lisäksi esiin nousevat valtiovallan ja

alihankkijoiden näkökulmat. Aineistossa esiin nousseita sidosryhmiä kuvaa alla oleva kuvio (kuvio 5).



Kuvio 5. Sidosryhmät lehtikirjoittelussa ja raportoinnissa

Yhteiskuntavastuuajattelussa on nähtävissä kaksi toisistaan erillään olevaa ulottuvuutta. Tämä näkyy sekä raportoinnissa että julkisessa keskustelussa. Toisella puolella ovat investoijat ja omistajat, joiden tuottovaatimukset ohjaavat yrityksen toimintaa. Toisella puolella taas ovat yrityksen muut sidosryhmät. Yhteiskuntavastuun toteuttaminen voidaan nähdä tasapainoiluna näiden kahden osapuolen usein ristiriitaisten intressien välillä. Julkisessa keskustelussa ymmärretään, että yritysten on mukauduttava toimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin liiketoiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi, vaikka se usein tarkoittasi vaikeitakin ratkaisuja, jotka vaikuttavat negatiivisesti yhteisöihin ja ihmisiin. Nokian kohdalla keskustelu näiden kahden ulottuvuuden ristiriitaisuudesta konkretisoituu keskusteluun siitä, kenen kustannuksella kannattavuudesta pidetään kiinni. Koko tarkastelujakson ajan keskustelua värittävät syytökset muun muassa siitä, että Nokia tekee tulosta työntekijöiden ja alihankkijoidensa kustannuksella ja ”riistää” alihankkijoitaan. Mielenkiintoista on, että raportoinnissa alihankkijasuhteita ei käsitellä. Raporteissa toimitusketjun hallintaa käsiteltiin

kyllä laajasti, mutta huomio kiinnittyi ennen kaikkea siihen, että myös alihankkijat noudattavat sovittuja eettisiä toimintatapoja.

Yksittäisistä sidosryhmistä henkilöstön käsittely painottuu muita sidosryhmiä selkeämmin sekä lehtikirjoittelussa että raportoinnissa. Havainto tukee aikaisemman tutkimuksen pohjalta saatua käsitystä siitä, että suomalaisessa yhteiskunnassa yhteiskuntavastuun ymmärtäminen konkretisoituvan pitkälti juuri henkilöstöön ja henkilöstön hyvinvoinnista huolehtimiseen. Henkilöstön näkökulman korostumisen voidaan nähdä heijastelevan myös laajempaa yhteiskunnallista ilmiötä, jossa jatkuvat irtisanomiset ja toiminnan saneeraamiset aiheuttavat epävarmuutta työelämässä. Julkisessa keskustelussa tulee esiin, miten työttömyys, työttömyyden uhka ja yleinen epävarmuus työelämässä lisäävät ihmisten pahoinvointia, joka näkyy sekä fyysisinä että psyykkisinä terveysongelmina. Toisaalta, kun asiaa tarkastellaan lehtikirjoittelun pohjalta, irtisanomiset itsessään nähdään osittain jopa oikeutettuina. Oikeutusta toiminnalle haetaan taloudellisista syistä sekä tarpeesta vastata toimintaympäristön muutokseen toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi. Tässä keskustelussa Nokian vastuun voidaankin nähdä konkretisoituvan siihen, miten irtisanomistilanteet hoidetaan. Keskustelussa peräänkuulutetaan pitkäjänteistä yhteistyötä, avointa vuorovaikutusta, ajantasaista tiedottamista, työntekijöiden kuuntelemista sekä apua uuden työpaikan löytämisessä.

