


Yrityksen yhteiskuntavastuu ja sosiaalinen yritystoiminta

Kestävää työllisyyttä sosiaalisissa yrityksissä -projekti

Kirsi Hanikka
Päivi Korpela
Arto Mähönen
Christer Nyman



Yrityksen yhteiskuntavastuu ja sosiaalinen yritystoiminta

Kirsi Hanikka
Päivi Korpela
Arto Mähönen
Christer Nyman

Taitto ja kannet: Markku Bök
ISBN 978-952-5716-06-1
Savion Kirjapaino Oy, 2007, Kerava

Sisällysluettelo

Esipuhe	6
Johdanto	7
Sosiaalinen yritys	8
Taustaa lainsäädännölle ja yhteiskuntavastuullisuudelle liiketoiminnassa	8
Sosiaalisista yrityksistä tehdyt tutkimukset	10
Yrityksen yhteiskuntavastuu	11
Yhteiskuntavastuun historiaa	11
Mitä tarkoittaa yhteiskuntavastuu?	12
Yhteiskuntavastuun jaottelu taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen	13
Yhteiskuntavastuu ja voittoetiikka	14
Yhteiskuntavastuu tänään	15
Yrityksen arvot	15
Asiakkaat ja työntekijät kiinnostuneita yrityksen maineesta	16
Yhteiskuntavastuuarportointi	18
Yhteiskuntavastuun ongelmia	19
Tutkijoiden havaintoja	20
Etelä-Pohjanmaan ja Itä-Uudenmaan yritystutkimus	21
Yrittäjien näkemyksiä yhteiskuntavastuullisuudesta	23
Lähteet	28
LIITE	
Yrittäjäkyselyn keskeiset tulokset	31

Esipuhe

Odotukset yritysten toiminnan vastuullisuudesta kasvavat vuosi vuodelta. Samanlaisesti monet yritykset ovat havainneet vastuullisen toiminnan olevan selkeä kilpailuetu ja yksi yrityksen menestystekijöistä.

Yrityksen vastuullisuudella tarkoitetaan yhteiskuntavastuullisuutta, joka on tapana jaotella taloudelliseen ja sosiaaliseen vastuuseen sekä ympäristövastuuseen. Sosiaalisten yritysten kohdalla näistä lohkoista tärkeimpiä ovat taloudellinen ja sosiaalinen vastuu, vaikkakin myös ympäristövastuun kantaminen on luonnollinen osa kaikkien yritysten toimintaa.

Kaikkien yritysten vastuullisuuden perusta on taloudellinen vastuu. Yrityksen on tuotettava tulosta pysyäkseen kilpailukykyisenä ja kyetäkseen kantamaan sosiaalista vastuuta tarjoamalla ihmisille työpaikkoja. Ei edes eikä varsinkaan sosiaaliselta yritykseltä voi odottaa taloudellisesta vastuullisuudesta tinkimistä, sillä sosiaaliset päämäärät toteutuvat tehokkaimmin ja jopa luonnostaan juuri taloudellisen menestyksen ja kilpailukykyisen tulostason saavuttamisen kautta.

Koskaan ei voi liiaksi korostaa sitä, että sosiaaliset yritykset ovat yrityksiä yritysten joukossa. Ne myös tavoittelevat, ja niiden ehdottomasti kuuluu tavoitella, ns. normaalitytöistä eli kilpailevien muiden yritysten saavuttamaa tulostasoa. Valitettavan usein sosiaaliset yritykset mielletään toimijoiksi, joiden ensisijainen tehtävä on työllistää. Tämä epäkohta on omiaan heikentämään sosiaalisten yritysten uskottavuutta markkinoilla, mikä edelleen vaikeuttaa ja mahdollisesti jopa estää uusien työpaikkojen syntymistä sosiaalisiin yrityksiin.

Kestävää työllisyyttä sosiaalisissa yrityksissä -projektin kahdessa osahankkeessa on perehdytty yhteiskuntavastuullisuuden toteutumiseen sosiaalisissa yrityksissä. Asiaa on lähestytty yhtäältä ammattikirjallisuuden ja toisaalta Porvoon ja Seinäjoen alueilla tehtyjen kyselytutkimusten kautta. Kirjallisuuteen pohjautuvaa tutkimusta ovat tehneet Päivi Korpela Porvoon Seudun Uusyrityskeskus ry:stä ja Kirsi Hanikka Seinäjoen ammattikorkeakoulusta. Kenttätutkimuksen tekemisestä ovat pääasiassa vastanneet Christer Nyman Porvoon Seudun Uusyrityskeskus ry:stä ja Arto Mähönen Etelä-Pohjanmaan sosiaalipsykiatrinen yhdistys ry:stä.

Tehty tutkimus taustoittaa hyvin ja kattavasti yhteiskuntavastuullisuuden ja erityisesti sosiaalisen vastuullisuuden liittymistä sosiaaliseen yritystoimintaan. Tehtyjen yrityskyselyjen tulokset taas tuovat hyvin esille yrityksissä vallitsevia sosiaalista vastuullisuutta koskevia näkemyksiä.

On toivottavaa, että tutkimuksen tulokset herättävät uusia ajatuksia sosiaalisen yrittäjyyden kentällä toimivien keskuudessa. Tehdystä tutkimuksesta hyvin esille tuleva sosiaalisen yrittäjyyden edistämisen haasteellisuus myös toivottavasti herättää taloustutkijoiden mielenkiintoa ja luo virikkeitä pitemmälle menevälle sosiaalisen vastuun ja sosiaalisen yrittäjyyden välisen kosketuspinnan tutkimiselle.

Kari Karhu VATES-säätiö

Johdanto

Tämän tutkimuksen tavoitteena on ollut selvittää Itä-Uudenmaan ja Etelä-Pohjanmaan alueilla toimivien yritysten kiinnostusta perustaa sosiaalisia yrityksiä. Tähän asti yrityksiä mielenkiinto sosiaalisiin yrityksiin on ollut laimeaa, joten keskeisenä tavoitteena on ollut selvittää syytä siihen.

Toisena tavoitteena on ollut selvittää edellä mainittujen alueiden yrittäjien suhtautumista yhteiskuntavastuuseen. Pääasiassa kiinnostus on kohdistunut sosiaaliseen vastuullisuuteen ja siihen, että voisiko sosiaalinen yritys olla keino kantaa sosiaalista vastuuta. Lisäksi on selvitetty sitä, että voisiko sosiaalisen vastuun kantaminen olla yritykselle kilpailukeino.

Tutkimuksella on myös pyritty kartoittamaan yrittäjien tietoja sosiaalisesta vastuusta. Yrittäjiltä on kysytty heidän mielikuviaan sosiaalisesta yrittäjyydestä ja sen vaikutuksista yrityksen imagoon. On myös kartoitettu yrittäjien asenteita vajaakuntoisia ja pitkäaikaistyöttömiä kohtaan. Samalla on pyritty selvittämään, että pitävätkö yrittäjät pitkäaikaistyöttömiä ja vajaakuntoisia käyttämättömänä resurssina mahdollisesti tulevaan työvoimapulaan. Tutkimuksella on myös selvitetty, onko yrittäjillä kiinnostusta palkata vajaakuntoisia ja pitkäaikaistyöttömiä.

Tässä teoksessa on aluksi taustoitettu aihetta avaamalla lukijoille sosiaalisia yrityksiä koskevaa lainsäädäntöä ja yrityksen yhteiskuntavastuun käsitettä. Lähdemateriaalina tässä on ollut virallisia lähteitä ja yhteiskuntavastuuta ja vastuullista liiketoimintaa käsittelevää tietokirjallisuutta. Teoksen lopussa esitetään tehdyn tutkimuksen johtopäätökset, joita seuraavat vielä yritysten edustajilta saadut kommentit.

Sosiaalinen yritys

Laki sosiaalisista yrityksistä tuli voimaan tammikuussa 2004. Siinä sosiaaliseksi yritykseksi on määritelty yritys, joka työllistää vajaakuntoisia tai vajaakuntoisia ja pitkäaikaistyöttömiä siten, että näiden osuus on vähintään 30 prosenttia yrityksen henkilökunnasta. Laki määrittelee vajaakuntoisen siten, että hän on työnhakijana ollut työntekijä, jonka mahdollisuudet saada sopivaa työtä, säilyttää työ tai edetä työssä ovat huomattavasti vähentyneet asianmukaisesti todetun vamman, sairauden tai vajavuuden takia. Pitkäaikaistyöttömällä tässä laissa tarkoitetaan henkilöä, joka on ollut työttömänä työnhakijana joko yhtäjaksoisesti tai toistuvasti useassa jaksossa 12 kuukauden ajan. Vaikeasti työllistyvällä taas tarkoitetaan työmarkkinatukeen oikeutettua työtöntä työnhakijaa, joka on saanut työmarkkinatukea työttömyytensä perusteella vähintään 500 päivältä. Vaikeasti työllistyyvä on myös se, jonka oikeus työttömyyspäivärahaan on päätynyt enimmäisajan johdosta.

Laki sosiaalisista yrityksistä annetun lain muuttamisesta tuli voimaan 1.5.2007. Lainmuutoksen myötä työnantaja voi nyt itse valita palkkaamansa pitkäaikaistyöttömän tai vajaakuntoisen henkilön eli enää nykyisin työvoimatoimisto ei nimeä työllistettävää henkilöä. Lisäksi pääministeri Matti Vanhasen toisen hallituksen ohjelmassa lain tarkoittamaa kohderyhmää laajennetaan, kun sosiaalisten yritysten lainsäädäntöä luvataan tarkistaa siten, että mielenterveyskuntoutujat, kuntoutustuella olevat sekä eläkkeen lepäämään jättäneet henkilöt voisivat työllistyä sosiaaliin yrityksiin nykyistä paremmin.

