

DIGITAALISEN VASTUULLISUUDEN RAPORTOINTI

Lapin ammattikorkeakoulu

Noppa Mari

YAMK-opinnäytetyö

Tiedolla johtamisen asiantuntija
Tradenomi (YAMK)

2024

Tiedolla johtamisen asiantuntija
Tradenomi (YAMK)

Tekijä	Mari Noppa	Vuosi	2024
Ohjaaja	Heli Väättäjä		
Toimeksiantaja	Lapin ammattikorkeakoulu		
Työn nimi	Digitaalisen vastuullisuuden raportointi		
Sivumäärä	87 + 2		

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää digitaalisen vastuullisuuden raportoinnin nykytilaa ja tulevaisuudennäkymiä. Tutkimuksessa selvitettiin mitä yritysten digitaalinen vastuullisuus on, miten digitaalisesta vastuullisuudesta raportoidaan sekä mitä teemoja ja mittareita siihen liittyen nostetaan esiin osana vastuullisuusraportointia. Ajankohtaisen tiedon tuottamisen lisäksi tavoitteena oli, että opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää organisaatioiden käytännön vastuullisuustyössä.

Tutkimuksessa analysoitiin 13 suomalaisen yrityksen vastuullisuusdokumenteja. Tutkimusaineistosta määritettiin sisällönanalyysin avulla yhteensä 421 digitaalisen vastuullisuuden alkuperäisilmaisua, jotka luokiteltiin johtamisen, henkilöstövastuun, tuote- ja asiakasvastuun, ympäristön, toimitusketjun ja yrityskansalaisuuden yläkategorioihin sekä mittareihin. Aktiivisimmin digitaalisen vastuullisuuden teemoja käsittelivät raporteissaan ICT-alan yritykset, mutta vähintään yksi maininta löytyi jokaisen tutkitun yrityksen vastuullisuusdokumentista.

Tutkimuksen tuloksena voidaan todeta, että digitaalisuus, data ja teknologiat sisältävät vastuullisuuden näkökulmasta niin riskejä kuin mahdollisuuksiakin. Digitaalisen vastuullisuuden kokonaisuus on laaja, ja sen aiheet voidaan jakaa ympäristöllisiin, sosiaalisiin ja hallinnollisiin vastuullisuuden ESG-kehityksen mukaisesti. Käsitteellisesti digitaalinen vastuullisuus voidaan määritellä esimerkiksi digitaalisuuden ja yritysvastuun leikkauspisteeksi. Toisaalta on mahdollista, että tulevaisuudessa digitaalisuuden teemat sulautuvat luontevaksi osaksi kokonaisvaltaista yritysvastuuta, eikä erilliselle määrittelylle ole tarvetta.

Koska digitaalisuudella voi olla positiivisten vastuullisuusvaikutustensa lisäksi myös haittapuolia, aihepiiri vaatii organisaatioilta monipuolista analyysia teknologiaa, dataa ja digitaalisuutta kehitettäessä ja käytettäessä. Kehittyvä digilainsäädäntö luo digitaaliselle vastuullisuudelle perustan, ja erilaiset digitaalisen vastuullisuuden viitekehykset voivat auttaa organisaatioita sen kehittämisessä. Myös tämä opinnäytetyö tarjoaa esimerkkejä sekä konkreettisista käytännön toimenpiteistä että malleista digitaalisen vastuullisuuden toteuttamisen ja siitä raportoinnin tueksi.

Avainsanat yhteiskuntavastuu, yritysvastuu, vastuullisuusraportointi, kestävyysraportointi, digitalisaatio, tiedolla johtaminen

Knowledge Management Expertise
Master of Business Administration

Author	Mari Noppa	Year	2024
Supervisor	Heli Väättäjä		
Commissioned by	Lapland University of Applied Sciences		
Title	Digital responsibility reporting		
Number of pages	87 + 2		

The aim of this thesis was to explore the current state and prospects of digital responsibility reporting. The study sought out what the digital responsibility of companies is, how to report on digital responsibility, what themes are included in digital responsibility and what indicators are used as part of responsibility reporting. In addition to providing new information, the aim was that the results of the study can be used in the organizations' practical responsibility work.

The study analyzed the responsibility documents of 13 Finnish companies. Content analysis was used to define a total of 421 expressions of digital responsibility, which were classified into the categories of management, personnel responsibility, product and customer responsibility, environment, supply chain and corporate citizenship and indicators. ICT companies were the most active in addressing digital responsibility themes in their reports, but at least one expression was found in the responsibility document of each studied company.

As a result of the study, it can be stated that digitalization, data and technologies contain both risks and opportunities from the perspective of responsibility. Digital responsibility is a broad topic, which can be divided into environmental, social and governance in accordance with the ESG framework. Conceptually digital responsibility can be defined, for example, as the intersection of digital and corporate responsibility. On the other hand, it is possible that in the future the themes of digitalization will become a solid part of corporate responsibility, and there will be no need for an independent definition.

As digitalization can have not only positive sustainability impacts but also downsides, the topic requires organizations to conduct versatile analysis when developing and using technology, data and digitalization. Emerging digital legislation provides the foundation for digital responsibility, and various digital responsibility frameworks can help organizations develop it. This thesis also provides examples of both practical actions and models to support the implementation and reporting of digital responsibility.

Keywords corporate social responsibility, corporate responsibility, responsibility reporting, sustainability reporting, digitalization, knowledge management

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Johdatus aihepiiriin	6
1.2	Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	8
1.3	Opinnäytetyön rakenne.....	8
2	VASTUULLISUUSRAPORTOINTI.....	9
2.1	Yhteiskuntavastuu	9
2.2	Vastuullisuusraportoinnin tausta ja merkitys.....	10
2.3	Vastuullisuusraportoinnin regulaatio, viitekehykset ja sisällöt.....	12
2.4	Vastuullisuusraportoinnin tulevaisuus.....	15
3	DIGITAALINEN VASTUULLISUUS	17
3.1	Digitaalisen vastuullisuuden määritelmä.....	17
3.2	Digitaalisen vastuullisuuden regulaatio.....	19
3.3	Digitaalisen vastuullisuuden viitekehykset.....	21
3.4	Digitaalinen vastuullisuus yritysvastuun kontekstissa	23
3.5	Digitaalinen vastuullisuus ja raportointi.....	25
4	METODOLOGIA.....	27
4.1	Tutkimusmenetelmä	27
4.2	Tutkimusaineisto.....	28
4.3	Aineiston analyysi.....	30
4.3.1	Analyysin valmisteluvaihe.....	31
4.3.2	Analyysin toteutus	33
4.3.3	Analyysissa tehdyt rajaukset	35
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET	37
5.1	Yleiskuvaus tuloksista.....	37
5.2	Digitaalisen vastuullisuuden johtamisen näkökulma	38
5.2.1	Digitaalinen etiikka ja regulaatio	39
5.2.2	Hallinto	40
5.2.3	Strateginen ulottuvuus.....	41
5.2.4	Digitaalinen vastuuvollisuus.....	42
5.2.5	Kehittäminen ja toimenpiteet	43
5.3	Digitaalisen vastuullisuuden henkilöstönäkökulma	43

5.3.1	Henkilöstön koulutus ja osaaminen	45
5.3.2	Työhyvinvointi ja työsuojelu	45
5.4	Digitaalisen vastuullisuuden asiakas- ja tuotevastuun näkökulma.....	48
5.4.1	Vastuullinen tuote- ja palvelukehitys.....	48
5.4.2	Kestävät palvelut	49
5.5	Digitaalisen vastuullisuuden ekologinen näkökulma	51
5.6	Digitaalisen vastuullisuuden toimitusketjun näkökulma	54
5.7	Digitaalisen vastuullisuuden yrityskansalaisuuden näkökulma	56
5.7.1	Digitaalinen voimaantuminen ja osallisuus	57
5.7.2	Osallistuminen, vaikuttaminen ja tiedon jakaminen	58
5.8	Digitaalisen vastuullisuuden mittarit.....	59
5.8.1	Kyberturvan, tietosuojan ja tietoturvan mittarit.....	60
5.8.2	Muut digitaalisen vastuullisuuden mittarit	61
5.9	Digitaalisen vastuullisuuden kokonaisuus.....	62
5.9.1	Digitaalisen vastuullisuuden ympäristöulottuvuus.....	64
5.9.2	Digitaalisen vastuullisuuden sosiaalinen ulottuvuus	65
5.9.3	Digitaalisen vastuullisuuden hallinnollinen ulottuvuus	66
6	POHDINTA	67
6.1	Yhteenveto	67
6.1.1	Miten digitaalisesta vastuullisuudesta raportoidaan?.....	67
6.1.2	Digitaalisen vastuullisuuden teemat ja mittarit.....	68
6.1.3	Mitä digitaalinen vastuullisuus on?	72
6.1.4	Kehittämisehdotukset organisaatiolle	74
6.2	Tutkimuksen arviointi	75
6.3	Jatkotutkimusehdotukset	78
	LÄHTEET	80
	LIITTEET	90

1 JOHDANTO

1.1 Johdatus aihepiiriin

Vastuullisuus on voimakkaasti vahvistuva trendi ja organisaatioille jopa menestymisen ehto (Hellström & Parkkonen 2022, 13). Esimerkiksi ilmastonmuutos, liikakulutus ja ihmisoikeusloukkaukset ovat esimerkkejä ajankohtaisista aiheista, joita vastuullisuudella ja kestäväällä kehityksellä pyritään ratkaisemaan (Seppälä 2022, 2). Yritykset ovat merkittävässä roolissa kestävän kehityksen hallinnassa ja siihen liittyvien haasteiden ratkaisemisessa (Mäkelä 2021, 81). Vastuullisuus on jokaiselle organisaatiolle olennaista, ja myös suomalaisten yritysten vastuullisuustoiminta on yhä tavoitteellisempaa, strategisempaa ja järjestelmällisempää (FIBS 2021).

Dataan ja teknologiaan liittyvä vastuullisuuskeskustelu on kaksijakoista. Digitaalisen kehityksen edut ovat laajasti tiedossa, ja datalla ja tietopohjaisilla teknologioilla on suuret mahdollisuudet monimutkaisten yhteiskunnallisten ja globaalien haasteiden voittamisessa. Toisaalta kun digitalisaatio laajenee ja teknologian rooli ihmisten päivittäisessä elämässä kasvaa, vastuullisten lähestymistapojen kysyntä lisääntyy. (Van der Merwe & Al Achkar 2022.) Monet yritykset ovat riippuvaisia digitaalisista työkaluista, datasta, analytiikasta ja automaatiosta, mutta ovat nyt todenneet, että nämä osa-alueet ovat myös nostaneet esiin uudenlaisia eettisiä haasteita (IMD 2022, 6).

Digitalisaatio koskettaa käytännössä kaikkia organisaatioita ja nostaa vääjäämättä myös uusia aiheita ja näkökulmia yritysvastuullisuuden teemaan (Lankoski & Smith 2021). Teknologiat, data ja digitaalisuus tarjoavat paljon mahdollisuuksia, mutta sisältävät myös uhkia sekä mahdollisia ei-toivottuja sivuvaikutuksia (Carl, Zilcher & Hinz 2022; Mueller 2022). Kun organisaatiot ottavat käyttöön uusia teknologioita, niillä on edessään myös uudenlaisia velvollisuuksia (Jones & Comfort 2022). Esimerkiksi yksityisyydensuoja, luottamus ja tietoturva aiheuttavat huolta digitaalisessa toimintaympäristössä, ja eri sidosryhmät tarpeineen ja vaateineen luovat painetta toimia vastuullisesti ja kestävämmällä tavalla osana digitaalista kehitystä (IMD 2022, 6).

Kyky tunnistaa, analysoida ja lieventää teknologiaan ja dataan liittyviä eettisiä haasteita on tärkeä taito siirryttäessä kohti digitaalista yhteiskuntaa. Organisaatiot voivat pienentää digitaalisuuteen liittyviä eettisiä riskejä ottamalla käyttöön toimintatapoja, jotka kannustavat vastuullisuuteen teknologian ja datan kehittämisessä ja käytössä. (Mueller 2022.) Vaikka tällaisia malleja voisi pitää osana kokonaisvaltaisempaa yritysvastuuta, viimeaikaisessa tutkimuksessa on nostettu esiin erillinen yritysten digitaalisen vastuun käsite (Corporate Digital Responsibility, CDR) (Mueller 2022), joka tiivistää ja kokoaa yhteen erilaiset eettiset kysymykset, joita yritykset kohtaavat teknologiaan ja digitaalisuuteen liittyen (Cheng & Zhang 2023; Herden ym. 2021).

Vastuullisuusraportit ovat organisaatiolle tärkeä kanava kestävyystoimista viestimiseen eri sidosryhmille, ja niiden suosio on kasvussa (Seppälä 2022, 7). Vastuullisuusraportointi on perinteinen, vaikkakin jatkuvasti kehittyvä yritysraportoinnin väline, jolla on yrityskohtaisten hyötyjen lisäksi myös yhteiskunnallisia vaikutuksia. Raportointi muun muassa luo ymmärrystä siitä millainen rooli yrityksillä on kestävämmän yhteiskunnan rakentamisessa ja mitä yritysvastuullisuudella yleensäkin tarkoitetaan. (Mäkelä 2021, 76–77.)

Yritysvastuu ja vastuullisuusraportointi heijastelevat omaa aikaansa (Kurittu 2018). Vastuullisuusvaatimukset ja odotukset kehittyvät koko ajan, ja menestyäkseen tulevaisuudessa organisaation kannattaa asennoitua uteliaasti ja ennakkoluulottomasti uusiin kehityskulkuihin sekä nouseviin vastuullisuusvaatimuksiin (Hellström & Parkkonen 2022, 40). Tällä hetkellä sidosryhmät vaativat yrityksiltä yhä enemmän myös digitaalisen vastuullisuuden teemojen mittaamista ja julkaisemista (Famularo 2023b, 1), mutta näistä aiheista raportointi osana vastuullisuusraportointia on silti vielä varsin vähäistä (Lautermann & Frick 2023).

Voidaankin todeta, että digitaalisuus, data ja uudet teknologiat haastavat parhailaan vastuullisuutta niin käytännön kuin teorian tasolla. Aihepiirin ja sen tilan syvällisemmän ymmärryksen kerryttämiseksi tässä opinnäytetyössä tarkastellaan digitaalista vastuullisuutta yritysvastuullisuuden kontekstissa suomalaisten yritysten vastuullisuusraporttien kautta.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää digitaalisen vastuullisuuden raportoinnin nykytilaa ja tulevaisuuden näkymiä osana yritysten vastuullisuusraportointia. Tutkimuksen tavoitteena on luoda katsaus digitaaliseen vastuullisuuteen ja sen raportointiin sekä kehittämissuositusten tekeminen niiden toteuttamiseksi osana yhteiskuntavastuuta. Opinnäytetyössä tuotettua tietoa voidaan hyödyntää organisaatioiden käytännön vastuullisuustyössä.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

- Mitä yritysten digitaalinen vastuullisuus on?
- Miten digitaalisesta vastuullisuudesta raportoidaan osana vastuullisuusraportointia?
- Mitä teemoja ja mittareita digitaalisen vastuullisuuden näkökulmasta nostetaan esiin osana vastuullisuusraportointia?

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Tämä tutkimuspainotteinen opinnäytetyö koostuu kuudesta luvusta. Johdannon jälkeen opinnäytetyössä on kaksi aihepiiriä taustoittavaa teorialukua, joista ensimmäinen käsittelee vastuullisuusraportointia (luku kaksi) ja jälkimmäinen digitaalista vastuullisuutta (luku kolme). Metodologia-luvussa (luku neljä) kuvataan tutkimuksen menetelmälliset valinnat, esitellään tutkimusaineisto sekä kuvataan yksityiskohtaisesti aineiston analyysiprosessi. Analyysin tulokset esitellään luvussa viisi. Opinnäytetyön päätösluvussa (luku kuusi) tehdään tutkielman yhteenvedo tutkimuskysymyksiin ja tavoitteisiin peilaten, arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta ja merkitystä sekä esitetään jatkotutkimusehdotuksia.

2 VASTUULLISUUSRAPORTOINTI

2.1 Yhteiskuntavastuu

Organisaatioiden vastuullisuudesta käytetään useita eri termejä. Usein yhteiskuntavastuuta (Corporate Social Responsibility, CSR) sanotaan lyhemmin yritysvastuuksi (Hellström & Parkkonen 2022, 14), mutta myös esimerkiksi sosiaalinen vastuu ja kestävä kehitys ovat sanoja, joilla kuvataan yritysten vastuullisuutta (Juutinen 2016, 1.2). Etenkin sijoitusmarkkinoilla vastuullisuudesta puhutaan puolestaan usein termillä ESG. ESG on lyhenne englanninkielisistä sanoista *Environmental*, *Social* ja *Governance*, ja sillä viitataan erityisesti yritysten ympäristö- ja yhteiskuntavastuuseen sekä hyvään hallintotapaan. (Hellström & Parkkonen 2022,14.)

Sisällöllisesti ja käytännössä eri termit kuitenkin tarkoittavat suunnilleen samaa (Juutinen 2016, 1.2), vaikka yritysvastuullisuudella ei myöskään ole vain yhtä yleisesti hyväksyttyä merkitystä. Yksi yleisimmin käytetyistä määritelmistä on tiivistetty Euroopan komission yhteiskuntavastuuta koskevassa vihreässä kirjassa, jossa se kuvataan "käsitteeksi, jolla yritykset integroivat sosiaaliset ja ympäristönäkökohdat liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa sidosryhmiensä kanssa vapaaehtoiselta pohjalta" (Lopez Jiménez, Dittmar & Vargas Portillo 2021). Yksinkertaistettuna yritysvastuullisuus tarkoittaa yritysten vastuuta siitä, ettei niiden toiminta aiheuta vahinkoa ympäristölle tai siinä asuville ihmisille (Seppälä 2022, 3). Kyseessä on organisaation vastuu sen taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristövaikutuksista huomioiden myös toiminnan epäsuorat seuraukset (Hellström & Parkkonen 2022, 14).

Kolmiulotteisen yhteiskuntavastuun jaottelun mukaisesti yritysvastuullisuuden taloudelliseen ulottuvuuteen kuuluvat muun muassa organisaation kannattavuus, omistajien tuotto-odotusten lunastaminen, kilpailukykyisyys, korruption ja lahjonnan torjunta sekä taloudellisen hyvinvoinnin tuottaminen yhteiskuntaan. Ympäristöulottuvuus puolestaan sisältää esimerkiksi maaperän, veden ja ilman suojelemisen, säästeliään ja tehokkaan luonnonvarojen käytön, ilmastonmuutoksen torjumisen, luonnon monimuotoisuuden suojelemisen sekä tuotteen elinkaareen ja toiminnan arvoketjuun liittyvät velvollisuudet. Sosiaalisella ulottuvuudella taas

viitataan erityisesti henkilöstön osaamiseen ja hyvinvointiin, kuluttajansuojaan, tuoteisiin liittyviin vastuisiin, ihmisoikeuksiin sekä hyviin toimintatapoihin yritysverkostoissa, yhteisöissä ja yhteiskuntasuhteissa. (Lindroos 2016, 8.)

Vastuullisuuden taustalla on ajatus, että yritys on vastuussa toimintansa aiheuttamista vaikutuksista yhteiskuntaan, olivatpa ne sitten kielteisiä tai myönteisiä (Lindroos 2016, 8). Samaan aikaan kun organisaatio käyttää hyödyksi liiketoimintamahdollisuudet sidosryhmien odotuksiin vastaamalla, se pyrkii minimoimaan näistä toimista ja vaikutuksista aiheutuvat haitat ja riskit (Juutinen 2016, 1.2). Käytännön tasolla yritysvastuu muuttuu erilaisiksi toimiksi ja tavoitteiksi organisaatiosta ja kokonaisuudesta riippuen (Lopez Jiménez ym. 2021), ja usein sillä viitataan erityisesti lainsäädännön vaateiden ylittävien toimien toteuttamiseen (Juutinen 2016, 1.2).

2.2 Vastuullisuusraportoinnin tausta ja merkitys

Christensenin, Hailin ja Leuzin (2021) mukaan vastuullisuusraportointi on ESG-aiheita, -toimintoja, -riskejä ja -politiikoita koskevien tietojen mittaamista, julkistamista ja viestintää. Vastuullisuusraportin avulla organisaatio julkaisee tietoa taloudellisista, ympäristöllisistä ja sosiaalisista vaikutuksistaan, joita sen toiminta on saanut aikaan tietyn ajanjakson aikana (Lindroos 2016, 9).

Vastuullisuusraportit ovat väline yhteiskuntavastuusta viestimiseen, ja ne kertovat yrityksen sitoumuksista suhteessa ympäristöön, kestävään kehitykseen ja sosiaalisen vastuun teemoihin sekä näihin liittyviin velvoitteisiin (Moravcikova, Stefanikova & Rypakova 2015). Vastuullisuusraportteja voidaan kutsua myös esimerkiksi kestävyysraporteiksi, ESG-raporteiksi tai yritysvastuuraporteiksi (Hellström, Nieminen & Parkkonen 2020, 11), muun kuin taloudellisten tietojen raportoinniksi tai kolmoistilinpäätökseksi (Lindroos 2016, 9). Vastuullisuusraportit voivat sisältää sekä laadullista että määrällistä tietoa (Christensen ym. 2021). Erillisten dokumenttien lisäksi vastuullisuudesta voidaan raportoida myös osana organisaation vuosiraporttia (Hellström ym. 2020, 11).

Vastuullisuusraportointia on jossain muodossa ollut olemassa jo kymmeniä vuosia, mutta nykymuotoinen kaikkia yritysvastuun osa-alueita kattava raportointi-

tapa alkoi yleistymään noin 15–20 vuotta sitten (Mäkelä 2021, 78; Penttilä & Eräranta 2021, 13). Impulssin raportoinnin kehittymiselle antoi etenkin sidosryhmien kasvava tietoisuus kestävän kehityksen haasteista (Mäkelä 2021, 78). Vastuullisuusraportointi syntyi, koska yritykset halusivat osoittaa olevansa sidosryhmien luottamuksen arvoisia ja ottivat tämän todentamisen välineiksi toimintansa vaikutuksia arvioivat vastuullisuusraportit sekä tuotteiden tai tuotantoprosessien laatu-standardit ja sertifikaatit (Hellström & Parkkonen 2022, 14).

Nykyisin vastuullisuudesta raportointi on jo organisaatioille arkipäivää. KPMG:n (2022) mukaan vastuullisuusraporttien määrä on kasvanut vuosi vuodelta, ja vuonna 2022 jo 96 prosenttia maailman suurimmista yrityksistä raportoi vastuullisuudestaan. Myös suomalaisissa yrityksissä vastuullisuusraportointi alkaa olla jo valtavirtaa (Hellström & Parkkonen 2022, 16). FIBS:n (2023) vastuullisuusbarometrissa kerrotaan, että vuonna 2023 vastuullisuustutkimuksessa tarkastelluista 174 yrityksestä 82 prosenttia sisällytti ESG-näkökulman riskienhallintaprosesseihin sekä -raportointiin ja 74 prosenttia teki yritysraportin.

Yritysten vastuullisuusraportointiin kohdistuu isoja odotuksia eri sidosryhmien taholta. Esimerkiksi verottaja vaatii täsmällistä veroraportointia ja kuluttajat helposti ymmärrettävää vastuullisuustietoa, globaali kestävyys siirtymä edellyttää vastuullisuudesta raportointia koko toimitusketjun läpi (Mäkelä 2021, 77), ja vastuullisuus kiinnostaa yhä enemmän myös sijoittajia (Hellström & Parkkonen 2022, 15).

Vastuullisuusraportoinnilla on monia erilaisia tarkoituksia, rooleja ja merkityksiä. Se voi olla samaan aikaan niin lakisääteistä vuosiraportointia ja vapaaehtoista vaikuttamisviestintää kuin tärkeä tietolähde yritystoiminnan vaikutuksista yhteiskuntaan. Sen lisäksi, että raportit tarjoavat informaatiota sidosryhmille ja organisaation päätöksenteon tueksi, ne ovat myös tärkeä sidosryhmäyhteistyön kanava. Raportit voivat toimia yritystoiminnan legitimoinnin välineenä ja työkaluna maineenhallinnassa sekä muokata laajemminkin ymmärrystä siitä, mikä yritysten tehtävä kestävyys siirtymässä on, mitä yhteiskunnallinen vastuu tarkoittaa ja millaisia yritysten tilivelvollisuussuhteet ovat. (Mäkelä 2021, 76, 80–81.)

Vastuullisuusraportointia ei kuitenkaan pidä tarkastella vain organisaatioon kohdistuvien ulkoisten odotusten tai sen profiloinnin näkökulmasta, vaan myös oman

toiminnan kehittämisen mahdollistajana (Hellström ym. 2020, 12). Yhteiskunta-vastuuraportointi voi esimerkiksi antaa johdonmukaisen lähestymistavan vastuullisen toiminnan johtamiseen sekä auttaa tunnistamaan tulevaisuuden riskejä ja mahdollisuuksia, jolloin se voi myös parantaa koko liiketoiminnan kilpailukykyisyyttä (Moravcikova ym. 2015). Lisäksi, vaikka vastuullisuusraportointi mielletään usein etenkin yhteiskunnallista hyväksyttävyyttä lujittavaksi ulkoisen viestinnän keinoksi, parhaimmillaan se on myös vahva sisäisen viestinnän väline (Hellström ym. 2020, 19).

2.3 Vastuullisuusraportoinnin regulaatio, viitekehykset ja sisällöt

Niin erilaiset standardit kuin kehittyvä regulaatio ovat vauhdittaneet vastuullisuusraportoinnin muotoutumista. Esimerkiksi EU:ssa suuria yrityksiä on veloitettu lainsäädöllä vastuullisuustietojen julkaisemiseen jo 2010-luvun puolivälistä alkaen. (Penttilä & Eräranta 2021, 14.) Vastuullisuusnäkökulmiin liittyvä, tilinpäätöksen yhteydessä toteutettava raportointivelvoite (Non-Financial Reporting-directive EU/2014/95) koski hyvin pitkään vain yli 500 työntekijän yrityksiä (Hellström & Parkkonen 2022, 16; TEM 2023), mutta EU:n CSRD-direktiivin myötä raportointivelvoite laajenee myös pienempiin yrityksiin (CSRD Delegated act 2023).

Yrityksiin kohdistuvien vastuullisuusodotusten kasvaessa ja moninaistuessa on syntynyt lukuisia erilaisia malleja ja viitekehyksiä, jotka ohjaavat vastuullisuustietojen raportointia (Hellström & Parkkonen 2022,14; Christensen ym. 2021). Raportointiviitekehykset tarjoavat ohjeita ja indikaattoreita vastuullisuuden mittaamiseen, varmentamiseen ja viestintään sekä pyrkivät luomaan vertailukelpoisen pohjan, jonka avulla yrityksiä voidaan myös verrata keskenään (Lindroos 2016, 11, 13).

Käytetyin vastuullisuusraportoinnin viitekehys on The Global Reporting Initiative (GRI). Muita malleja ovat esimerkiksi <IR> -viitekehys, Sustainability Accounting Standards, Social Responsibility Guide (ISO 26000, 2010), Economy of the Common Good (ECG, 2017), UNEP-SETAC (UNEP, 2020), AA1000 (2018, The International Integrated Reporting Council (IIRC) sekä ilmastoraportointiin painot-

tuvat Carbon Disclosure Project (CDP), The Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) ja The Climate Disclosure Standards Board (CDSB). (Ibáñez-Forés, Martínez-Sánchez, Valls-Val & Bovea 2023; Mäkelä 2021, 79; Hellström ym. 2020, 11; Lindroos 2016.)

Esimerkiksi GRI-ohjeiston tavoitteena on antaa organisaatioille yhdenmukainen mittausjärjestelmä ja käsitteistö taloudellisten, ympäristöllisten ja sosiaalisten vaikutusten arvioinnin kehittämiseen (Lindroos 2016, 15). Vertailtavuuden tavoitteestaan huolimatta GRI:n käyttö ei kuitenkaan takaa yhtenäisiä raportointikäytäntöjä ja vertailukelpoisia vastuullisuustietoja, sillä yritykset painottavat raporteissaan erilaisia vastuullisuustekijöitä (Kotonen 2009).

Vastuullisuusraporttien sisällöt voivat vaihdella huomattavasti eri yritysten, toimialojen ja maiden välillä (Christensen ym. 2021). Organisaatiot valitsevat raportoitavat aiheet olennaisuusperiaatteen mukaisesti, eli raporttiin valikoidaan liiketoiminnan, mahdollisuuksien ja riskien kannalta tärkeimmät vastuullisuustekijät (Silvola 2021). Valintoihin vaikuttavat esimerkiksi sidosryhmien erilaiset odotukset eri toimialoilla toimivien yritysten vastuullisuuden painotuksista (Sweeney & Coughlan 2008, 114), mutta myös muun muassa yrityksen koko sekä toimialan sääntely voivat vaikuttaa siihen, millaisista vastuullisuuden osa-alueista raportoidaan (Christensen ym. 2021). Lisäksi esimerkiksi yrityksen kansainvälisyyden aste sekä yleiset kontekstuaaliset tekijät, kuten sosiaalinen ja kulttuurinen toimintaympäristö voivat vaikuttaa siihen mihin yritykset paneutuvat vastuullisuusraporteissaan (Kotonen 2009).

Koska vastuullisuusraportointi on perustunut pääasiassa vapaaehtoisuuteen, organisaatiot ovat voineet suurilta osin itse valita mitä ja miten ne kertovat vastuullisuudestaan (Hellström & Parkkonen 2022, 16; Hellström ym. 2020, 11). KPMG:n (2022) tutkimuksen mukaan yritykset raportoivat eniten ESG-näkökulman ympäristöulottuvuudesta, mutta noin puolet heidän tutkimukseensa osallistuneista yrityksistä raportoivat myös sosiaalisista ja hallinnollisista osa-alueista.

Kotosen (2009) mukaan suomalaiset suuret yritykset raportoivat vastuullisuusdokumenteissaan sosiaalisen vastuullisuuden tiimoilta esimerkiksi henkilöstöjohtamisesta, henkilöstön osaamisesta ja koulutuksista, työtyytyväisyydestä, tasa-ar-

vosta sekä turvallisuusasioista. Sosiaalisen vastuun alle kuuluvat myös hyväntekeväisyys ja sponsorointi sekä erilaiset yhteisöpohjaiset hankkeet (Kotonen 2009).

Ympäristövastuu on nähty yritysten yhteiskuntavastuujärjestelmän laajimpana osana, ja yritykset raportoivat siihen liittyen esimerkiksi strategioistaan ja tavoitteistaan sekä ympäristöriskeistään. Muita raportoituja ympäristöteemoja ovat muun muassa päästöt, kulutus, energia, raaka-aineet, kuljetus ja ilmastonmuutos. Vastuullisuuden taloudelliset tiedot puolestaan sisältävät avaintietoa taloudellisista tunnusluvuista sekä tietoa organisaation suorituskyvystä. Vastuullisuusraportit voivat sisältää myös muuta tietoa, kuten erilaisia katsauksia, hallintojärjestelmiä koskevia tietoja sekä arviointilausuntoja. (Kotonen 2009.)