Suomen kaltaisessa pienessä maassa Nokian mittakaavassa toimivalla yrityksellä on paljon valtaa – ei pelkästään taloudellista, vaan myös poliittista valtaa sekä valtaa vaikuttaa yleiseen mielipiteeseen. Valtiovallan, paikallisyhteisöjen ja henkilöstön näkökulmasta nousee esiin vaatimus, että Nokian tulisi kantaa vastuuta toiminnastaan suhteessa siihen valtaan, jota se käyttää. Olennaista on, että julkisessa keskustelussa Nokialta kaivataan ennen kaikkea pitkäjänteistä yhteistyötä sidosryhmien kanssa. Suhdanteiden mukaan vaihtelevan menestyksen ja kvartaaliajattelun sijaan yrityksen ja sen toimintaympäristön välille kaivataan pitkän aikavälin vaikutukset huomioon ottavaa yhteistyötä. Keskustelun voidaan nähdä heijastavan Tuomo Takalan (2000) sidosryhmälähtöistä ideologiaa. Yritystä ei pidetä pelkästään taloudellisena toimijana, vaan sillä nähdään olevan laajoja vaikutuksia toimintaympäristöönsä myös markkinoiden ulkopuolella, joista sen tulee kantaa vastuuta.

Nokian yhteiskuntavastuuraportoinnissa on nähtävissä se, että Nokia on globaalisti toimiva organisaatio, jonka on raportoinnissaan otettava huomioon koko toimintakenttä, minkä vuoksi raportoinnin tarkastelu pelkästään yhden toimintaympäristön näkökulmasta oli haastavaa. Raportointi keskittyy hyvin pitkälle kuvailemaan niitä yleisiä periaatteita ja toimintatapoja, joita Nokia toiminnassaan noudattaa, eikä niinkään yksittäisiä, konkreettisia esimerkkejä. Yrityksen sosiaalisen vastuun ymmärtäminen voidaan nähdä hyvin pitkälle, ellei lähes kokonaan, organisaation ulkopuolisten tahojen säätelemäksi toiminnaksi. Tutkimuksen yksi keskeisimmistä johtopäätöksistä on, että raportoinnin ei voida nähdä suoraan heijastavan niitä asioita, joita yhteiskunnassa milloinkin tapahtuu ja mistä puhutaan. Raportoinnin sisältö rakentuu ennen kaikkea erilaisten yrityksen ulkopuolisten tahojen määrittelemien kansainvälisten normien ja standardien ympärille.

Varsinaiset teemat sekä julkisessa keskustelussa että raportoinnissa ovat suunnilleen samoja; puhutaan henkilöstöstä, henkilöstön hyvinvoinnista, asiakkaista, toimitusketjusta ja laajasta vastuusta koskien yhteiskuntaa yleensä. Keskustelun sisältö on kuitenkin erilainen. Sanomalehtikirjoittelussa keskustelun ytimessä on Nokian harjoittaman toiminnan aktiivinen siirtäminen ulkomaille ja tämän toiminnan aiheuttamat kielteiset vaikutukset kansallisella, paikallisella ja yksilön tasolla. Raportoinnissa painotetaan vuorostaan vahvasti liiketoiminnan aiheuttamia positiivisia vaikutuksia ihmisiin, toimintaympäristöön ja koko globaaliin maailmaan yleensä. Toiminnan negatiivisia vaikutuksia, haasteita ja uhkia ei käsitellä juuri lainkaan. Raporttien sidosryhmille tuottaman tiedon relevanttius jää vähäiseksi. Poikkeuksen muodostaa vuoden 2010 raportti, joka on sisällöltään ja laadultaan huomattavasti aikaisempia raportteja edistyneempi. Myös vuoden 2009 raportissa on havaittavissa edistymistä raportoinnin laadun ja sisällön suhteen aikaisempiin vuosiin verrattuna.

Yllättävää mielestäni on, miten myöhään Nokian yhteiskuntavastuuraportoinnissa on havaittavista merkittävää kehittymistä. Huolimatta Nokian pitkästä kokemuksesta yhteiskuntavastuuraportoinnissa, ensimmäinen raportti, johon GRI-ohjeistuksen noudattaminen tuo aidosti lisäarvoa, on vasta vuodelta 2009. Aikaisempien raporttien yleistä tasoa voidaan kuvata heikoksi tai erittäin heikoksi. Se, että raportoinnin kehittämiseen ei ole nähty tarpeelliseksi investoida aikaisemmin, kertonee siitä, miten tärkeänä yhteiskuntavastuun viestimistä yrityksessä on todellisuudessa pidetty, ja toisaalta myös siitä, miten yhteiskuntavas-