Yrityksen, joka hakee sosiaalisten yritysten rekisteriin, täytyy olla kaupparekisteriin merkitty, ja sen täytyy tuottaa liiketaloudellisin periaattein hyödykkeitä. Yrityksen on maksettava kaikille palveluksessaan oleville työntekijöille heidän tuottavuudestaan riippumatta palkkaa, joka on sama kuin kyseisellä työalalla noudatettavassa työehtosopimuksessa täysin työkykyiselle sovittu palkka. Jos työehtosopimusta ei ole, työntekijälle on maksettava kohtuullista ja tavanomaista palkkaa.

Sosiaalisten yritysten rekisterissä oleva yritys voi tämän jälkeen käyttää mainonnassaan sosiaalisen yrityksen nimikettä. Rekisterissä säilyminen kuitenkin vaatii yritykseltä toimia jatkossakin, koska pitkäaikaistyötön ei ole pysyvästi laskettavissa edellä mainittuun 30 prosentin osuuteen. Yrityksen on siis palkattava tukijakson jälkeen lisää vajaakuntoisia tai pitkäaikaistyöttömiä. Vajaakuntoisten kohdalla vajaakuntoisuuden ei katsota poistuvan, vaan vajaakuntoinen voidaan laskea 30 prosentin osuuteen koko työssäoloaikansa.

Taustaa lainsäädännölle ja yhteiskuntavastuullisuudelle liiketoiminnassa

Lainsäädännön taustalla ovat vaikuttaneet monet tekijät. Päällimmäisenä on varmasti ollut Vanhasen hallituksen työllisyysohjelma, jossa sosiaalisten yritysten lainsäädännön kehittäminen on ollut yksi osatavoite. Yhteiskunnan keinoja purkaa rakennetyöttömyyttä on ollut tarpeen lisätä. Tarpeen on ollut myös kehittää keinoja, joilla työllisyyskehitykseen voitaisiin vaikuttaa. Vajaakuntoisten työllistymisestä sosiaaliin yrityksiin on saatu mo-

nista maista hyviä kokemuksia. Lainsäädännön kehittäminen on tarpeen, jotta sosiaalisten yritysten asema, oikeudet ja velvollisuudet saadaan selkeiksi ja yksiselitteisiksi. Sosiaalinen yritys on myös voitava erottaa sosiaalisesta yhteisöstä, jotta voitaisiin poistaa turhat epäilyt kilpailutilanteen vääristymisestä. Lisäksi lainsäädännöllä lisättäisiin toiminnan avoimuutta ja läpinäkyvyyttä.

Sosiaalisista yrityksistä säädetyn lain tavoitteena on luoda uusia työpaikkoja juuri vaikeassa työmarkkina-asemassa oleville ihmisille. Vajaakuntoiselle sosiaalinen yritys taas voisi tarjota pysyvän työsuhteen, johon vapailta työmarkkinoilla ei välttämättä ole mahdollisuutta.

Yhteiskuntavastuun osalta sosiaalisen yrityksen arvo on melko yksiselitteinen. Sosiaalinen ulottuvuus ilmenee sosiaalisessa yrityksessä siten, että yritys toteuttaa elinkeinonharjoittamisen rinnalla työllisyyteen liittyvää vastuutaan paljon laajemmin kuin säännökset tai sopimukset edellyttävät. Päästäkseen sosiaalisten yritysten rekisteriin yrityksen on täytettävä myös lailliset velvoitteet, eikä yritys saa menetellä elinkeinotoimintaa harjoittaessaan muutenkaan sopimattomasti. Esimerkiksi yrityksen on maksettava veronsa, sosiaaliturvamaksunsa, ja sen on täytettävä työntekijöitään kohtaan asetetut muut velvoitteet.

Sosiaalisen yrityksen suhde yhteiskuntavastuuseen taas on moniselitteisempi. Edellä jo todettiin, ettei yhteiskuntavastuun hoitaminen edellytä yritykseltä hyväntekeväisyyttä, vaan yrityksen on jotenkin pystyttävä hyötymään harjoittamastaan vastuunkannosta. Laki sosiaalisista yrityksistä määrittelee tuet, joita yritys saa, kun se ryhtyy sosiaalisesti yritykseksi. Pääasiallisesti työllistämistukien määrä on suurempi sosiaalisessa yrityksessä kuin tavallisessa yrityksessä. Lisäksi sosiaalisten yritysten tukien kestoa on pidennetty, joten valtio tukee sosiaalista yritystä vajaakuntoisten ja pitkäaikaistyöttömien työllistämiseksi. Yrityksen on myös mahdollista saada tukea perustamisvaiheessa työllisyyspoliittisena avustuksena. Tukien on siis määrä kompensoida työnantajalle mahdollisesti aiheutuvaa työn tuottavuuden alenemaa työllistettävien työkyvyn aleneman mukaisesti. Varsinaisen hyödyn yritykselle katsotaan tulevan siitä, että sosiaalisen vastuun kantaminen toimisi kilpailuetuna tavalliseen yritykseen nähden.

Hyvinvoinnin tuottamisesta päävastuu on valtiolla. Sosiaaliset yritykset eivät siis ole valtion tavoite siirtää vastuuta hyvinvoinnista yrityksille. Sosiaaliset yritykset tulevat julkisen ja kolmannen sektorin rinnalle tukemaan heikossa työmarkkina-asemassa olevien työllistymistä.

Tällä hetkellä tutkimuksien mukaan ei kuitenkaan ole pystytty osoittamaan, että yritys hyötyisi taloudellisesti siitä, että se muuttuisi sosiaalisesti yritykseksi. Imagonkysymyksen vaikutuksia kun on melko hankalaa arvioida, mutta esimerkiksi ympäristöasioilla on katsottu olevan markkina-arvoa. Toisaalta osa yrityksistä, joilla on suunnitelma sosiaalisesta vastuunkannosta, on kokenut asialla olevan merkitystä kuluttajien ostopäätöksiin.

Sosiaalisista yrityksistä tehdyt tutkimukset

Sosiaalisista yrityksistä on jo jonkin verran tutkimustietoa. Sosiaalinen yritys on siis yritys, joka toimii kuten muutkin yritykset, mutta toteuttaa laajempaa sosiaalista vastuuta palkatessaan vajaakuntoisia ja pitkäaikaistyöttömiä vähintään laissa määritellyn määrän.

Marraskuussa 2007 sosiaalisten yritysten rekisteriin oli merkitty 143 sosiaalista yritystä, joiden palveluksessa rekisteröintihetkellä oli 552 työntekijää. Työntekijöistä oli vajaakuntoisia 208, pitkäaikaistyöttömiä 61 sekä sosiaalihuoltolain 27d §:n mukaan työllistettyinä 4 henkilöä.

Yrittäjien asenteita on tutkittu myös vajaakuntoisia ja pitkäaikaistyöttömiä kohtaan. Pääsääntöisesti yrittäjät kokevat hankalimpana suhtautumisen kehitysvammaisiin ja mielenterveyskuntoutujiin. Myös asenteet pitkäaikaistyöttömiä kohtaan ovat varautuneita. Osa yrittäjistä katsoo, että pitkään työttömänä ollut ihminen on työttömänä vain omasta halustaan. Positiivisimmat asenteet ovat sellaisilla yrittäjillä, jotka ovat jo palkanneet vajaakuntoisia yritykseensä. Tällöin asiasta on ollut ihan konkreettista kokemusta.

Työministeriö on tutkinut lain toimeenpanoa. Tutkimuksessa on tullut ilmi joitakin kehittämisen kohteita, jotka ainakin tällä hetkellä heikentävät sosiaalisten yritysten yleistyminen. Kuten usein pk-yrityksillä, myös sosiaalisilla yrityksillä, on katsottu olevan ongelmia perustamisvaiheen rahoituksessa. Sosiaalista yrittäjyyttä on myös haitannut jonkin verran epävarmuus liiketoimintaosaamisessa. Lisäksi sosiaalinen yritys ei edelleenkään ole yrityskentässä tuttu käsite, vaikka laki on ollut voimassa jo neljä vuotta. Näin sosiaalisen vastuun statuksesta ei ole voinut muodostua kilpailuvalttia.

Yleisesti kolmannella sektorilla pidetään sosiaalisen yrityksen perustamista suurempana riskinä kuin muuta tukityöllistämistä. Riskin katsotaan aiheutuvan siitä, että sosiaalisen yrityksen kuuluu maksaa kaikille alan työehtosopimuksien mukainen palkka. Lisäksi jotkut vajaakuntoisuuden määrittelykriteerit ovat varsin tiukat, jolloin kriteerit eivät kaikkien jo työllistettyjen osalta enää täyty, ja tukia ei näin ollen kaikista työntekijöistä voi enää saada.

Työllistämistukien osalta alueelliset päätökset on katsottu huonoiksi, koska tukien kestossa on ollut alueellisia eroja, ja tämä on haitannut varsinkin aloittavan yrityksen toiminnan ennakointia. Työvoimatoimiston puuttuminen työntekijöiden valintaan on katsottu ongelmalliseksi, koska työvoimatoimistoilla ei ole aina osoittaa sellaisia ihmisiä, joita yritys tarvitsisi. Lainmuutos on tuonut näihin asioihin parannusta, koska nykyään työnantaja on vapaampi valitsemaan sopivan työntekijän.

Tutkimuksissa on myös esitetty muutamia toimenpide-ehdotuksia, joilla sosiaalisten yritysten asemaa voitaisiin parantaa. Ensimmäisenä on mainittu tiedottaminen. Sosiaalisista yrityksistä on vain vähän tietoa. Tällöin asiakkaille ei ole muodostunut käsitystä siitä, millaisiin arvoihin sosiaalinen yritys toimii, eikä status näin ollen vaikuta asiakkaiden

ostopäätöksiin. Lisäksi tiedottamisella saavutettaisiin myös olemassa olevista yrityksistä ne, jotka olisivat kiinnostuneita muuttumaan sosiaalisiksi yrityksiksi.