Lainsäädännöstä, viitekehyksistä ja standardeista huolimatta suurin osa yrityksistä on tähän saakka saanut valita itse, miten laajasti ja millä tavoin ne raportoivat yritys vastuun kysymyksistä (Mäkelä 2021, 80). Euroopan komissio kuitenkin tiukentaa parhaillaan yritysten vastuullisuusraportointiin liittyvää sääntelyään (Hellström & Parkkonen 2022, 16), ja EU:n uusi Corporate Sustainability Reporting (CSRD) direktiivi astui voimaan tammikuussa 2023. Käytännössä aikaisempaa laajempi joukko suuria yrityksiä sekä pörssilistattuja pk-yrityksiä joutuu jatkossa pakollisesti raportoimaan kestävästä kehityksestä. (Euroopan komissio 2023.) Arvioiden mukaan pakollinen raportointivelvollisuus tulee koskemaan Suomessa suoraan noin 1500 yritystä ja alihankintaketjujen kautta huomattavasti suurempaa määrää (Lehtola 2024).

Kuparisen (2023a) mukaan CSRD-direktiivi tuo uudenlaisia vastuullisuusraportointivelvoitteita vuosittaisten tilinpäätöstietojen rinnalle, ja jatkossa yritysten on raportoitava toimintakertomuksen yhteydessä myös kestävyydestä kaksoisolenaisuuden näkökulmasta. Käytännössä yritysten on huomioitava yhä tarkemmin ja laajemmin sen liiketoiminnan aikaansaamat sosiaaliset ja ympäristövaikutukset sekä myös raportoitava näistä. Raportoinnin pohjaksi tehdään olennaisuusarvio, jossa yritys arvioi sen merkittävimmät kestävyysvaikutukset. (Kuparinen 2023b.) Iso uudistus on myös se, että ulkoisen toimijan on jatkossa varmentettava yrityksen kestävyystiedot (Kuparinen 2023a).

2.4 Vastuullisuusraportoinnin tulevaisuus

Euroopan komissio vahvisti 31.7.2023 eurooppalaiset kestävä kehityksen raportointistandardit (ESRS), jotka on tarkoitettu kaikkien yritysten kestävä kehityksen raportointidirektiivin (CSRD) alaisten yritysten käyttöön. Standardit kattavat ympäristöön, yhteiskuntaan ja hallintoon liittyviä kysymyksiä mukaan lukien ilmastomuutoksen, ihmisoikeudet ja luonnon monimuotoisuuden. (Euroopan komissio 31.7.2023; CSRD Delegated act 2023.) ESRS-standardit määrittävät miten ja millä menetelmillä yrityksen pitää teemoista raportoida (Kuparinen 2023a).

Elinkeinoelämän keskusliitto Ry (2022, 8) epäili, että CSRD-direktiivin myötä yritysten joustava päätösvalta raportoitavista vastuullisuusteemoista poistuu kokonaan, ja jatkossa ”kaikki yritykset raportoivat kaikesta – yhdenmukaisesti ja samalla tarkkuustasolla”. Näin ei kuitenkaan ole, sillä CSRD-direktiivi sisältää useita standardeja, joista vain osa on kaikille raportointivelvollisille yrityksille pakollisia ja muista standarditeemoista yritys raportoi, mikäli se tunnistaa sen toiminnalla olevan oleellisia vaikutuksia kyseisiin teemoihin. Lisäksi tekeillä on toimialakohtaiset raportointistandardit, joissa yksilöidään tiedot, joista kaikkien tietyllä toimialalla toimivan yrityksen on raportoitava. (Kuparinen 2023a; Kuparinen 2023b.) Vuosi 2024 on ensimmäinen CSRD-direktiivin mukainen raportointivuosi, joten uudenlaiset vastuullisuusraportit ovat luettavissa ensimmäisen kerran vuonna 2025 (Kuparinen 2023a).

Regulaation lisäksi myös tulkinnat vastuullisuudesta, kestävydestä ja vaikuttavuudesta ovat muuttuvia. Nousevien vastuullisuusteemojen lisäksi on hyvä ennakoida myös sitä, mitä vastuullisuudella tulevaisuudessa ymmärretään. Esimerkiksi ajatukset siitä, millaisiin viitekehyksiin vastuullisuus nojaa, miten vastuullisuus suhteutuu organisaation strategiaan, millaista vastuullisuusjohtaminen on, miten vastuullisuuskulttuuria luodaan sekä miten vastuullisuudesta viestitään ovat jatkuvassa muutoksessa. Vastuullisuustrendeissä näkyy, kuinka osa vastuullisuuden tämän hetken vaatimuksista muuntuu arkipäivän tekemiseksi ja huomio suuntautuu kohti uudenlaisia vastuullisuusvaatimuksia ja teemoja. (Hellström & Parkkonen 2022, 40–42.)

Sitran megatrendien 2023 mukaan kilpailu digivallasta etenee vauhdilla. Digitaalisuus kehittyy nopeasti, uudenlaista teknologiaa otetaan käyttöön lähes kaikilla elämänalueilla ja dataa syntyy sekä käytetään yhä enenevässä määrin. Samaan aikaan kiistellään muun muassa digimaailman eettisistä pelisäännöistä, uusien teknologioiden tarvitsemista resursseista sekä laajemminkin teknologian tulevasta kehityssuunnista. (Dufva & Rekola 2023, 11.) Tämän myötä myös yritys vastuukeskusteluun on noussut mukaan uusi tulokas, *digitaalinen vastuullisuus*, johon perehdytään tarkemmin seuraavassa luvussa.

3 DIGITAALINEN VASTUULLISUUS

3.1 Digitaalisen vastuullisuuden määritelmä

Digitaalisen vastuullisuuden käsitteelliset juuret ovat sekä tietotekniikan että liiketoiminnan etiikassa. Ensimmäisen kerran digitaalinen vastuullisuus (CDR, Corporate Digital Responsibility) -termi näki laajamittaisemmin päivänvalon vuoden 2017 paikkeilla. (Mueller 2022.) Tällä hetkellä yritysten digitaalinen vastuullisuus ymmärretään erityisesti organisaatioiden vastuuna käyttäjiä, yhteiskuntaa ja hallintoa kohtaan, kun on kyse digitaalisten työkalujen käytöstä ja datasta (Van der Merwe & Al Achkar 2022). Digitaalinen vastuullisuus on tärkeässä roolissa teknologioiden sekä digitaalisten tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä, käyttöönotossa sekä johtamisessa eettisesti ja vastuullisesti (Carl ym. 2022).

Tuoreena tutkimuskohteena digitaalisen vastuullisuuden terminologia on vielä melko vakiintumatonta. Van der Merwen ja Al Achkarin (2022) mukaan edelleen hyvä määritelmä on peräisin jo 1980-luvulta Richard Masonilta, jossa hän kuvaa digitaalisen vastuullisuuden olemusta seuraavasti: "Moraalinen veloitteemme on selvä. Meidän on varmistettava, että tietotekniikkaa ja sen käsittelemää tietoa käytetään ihmiskunnan arvokkuuden lisäämiseen". Sittemmin digitaalinen vastuullisuus on saanut useita kilpailevia määritelmiä (Van der Merwen & Al Achkar 2022), ja yksi viime vuosien siteeratuimmista käsitteellistyksistä on peräisin Lobschatilta ja kumppaneilta (2021), joiden mukaan digitaalinen vastuullisuus on joukko yhteisiä arvoja ja normeja, jotka ohjaavat organisaation toimintaa teknologian ja datan luomisen sekä käytön osalta.

Digitaalisen vastuullisuuden määritelmä ja sisältö ovat yhä kehittyviä, ja eri termit voidaan myös käyttää eri tavoin (Herden ym. 2021). Mueller (2022) esitteli tutkimuksessaan vuonna 2022 kahdeksan erilaista digitaalisen vastuullisuuden määritelmää, ja vuotta myöhemmin Bednárová ja Serpeninova (2023) taas identifioivat aikaisemmasta tutkimuksesta jo 17 erilaista kiteytystä, mikä kertonee tutkijoiden terminologisen yksimielisyyden puutteen lisäksi kasvaneesta tutkimusellisesta kiinnostuksesta aihepiiriä kohtaan.

Bednárován ja Serpeninovan (2023) mukaan yhteisiä kaikille digitaalisen vastuullisuuden erilaisille määritelmille ovat kuitenkin seuraavat näkökohdat: oikeudellinen aspekti kuten lakisääteisten vaatimusten noudattaminen, digitalisaation eettisiin näkökohtiin liittyvä vapaaehtoinen tietojen julkaiseminen, digitaalinen vastuullisuus osana yritys vastuullisuutta sekä teknologian yhteiskunnalle tuottamien vaikutusten tarkastelu.

Myös käytännön tasolla digitaalinen vastuullisuus voidaan kuvata usealla eri tavalla, koska tutkijat työstävät vielä lopullista määritelmää (Merbecks 2023). Merbecksin (2023) mukaan digitaalinen vastuullisuus on uusi johtamiskonsepti, jossa organisaatio vastaa digitaalisen muutoksen aiheuttamiin haasteisiin ja ottaa vapaaehtoisesti vastuuta digitaloudessa muuttamalla johtamis- ja tuotantojärjestelmiään sekä ottamalla käyttöön hallintojärjestelmiä. Hieman konkreettisemmän kuvauksen digitaalisen vastuullisuuden sisällöstä antavat esimerkiksi Cheng ja Zhang (2023), jotka ehdottavat, että etenkin teknologian kehittämisen yhteydessä digitaalisessa vastuullisuudessa olisi erotettava toisistaan yritysten digitoitu vastuu ja yritysten digitalisoitu vastuu. Digitoituun vastuuseen kuuluvat erityisesti puolueeton tiedonhankinta, tietosuoja ja tiedon ylläpito ja digitalisoituun vastuuseen taas asianmukainen tiedon tulkinta, objektiiviset ennusteet sekä arvostirriiden ratkaiseminen dataan perustuvassa päätöksenteossa (Cheng & Zhang 2023).

Isik ja Wade (2021) sekä The Institute for Management Development (IMD 2022) puolestaan jakavat digitaalisen vastuullisuuden sosiaalisiin-, taloudellisiin-, teknisiin- ja ympäristökomponentteihin. Sosiaaliseen digitaaliseen vastuuseen kuuluvat esimerkiksi työntekijöiden, asiakkaiden ja muiden sidosryhmien tietosuojan varmistaminen sekä digitaalisen diversiteetin ja osallisuuden edistäminen. Taloudellinen näkökulma taas sisältää muun muassa teknologian vastuullisen käytön ihmistyön korvaajana sekä digitalisaation aikaansaamien hyötyjen jakamisen laajemmin yhteiskuntaan. Tekninen digitaalinen vastuullisuus pyrkii varmistamaan esimerkiksi sen, että teknologioiden luominen ei vahingoita yhteiskuntaa, tekoälyä käytetään ja kehitetään eettisesti sekä kyberturvallisuuden huomioimisen. Digitaalisen vastuullisuuden ympäristökomponentti puolestaan tavoittelee muun muassa teknologioiden pidempää käyttöikää ja laitteiden kierrätystä sekä kannustaa vastuulliseen energiankulutukseen. (IMD 2022, 14.)

3.2 Digitaalisen vastuullisuuden regulaatio

Vastuullista toimintaa voidaan edistää regulaation avulla. Vastuullisuuden määritelmien mukaan pelkkä lakien noudattaminen ei kuitenkaan vielä riitä, sillä vastuullinen toiminta on lain vaatimusten ylittämistä (esim. Van der Merwe & Al Achkar 2022).

Yhtenäistä digitaalisen vastuullisuuden lainsäädäntöä ei vielä ole olemassa (Merbecks 2023), mutta eri puolilla maailmaa on käynnissä useita aloitteita digitaalisiin aihepiireihin liittyvien vastuiden toteuttamiseksi (IMD 2022, 27). Erilaiset lait ja säännökset ovat kuitenkin usein maakohtaisia, ja ne voivat siksi olla haastavia erityisesti monikansallisille yrityksille. Esimerkiksi tietosuojastandardin käytöstä huolimatta tietosuoja voi kärsiä epäyhtenäisistä käytännöistä siksi, että se mitä pidetään yksityisenä voi vaihdella kulttuurien, yksilöiden ja ajan mukaan. Tämän seurauksena monet maat ovatkin säätäneet esimerkiksi erilaisia kansallisia tietosuoja koskevia säädöksiä. (Lobschat ym. 2021.)

Datatalous on kehittynyt nopeasti, mutta siihen liittyvä sääntely on ollut pirstaleista ja epäselvää (Dufva & Rekola 2023, 29). Lisäksi digitaaliset markkinat, palvelut ja teknologiat myös kehittyvät jatkuvasti nopeammin kuin niiden sääntely (Trier ym. 2023). Euroopassa työstetäänkin paraikaa uutta digilainsäädäntöä sekä luodaan yhteisiä pelisääntöjä. Regulaation avulla halutaan varmistaa, että kuluttajien saatavilla on luotettavia digitaalisia tuotteita ja palveluita sekä datan läpinäkyvyyden ja kontrollin lisääntyminen. (Dufva & Rekola 2023, 49.)

Euroopan unionissa valmistellaan ja on jo asetettu monia eri digi- ja datasäädöksiä, jotka pyrkivät saamaan digitaalisesta toimintaympäristöstä turvallisen, toimivan ja oikeudenmukaisen. Tärkeimmät EU:n digisäädökset ovat Digimarkkinasäädös (Digital Markets Act), Digipalvelusäädös (Digital Services Act), Datahallinta-asetus (Data Governance Act), Tekoälysäädös (Artificial Intelligence Act), Datasäädös (Data act), Eurooppalainen digitaalinen identiteetti (eIDAS-asetus), Asetus oikeudenmukaisuuden ja avoimuuden edistämisestä verkossa toimivien välityspalvelujen yrityskäyttäjää varten (P2B-asetus) sekä Avoimen datan direktiivi (ODD). (Valtiovarainministeriö 2023.) Taulukkoon 1 on kuvattu kunkin säännöksen tarkoitus sekä käyttöönoton aikataulu.

Taulukko 1. EU:n keskeisimmät digisäännökset (mukaillen Valtiovarainministeriö 2023)

Asetus	Tavoite	Aikataulu
Digimarkkinasäädös (Digital Markets Act)	Oikeudenmukaisten markkinoiden varmistaminen sekä yritysten ja kuluttajien suojaaminen EU:n sisämarkkinoiden "portinvartijoiden" eli suurten alustayritysten epäoikeudenmukaisilta käytänteiltä.	Voimaan 1.11.2022, soveltaminen alkoi 2.5.2023.
Digipalvelusäädös (Digital Services Act)	Puuttuminen laittomaan sisältöön, huolellisuusvelvollisuuksien lisääminen verkkoalustoille ja erittäin suurille toimijoille lisää velvollisuuksia.	Voimaan 16.11.2022. Soveltaminen viimeistään 17.2.2024.
Datahallinta-asetus (Data Governance Act)	Eurooppalaisen arvopohjan kehysten luominen datan hallinnalle. Tavoitteena lisätä datan saatavuutta ja yhtenäistää sen jakamista EU:ssa. Yhteisen eurooppalaisen data-avaruuden sekä toimivien datan sisämarkkinoiden luominen.	Voimaan 3.6.2022. Soveltaminen alkoi 24.9.2023.
Tekoälysäädös (Artificial Intelligence Act)	EU:sta luodaan tekoälyn kehittämiseksi ja soveltamiseksi positiivinen toimintaympäristö, tekoälyjärjestelmille asetetaan vaatimuksia.	Säädösehdotus on käsitellyssä EU-tasolla.
Datasäädös (Data act)	Eryisesti käyttäjien ja pienempien yritysten dataan pääsyn helpottaminen, oikeudenmukaisuuden turvaaminen dataan perustuvissa arvoketjuissa, kilpailun edistäminen ja datavetoisten innovaatioiden mahdollistaminen.	Voimaan 12.1.2024. Soveltaminen alkaa suurelta osin 12.9.2025. (Teknologiateollisuus Ry 2023).
Eurooppalainen digitaalinen identiteetti (eIDAS-asetus)	Turvalliset ja luotettavat digitaaliset identiteettiratkaisut EU:n kansalaisille, asukkaille ja oikeushenkilöille.	Säädösehdotus on käsitellyssä EU-tasolla.
P2B-asetus	Verkkoalustojen toiminnan avoimuuden lisääminen sekä puuttuminen verkkoalustojen ja yritysten välisissä sopimussuhteissa noudatettaviin käytäntöihin.	Voimaan 20.6.2019, soveltaminen alkoi 20.7.2020.
Avoimen datan direktiivi (ODD) ja täytäntöönpanoasetus	Julkisen hallinnon ja julkisella rahoituksella rahoitettujen tietojen saatavuuden mahdollistaminen avoimena datana sekä uudelleenkäyttö kaupallisiin tai ei-kaupallisiin tarkoituksiin.	Voimaan 17.7.2021. Täytäntöönpanoasetuksen luonnos on käsitellyssä.

Taulukossa 1 mainittujen säännösten lisäksi muita datatalouteen liittyviä tärkeitä lakeja ja säädöksiä ovat esimerkiksi EU:n Yleinen tietosuojasetus (GDPR), ePrivacy-direktiivi (2002/58), Asetus datan vapaasta liikkuvuudesta ja maksupalveludirektiivi (Aholainen ym. 2022, 9).

3.3 Digitaalisen vastuullisuuden viitekehykset

Digitaaliseen vastuullisuuteen ei ole olemassa yhtä kaikille organisaatioille soveltuvaa mallia. Vastuullisen toiminnan tueksi on kuitenkin kehitetty niin kansallisia kuin kansainvälisiä viitekehyksiä, joiden avulla digitaalista vastuullisuutta voidaan viedä käytäntöön. (IMD 2022, 28; Mueller 2022.)

Useat maat ovat tehneet kansallisia digitaaliseen vastuuseen kannustavia ja ohjaavia toimintamalleja. Erityisesti Saksa on ollut digitaalisen vastuullisuuden edelläkävijä. (Bednárová & Serpeninova 2023.) Sen lisäksi, että digitaalisen vastuullisuuden tutkimusta on tehty paljon saksalaisissa yrityksissä saksalaisten tutkijoiden toimesta (Bednárová & Serpeninova 2023; Knopf & Pick 2023), maassa on vuodesta 2021 lähtien ollut käytössä kansallinen Digitaalisen vastuun koodi (CDR-Initiative 2021). Myös Sveitsissä on käytössä kansallisia CDR-periaatteita (ks. Ethos 2020 ja Swiss Digital Initiative 2020), ja Tanskassa taas erityisesti yritysten datan eettiseen käyttöön liittyviä aloitteita tehtiin jo vuonna 2019 (ks. Mads 2019).

Digivastuullisuuteen panostetaan toki myös Suomessa. Esimerkiksi Sitra (mm. Parikka & Härkönen 2020) ja Tiece Ry (Tiece 2023) ovat tuoneet keskusteluun datavastuullisuuden ja reilun datatalouden käsitteet, joissa vastuullinen datan käyttö nähdään osana vastuullista liiketoimintaa ja yritysvastuuta. Tiece Ry (2023) myös järjestää yrityksille datavastuullisuuden valmennuksia, joissa hyödynnetään viitekehyksenä Open Data Institutin Data Ethics Canvasta, joka auttaa organisaatiota tunnistamaan ja hallitsemaan dataan liittyviä eettisiä ongelmia (Data Ethics Canvas 2023). Suomalaisia toimijoita on mukana myös parhaillaan käynnissä olevassa Corporate Digital Responsibility in Europe (CDR Europe) -hankkeessa, jossa muun muassa kuvataan sekä siirretään hyviä käytäntöjä eurooppalaisten kumppanien kesken. Hankkeessa myös jaetaan tietoa digitaalisesta vastuullisuudesta ja toteutetaan erityisesti pk-yrityksille kyselyitä liittyen aiheen osaamistasoon. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2023.)

CDR Europe-hankkeessa hyödynnetään viitekehyksenä kansainvälistä CDR-manifestia (CDR Europe 2023). CDR-manifestin mukaan digitaalinen vastuulli-

suus määritellään ”joukoksi käytäntöjä ja toimintamalleja, joiden avulla organisaatio voi käyttää dataa ja teknologiaa tavalla, joka koetaan sosiaalisesti, taloudellisesti ja ympäristön kannalta vastuulliseksi”. Digitaalista vastuuta voidaan toteuttaa manifestissa määritellyn seitsemän periaatteen mukaisesti. (CDR Manifesti 2021.) Taulukkoon 2 on kiteytetty CDR-Manifestin periaatteet sekä niiden sisällöt.

Taulukko 2. CDR-Manifestin seitsemän periaatetta (mukaillen CDR-Manifesti 2021)

Periaate	Sisältö
1. Tarkoitus ja luottamus	Selkeä ja yksiselitteinen julkilausuma aikomuksesta vaikuttaa myönteisesti maapalloon ja yhteiskuntaan. Sitoudutaan vastuullisen ja vahvan digitaalisen hallinnon edistämiseen, mikä voi näkyä esimerkiksi digitaalisen eettisen lautakunnan perustamisena, pyrkimyksenä ylittää lainsäädännön, sääntelyn ja eettisten ohjeiden asettamat tavoitteet sekä toimimisena jatkuvan parantamisen puolesta sillä maantieteellisellä alueella, jolla organisaatio toimii.
2. Oikeudenmukainen ja tasapuolinen pääsy kaikille	Sitoudutaan organisaatiossa ja sen toimitusketjussa siihen, että tuotteet ja palvelut ovat tasapuolisesti kaikkien saatavilla. Sitoudutaan myös siihen, että näiden tuotteiden ja palvelujen rakentamiseen, toimittamiseen ja tukemiseen osallistuvia työntekijöitä kohdellaan oikeudenmukaisesti ja vastuullisesti.
3. Edistetään yhteiskunnallista hyvinvointia	Panostetaan henkilökohtaisten tietojen suojelemiseen, tuetaan yksityisyydensuojan parantamista tasapainottaen identiteettiä, puututaan digitaaliseen köyhyteen parantamalla saatavuutta taitojen ja ymmärryksen osalta sekä suojellaan yhteiskuntaa digitaalisten tuotteiden ja palvelujen haitallisilta vaikutuksilta.
4. Taloudellisten ja yhteiskunnallisten vaikutusten huomioon ottaminen	Sitoudutaan ottamaan huomioon organisaation tekemien päätösten taloudelliset ja yhteiskunnalliset seuraukset. Pyritään läpinäkyvyyteen algoritmien ja datan käytössä kaikille sidosryhmille. Pyritään tulojen tai voittojen oikeudenmukaisempaan jakoon sekä organisaatioiden sisällä että ulkopuolella ja pyritään taloudellisten vaikutusten pienentämiseen yhteisöissä kestäväällä automaatiolla.
5. Vaikutustalouden kehityksen nopeuttaminen	Toteutetaan toimia, joilla parannetaan kysyntää ekologisesti ja yhteiskunnallisesti paremmille tuotteille ja palveluille. Tuetaan kehitystä siten, että esimerkiksi cleantech-, greentech- tai vähäpäästöisiä ja vähän jätettä tuottavia yrityksiä pääsee syntymään ja tukemaan toimitusketjuja. Investoidaan yhteiskunnallisesti vaikuttaviin ja kestäviin aloitteisiin.
6. Elämää kestävä planeetan luominen	Raportoidaan yritysten vaikutuksista YK:n kestävä kehityksen tavoitteisiin tai vastaaviin peilaten. Innovoidaan ja mennään hiilinegatiivisuudesta vielä pidemmälle sekä ratkotaan matkalla kohdatut haasteet.
7. Vähennetään teknologian vaikutusta ilmastoon ja ympäristöön	Luodaan ympäristöä koskeva teknologiastrategia, ymmärretään teknologioiden vaikutukset, suositaan energiatuotannossa uusiutuvia energialähteitä sekä minimoidaan vaikutuksia ja varmistetaan kompensointi.

Taulukossa 2 kuvatus CDR-Manifestin ja muiden edellä mainittujen mallien lisäksi erilaisia digitaalisen vastuullisuuden viitekehyksiä on myös useita muita. Euroopan unionin lisäksi muun muassa OECD ja YK ovat kehittäneet ohjeita ja malleja vastatakseen erilaisiin teknologioihin ja digitalisaatioon liittyviin haasteisiin (Mihaile-Wilson ym. 2022), ja Muellerin (2022) mukaan myös esimerkiksi Digital Ethics Compass (ks. Digital Ethics Compass 2021) ja Digital Responsibility Goals (ks. esim. Meier, Hermsen, Bauer & Eskofier 2022) ovat käytettyjä kansainvälisiä digitaalisen vastuullisuuden viitekehyksiä.

DQ-Instituutti puolestaan julkaisi helmikuussa 2023 yritys vastuullisuuden vakiintuneeseen ESG-jaotteluun pohjautuen Digital-ESG viitekehyksen. Digital-ESG syntyi, koska DQ-Instituutin mielestä nykyiset ESG-viitekehykset eivät huomioi riittävästi digitaalisuuteen liittyviä vastuullisuusuhkia ja mahdollisuuksia. Digital-ESG on digitaaliseen talouteen suunniteltu viitekehys, joka ei korvaa olemassa olevaa ESG-kehystä vaan pyrkii kompensoimaan niitä alueita, joilla nykyinen ajattelu jää vajaaksi. Lisäksi se toimii ikään kuin ylimääräisenä vastuullisuuden kerroksena, jolla mitataan organisaation digitaaliseen toimintaan liittyviä vaikutuksia. Digital-ESG-viitekehyyksessä Digitaalinen E (environmental) sisältää yrityksen digitaalisen toiminnan vaikutukset ympäristöön, Digitaalinen S (social) viittaa yrityksen digitaalisen toiminnan vaikutuksiin ihmisiin ja Digitaalinen G (government) puolestaan muodostaa joukon periaatteita, jotka määrittelevät yrityksen digitaalisen toiminnan hallinnointia. (Digital-ESG 2023.)

3.4 Digitaalinen vastuullisuus yritys vastuun kontekstissa

Digitaalisen vastuullisuuden keskustelussa yksi tutkijoita eniten puhuttanut aihepiiri on digitaalisen vastuullisuuden (CDR, Corporate digital responsibility) ja yritysten yhteiskuntavastuun (CSR, Corporate social responsibility) välinen suhde. Nykyiset tutkimukset voidaan jakaa karkeasti kahteen tutkimusvirtaan, joista ensimmäisen suuntauksen mukaan digitaalinen vastuullisuus on sosiaalisen vastuullisuuden jatke ja toisen mukaan taas oma vastuullisuuden alansa ja käsitteensä. (Cheng & Zhang 2023.) Ensimmäistä näkökulmaa edustavat esimerkiksi Herden kumppaneineen (2021) sekä Wynn ja Jones (2023) ja jälkimmäistä koulukuntaa muun muassa Lobschat (2021) sekä Mihaile-Wilson (2022) kollegoineen.

Terminologisen ja sisällöllisen eroavaisuuden kannattajat painottavat digitaalisen vastuullisuuden näkökulman tarkkaa keskittymistä teknologioiden ja datan luomiseen ja käyttöön, sekä siihen miten niiden ominaisuudet synnyttävät ainutlaatuisia eettisiä kysymyksiä (IMD 2022, 27; Lobschat ym. 2021).

Visser-Kniffin (2022) mukaan aikaisempi tutkimus peräänkuuluttaa erillisen vastuullisuuskonseptin tarpeellisuutta erityisesti teknologian ominaisuuksiin liittyvistä kolmesta erilaisesta syystä. Ensimmäinen syy on digitaalisten teknologioiden suunnittelun ennennäkemätön vauhti. Toinen syy taas on teknologian muokkautuvuus, mikä tarkoittaa sitä, että teknologiaa käytetään joskus toisin kuin suunnittelijat ovat ennakoineet tai aikoneet. Kolmas syy on teknologian laajuus ja leviäminen niin työ- kuin vapaa-aikaan. (Visser-Kniff 2022.) Näkökulmien erottelun tarpeellisuuden puoltajat myös väittävät, että yhteiskuntavastuun käsite on liian laaja voidakseen antaa oikeutta tärkeälle ja monimutkaiselle digitaalisuudelle, joka voi uudistaa ja laajentaa perinteisiä yritys vastuun näkökulmaa ennennäkemättömästi (IMD 2022, 27).

Terminologista yhdistämistä kannattavat puolestaan argumentoivat, että digitaalinen vastuullisuus on organisaatioiden yritys vastuun laajennus, joka ottaa huomioon digitalisaation aikaansaamat eettiset mahdollisuudet ja haasteet. Digitaalista vastuullisuutta voidaan pitää ikään kuin yhteiskuntavastuun jatkeena, joka kattaa kaikki vastuullisuuden kerrokset sekä ESG-kehityksen osa-alueet. (Herden ym. 2021.) Jakob & Plaß (2022) puolestaan pitävät digitaalista vastuullisuutta jopa täysin tarpeettomana käsitteenä, jonka myötä menetetään mahdollisuus perustaa tärkeä keskustelu digitalisesta vastuullisuudesta jo kehitetylle ja olemassa olevalle teoreettiselle ja empiiriselle tiedolle, eli yhteiskuntavastuullisuuden näkökulmaan.

Problemaattisesta suhteestaan ja erilaisista katsontakannoista huolimatta Visser-Kniffin (2022) mukaan voidaan kuitenkin turvallisesti sanoa, että yhteiskuntavastuu, ESG-kehitys ja digitaalinen vastuullisuus joka tapauksessa kietoutuvat toisiinsa. Digitaalinen vastuullisuus liittyy läheisesti yritysten sosiaalisen vastuun käsitteeseen ja molemmat taas tiivistettynä laajempaan vastuullisuuden määrittelymään (Carl, Mihale-Wilson, Zibuschka & Hinz 2023).

Van der Merwen ja Al Acharin (2022) mukaan digitaalinen vastuullisuus ja yhteiskuntavastuu ovat päällekkäisiä useilla vastuullisuuden alueilla. Molemmilla konsepteilla on samanlaisia tavoitteita, kuten organisaation toiminnan kielteisten vaikutusten minimointi ja positiivisten vaikutusten maksimointi erilaisista painopisteistään huolimatta (Carl ym. 2023). Molemmat ovat myös sekä vapaaehtoisia että itsehallinnollisia lähestymistapoja vastuullisiin liiketoimintakäytäntöihin, ja kummankin tavoitteena on ylittää pakolliset lakisääteiset vähimmäisvaatimukset. Lisäksi näkökulmilla on myös ikään kuin yhteinen yrityskansalaisuuden eetos, koska ne kumpikin heijastelevat syvempää kiinnostusta liiketoimintakäytäntöjen vaikutuksiin kuluttajiin ja laajemmin koko yhteiskuntaan. (Van der Merwe & Al Achar 2022.)

Myös käytännön tasolla digitaalisen vastuullisuuden (CDR) ja yhteiskuntavastuun (CSR) välillä voi esiintyä päällekkäisyyksiä lukuisissa digitaalisen vastuullisuuden aiheissa aina ekotehokkuudesta ihmisoikeuksiin (Mihale-Wilson ym. 2022). ESG-näkökulmasta tarkasteltuna digitaalisen vastuullisuuden ympäristöulottuvuus voi sisältää esimerkiksi teknologian energiankulutuksen, hiilijalanjäljen ja digitaalisen jätteen. Sosiaalisiin teemoihin kuuluvat puolestaan esimerkiksi puolueeton tekoäly, digitaalinen yhteenkuuluvuus, valvonta sekä hyvinvointi, osallistaminen ja vapaus. Hallinto-olottuvuudessa digitaalinen vastuullisuus taas voi sisältää esimerkiksi järjestelmien luotettavuuden, robottietiikan sekä erilaisia dataan ja sen käyttöön liittyviä asioita. (Wagner, Taqiel & Dąbrowski 2023; Herden ym. 2021.)