tuu on yrityksessä ymmärretty. Sosiaalisen vastuun ymmärtäminen onkin jo aiemmin todettu olevan yhteiskuntavastuun osa-alueista kaikista vaikeimmin hahmotettava. Tämä on nähtävissä myös Nokian yhteiskuntavastuuraportoinnissa. Vielä vuonna 2008 tietoliikennetoimialaa kuvaillaan raportissa suhteellisen ”puhtaaksi” teollisuuden alaksi, jota ei leimaa mikään suuri ongelma verrattuna moniin muihin aloihin. Tämän tyylinen viestiminen kertonee siitä, että yrityksessä ei ole täysin ymmärretty, mihin yhteiskuntavastuu konkretisoituu juuri omassa liiketoiminnassa.

Koska tämä tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena, oli tarkastelun painopiste luonnollisesti vain yhdessä yrityksessä. Mielenkiintoisen jatkotutkimuksen aiheen tarjoaa tutkimusaineiston laajentaminen kattamaan useampia yrityksiä ja mahdollisesti myös useampia medioita, jolloin yhteiskuntavastuun ymmärtämisestä suomalaisessa kontekstissa olisi mahdollista saada kattavampi kuva. Toisen mielenkiintoisen jatkotutkimuskohteen tarjoaa tutkimuksen laajentaminen koskemaan yrityksen koko toimintakenttää. Tätä tutkimusta jouduttiin rajaamaan tiukasti, ja toisaalta vähän keinotekoisestikin, koskemaan yrityksen toimintaa vain yhdessä kontekstissa. Mielenkiintoista olisi seurata useampia kansainvälisiä medioita ja peilata Nokian yhteiskuntavastuuraportointia siihen, miten yrityksen aidolla toimintakentällä yhteiskuntavastuusta on ajateltu ja argumentoitu eri aikoina.

LÄHTEET

Kirjallisuus:

- Alasuutari, P. 1999. *Laadullinen tutkimus*. Osuuskunta vastapaino. Tampere.
- Ali-Yrkkö, J. (toim.) 2010. *Nokia and Finland in a sea of change*. Research Institute of the Finnish Economy (ETLA). Helsinki.
- Anttiroiko, A-V. 2004. Yhteiskuntavastuu ja sen määrittelyprosessi. Teoksessa: Järvinen, R. (toim.) 2004. *Yhteiskuntavastuu. Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen*. Tampere University Press. Vammala.
- Apostol, O. 2011. Supporting whose Interest? Discussions on corporate social responsibility in business media texts – The case of Romania. Tampereen yliopisto.
- Belkaoui, A. & Karpik, P. 1989. Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 2, Nro. 1, 36–51.
- Carroll, A. 1995. Stakeholder thinking in three models of management morality: A perspective with strategic implications. Teoksessa Näsi, J. (toim.) 1995. *Understanding stakeholder thinking*. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä
- Carroll, A. & Buchholtz, A. 2000. *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*. South-Western College Publishing. The United States of America.
- Cho, C. 2009. Legitimation Strategies Used in Response to Environmental Disaster: A French Case Study of Total SA's Erika and AZF Incidents. *European Accounting Review*. Vol. 18, No. 1, 33–62.
- Clarkson, M. 1995. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*. Vol. 20. No. 1, 92–118.
- Deegan, C. 2000. *Financial Accounting Theory*. McGraw-Hill Book Companies. Australia.
- Elkington, J. 1994. Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. *California Management Review*, Vol. 36, No. 2.
- Eskola, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta. Kirjassa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) 2001. *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä. PS-kustannus. 133–157.
- Eskola & Suovirta 2001. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Osuuskunta vastapaino. Jyväskylä.
- Euroopan komission tiedonanto. 2006. *Kasvua ja työllisyyttä edistävän kumppanuuden toteuttaminen: Euroopasta esikuva yritysten yhteiskuntavastuun alalla*. Komission