Toisena seikkana on mainittu neuvonnan merkitys. Myös taloudellisen osaamisen vahvistaminen on nähty tärkeänä. Myös tukien osalta on nähty, että jotkin ratkaisut ovat olleet toimimattomia. Lisäksi sosiaalisella yrityksellä pitäisi olla mahdollisuus itse vaikuttaa työllistettävien henkilöiden valintaan, jotta löydettäisiin oikeat ihmiset tekemään tarjolla olevaa työtä.

Sosiaalisista yrityksistä on saatu myös myönteisiä kokemuksia. Sosiaaliin yrityksiin työllistyneiden haastatteluissa on käynyt ilmi, että työllistyminen on pääsääntöisesti koettu hyvänä asiana, mutta eroa mihin tahansa työllistymiseen ei ole pystytty tekemään. Työllistyminen on koettu elämänlaatua parantavana asiana. Työnantajien myönteiset kokemukset taas ovat liittyneet sosiaalisen yrityksen statukseen: kokemus siitä, että on mukana jossain merkittävässä, on ollut yrittäjille tärkeää. Yrittäjät ovat myös uskoneet, että sosiaalisella statuksella on ollut merkitystä asiakkaille, jotka tätä kautta voivat olla mukana kantamassa yhteiskuntavastuuta. (Kojola, Laitinen 2005.)

Yrityksen yhteiskuntavastuu

Yhteiskuntavastuun historiaa

Yhteiskuntavastuun aatteella on pitkä historia, jonka juuret juontavat 1800-luvulle. Alkujaan yritysten vastuullisuus oli lähinnä taloudellista vastuuta yrityksen omistajille sekä mahdollisesti sosiaalista vastuuta työntekijöistä. Myöhemmin, kun varsinainen yhteiskuntavastuun käsite syntyi, se on jaettu taloudellisen, ympäristö- ja sosiaalisen vastuun osa-alueisiin.

Sääty-yhteiskunnassa sosiaalipoliittinen turva oli perheiden ja lähiyhteisön varassa. Teollistumisen myötä tehdaspaikkakunnille syntyi pienenisoyhteiskuntia, joissa patruuna huolehti kurista, asumisesta, terveydenhoidosta ja koulunkäynnistä. Vaikka työnantajan vastuullisuuden taustalla varmasti oli myös jonkinlaista moraalista vastuuta, ennen kaikkea pyrkimyksenä oli varmistaa työntekijän pysyminen uskollisena yritykselle.

1960-luvulla Suomea ryhdyttiin kutsumaan hyvinvointivaltioksi. Työmarkkinajärjestöjen rooli hyvinvointipalvelujen ajamisessa voimistui. Ammattiyhdistysliike onkin ollut monien merkittävien sosiaalisten uudistusten alullepanija ns. kolmikantayhteistyössä hallituksen ja työnantajajärjestöjen kanssa.

Laajempi keskustelu yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta levisi Suomeen 1970-luvulla. Yhteiskuntavastuukeskusteluun ottivat osaa teollisuus, valtiovalta, kansalaisjärjestöt ja yliopistoihmiset, mutta teot yrityksissä jäivät puuttumaan. Yritysten vastuuksi käsitettiin tuottava toiminta ja sitä kautta työpaikkojen luominen sekä verojen maksu yhteiskunnalle. Tämän ylittävä toiminta nähtiin hyväntekeväisyytenä ja rationaalisena toiminnana.

tana vain, mikäli sen avulla oli lyhyellä aikavälillä mahdollista saavuttaa voittoa. Ympäristökysymyksistä yleensä vaiettiin, tai niiden olemassaolo pyrittiin kieltämään.

Julkinen tietoisuus yritysten toiminnan vahingollisuudesta ympäristölle lisääntyi useiden laajojen ympäristötuhojen myötä. Yleinen mielipide ja markkinoiden painostus vaikuttivat siihen, että ympäristöasioihin alettiin kiinnittää enemmän huomiota. Ympäristöpäästöjä alettiin aktiivisesti vähentää 1990-luvulla lainsäädännön ja viranomaismääräysten avulla. Suomessa yleistyivät laatu järjestelmät (ISO 9000 -standardit) ja ympäristöjärjestelmät (ISO 14000 -standardit). Kulutuskäyttäytyminen alkoi muuttua ekologisemmaksi.

1900-luvun lopun maailmantalouden kriisit, kuten öljykriisi, lama ja sijoittajien uudet odotukset, herättivät uudelleen keskustelun talouden ja etiikan suhteesta. Irtisanomisten ja saneerausten määrä on lisääntynyt, ja samalla ovat lisääntyneet epävarmuus ja joustot työelämässä. Työttömyys, sen uhka ja alityöllistyminen ovat synnyttäneet terveydellisiä haittoja ja psyykkistä pahoinvointia epävarmuuden estäessä elämänhallintaa. 2000-luvulle tultaessa keskustelun aiheiksi ovat nousseet globalisaatio ja teollisuusmaiden yritysten toiminta kehitysmaissa, hyvinvointivaltion ongelmat sekä yhteiskunnallisten normien rikkomukset, kuten joukkoirtisanomisiin johtaneet YT-neuvottelut. Epäluuloisuus yritysten lausuntoja kohtaan on kasvanut. Kansalaisten oikeustajua ovat koettelleet myös yritysjohtajien suhteettomat eläkepaketit.

Viime vuosikymmenten trendinä on ollut lähes kaikkien asioiden taloudellistuminen. Elämän ilmiöt tulkitaan ennen kaikkea talouden näkökulmasta. Kaikki hankkeet on perusteltava taloudellisesti menestyviksi, jotta niihin ylipäätään ryhdytään. Talous määrittelee elämän tarpeet, oikean ja väärän sekä kehityksen suunnan. Markkinat levittyvät yhä uusille elämänalueille. Kun valtiolle ja kunnille aiemmin asetettua vastuuta pyritään siirtämään takaisin yksilölle, voidaan puhua vastuun yksityistämisestä.

Yhteiskunnallisten muutosten myötä kansallisen hyvinvointivaltion aikakausi on päättyneessä tai jo päättynyt. Tilalle on tullut hyvinvointiyhteiskunta. Hyvinvointiyhteiskunnassa hyvinvoinnin pääasiallinen tuottaja ei ole valtio. Hyvinvointi tuotetaan sekamallilla, jossa järjestöillä, vapaaehtoistyöllä, verkostoilla, yrityksillä, perheillä ja yksilöillä on yhä laajempi vastuu.

Mitä tarkoittaa yhteiskuntavastuu?

Yrityksen yhteiskuntavastuu (Corporate Social Responsibility, CSR) on laajalti määriteltynä kestävä kehityksen käytäntöön soveltamista yritystoiminnassa. Yrityksen tulisi kantaa vastuuta ympäristöstään tai vähintään lähiympäristöstään, sillä yritystoiminnan seuraukset ja vastuut koskevat tavalla tai toisella ympäröivää luontoa, lähiympäristöä ja koko yhteiskuntaa. Yhteiskuntavastuun sisältö vaihtelee eri maissa ja kulttuureissa muun muassa sen mukaan, millainen rooli yhteiskunnalla on peruspalvelujen, kuten terveydenhuollon tai sosiaaliturvan, järjestämisessä. Yleensä yhteiskuntavastuullisella toiminnalla tarkoitetaan lainsäädännön vaatimukset ylittävää toimintaa, joten sitä ei ole tarkoitettu korvaamaan jo voimassa olevia lailla säädeltäviä toimintoja.

Yhteiskuntavastuun jaottelu taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen

Taloudellinen vastuu on muun muassa tuottavaa taloudenpitoa, työpaikkojen luomista sekä verojen ja palkkojen maksamista. Se on ensisijaisesti vastuuta omistajille ja omille työntekijöille. Taloudellinen vastuullisuus on yrityksen menestymisen perusta ja edellyttää toiminnan tehokkuutta, kannattavuutta ja kilpailukykyä. Talouden vastuualueesta huolehtiminen luo edellytykset muille vastuullisuuden osa-alueille. Taloudellisen tuloksen ei tarvitse olla kovin suuri, jotta yrityksellä on varaa kokonaisvaltaiseen vastuullisuuteen.

Ympäristövastuu on ympäristön suojelua, ympäristöhaittojen minimointia ja luonnonvarojen säästäväistä käyttöä. Yritysten aiheuttamiin ympäristöongelmiin alettiin kiinnittää huomiota 1970-luvulla. Yritystoiminnan ympäristölle aiheuttamia haittoja alettiin rajoittaa lainsäädännön ja verotuksen keinoin. 1990-luvulla ympäristöystävällisyys nousi jo arvostetuksi tekijäksi. Ympäristötietoisuuden kasvaessa kuluttajien vaatimukset tuotteiden ekologisen laadun suhteen kasvoivat, ja useat asiakkaat olivat valmiita maksamaan tuotteiden ympäristöystävällisyydestä. Yrityksissä ympäristöystävällisyys alettiin nähdä kilpailukeinona, johon oltiin valmiita investoimaan. Ympäristövastuun ja ympäristöjohtamisen käytännön välineiksi ovat muodostuneet ympäristöjärjestelmät, -standardit, -indikaattorit ja -laskenta. Nykyään ympäristövastuu on jo vakiintunut osaksi yritysten jokapäiväistä toimintaa.