3.5 Digitaalinen vastuullisuus ja raportointi

Viimeisten vuosikymmenten aikana yritysten ESG-raportointi on kasvanut nopeasti, mutta vähemmän huomiota on kiinnitetty digitaalisesta vastuullisuudesta raportointiin (Famularo 2023a, 9). Sidosryhmät vaativat kuitenkin yhä enemmän digitaalisen vastuullisuuden teemojen julkaisemista ja mittaamista. Yrityksiä velvoitetaan yhä useammin tuomaan esiin myös teknologiaan liittyviä käytäntöjä kuten miten ne hyödyntävät ja hallitsevat dataa, kyberturvallisuutta ja tekoälyä. (Famularo 2023b, 1.)

Monet yritykset raportoivatkin jo nyt julkisesti sidosryhmilleen erilaisista teknologia-aiheista, ja useimmiten yritykset sisällyttävät nämä tiedot verkkosivuilleen erilaisten vastuullisuusteemaisten otsikoiden alle (Famularo 2023a, 7). Saksalaisten yritysten vastuullisuusraportteja tutkineiden Lautermannin ja Frickin (2023) mukaan digitaalisuuden aihe on myös noussut yhä tärkeämmäksi yhä useammassa raporteissa, mutta digitaalisen vastuullisuuden raportointi osana virallista vastuullisuusraportointia on silti kokonaisuudessaan vielä varsin vähäistä ja vajavaista.

Yritysten digitaalisen vastuullisuuden raportointia vaikeuttavat etenkin vakiintumattomat mallit ja käytännöt. Olemassa ei ole yleispätevää ohjeistusta, miten yritysten pitäisi julkaista tietoa digitaalisesta vastuullisuudestaan. (Famularo 2023a, 10.) Vaikka monille ESG-tekijöille on määritelty erilaisia tavoitteita, yrityksiltä puuttuvat konkreettiset mittarit, joiden avulla ne voisivat raportoida luontevasti digitaalisen vastuullisuuden tuloksistaan (Merbecks 2023). Lisäksi digitaalisen vastuullisuuden monet teemat ovat yksinkertaisesti hankalia mitattavia. Esimerkiksi digitaalisen vastuun sosiaalisia vaikutuksia kuten syrjivien algoritmien mahdollisia haittoja tai tietomurtojen vaikutuksia on monimutkaisempi ilmaista ja määrittää kuin vaikkapa yrityksen politiikoita ja käytäntöjä. (Famularo 2023a, 15.)

Mikään standardi tai malli ei myöskään määritä, miltä digitaalisen vastuun raportoinnin pitäisi näyttää (Famularo 2023b, 1). Nykyiset yritysvastuusiin liittyvät ESG-ohjeet ja viitekehykset antavat kyllä laajasti ohjeita yritysten yhteiskuntavastuusta sisältäen usein myös esimerkiksi tietosuojan, mutta ne eivät kuitenkaan ole riittävän kattavia kokonaisvaltaisemman digitaalisen vastuullisuuden näkökulmasta. Esimerkiksi yhteiskuntavastuun ISO 26000-standardi sisältää jo joitakin digitaaliseen vastuuseen liittyviä mittareita, mutta jotta standardi kattaisi digitaalisen vastuullisuuden kokonaan, pitäisi nykystandardia laajentaa tai kehittää täysin oma standardi. (Carl ym. 2022.) Digitaalisen vastuullisuuden standardipuutteen ratkaisemiseksi ainakin DQ Instituutti on jo ryhtynyt toimeen ja perustanut TDFD-työryhmän (Taskforce on Digital-related Financial Disclosure), jonka yhtenä tavoitteena on digitaalisuuden riskeihin ja mahdollisuuksiin keskittyvän raportointikehyksen kehittäminen (TDFD 2023).

4 METODOLOGIA

4.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön empiriaosio toteutettiin laadullisena dokumenttianalyysina. Dokumenttianalyysi tutkimusmenetelmänä tarkoittaa erilaisten asiakirjojen, kuten kirjojen, lehtiartikkeleiden ja organisaatioiden raporttien analysointia (Morgan 2022). Sivosen (2017) mukaan dokumenttianalyysin vaiheet ovat tutkimusaiheen tarkentaminen, dokumenttien keruu, dokumenttien valinta, dokumenttien analysointi ja tulosten raportointi. Dokumenttianalyysi tuottaa dataa kuten otteita, lainauksia tai kokonaisia kohtia, jotka järjestetään luokkiin, teemoihin ja tapausesimerkkeihin esimerkiksi sisällönanalyysia hyödyntäen (Labuschagne 2003, Bowenin 2009, 28 mukaan).

Dokumenttianalyysin erilaiset lähestymistavat sisältävät dokumenttien tutkimisesta syntyvän tiedon analysoinnin ja tulkinnan. Se, mitä ja miten tutkimusta lopulta käytännössä tehdään, riippuu tutkijan epistemologisesta asenteesta. Positiivinen lähestymistapa dokumenttianalyysiin pyrkii löytämään todisteita tai vahvistuksia hypoteesin vahvistamiseksi tai hylkäämiseksi ja fenomenologinen lähestymistapa puolestaan tulkitsemaan merkityksiä. (Armstrong 2021, 2.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusote oli laadullinen ja kuvaileva, joskin tieteenfilosofisilta lähtökohdiltaan pragmatismiin tukeutuva eri lähestymistapoja yhdistelevä tutkimus, joka ei sitoudu tiivisti yhteen tiettyyn paradigmaan. Tutkielman käsitys tiedon luonteesta ei rajoitu selityksiin (positivismi) ja ymmärrykseen (interpretivismi), vaan myös muut tiedon muodot, kuten preskriptiivinen (ohjeiden antaminen), normatiivinen (arvojen esittely) ja prospektiivinen (mahdollisuuksien ehdottaminen) (Goldkuhl 2012) olivat tutkimuksen tavoitteena. Pragmatismi lähestymistapana ilmenee opinnäytetyössä myös muun muassa käytännönläheisenä orientaationa, liiketoiminnan etiikkaan kuuluvana tutkimusaiheena, instrumentaalisenä tietonäkemyksenä sekä tutkimusmetodien tarkoituksenmukaisena käyttönä.

4.2 Tutkimusaineisto

Yksi dokumenttianalyysin tärkeimmistä vaiheista on analysoitavien asiakirjojen valinta (Morgan 2022). Tämän opinnäytetyön tutkimusaineistona toimivat yritysten vastuullisuuskirjeet. Tutkimusjoukko koostui suomalaisista Sustainable Brand Index 2023 -tutkimuksessa toimialansa parhaaksi arvioitujen yritysten vastuullisuusraporteista. Sustainable Brand Index on Euroopan laajin riippumaton kestävyteen liittyvä tutkimus, jossa vastaajat arvioivat mielikuviaan eri toimialoilla toimivien brändien vastuullisuudesta. Vuoden 2023 kyselyssä oli yhteensä yli 80 000 vastaajaa kahdeksasta maasta. Suomen maakohtaisessa raportissa kerrotaan, että vuoden 2023 tutkimuksessa kuluttajat arvioivat yhteensä 228 brändiä 26 eri toimialalta. (Brand Index Finland -raportti 2023, 5,7,28.)

Tutkimuskohteeksi haluttiin tietoisesti mukaan yrityksiä eri toimialoilta, sillä muun muassa Merbecksin (2023) ja Lautermannin ja Frickin (2023) tutkimusten löydösten perusteella toimialalla voi olla vaikutusta digitaalisesta vastuullisuudesta raportointiin. Tässä opinnäytetyössä nojaututtiin muutoinkin vahvasti Lautermannin ja Frickin (2023) näkemykseen siitä, että nyky maailmassa digitaalinen vastuullisuus koskettaa kaikkia yrityksiä, joten senkään vuoksi ei ollut tarkoituksenmukaista keskittyä vain tiettyyn toimialaan tai tietynlaisiin yrityksiin.

Tutkimuksen kohdeyritysten järjestämistä tehtiin kokoamalla taulukkoon kunkin Sustainable Brand Index 2023 -tutkimuksen suomalaiset toimialakohtaiset voittajabrändit sekä niiden takana olevien yritysten viralliset nimet, toimialat ja liikevaihdot (Liite 1). Yritysten toimialakategoriat luokiteltiin edelleen päätoimialoihin Tilastokeskuksen TOL2025-luokituksen (TOL 2025) mukaisesti.

Vastuullisuustiedon saatavuus varmistettiin hakemalla yrityksen verkkosivulta viimeisimmät vuosi- tai vastuullisuusraportit sekä tarkastelemalla millä kielellä vastuullisuusraportti tai vuosikertomuksen vastuullisuusosio oli kirjoitettu. Tutkimukseen valittiin vain ne yritykset, joiden vastuullisuusraportit oli kirjoitettu suomen kielellä. Joitakin Sustainable Brand Index 2023 -tutkimuksen toimialakohtaisia voittajabrändejä ei otettu mukaan tutkimukseen siksi, että niiden vastuullisuustiedot olivat osa

konsernin vastuullisuusraportointia eli kyseisen brändin yksilöityä vastuullisuustietoa ei ollut saatavissa (ks. liite 1). Lopullinen tutkimusaineisto koostui 13 yrityksen vastuullisuusdokumenteista (taulukko 3).

Taulukko 3. Tutkimuksessa analysoidut yritykset

Yritys	Kokonais-sijoitus	Liike-vaihto	Toimiala (Brand Index)	Päätoimiala (TOL 2025)
Valio Oy	1	1,5 mrd.	Ruoka	Teollisuus
S-ryhmä	2	13,5 mrd.	Kuluttajatuotteiden konserni	Tukku- ja vähittäiskauppa
Yliopiston apteekki	5	9 milj.	Apteekit	Terveyspalvelut
Sinituote Oy	18	89,5 milj.	Siivous ja hygienia	Teollisuus
VR-Yhtymä Oyj	23	1,7 mrd.	Kuljetus	Kuljetus ja varastointi
Marimekko Oyj	30	152,2 milj.	Vaatteet ja muoti	Tukku- ja vähittäiskauppa
Pentik Oy	31	24,8 milj.	Huonekalu- ja sisustuskaupat	Teollisuus
Oy Matkahuolto Ab	45	97 milj.	Logistiikka	Kuljetus ja varastointi
Elisa Oyj	53	2 mrd.	Televiestintä	Televiestintä
Kotipizza Oyj	56	35,5 milj.	Ravintolat, kahvilat	Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta
Nokia Oyj	71	22,2 mrd.	Kodin laitteet ja elektroniikka	Televiestintä
LähiTapiola Keskinäinen Vakuutusyhtiö	72	577,8 milj.	Vakuutukset	Rahoitus- ja vakuutustoiminta
Finnair Oyj	79	838,4 milj.	Lentoyhtiöt	Kuljetus ja varastointi

Kuten taulukosta 3 voi havaita, toimialoista edustettuina olivat kuljetus ja varastointi (3 yritystä), teollisuus (3 yritystä), tukku- ja vähittäiskauppa (2 yritystä), televiestintä (2 yritystä), ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta (1 yritystä), rahoitus- ja vakuutustoiminta (1 yritys) sekä terveyspalvelut (1 yritys).

Kooltaan tutkitut yritykset olivat etenkin suuria yrityksiä (10 yritystä), mutta niiden liikevaihdot vaihtelevat 9 miljoonan (Sinituote) ja 22,2 miljardin (Nokia) välillä, joten mukana oli myös pienempiä toimijoita. Erityisesti suurten yritysten valikoituminen tutkimuskohteeksi oli sinänsä potentiaalisesti positiivinen asia, sillä Merbecksin (2023) tutkimuksessa todetaan, että suuret yritykset raportoivat digitaalisesta vastuullisuudesta pieniä todennäköisemmin.

4.3 Aineiston analyysi

Kvalitatiivisen dokumenttianalyysin tutkimusmenetelmiä ovat muun muassa diskurssianalyysi, temaattinen analyysi, grounded theory sekä sisällönanalyysi (Armstrong 2021, 2). Tässä tutkimuksessa metodina käytettiin sisällönanalyysia, joka on laadullisen tutkimuksen käytetyin analyysimenetelmä (Elo, Kajula, Tohmola & Kääriäinen 2022). Sisällönanalyysia sovelletaan laajasti eri tieteenaloilla (Lock & Seele 2015), ja sitä on myös hyödynnetty paljon niin vastuullisuus-tutkimuksessa (Sweeney & Coughlan, 2008, 116) kuin dokumenttianalyysissäkin (Bowen 2009).

Sisällönanalyysi voidaan määritellä monin eri tavoin. Yleisesti sitä kutsutaan menettelytavaksi, jonka avulla voidaan tutkia asiakirjoja systemaattisesti ja objektiivisesti. (Kyngäs, Elo, Pölkki, Kääriäinen & Kanste 2014.) Elon ja kumppaneiden (2022) mukaan sisällönanalyysia hyödyntävän tutkimuksen tavoitteena on useimmiten ilmiön tai sen piirteiden kuvaaminen.

Sisällönanalyysia voidaan toteuttaa sekä kvantitatiivisesti että kvalitatiivisesti. Tosin tätä erottelua ei ole aina helppo tehdä, sillä usein analyysi sisältää sekä laadullisia että tilastollisia tasoja. (Lock & Seele 2015.) Tästä syystä Mayring (2014) määrittelee sisällönanalyysin monimenetelmälliseksi lähestymistavaksi perinteisen kahtiajaon sijaan.

Sisällönanalyysin kuuluu valmistelu-, analysointi- ja raportointivaihe (Elo ym. 2022; Elo ym. 2014). Valmisteluvaiheessa valitaan muun muassa analyysiyksikkö ja perehdytään aineistoon. Analysointivaihe etenee pääsääntöisesti joko induktiivisesti (aineistolähtöisesti) ryhmitellen tai deduktiivisesti (teorialähtöisesti) poimien aineostosta pelkistyksiä analyysimatriisiin. Oleellinen ero induktiivisen ja

deduktiivisen analyysiprosessin välillä on, että induktiivisessa analyysissä ei käytetä valmista luokittelurunkoa aineiston analysoinnin tukena, vaan tutkimuksen tekijä luo luokittelun itse aineistonsa perusteella. Myös analyysin induktiivis-deduktiivinen tai deduktiivis-induktiivinen etenemistapa ovat mahdollisia. Sisällönanalyysin tulokset kuvataan sanallisesti ja visualisoiden raportointivaiheessa, ja pohdinnassa taas vertaillaan saatuja tutkimustuloksia aiempiin tutkimuksiin. (Elo ym. 2022.)

Tässä opinnäytetyössä aineiston analysointiprosessi toteutettiin nojautuen erityisesti Elon, Kyngäksen ja kumppaneiden (mm. 2022, 2014, 2011, 2008) laadullisen sisällönanalyysin toteuttamisen malliin ja ohjeisiin. Analyysi toteutettiin deduktiivis-induktiivisesti, mikä tarkoitti käytännössä sitä, että aineistoa analysoitiin ensin teorialähtöisesti analyysimatriisia hyödyntäen ja sen jälkeen vielä aineistolähtöisesti kartoittaen ilmaisuja, jotka eivät sijoittuneet mihinkään analyysimatriisin valmiiseen luokkaan (ks. Elo ym. 2022). Tutkimusaineistoa myös kvantifioitiin. Analyysin valmisteluvaihe kuvataan tarkemmin alaluvussa 4.3.1 ja analyysin toteuttaminen alaluvussa 4.3.2. Analyysin tulokset esitellään luvussa viisi.

4.3.1 Analyysin valmisteluvaihe

Sekä induktiivinen että deduktiivinen analyysi sisältävät samanlaisen valmisteluvaiheen (Elo & Kyngäs 2007). Elo ja kumppanit (2022) ohjeistavat, että sisällönanalyysin valmisteluvaiheessa on ensimmäiseksi valittava tutkimuksessa hyödynnettävä analyysiyksikkö. Analyysiyksiköksi voidaan määritellä sana, lause tai ajatuskokonaisuus, joita poimitaan aineistosta (Graneheim & Lundman 2004, Elo ym. 2022 mukaan). Ajatuskokonaisuus voi muodostua monesta lauseesta ja sisältää useampia merkityksiä (Elo & Kyngäs 2007).

Analyysiyksikön on oltava riittävän pieni, että se on merkityksellinen, mutta kuitenkin tarpeeksi suuri, jotta sitä voidaan tarkastella kokonaisuutena (Elo ym. 2014). Tässä tutkimuksessa analyysiyksiköksi valittiin lauseen tai useamman lauseen muodostama kokonaisuus, sillä jos analyysiyksiköksi valittaisiin vain yksi sana, analyysistä voisi tulla liian yksinkertainen (Elo ym. 2022).

Analyysin valmisteluvaiheen toinen askel on huolellinen perehtyminen aineistoon ja kokonaiskuvan muodostaminen (Elo ym. 2022). Käytännössä tämä analyysiprosessin vaihe tarkoitti tässä opinnäytetyössä tutkimukseen valittujen 13 yrityksen vastuullisuusraporttien systemaattista ja syvällistä lukemista. Perehtymisen yhteydessä myös varmistettiin, että aineisto tarjoaa vastauksia tutkimuskysymyksiin (Elo ym. 2022) sekä tehtiin alustavia huomioita esiintyvistä teemoista. Taulukossa 4 esitellään tämän opinnäytetyön tutkimusaineisto.

Taulukko 4. Aineiston esittely

Yritys	Muoto	Sivumäärä
Elisa	Erillinen raportti	90
Finnair	Osana vuosikertomusta	23
Kotipizza Oy	Erillinen raportti	18
LähiTapiola	Erillinen raportti	90
Marimekko	Erillinen raportti	57
Matkahuolto	Osana vuosikertomusta	26
Nokia	Osana vuosikertomusta	24
Pentik	Erillinen raportti	76
Sinituote Oy	Erillinen raportti	29
S-ryhmä	Osana vuosikertomusta	100
Valio	Erillinen raportti	89
VR Group	Erillinen raportti	79
Yliopiston apteekki	Osana vuosikertomusta	10

Kuten taulukosta 4 ilmenee, opinnäytetyön tutkimusaineisto koostui yhteensä 13 yrityksen vastuullisuusdokumenteista. Vastuullisuusdokumentit olivat muodoltaan sekä erillisiä vastuullisuusraportteja (8 kpl) että vuosikertomuksen osana olevia vastuullisuustietoja (5 kpl). Yritysten vastuullisuustietojen laajuudet vaihtelivat kymmenestä sivusta (Yliopiston apteekki) sataan sivuun (S-ryhmä). Yhteensä tutkimusaineisto käsitti 711 sivua.

4.3.2 Analyysin toteutus

Tutkimuksen varsinainen analyysivaihe aloitettiin deduktiivisella eli teorialähtöisellä analyysillä. Deduktiivisessa sisällönanalyysissä luodaan aikaisempaan teoriaan perustuen luokittelumatriisi sekä koodataan aineistoa matriisin luokkien mukaisesti (Elo & Kyngäs 2007). Analyysimatriisi perustuu aina aikaisempaan tutkimustietoon, eli sitä ei luoda nojautuen esimerkiksi tutkimuksen tekijän omiin ajatuksiin tai olettamiin aiheesta. Analyysimatriisi muodostetaan yleensä yhdestä tutkimuksesta, mutta se voisi olla myös yhdistelmä useammasta tutkimuksesta. (Elo ym. 2022.) Tässä opinnäytetyössä analyysimatriisin taustalla hyödynnettiin Lautermannin ja Frickin (2023) tutkimuksen löydöksiä.

Lautermann ja Frick (2023) tarkastelivat tutkimuksessaan 62 saksalaisen yrityksen vastuullisuusraportteja, ja heidän mukaansa digitaalinen vastuullisuus voidaan jakaa kuuteen osa-alueeseen. Digitaalisen vastuullisuuden ensimmäinen toiminta-alue on organisaation johtaminen, joka jakautuu edelleen neljään alakategoriaan eli digitaalisen etiikkaan ja vaatimustenmukaisuuteen, strategiaan, digitaaliseen vastuuvollisuuteen ja hallintoon (Lautermann & Frick 2023).

Loput viisi digitaalisen vastuullisuuden osa-aluetta perustuvat sidosryhmäsuhteisiin ja yritysten vakiintuneisiin johtamiskäytäntöihin. Henkilöstövastuun osalta keskeisiä digitaalisen vastuullisuuden teemoja ovat muun muassa työntekijöiden tietosuoja ja yksityisyys, syrjimättömyys sekä henkilöstön kehittäminen. Tuotantoprosessien digitalisoinnin yhteydessä tärkeä aihe on esimerkiksi palvelujen tarjoamisen ekologinen vastuu, ja tuotevastuun kannalta digitalisaatio taas tuo uusia haasteita muun muassa asiakkaan tietosuojaan ja markkinointiin. Kaksi viimeistä digitaalisen vastuullisuuden toiminta-aluetta ovat toimitusketjun hallinta sekä yrittäjäkansalaisuus. (Lautermann & Frick 2023.)

Tämän tutkimuksen analyysimatriisi luotiin hyödyntämällä Lautermannin ja Frickin (2023) edellä esiteltyä holistista näkemystä digitaalisen vastuullisuuden osa-alueista. Juuri kyseisen näkökulman valintaan vaikutti muun muassa se, että digitaalisen vastuullisuuden raportoinnista löytyy kaikkineen vielä vähän aikaisempaa tutkimusta (Bonsón ym. 2023), ja saatavilla olevista Lautermannin ja

Frickin (2023) raportti oli sekä laajuudeltaan että näkökulmaltaan kattavin. Esimerkiksi Famularo (2023a) tarkastelee digitaalista vastuullisuutta pelkästään teknologiayritysten näkökulmasta ja Bonsón ja kumppanit (2023) vain tekoälyyn liittyvän vastuullisuusraportoinnin kautta. Merbecksin (2023) artikkeli saksalaisten yhtiöiden vastuullisuusraporteista puolestaan ei tarjoa riittävästi konkreettisia esimerkkejä yritysten digitaalisen vastuullisuuden teemoista ja mittareista, ja Wynnin sekä Jonesin (2023) tutkimuskohteena oli ainoastaan kaksi yritystä.

Vaikka tämän tutkimuksen analyysimatriisi luotiin deduktiivisesti olemassa olevaa teoriaa hyödyntäen, tarkoituksena ei ollut vertaileva tutkimus tai varsinaisesti Lautermannin ja Frickin (2023) näkemysten testaaminen. Aikaisempi teoria toimi tässä opinnäytetyössä pikemminkin väljänä viitekehyksenä ja analyysin toteuttamisen käytännön apuvälineenä.

Tutkimuksen analyysimatriisi muodostettiin kunkin yrityksen osalta omaksi Excel-tiedostoksi, joka sisälsi kuusi välilehteä. Välilehdet nimettiin Johtaminen, Henkilöstö, Tuote/asiakas, Toimitusketju, Ekologinen ja Yrityskansalaisuus. Jokainen edellä mainittu välilehti sisälsi oman analyysitaulukkonsa (ks. kuvio 1), jossa oli sarakkeet yritys (yrityksen nimi), lainaus (alkuperäisilmaus), sivu (ilmauksen sivunumero), pelkistys (tiivistys alkuperäisilmauksesta), luokka (alakategoria) ja teema (analyysin lopuksi muodostettu lisäluokittelu).

	A	B	C	D	E	F
1	Yritys	Lainaus	Sivu	Pelkistys	Luokka	Teema
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						

Kuvio 1. Analyysimatriisi Excel-tiedostona

Analyysin deduktiivinen vaihe eteni siten, että tutkimusaineistoa luettiin läpi moneen kertaan ja yritysten vastuullisuusraporteista poimittiin kaikki alkuperäisilmaisut, jotka sopivat analyysimatriisiin. Tutkimuksen induktiivisessa eli aineistolähtöisessä analyysivaiheessa puolestaan edettiin pelkistämisen, koodauksen, ryhmittelyn ja luokittelun kautta aineiston tiivistämiseen (Elo ym. 2022). Käytännössä deduktiivisessa vaiheessa analyysimatriisiin alakategorioiden ulkopuoliset alkuperäisilmaukset käsiteltiin induktiivisen analyysin mukaisesti luoden niistä uusia kategorioita.

Analyysin lopuksi koko aineisto yhdistettiin vielä yhteen Excel-tiedostoon ja jokainen alkuperäisilmaus luokiteltiin edelleen joko CDR-, väline- tai toimintaympäristö-teemoihin (ks. esimerkki liite 2). *CDR* käsittää ne alkuperäisilmaisut, jotka liittyivät vastuullisuuden näkökulmasta digitaalisuuteen, dataan ja teknologiaan itsessään ja *väline* taas sisältää maininnat, joissa digitaalisuus toimii yrityksessä ikään kuin instrumenttina vastuullisempaan toimintaan. *Toimintaympäristö* puolestaan kokoaa yhteen erilaiset digitaalisuuden vastuullisuusuhkia ja -mahdollisuuksia sisältävät toimintaympäristöön liittyvät ilmaisut.

Vaikka tämän opinnäytetyön orientaatio oli painottunut laadullisesti ja tutkimuskysymyksissä korostuvat sisällölliset tekijät, tutkimusaineistoa myös kvantifioitiin. Käytännössä tätä tehtiin muun muassa laskemalla kuinka monta kertaa kunkin ylä- ja alakategorian sisältämä asia esiintyi aineistossa (Elo ym. 2022).

4.3.3 Analyysissa tehdyt rajaukset

Koska tässä tutkimuksessa tarkasteltiin nimenomaan digitaalista vastuullisuutta, analyysissa ei huomioitu niitä digitaalisuuteen tai teknologiaan liittyviä ilmaisuja, joissa ei ollut selkeää sanallisesti esitettyä yhteyttä vastuullisuuteen. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että muun muassa yleiset maininnat kuten digitaalisuus megatrendinä, erilaiset yritysten digitaaliset palvelut sekä esimerkiksi automaatio vain oman toiminnan tehostamisen välineenä jätettiin pois analyysista.

Vaikka henkilöstön koulutus voidaan nähdä osaksi henkilöstövuorokautta, tässä tutkimuksessa analysoitiin vain ne koulutuksiin liittyvät ilmaisut, jotka liittyvät sekä digitaalisuuteen että vastuullisuuteen. Tämä ilmeni tutkimuksessa konkreettisesti siten, että digitaalisen vastuullisuuden henkilöstönäkökulmaan otettiin

mukaan vain ne vastuullisuusraporttien maininnat, joissa digitaalista alustaa hyödynnettiin organisaatiossa vastuullisuuskoulutuksiin tai koulutus liittyi sisällöllisesti digitaalisen vastuullisuuden teemoihin. Tämän myötä esimerkiksi pelkästään jonkin uuden verkkokoulutusalan käyttöönotto yrityksessä tai digitaalisten koulutusten tarjoaminen muusta kuin vastuullisuusaihepiiristä eivät ole mukana analyysissä.

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

5.1 Yleiskuvaus tuloksista

Digitaalinen vastuullisuus voidaan kiteyttää esimerkiksi digitaalisuuden ja yritysvastuun leikkauspisteeksi (Atanasov ym. 2023) tai yrityksen vastuun laajenukseksi, joka ottaa huomioon digitalisaation eettiset mahdollisuudet ja haasteet (Herden ym. 2021). Tässä opinnäytetyössä analysoiduista 13 yrityksen vastuullisuusdokumentista määritettiin yhteensä 421 digitaalisen vastuullisuuden alkupe-
räisilmaisua (taulukko 5).

Taulukko 5. Yleiskatsaus analyysin löydöksistä

Yritys	Johtami- nen	Henki- löstö	Tuote/asia- kas	Ekolo- ginen	Toimi- tus- ketju	Yritys- kansa- laisuus	Mit- tarit	Yht.
Elisa	33	18	15	10	7	29	20	132
Finnair	4	1	0	2	0	0	3	10
Kotipizza	0	0	4	2	0	0	0	6
LähiTa- piola	23	18	5	1	5	5	5	62
Mari- mekko	3	4	7	3	4	1	1	23
Matka- huolto	1	5	1	4	0	0	1	12
Nokia	36	13	9	15	8	10	5	96
Pentik	0	0	1	2	2	0	0	5
Sinituote	0	0	0	0	0	1	0	1
S-Ryhmä	7	6	8	2	4	2	2	31
Valio	9	6	3	2	3	6	1	30
VR	2	3	2	1	1	0	2	11
Yliopiston apteekki	1	0	1	0	0	0	0	2
Yhteensä	119	74	56	44	34	54	40	421

Kuten taulukosta 5 ilmenee, eniten mainintoja havaittiin Elisalta (132 kpl) ja Nokialta (96 kpl), jotka ovat molemmat suuria ICT-alalla toimivia yrityksiä. Vähiten digitaalisen vastuullisuuden ilmaisuja oli Sinituotteella (1 kpl), joka on myös liikevaihdoltaan pienin tutkituista yrityksistä.

Taulukossa 5 kuvataan myös alkuperäisilmausten jakautumista eri yläkategorioihin. Eniten mainintoja oli digitaalisen vastuullisuuden johtamisen (119 kpl) ja vähiten toimitusketjun (34 kpl) kategoriassa. Erilaisia digitaalisen vastuullisuuden mittareita ja niihin liittyviä sanallisia ilmaisuja aineistossa ilmeni yhteensä 40. Kuttakin taulukossa 5 mainittua yläkategoriaa tarkastellaan yksityiskohtaisemmin opinnäytetyön luvuissa 5.2–5.8 ja yhteenveto esitetään luvussa 5.9.

5.2 Digitaalisen vastuullisuuden johtamisen näkökulma

Digitaalisen vastuullisuuden johtamisnäkökulmaan kuuluvat Lautermannin ja Frickin (2023, 35–45) mukaan *digitaalinen etiikka ja vaatimustenmukaisuus, hallinto, digitaalinen strategia ja digitaalinen vastuuvollisuus*. Tässä opinnäytetyössä johtamisen yläkategoriaan määritettiin edellä mainittujen luokkien lisäksi myös alakategoriat *toimintaympäristö* sekä *kehittäminen ja toimenpiteet*. Alkuperäisilmausten jakautuminen eri alakategorioihin esitetään taulukossa 6. Digitaalisen vastuullisuuden johtamiseen liittyviä mainintoja oli aineistossa yhteensä 119 kymmenen (10/13) eri yrityksen vastuullisuusdokumentissa.

Taulukko 6. Digitaalisen vastuullisuuden johtamisen yläkategoria

Digitaalisen vastuullisuuden johtaminen	Kpl
Digitaalinen etiikka ja vaatimustenmukaisuus	33
Digitaalinen vastuuvollisuus	4
Hallinto	19
Kehittäminen ja toimenpiteet	15
Strateginen ulottuvuus	36
Toimintaympäristö	12
Yhteensä	119

5.2.1 Digitaalinen etiikka ja regulaatio

Leutermannin ja Frickin (2023, 36) mukaan digitaalisella etiikalla viitataan usein organisaation omaehtoiisiin vastuullisuuskäytäntöihin sekä ohjeisiin ja vaatimustenmukaisuudella taas pakottavaan regulaatioon. Tämän tutkimuksen aineistossa alakategoriaan kuuluvia alkuperäisilmaisuja esiintyi kahdeksan (8/13) organisaation dokumentissa, ja niitä ilmeni yhteensä 33 kertaa.