- tiedonanto. KOM (2006) 136. Bryssel. Saatavilla osoitteessa <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006DC0136:FI:NOT>> Viitattu 27.1.2012
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Massachusetts. Pitman.
- Friedman, M. 2002. (with assistance of R. D. Friedman) *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press. Chicago.
- Garfinkel, H. 1967. *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs. Prentice Hall.
- Gray, S., Owen, D. & Adams, C. 1996. *Accounting & Accountability. Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Great Britain. Prentice Hall.
- GRI. 2008. *Yhteiskuntavastuun raportointiohjeisto*. G3-ohjeiston suomenkielinen versio. Saatavilla osoitteesta: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Finnish-G3-Reporting-Guidelines.pdf>. 30.1.2012.
- Happonen, M. & Nätti, J. 2000. Palkansaajien kokema työn epävarmuus ja epävarmuuden realisoituminen työttömyytenä. Teoksessa: Lehto, A-M. & Järnefelt, N. (toim.) *Jaksaen ja joustaen*. Artikkeileita työolotutkimuksesta. Tilastokeskus. Helsinki.
- Hanikka, K., Korpela, P., Mähönen, A. & Nyman, C. 2007. *Yrityksen yhteiskuntavastuu ja sosiaalinen toiminta*. Savion kirjapaino Oy. Kerava.
- Hernesniemi, H. (toim.) 2010. *Digitaalinen Suomi 2020. Älykäs tie menestykseen*. Teknologiateollisuus ry. Helsinki.
- Herrmann, K. 2004. Corporate social responsibility and sustainable development: The European union initiative as a case study. *Indiana Journal of Global Legal Studies*, Vol. 11, No. 2, 204–232.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. *Tutki ja kirjoita*. Helsinki. Tammi.
- Juholin, E. 2004. *Cosmopolis. Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen*. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.
- Ketola, T. 2005. *Vastuullinen Liiketoiminta. Sanoista teoiksi*. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Kujala, J. 2001. *Liiketoiminnan moraalialia etsimässä. Suomalaisen teollisuusjohtajien sidosryhmänäkemykset ja moraalinen päätöksenteko*. Jyväskylän yliopisto.
- Kujala, J. & Kuvaja, S. 2002. *Välittävä johtaminen – Sidoryhmät eettisen liiketoiminnan kirittäjinä*. Talentum. Helsinki.
- Könnölä, T. & Rinne, P. 2001. *Elinehtona eettisyys. Vastuullinen liiketoiminta kilpailuetuna*. Kauppakaari. Helsinki.

- Laamanen, E. 2007. *Vapaaehtoiset pakkoliitokset? Diskurssianalyttinen tutkimus kuntarakennetta koskevasta julkisesta keskustelusta*. Väitöskirja. Tampereen yliopisto.
- Laine, M. 2009. *A Way of Seeing Corporate Sustainability Reporting*. Tampereen yliopisto.
- Lotila, P. 2004. *Communicating Corporate Social Responsibility. Reporting Practice in Retailing*. Turun Kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja keskustelua ja raportteja. K&R 6:2004.
- Moilanen, L. & Haapanen, A. 2006. *Yhteiskuntavastuun sosiaalinen ulottuvuus. Hyvät käytännöt yrityksen arjessa*. Työpoliittinen tutkimus nro. 299.
- Mäntylä, S. 2006. *Myyteistä todellisuuteen – henkilöstöhallinnon haasteet ICT-alalla*. Sosiologian tutkimuksia. Turun yliopisto.
- Neilimo, K. & Näsi, J. 1980. *Nomoteettinen tutkimusote ja suomalaisen yrityksen taloustiede: Tutkimus positivismiin soveltamisesta*. Tampereen yliopiston julkaisuja. Sarja A 2:12. Tampere.
- Niiniluoto, I. 1980. *Johdatus tieteenfilosofiaan. Käsitteen ja teorian muodostus*. Helsinki. Otava.
- Nikkanen, H. 2010. *Viaton Imperiumi*. Into Kustannus. Suomen Rauhanpuolustajat. Helsinki.
- Niskala, M. & Mätäsaho, R. 1996. *Ympäristölaskentatoimi*. Helsinki. Wsoy.
- Niskala, M. & Tarna, K. 2003. *Yhteiskuntavastuuraportointi*. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Nokia Oyj. *Vuosikertomukset vuosilta 2002–2010*.
- Panapanaan, V., Linnanen, L., Karvonen, M-M & Phan, V. T. 2001. *Roadmapping Corporate Social Responsibility in Finnish Companies*. Helsinki University of Technology, Lahti Center. *The Publication Series of the Institute for Regional Economics and Business Strategy*. October 2001.
- Panula, J. 2000. *Nelkulmaisen ympyrän arvoitus: markkinoitietikka. Suomalaisten kuluttajien käsityksiä markkinoinnin eettisyydestä*. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja A-10:2000. Kirjapaino Grafia Oy. Turku.
- Rohweder, L. 2004. *Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatiotasolla*. Porvoo. WSOY.
- Rosenström, U. & Palosaari, M. (toim.) 2000. *Kestävyyden mitta. Suomen kestävä kehityksen indikaattorit 2000*. Ympäristöministeriön julkaisu. Helsinki.
- Shleifer, A. & Vishny, R. 1997. *A survey of corporate governance*. *Journal of Finance* Vol. 52, No. 2, 737–775.
- Siltaoja, M. 2004. *Yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ja maine suomalaisen lehtitalon esimiesten käsityksissä*. *Liiketaloudellinen Aikakauskirja* 3 (2004). 294–323.

- Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P. & Collin, S-V. 2009. What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Vol. 16, No. 6, 352–364.
- Taipalinen, J. & Toivio, T. 2004. Vastuullinen liiketoiminta pk-yritysten voimavarana. KTM-julkaisuja. 16/2004.
- Takala, T. 1985. *Vastuun käsite – yrityksen yhteiskunnallisen vastuun filosofinen perusta*. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden laitos.
- Takala, T. 1987. *Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun käsite sekä yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ja yritystoiminnan ideologiat vuosina 1930–1940 ja 1972–82*. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteen laitos. Julkaisuja N:o 72/1987. Lisensiaattitutkielma.
- Takala, T. 2000. Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiat v. 2000. Suomalainen yritys globalisoituvassa maailmassa. *The Finnish Journal of Business Economics*. 4/00
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Jyväskylä. Tammi.
- Uimonen, M-L. 2006. *Suomalaisten yritysten vapaaehtoinen sosiaalinen vastuu. Sidosryhmäviitekehys yritysten ja ulkoisten sidosryhmien edustajien näkemyksissä*. Työpo liittinen tutkimus nro. 322. Helsinki.
- Ullman, A. 1985. Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationships Among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of US Firms. *Academy of Management Review*. Vol. 10. No. 3. 540–547.
- WCDE. 1987. *Our Common Future*. Report on the World Conference on the Environment and Development. Oxford University Press.
- Vehkaperä, M. 2003. *Yrityksen yhteiskuntavastuu – vastuuta voittojen vuoksi?* Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta. Julkaisuja N:o 135/2003. Lisensiaattitutkielma.

Virallislähteet:

Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336.

Digitaaliset lähteet:

Euroinvestor. <<http://ir1.euroinvestor.com/asp/IR/Nokia/lookup.aspx?language=fi>> 9.3.2011.

GRI. Global Reporting Initiative. WWW-sivut. <<http://www.globalreporting.org/Home>> 15.11.2011.

Kauppalehden WWW-sivusto.
<http://www.kauppalehti.fi/5/i/etusivu/?request_ahaa_info=true> 8.2.2012.

Levikintarkistus Oy:n WWW-sivusto. <<http://www.levikintarkistus.fi/>> 13.2.2012.

Nokia Oyj. Verkkosivut. < <http://www.nokia.com/fi-fi/>> 13.2.2012.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. *KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto* [verkkójulkaisu]. Tampere. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja] <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>> 14.11.2011.

Tilastokeskus. WWW-sivut. *Talous: mikä on bruttokansantuote?*
<<http://www.stat.fi/tup/verkkokoulu/data/tlkt/02/11/index.html>> 13.4.2012.

Empiirinen aineisto:

Kauppalehti ajalta 1.1.2002–31.12.2010.

Nokia Oyj. Yhteiskuntavastuuraportit vuosilta 2002–2010.