Sosiaalista vastuuta on henkilöstön hyvinvointi ja koulutus, asiakkaiden hyvinvointi, tuoteturvallisuus, kuluttajansuoja ja alihankkijaketjun työolot. Siihen kuuluvat myös suhteet yritystä ympäröivään yhteisöön, yhteistyö, yleishyödyllinen toiminta, hyväntekeväisyys sekä kestävään kulutukseen liittyvät näkökohdat.

Sosiaalisesta vastuusta puhuttaessa eri maat ovat hyvin erilaisissa lähtöasemissa. Suomessa keskustellaan työssä jaksamisesta ja ikääntyvistä työntekijöistä; kehitysmaiden ongelmana on lapsityövoima. Tutkijat, mielipidevaikuttajat ja monet kansalaisyhteiskunnan edustajat vaativat yrityksiltä toisaalta lainsäädännön veloitteet ylittävää vastuuta. Toisaalta he pelkäävät, että sosiaalinen turva tulee liian riippuvaiseksi yritysten toiminnasta ja tuloksentekevyydestä.

Globaalista näkökulmasta on huolestuttavaa, että yritykset siirtävät sekä luonnolle että sosiaaliselle ympäristölle vahingollisia toimia ja tuotantoa kehitysmaihin. Teollisuusyritysten voitot kasvavat, kun otetaan kaikki tuotannollinen hyöty irti maista, joiden ympäristölainsäädäntö on kehittymätöntä, ja jätetään paikalliset sitten oman onnensa nojaan. Tätä kutsutaankin "rape and run" -teollisuudeksi, ja tällainen toiminta on sekä ekologisesti että moraalisesti kestäväntöntä.

Sosiaalisten yritysten toiminnan voidaan katsoa olevan yhteiskuntavastuullista, sillä toiminnan taustalla on idea sosiaalisesta vastuusta. Sosiaalinen yritys pyrkii hyödyttämään ympäröivää yhteisöä ja sillä on selkeä sosiaalinen tarkoitus, koska se työllistää vaikeassa työmarkkina-asemassa olevia ja vajaakuntoisia. Vaikka sosiaalinen yritys voi saada val-

tiovallalta tukia, se on riippuvainen omasta rahoituksestaan. Toiminnan on oltava taloudellisesti kannattavaa, mutta voitot pyritään sijoittamaan yrityksen kehittämiseen. Sosiaalisen yrityksen toiminnalla on kaksoispäämäärä: menestyksellisenä liikeyrityksenä toimiminen ja samalla sosiaalisten päämäärien toteuttaminen. Näiden, välillä ristiriitaistenkin päämäärien yhteensovittaminen vaatii luovaa ongelmanratkaisukykyä.

Sosiaalista vastuuta kuvaamaan on ympäristövastuun tapaan luotu viime vuosina omia standardeja ja sertifikaatteja. Tällaisia ovat muun muassa Reilun kaupan -merkki, SA 8000 -standardi (Social Accountability), Dow Jonesin kestävä kehityksen pörssi-indeksi ja suomalainen sosiaalisen yrityksen perhosmerkki.

Yhteiskuntavastuu ja voittoetiikka

Omistajalähtöisen yhteiskuntavastuunäkemyksen peruslähtökohtana on vapaaseen kilpailuun perustuva markkinatalousmalli. Sen mukaan yrityksen tehtävänä on ainoastaan maksimoida omistajien voitto ja vastata mahdollisimman tehokkaasti markkinoiden kulutustarpeisiin lakeja ja sopimuksia noudattaen.

Omistajalähtöistä näkemystä laajempaa vastuunkantoa edustaa *sidosryhmälähtöinen näkemys yrityksen yhteiskuntavastuusta*. Sidosryhmät antavat oman panoksensa yritykseen ja asettavat siten myös vaateita sen suhteen. Sidosryhmiä ovat esimerkiksi yrityksen omistajat, työntekijät ja heidän perheensä, viranomaiset, velkojat, tavarantoimittajat, asiakkaat, lähiympäristön asukkaat, media sekä tulevat sukupolvet.

Yrityksen tulee strategioissaan ja päätöksenteossaan ottaa huomioon sidosryhmiensä arvot, odotukset ja näkemykset. Päämääränä on voiton maksimoinnin sijasta tuottojen pitkän aikavälin optimointi, kasvu ja jatkuvuuden turvaaminen vastuullisen toiminnan rajoitteet huomioiden. Vastuullinen toiminta ei ole yrityksen päämäärä vaan yksi kilpailukeino. Sidosryhmien huomioimisen katsotaan olevan välttämättömyys toiminnan jatkumiselle, koska yhteiskunta suo yritykselle oikeuden käyttää yhteisön resursseja hyödykkeiden ja jätteiden tuottamiseen vain niin kauan kuin toiminnan hyödyt ylittävät sen kustannukset yhteiskunnalle.

Laajan vastuun ideologian mukaan yritys toimii taloudellisessa ja moraalisisessa vastuusuhteessa yhteiskunnalle, jonka elämänlaatua yrityksen tulee toiminnallaan edistää. Tämä on näkyvintä USA:ssa, missä osallistutaan vahvasti yhteistoimintaan paikallisyhteisöjen hyväksi ja hyväntekeväisyys on iso osa sosiaalista vastuuta. Laajan vastuun näkemyksen mukaan voitto ei ole yrityksen päämäärä vaan rajoite ja yksi päätöksenteon kriteeri. Yrityksen toiminnalla on jokin tietty, määritelty päämäärä (esim. osuuskunta jolla on eettinen päämäärä) ja yhteiskuntavastuu on olennainen osa yrityksen olemassaolon tarkoitusta. Silti tämäkin ideologia ottaa huomioon, että pitkällä aikavälillä yhteiskunnan hyvinvoinnin edistämiseen pystyy vain kannattava yritys. Hyvinvointi saavutetaan eri alojen tehokkaalla, vastuullisella ja moraalisella toiminnalla. Laajan vastuunäkemyksen mukaan moraalinen vastuu yritystoiminnassa on ihmisten vastuuta: yksilöillä on kollektiivinen vastuu sekä päätöksistä että päätöksentekorakenteista.

Yhteiskuntavastuu tänään

Yhteiskunta odottaa yrityksiltä vähintäänkin lakien minimivaatimusten noudattamista, mutta yhä enemmän myös vapaaehtoista, lait ylittävää sosiaalista vastuuta. Yritysten ulkoisten sidosryhmien edustajat ja useimmat yritystenkään edustajat eivät pidä yrityksen riittävänä sosiaalisena vastuunkantona verojen maksua ja työllistämistä. Vastuun rajoista käydään jatkuvaa keskustelua: Kuka vastaa mistäkin? Mihin rajoittuu yksilön, perheen, kuntien tai valtion vastuu? Mistä voivat kolmas sektori tai yritykset ottaa vastuuta? Lainsäädännön lisäksi kysymys on moraalista ja eettisistä kysymyksistä.

Taloudellinen vastuu mielletään osaksi normaalia yritystoimintaa. Ympäristövastuu puolestaan on jo lainsäädännönkin vuoksi vakiintunut osaksi monien yritysten jokapäiväistä toimintaa. Vapaaehtoiseen ympäristövastuuseen kannustavat sellaiset asiat kuin yrityksen ympäristöimago ja ympäristömerkki tai -sertifikaatti. Sosiaalisen vastuun käsite on yritysten edustajille vieraampi. Suomalaiset yritykset käsittävät sosiaalisella vastuulla lähinnä henkilöstö- ja asiakassuhteet, kuten työsuojelu, henkilökunnan koulutus ja tuotevastuu.

Eräs uusi näkemys yhteiskuntavastuusta on 6+1-jako, joka myötäilee GRI-raportointia (Global Reportin Initiative), jolla tarkoitetaan kansainvälisenä yhteistyönä kehitetyn ja yritysten raportointitiedon yhdenmukaistumista ja vertailukelpoisuutta edistämään pyrkivän ohjeistuksen mukaista raportointia. Tämän idean mukaan vastuut ja tehtävät painottuvat eri tavoilla. Kuuteen vastuualueeseen kuuluvat talous, tuotteet ja palvelut, ympäristö, lähiyhteisö, henkilöstö sekä prosessit ja rakenteet. Vastuun keskiössä on organisaatiokulttuuri. Organisaatiokulttuuri ei tarkoita joka tilanteeseen määriteltyjä sääntöjä, vaan se on johdon ja henkilöstön omaksuma toimintatapa, yrityksen etiikka.

Vapaaehtoinen sosiaalinen vastuu konkretisoituu esimerkiksi yritysten yhteistyössä ja vuorovaikutuksessa ulkoisten sidosryhmiensä kanssa sekä taloudellisessa tuessa yleishyödyllisille järjestöille. Monet yritykset tekevät yhteistyötä paikallisten yhteisöjen, kuten oppilaitosten, työkeskusten tai vammaisten palvelukeskusten kanssa. Yritykset saavat harjoittelijoita oppilaitoksista. Oppilaitoksissa on jopa yrityksen tarpeisiin järjestettyjä koulutusohjelmia. Yritykset näkevät ympäröivän yhteiskunnan hyvinvoinnin välttämättömäksi edellytykseksi toiminnalleen. Mikäli yhteiskunta voi huonosti, myös siinä toimivilla yrityksillä menee huonosti. Markkinat suosivat vastuullisia yrityksiä ja tappavat vastuuttomat.

Yrityksen arvot

Yrityksen toiminta perustuu taloudelliseen tuottoon. Voittoa voidaan kuitenkin saada aikaan eettisesti erilaisilla menettelyillä. Pohjimmiltaan kysymys on arvoista ja arvojärjestyksestä. Vastuullinen yritys pyrkii taloudelliseen voittoon kestävän kehityksen ehdoilla. Arvojen pohjalta yritykset laativat tulevia visioita, strategioita ja operatiivisia päätöksiä.