Digitaaliseen etiikkaan liittyvät ilmaisut sisälsivät aineistossa esimerkiksi erilaisia organisaation omia linjauksia, ohjeistuksia ja malleja liittyen erityisesti tietosuojaan, tietoturvaan ja datanhallintaan. Tietoturvapoliittikan tai -mallin mainitsivat dokumenteissaan Elisa (2023, 9), LähiTapiola (2023, 56) sekä Nokia (2023, 102) ja tietosuojapolitiikan tai -mallin taas Valio (2023, 73), LähiTapiola (2023, 56), Nokia (2023, 102) sekä S-Ryhmä (2023, 108).

Eettisten periaatteiden taustalla vaikuttanee usein kuitenkin myös regulaatio, jolloin kyse voi myös tällöin olla pikemminkin digitaalisesta vaatimustenmukaisuudesta eli erilaisten lakien ja standardien noudattamisesta. Tässä opinnäytetyössä analysoiduista yrityksistä esimerkiksi EU:n tietosuoja-asetukseen tai muuhun lainsäädäntöön viittasivat raporteissaan Nokia (2023, 102), LähiTapiola (2023, 56), Finnair (2023, 42), S-ryhmä (2023, 108), Marimekko (2023, 44), Valio (2023, 73) ja VR (2023, 33). Kiinnostavana yksityiskohtana mainittakoon, että Finnairin vuosikertomuksessa (2023, 42) tietosuojalainsäädännön kiristyminen nähtiin myös mahdollisena taloudellisena tai toiminnallisena riskinä.

Tutkituissa vastuullisuusraporteissa viitattiin tietosuoja-asetuksen lisäksi myös muuhun regulaatioon kuten saavutettavuusvaatimukseen (Elisa 2023, 20; Finnair 2023, 25) ja ”kameravalvonnan tietosuojakäytäntöihin Euroopan tietosuojaneuvoston ohjeistuksen pohjalta” (S-ryhmä 2023, 108). Vapaaehtoisista strukturoiduista hallintamalleista tietoturvallisuuden ISO 27001-sertifikaatin dokumentissaan mainitsivat Nokia ja Elisa.

Erilaisten tekoälytyökalujen käyttö organisaatioissa on lisääntynyt voimakkaasti viime vuosina, mutta tutkimusten mukaan tekoälyn eettisten periaatteiden määrittäminen ja julkaiseminen on yrityksissä kuitenkin vielä vähäistä (Ethos 2023,

10; Bonsón, Bednárová & Perea 2023; Boehm ym. 2022, 7–8). Sama oli havaittavissa myös nyt tutkituissa vastuullisuuskirjoituksissa, sillä vain Nokia (2023, 103) ja Elisa (2023, 14) ilmoittivat raporteissaan erillisistä tekoälyyn liittyvistä eettisistä ohjeistuksista.

5.2.2 Hallinto

Lautermannin ja Frickin (2023, 38) tutkimuksessa todetaan, että vastuullisuusraportit eivät tarjoa paljoakaan tietoa siitä, miten yritykset organisoivat digitaalista vastuullisuutta hallinnollisesta näkökulmasta. Tämän tutkimuksen aineistossa esiintyi yhteensä 19 alkuperäisilmaisua, joissa viitattiin digitaalisen vastuullisuuden sisäiseen koordinaatioon. Viisi (5/13) yritystä kuvasi raportissaan organisaation rooleja, joiden tehtäviin digitaalisen vastuullisuuden aihepiirit kuuluvat.

Elisan ja Nokian vastuullisuuskirjoituksissa hallinto oli kuvattu kattavimmin. Elisassa (2023, 12–14) esimerkiksi tietosuojaan liittyvät käytännöt hyväksyy organisaation turvallisuuden johtoryhmä. Yrityksessä on 300 tietosuojalähtelijää ja 20 tietosuojakoordinaattoria sekä erillinen kyberturvallisuuden tiimi, saavutettavuustyöryhmä ja tietosuoja, kyberturvallisuutta sekä toiminnan turvallisuutta käsitteleviä asiantuntijaryhmiä. Nokiassa (2023, 97, 102–104) puolestaan on hallituksen valiokunta, joka käsittelee tietoturva- ja tietosuojakysymyksiä ja teknologiajohto on laajasti mukana erilaisissa vastuullisuuteen liittyvissä sisäisissä neuvostoissa. Lisäksi organisaatiossa toimii sertifioitujen tietosuoja-asiantuntijoiden verkosto, teknologian eettisyyteen keskittyvä komitea, kyberpuolustuskeskus sekä erillinen digitalisoitu ja työkalupohjainen korruptiontorjunnan osaamiskeskus (CoE).

Myös Marimekon, LähiTapiolan ja Valion raporteista löytyi digitaalisen vastuullisuuden hallintoon liittyviä mainintoja. Kuten aikaisempienkin tutkimusten mukaan (esim. Lautermann & Frick 2023, 38–39; Ethos 2023, 10), erilaiset tietosuojaan ja -turvaan liittyvät roolit ovat organisaatioissa vakiintuneimpia. Esimerkiksi Valiossa (2023, 15, 73) on tietosuojaorganisaatio, joka koostuu lakiosaston edustajista ja liiketoimintoihin nimetyistä tietosuojalähtelijäistä sekä hyvän hallinnon tiimi, joka käsittelee myös tietosuojaan ja -turvaan liittyviä asioita. Lisäksi yrityksessä kokoontuu viikoittain tietoturvan johtamisen foorumi (IT-johtoryhmä).

5.2.3 Strateginen ulottuvuus

Digitaalisen vastuullisuuden strateginen näkökulma tarkoittaa sitä, että organisaatioiden on tehtävä strategisia päätöksiä sen varmistamiseksi, että se investoi riittävästi uusiin teknologioihin kunnioittaen kuitenkin samalla korkeita eettisiä sekä vastuullisuuden vaatimuksia (Ethos 2023, 10). Jos digitaalinen vastuullisuus nähdään osana yrityksen vastuullisuuden strategiaa, pääkysymys on, mitä digitaalisia työkaluja käytetään ja kehitetään sekä miten niitä voidaan käyttää kestävä kehityksen tavoitteiden saavuttamiseen välttäen samalla ei-toivotut sivuvaikutukset. Toisaalta strategisesti on tärkeää, että digitaaliset teknologiat eivät vain vähennä kestävä kehityksen kannalta negatiivisia vaikutuksia vaan myös auttavat maapallon elvyttämisessä. (Lautermann & Frick 2023, 42.)

Tämän tutkimuksen aineistossa strategisen näkökulman alkuperäisilmaisuja identifioitiin yhteensä 36. Aineiston analyysi osoitti, että digitaalinen vastuullisuus voi strategisesta näkökulmasta tarkasteltuna olla jopa koko yrityksen liiketoiminnan ydin tai tärkein kilpailutekijä kuten Elisassa, Nokiassa ja LähiTapiolassa:

Elisan missio on digitalisaatiolla kestävä tulevaisuus (Elisa 2023, 3).

Uskomme, että luomamme ja toimittamamme teknologia ja sen myönteiset vaikutukset ovat keskeisin keinomme edistää YK:n kestävä kehityksen tavoitteiden saavuttamista (Nokia 2023, 92).

Tavoitteenamme on erottua finanssialan kyberturvallisena vaihtoehtona (LähiTapiola 2023, 23).

Elisa, Nokia ja LähiTapiola ilmaisivat raporteissaan selkeästi digitaalisuuden yhteyden ESG-tavoitteisiinsa ja -strategioihinsa (mm. Nokia 2023, 92–93; Elisa 2023, 4), ja Elisassa digitaalinen vastuullisuus on jopa määritelty vastuullisuuden neljänneksi ulottuvuudeksi. Muita mainintoja strategisesta näkökulmasta olivat muun muassa vastuullisuusraporttien erilaiset riskienhallintaan liittyvät ilmaisut kuten kyberstrategia (LähiTapiola 2023, 23) ja kybersietokyky sekä tietosuojajohdanto (Nokia 2023, 102), tietosuojajavisio ja tietoturvakulttuuri (Elisa 2023, 14).

Tutkituissa vastuullisuusraporteissa kuvattiin myös erilaisia toimintaympäristössä ilmeneviä uhkia ja mahdollisuuksia sekä sidosryhmien odotuksia digitaalisen vas-

tuullisuuden näkökulmasta. Teknologiaan liittyvät hyödyt ja suuret odotukset kestävä kehityksen näkökulmasta ovat laajasti tiedossa, mutta organisaatiot tunnistavat myös niiden aiheuttamia riskejä. Digitaalisuuteen ja teknologiaan liittyviä toimintaympäristöllisiä uhkia, kuten kyberturvallisuusuhkia, kuvasivat raporteissaan Nokia (2023, 102), Elisa (2023, 4), Finnair (2023, 41), Valio (2023, 74), VR (2023, 22) ja LähiTapiola (2023, 22). Myös sidosryhmät vaativat muuttuneessa digitaalisessa toimintaympäristössä yrityksiltä yhä vastuullisempaa toimintaa kuten oheiset Elisan ja Matkahuollon vastuullisuusraporttien sitaatit osoittavat.

Covid-19 ja Ukrainan sota ovat muuttaneet työskentelytapojamme ja lisänneet sidosryhmiemme digitaalista turvallisuutta ja varautumissuunnittelua koskevia odotuksia (Elisa 2023, 10).

Palvelujen saavutettavuus ja korkea tietoturva ovat ehdottomia edellytyksiä, jotka nousivat esiin useasti vuoden 2022 aikana (Matkahuolto 2023, 11).

5.2.4 Digitaalinen vastuuvollisuus

Lautermann ja Frick (2023, 39–41) viittaavat digitaalisella vastuuvollisuudella erityisesti digitaalisen vastuullisuuden raportointiin. Toisaalta se voi tarkoittaa yrityksille myös sitä, että vastuullisuusprosessit muuttuvat digitalisaation seurauksena vähintään kolmella toisiinsa nivoutuvalla tasolla: sisäisessä tiedonhallinnassa, ulkoisessa raportoinnissa ja julkisessa keskustelussa. Sisäisessä tiedonhallinnassa kiinnostus kohdistuu erityisesti työkaluihin ja prosesseihin, joita digitaalisuus vastuullisuustiedon suhteen muuttaa ja parantaa. Ulkoisen raportoinnin lisäksi digitaalisuus taas tarjoaa muitakin keinoja käydä sidosryhmien kanssa keskustelua erilaisissa kanavissa sekä julkaista vastuullisuusinformaatiota. (Lautermann & Frick 2023, 39.)

Tutkituista yrityksistä neljä (4/13) kuvasi vastuullisuustiedolla johtamisen, raportoinnin ja datan käyttöön liittyviä kehitystoimia vastuullisuuskirjeistään. Elisa (2023, 37) kertoi muun muassa jatkaneensa vuonna 2022 ympäristöön liittyvien tiedonkeruuprosessien ja raportointityökalujen automatisoinnin kehittämistä. LähiTapiola (2023, 57) puolestaan kehittää kestävyystekijöiden integrointia sijoitusprosessiin sekä siitä raportointiin jatkuvasti, ja Valio (2023, 44) pyrkii automaation avulla tuomaan hävikin läpinäkyvämmäksi osaksi arjen johtamiskäy-

täntöjä. S-ryhmän (2023, 37) raportissa taas kerrottiin, että läpinäkyvyyden vaateet kasvattavat vaatimuksia myös entistä paremmalle vastuullisuusdatan hallinnalle, ja tämän toteutuminen puolestaan mahdollistaa vastuullisuustietojen jakamisen myös asiakkaille.

5.2.5 Kehittäminen ja toimenpiteet

Analysoiduista vastuullisuusdokumenteista identifioitiin organisaation johtamiseen liittyviä alkuperäisilmaisuja, jotka koskivat oman toiminnan kehittämistä sekä kuvasivat erilaisia konkreettisia toimenpiteitä ja työkaluja, joita digitaalisen vastuullisuuden johtamisessa ja hallinnassa hyödynnetään. Kehittämisen ja toimenpiteiden alakategoriaan kuuluvia mainintoja oli aineistossa yhteensä 15 kuu- den (6/13) eri yrityksen raportissa.

Yritykset kuvasivat raporteissaan erilaisia digitaalisia työkaluja ja tapoja, joiden avulla organisaatio voi toimia vastuullisemmin. Näitä keinoja olivat esimerkiksi LähiTapiolan (2023, 61) ponnistelut petosrikollisuuden tehokkaampaan valvontaan ja sen automatisointiin sekä Valion (2023, 74) tekemä työ organisaation vastuullisuusriskien tunnistamisen automatisointiin. Muita mainittuja toimenpiteitä olivat esimerkiksi erilaiset tietosuojan ja -turvaan liittyvät konkreettiset toimet kuten sisäiset kartoitukset (Yliopiston apteekki 2023, 11) sekä arvioinnit (S-Ryhmä 2023, 109; Nokia 2023, 102).

Sisäisiä kyberturvallisuusharjoituksia järjestivät vuonna 2022 ainakin Elisa (2023, 13) ja LähiTapiola (2023, 23). Muina konkreettisina toimenpiteinä organisaation digitaalisen toiminnan vastuullisuuskehittämisessä mainittiin esimerkiksi aiheeseen liittyvän lainsäädännön seuraaminen (LähiTapiola 2023, 57), digipalveluiden saavutettavuusauditoinnit (Elisa 2023, 20) sekä teknologiaan ja digitaalisuuteen liittyvän riskienhallinnan kehittäminen (Nokia 2023, 98; LähiTapiola 2023, 59–60).

5.3 Digitaalisen vastuullisuuden henkilöstönäkökulma

Digitaalisuus muokkaa väistämättä työelämää. Lautermannin ja Frickin (2023, 46) mukaan työolot ja -tavat muuttuvat, ja digitaalisuus sekä uudet teknologiat

voivat saada henkilöstönäkökulmasta aikaan niin positiivisia kuin negatiivisia vaikutuksia. Tämän tutkimuksen aineistosta analysoitiin yhteensä 74 alkuperäisilmaisua, jotka liittyivät digitaalisen vastuullisuuden henkilöstönäkökulmaan. Mainintoja oli yhdeksän (9/13) yrityksen vastuullisuusraportissa. Henkilöstövastuun kategoria jakautuu tässä aineistossa seitsemään alakategoriaan (taulukko 7), joista eniten alkuperäisilmaisuja oli *koulutuksen* (31 mainintaa) sekä *työhyvinvoinnin ja työsuojelun* (22 mainintaa) alakategorioissa.

Taulukko 7. Digitaalisen vastuullisuuden henkilöstönäkökulma

Digitaalinen henkilöstövastuu	Kpl
Epäkohtien ilmoituskanava	7
Hyvinvointi ja työsuojelu	22
Koulutus	31
Osaaminen	6
Henkilöstöstrateginen	2
Tasa-arvo	3
Tietosuojaja	3
Yhteensä	74

Taulukossa 7 mainituista alakategorioista *henkilöstöstrateginen* ja *epäkohtien ilmoituskanava* ovat osa-alueita, joita analyysin viitekehyksenä hyödynnetyssä Lautermannin ja Frickin (2023) tutkimuksessa ei esiintynyt. Henkilöstöstrateginen alakategoria sisältää LähiTapiolan (2023, 47) maininnat uudesta henkilöstöstrategiasta, jonka painopisteenä on ihmisten ja teknologian liitto.

Epäkohtien ilmoituskanava puolestaan sisältää ne alkuperäisilmaisut, joissa tutkitut yritykset kuvasivat erilaisia henkilöstölle suunnattuja eettisten, vastuullisuustai turvallisuusepäkohtien ilmoituskanavia. Digitaalisia anonyymeja whistleblowing-kanavia tai vastaavia oli käytössä ainakin Elisassa (2023, 8), Finnaissa (2023, 24), LähiTapiolassa (2023, 52, 61), S-Ryhmässä (2023, 93), Nokiasa (2023, 104) ja Matkahuollossa (2023, 24).

5.3.1 Henkilöstön koulutus ja osaaminen

Koulutus oli tässä tutkimuksessa digitaalisen henkilöstövastuun suurin alakategoria ja se sisälsi 31 alkuperäisilmaisua. Kategoria jakautuu edelleen luokkiin *henkilöstön koulutus* (15 mainintaa) ja *digitaalinen työkalu vastuullisuuskoulutukseen* (16 mainintaa).

Lautermannin ja Frickin (2023, 56) tutkimuksessa todetaan, että kuvaukset niin koulutusten toteuttamisesta digitaalisten oppimisalustojen avulla kuin koulutus erityisesti tietosuojasta ja tietoturvasta ovat yritysten vastuullisuusraporteissa melko yleisiä. Myös tämän tutkimuksen yrityksistä seitsemän (7/13) kertoi järjestäneensä henkilöstölle koulutusta tietosuoja-, tietoturva- ja kyberturvallisuusasioista. Kahdeksan (8/13) yritystä puolestaan käyttää verkkokoulutusta ja muita digitaalisia työkaluja erilaisten henkilöstölle suunnattujen vastuullisuusteemaisten koulutusten tarjoamiseen. Esimerkiksi Matkahuolto (2023, 35) ja Marimekko (2023, 44) kertoivat hyödyntäneensä verkkokoulutusta organisaation eettisten ohjeiden (Code of Conduct) implementointiin.

Toinen vahvasti kouluttautumiseen ja uuden oppimiseen linkittyvä aineistossa esiintyvä alakategoria oli *henkilöstön osaaminen*. Tämä kategoria sisältää ne alkuperäisilmaisut, joissa viitattiin henkilöstön jatkuvasti kehittyviin työelämän osaamistarpeisiin ja -vaateisiin, joita digitaalinen transformaatio ja uudet teknologiat saavat aikaan. Tutkituista yrityksistä Valio (2023, 68), Elisa (2023, 15), LähiTapiola (2023, 50) ja Nokia (2023, 108) kuvasivat raporteissaan toimia, joilla henkilöstön digi-, data- tai teknologiaosaamista on pyritty vahvistamaan.

5.3.2 Työhyvinvointi ja työsuoja

Työturvallisuus ja työhyvinvointi ovat keskeisiä henkilöstövastuun aiheita. Digitaalisten teknologioiden lisääntyvä käyttö voi parantaa työturvallisuutta ja lisätä työhyvinvointia, mutta myös vaarantaa niitä. (Lautermann & Frick 2023, 57.) Niehoffin (2022) mukaan haittoja voivat olla esimerkiksi erilaiset terveysriskit kuten digitalisaation aiheuttama kohonnut stressi. Vaikka virtuaaliteknologian hyödyt tunnustetaan, siihen liittyy myös haasteita, mikä todettiin myös LähiTapiolan raportissa:

Monipaikkainen työ, itsensä ja oman työuransa johtaminen sekä jatkuva uudistumisen tarve kuormittavat henkilöstöä ja esihenkilöitä (LähiTapiola 2023, 51).

Matkahuolto (2023, 24), Valio (2023, 68), LähiTapiola (2023, 68), Nokia (2023, 109) ja Elisa (2023, 19) kertoivat vastuullisuusdokumenteissaan etä-, hybridi- tai monipaikkaisen työn käytännöistään. Esimerkiksi Matkahuolto ja Valio mainitsevat hybridityön toimintamallit, ja etä- ja hybridityön esihenkilötyön tukemista vuonna 2022 toteuttivat ainakin Valio, Nokia sekä Elisa.

Kuten seuraavista sitaateista voi todeta, muutamat yritykset toivat raporteissaan esiin, että etä- ja hybridityössä vaaditaan samanlaista toimivaa, niin henkisesti kuin fyysisestikin turvallista työympäristöä kuin lähityössäkin.

On tärkeää, että meillä on sekä toimistossa että virtuaalisesti työympäristö, jossa jokainen voi olla oma itsensä ja tuntea kuuluvansa ryhmään sellaisena kuin on (Elisa 2023, 15) – – Syrjimättömyys, tasa-arvo, hyvä johtaminen, hyvinvointi sekä työterveys ja -turvallisuus ovat Elisalle keskeisiä teemoja. Pyrimme rakentamaan turvallisen digitaalisen ympäristön, joka takaa kaikille yhtäläiset oikeudet. (Elisa 2023, 17.)

Tavoitteenamme on tiimi- ja organisaatiokohtaisilla toimenpiteillä parantaa henkilöstön työtyytyväisyyttä ja rakentaa positiivista kulttuuria. Hyvän käytöksen edellyttäminen kaikissa kohtaamisissa, myös digitaalisten kanavien kautta tapahtuvassa vuorovaikutuksessa, on yksi keskeinen tekijä tavoitteen saavuttamisessa. (VR 2023, 34.)

Vuonna 2022 työsuojelutoiminnan tavoitteena oli työturvallisuuden ja työhyvinvoinnin osaamisen kasvattaminen monipaikkaisessa työssä. Jatkamme työtä samalla teemalla vuonna 2023. Painotamme erityisesti hyvien käytäntöjen jakamista, työpäivän aikaisen palautumisen mahdollistamista ja ergonomian tärkeyttä. (LähiTapiola 2023, 52.)

Lautermannin ja Frickin (2023, 58) mukaan henkilöstön työhyvinvointia ja -terveyttä virtuaalisessa työympäristössä voidaan tukea esimerkiksi tarjoamalla erilaisia digitaalisia työterveys- ja hyvinvointipalveluita. Tämän tutkimuksen yrityksistä viisi (5/13) kertoi vastuullisuusraportissaan työhyvinvointia ja -terveyttä tukevista sovelluksesta tai muusta digitaalisesta työkalusta. Esimerkiksi Nokiassa (2023, 110) oli vuonna 2022 maailmanlaajuinen mielenterveys- ja hyvinvointikoulutusten webinaarisarja, Elisa (2023, 15) tarjosi Virossa virtuaalista tukea mielenterveyteen liittyvissä asioissa asiakasrajapinnassa työskenteleville työntekijöille ja Valio (2023, 69) otti kokeiluun Auntie Solutions -palvelun, joka tarjoaa henkilöstölle matalan kynnyksen tukea elämän solmukohdissa.

Muita digitaalisia henkilöstövastuuta tukevia vastuullisuuskirjoituksissa mainittuja työkaluja olivat erilaiset hr-dataa hyödyntävät sekä työturvallisuuden seurantaan liittyvät järjestelmät. Vaikka sovellukset tarjoavatkin paljon hyötyjä, erityisesti henkilöstödatan hyödyntäminen ja järjestelmien laaja käyttö nostavat esiin kysymyksen työntekijöiden tietosuojasta (esim. Lautermann & Frick 2023, 58). Tietosuoja- ja tietoturva olivat laajasti esillä tässä tutkimuksessa analysoiduissa vastuullisuusraporteissa, mutta henkilöstön suhteen niitä käsitelivät vain Marimekko (2023, 41), Nokia (2023, 103) ja LähiTapiola (2023, 23, 26).

Yritykset kehittävät nykyisin yhä automatisoidumpia päätöksentekojärjestelmiä. Koska tekoälyä ja automaatiota voidaan käyttää myös erilaisten henkilöstöpäätösten tekemiseen, nousevat tasa-arvon ja syrjimättömyyden näkökulmat tärkeäksi osaksi henkilöstövastuuta. (Lautermann & Frick 2023, 51.) Tässä opinnäytetyössä tutkituissa vastuullisuuskirjoituksissa automaattinen päätöksenteko ei noussut esiin, mutta syrjimättömyyttä kuitenkin sivuttiin toisenlaisista näkökulmista käsin digitaalisen henkilöstövastuun yhteydessä. Elisa (2023, 19) kertoi otaneensa käyttöön työkalun, joka auttaa yritystä tekemään monimuotoisuutta paremmin huomioivampia rekrytointi-ilmoituksia sekä työnantajamarkkinointia ja S-ryhmä (2023, 115) puolestaan irtisanoutuneensa kahden sukupuolen näkökulmasta muun muassa asiakasomistajakyselyissään ja henkilötietojärjestelmässään. LähiTapiola (2023, 53) taas on kehittänyt tilastollisia työkaluja, joilla tuetaan yhtiöiden valmiuksia arvioida tasa-arvon kehittymistä yhtenäisesti ja järjestelmällisesti.

Digitaalisuus, teknologiat ja automaatio voivat useiden muiden mahdollisten vastuullisuushyötyjensä lisäksi helpottaa myös työn tekemistä sekä esimerkiksi parantaa työturvallisuutta kuten Nokian (2023, 101) raportissa kuvataan. Toki täysin toisenlaisiakin henkilöstövaikutuksia voi ilmetä, sillä Matkahuolto (2023, 10) toi raportissaan ilmi vähentäneensä fyysisiä myyntipisteitä ja henkilöstöä lipunmyynnin digitalisoinnin seurauksena.

5.4 Digitaalisen vastuullisuuden asiakas- ja tuotevastuun näkökulma

Lautermann ja Frick (2023, 84) jakavat digitaalisen asiakas- ja tuotevastuun yläkategorian *asiakkaan tietosuojaan, syrjimättömyyteen, viestintään ja markkinointiin* sekä *verkkokauppaan*. Tässä opinnäytetyössä kategoriaan kuuluvat edellä mainittujen lisäksi myös *tuote- ja palvelukehitys* sekä *kestävät palvelut*. Kymmenen yrityksen (10/13) raportissa ilmeni asiakas- ja tuotevastuun teemaan liittyviä mainintoja. Taulukko 8 kuvaa alkuperäisilmaisujen jakautumista eri alakategori-oihin.

Taulukko 8. Digitaalisen vastuullisuuden asiakas- ja tuotevastuun yläkategoria

Digitaalinen asiakas- ja tuotevastuu	Kpl
Asiakkaan tietosuoja	5
Verkkokauppa	6
Viestintä asiakkaille	15
Tuote- ja palvelukehitys	20
Kestävät palvelut	10
Yhteensä	56

5.4.1 Vastuullinen tuote- ja palvelukehitys

Luvussa 3.2 esiteltiin erilaisia digipalveluita ohjaavia lakeja ja säädöksiä. Dufvan ja Rekolan (2023, 49) mukaan lainsäädännön kehityksen avulla pyritään varmistamaan erityisesti se, että kuluttajille on tarjolla luotettavia ja turvallisia digitaalisia tuotteita ja palveluita sekä datan käytön läpinäkyvyyden kasvaminen. Yritysten kannalta on toki merkittävää sekin, että tutkimusten mukaan luotettavuus ja datan suojaaminen vaikuttavat asiakkaan ostopäätökseen lähes yhtä paljon kuin hinta ja toimitusaika (Boehm ym. 2022, 4).

Tämän tutkimuksen aineistossa tietosuojanäkökulma huomioitiin useissa vastuullisuusraporteissa ja useista erilaisista näkökulmasta. Asiakasnäkökulmasta aihetta erityisesti yrityksen oman vastuun tai hieman yleisemmällä tasolla käsitteli dokumenteissaan kolme (3/13) yritystä:

Tietosuoja kuuluu jokaisen ihmisen perusoikeuksiin – – Olemme automatisoineet palveluitamme, jotta asiakkaamme voivat helposti käyttää oikeuttaan saada tietoaan – – Olemme luoneet tekstin anonymisointimallin varmistaaksemme, että asiakkaiden tiedot pysyvät luottamuksellisina, kun dataa käytetään tekoälymallin kouluttamiseen. (Elisa 2023, 14, 15.)

Käsitlemme asiakkaiden tietoja turvallisesti (Yliopiston Apteekki 2023, 28).

Luottamuksellisen tiedon haltijana ja käyttäjänä huolehdimme tietoturvasta, yksityisyydensuojasta ja tiedon asianmukaisesta käytöstä (LähiTapiola 2023, 26).

Tietosuoja ja tietoturva voidaan huomioida myös osana tuote- ja palvelukehitystä. Esimerkiksi LähiTapiola (2023, 57, 56) kertoi raportissaan noudattavansa sisäänrakennetun ja oletusarvoisen tietosuojan ja tietoturvan periaatteita sekä käyttävänsä tuotekehityksessä uhka-arviointimallia ja Nokia (2023, 93, 102) taas Design for Security-menetelmää. Matkahuolto (2023, 7) puolestaan on ottanut käyttöön uuden turvallisuusprosesseja vahvistavan noutokoodin. Tuotteiden, palveluiden ja toiminnan tietoturvan kehittämistä ja testaamista voidaan tehdä myös esimerkiksi (hyvä)hakkeriyhteistyön kautta kuten Elisa (2023, 2023, 13) ja LähiTapiola (2023, 57) vastuullisuusraporteissaan kuvasivat.

Tietosuojan ja -turvan lisäksi tutkituissa raporteissa esiteltiin myös muita tuotteiden ja palveluiden asiakkaisiin liittyviä vastuullisuustoimia kuten ihmisoikeuksiin, syrjimättömyyteen ja saavutettavuuteen liittyviä toimenpiteitä:

Vuonna 2022 otimme esteettömyyskriteerit käyttöön tärkeimmissä palvelunkehitysprosesseissamme (Elisa 2023, 20).

Panostamme tasavertaisen matkustamisen mahdollistamiseen kehittämällä jatkuvasti fyysisten ja digitaalisten palvelujemme esteettömyyttä (VR 2023, 5).

Meillä on vahva ihmisoikeuksien valvontamenettely, jonka tavoitteena on varmistaa, että teknologiaamme ei käytetä väärin rajoittamaan yksilön tai ryhmän yksityisyyttä tai sananvapautta (Nokia 2023, 5).

5.4.2 Kestävät palvelut

Nokia (2023, 101) ilmaisee tavoitteekseen digitaalisen kahtiajaon kaventamisen tuotteillaan ja Elisa (2023, 20) palveluidensa avulla edistävänsä jokaisen mahdollisuutta osallistua digitalisoituvaan yhteiskuntaan. Yritysten erilaiset digitaaliset palvelut hyödyttävätkin parhaimmillaan vastuullisuusnäkökulmasta niin asiakasta kuin yritystä. Konkreettisempi esimerkki tästä löytyi Kotipizzan (2023, 8)

vastuullisuusraportista, jossa kuvataan miten heidän ilmastolaskuriaan voi käyttää sekä apuna oman ruokailunsa hiilijalanjäljen pienentämiseen kuin Kotipizzan ravintoloissa ruokatuotteiden ilmastopäästöjen seurantaan.

Leutermann ja Frick (2023, 83) peräänkuuluttavat, että yritysten pitäisi suunnitella verkkokaupansa siten, että asiakkaat voivat tehdä kestävämpiä kulutus päätöksiä. Tässä tutkimuksessa Kotipizzan (2023, 8) lisäksi S-Ryhmä (2023, 54, 56, 58, 72, 84, 129) kertoi raportissaan kehittämistään erilaisista asiakkaita vastuullisempaan kulutukseen kannustavista digitaalisista laskureista sekä sovelluksista ja Marimekko (2023, 7–8) puolestaan lisänneensä verkkokaupansa tuotetietoihin lisää kestävyystietoa ostopäätösten tueksi. Myös Finnair (2023, 21) tarjoaa asiakkailleen palvelun, jonka avulla voi laskea lentonsa päästöt sekä hyvittää niitä.

Sen lisäksi, että erilaiset sovellukset ovat toimineet tutkituissa yrityksissä kestävimpiin valintoihin ohjaajina, ne ovat myös herätelleet keskustelua asiakkaiden kanssa muissa kanavissa (esim. Kotipizza 2023, 8; Marimekko 2023, 36). Lautermannin ja Frickin (2023, 81) mukaan yritykset kuvaavat vastuullisuusraporteissaan vielä melko niukasti digitaalista vastuullisuusviestintäänsä ja vuorovaikutustaan asiakkaiden kanssa. Tämän tutkimuksen yrityksistä viestintää verkkosivuilla tai keskustelua sosiaalisen median kautta niin tuotteiden, palveluiden tai koko yrityksen vastuullisuudesta ovat kuitenkin vastuullisuusraporttien mukaan käyneet ainakin Marimekko (2023, 15, 36, 48), S-Ryhmä (2023, 55), VR (44), Valio (2023, 12, 22, 61), Kotipizza (2023, 8) ja Elisa (2023, 12).

Vaikka verkkokaupan volyymit ovat kasvaneet viime vuosina voimakkaasti, Lautermann ja Frick (2023, 83) toteavat tutkimuksessaan, etteivät yritykset siitä huolimatta vielä juurikaan käsittele verkkokauppaa vastuullisuusraporteissaan ja digitaalisen vastuullisuuden sovellusalueena. Tässä opinnäytetyössä tutkituista yrityksistä verkkokauppaliiketoimintaa on kymmenellä (10/13) toimijalla, mutta vain neljän (4/13) yrityksen vastuullisuusraporteissa mainittiin verkkokauppa digitaalisen vastuullisuuden näkökulmasta. Edellä mainittujen Kotipizzan ja Marimekon kestävämpiin valintoihin ohjaavien toimien lisäksi Marimekko (2023, 24) sekä Pentik (2023, 33) kompensoivat pakettitoimitustensa päästöjä, ja Finnair (2023, 21) tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden lentojensa hiilipäästöjen hyvittämiseen.

5.5 Digitaalisen vastuullisuuden ekologinen näkökulma

Uudenlaiset teknologiat, digitaalisuus ja data tarjoavat välineitä siirtymiseen kohti resursseja ja luontoa säästävää, ilmastoneutraalia kiertotaloutta, mutta samaan aikaan datatalous ja digitalisaatio myös kuluttavat huomattavasti resursseja ja energiaa (Digitaalinen kompassi 2022, 7–8). Digitalisaation vaikutus esimerkiksi kasvihuonepäästöihin on merkittävä, ja tutkimusten mukaan sen osuus kaikista päästöistä on noin 4 prosenttia, eli enemmän kuin vaikkapa koko lentoliikenteen (Ethos 2023, 22). Big Datan käyttöön liittyvien palvelimien taas on kerrottu käyttävän vuodessa enemmän energiaa kuin Argentiinan tai Thaimaan valtioiden (Cardinalli & De Giovanni 2022). Tutkimuksissa onkin esitetty myös näkökulmia, että pahimmillaan erityisesti vahvasti toiminnalliseen ja taloudelliseen tehokkuuteen pyrkivä digitaalisuus ja teknologioiden käyttö voi päinvastoin jopa edesauttaa ja aikaansaada kestäväntä kehitystä (esim. Veit & Thatcher 2023; Niehoff 2022; Cardinalli & De Giovanni 2022).

Digitaalisuuden, datan ja teknologioiden ympäristöön liittyviä negatiivisia vaikutuksia voivat olla muun muassa digitaalisen jätteen lisääntyminen, energiankulutus, kasvavat hiilidioksidipäästöt (Rossario & Diaz 2023), jäähdytykseen liittyvä vedenkulutus (Ethos 2023,22) sekä raaka-aineiden ja luonnonvarojen käyttö (Lautermann & Frick 2023, 65). Myös laitteiden ja teknologioiden kierrätettävyyden on nykyisin yhä tärkeämpää. Yritysten onkin kiinnitettävä entistä enemmän huomiota ympäristövaikutuksiin niin teknologiaa hankittaessa, käytettäessä kuin valmistettaessa. (Ethos 2023, 22.)

Niehoffin (2022) tutkimuksen mukaan yritykset julkaisevat vielä niukasti tietoa digitaalisuuden negatiivisista vaikutuksista ympäristöön. Tyypillisempää on tuoda vastuullisuusraporteissa esiin positiivinen suhde digitalisaation ja kestävä kehityksen välillä, joskin usein syyt tähän jäävät melko epämääräisiksi tai annetaan vaikutelma siitä, että digitalisaatio ikään kuin automaattisesti lisää kestävyttä (Niehoff 2022). Tässä tutkimuksessa kymmenen (10/13) yritystä kertoi vastuullisuusdokumenteissaan digitaalisuuden, datan tai teknologioiden mahdollistavan kestävämmän toiminnan.

Lautermann ja Frick (2023) keskittyivät omassa tutkimuksessaan erityisesti teollisuuden toimijoihin ja niin sanottuun teollisuus 4.0. -näkökulmaan, mutta tässä opinnäytetyössä ekologista näkökulmaa tarkasteltiin laajemmin ympäristökestävyyteen liittyvien alkuperäisilmaisujen kautta. Kuten taulukosta 9 voi havaita, aineistossa ilmeni yhteensä 44 mainintaa liittyen digitaalisen vastuullisuuden ekologiseen näkökulmaan. Alkuperäisilmaisut jaoteltiin tässä tutkimuksessa edelleen *digitaalisuuden energiankulutuksen ja päästöjen* (9 mainintaa), *kestävämmän toiminnan mahdollistamisen* (25 mainintaa) ja *kiertotalouden* (10 mainintaa) alakategorioihin.

Taulukko 9. Digitaalisen vastuullisuuden ekologinen näkökulma

Ekologinen digitaalinen vastuullisuus	Kpl
Digitaalisuuden energiankulutus ja päästöt	9
Kestävämmän toiminnan mahdollistaminen	25
Kiertotalous	10
Yhteensä	44

Merkittävin osa digitaalisuuden ympäristövaikutuksista syntyy laitteiden valmistusvaiheessa (Ethos 2023, 22). Tässä opinnäytetyössä tutkituista yrityksistä ICT-sektorilla toimivat Elisa ja Nokia ovat kumpikin tunnustaneet tarpeen huomioida valmistuksen ympäristönäkökulmat ja kuvasivat raporteissaan erilaisia toimenpiteitä, joilla ne pyrkivät vähentämään tuotteidensa ja palveluidensa negatiivisia ympäristövaikutuksia. Konkreettisia keinoja voivat olla esimerkiksi kokonaisuudessaan energiatehokkaampien ratkaisujen kehittäminen ja innovaatiot (Elisa 2023, 21, 34; Nokia 2023, 99) sekä kierrätysmateriaalien käyttö tuotteissa (Nokia 2023, 100).

Päästöjen ja resurssien käytön vähentämiseen liittyen Valio (2023, 36) kertoi raportissaan etsivänsä aktiivisesti uusia teknologioita metaanipäästöjen vähentämiseksi, ja paperin käytön vähentämisen digitaalisuuden avulla puolestaan mainitsivat raporteissaan Finnair (2023, 28) ja Matkahuolto (2023, 7, 35). Osa yrityksistä myös kompensoi oman toimintansa aiheuttamia päästöjä joko itse tai asiakkaidensa ostojen myötä kuten Finnair, Marimekko ja Pentik (ks. luku 5.4).

Ympäristöministeriön (2023) mukaan kiertotalous tarjoaa ratkaisuja ilmastonmuutoksen hillitsemiseen ja luontokadon pysäyttämiseen, sillä kiertotaloudessa luonnonvarat pysyvät kierrossa pidempään ja niitä käytetään kestävämmiin. Myös tässä tutkimuksessa tarkastellut yritykset kertoivat vähentävänsä digitaalisuuden ja teknologian aiheuttamia päästöjä ja syntyvää jätettä sekä pidentävänsä tuotteidensa elinkaarta kiertotalouden avulla kuten oheiset esimerkit osoittavat.

Pyrimme vähentämään syntyvän jätteen määrää huoltamalla, korjaamalla, kunnostamalla, uusiokäyttämällä ja kierrättämällä laitteita vastuullisesti. Tarjoamme näitä palveluita ja erityisiä kiertotalouden liiketoimintamalleja myös asiakkaillemme. (Elisa 2023, 34.)

Uusi kiertotaloustavoitteemme koskee jätteiden aiheuttajia koko arvoketjussamme – Kiertotaloudessa keskitymme mahdollisuuksiin edistää laitteiden kierrätettävyyttä ja hallita keskeisten raaka-aineiden hankintaa ja uudelleenkäyttöä. (Nokia 2023, 93, 100.)

Marimekko Pre-loved [verkkokauppa] on tärkeä askel kunnianhimoisella vastuullisuusmatkallamme tuotteidemme käyttöiän pidentämiseksi edelleen ja kiertotalouden edistämiseksi (Marimekko 2023, 18).

[Tärkeimmät saavutukset ilmastotyössä] Vuonna 2019: Hävikkiruuan myynti ResQ Club -äpissä käynnistyy (Kotipizza 2023, 7).

Lautermannin ja Frickin (2023, 65) sekä Niehoffin (2022) mukaan erilaiset automaation ja optimoinnin hyödyntämisen maininnat ovat vastuullisuusraporteissa yleisiä. Usein niillä kuitenkin tavoitellaan pikemminkin oman toiminnan tehostamista ja taloudellisia hyötyjä kuin kestävyshyötyjä (Niehoff 2022). Tässä opinäytetyössä erilaisista oman toiminnan optimointi- ja automaatoratkaisuista myös ekologinen näkökulma huomioiden kertoivat Matkahuolto (2023, 30), Lähi-Tapiola (2023, 44), Pentik (2023, 25), S-Ryhmä (2023, 70) ja Nokia (2023, 10). Erityisesti kuvauksia omiin toimitiloihin ja energiatehokkuuteen liittyvistä keinoista oli raporteissa useampia kuten seuraavista sitaateista ilmenee.

Päivitimme kiinteistöautomaatiota, minkä avulla saimme optimoitua järjestelmän tehokkuutta ja säästämme energiaa – Vaihdoin valaistuksen älykkääseen LED-valaistukseen. (Pentik 2023, 25.)

Tavoittelemme kohteissamme kokonaisvaltaista energia- ja kustannustehokkuuden parantamista esimerkiksi hyödyntämällä hukkalämpöä, optimoimalla kokonaisuuksia ja ohjaamalla kiinteistöjärjestelmien tarpeenmukaista käyttöä (S-Ryhmä 2023, 70).

Kestävemmän toiminnan mahdollistaminen tarkoittaa tässä tutkimuksessa erityisesti oman toiminnan positiivisen kädenjäljen maksimointia. Nokia (2023, mm. 101), Elisa (2023, mm. 31), VR (2023, 44) ja Matkahuolto (2023, 31) korostivat raporteissaan, että niiden palvelut ja tuotteet toimivat itsessään muille organisaatioille tai koko yhteiskunnalle välineenä ja mahdollisuutena toimia energiatehokkaammin, resurssitehokkaammin tai hiilijalanjälkeä pienentävästi. Esimerkiksi Elisan (2023, 31) mukaan heidän palveluidensa aiheuttama positiivinen kädenjälki voi olla jopa kymmenkertainen negatiiviseen jalanjälkeen verrattuna.

5.6 Digitaalisen vastuullisuuden toimitusketjun näkökulma

Lautermann ja Frick (2023, 85–101) jaottelivat tutkimuksessaan digitaalisen vastuullisuuden toimitusketjunäkökulman *toimitusketjun hallinnan digitalisointiin ja digitaalisten toimitusketjujen globaaliin vastuuseen*. Tässä tutkimuksessa aineistoista identifioitiin neljä toimitusketjuihin liittyvää alakategoriaa, jotka ovat *hankinnat, toimittajien hallinta, toimitusketjun avoimuus ja yhteistyö toimittajien kanssa* (ks. taulukko 10). Yhteensä mainintoja löytyi kahdeksasta (8/13) tutkitusta vastuullisuusdokumentista.

Taulukko 10. Digitaalisen vastuun toimitusketjun yläkategoria

Digitaalisen vastuun toimitusketjun näkökulma	Kpl
Hankinnat	5
Toimittajien hallinta	15
Toimitusketjun avoimuus	4
Yhteistyö toimittajien kanssa	10
Yhteensä	34

Tässä opinnäytetyössä tarkastelluista yrityksistä neljä (4/13) kuvasi vastuullisuusraportissaan erilaisia (mukaan lukien digitaalisiin) hankintoihin liittyviä vastuullisuussitoumuksiaan, tavoitteitaan sekä toimittajien vastuullisuuden arviointikäytäntöjään. Esimerkiksi Valiossa (2023, 75) on hankinnoissa käytössä toimittajien ilmastotyön arviointityökalu, LähiTapiola hyödyntää erityisesti isoissa ICT-hankinnoissa kumppanivalinnan vastuullisuuskriteerejä (2023, 55) ja VR:n (2023,

51) toimittajien on hyväksyttävä toimittajien eettiset ohjeet. Myös jo valittujen toimittajien ja koko toimitusketjujen vastuullisuuden hallintaa, seurantaa ja arviointia toteutetaan erilaisin tavoin kuten seuraavat esimerkit osoittavat.

Hyödynnämme ja tuotamme dataa vastuullisesti yhteistyössä kumppaneiden kanssa – – Auditoimme tai tarkastamme muuten henkilötietojen käsittelystä vastaavat yhteistyökumppanimme ja heidän käyttämänsä järjestelmät. (LähiTapiola 2023, 25, 57.)

Odotamme toimittajiemme noudattavan toimintaohjeitamme ja esitämme heille toimittajavaatimuksemme – – Vaatimukset koskevat esimerkiksi ympäristöä, terveyttä, turvallisuutta, tietoturvaa ja tietosuojaa, riskienhallintaa, työntekijöiden oikeuksia ja ihmisoikeuksia, nykypäivän orjuutta sekä etiikkaa. Varmistaaksemme, että toimittajamme vastaavat eettisiin vaatimuksiimme ja parantavat jatkuvasti suoritustaan, järjestämme heille arviointeja, auditointeja ja koulutuksia. (Nokia 2023, 105.)

Tutkituissa vastuullisuusraporteissa korostui myös toimittajayhteistyön merkitys yrityksen vastuullisuudelle ja sen kehittämiseksi (esim. Nokia 2023, 99; S-Ryhmä 2023, 74; Marimekko 2023, 8; LähiTapiola 2023, 15; Elisa 2023, 21). Vaatimusten, auditointien ja valvonnan lisäksi vastuullisuutta voidaan kehittää pehmeämmin keinoin yhteistyössä toimittajien kanssa esimerkiksi yhteiskehittämisen avulla sekä tarjoamalla erilaisia koulutuksia ja työkaluja myös toimittajille.

Omien työntekijöidensä lisäksi Elisa tarjoaa tietosuojakoulutusta yhteistyökumppaneiden työntekijöille (Elisa 2023, 14).

Vuonna 2022 pidimme yli 100 hiilijalanjäljen laskentakoulutusta, joihin osallistui 3 000 maitotilaa. Niistä yli 1 900 on raportoinut Valiolle oman raakamaitonsa hiilijalanjäljen. (Valio 2023, 8.)

Tämän lisäksi koulutusmateriaaleja ja laskentatyökaluja on jaettu halukkaille Iso Juttu -kumppaniyrityksille tukemaan päästölaskelmien aloittamista ja kehittämistä (S-Ryhmä 2023, 69).

Teemme yhteistyötä toimittajiemme kanssa vähentääksemme alkuvaiheen välillisiä päästöjä ja tukeaksemme heidän kiertotalousperiaatteiden mukaista toimintaansa ja innovaatioita (Marimekko 2023, 99).

Toimitusketjujen vastuullisuuteen liittyy myös niiden globaali luonne. Esimerkiksi teknologian ja datan vaatima raaka-aineiden ja resurssien käyttö kohdistuu usein organisaation toimialueeseen ulkopuolelle. (Lautermann & Frick 2023, 95–101.) Toimitusketjujen hallinnan digitalisoinnin eräs oleellinen hyöty on toimitusketjun läpinäkyvyyden ja jäljitettävyyden lisääntyminen (Lautermann & Frick 2023, 93;

Niehoff 2022). Tämän tutkimuksen yrityksistä esimerkiksi Marimekko (2023, 36) kertoi vastuullisuusraportissaan kehittävänsä globaalin toimitusketjun tietojen hallintajärjestelmäänsä, ja yrityksen oman toiminnan kehittämisen lisäksi heidän tulevaisuuden tavoitteenaan on toimittaja- ja toimitusketjutietojen julkaisu myös asiakkaille eri kanavissa. Myös Pentik (2023, 36, 52) aikoo tulevaisuudessa julkaista verkkosivuillaan listan kaikista toimittajistaan sekä kertoi raportissaan lisänneensä jo kaikkien uusien tuotteidensa tuotetageihin tiedon valmistusmaasta.

5.7 Digitaalisen vastuullisuuden yrityskansalaisuuden näkökulma

Yrityskansalaisuudella tarkoitetaan yritysten yhteiskunnallista sitoutumista. Kun yritys toimii hyvän kansalaisen tavoin, se laajentaa katsontaansa osakkeenomistajien ja muiden yhtiötä lähellä olevien sidosryhmien etuun keskittymisestä laajemmin koko yhteiskuntaan. (Kruggel, Tiberius & Fabro 2020.)

Lautermann ja Frick (2023, 106–114) jakavat yrityskansalaisuuden digitaalisen vastuullisuuden näkökulmasta digitaaliseen voimaannuttamiseen ja osallistumiseen, tiedon jakamiseen yhteiskunnan kanssa, digitaalisen tehon keskittämisen käsittelemiseen sekä poliittiseen vaikuttamiseen ja innovaatioihin. Kuten taulukosta 11 ilmenee, tässä tutkimuksessa vastuullisuusdokumenteista analysoitiin yhteensä 54 yrityskansalaisuuteen liittyvää mainintaa. Alkuperäisilmaisuja oli yhteensä kahdeksan (8/13) yrityksen vastuullisuusdokumentissa. Yrityskansalaisuuden kategoria jakautui tässä opinnäytetyössä edelleen alakategorioihin *voimaantuminen ja osallisuus*, *innovaatiot*, *sidosryhmäyhteistyö ja osallistuminen*, *tiedon jakaminen* sekä *muu tuki*.

Taulukko 11. Digitaalisen vastuun yrityskansalaisuuden yläkategoria

Digitaalinen yrityskansalaisuus	Kpl
Digitaalinen voimaantuminen ja osallisuus	23
Innovaatiot	7
Sidosryhmäyhteistyö ja osallistuminen	15
Muu tuki	2
Tiedon jakaminen	7
Yhteensä	54

5.7.1 Digitaalinen voimaantuminen ja osallisuus

Digitaalisen voimaantumisen ja osallisuuden alakategoriassa on yhteensä 23 mainintaa. Huomionarvoista kuitenkin on, että alkuperäisilmaisut on poimittu vain kolmen (3/13) yrityksen vastuullisuusdokumenteista.

Elisan aktiivisuus digitaalisen voimaantumiseen ja osallisuuteen panostamisessa (14 mainintaa) liittyy erityisesti sen ajattelutapaan digitaalisesta vastuusta omana vastuullisuuden ulottuvuutenaan (ks. Elisa 2023, 9–16). Erityisenä painopisteenä niin henkilö- ja yritysasiakkaille kuin laajemmin suurelle yleisölle suunnatuissa koulutuksissa ja kampanjoissa Elisassa (2023, 10, 12–14, 22) on ollut kyberturvallisuus sekä ihmisten turvallinen toiminta digitaalisessa ympäristössä. Esimerkiksi lapsille suunnattu Digikoulu, Digiturva-ajokortti sekä kansalaisille toteutettu kyberturvallisuusvisailu verkossa ovat konsepteja, joilla tietoisuutta ja osaamista vuoden 2022 aikana pyrittiin lisäämään.

Nokian (2023, esim. 93, 101) strategisena tavoitteena on digitaalisen kahtiajaon kaventaminen. Konkreettisemmin tavoite ilmaistaan muun muassa ”tavoitteena parantaa 1,5 miljoonan ihmisen elämää vuoteen 2025 mennessä toteuttamalla yhteiskunnallisia digitalisaatiohankkeita, kehittämällä digitaitoja...” (Nokia 2023, 101). Keinoina Nokia käyttää muun muassa projekteja ja digitaalisten taitojen kehittämiseen tähtäviä koulutuksia kuten seuraavasta sitaatista ilmenee.

Tavoitteenamme on kaventaa digitaalista kahtiajakoa palvelemalla eri väestöryhmiä laajalla tuotevalikoimalla ja digitaitokoulutuksilla sekä valituilla kumppanuuksilla. Yhteenliitettävyyden ja digitaaliset taidot edistävät ihmisten tasa-arvoisia mahdollisuuksia saada terveydenhuoltoa, koulutusta ja työtä sekä pienyritysten mahdollisuuksia osallistua digitalouteen. (Nokia 2023, 94.)

Nokian lisäksi myös LähiTapiola (2023, 11) huomioi kansalaisten, asiakkaiden tai yhteistyökumppaneiden digitaitojen kehittämisen lisäksi erityisesti pk-yritykset ja niiden osaamistarpeet uudenaikaisessa ja nopeasti kehittyvässä digitaalisessa toimintaympäristössä. Vuonna 2022 LähiTapiola osallistui yrittäjien osaamisen kehittämiseen tukemalla taloudellisesti Suomen yrittäjien järjestämiä digitaalisuus-koulutuksia.

5.7.2 Osallistuminen, vaikuttaminen ja tiedon jakaminen

Elisan osuus sidosryhmäyhteistyön ja yhteiskuntaan osallistumisen alakategoriassa oli merkittävä, sillä yrityksen vastuullisuusraportista identifioitiin yhteensä 12 luokkaan kuuluvaa alkuperäisilmaisua. Elisan (2023, 12–13) dokumentissa kerrottiin laajasti erilaisiin yhteisöihin kuulumisesta (esim. kyberyhteisöt), tapahtumista (esim. paneelikeskustelut kyberturvallisuudesta) sekä kansallisiin kyberharjoituksiin osallistumisesta (esim. harjoitukset yhdessä huoltovarmuuden kannalta kriittisten organisaatioiden kanssa). Lisäksi vastuullisuusdokumentissa oli mainintoja yhteistyöstä eri toimialojen organisaatioiden, viranomaisten, oppilaitosten, järjestöjen, akateemisen maailman sekä kansainvälisten kumppaneiden ja verkostojen kanssa (Elisa 2023, 12–13, 15–16, 22, 28). Elisan lisäksi myös Valio (2023, 73) on huoltovarmuuden kannalta keskeinen toimija ja kertoi raportissaan osallistuneensa vuoden 2022 aikana kansallisiin kyberturvallisuutta käsitteleviin foorumeihin ja työryhmiin.

Aktiivista osallistumista ja yrityskansalaisuutta ovat myös yritysten pyrkimykset koko toimialan tai yhteiskunnan laajempaan kehittämiseen. Esimerkiksi Marimekko (2023, 19) ilmaisee tahtotilansa kertomalla olevansa sitoutunut edistämään yhteistyöhön perustuen teknologiaan, materiaaleihin ja liiketoimintamalleihin liittyviä innovaatioita voidakseen kehittää samalla koko toimialaa. VR (2023, 44) puolestaan kuvasi raportissaan haluaan auttaa koko yhteiskuntaa haastavassa energiatilanteessa, jossa sen toimilla on vaikutusta sähkön riittävyteen ja kulutuspiikkeihin.

Toisaalta osallistuminen voi yrityskansalaisuuden lisäksi olla samalla myös mahdollista poliittista ja yhteiskunnallista vaikuttamista (Lautermann & Frick 2023, 111–114). Esimerkiksi Valion (2023,29) tavoitteena on, että sen luoman ympäristövaikutusten arviointityökalun avulla määritettäisiin koko nauta-alan yhteiset kansalliset laskentaperiaatteet sekä otettaisiin käyttöön yhteinen tilatyökalu ympäristövaikutusten mittarointiin. Elisa (2023, 12) puolestaan antoi raportissaan esimerkin jo onnistuneesta kansallista kehittämisestä kertomalla teknisestä soittajatunnuksen väärentämisen torjuntaratkaisustaan, jota käytettiin vuonna 2022 julkaistujen kansallisten määräysten ja suosituksen pohjana.

Myös Nokian (2023, 112) vastuullisuusdokumentissa kuvattiin, miten yritys pyrkii vaikuttamaan ja tukemaan Euroopan unionin asettamia kunnianhimoisia ympäristötavoitteita. Yritys toimii aktiivisesti esimerkiksi European Green Digital Coalitionissa (EGDC), joka muun muassa kehittää työkaluja vihreiden teknologioiden positiivisen nettovaikutuksen mittaamiseen ja tukee näiden menetelmien käyttöönottoa osana EU-taksonomiaa (Nokia 2023, 112).

Digitaaliseen yrityskansalaisuuteen kuuluu myös tiedon jakaminen yhteiskunnan kanssa (Lautermann & Frick 2023, 107–109; Parikka & Härkönen 2020, 13). Tässä tutkimuksessa tarkastelluista yrityksistä Elisa (2023, 12), Valio (2023, 36–37), LähiTapiola (2023, 26) ja S-Ryhmä (2023, 54) kertoivat vastuullisuusdokumenteissaan datansa, tuottamansa tiedon tai kehittämiensä työkalujen laajemmasta hyödyntämisestä tai jakamisesta kuten oheiset esimerkkisitaatit osoittavat.

Hyödynnämme vahinkodataamme ajankohtaisten ja ennakoitavien ilmiöiden riskien ennakkoinnissa. Datan avulla pystymme havaitsemaan ilmiöitä ja trendejä, jotka eivät muuten tule viranomaisten tietoon. Informoimme havainnoista aina turvallisuusviranomaisia sekä pelastuslaitoksia ja kerromme niistä julkisuuteen – Käynnissä olevassa liesipalojen ja liesipalovaarojen yleisyyttä selvittävässä tutkimuksessa hyödynnetään LähiTapiolan vahinkodataa ja pelastustoimen tilastoja. (LähiTapiola 2023, 26.)

Tutkijat perehtyivät lähes 30000 S-ryhmän asiakasomistajan ostodataan vuosilta 2016–2018. Tähän asti tutkimus on tuonut jo uutta tietoa siitä, mitä suomalaiset aikuiset eri väestöryhmissä pitävät tärkeinä päivittäisissä ruokavalinnoissaan ja että kotitalouden tulot ja ruoan hinta eivät olleet esteitä kestävämpien ruokavalintojen tekemiselle. (S-Ryhmä 2023, 54.)

Julkaisimme ja jaoimme syksyllä 2022 maitotiloille ilmasto-oppaan maidontuotannon ilmastovaikutuksista ja keinoista niiden vähentämiseksi – Opas on julkaistu myös verkossa suomeksi ja ruotsiksi. (Valio 2023, 37.)

5.8 Digitaalisen vastuullisuuden mittarit

Oleellinen osa vastuullisuusraportointia on erilaisten lukujen ja indikaattoreiden esittäminen. Merbecksin (2023) mukaan digitaalisen vastuullisuuden ilmaise- mista kuitenkin hankaloittaa mittareiden puuttuminen, ja usein teeman aiheet voivat olla myös hankalasti mitattavia (Famularo 2023a, 15). Tässä tutkimuksessa aineistosta määritettiin yhteensä 40 alkuperäisilmaisua, jotka liittyivät erilaisiin digitaalisen vastuullisuuden mittareihin tai muihin numeerisiin mainintoihin. Alkuperä-

räisilmaisut jakautuivat *indikaattoreihin* (26 mainintaa) ja *sanallisiin määriä kuvaaviin ilmaisuihin* (14 mainintaa). Mittareita koskevia mainintoja löytyi yhteensä yhdeksän (9/13) yrityksen vastuullisuudokumentista. Suurin osa alkuperäisilmaisista liittyi tietosuojaan ja tietoturvaan, mutta teknologiayhtiöt raportoivat jonkin verran myös digitaalisen vastuullisuuden ympäristövaikutuksista.

5.8.1 Kyberturvan, tietosuojan ja tietoturvan mittarit

Kyberturvallisuus voidaan määritellä tavoitetilaksi, jossa kybertoimintaympäristöön voi luottaa ja jossa sen toiminta turvataan. Kyberturvallisuuteen sisältyvät toimet, joiden avulla voidaan hallita ja tarpeen tullen myös sietää erilaisia kyberuhkia sekä niiden vaikutuksia. (Kyberturvallisuuden sanasto 2018, 23.) Elisan ja LähiTapiolan raporteissa kerrottiin niiden kyberturvallisuuden tason arviointitavoista kuten seuraavat sitaatit osoittavat.

Mittaamme kyberturvallisuussuorituskykyämme sisäisen kyberturvallisuusindeksin avulla. Indeksi koostuu neljästä kehitysalueesta: verkkomme tietoturva-avoittuvuuksien seuranta ja korjaaminen, Elisan työntekijöiden keskuudessa toteutetut tietojenkalastelusimulaatiot, toteutetut riskinarvioinnit ja Elisan työntekijöiden suorittama tietoturvasertifikaattikoulutus. (Elisa 2023, 12.)

Mittaamme edistymistämme arvioimalla kyberturvallisuuden kypsyystasoa. Vuoden 2022 lähtötasomme oli 2,8, ja tavoitteemme on parantaa kyberturvallisuuden kypsyystasoa tasolle 3,1 vuoden 2023 aikana (asteikko 0–5). (LähiTapiola 2023, 23.)

Kyberturvallisuuteenkin vahvasti linkittyvä tietoturvaloukkaus määritellään oikeudettomaksi puuttumiseksi tietoon tai tietojärjestelmään (Kyberturvallisuuden sanasto 2018, 17). Boehmin ja kumppaneiden (2022, 8) selvityksen mukaan 57 prosenttia yritysjohtajista uskoo, että heidän yrityksensä on kärsinyt ainakin yhdestä olennaisesta tietoturvaloukkauksesta viimeisen kolmen vuoden aikana. Tämän opinnäytetyön aineistossa esiintyneen ainoan täsmällisen ilmaisun aiheesta antaa VR:

Vuonna 2022 tietoturvan osalta ei tapahtunut merkittäviä poikkeamia eikä Bug Bounty -haavoittuvuuspalkinto-ohjelman kautta tullut esiin merkittäviä löydöksiä. Kuten edellisinä vuosina, ei myöskään vuonna 2022 jouduttu perumaan yhtään junaa tietoturvapoikkeaman vuoksi Suomessa eikä Ruotsissa. (VR 2023, 19.)

Henkilöiden tietosuojaan liittyen tutkituissa raporteissa oli niin sanallisia kuvauksia kuin indikaattoreita. Erilaisten tietosuojaloukkausten ja -tapahtumien lukumäärien ilmoittamisen tapa ja tarkkuus tosin vaihtelivat yritysten välillä LähiTapiolan (2023, 56) ”1296 havaitusta tapauksesta sekä 187 tapauksesta, joista oli tehty ilmoitus tietosuojavaltuutetulle” VR:n (2023, 69) hieman epämääräisempään GRI-osiossaan ilmoittamaan ”Ei merkittäviä sanktioihin johtaneita rikkomuksia” -kuvaukseen. Myös Elisan (2023, 58), Finnairin (2023, 150) ja Matkahuollon (2023, 42) raporteissa käytettiin GRI:n tietosuojaindikaattoria tai vastaavaa numeerista mittaria sekä esitettiin etenkin tietosuojavaltuutetulle saakka ilmoitettujen tapausten lukumääriä.