Yritykset ovat myös yhä kriittisemmän tarkastelun alaisina. Tiedustelut yritysten eettisistä periaatteista ja perusarvoista ovat nykyisin arkipäivää. Tämän takia monet yritykset ovat omatoimisesti ryhtyneet viestimään arvoistaan ja toimintaperiaatteistaan ennen kaikkea henkilöstö- ja ympäristöasioissa. Henkilöstöstä ja sen hyvinvoinnista sekä ympäristöstä säästävistä liiketoiminnasta kerrotaan yhä laajemmin yritysten verkkoviestinnässä ja julkaistavissa toimintakertomuksissa.

Asiakkaat ja työntekijät kiinnostuneita yrityksen maineesta

Vanhan tutun sanonnan mukaan ”hyvä kello kauas kuuluu - huono vielä kauemmaksi”. Tämä vanha sanonta otetaan yhä vakavammin yhä useammassa yrityksessä. Vastuullisuuteen ollaan valmiita investoimaan sekä yleisesti että varsinkin silloin, kun se hyödyttää yritystä taloudellisesti. Taloudelliseen menestymiseen vaikuttaa yrityksen maine sen sidosryhmien keskuudessa.

Nopean tiedonvälityksen aikana yrityksen menestyminen ja maineen säilyminen edellyttää avointa ja läpinäkyvää viestintää, eettisesti kestävästä liiketoimintaa, toimintatapojen, tuotteiden ja palvelujen luotettavuutta sekä yrityksen toimintaympäristön kehittämistä ja vaalimista. Tieto vastuuttomuudesta leviää yleensä nopeammin kuin tieto vastuullisuudesta, ja siksi yrityksen on järkevää toimia ennakoiden vastuullisesti välttääkseen itsensä, tuotteidensa ja palveluidensa maineen tahraantumisen sidosryhmiensä keskuudessa. Imagokysymykset ovat nousseet yrityksille yhä tärkeämmiksi, ja yritys- tai tuotekuvan tahraantuminen on todellinen uhka yrityksen liiketoiminnalle.

Maine on yrityksen arvokasta aineetonta pääomaa, joka voidaan nähdä samanlaisena pääomana kuin muukin liikeomaisuus. Se on kullan arvoinen kilpailuetu, ja sitä on vaikea kilpailijoiden kopioida. Hyvä maine luo taloudellista vaurautta, joka puolestaan kasvattaa yrityksen mainetta. Maine on pitkän ja hyvän työn tulosta. Maineen muodostumiseen vaikuttavat yrityksen arvot sekä jokainen teko ja jokainen jäsen yrityksessä. Maine on pääsääntöisesti yrityksen omissa käsissä, ja yhteiskuntavastuun uskotaan olevan tärkeä osa maineenhallintaa.

Sidosryhmillä on keinoja vaikuttaa yritysten toimintaan: Kuluttajat vaikuttavat ostamalla tai jättämällä ostamatta yrityksen tuotteita. Ostoboikotti on yksi tapa tuoda yleiseen tietoisuuteen yrityksen harjoittama epäeettinen toiminta, ja se tahraa yrityksen ja tuotteen mainetta pitkään. Kuluttajat ovat yhä valveutuneempia ostopäätöksissään ja myös tietoisia yritysten käyttäytymisestä. Lisäksi kuluttajilla on pitkä muisti. Yrityksen väärinkäytökset muistetaan kauan senkin jälkeen, kun toimintatavat on jo muutettu.

Muita vaikuttamisen keinoja on valikoiva ostaminen, informaation levittäminen sekä kestävän kehityksen mukaisten merkkituotteiden (esimerkiksi LUOMU, Reilun kaupan tuotteet) suosiminen. Myös sijoittajilla on vaikutusmahdollisuutensa esimerkiksi eettisten sijoitusrahastojen kautta. Lisäksi Suomessa on sananvapauden ansiosta jokaisella oikeus ilmaista julkisesti mielipiteensä.

On myös muistettava, että kuluttajat ovat yrityksille potentiaalista työvoimaa. Tulevaisuuden työvoimapulan ennakointi ja rekrytointiongelmien saattavat motivoida yrityksiä lisäämään yhteiskuntavastuullista toimintaansa. Huonosta julkisuudesta seuraa, että yritys on työnantajana vähemmän kiinnostava.

Suomessa työntekijöiden joukkoyrittäjäoikeus ja vuokratyössä olevien irtisanominen on helppoa. Työnantajan moraalinen vastuu työsuhdeturvasta on suuri. Paljon kehitettävää onkin työhyvinvoinnin, työterveyden ja taloudellisen ja psyykkisen epävarmuuden vähentämisen alueilla. Yrityksen maine turvallisena työnantajana on tärkeä rekrytointin keino. Myös julkishallinnon organisaatiot, erityisesti kunnat, tulevat tarvitsemaan vakaan työnantajan mainetta, kun suuret ikäluokat siirtyvät eläkkeelle.

Pienellä paikkakunnalla yritysten ja organisaatioiden vastuu paikallisena työllistäjänä on merkittävä. Pienen kunnan talous saattaa joutua vaikeuksiin yhdenkin yrityksen irtisanomisten vuoksi. Yhteiskuntavastuusuorituksissaan yritykset eivät juuri mainitse vastuuta työllisyydestä ja työntekijöiden toimeentulosta. Taloudellinen vastuu sen sijaan tunnustetaan ensisijaisena.

Vajaakuntoisten ja maahanmuuttajien palkkaamiselle työnantajat eivät näe periaatteellista esteitä. Jotkut yritykset ovat työllistäneet vajaakuntoisia, mikäli hakija on ollut sellainen, että hän pystyy selviytymään tarjotusta työstä. Maahanmuuttajia on työllistetty lähinnä tehtäviin, joissa hyvä suomen kielen taito ei ole välttämätön edellytys työn tekemiselle. Työnantajien mukaan maahanmuuttajien osuus työvoimasta tulee tulevaisuudessa lisääntymään.

Yritykset käyttävät paljon vuokratyövoimaa ruuhkahuippujen tasaamiseen, yllättävien ja ennakoimattomien töiden tekemiseen ja töihin, joita oma henkilökunta ei halua tai ehdi tehdä. Vuokratyövoiman käyttöä ei nähdä hyväksi vaihtoehtoksi ammattitaitoa vaativissa tehtävissä. Erityisesti työntekijöiden edustajat näkevät myös selkeän ristiriidan vastuullisen ja eettisen toiminnan ja määräaikaisten tai vuokratyöntekijöiden käytön välillä. Yritysten yleinen käytäntö on rekrytoida vakituisia työntekijöitä mahdollisuuksien mukaan talon sisäلتä määräaikaisten työntekijöistä. Eräänä seurauksena vuokra- ja lyhytaikaisten työsuhteiden lisääntymisestä saattaa olla köyhtyvä tietotaito ja vähäinen koulutus.

Perhey yrityksissä on havaittu työnantajien ja -tekijöiden sitoutumisen ja lojaalisuuden olevan voimakkaampaa kuin kasvottomissa pörssiyrityksissä. Kauppa- ja teollisuusministeriön teettämän tutkimuksen mukaan pk-yritykset saattavat toimia esimerkiksi henkilöstöasioissa jopa vastuullisemmin kuin suuryritykset. Pk-yritykset eivät kuitenkaan välttämättä miellä toimintaansa yhteiskuntavastuulliseksi, vaan pikemminkin normaalksi, hyvien tapojen mukaiseksi toiminnaksi.

Hallinnollisten ja omistuksellisten rakenteiden vuoksi osuustoiminta- ja perhey ritykset sekä keskinäiset yhtiöt voivat ottaa vapaaehtoista sosiaalista vastuuta helpommin kuin muut yritykset. Kotimarkkinoilla asiakasomisteisilla ja perhey rityksillä saattaa myös olla mahdollisuuksia työllistää matalan taitotason työvoimaa, joka nykyisillä työmarkkinoilla on heikossa asemassa.

SAK:n Suomen Gallupilla syksyllä 2004 teettämässä tutkimuksessa työmarkkinapoliittisesta ilmastosta valtaosa vastaajista sanoi: ”Yritykset ajavat nykyisin vain omaa etuaan välittämättä yhteisestä hyvästä.”

Kotimaisten tutkimusten tulosten perusteella yritysten johdossa yhteiskuntavastuu koetaan erittäin tärkeäksi. Tämä ei kuitenkaan näy henkilöstön suhtautumisessa tai yleisessä mielipiteessä. On syytä pohtia, miten yhteiskuntavastuullinen toiminta saadaan niin itsestään selväksi osaksi yritysten toimintaa, että sen tiedostavat kaikki yrityksen työntekijät ja myös kansalaiset.

Yhteiskuntavastuuraportointi

Yritysten yhteiskuntavastuu on lainsäädännön ylittävää, vapaaehtoista toimintaa. Se on aina tavalla tai toisella kuulunut yritysten toimintaan esimerkiksi hyvänä liikemies-tapana. Vastuullisuuden noustua julkisuudessa tärkeäksi keskustelunaiheeksi tälle toiminnalle on annettu uusi, kattavampi nimi. Uutta toimintaa on sen sijaan yhteiskuntavastuun esille tuominen ja siitä raportointi.

Koska yhteiskuntavastuun sisältö on määrittelemätön, yritykset saattavat mieltää sen omien tarkoituseriensä mukaisesti. Yritykset kertovat toiminnastaan erilaisten raporttien avulla. Raportointi on vapaaehtoista ja vapaamuotoista. Raportti ei välttämättä kerrokaan yrityksen yhteiskuntavastuun todellisesta tasosta, vaan se saattaa olla osa yrityksen imagon luomista. Raportointi ei ole puolueetonta, ellei sitä ole ulkopuolinen taho verifioinut. Se ei ole myöskään kattavaa, sillä raportissa saatetaan jättää kokonaan mainitsematta asiat, jotka saattaisivat vaikuttaa kielteisesti yrityksen maineeseen. Vapaamuotoisuudesta ja epäluotettavuudesta johtuen raportointi ei ole vertailukelpoista. Onkin ollut tarpeellista kehittää yleisiä raportointimalleja, joiden avulla yritysten toteutuneita vastuita kyetään vertailemaan keskenään.