Asiakkaiden ja henkilöstön itsetekemien tietopyyntöjen lukumäärän raportissaan ilmoitti S-ryhmä (2023, 109), ja LähiTapiola (2023, 55) puolestaan kertoi, että sen ICT-toimittajille tehdyissä tietosuojan ja tietotuvan auditoinneissa ei vuonna 2022 tullut ilmi väärinkäytöksiä. Tietosuojan ja -turvaan liittyen tutkitut yritykset kuvasivat raporteissaan myös aihepiiristä järjestettyihin koulutuksiin osallistujien määriä kuten oheiset esimerkit osoittavat.

Vuoden 2022 aikana 87 prosenttia eli noin 3 400 henkilöä kurssille osallistuneista suoritti vähintään 80 prosenttia tietoturvan minikursseista (2021: 93 prosenttia ja 3 500 henkilöä) (LähiTapiola 2023, 57).

[Taulukko dokumentissa] Tietosuoja-asetusta koskevan verkkokoulutuksen suorittaneet EU:ssa työskentelevät tai EU:ssa asuvien ihmisten henkilötietoja käsittelevät työntekijät (Marimekko 2023, 44).

Tietosuojan peruskoulutuksen suoritti vuonna 2022 noin 38500 työssään henkilötietoja käsittelevää s-ryhmäläistä (S-Ryhmä 2023, 109).

Järjestimme suuren kiristyshaittaohjelmahyökkäystä simuloivan verkkoharjoituksen, johon osallistui 26 henkilöä eri puolilta Elisaa (Elisa 2023, 13).

5.8.2 Muut digitaalisen vastuullisuuden mittarit

Tässä opinnäytetyössä analysoiduissa vastuullisuusraporteissa käytettiin kyberturvan, tietosuojan ja tietoturvan lisäksi myös muita erialaisia digitaalisen vastuullisuuden mittareita ja indikaattoreita. Yhtenä mittarina Elisa (2023, 20) mainitsi raportissaan saavutettavuusindeksin ja Nokia (2023, 105) taas kertoi omassa dokumentissaan teknologiansa mahdollisiin ihmisoikeusriskeihin liittyvään HRDD-

prosessiinsa saapuneiden tapausten lukuja. Nokian raportissa kuvattiin myös prosenttiosuuksin millaisiin toimenpiteisiin näiden HRDD-prosessiin tulleiden tapausten kanssa päädyttiin. Yrityskansalaisuuden toimien lukumääräisenä ilmaisuuna Nokia (2023, 101) raportoi sen yhteiskunnallisten hankkeiden koskettaneet vuonna 2022 suoraan 614 149 edunsaajaa ympäri maailmaa. Yritys toteutti yhteensä 110 ohjelmaa tai hanketta 34:ssä eri maassa.

Ainakin joitakin digitaalisen vastuullisuuden ympäristömittareita oli käytössä Elisassa, Nokiassa ja LähiTapiolassa. Elisa (2023, 41–90) raportoi ESG-tunnuslukujaan GRI-standardin mukaisesti ja Nokia (2023, 93) taas ainakin osittain EU-taksonomia-asetuksen mukaisesti. EU-taksonomia on yhtenäinen luokitusjärjestelmä tavoitteiden, määriteltyjen sekä teknisten arviointikriteerien perusteella ympäristön kannalta kestäville taloudellisille toiminnolle. Tietoliikennetoimintaa toimialana ei kuitenkaan vielä ole sisällytetty taksonomian tunnistamiin sektoreihin, joten Nokian mukaan sen taksonomiakelpoisten toimintojen osuus on pieni. (Nokia 2023, 111.)

LähiTapiola (2023, 74) kertoi raportissaan epäsuorien kasvihuonepäästöjensä luvun kattavan myös etätyöskentelystä aiheutuvat päästöt, ja ICT-sektorin yritysten Elisan ja Nokian vastuullisuusraportit taas sisältävät muun muassa teknologian tai datakeskusten ympäristövaikutusten indikaattoreita kuten energiankulutusta ja kasvihuonepäästöjä koskevia lukuja. Kiertotalouteen ja jätteisiin liittyen Nokian (2023, 100) raportissa mainittiin, että osana tuotteiden kunnostusta ja uudelleenkäyttöä vuonna 2022 lähetettiin noin 2 900 tonnia vanhoja televiestintälaitteita materiaalien kierrätykseen sekä kunnostettiin tai käytettiin uudelleen noin 88 900 laitetta.

5.9 Digitaalisen vastuullisuuden kokonaisuus

Tämän opinnäytetyön tuloksena voidaan yhtyä Lautermannin ja Frickin (2023) näkemykseen siitä, että digitaalista vastuullisuutta voidaan tarkastella laajana kokonaisuutena johtamisen ja sidosryhmien kautta. Johtamisen, henkilöstövastuun, asiakas- ja tuotevastuun, ekologisen, toimitusketjun ja yrityskansalaisuuden näkökulmien lisäksi tutkimusaineistosta ei muodostunut muita yläkategorioita.

Esimerkiksi Wynnin ja Jonesin (2023) mukaan digitaalisella vastuulla on sosiaalisia, taloudellisia, eettisiä ja ympäristöllisiä sekä teknologisia komponentteja, ja se kattaa kaikki ESG-kehyksen osa-alueet (ekologinen, sosiaalinen, hallinnollinen) (Herden ym. 2021). Myös tämän tutkimuksen tulokset osoittavat, että digitaalisen vastuullisuuden aiheita voidaan tarkastella ESG-näkökulman kautta. Kuten taulukosta 12 ilmenee, tutkimuksessa määritetyt ja luvussa viisi esitellyt yläkategorioihin sisältyvät alakategoriat voidaan sijoittaa ekologisen, sosiaalisen ja hallinnollisen vastuun ulottuvuuksiin.

Taulukko 12. Tutkimuksessa määritettyjen alakategorioiden jakautuminen ESG-kehyksen ulottuvuuksiin

Ekologinen (E)	Sosiaalinen (S)	Hallinnollinen (G)
Digitaalisuuden energiakulutus ja päästöt (9)	Henkilöstön koulutus ja osaaminen (37)	Digitaalinen etiikka ja vaatimustenmukaisuus (33)
Kestävemmän toiminnan mahdollistaminen (25)	Työhyvinvointi ja työsuojelu (22)	Hallinto (19)
Kiertotalous (10)	Kestävät palvelut (10)	Strateginen ulottuvuus (36)
Innovaatiot (7)	Tasa-arvo (2)	Digitaalinen vastuuvollisuus (4)
	Henkilöstön tietosuojaja- ja tietoturva (2)	Kehittäminen ja toimenpiteet (15)
	Asiakkaan tietosuojaja (5)	Vastuullinen tuote- ja palvelukehitys (20)
	Viestintä asiakkaille (15)	Epäkohtien ilmoituskanava (2)
	Verkkokauppa (6)	Hankinnat (5)
	Toimitusketjun avoimuus (4)	Toimittajien hallinta (15)
	Yhteistyö toimittajien kanssa (10)	Henkilöstöstrateginen (2)
	Digitaalinen voimaantuminen ja osallisuus (23)	
	Sidosryhmäyhteistyö ja osallistuminen (15)	
	Tiedon jakaminen (7)	
	Muu tuki (2)	

Kuten taulukosta 12 voi havaita, tässä tutkimuksessa ekologisen vastuullisuuden ulottuvuuteen kuului neljä, sosiaaliseen ulottuvuuteen 14 ja hallinnolliseen ulottuvuuteen 10 alakategoriaa. Jaottelu ei tosin ole absoluuttinen, sillä osa alakategorioista voi sisällöllisesti jakautua useampaan ulottuvuuteen. Mittareihin liittyviä ilmaisuja ei sijoitettu mihinkään näkökulmaan niiden poikkileikkaavan luonteen vuoksi.

5.9.1 Digitaalisen vastuullisuuden ympäristöulottuvuus

Digitaalisen vastuullisuuden ympäristöulottuvuus tarkastelee organisaation digitaalisen toiminnan vaikutuksia kestäväen kehityksen näkökulmasta (Digital-ESG 2023, 25). Ympäristöulottuvuus sisälsi tässä tutkimuksessa vähiten alakategorioita ja alkuperäisilmaisuja, vaikka se on yleensä ottaen melko laajasti kuvattu aihe yritysten vastuullisuusraporteissa (esim. Kotonen 2009). Wagnerin ja kumppaneiden (2023) mukaan digitaalisen vastuullisuuden ympäristöulottuvuus voi sisältää esimerkiksi teknologian energiankulutuksen, hiilijalanjäljen sekä digitaalisen jätteen, ja ne esiintyivät aihepiireinä myös tämän tutkimuksen aineistossa.

Digitaalisuus, data ja teknologiat tarjoavat organisaatioille mahdollisuuksia oman toiminnan kestävyuden parantamiseen. Tutkituissa vastuullisuusraporteissa mainittiin esimerkiksi automaatio, uudet teknologiat, innovaatiot, optimointi ja kiertotalous, joiden avulla yhä kestävämpi toiminta voi mahdollistua. Toisaalta esimerkiksi innovaatiot ja kiertotalous sisältävät myös taloudellisen näkökulman, koska ne voivat tarjota kestävyysvaikutusten lisäksi myös uusia liiketoiminnallisia mahdollisuuksia.

Tutkituissa raporteissa kuvattiin myös erilaisia yritysten kehittämisiä työkaluja kuten sovelluksia, joiden avulla yritykset pyrkivät esimerkiksi kannustamaan asiakkaitaan kestävämpien ostopäätösten tekemiseen. Digitaalisen vastuullisuuden ekologinen ulottuvuus sisältää lisäksi maininnat kestävämmän toiminnan mahdollistamisesta organisaation tuotteiden ja palveluiden avulla. Tällä tarkoitetaan sitä, että osa tutkituista yrityksistä korosti, että niiden tuotteet ja palvelut itsessään toimivat muille organisaatioille tai yhteiskunnalle mahdollisuutena ja välineenä toimia kestävämmän.

5.9.2 Digitaalisen vastuullisuuden sosiaalinen ulottuvuus

Sosiaalisen vastuullisuuden osalta tässä tutkimuksessa määritetyt alakategoriat ja niiden sisällöt vastaavat esimerkiksi Kotosen (2009) tutkimuksen tuloksia, jonka mukaan yritykset raportoivat sosiaalisen vastuun alla tyypillisesti muun muassa henkilöstöjohtamisesta, henkilöstön koulutuksista, työtyytyväisyydestä, tasa-arvosta, hyväntekeväisyydestä ja yhteisöpohjaisista hankkeista. Aineistossa esiintyneet sosiaalisen vastuun aihepiirit olivat tässä opinnäytetyössä hyvinkin edellä mainitun mukaisia, mutta digitaalisuuden näkökulmalla höystettyjä. Sosiaalisen vastuullisuuden sidos- ja kohderyhmiä tutkituissa yrityksissä olivat asiakkaat, henkilöstö, toimittajat, suuri yleisö, laajemmin koko yhteiskunta sekä yhteistyökumppanit.

Sosiaalisen vastuun henkilöstönäkökulmasta tarkasteltuna vastuullisuusraporteissa ilmeni mainintoja esimerkiksi digitaalisen vastuullisuuden teemoista pide-tyistä koulutuksista, henkilöstön digiosaamisen lisäämisestä, organisaation etä- ja hybridityöhön liittyvistä käytännöistä sekä työhyvinvointiin ja työturvallisuuteen liittyvistä teemoista. Raporteista selvisi, että digitaalisuus tarjoaa organisaatioille henkilöstönäkökulmasta myös välineen esimerkiksi virtuaalisten vastuullisuus- koulutusten järjestämiseen, kanavan vastuullisuusepäkohtien ilmoittamiseen sekä erilaisten työhyvinvointia tukevien mobiilisovellusten tarjoamiseen.

Asiakasnäkökulmasta sosiaalisen vastuun teemoina tutkituissa raporteissa esiin-tyivät esimerkiksi tietosuoja, saavutettavuus, viestintä sekä kestävien palveluiden kehittäminen, joka tosin parhaimmillaan voi hyödyttää vastuullisuusnäkökul- masta tarkasteltuna asiakkaiden lisäksi niin yritystä itseään, toimitusketjua kuin laajemmin koko yhteiskuntaakin. Sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluvia yritys- kansalaisuuden aiheita käsittelivät raporteissaan erityisesti ICT-sektorin toimijat. Yritykset kuvasivat raporteissaan muun muassa erilaisia yhteiskunnallisia projek- teja liittyen esimerkiksi digiosaamiseen ja kyberturvallisuuteen, yhteistyötä eri ta- hojen kanssa, yhteiskuntaan osallistumisen tapoja ja foorumeita, tiedon jaka- mista yleishyödylliseen käyttöön sekä yritysten vaikuttamispyrkimyksiä digitaali- sen vastuullisuuden aihepiireissä.

5.9.3 Digitaalisen vastuullisuuden hallinnollinen ulottuvuus

Digitaalisen vastuullisuuden hallinnollinen ulottuvuus käsittelee periaatteita, jotka määrittelevät organisaation oikeuksia, velvollisuuksia sekä sidosryhmien odotukset digitaalisen toiminnan hallinnoinnille (Digital-ESG 2023, 25). Käytännössä se voi tarkoittaa vaikkapa järjestelmien luotettavuuteen, robottietiikkaan sekä dataan liittyviä asioita (Wagner ym. 2023).

Tässä tutkimuksessa digitaalisen vastuullisuuden hallinnollinen ulottuvuus sisälsi laajasti digitaalisen vastuullisuuden johtamiseen, hallintoon ja hallintaan liittyviä aiheita. Esimerkiksi erilaisten roolien ja muun koordinaation kuvaamisen lisäksi tutkitut yritykset mainitsivat raporteissaan organisaation omia vapaaehtoisia sitoumuksia, toimintamalleja ja hallinnan työkaluja sekä viittasivat lainsäätöön. Aihepiireinä korostuivat erityisesti tietosuoja ja tietoturva sekä kyberturvallisuus niin koko organisaation kuin esimerkiksi tuote- ja palvelukehityksen sekä hankintojen ja toimitusketjun hallinnan osalta.

Tutkituilla yrityksillä oli omien palveluidensa ja tuotteidensa kehittämisessä ja arvioinnissa käytössään esimerkiksi tietoturvaan, tietosuojaan ja saavutettavuuteen liittyviä malleja ja periaatteita. Auditointeja ja vastuullisuuden toimintamalleja voidaan ulottaa oman toiminnan lisäksi myös toimittajiin niin hankintavaiheessa kuin systemaattisena jatkuvana toimintana. Toisaalta toimittajien vastuullisuusosaamista voidaan kehittää myös pehmeämmin keinoin kuten koulutusten ja yhteistyön kautta, jolloin kyse on pikemminkin sosiaalisesta vastuullisuudesta.

Strategisesta näkökulmasta hallinnolliseen ulottuvuuteen kuuluivat tässä tutkimuksessa esimerkiksi erilaiset riskienhallintaan liittyvät ilmaisut ja niihin liittyvät toimintamallit sekä kuvaukset digitaalisuuden yhteydestä organisaation ESG-tavoitteisiin ja -strategioihin. Toimintaympäristöön liittyvissä maininnoissa aineistossa kuvattiin etenkin erilaisia uhkia kuten kyberturvallisuusuhkia sekä muita yrityksen ulkopuolisia vaikuttimia, kuten sidosryhmien kasvaneita odotuksia digitaalisen vastuullisuuden teemojen suhteen.

6 POHDINTA

6.1 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää digitaalisen vastuullisuuden raportoinnin nykytilaa ja tulevaisuudennäkymiä osana yritysten vastuullisuusraportointia. Tutkimuksessa analysoitiin 13 suomalaisen yrityksen vastuullisuusdokumentteja digitaalisen vastuullisuuden näkökulmasta.

Aineiston analyysissa hyödynnettiin väljänä viitekehyksenä Lautermannin ja Frickin (2023) holistista näkemystä, jonka mukaan digitaalisen vastuullisuuden aiheet voidaan luokitella johtamisen, henkilöstövastuun, tuote- ja asiakasvastuun, ympäristön, toimitusketjun ja yrityskansalaisuuden näkökulmiin. Lisäksi aineistosta määritettiin digitaalisen vastuullisuuden mittareita. Tutkimusaineistosta identifioitiin sisällönanalyysin avulla yhteensä 421 digitaalisen vastuullisuuden alkuperäisilmaisua, jotka luokiteltiin edellä mainittuihin kuuteen yläkategoriaan sekä niihin sisältyviin analyysin myötä määritettyyn 30 alakategoriaan.

Tässä tutkimuksessa selvitettiin mitä yritysten digitaalinen vastuullisuus on, miten digitaalisesta vastuullisuudesta raportoidaan sekä mitä teemoja ja mittareita digitaalisen vastuullisuuden näkökulmasta nostetaan esiin osana vastuullisuusraportointia. Tuoreen ja ajankohtaisen tiedon tuottamisen lisäksi tavoitteena oli, että opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää organisaatioiden käytännön vastuullisuustyössä. Kutakin tutkimuskysymystä käsitellään tarkemmin luvuissa 6.1.1–6.1.3. Luvussa 6.1.4 esitetään organisaatioille suunnattuja konkreettisia kehittämissuhteita digitaalisen vastuullisuuden ja sen raportoinnin suhteen.

6.1.1 Miten digitaalisesta vastuullisuudesta raportoidaan?

Bonsónin ja kumppaneiden (2023) mukaan digitaalinen vastuullisuus on uusi yritysvastuun kerros, joka tulee muuttamaan myös vastuullisuusraportointia. Aikaisemmissa tutkimuksissa (esim. Lautermann & Frick 2023) on kuitenkin todettu, että vaikka digitaalisuus on noussut yhä tärkeämmäksi aihepiiriksi osana vastuullisuuden raportointia, käytännössä siitä raportointi osana yrityksen virallista vastuullisuusraportointia on vielä melko vähäistä.

Opinnäytetyön tuloksena voidaan todeta, että suomalaiset yritykset raportoivat digitaalisen vastuullisuuden teemoista jo nyt osana vastuullisuusraportointiaan. Aktiivisimmin digitaalisen vastuullisuuden teemoja dokumenteissaan käsittelevät ICT-alan yritykset, mutta vähintään yksi maininta löytyi jokaisen tutkitun yrityksen (13) raportista. Löydös tukee Famularon (2023a) huomiota siitä, että maailman digitalisoituessa kovaa vauhtia jokainen organisaatio on yhä enemmän ikään kuin teknologiayritys, jota koskettavat täten myös digitaalisen vastuullisuuden teemat.

Vastuullisuusdokumenttien analyysi osoitti käytännössä, että digitaalisen vastuullisuuden soveltamisala on laaja sekä päällekkäinen yhteiskuntavastuun ulottuvuuksien kanssa kuten esimerkiksi Wynn ja Jones (2023) ovat määritelleet. Raporteissa esiintyneet digitaalisen vastuullisuuden aiheet olivat jaettavissa ympäristöllisiin, sosiaalisiin ja hallinnollisiin ulottuvuuksiin vastuullisuuden ESG-kehityksen mukaisesti. Sinänsä tulos ei ole yllättävä, sillä Székelyn ja vom Brocken (2017) mukaan vastuullisuudesta raportointi nimenomaan ESG-näkökulmasta on yleensä ottaen varsin tyypillistä.

Tässä tutkimuksessa havaittiin myös, että yritykset kuvasivat digitaalisen vastuullisuuden teemoja vastuullisuusraporteissaan kolmesta eri näkökulmasta käsin: digitaalisuus välineenä vastuullisuuteen, digitaalisuuteen itseensä liittyvien vastuullisuusriskien ja mahdollisuuksien kannalta sekä toimintaympäristöön liittyen. Vastuullisuusraportit sisälsivät kuvausta niin raportointivuoden aikana tehdyistä toimenpiteistä kuin tulevia kehitystoimia, jotka vaihtelivat konkreettisista strategisiin pitkän ja lyhyen aikavälin tavoitteisiin.

6.1.2 Digitaalisen vastuullisuuden teemat ja mittarit

Tämän tutkimuksen tuloksena voidaan yhtyä Lautermannin ja Frickin (2023) näkemykseen siitä, että digitaalista vastuullisuutta voi tarkastella laajana kokonaisuutena johtamisen, henkilöstövastuun, asiakas- ja tuotevastuun, ekologisen, toimitusketjun ja yrityskansalaisuuden näkökulmien kautta. Opinnäytetyön tutkimusaineistosta määritettiin yhteensä 421 digitaalisen vastuullisuuden alkuperäisilmaisua. Taulukossa 13 kuvataan alkuperäisilmaisujen jakautuminen eri yläkategorioihin sekä annetaan esimerkkejä aineistossa esiintyneistä digitaalisen vastuullisuuden aiheista.

Taulukko 13. Digitaalisen vastuullisuuden näkökulmat ja aiheet

Yläkategoria	Ilmaisten määrä aineistossa	Aiheet
Digitaalisen vastuullisuuden johtamisen näkökulma	119 alkuperäisilmaisua kymmenen (10/13) eri yrityksen raportissa	Organisaation omaehtoiset linjaukset ja ohjeet, viittaukset regulaatioon, koordinaatio, toimet ja välineet digitaalisen vastuullisuuden aiheiden ja niihin liittyvien riskien hallintaan, vastuullisuusjohtamisen toimet ja työkalut
Digitaalisen vastuullisuuden henkilöstönäkökulma	74 alkuperäisilmaisua yhdeksän (9/13) eri yrityksen raportissa	Henkilöstökoulutus esim. tietosuojasta tai kyberturvallisuudesta, digiosaamisen vahvistaminen, työkalut vastuullisuuskoulutuksiin, työhyvinvointi ja työsuojelu digitaalisessa työympäristössä ja niihin liittyvät työkalut, henkilöstön tietosuoja, syrjimättömyys
Digitaalisen vastuullisuuden tuote- ja asiakasvastuun näkökulma	56 alkuperäisilmaisua kymmenen (10/13) eri yrityksen raportissa	Vastuullinen tuote- ja palvelukehitys ja sen keinot, digitaaliset työkalut kestävämpään ostamiseen, digitaalinen vastuullisuusviestintä, saavutettavuus, asiakkaan tietosuoja ja tietoturva
Digitaalisen vastuullisuuden ekologinen näkökulma	44 alkuperäisilmaisua kymmenen (10/13) eri yrityksen raportissa	Keinot yrityksen, tuotteiden ja palveluiden ympäristöjalanjäljen pienentämiseen, tulevaisuuden innovaatiot ja kiertotalous, digitaaliset tuotteet, teknologiat ja palvelut kestävämmän toiminnan mahdollistajana
Digitaalisen vastuullisuuden toimitusketjun näkökulma	34 alkuperäisilmaisua kahdeksan (8/13) eri yrityksen raportissa	Hankinnat ja toimittajien hallinta sekä niihin liittyvät sitoumukset ja arviointikeinot, työkalut ja toimet toimittajien vastuullisuuden tukemiseen, yhteiskehittäminen
Digitaalisen vastuullisuuden yrityskansalaisuuden näkökulma	54 alkuperäisilmaisua kahdeksan (8/13) eri yrityksen raportissa	Sidosryhmille suunnatut kampanjat, projektit, tapahtumat sekä koulutukset, digiosallisuuden ja -osaamisen vahvistaminen, osallistuminen mm. verkostoihin ja hankkeisiin, yhteistyö ja vaikuttaminen digitaalisuuden teemoissa, tiedon jakaminen

Johtamisen näkökulmasta digitaalisen vastuullisuuden sisältöjä vastuullisuusraporteissa olivat esimerkiksi erilaiset tietosuojan, tietoturvan ja kyberturvallisuuden liittyvät yritysten omat linjaukset, ohjeistukset, politiikat ja mallit sekä viittaukset lakeihin ja säädöksiin. Organisaatiot kuvasivat dokumenteissaan myös sisäistä koordinaatiotaan kuten erilaisia organisaation rooleja ja tahoja, joiden vastuulle digitaalisen vastuullisuuden teemat kuuluvat. Tutkituissa vastuullisuusraporteissa esiteltiin erilaisia työkaluja ja toimia, joiden avulla digitaalisen vastuullisuuden aiheita sekä näihin liittyviä riskejä voidaan valvoa ja hallita. Konkreettisia esimerkkejä hallintakeinoista olivat esimerkiksi kyberturvallisuusharjoitukset, digilainsäädännön seuraaminen ja saavutettavuusauditoinnit.

Strategisesta näkökulmasta johtamisen kategoriaan kuuluivat esimerkiksi riskienhallintaan liittyvät kuvaukset, maininnat digitaalisuuden yhteydestä yrityksen vastuullisuusstrategioihin sekä digitaaliseen toimintaympäristöön liittyvät ilmaisut. Laajimmillaan digitaalinen vastuullisuus tai sen aiheet voivat olla yrityksessä jopa koko liiketoiminnan ydin tai tärkein kilpailutekijä. Digitaalisuus voi tarjota organisaatioille keinon myös vastuullisuustiedon parempaan hallintaan ja hyödyntämiseen, vastuullisuuden johtamiseen sekä vastuullisuusviestintään.

Henkilövastuun osalta tutkitut yritykset raportoivat erityisesti koulutuksen sekä työhyvinvoinnin ja työsuojelun aiheista. Henkilöstökoulutusten aihepiireinä raporteissa mainittiin esimerkiksi tietosuoja, tietoturva, kyberturvallisuus sekä digiosaamisen vahvistaminen. Digitaaliset koulutusalueet toimivat organisaatioissa välineenä vastuullisuusosaamisen kehittämisessä ja vahvistamisessa, ja digitaalisuus tarjoaa työkaluja myös työhyvinvoinnin ja työturvallisuuden kehittämiseen.

Raporteissa tunnistettiin digitaalisuuden vaativan uudenlaisia toimintatapoja ja käytäntöjä etenkin johtamisen ja työntekijöiden tukemisen kannalta, sillä etä- ja hybridityö vaatii yhtä lailla toimivan työympäristön ja käytänteet kuin fyysinenkin. Myös syrjimättömyyden, henkilöstön tietosuojan ja hr-datan hyödyntämisen aihepiirit nousivat tutkimuksessa esiin, ja negatiivisin aineistossa ilmennyt vastuullisuusvaikutus henkilöstönäkökulmasta oli toiminnan digitalisoinnin aikaansaamat henkilöstövähennykset.

Asiakas- ja tuotevastuun näkökulmasta tutkituissa vastuullisuusdokumenteissa korostuivat erityisesti vastuullinen tuote- ja palvelukehitys sekä viestintä. Tuote-

ja palvelukehityksen osalta raporteissa kuvattiin erilaisia malleja, joiden avulla esimerkiksi tietosuoja ja tietoturva huomioidaan systemaattisesti osana tuotekehitysprosessia. Myös digitaalisten tuotteiden ja palveluiden ihmisoikeus-, syrjiväisyys- ja saavutettavuusnäkökulmat esiintyivät aineistossa. Lisäksi dokumenteissa kuvattiin organisaation kehittämää asiakkaita kestävämpiin kulutus päätöksiin ohjaavia työkaluja kuten erilaisia digitaalisia sovelluksia sekä verkko-kauppaan liittyviä päästöjen kompensointitapoja.

Etenkin teknologiasektorilla toimivat yritykset mainitsivat dokumenteissaan erilaisia toimenpiteitä, joiden avulla ne pyrkivät vähentämään negatiivisia ympäristövaikutuksiaan. Esimerkiksi tuotekehitys, automaatio, optimointi ja uudet teknologiat kuvattiin raporteissa keinoina organisaation oman toiminnan ympäristöjalan jäljen pienentämiseen ja innovaatiot sekä kiertotalous puolestaan tulevaisuuden ratkaisuna ja kehityskohteenä. Raporteissa nousi esiin myös ympäristökäden jälki, jolla tutkitut yritykset viittasivat sen aikaansaamiin positiivisiin kestävyyshyötyihin muissa organisaatioissa tai laajemmin yhteiskunnassa yrityksen tuotteiden tai palveluiden avulla.

Toimitusketjujen näkökulmasta digitaalisen vastuullisuuden aiheita tutkituissa raporteissa olivat muun muassa yritysten hankintoihin ja toimittajien hallintaan liittyvät vastuullisuussitoumukset sekä erilaiset hallinta- ja arviointikeinot. Vaatimusten, auditointien ja valvonnan lisäksi toimittajien vastuullisuutta voidaan kehittää myös yhteistyössä toimittajien kanssa, tarjoamalla koulutusta digitaalisen vastuullisuuden aihepiireissä ja kehittämällä toimittajien vastuullisuutta tukevia digitaalisia työkaluja.

Eryyisesti ICT-sektorilla toimivat organisaatiot käsitelivät raporteissaan kattavasti erilaisia yrityskansalaisuuden aiheita. Dokumenteissa kuvattiin muun muassa eri sidosryhmille suunnattuja kampanjoita, projekteja ja koulutuksia esimerkiksi kyberturvallisuudessa ja digitaalisten taitojen kehittämisessä. Lisäksi raporteissa kerrottiin yritysten osallistumisista erilaisiin digitaalisen vastuullisuuden teemoihin liittyviin verkostoihin, tapahtumiin ja yhteistyöhankkeisiin sekä kuvattiin tiedon jakamista ja yritysten vaikuttamistoimia digitaalisuuden kontekstissa.

Digitaalisen vastuullisuuden raportointia voivat haitata mittareiden, viitekehysten ja mallien puuttuminen (Merbecks 2023; Famularo 2023a). Tässä opinnäytetyössä tutkituista vastuullisuusraporteista määritettiin yhteensä 40 digitaalisen vastuullisuuden mittaamista koskevaa alkuperäisilmaisua. Mainintoja oli yhdeksän (9/13) yrityksen dokumenteissa. Alkuperäisilmaisut jakautuivat indikaattoreihin ja sanallisiin määriä kuvaaviin ilmaisiin. Merkittävä osa ilmaisuista koski tietosuoja ja tietoturvaa, mutta erityisesti teknologiayritykset raportoivat jonkin verran myös digitaalisuuden ympäristövaikutuksista.

Tietosuojan ja -turvaan liittyvät maininnat ovat yleensä ottaen vastuullisuusraporteissa melko yleisiä. Syyksi tähän on esitetty muun muassa lainsäädännön vaatimuksia. (esim. Merbecks 2023; Ethos 2023.) Tietosuoja on myös aihe, joka löytyy esimerkiksi GRI-standardista, mikä näkyi myös tässä tutkimuksessa analysoiduissa raporteissa kyseisen mittarin käyttönä. Opinnäytetyössä tehty havainto tukee siis tältä osin esimerkiksi Famularon (2023a) ja Carlin ynnä muiden (2022) ajatusta siitä, että digitaalisen vastuullisuuden parempi huomioiminen standardeissa tai erillisten omien mittareiden kehittäminen voisivat edesauttaa digitaalisen vastuullisuuden teemojen julkaisua.

6.1.3 Mitä digitaalinen vastuullisuus on?

Digitaalinen vastuullisuus on tuore tutkimuskohde, eikä yksimielisyyttä sen määritelmästä vielä ole. Esimerkiksi Herden kollegoineen (2021), Bednárová ja Serpeninova (2023), Cheng & Zhang (2023) sekä Knopf ja Pick (2023) ovat tarkastelleet artikkeleissaan erilaisia digitaalisen vastuullisuuden määritelmiä ja luoneet näiden pohjalta myös omia käsitteellistyksiään, mutta tieteellinen keskustelu lopullisesta määritelmästä on yhä käynnissä. Terminologian lisäksi toinen digitaalisen vastuullisuuden tutkijoita laajasti puhututtanut aihe on digitaalisen vastuullisuuden (CDR) ja yhteiskuntavastuun (CSR) välinen suhde (Cheng & Zhang 2023).

Koska digitaalisen vastuullisuuden teemat ilmenivät tässä opinnäytetyössä tutkituissa vastuullisuusraporteissa läpileikkaavasti osana eri ESG-kehysten vastuullisuusulottuvuuksia (ympäristö-, sosiaalinen ja hallinnollinen), tämän tutkimuksen tuloksena voidaan yhtyä muun muassa Herdenin ynnä muiden (2021), Chengin

ja Changin (2023), Bonsónin ynnä muiden (2023) sekä Wynnin ja Jonesin (2023) näkemykseen, että digitaalinen vastuullisuus on yritys vastuullisuuden uusi kerros tai laajennus, ei erillinen yhteiskuntavastuun osa-alue. Tätä johtopäätöstä tukee myös se, että vaikka tutkituista yrityksistä Elisa määritteli digitaalisen vastuullisuuden yritys vastuun neljänneksi ulottuvuudeksi ja käsitteli sitä vastuullisuusraportissaan omana lukunaan, myös sen vastuullisuusdokumentissa digitaalisen vastuullisuuden alkuperäisilmaisuja oli myös muissa raportin osioissa.

Digitaalisen vastuullisuuden käsitteellistämisen osalta tämän tutkimuksen löydösten myötä voidaan yhtyä esimerkiksi Atanasovin ynnä muiden (2023) melko laajaan ja ylätasoiseen määritelmään, jonka mukaan digitaalinen vastuullisuus on digitaalisuuden ja yritys vastuun leikkauspiste sekä Herdenin ja kumppaneiden (2021) kiteytykseen, jonka mukaan digitaalinen vastuullisuus on yritys vastuun laajennus, joka tiivistää yritysten yhä kasvavat vastuut ja velvollisuudet, jotka liittyvät niiden digitalisaatioon liittyviin vaikutuksiin, riskeihin, haasteisiin ja mahdollisuuksiin. Toisaalta myös Bonsón ynnä muut (2023) lainaavat tämän tutkimuksen tuloksiin sopivasti Saksan Kuluttajapoliittista instituuttia kuvatessaan digitaalista vastuullisuutta organisaation vastuuksi liiketoimintaprosessiensa, tuotteidensa ja palveluidensa seurauksista työntekijöille, toimittajille, asiakkaille, yhteiskunnalle ja ympäristölle, sillä digitaalisen vastuullisuuden aiheita ilmeni tässä tutkimuksessa monipuolisesti eri näkökulmista ja suhteessa sidosryhmiin.

Kuten edellä todettiin, digitaalisen vastuullisuuden aiheet sijoittuivat tässä tutkimuksessa niin ESG-kehityksen ympäristölliseen, sosiaaliseen kuin hallinnolliseen ulottuvuuteen. Tämän myötä tutkimuksen tuloksena voitaneen myös pohtia Jakobin ja Plaßin (2022) tapaan onko erilliselle digitaalisen vastuullisuuden termille ja määritelmälle edes välttämättä tarvetta tulevaisuudessa. Digitalisaation edessä kiihtyvällä tahdilla digitaalisuus, data ja teknologiat muuttuvat yhä arkipäiväisemmäksi osaksi organisaatioiden perustekemistä. Tästä syystä myös niihin liittyvän vastuullisuusajattelun voisi olettaa väistämättä laajentuvan ja sulautuvan luontevaksi osaksi yritys vastuuta, kuten myös esimerkiksi Lautermann ja Frick (2023) ovat esittäneet.

6.1.4 Kehittämisehdotukset organisaatiolle

Digitalisaatio koskettaa kaikkia organisaatioita. Lukuisista hyödyistään huolimatta se tuo kuitenkin mukanaan myös uudenlaisia haasteita ja nostaa esiin uusia vastuullisuuskysymyksiä (esim. Wynn & Jones 2023). Koska digitaalisuudella ja teknologioilla voi olla positiivisten vaikutustensa lisäksi myös arvaamaton ja kyseenalainen vaikutus yritysten yhteiskuntavastuuseen, aihepiiri edellyttää organisaatioilta tarkkaa analyysia sekä hyödyistä että haitoista teknologiaa, dataa ja digitaalisuutta kehitettäessä ja käytettäessä (Gardinali & de Giovanni 2022).

Lainsäädäntö luo pohjaa vastuulliselle toiminnalle. Esimerkiksi EU:ssa valmistellaan ja on jo asetettu useampia digi- ja datasäädöksiä, jotka tavoittelevat entistä toimivampaa, turvallisempaa ja oikeudenmukaisempaa digitaalista toimintaympäristöä (Valtiovarainministeriö 2023). Kehittyvän lainsäädännön seuraaminen ja ketterä käyttöönotto luo perustan digitaaliselle vastuullisuudelle, mutta yritysten ei kuitenkaan pidä nojata vain regulaatioon, sillä lainsäädäntö ei pysy nopeasti kehittyvän digitalisaation tahdissa (Lobschat ym. 2021).

Jo vastuullisen toiminnan perusmääritelmiin kuuluu, että se on lain vaatimusten ylittämistä (esim. Van Der Merwe & Al Achkar 2022), joten organisaatioiden tulisi omaksua myös erilaisia vapaaehtoisia digitaaliseen vastuullisuuteen liittyviä periaatteita ja prosesseja (Lobschat ym. 2021). Digitaalisen vastuullisuuden toteuttamiseen ei ole olemassa yhtä kaikille soveltuvaa mallia, mutta sen käyttöönoton tueksi on kehitetty erilaisia viitekehyksiä kuten kansainvälinen CDR-manifesti (CDR Manifesti 2021), joka on käännetty myös suomeksi.

Tässä tutkimuksessa osoitettiin, että digitaalisen vastuullisuuden aiheet läpileikkaavat ESG-kehystä. Käytännön tasolla on huomioitava, ettei ole itsestään selvää, että uudet teknologiat ja digitaalisuus aiheuttavat vain positiivisia vaikutuksia. Vastuullisuusnäkökulmasta tarkasteltuna niiden käyttö ja käyttöönotto voivat myös tuoda mukanaan positiivisia vaikutuksia toiseen vastuullisuuden ulottuvuuteen ja samaan aikaan negatiivisia vaikutuksia toiseen. (Gardinali & de Giovanni 2022.) Tämä todettiin myös käytännössä tämän tutkimuksen aineistossa, sillä yksi yritys kertoi raportissaan saavuttaneensa digitalisuutta lisäämällä esimer-

kiksi ympäristöön liittyviä kestävyshyötyjä (vastuullisuuden ympäristöulottuvuus), mutta saman aikaan vähentäneensä toiminnan digitalisoinnin myötä henkilöstön määrää (vastuullisuuden sosiaalinen ulottuvuus). Onkin tärkeää, että digitaalisuutta arvioidaan organisaatioissa laajasti huomioiden kaikki vastuullisuuden eri näkökulmat ja puolet (Gardinali & de Giovanni 2022).

EU:n CSRD-direktiivin myötä pakollinen vastuullisuusraportointi tulee koskettamaan Suomessa aikaisempaa laajempaa yritysjoukkoa joko suoraan tai välillisesti. Huomionarvoista kuitenkin on, että myös jatkossa yrityksillä on paljon valinnanvaraa sen suhteen mitä ja miten ne vastuullisuudestaan raportoivat. (Kuparinen 2023a; Kuparinen 2023b; Melkas 2023.)

Sidosryhmät ovat yhä kiinnostuneimpia digitaalisen vastuullisuuden teemoista, ja oletuksena on, että digitaalisuuden aihepiiri haastaa ja muuttaa yritysten vastuullisuusraportointia tulevina vuosina (Bonsón ym. 2023). Yritysten näkökulmasta digitaalinen vastuullisuus ja siitä raportointi voivat tarjota myös kilpailuetua sidosryhmien silmissä, sillä tutkimusten mukaan digitaalisesta vastuullisuudesta raportointi on kasvaneista odotuksista huolimatta vielä melko vähäistä (Lautermann & Frick 2023; Famularo 2023a).

Digitaalisuus, ja sen myötä myös digitaalisen vastuullisuuden teemat, koskettavat kaikenlaisia organisaatioita. Esimerkiksi Merbecksin (2023) mukaan edelläkävijäyritysten benchmarking voi olla keino organisaation omien digitaalisen vastuullisuuden toimien suunnitteluun. Niin aikaisemman tutkimuksen (esim. Famularo 2023c) kuin tämän opinnäytetyön tulosten mukaan etenkin ICT-alan yritykset raportoivat jo nyt melko laajasti digitaalisen vastuullisuuden aiheista, joten erityisesti niiden vastuullisuusraportit voivat antaa ideoita myös muille organisaatioille. Myös tässä opinnäytetyössä esiteltiin lukuisia käytännön esimerkkejä miten digitaalista vastuullisuutta voi toteuttaa sekä miten siitä voi raportoida.

6.2 Tutkimuksen arviointi

Aaltion ja Puusan (2020) mukaan hyvään tutkimuskäytäntöön kuuluu tutkimuksen luotettavuuden arviointi. Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioimiseen on useita erilaisia kriteereitä (Kynge ym. 2011). Laadullisen tutkimuksen

ominaisuuksiin kuuluu erityisesti se, että tutkimusta on pystyttävä lukemaan oivaltaen sen perustana olevat valinnat, ja tutkimusraportin kautta lukija myös vakuuttuu tutkijan vilpittömyydestä tulkinnoissa sekä tiedonhankinnassa. (Aaltio & Puusa 2020.)

Tämän opinnäytetyön empiirinen osio toteutettiin dokumenttianalyysina ja tutkimusaineisto analysoitiin sisällönanalyysilla. Sisällönanalyysin luotettavuuteen voidaan viitata esimerkiksi termeillä uskottavuus, luotettavuus, vahvistettavuus, pysyvyys, siirrettävyys ja neutraalisuus (Elo ym. 2014; Kyngäs ym. 2011). Luotettavuus läpileikkaa tutkimusprosessin jokaisen vaiheen aina valmistelusta tulosten raportointiin (Elo ym. 2014). Tutkijan on annettava lukijalle selkeä kuvaus muun muassa tutkimuksen kontekstista, prosessin aikana tehdyistä valinnoista sekä datan keräämisestä (Elo ym. 2014; Elo & Kyngäs 2007).

Koska etenkin laadullisessa tutkimuksessa luotettavuuden arviointia tehdään tutkimustekstin perusteella (Eskola & Suoranta 2000, 234), tässä opinnäytetyössä pyrittiin kuvaamaan tutkimusprosessia mahdollisimman tarkasti. Niin metodologiaosio kuin tutkimuksen tulosten analyysilogiikka pyrittiin kirjoittaman tutkielmassa auki laajasti ja yksityiskohtaisesti. Tutkimusaineiston ja tulosten välisen yhteyden havainnollistamiseen (Elo & Kyngäs 2007) tässä tutkimuksessa käytettiin myös aineistosta poimittuja sitaatteja sekä taulukoita.

Dokumenttianalyysin yksi tärkeimmistä vaiheista on tutkimukseen sopivien asiakirjojen valitseminen. Tutkimustulosten lisäksi aineistolla on suuri merkitys myös tutkimuksen luotettavuuteen. (Morgan 2022.) On tärkeää, että asiakirjojen sisältö sopii tutkimuksen käsitteelliseen kehykseen, ja tutkijan on myös varmistettava niiden aitous, uskottavuus, tarkkuus ja edustavuus (Bowen 2009). Tässä opinnäytetyössä analysoitiin kansainvälisestikin tunnustetussa laajassa bränditutkimuksessa menestyneiden yritysten vastuullisuusraportteja, ja otantaperiaate kuvattiin kattavasti.

Dokumenttianalyysi tutkimusmenetelmänä voi itsessään parantaa tutkimuksen luotettavuutta, sillä tutkittava data on stabiilia, eikä tutkija itse vaikuta siihen. Toisaalta eräs oleellinen tutkimuksen luotettavuutta heikentävä tekijä on juuri käytettävä tutkimusaineisto, jonka on tuottanut joku muu, ja alun perin johonkin muuhun kuin tutkimuksen tarkoitukseen. (Morgan 2022.)

Vastuullisuusraportteja hyödyntävän tutkimuksen suhteen on huomioitava muun muassa se, että dokumentit eivät välttämättä tuo esiin ilmiön kokonaisuutta, sillä organisaatiot ovat itse valinneet niissä käsiteltävät aiheet ja käsittelevät. Tästä syystä myöskään tämä opinnäytetyö ei todennäköisesti tarkastele kaikkia yritysten digitaaliseen vastuullisuuteen kuuluvia aihepiirejä, eikä sen perusteella myöskään voi, eikä pidä, arvioida tutkittujen yritysten digitaalisen vastuullisuuden konkreettista nykytilaa. Vastuullisuusraportit ovat myös aina historiatietoa, joten digitaalisen vastuullisuuden teemat voivat olla jo opinnäytetyön kirjoittamishetkellä tutkituissa yrityksissä hyvinkin toisenlaisia, sillä tässä tutkimuksessa analysoidun dokumenttien raportointivuosi oli 2022.

Laadullisen tutkimuksen tavoitteena ei ole yleistettävä tieto, vaan ymmärrystä lisäävän, osuvan ja hyödyllisen tiedon tuottaminen (Aaltio & Puusa 2020). Laadullisen tutkimuksen optimaalisesta otoskoosta ei ole olemassa täsmällisiä ohjeita, sillä sen määrittävät tutkimuksen tarkoitus sekä tutkimusaineiston rikkaus ja laajuus (Kyngäs ym. 2011). Tässä opinnäytetyössä analysoitiin yhteensä yli 700 sivua yritysten vastuullisuustietoja, ja aineistoista määritettiin 421 digitaaliseen vastuullisuuteen sisältyvää alkuperäisilmaisua.

Kaikessa tutkimuksessa tärkein arviointikriteeri on, että esitetty tutkimuskysymys on kiinnostava ja mielellään myös yhteiskunnallisesti tärkeä. Tutkimuskysymys voi olla mielenkiintoinen usein eri tavoin, kuten teoreettisesti, käytännön kannalta tai tutkimukseen osallistuvien toimijoiden näkökulmasta. (Eriksson & Koistinen 2005, 41.)

Tämän opinnäytetyön aihe oli ajankohtainen ja tuore niin teoreettiselta kuin käytännön kannalta. Digitaalisen vastuullisuuden ja sen raportoinnin tutkimus on kaikkineen vielä melko vähäistä (Bonsón ym. 2023; Merbecks 2023), joten tiedon tuottaminen aihepiiristä on tärkeää. Tämä opinnäytetyö on tiettävästi ensimmäinen holistisesta näkökulmasta Suomessa tehty tutkimus aiheesta. Tosin digitaalista vastuullisuutta markkinoinnin näkökulmasta on tarkastellut pro gradussaan Vitikko (2022) ja digitaaliseen vastuullisuuteen kuuluvaa datavastuullisuutta puolestaan Räikkönen (2023).

Käytännön näkökulmasta tämä opinnäytetyö esittelee organisaatiolle erilaisia malleja, teorioita ja viitekehyksiä digitaalisen vastuullisuuden toteuttamiseen

sekä tarjoaa esimerkkejä niin käytännön tekemiseen kuin digitaalisesta vastuullisuudesta raportointiin. Aihe on yrityksille ajankohtainen ja tärkeä, ja parhaimmillaan digitaalinen vastuullisuus voi muodostua jopa organisaation merkittäväksi kilpailutekijäksi. Myös sidosryhmät odottavat yritysten toimivan yhä vastuullisemmin digitaalisuuden aiheissa sekä julkaisevan tietoa siitä (esim. Famularo 2023b), joten juuri nyt on otollinen aika kehittää organisaation digitaalista vastuullisuutta.

6.3 Jatkotutkimusehdotukset

Ajankohtaisena ja moniulotteisena aihepiirinä digitaalinen vastuullisuus tarjoaa laajan ja hedelmällisen tutkimuksellisen maaperän. Niin digitalisaation, vastuullisuusajattelun kuin vastuullisuusraportoinnin kehittyessä kiihtyvällä tahdilla tutkimussarkaa digitaalisuuden ja vastuullisuuden tiimoilta riittää varmasti pitkälle tulevaisuuteen. Tällä hetkellä digitaalisuuden ja vastuullisuuden kokonaisvaltaista tarkastelua, tutkimusta ja soveltamista kuitenkin haittaa yhteisten käsitteiden, määritelmien ja näkökulmien puuttuminen, joten ensimmäinen tämän opinnäytetyön jatkotutkimusehdotuksista koskee näiden yhtenäistämistä.

Digitaalisen vastuullisuuden (CDR) lisäksi digitaalisuuden ja vastuullisuuden suhdetta hieman eri painoituksin on käsitelty muun muassa digitaalisen kestävyuden (digital sustainability) näkökulmasta (esim. Cardinali 2022), erilaisten transformatio -käsitteiden alla (esim. Guandalini 2022) sekä osana yhteiskuntavastuun (CSR) tutkimusta (esim. Atanasov ym. 2023). Kuten Guandalini (2022) toteaa, vakiintumaton terminologia ja tutkimuskentän pirstoutuneisuus haittaavat muun muassa olemassa olevan kirjallisuuden tunnistamista, keräämistä ja tulkintaa, joten yhtenäisen käsitteistön luominen aihepiirissä olisi tärkeää aidon kokonaiskuuvan muodostamiseksi sekä aiheesta tuotetun tutkimustiedon täysimittaiseksi hyödyntämiseksi.

Toinen kiinnostava jatkotutkimuskohde on digitaalisen vastuullisuuden raportoinnin kehittyminen. Esimerkiksi Bonsón ja kumppanit (2023) arvioivat, että digitaalisen vastuullisuuden aiheet tulevat muuttamaan vastuullisuusviestintää tulevina vuosina. Vastuullisuusraportoinnin kehittymiseen vaikuttavat myös erilaiset standardit ja viitekehykset. Eurooppalaisten yritysten vastuullisuusraportointiin tulee

lähivuosina vaikuttamaan laajasti EU:n tuore CSRD-direktiivi. Yksi digitaalisen vastuullisuuden kannalta kiinnostava jatkotutkimuskohde olisikin selvittää miten CSRD-direktiivi ja sen raportointistandardit (ESRS) huomioivat digitaalisen vastuullisuuden eri aihepiirejä ja niiden mittaamista sekä millaisia vaikutuksia standardeilla mahdollisesti on yritysten digitaalisesta vastuullisuudesta raportointiin.

Myös digitaaliseen vastuullisuuteen kehitetyt erilaiset mallit ja viitekehykset voivat vaikuttaa siihen miten digitaalista vastuullisuutta toteutetaan sekä miten siitä raportoidaan. Esimerkiksi Digital-ESG (Digital-ESG 2023) pyrkii edistämään digitaalisesta vastuullisuudesta raportointia, mutta nykyisellään siinä kuitenkin on puutteita. Digital-ESG tarkastelee digitaalista vastuullisuutta ESG-kehystä mukaillen, mutta huomioiden digitaalisen sosiaalisen ja hallinnollisen ulottuvuuden osalta vain riskinäkökulmat ja ympäristöulottuvuudessa puolestaan vain digitalisaation mahdollisuudet kestäväen kehityksen näkökulmasta. Tämän opinnäytetyön tulosten perusteella jokainen ESG-kehysten ulottuvuus kuitenkin sisältää digitaalisuuden suhteen sekä mahdollisia haittoja että hyötyjä, joten Digital-ESG viitekehystä olisi tarpeen laajentaa huomioimaan kaikissa ulottuvuuksissa molemmat näkökannat tai sen rinnalle olisi luotava uusi kattavampi kehys.

Yhtenäistä käsitteistöä, toimivia viitekehyksiä ja digitaalisen vastuullisuuden raportointia tärkeämpää on kuitenkin digitaalisen vastuullisuuden toteutuminen organisaatioiden käytännön toiminnassa. Boehmin ja kumppaneiden (2022) mukaan kuluttajat uskovat, että yritykset toimivat vastuullisesti ja luotettavasti esimerkiksi suojelemalla heidän tietojiaan, toteuttamalla tehokkaasti kyberturvallisuutta, hyödyntämällä tekoälyä luotettavasti sekä käyttämällä dataa läpinäkyvästi, mutta todellisuudessa suuri osa yrityksistä ei kuitenkaan pysty näitä odotuksia täyttämään. Digitaalisen vastuullisuuden kehittämiseksi on siis organisaatioissa aito, käytännönläheinen ja akuutti tarve, joten aihepiiri tarjoonee kokonaisuudessaan runsaasti tutkimus- ja kehittämisasihteita myös tuleville YAMK-opinnäytetöiden tekijöille.

LÄHTEET

Aaltio, I. & Puusa, A. 2022. Mitä laadullisen tutkimuksen arvioinnissa tulisi ottaa huomioon? Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus.

Aholainen, M., Bräutigam, T., Cunningham, F., Geus, M., Kukorelli, F. & Toivainen, M. 2022. EU-sääntely rakentaa reilumpaa datataloutta. Sitra työpaperi. Viitattu 27.8.2023 <https://www.sitra.fi/app/uploads/2022/06/sitra-eu-saantely-rakentaa-reilumpaa-datataloutta.pdf>.

Atanasov A., Chipriyanova G. & Krasteva-Hristova R. 2023. Integration of Digital Technologies in Corporate Social Responsibility (CSR) Activities: A Systematic Literature Review and Bibliometric Analysis. *Journal of Risk and Financial Management*, Vol 16 Nro 8 (2023), 1-24. Viitattu 10.9.2023 <https://doi.org/10.3390/jrfm16080373>.

Bednárová, M. & Serpeninova, Y. 2023. Corporate digital responsibility: bibliometric landscape – chronological literature review. *The International Journal of Digital Accounting Research*, Vol 23 (2023), 1-18. Viitattu 29.8.2023 DOI:10.4192/1577-8517-v23_1.

Boehm, J., Grennan, L., Singla, A. & Smaje, K. 2022. Why digital trust truly matters. McKinsey, survey. McKinsey 12.9.2022. Viitattu 20.10.2023 <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/why-digital-trust-truly-matters#/>.

Bonsón, E., Bednárová, M. & Perea, D. 2023. Disclosures about algorithmic decision making in the corporate reports of Western European companies. *International Journal of Accounting Information Systems*, Vol 48 (2023). Viitattu 20.10.2023 <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2022.100596>.

Bowen, G.A. 2009. Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, Vol 9 Nro 2, 27-40. Viitattu 4.5.2023 <http://dx.doi.org/10.3316/QRJ0902027>.

Carl, K.V., Mihale-Wilson, C., Zibuschka, J. & Hinz, O. 2023. A consumer perspective on Corporate Digital Responsibility: an empirical evaluation of consumer preferences. *Journal of Business Economics*, Published Online 2.3.2023. Viitattu 1.9.2023 <https://doi.org/10.1007/s11573-023-01142-y>.

Carl, K. V., Zilcher, T. M. C. & Hinz, O. 2022. Corporate Digital Responsibility and the current Corporate Social Responsibility standard: An analysis of applicability. *Open Identity Summit 2022. Regular Research Papers*, 75-86. Viitattu 17.7.2023 DOI: 10.18420/OID2022_06.

CDR-Initiative 2021. Code of Corporate Digital Responsibility. The German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Nuclear Safety and Consumer Protection. Viitattu 31.8.2023 https://cdr-initiative.de/uploads/files/2021-06_Code_CDR-Initiative_EN.pdf.

CDR Europe 2023. Project summary. CDR Europe 3.8.2023. Viitattu 3.9.2023 <https://www.interregeurope.eu/cdreurope>.

CDR-Manifesti 2021. CDR-manifesti. Corporate Digital Responsibility. Viitattu 29.8.2023 <https://corporatedigitalresponsibility.net/cdr-definition-finnish>.

Cheng C. & Zhang M. 2023. Conceptualizing Corporate Digital Responsibility: A Digital Technology Development Perspective. *Sustainability*, Vol 15 Nro 3 (2023), 1-21. Viitattu 29.8.2023 <https://doi.org/10.3390/su15032319>.

Cardinali, P.G. & De Giovanni, P. 2022. Responsible digitalization through digital technologies and green practices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol 29 Nro 4, 984-995. Viitattu 2.11.2023 <https://doi.org/10.1002/csr.2249>.

Christensen, H.B., Hail, L. & Leuz, C. 2021. Mandatory CSR and sustainability reporting: economic analysis and literature review. *Review of Accounting Studies* 26 (2021), 1176–1248. Viitattu 20.8.2023 <https://doi.org/10.1007/s11142-021-09609-5>.

CSDR Delegated act 2023. Commission delegated regulation of 31.7.2023 supplementing Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council as regards sustainability reporting standards. Euroopan komissio 31.7.2023. Viitattu 18.8.2023 https://ec.europa.eu/finance/docs/level-2-measures/csrd-delegated-act-2023-5303_en.pdf.

Data Ethics Canvas 2023. What is the Data Ethics Canvas? ODI. Open Data Institute. Viitattu 29.8.2023 <https://www.theodi.org/article/the-data-ethics-canvas-2021/>.

Digitaalinen kompassi 2022. Valtioneuvoston selonteko: Suomen digitaalinen kompassi. Valtioneuvoston julkaisuja 2022:65. Viitattu 1.11.2023. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-906-9>.

Digital Ethics Canvas 2021. Toolkit: The Digital Ethics Canvas. DDC – Danish Design Center. Viitattu 1.9.2023 <https://ddc.dk/tools/toolkit-the-digital-ethics-compass/#>.

Digital-ESG 2023. Digital-ESG: New sustainability Standards for the Digital Economy. DQ Insitute, Global Standards of Digital Intelligence. Viitattu 4.12.2023 https://tdfd-global.org/wp-content/uploads/2023/03/DESG_Whitepaper_11Jan23.pdf.

Dufva, M. & Rekola, S. 2023. Megatrendit 2023-katsaus. Ymmärrystä yllätysten aikaan. Sitran selvityksiä 224. Tammikuu 2023. Helsinki: PunaMusta Oy.

Elinkeinoelämän keskusliitto Ry. 2022. Vastuullisuuden EU-sääntely etenee – mihin pk-yritysten on varauduttava? Elinkeinoelämän keskusliitto Ry. Viitattu 20.8.2023 https://ek.fi/wp-content/uploads/2023/01/EK_Vastuullisuus_EU_ok.pdf.

- Eskola, J. & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 4. painos. Jyväskylä: Vastapaino.
- Elo, S., Kajula, O., Tohmola, A. & Kääriäinen, M. 2022. Laadullisen sisällönanalyysin vaiheet ja eteneminen. *Hoitotiede*, Vol 34 Nro 4 (2022), 215–225. Viitattu 10.8.2023 <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202301203939>.
- Elo, S. & Kyngäs, H. 2008. The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, Vol 62 Nro 1 (April 2008), 107–115. Viitattu 12.8.2023 <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>.
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. 2014. Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *SAGE Open*, 4(1). Viitattu 12.8.2023 <https://doi.org/10.1177/2158244014522633>.
- Eriksson, P. & Koistinen, K. 2005. Monenlainen tapaustutkimus. *Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisuja 4:2005*. Viitattu 15.8.2023 https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/152279/Monenlainen_tapaustutkimus.pdf?sequence=1.
- Etelä-Pohjanmaan liitto 2023. CDR Europe. Viitattu 29.8.2023 <https://epliitto.fi/kansainvalistyminen/kansainvaliset-hankkeet/cdr-europe/>.
- Ethos 2020. Ethos Engagement Paper. Corporate digital responsibility. Ethos. Viitattu 29.8.2023 https://www.ethosfund.ch/sites/default/files/2020-11/EngagementPaper_ResponsabiliteNumerique_EN_FINAL.pdf.
- Ethos 2023. Ethos Study 2022. Corporate digital responsibility of SMI expanded index Companies. Ethos. February 2023. Viitattu 1.9.2023 https://www.ethosfund.ch/sites/default/files/CDR%20Study_2022_EN.pdf.
- Euroopan komissio 2023. Corporate sustainability reporting. Euroopan komissio. Viitattu 3.12.2023 https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en.
- Euroopan komissio 31.7.2023. The Commission adopts the European Sustainability Reporting Standards. News 31.7.2023. Euroopan komissio. Viitattu 20.8.2023 https://finance.ec.europa.eu/news/commission-adopts-european-sustainability-reporting-standards-2023-07-31_en.
- Famularo, J. 2023a. Future Directions in Corporate Disclosure on Digital Responsibility. CLTC White papers Series. June 2023. Center for Long-Term Cybersecurity. UC Berkeley. Viitattu 1.9.2023 <https://cltc.berkeley.edu/publication/future-directions-in-corporate-disclosure-on-digital-responsibility/>.
- Famularo, J. 2023b. A Template for Voluntary Corporate Reporting on Data Governance, Cybersecurity, and AI. CLTC White papers Series. August 2023. Center for Long-Term Cybersecurity. UC Berkeley. Viitattu 1.9.2023 https://cltc.berkeley.edu/wp-content/uploads/2023/08/Corporate_Reporting_Report.pdf.

Famularo, J. 2023c. Corporate social responsibility communication in the ICT sector: digital issues, greenwashing, and materiality. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Vol 8 Nro 8, 1–25. Viitattu 20.10.2023 <https://doi.org/10.1186/s40991-023-00082-8>.

FIBS 2023. Tiivistelmä. Yritysvastuu 2023. Tutkimus maamme suurimpien yritysten vastuullisuuden johtamisesta, käytännöistä, haasteista ja tulevaisuuden näkymistä. Fibs ry. Viitattu 22.8.2023 https://fibsry.fi/wp-content/uploads/2023/05/FIBS_Yritysvastuu-2023_Tiivistelma_Final.pdf.

FIBS 2021. 2021. Jyrkkä muutos suomalaisyritysten vastuullisuustyössä. FIBS ry uutishuone 2.12.2021. Viitattu 1.6.2023 www.fibsry.fi/ajankohtaista/jyrkka-muutos-suomalaisyritysten-vastuullisuustyossa/.

Guandalini, I. 2022. Sustainability through digital transformation: A systematic literature review for research guidance. *Journal of Business Research*, Vol 148 September 2022, 456–471. Viitattu 20.1.2024 DOI:10.1016/j.jbusres.2022.05.003.

Goldkuhl, G. 2012. Pragmatism vs interpretivism in qualitative information systems research. *European Journal of Information Systems*, Vol 21 Nro 2, 135–146. Viitattu 10.8.2023 <https://doi.org/10.1057/ejis.2011.54>.

Hellström, E. & Parkkonen, P. 2022. Vastuullisuuden tulevaisuus. Miten vastuullisuus kohtaa kestävyuden ja vaikuttavuuden? Sitran selvityksiä 214. Kesäkuu 2022. Viitattu 3.12.2023 https://www.sitra.fi/app/uploads/2022/06/sitra_vastuullisuuden_tulevaisuus_fin_0822.pdf.

Hellström, E., Nieminen, K. & Parkkonen, P. 2020. Polkuja tavoitteelliseen kestävyysraportointiin. Sitran opit Agenda 2030 -tavoitteiston hyödyntämisestä. Sitran selvityksiä 163. Viitattu 15.8.2023 <https://www.sitra.fi/app/uploads/2020/05/polkuja-tavoitteelliseen-kestavyysraportointiin.pdf>.