Yritykset raportoivat nykyisin yhä innokkaammin yhteiskuntavastuustaan, joko julkaisten erillisen *yhteiskuntavastuuraportin* tai esimerkiksi vuosikertomuksen yhteydessä tai internetissä. Suomessa yhteiskuntavastuuraportoinnin kehitys on ollut kansainvälistä keskivertoa nopeampaa.

Perustana kestäväen kehityksen laskentatoimelle on ajatus, että ilmaishyödykkeitä ei ole olemassa. Kaikki kustannukset tulevat joko aiheuttajansa tai yhteiskunnan maksettaviksi, käytännössä aineellisina vahinkoina tai luonnon ja ihmisten terveyden menetyksenä. Päämääränä on, että laskentajärjestelmä huomioi sosiaaliset ja ympäristölliset asiat tasavertaisesti taloudellisten seikkojen kanssa.

Global Reporting Initiative (GRI) perustettiin vuonna 1997 YK:n aloitteesta parantamaan yritysten vertailukelpoisuutta. Sen tavoitteena on kestäväen kehitykseen liittyvien kysymysten raportoinnin nostaminen tilinpäätösraportointia vastaavalle tasolle. GRI:tä pidetään tällä hetkellä kaikkein laaja-alaisimpana ja uskottavimpana yrityksen vastuullisuusnäkökohtien raportoinnissa.

Samalla kun GRI on raportointiohjeisto, sitä voidaan pitää myös yrityksen yhteiskuntavastuun ohjelman pohjana. Ongelmallista GRI:ssa on hajanainen kokonaisuus ja ohjeiston soveltaminen erilaisiin yrityksiin, eri toimialoille ja erilaisiin toimintakulttuureihin. GRI sopii ennen kaikkea suurille kansainvälisille yrityksille, joilla on omaa fyysistä tuotantoa.

GRI luokittelee yhteiskuntavastuun kolmeen osa-alueeseen: taloudelliseen, ympäristö- ja sosiaaliseen vastuuseen. Suomalainen lainsäädäntö kattaa valtaosan GRI:n ohjeiston taloudellisesta osiosta. Ympäristövastuun osalta GRI vaatii ilmoitusta sääntöjen tahallisuudesta tai tahattomasta rikkomisesta tai saaduista rangaistuksista. Sosiaalisen vastuun tunnuslukujen osalta ei vastaavaa pakollisuutta ole.

Sosiaalisessa osiossa suomalaiset suuryritykset kiinnittävät mielellään huomiota henkilöstön koulutukseen, osallistumiseen, työterveyteen ja työkykyyn. Toisaalta esimerkiksi tasa-arvo, työn ja muun elämän tasapaino sekä vajaakuntoisten ja rajoitteisten palkkaaminen ovat jääneet lähes olemattomalle huomiolle. Nämä asiat katsotaan yrityksissä ehkä julkisen sektorin asioiksi. Yhteiskuntavastuuraportointi on rahoituksen laskentatoimen raportointiin verrattuna vasta lapsenkengissä, eivätkä nykyiset raportit anna riittävää pohjaa todellisen toiminnan vertailulle. Tällä hetkellä raportointi on vapaaehtoista. Nähtävillä on kuitenkin suuntaus kohti kaikkia koskevia suosituksia, ohjeita ja käytäntöjä.

Yhteiskuntavastuuraportti on positiivinen tapa esitellä yritys uusille yleisöille sekä houkutella sijoittajia. Ulkomaalaisten sijoittajien kohdalla yhteiskuntavastuuraportti saattaa olla ainoa mielikuvan luoja yrityksestä, ja vastuullista yritystoimintaa pidetään pääomamarkkinoilla hyvin johdetun yrityksen merkinä.

Suomessa on noin kymmenkunta GRI-ohjeiden mukaan raportoivaa yritystä ja maailmalla jo paljon enemmän.

Yhteiskuntavastuuraportointi on kaiken kaikkiaan osoittautunut yrityksissä haastavaksi, työteliääksi ja hankalaksi. Pk-yrityksissä yhteiskuntavastuusta tiedottaminen ja sen toteuttaminen ovat osa jokapäiväistä toimintaa. Se on suuryritysten raportointia pienimuotoisempaa, mutta ei suinkaan merkitykseltään vähäisempää. Laajamittainen raportointi koetaan pk-yrityksissä tarpeettomaksi ja resurssien tuhlaukseksi. Suuret pörssiyritykset näkevät vapaaehtoisen yhteiskuntavastuuraportoinnin tärkeäksi.

Yleisesti yrityksissä koetaan ongelmaksi, että yhteiskuntavastuuraportit ovat raskaita lukijoilleen eikä niitä useinkaan lueta tarkasti läpi. Raporttien innokkaimpia lukijoita ovat yrityksen kilpailijat ja raportteja laativat konsultit.

Yhteiskuntavastuun ongelmia

Kun yksiselitteinen vastuutaho puuttuu, vastuu hyvinvointiyhteiskunnassa on "kaikilla" - siis ei kenelläkään. Yritys ei ole ajatteleva yksikkö. Se ei toteuta yhteiskuntavastuuta omin päin. Vastuun määrittelemisessä onkin määriteltävä vastuunkantaja sekä taho,

jolle toimija on vastuussa. Ihmisten on odotettava yrityksiltä vastuullista toimintaa ja edistettävä vastuullisuutta yritysten sisällä sen toteutumiseksi.

Hyvinvointiyhteiskunnan toimintamahdollisuudet ovat riippuvaisia globaalista taloudesta ja sen seurannaisvaikutuksista. Kun yritysten yhteiskunnallisten velvoitteiden lisääntyminen pienentää demokraattisesti valittujen elinten vaikutusvaltaa, riskinä on yritysten arvomaailman toteuttaminen yhteiskunnan arvojen kustannuksella. Markkinoilla on yhä suurempi valta ihmisen ja luonnon suhteiden määrittelyssä. Suurten monikansallisten yhtiöiden lisääntyvä valta vähentää politiikan valtaa.

Tutkijoiden havaintoja

Yhteiskuntavastuullisuus on yrityksen strateginen menestystekijä - nyt ja tulevaisuudessa.

Eri tutkimuksissa on havaittu, että yrittäjien edustajat uskovat yhteiskuntavastuullisen toiminnan vaikuttavan positiivisesti yrityksen menestykseen ja tulokseen. Hyvän maineen sekä asiakkaiden ja henkilöstön luottamuksen myötä vastuullisen toiminnan uskotaan tulevan kannattavaksi, vaikkei sitä heti rahallisesti pystyttäisi osoittamaan. Esimerkiksi luontoyrittäjät näkevät lain minimi ylittävän yhteiskunnallisen vastuun kantamisen liiketoiminnallisena mahdollisuutena eikä rajoittavana tekijänä. Vastuullisuuden uskotaan heijastuvan positiivisesti yrityksen maineeseen, yritys- ja työnantajakuvaan, ja siten yhteiskuntavastuullisuus on tärkeä kilpailutekijä.

Vastuullisuus nähdään investointina tulevaisuuteen: Yhteiskuntavastuu on keino varmistaa yrityksen menestys pitkällä aikavälillä. Yhteiskuntavastuuseen kannustaa muun muassa operatiivisen tehokkuuden lisääntyminen, pitkän aikavälin säästöt logistiikassa ja ympäristöasioiden hoidossa sekä toiminnan selkiytyminen systemaattisemmaksi ja aloitteellisemmaksi. Yhteiskuntavastuuseen panostamisen on havaittu auttavan myynnin lisäämisessä ja henkilöstötoimintojen kehittämisessä. Se parantaa henkeä, kannustaa innovatiivisuuteen, lisää sidosryhmien luottamusta ja sen avulla voidaan hallita mainetta.

Laatu ja hinta eivät enää erottele riittävästi yrityksiä ja tuotteita toisistaan. Jo nyt kuluttajat ovat kiinnostuneita tuotteiden alkuperästä ja tuotanto-olosuhteista. Tulevaisuudessa yhä useammalla yritystoiminnan alalla tullaan kilpailemaan sosiaalisella vastuulla.

Yhteiskuntavastuusta on hyötyä kaiken kokoisille yrittäjille. Koska vastuun toteuttaminen ja raportointi on tällä hetkellä vapaaehtoista, se voidaan aloittaa pienilläkin resursseilla.

Vastuullisesta toiminnasta tai sen raportoinnista saadut palkinnot mainitaan tutkimuksissa konkreettisina tuloksina yhteiskuntavastuusta. Palkinnot puolestaan kasvattavat hyvää mainetta ja kilpailukykyä. Muita positiivisia vaikutuksia ovat henkilöstön ja asiakkaiden tyytyväisyys ja pysyvyys, poissaolojen ja tapaturmien väheneminen, työssä jaksaminen ja koulutuksen vaikutus.

Tutkimuksissa ei ole havaittu yhteiskuntavastuun toteuttamiselle Suomessa erityisiä esteitä. Ainoiksi mahdollisiksi esteiksi mainittiin asenteet ja tahto. Sosiaalista vastuuta tutkittaessa on todettu, että sosiaalisiin perusteisiin työllistäminen koetaan erityisen haasteelliseksi yritysten kannalta silloin, kun edes välillisiä taloudellisia perusteita ei ole nähtävissä. Tällöin julkinen rahoitus onkin tarpeen.

Yhteiskuntavastuusta raportointi koetaan yleisesti kalliina ja yritysten voimavaroja kuluttavana. Silti raportointiin panostamista pidetään välttämättömänä ja strategisesti järkevänä toimintana. Yritykset kaipaavat kuitenkin yhteiskuntavastuusta käytännön tietoa ja neuvoja.

Sosiaalisen vastuun mittaaminen on vaikeaa. Tulevaisuuden kannalta tärkeää on yhteiskuntavastuuta arvioivien mittareiden kehittäminen ja säädösten yhdenmukaistaminen, jotta yritysten vertailukelpoisuus paranisi. Tällöin on mahdollista tehdä myös tarkempia tutkimuksia siitä, miten yritystoiminnan vastuullisuus vaikuttaa yrityksen taloudelliseen tulokseen. Koska yhteiset määritelmät sosiaalisille yrityksille EU:ssa puuttuvat, ei ole tarkkaa arviota siitä, miten paljon ihmisiä sosiaaliset yritykset EU:ssa työllistävät.

Etelä-Pohjanmaan ja Itä-Uudenmaan yritystutkimus

ESR-rahoitteiset Equal-hankkeet, Etelä-Pohjanmaan Sosiaalipsykiatrisen yhdistyksen ja Porvoon Uusyrittäjäkeskuksen Ketsy-projektit, tekivät yhteisen tutkimuksen yrittäjien tietämyksestä ja kiinnostuksesta sosiaalista yrittäjyyttä kohtaan. Tutkimusajankohta Etelä-Pohjanmaalla oli tammi-kesäkuussa 2006 ja Itä-Uudellamaalla elo-syyskuussa 2006. Etelä-Pohjanmaalla tutkimus tehtiin haastatteleamalla 80 yrityksen edustajaa. Itä-Uudellamaalla tutkimus suoritettiin Webropol-kyselynä, joka lähetettiin internetissä sähköpostin välityksellä 942 yritykselle. Vastauksia saatiin 116 yritykseltä. Kyselyn tuloksista ei jälleenkäpäin tarkastellessa löydy eroja, jotka johtuisivat tutkimustavasta.

Tutkimukseen osallistuneet yritykset olivat pääosin pienyrityksiä. Yli 80 prosenttia oli alle yhdeksän henkilön yrityksiä.

Vain noin kymmenen prosenttia vastaajista ilmoitti tuntevansa termin sosiaalinen yritys. Silti niilläkin, jotka uskoivat tuntevansa termin, totuuden vastainen käsitys sosiaalisesta yrittäjyydestä oli yleinen. Esimerkiksi kun tutkimuksessa kysyttiin sosiaalisesta yrityksestä syntyviä mielikuvia, saatiin seuraavanlaisia vastauksia:

- *“Että kaikki viihtyy ja on mukavaa töissä.”*
- *“Vanhusten - vammaisten -sijaiskoti.”*

Tiedotuksen lisäämisen tarve sosiaalisesta yrittäjyydestä on siis erittäin suuri. Sekä sosiaalisen vastuun että yhteiskuntavastuun käsitteet olivat vastaajille myös varsin tuntemattomia.

Sosiaalisena yrityksenä toimimisen vaikutus yrityksen imagoon oli asia, johon suhtauduttiin varovaisesti. Kommenttien perusteella syynä varovaisuuteen on todennäköisesti sekä kokemuksen että tiedotuksen puute. Kysymykseen imago vaikutuksista vastattiin muun muassa seuraavasti:

- *“Työvoimapulan takia työllistämme vajaakuntoisia. Se ei ole asia, jota mainostamme.”*
- *“Joidenkin kukkahattujen mielestä (vaikuttaisi) positiivisesti, mutta monien mielestä yhteiskunnan varojen hyväksikäyttäjä eli negatiivinen imago.”*

Itä-Uudellamaalla lähes kolmasosa vastaajista oli valmis yhteistyöhön sosiaalisen yrityksen kanssa. Lisäksi melkein puolet olisi tietyissä tapauksissa valmis olemaan yhteistyössä. Edellytyksiksi mainittiin muun muassa, jos

- *“ymmärtäisin paremmin, kuinka se oikeasti käytännössä toimisi.”*
- *“yhteistyö ei lisää kustannuksia ja saa valita työn suorittajan.”*
- *“oma aikaa ei vaadittaisi opastukseen ja valvontaan.”*

Tutkimuksessa kävi ilmi, että suhtautuminen vajaakuntoisiin oli yleisesti myönteinen. Sen sijaan pitkäaikaistyöttömiin suhtauduttiin varovaisesti ja jopa huomattavan negatiivisesti. Lähes puolet vastanneista olisi kuitenkin valmiita palkkaamaan vajaakuntoisia tai pitkäaikaistyöttömiä. Itä-Uudellamaalla työllistämishalukkuuteen vaikutti korostuneesti saatavan tuen määrä. Samalla alueella tuli voimakkaasti esille myös näkemys, että yrityksen työtehtävät eivät ole vajaakuntoisille sopivia. Tämä saattaa olla asennekysymys.

Työttömyyteen johtavista tekijöistä kysyttäessä vastauksissa tuli vahvasti esille, että työttömyys johtuu yksilöllisistä ongelmista sekä siitä, että työpaikat ja työn tekijät eivät kohtaa toisiaan. Itä-Uudellamaalla oltiin myös vahvasti sitä mieltä, että sosiaaliturva ei kannusta työntekoon. Yleinen mielipide oli, että valtiolla ja kunnilla on päävastuu vaikeassa työmarkkina-asemassa olevien työllistamisestä.

Suhtautuminen työharjoittelijoihin oli verrattain positiivinen. Monet haastatelluista yrityksistä olivat käyttäneet työharjoittelijoita, ja varsinkin Itä-Uudellamaalla harjoittelijaan oli oltu tyytyväisiä. Tyytymättömyyden syitä olivat muun muassa suuri henkilökohtaisen ohjauksen tarve, harjoittelijan laimeat työhalut ja se, että kaikki vastuu työharjoittelijasta jäi yrityksen kannettavaksi.

Työvalmennuksesta oli yritysten edustajilla vain vähän tietoa. Suurelle osalle vastaajista koko käsite oli tuntematon. Silti Itä-Uudellamaalla suurin osa yrityksistä oli valmiita har-

kitsemaan vajaakuntoisen henkilön työllistämistä työvalmentajan tuella. Etelä-Pohjanmaalla pidettiin aivan varmana, että työvalmentajia tarvitaan tulevaisuudessa. Myös puolet Itä-Uudenmaan vastaajista uskoi tarvetta tulevan, kunhan yhteistyötä yritysten ja työvalmentajien välillä kehitetään.

Tutkimuksen vastauksista voidaan päätellä, että sosiaalisen yrittäjyyden tarve on selvä. Samalla kuitenkin tiedottaminen sosiaalisesta yritystoiminnasta on puutteellista, eikä se tavoita yrittäjiä. Jatkuvaa neuvontaa sosiaalisen yrittäjyyden erityiskysymyksistä pitää lisätä ja vahvistaa. Neuvonnan tulee olla helposti yrittäjien saatavilla. Koska yrittäjien suhtautuminen yhteiskuntavastuuseen on positiivista silloin, kun se tuottaa kaikille osapuolille lisäarvoa, tiedotuksen ja neuvonnan on lähdettävä nimenomaan yritystaloudelliselta perustalta.

Tutkimuksessa tuli myös ilmi, ettei yrityksen koolla ole merkitystä sen suhtautumisessa sosiaaliseen yrittäjyyteen. Sosiaalisen yrityksen työntekijöiden (vajaakuntoiset ja pitkäaikaistyöttömät) katsotaan olevan varteenotettava työvoimareservi. Taloudellinen tuki ei noussut vastaajien mielestä tärkeimmäksi kriteeriksi suunniteltaessa sosiaalisen yrittämisen mahdollisuutta.

Yhteenvetona voidaan todeta, että sosiaaliseen yrittäjyyteen on kiinnostusta, valmiutta ja mahdollisuuksia yhtäläisesti sekä Etelä-Pohjanmaalla että Itä-Uudellamaalla. Tiedottamista ja neuvontaa vain pitää lisätä ja saada se paremmin kohdistumaan yrittäjille.

Yrittäjien näkemyksiä yhteiskuntavastuullisuudesta

Yrittäjille tehdyssä kyselyssä vastaajat esittivät seuraavanlaisia kommentteja:

Mikä mielikuva teille syntyy sosiaalisesta yrityksestä?

- Eipä juuri mitään.
- Yhteiskunnan rahoittamaa toimintaa.
- Yleensä positiivinen mielikuva yrityksestä, joka pyrkii tekemään tulosta ottaen huomioon myös vähempiosaiset ja joka pyrkii tavoitteeseensa ns. pehmeiden arvojen avulla. Joskus myös tunne heikompiosaisten hyväksikäytöstä erilaisten tukien saamiseksi.
- Yhteiskuntaa ja sen jäseniä palveleva ja auttava yritys tai esim. työllisyyteen vaikuttava yritys.
- Pitkäaikaistyöttömiä työllistävä yritys, tulos 0.
- Jotakin avustustoimintaa.

- Kaikki viihtyy ja on mukavaa töissä.
- Palvelu.
- Suojatyö.
- Positiivinen.
- Tarpeellinen, kunhan kokeiluvaiheen jälkeen saadaan tietyt parannukset aikaiseksi. On välttämätöntä saada työllisyyttä myös tätä kautta.
- Yritys, joka muita enemmän ottaa vastuuta työntekijöiden sosiaalisesta tilanteesta ja tukee hyvinvointia.
- Ei välttämättä liiketaloudellista voittoa tuottava, vaan työtä hankalasti muuten työllistyville ihmisille tarjoava yritys.
- Hyvin verkostoitunut ja edelläkävijäyritys.
- Tukiainen - non-profit.
- Vanhusten tai vammaisten sijaiskoti.
- Yhteistyökykyinen.