Herden, C.J., Alliu, E., Cakici, A., Cormier, T., Deguelle, C., Gambhir, S., Griffiths, C., Gupta, S., Kamani, S.R., Kiratli, Y-S., Kispataki, M., Lange, G., Moles de Matos, L., Tripero Moreno, L., Nunez, L., Pilla, V., Raj, B., Roe, J., Skoda, M., Song, Y., Ummadi, P.K., & Edinger-Schons, L.M. 2021. Corporate Digital Responsibility. New corporate responsibilities in the digital age. *Nachhaltigkeits Management Forum 29 (2021)*, 13–29. Viitattu 31.8.2023 <https://doi.org/10.1007/s00550-020-00509-x>.

Ibáñez-Forés, V., Martínez-Sánchez, V., Valls-Val, K. & Bovea, M.D. 2023. How do organisations communicate aspects related to their social performance? A proposed set of indicators and metrics for sustainability reporting. *Sustainable Production and Consumption*, Vol 35 (2023), 157–172. Viitattu 3.12.2023 <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.10.024>.

IMD/Swiss Digital initiative 2022. Getting Started in Digital Responsibility. Corporate Digital responsibility report 2022. IMD. Viitattu 3.12.2023. www.imd.org/research-knowledge/reports/getting-started-in-digital-responsibility/.

Isik, O. & Wade, M.R. 2021. The Four Components of Digital Corporate Responsibility. Brain Circuits, 7 October 2021. Viitattu 29.8.2023 <https://iby.imd.org/brain-circuits/the-four-components-of-digital-corporate-responsibility/>.

Jakob, E.A. & Plaß, S. 2022. Corporate Digital Responsibility Needed? Digitalization Meets Corporate Social Responsibility. Academy of Management Annual Meeting Proceedings 2022, Vol 2022 Nro 1, 1896–1896. Viitattu 5.9.2023 <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2022.13773abstract>.

Jones, P. & Comfort, D. 2022. Corporate Digital Responsibility: Approaches of the Leading IT Companies. Teoksessa Wynn, M.G (toim.) Handbook of Research on Digital Transformation, Industry Use Cases, and the Impact of Disruptive Technologies, 231–248. Viitattu 3.12.2023. DOI: 10.4018/978-1-7998-7712-7.ch013.

Juutinen, S. 2016. Strategisen yritys vastuun käsikirja. Alma Talent: Helsinki.

Knopf, T. & Pick, D. 2023. Corporate Responsibility for Digital Innovation: A systematic Review of the Literature. Proceedings of the 18th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE 2023, Vol 18 Nro 1. Viitattu 20.1.2024 <https://doi.org/10.34190/ecie.18.1.1601>.

Kotonen, U. 2009. Formal corporate social responsibility reporting in Finnish listed companies. Journal of Applied Accounting Research, Vol 10 Nro 3, 176–207. Viitattu 5.9.2023 DOI:10.1108/09675420911006406.

KPMG 2022. Big shifts, small steps Survey of Sustainability Reporting 2022. KPMG. Viitattu 22.8.2023 <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/se/pdf/komm/2022/Global-Survey-of-Sustainability-Reporting-2022.pdf>.

Kruggel, A., Tiberius V. & Fabro M. 2020. Corporate Citizenship: Structuring the Research Field. Sustainability 2020 nro 13:5289. Viitattu 3.11.2023 <https://doi.org/10.3390/su12135289>.

Kuparinen, N. 2023a. Kestävyyssraportointi kehittyy nyt vauhdilla – Tiedätkö, mitä tuleva CSRD-direktiivi tarkoittaa yrityksesi kannalta? Ajankohtaista 11.4.2023. Teknologiateollisuus. Viitattu 20.8.2023 <https://teknologiateollisuus.fi/fi/ajankohtaista/kestavyysraportointi-kehittyy-nyt-vauhdilla-tiedatko-mita-tuleva-csrd-direktiivi>.

Kuparinen, N. 2023b. Kestävyyssraportointi on pian täällä: CSRD-direktiiviin tehdyt muutokset helpottavat yrityksen raportointitaakkaa. Ajankohtaista 21.11.2023. Teknologiateollisuus. Viitattu 14.1.2024 <https://teknologiateollisuus.fi/fi/ajankohtaista/kestavyysraportointi-pian-taalla-csrd-direktiiviin-tehdyt-muutokset-helpottavat>.

Kurittu, K. 2018. Yritysvastuuraportointi: kiinnostavan viestinnän käsikirja. Alma Talent: Helsinki.

Kyberturvallisuuden sanasto 2018. Sanastokeskus TSK ry. Huoltovarmuuskeskus, Helsinki. Viitattu 5.11.2023 <https://turvallisuuskomitea.fi/wp-content/uploads/2018/06/Kyberturvallisuuden-sanasto.pdf>.

Kyngäs, H., Elo, S., Pölkki, T., Kääriäinen, M. & Kanste, O. 2011. Sisällönanalyysi suomalaisessa hoitotieteellisessä tutkimuksessa. *Hoitotiede* Vol 23 Nro 2, 138–148. Viitattu 12.8.2023 https://www.researchgate.net/publication/261723764_Sisallönanalyysi_suomalaisessa_hoitotieteellisessä_tutkimuksessa.

Lankoski, L. & Smith, N.C. 2021. Corporate Responsibility Meets the Digital Economy. INSEAD Working Paper No. 2021/23/ATL (May 14, 2021). Viitattu 1.9.2023 <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3845940>.

Lautermann, C. & Frick, V. 2023. Corporate Digital Responsibility. Wie Unternehmen im digitalen Wandel Verantwortung übernehmen. Schriftenreihe des IÖW 227/23. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung. Viitattu 1.8.2023 https://www.ioew.de/fileadmin/user_upload/BILDER_und_Downloaddateien/Publikationen/2023/IOEW_SR_227_Corporate-Digital-Responsibility.pdf.

Lehtola, J. 2024. Vastuullisuusvaatimukset kasvavat yrityksillä tästä vuodesta lähtien – Keskuskaupakamari hoputtaa: ”Alihankkijoiden pitää nyt olla hereillä”. YLE uutiset 2.1.2024. Viitattu 20.1.2024 <https://yle.fi/a/74-20066381>.

Lindroos, N. 2016. Jos ei voi rahalla mitata, millä sitten? Yhteiskuntavastuun mittarit vertailussa. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 36/2016. Työ- ja elinkeinoministeriö 03.11.2016. Viitattu 3.9.203 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-134-0>.

Lobschat, L., Mueller, B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach, S., Kroschke, M., & Wirtz, J. 2021. Corporate digital responsibility. *Journal of Business Research*, 122, 875-888. Viitattu 29.8.2023 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.006>.

Lock, I. & Seele, P. 2015. Quantitative Content Analysis as a Method for Business Ethics Research. *Business Ethics A European Review*, Vol 24 Nro S1, 24–40. Viitattu 2.8.2023. <https://doi.org/10.1111/beer.12095>.

Lopez Jiménez, L.D., Dittmar, E. & Vargas Portillo, J.P. 2021. New Directions in Corporate Social Responsibility and Ethics: Codes of Conduct in the Digital Environment. *Journal of business Ethics* 1–11 (2021). Viitattu 3.12.2023. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04753-z>.

Mads, H. 2019. Digital responsibility redefined in Denmark. *Journal of Data Protection & Privacy*, Vol 2 Nro 4, 311–323. Viitattu 29.8.2023.

Mayring, P. 2014. Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution. Klagenfurt. Viitattu 11.8.2023 <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>.

Meier, J.J., Hermsen, K., Bauer, J. & Eskofier, B.M. 2022. Digital Responsibility Goals - A Framework for a Human-Centered Sustainable Digital Economy with a Focus on Trusted Digital Solutions. *Studies in health technology and informatics*, Vol 293: dHealth 2022, 250–259. Viitattu 1.9.2023 doi: 10.3233/SHTI220377.

Melkas, H. 2023. Kestävyyssraportoinnin CSRD-sääntely lähestyy maalia, mutta liikkuvia osia on edelleen paljon. *Fibs Ry:n uutinen* 1.11.2023. Viitattu 20.1.2024 <https://fibsry.fi/uutishuone/blogit/kestavyysraportoinnin-csrd-saantely-lahestyy-maalia-mutta-liikkuvia-osia-on-edelleen-paljon/>.

Merbecks, U. 2023. Corporate digital responsibility (CDR) in Germany: background and first empirical evidence from DAX 30 companies in 2020. *Journal of Business Economics*, julkaistu verkossa 1.4.2023. <https://doi.org/10.1007/s11573-023-01148-6>.

Mihale-Wilson, C., Hinz, O., van der Aalst, W. & Weinhardt, C. 2022. Corporate Digital Responsibility. *Business & Information Systems Engineering*, Vol 64 (2022), 127–132. Viitattu 29.8.2023 <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00746-y>.

Moravcikova, K., Stefanikova, L. & Rypakova, M. 2015. CSR Reporting as an Important Tool of CSR Communication. *Procedia Economics and Finance*, Vol 26 (2015), 332–338. Viitattu 22.8.2023 [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00861-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00861-8).

Morgan, H. 2022. Conducting a Qualitative Document Analysis. *Qualitative report 2022*, Vol 27 Nro 1, 64–77. Viitattu 1.12.2023. DOI:10.46743/2160-3715/2022.5044.

Mueller, B. 2022. Corporate Digital Responsibility. *Business & Information Systems Engineering*, Vol 64 (2022), 689–700. Viitattu 1.12.2023. <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00760-0>.

Mäkelä, H. 2021. Vastuullisuusraportoinnin monet roolit. *Procomma Academic 2021. Vastuullinen viestintä -teemanumero*, 76–91. Viitattu 31.1.2023. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/330665/procom_procomma-academic_2021_digi.pdf?sequence=2&isAllowed=y.

Niehoff, S. 2022. Aligning digitalization and sustainable development? Evidence from the analysis of worldviews in sustainability reports. *Business Strategy and the Environment*, Vol 31 Nro 5, 2546–2567. Viitattu 20.10.2023. <https://doi.org/10.1002/bse.3043>.

Parikka, H. & Härkönen, T. 2020. Yritysvastuu ulottuu dataan. Näkökulmia ja ehdotuksia vastuullisen datan käytön edistämiseksi. *Sitran muistio*. Viitattu 2.1.2023 www.sitra.fi/app/uploads/2020/10/yritysvastuu-ulottuu-dataan.pdf.

Penttilä, V. & K. Eräranta. 2021. Vastuullisuusviestintä – vastuullista viestintää? Procomma Academic 2021. Vastuullinen viestintä -teemanumero, 12–27. Viitattu 31.1.2023
https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/330665/procom_procomma-academic_2021_digi.pdf?sequence=2&isAllowed=y.

Rosário, A.T. & Dias, J.C. 2023. The New Digital Economy and Sustainability: Challenges and Opportunities. Sustainability, Vol15 Nro 14:10902. Viitattu 2.11.2023 <https://doi.org/10.3390/su151410902>.

Räikkönen, H. 2023. Data responsibility as a part of corporate responsibility reporting. Pro gradu -tutkielma, Aalto-yliopisto. Viitattu 20.1.2024
<http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-202310226567>.

Seppälä, L. 2022. Responsibility and sustainability in the Outdoor Clothing Industry - based on the website communication of the brands in 2009 and 2021. Acta electronica Universitatis Lapponiensis 349. Väitöskirja, Lapin yliopisto. Viitattu 31.1.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-337-336-5>.

Silvola, H. 2021. Laadukas yritysvastuuraportti kertoo yrityksen vastuullisuudesta. Global Compact network Finland 12.1.2021. Viitattu 15.1.2024 <https://www.globalcompact.fi/blogikirjoitukset/hanna-silvola-laadukas-yritysvastuuraportti-kertoo-yrityksen-vastuullisuudesta>.

Sivonen, M. 2017. Dokumenttianalyysi tutkimusmenetelmänä terveystieteissä - Kuvaileva kirjallisuuskatsaus. Pro gradu -tutkielma, Itä-Suomen yliopisto. Viitattu 10.8.2023 <http://urn.fi/urn:nbn:fi:uef-20170525>.

Sustainable Brand Index Finland- raportti 2023. Finland-Sustainable Brand Index 2023 official report. SB Insight AB. Viitattu 13.8.2023 <https://www.sb-index.com/finland>.

Sweeney, L. & Coughlan, J. 2008. Do different industries report Corporate Social Responsibility differently? An investigation through the lens of stakeholder theory. Journal of Marketing Communications, Vol 14 Nro 2, 113–124. Viitattu 1.8.2023 <https://doi.org/10.1080/13527260701856657>.

Swiss Digital Initiative 2020. Digital Trust Label. Viitattu 29.8.2023
<https://www.swiss-digital-initiative.org/digital-trust-label/>.

Székely, N. & vom Brocke, J. 2017. What can we learn from corporate sustainability reporting? Deriving propositions for research and practice from over 9,500 corporate sustainability reports published between 1999 and 2015 using topic modelling technique. PLoS ONE 12(4): e0174807. Viitattu 20.1.2024
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0174807>.

TDFD 2023. Task Force for Digital-related financial Disclosures. Viitattu 3.9.2023 <https://tdfd-global.org/#Introduction>.

Teknologiateollisuus Ry 2023. EU:n uusi data-asetus (Data Act) on julkaistu ja astuu voimaan 12.1.2024. Uutinen 29.12.2023. Viitattu 13.2.2024
<https://healthtech.teknologiateollisuus.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/eun-uusi-data-asetus-data-act-julkaistu-ja-astuu-voimaan-1212024>.

TEM 2023. Työ- ja elinkeinoministeriö. Vastuullisuusraportointi. Viitattu 31.1.2023 www.tem.fi/vastuullisuusraportointi.

TEM 12.6.2023. Komissio kerää palautetta yritysten kestävyysraportoinnin standardeista – Suomessa jatkuu hallituksen esityksen valmistelu. Uutinen 12.6.2023. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 6.9.2023 <https://tem.fi/-/komissio-keraa-palautetta-yritysten-kestavyysraportoinnin-standardeista-suomessa-jatkuu-hallituksen-esityksen-valmistelu>.

TIEKE 2023. Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus Ry. Viitattu 2.2.2023.
www.tieke.fi/.

Trier, M., Kundisch, D., Beverungen, D., Müller, O., Schryen, G., Mirbabaie, M. & Trang, S. 2023. Digital Responsibility. A Multilevel Framework for Responsible Digitalization. *Business & Information Systems Engineering*, 65 (2023), 463–474. <https://doi.org/10.1007/s12599-023-00822-x>.

TOL 2025. Toimialaluokitus. Tilastokeskus. Viitattu 13.8.2023.
https://stat.fi/org/tilastokeskus/toiminnan_suunnittelu/uusi-toimialaluokitus-tol-2025-infograafi.html.

Valtiovarainministeriö 2023. EU:n digisäädöksillä luodaan pelisääntöjä digitaalisen ajan toimintaympäristöön. Viitattu 28.8.2023 <https://vm.fi/eu-n-digisaadokset>.

Van der Merwe, J., & Al Achkar, Z. 2022. Data responsibility, corporate social responsibility and corporate digital responsibility. *Data & Policy*, 4, E12. Viitattu 31.1.2023 [doi:10.1017/dap.2022.2](https://doi.org/10.1017/dap.2022.2).

Veit, D.J. & Thatcher, J.B. 2023. Digitalization as a problem or solution? Charting the path for research on sustainable information systems. *Journal of Business Economics*, 93, 1231–1253 (2023). Viitattu 2.11.2023
<https://doi.org/10.1007/s11573-023-01143-x>.

Visser-Kniff, P. 2022. Data Ethics as Part of Corporate Social Responsibility. *DataEthics newsletter* 17.2.2022. Viitattu 5.9.2023 <https://dataethics.eu/data-ethics-as-part-of-corporate-social-responsibility/>.

Vitikko, V. 2022. Corporate digital responsibility in the context of data-driven marketing. Pro gradu -tutkielma. LUT-yliopisto. Viitattu 20.1.2024
<https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022102863648>.

Wagner, D., Taşiel, M. & Dąbrowski, P. 2023. The Paradigm of Corporate Digital Responsibility and Challenges to Its Implementation in a Law Firm. *Koźmiński University*, 8.3 2023. Viitattu 1.9.2023
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4441149>.

Wynn M. & Jones P. 2023. Corporate Responsibility in the Digital Era. Information, 14(6):324. Viitattu 1.9.2023 <https://doi.org/10.3390/info14060324>.

Ympäristöministeriö 2023. Kiertotalous. Viitattu 2.11.2023 <https://ym.fi/kiertotalous>.

LIITTEET

- Liite 1. Tutkittavien yritysten rajaaminen
- Liite 2. Esimerkki analyysitiedostosta

Liite 1. Tutkittavien yritysten rajaaminen

Tutkimuksessa analysoidut yritykset olivat Sustainable Brand Index 2023-tutkimuksen toimialansa parhaaksi arvioituja brändejä. Oheisessa taulukossa on merkitty oranssilla ne yritykset, joita tutkimuksessa analysoitiin. Mukaan ei otettu yrityksiä, joiden vastuullisuusdokumenteja ei ollut saatavissa suomeksi (taulukossa sinisellä) ja brändejä, joiden vastuullistiedot olivat osa konsernin vastuullisuusraportointia, jolloin omaa raporttia ei ollut saatavilla (taulukossa keltaisella).

The Sustainable Brand Index 2023 - toimialojen voittajat							
Brändi	Yritys	Kokonaissijoitus	Liikevaihto	Toimialakoodi ja luokka	Päätoimiala	Vastuullisuusraportti	Saatavilla suomeksi
Valio	Valio Oy	1,5 mrd.		10 – Elintarvikkeiden valmistus	Teollisuus	https://downloads.cfassets.net/812225f3399/2DPwP469NR/A5xJGyOLqQWj/3e18633fe9167e43ba63892c3281d35a/S-ryhman_Vuosi-ja-vastuullisuusraportti_2022_fi.pdf	Kyllä
S-ryhmä	Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta	2,8 mrd.		46 – Tukkukauppa	Tukku- ja vähittäiskauppa	https://downloads.cfassets.net/812225f3399/2DPwP469NR/A5xJGyOLqQWj/3e18633fe9167e43ba63892c3281d35a/S-ryhman_Vuosi-ja-vastuullisuusraportti_2022_fi.pdf	Kyllä
Yliopiston apteekki		5,9 milj.		86 muut Terveyspalvelut	Terveyspalvelut	https://assets.cfassets.net/qzd0lavuat2e/73nk2wgtc8j4YCs9Lm9WS/6053544e9bb0408d85cece6b95b3f17YA_vuosikertomus_2022.pdf	Kyllä
Sini	Sinituote Oy	18,89,5 milj.		32 – Muu valmistus	Teollisuus	https://sinituote.fi/wp-content/uploads/2023/03/sinivastuullisuusraportti2022final.pdf	Kyllä
Vr	VR-Yhtymä Oyj	23,1,7 mrd.		49 – Maaliikenne ja putkijohtokuljetus	Kuljetus ja varastointi	https://2022.vrgroupraportti.fi/fi/	Kyllä
Marimekko	Marimekko Oyj	30,152,2 milj.		47 Vähittäiskauppa, 23 – Muiden ei-metallisten mineraalituotteiden valmistus	Tukku- ja vähittäiskauppa	https://company.marimekko.com/app/uploads/2023/05/Vastuullisuusraportti-2022.pdf	Kyllä
Pentik	Pentik Oy	31,24,8 milj.		52 – Varastointi ja liikennettä palveleva toiminta	Teollisuus	https://issuu.com/pentik/docs/pentik_vastuullisuusraportti_2022-final_v5	Kyllä
Matkahuolto	Oy Matkahuolto Ab	45,97 milj.		61 – Televisiointi	Kuljetus ja varastointi	https://www.matkahuolto.fi/Matkahuolto_Vuosi_ ja_vastuullisuusraportti_2022.pdf	Kyllä
Elsa	Elsa Oyj	53,2 mrd.		74 – Muut erikoistuneet palvelut liikelämmälle	Televiestintä, ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus, tietokone konsultointi ja tietopalvelutoiminta	https://elisa.fi/yhtiötietojen/sijoittajille/voosikertomus/	Kyllä
Kotipizza	Kotipizza Oyj	56,35,5 milj.		70 – Pääkonttorien toiminta ja 6420 televiestintä	Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta	https://kotipizzagroup.com/wp-content/uploads/2023/06/Vastuullisuus-Kotipizzassa-2022.pdf	Kyllä
Nokia	Nokia Oyj	71,22,2 mrd.		65 – Vakuutus-, jälleenvakuutus- ja eläkevakuutus toiminta	Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta; Televiestintä	https://www.nokia.com/system/files/2023-04/nokia_fi_ar_22.pdf	Kyllä
LähiTapiola Keskinäinen Vakuutusyhtiö		72,577,8 milj.		51 – Ilmailiikenne	Rahoitus- ja vakuutus toiminta	https://core-public.editaprima.fi/lahitapiola/download/6289/10	Kyllä
Finnair	Finnair Oyj	79,838,4 milj.			Kuljetus ja varastointi	https://company.finnair.com/fi/vastuullisuus	Kuuluu S-ryhmään
Prisma		6					Kuuluu S-ryhmään
Fiskars	Fiskars Finland Oy Ab	7,800,1 milj.		23 – Muiden ei-metallisten mineraalituotteiden valmistus	Teollisuus	https://fiskarsgroup.com/wp-content/uploads/2023/02/FiskarsGroup_Sustainability_Report_2022-1.pdf	Ei
Finlayson	Manna & Co	13,40,8 milj.		47 – Vähittäiskauppa, 47511 Kankaiden vähittäiskauppa	Tukku- ja vähittäiskauppa	https://mannagroup.fi/wp-content/uploads/2023/05/MannaCo_Sustainability_report_2022.pdf	Ei
Paulig	Paulig Ab	21,4 mrd.		70 – Pääkonttorien toiminta, liikkeenjohdon konsultointi	Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta	https://www.pauliggroup.com/fi/vastuullisuus/pauligin-voosikertomus-2022	Ei
S-pankki		29					Kuuluu S-ryhmään
Partioaitta	Partioaitta Oy	33,35,3 milj.		47 – Vähittäiskauppa	Tukku- ja vähittäiskauppa	Ei saatavissa	Ei
Lumene	Lumene Oy	41,60,2 milj.		20 – Kemikaalien ja kemiallisten tuotteiden valmistus	Teollisuus	https://www.lumene.com/en/demandware.static/-/Library-Sites-LumeneEUS/SharedLibrary/default/LUMENE_GROUP_SUSTAINABILITY_REPORT_2022.pdf	Ei
Sokos hotels		43					Kuuluu S-ryhmään
Tori.fi	Schibsted Suomi Oy	50,36,1 milj.		73 – Mainostoiminta, markkinatutkimus ja suhdetoiminta	Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta	Ei saatavissa	Ei
Vattenfall	Vattenfall Oy	51,850,9 milj.		35 – Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto, jäähdytysliiketoiminta	Sähkö-, kaasu-, lämpö- ja jäähdytyspalvelut	https://group.vattenfall.com/fi/media/luutinen/koko-vooden-voosikertomus-2022-haastava-voosi	Ei
ABC		70					Kuuluu S-ryhmään
Volvo	Volvo Finland Ab	86,2,2 mrd.		45 – Moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien tukku- ja vähittäiskauppa sekä korjaus	Tukku- ja vähittäiskauppa	https://investors.volvocars.com/en/financial-information/results-centre?page=en/reports/annual-and-sustainability-report-2022	Ei
Aurinkomatkat	Oy Aurinkomatkat - Suntours Ltd Ab	150,170,2 milj.		79 – Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta; varauspalvelut	Hallinto- ja tukipalvelutoiminta		Kuuluu Finnair-konserniin

Liite 2. Esimerkki analyysitiedostosta

Ohessa esimerkki aineiston analyysitiedosta. Taulukko on yhteenveto toimitusketjun pääkategoriasta. Yhteenveto sisältää täsmälliset tiedot jokaisesta kategoriasta liittyvästä alkuperäisilmaisusta. Taulukossa on sarakkeet yrityksen nimi, lainaus (alkuperäisilmaus), sivu (lainauksen sivunumero vastuullisuuskirjoituksissa), pelkistys (analyysissa tehty kiteytys lainauksesta), luokka (alategorian nimi) sekä teema (analyysissa muodostettu teema: CDR, väline tai toimintaympäristö).

Yritys	Lainaus	Sivu	Pelkistys	Luokka	Teema
Nokia	Keskityimme myös materiaalien ja toimittajien priorisointiin, sillä haluamme ed	100	Energiakulutus	Hankinnat	CDR
Lähtäpioli.	Operoimme ICT-hankinnoissa luotettavien toimittajien kanssa, ja isoissa hankin	55	ICT-hankintojen vastuullisuuskriteerit	Hankinnat	CDR
Valio	Tuotantoa ja liiketoimintaa tukevat materiaali- ja palveluhankinnat eli epäsuora	75	Hankinnan ilmastotyökalu ja sosiaalisen vastu	Hankinnat	CDR
VR Group	Hankinnoista pääosa kohdistui edellisten vuosien tapaan erityisesti kalustoinve	51	Toimittajasopimukset koskevat myös it-hankii	Hankinnat	CDR
Nokia	Turvallisuustavoitteemme näkyvät toimittajien valintaprosesseissa, sopimuksis	102	Toimittajien valinta ja sopimukset	Hankinnat	CDR
Elisa	Kehitämme ja tarjoamme palveluja yhteistyökumppaneidemme kanssa, joilta e	13	Vaatimus kumppaneille: jatkuva kyberturvalli	Toimittajien hallinta	CDR
Elisa	Vuonna 2022 kartoitimme yhteistyökumppaneidemme tietoturvan ja -suojan ti	13	Kumppaneiden auditointi	Toimittajien hallinta	CDR
Elisa	Vuonna 2022 painopistealueita oli kolme, joista ensimmäinen oli toimittajien v	21	Kumppaneiden vastuullisuuden seurannan ke	Toimittajien hallinta	Väline
Elisa	Toinen painopistealue oli tietoisuuden lisääminen vastuullisuudesta ja erityises	21	Kumppaneiden kouluttaminen vastuullisuude	Toimittajien hallinta	Väline
Lähtäpioli.	Tietosuojapolitiikka koskee henkilöstön lisäksi yhteistyökumppaneitamme, joltk	56	Kumppaneiden hallinta tietosuojapolitiikka	Toimittajien hallinta	CDR
Lähtäpioli.	Jotkin Lähtiapiolan ulkoiset palveluntarjoajat tai muut henkilötietojen vastaano	56	Tietoturva ja suoja	Toimittajien hallinta	CDR
Lähtäpioli.	Kun kehitämme palveluitamme, noudatamme sisäänrakennetun ja oletusarvoi	57	Tietoturva ja suojan auditointi	Toimittajien hallinta	CDR
Marimekk	Koronaviruspandemiaan liittyneet matkustusrajoitukset vauhdittivat laatupros	16	Digitaalinen työkalu laatuprosessiin	Toimittajien hallinta	Väline
Marimekk	Tulevina vuosina kehitämme toimitusketjutietojen hallintajärjestelmiämme ja a	36	Toimitusketjun hallinnan digitalisointi	Toimittajien hallinta	Väline
Valio	Vuonna 2022 pidimme yli 100 hiilijalanjäljen laskentakoulutusta, joihin osallistu	8	Toimittajat raportoivat hiilijalanjälkensä	Toimittajien hallinta	Väline
Nokia	Nokia edellyttää toimittajien noudattavan turvallisuuskäytäntöjä ja -standardej	102	Vaatimukset toimittajille	Toimittajien hallinta	CDR
Nokia	Meillä on myös kolmansien osapuolten toimintaohjeet ja koulutusmateriaalit, j	104	Koulutukset toimittajille	Toimittajien hallinta	CDR
Nokia	Compliance-tiimissämme on erillinen korruptiontorjunnan osaamiskeskus (CoE	104	Kumppaneiden auditointi	Toimittajien hallinta	CDR
Nokia	Tuotteiden mahdollisen väärinkäytön lisäksi ihmisoikeusriskejä esiintyy globaal	105	Globaalin toimitusketjun riskit	Toimittajien hallinta	CDR
Nokia	Odotamme toimittajiemme noudattavan toimintaohjeitamme ja esitämme heil	105	Vaatimukset toimittajille	Toimittajien hallinta	CDR
S-ryhmä	S-ryhmä on myös Sedex (Supplier Ethical Data Exchange) -aloitteen jäsen	96	Jäsenyys	Toimitusketjun avoimuus	CDR
Pentik	Lisäämme läpinäkyvyyttä julkaisemalla Pentikin verkkosivuilla listan kaikista toi	36	Toimittajat julkaistaan	Toimitusketjun avoimuus	Väline
Pentik	Tammikuusta lähtien olemme lisänneet myös kaikkien uusien tuotteiden tuote	52	Tuotteisiin valmistusmaa	Toimitusketjun avoimuus	Väline
Marimekk	Tulevina vuosina kehitämme toimitusketjutietojen hallintajärjestelmiämme ja a	36	Viestintä asiakkaalle toimitusketjusta	Toimitusketjun avoimuus	CDR
Elisa	Omien työntekijöidensä lisäksi Elisa tarjoaa tietosuojakoulutusta yhteistyökum	14	Tietosuojakoulutusta kumppaneiden henkilö	Yhteistyö toimittajien kanssa	CDR
S-ryhmä	Tämän lisäksi koulutusmateriaaleja ja laskentatyökaluja on jaettu halukkaille ls	69	Laskentatyökaluja kumppaneille	Yhteistyö toimittajien kanssa	Väline
Valio	Lopullisena tavoitteena ovat nautta-alan yhteiset kansalliset laskentaperiaatteet	29	Työkalun kehittäminen ympäristövaikutusten	Yhteistyö toimittajien kanssa	Väline
Elisa	Elisa tekee tiivistä yhteistyötä ulkoisten sidosryhmien, kuten viranomaisten, asi	12	Toimitusketju mukana kehittämässä kybertur	Yhteistyö toimittajien kanssa	CDR
Elisa	Lisäksi toteutimme useita erillisiä yhteisiä vastuullisuushankkeita toimittajiemr	21	Vastuullisuushankkeet kumppaneiden kanssa	Yhteistyö toimittajien kanssa	CDR
Lähtäpioli.	Hyödynnämme ja tuotamme dataa vastuullisesti yhteistyössä kumppaneiden	15	Datavastuullisuus	Yhteistyö toimittajien kanssa	CDR
Marimekk	Uskomme, että tulevaisuudessa ajattomat ja kestävät tuotteet tehdään tasapai	8	Toimitusketjun hallinnan digitalisointi	Yhteistyö toimittajien kanssa	Väline
Nokia	Teemme yhteistyötä toimittajiemme kanssa vähentääksemme alkuvaiheen väli	99	Päästöjen vähentäminen tuotannossa	Yhteistyö toimittajien kanssa	CDR
S-ryhmä	Vuoden 2022 aikana järjestimme ilmastotilaisuuden webinaarina Iso Juttu -kun	69	Webinaari	Yhteistyö toimittajien kanssa	Väline
S-ryhmä	Uudistavan viljelyn e-opisto on Reaktorin ja Baltic Sea Action Groupin eli BSAG:	74	E-opisto uudistavasta viljelystä	Yhteistyö toimittajien kanssa	Väline