Miten suhtaudutte vajaakuntoisiin?

- Ristiriitaisesti.
- Tarvitsevat yhteiskunnan tukea.
- Henkilötason kysymys.
- Ihmisiä me kaikki olemme, mutta yritystoiminta määrittelee mm. millaista työkykyä odotetaan.
- Osittain hyysätään liikaa.

Miten suhtaudutte pitkäaikaistyöttömiin?

- Epäluuloisesti.
- Ahkeralle, ei-valikoivalle on töitä.
- Jos pitkäaikaistyöttömyys johtuu työhaluttomuudesta tai alkoholismista tms, suhtaudun kielteisesti. Jos taas työttömyys ei ole itse aiheutettua tunnen empatiaa henkilöitä kohtaan.
- Neutraalisti.
- Vastuuntuntoisesti.
- Ylivoimainen enemmistö lienee sosiaalisesti tai muista syistä vaikeasti työllistettäviä. Ongelman ratkaisu tulee olemaan haastava.
- Tekeväille löytyy töitä.
- Toiset niistä on ok, osa työtä vieroksuvia.

Voisitteko yrittäjänä / työnantajana ajatella työllistäväne vajaakuntoisen henkilön? Jos vastasitte vaihtoehdolla EN, mikä on syynä siihen?

- Bisnestä ei pidä ohjata tukien kautta.
- Yhden hengen yritys tällä hetkellä, mutta voin selvittää tarvetta asiakasyrityksissä yms. yhteyksissä.
- Yhden hengen yrityksessä työpanos on minimissään 100 %.
- Liian pieni yritys.

-Voisitteko yrittäjänä / työnantajana ajatella työllistäväne vaikeassa työmarkkina-asemassa olevan henkilön, esim. pitkäaikaistyöttömän? Jos vastasitte vaihtoehdolla EN, mikä on syytä siihen?

- Itse katson että nyky-yhteiskunnassa löytyy työtä kun on vain halukas sitä tekemään, pitkäaikaistyöttömyys osittain omaa saamattomuutta ja laiskuutta muuttaa elämänasenteita ja tapoja.
- Ei mitään mahdollisuuksia kouluttamiseen.
- Niiltä puuttuu usein "selkäranka".
- Liian pieni yritys.
- Kasvatusalalla työntekijöiden käyttäytyminen ja asenteet erityisen herkkiä, olemmehan esimerkkeinä lapsille - tulevalle sukupolvelle.

Miten ymmärrätte käsitteen yrityksen sosiaalinen vastuu?

- Että on hyödyllistä auttaa muita...
- Yksityisyrittäjällä ei mielestäni ole sosiaalista vastuuta.
- Mahdollistaa työntekijälle mahdollisimman hyvät puitteet tehdä työtään. Ylläpitää työntekijän motivaatiota yllä. Välittää hänen henkisestä ja fyysisestä työkunnosta.
- Yritys kantaa vastuuta työntekijöistään muutenkin kuin rahallisesti, sekä mahdollisuuksien mukaan tarjoaa työtä vajaakuntoisillekin ainakin väliaikaisesti.
- Vastuu yhteiskunnasta.
- Vastuu lähimmäisistä.
- Pakko työllistääminen.
- Yritys noudattaa omistajiensa normeja ja tapoja.
- Yhteiskunta antaa yritykselle sosiaalisia etuuksia ja kouluttaa ihmisiä. Yhteiskunta rakentaa toimintamahdollisuuksia yrityksille ja ihmisille. Yritys voi sosiaalisena vastuunaan palkata toisinaan henkilöitä, jotka eivät helposti työllisty, kouluttaa henkilöitä harjoittelu- tai oppisopimus-periaatteella, pitää henkilöitä töissä, jos mahdollista, myös huonompien aikojen yli, huolehtia työterveydestä ja työkyvyn ylläpidosta.
- Työttömyyden hoitoa.
- Henkilökunnan hyvinvointi.
- Yhteiskunnallisesti tärkeää, että mahdollisimman moni yrittäjä työllistäisi vajaakuntoisia.
- Avustaa mahdollisuuksien mukaan yhteiskunnan huono-osaisia.
- Yritys ei voi kantaa vastuuta, vastuu on yhteiskunnan järjestettävä.
- Yritysten tulee toiminnallaan pyrkiä edesauttamaan ympäröivän yhteiskunnan hyvinvointia ja harmoniaa.
- Enpä taida ymmärtää riittävästi.
- Mikä vastuu? Jos valtiolla on eniten pätkätyöläisiä töissä niin miksi pienempien pitäisi tuntea sosiaalista vastuuta.
- Ei ainakaan sellaiseksi miten nyt Suomessa toimitaan.
- Palkan on oltava työehtosopimuksen mukainen.

- Yrityksen suurin vastuu on olla tuottava. Jos siihen sopii että on joko varaa tai työtehtävät antavat myöten niin miksei myös silloin voi olla sosiaalistakin vastuuta.

Jos yrityksenne toimisi sosiaalisena yrityksenä, miten uskoisitte sen vaikuttavan yrityksenne imagoon?

- Joidenkin kukkahattujen mielestä positiivisesti, mutta monien mielestä yhteiskunnan varojen hyväksikäyttäjä eli negatiivinen imago.
- Neutraalisti.
- Toimintani on jo suurelta osalta sosiaalista.
- Työvoimapulan takia työllistämme vajaakuntoisia. Se ei ole asia, jota mainostamme.

Onko teidän yrityksessänne ollut työharjoittelijoita? Jos vastasitte edelliseen kysymykseen myöntävästi, olitteko harjoittelijan työpanokseen tyytyväinen?

- En ollut tyytyväinen, koska...

- henkilöllä oli diagnostisoitu MBD, jonka ei pitänyt vaikuttaa, mutta se vaikutti eikä ko. henkilö ollut ulkoiselta olemukseltaan siisti ja miellyttävä.
- liikaa henkilökohtaista ohjausta.
- hän joka tuli työvoimalaitoksen kautta, lintsasi työstä, valehteli ja ei tehnyt työtä koko päivän.
- oma-aloitteisuus (raportointi, täsmällisyys) ja työn laatu (jälki) jättivät toivomisen varaa.
- laiska.
- vastuut taloudellisista vahingoista jäävät yksin työnantajan kannettavaksi... Esim. ammatillinen kurssikeskus ei vastaa yhtään mistään mitään, ei edes puhelimeen.
- halu tehdä työtä puuttui.
- harjoittelija hävisi kahden päivän päästä niin kurssilta kuin harjoittelustakin.

Mikä työvalmentajan työn painopiste on tärkein työnantajan näkökulmasta?

- Ei aavistustakaan.
- Työsuoritukseen valmentaminen ja työntekijän (vajaakuntoisen) tukeminen.

Onko yrityksessänne toimintoja, joita voitaisiin ulkoistaa mahdolliseen sosiaaliseen yritykseen?

- Siivous.
- Mahdollisesti?
- Postitus, laskutus, toimiston ylläpitotehtävät.
- Ohjelmistotestaus.
- Osatehtäviä, esim. internetin käyttöä (tiedon hakua), ajoittain, ja joskus rutiinitöitä, kuten postitusta yms.
- Ruuan laitto, autolla ajo.

- Vaikkapa akselien ja laakeripesien koneistus.
- Pesula.
- Pihan hoito.
- Ompelua.
- Kaluston puhtaanapito.
- Elektroniikan kokoonpano, suunnittelu.
- Yksinkertaisen poraukset, särmäykset jne.
- Huoltotyöt.

Olisiko yrityksenne valmis olemaan yhteistyössä sosiaalisen yrityksen kanssa?

- Kyllä, esimerkiksi

- ravitsemusalan.
- vain lopputulos ratkaisee, ei se, kuka on tekijänä.
- pesula.
- pihan hoidossa on jo.
- työkeskukset.
- kirjapaino.
- siivous- ja huoltohommissa.
- postitus- ym.

- Ei ole, koska...

- työnkuva ei sovi vajaakuntoisille.
- olemme pieni (pitää olla maksimaalisen dynaaminen ja olla moniosaaja) käsityöalan yritys.
- ei ole sellaisia töitä.
- ei liity yrityksen toimintaan.
- ei tarvetta.
- pitkälle erikoistunut ala.
- ei ole resursseja.
- työmme on päivittäistä ihmissuhdetyötä.
- työ on raskasta.

- Mahdollisesti, jos...

- ymmärtäisin paremmin kuinka se oikeasti käytännössä toimisi.
- tarpeet ja/tai aikataulut kohtaisivat.
- yhteistyö ei lisää kustannuksia ja saa valita työnsuorittajan.
- omat työntekijät irtisanoutuisivat jostakin syystä.
- sopivia työtehtäviä ilmenisi.
- omaa aikaa ei vaadittaisi opastukseen ja valvontaan.
- siitä on meille hyötyä.
- ei tarvitse tarjota omaa työtilaa (siis oltava työpiste esim. kunnassa).
- yritykseni olisi isompi.
- kokeilu onnistuisi.

Lähteet

Aaltonen, Tapio, Luoma, Mikko ja Rautiainen, Raija: Vastuullinen johtaminen. WSOY 2004.

Ala-Kauhaluoma, Mika, Härkäpää, Kristiina: Yksityinen palvelusektori heikossa työmarkkina-asemassa olevien työllistäjänä. Työministeriö. Helsinki 2006.

Aula, Pekka ja Heinonen, Jouni: Maine. Menestystekijä. WSOY. Helsinki 2002.

Finnish Business & Society ry. Yritysten yhteiskuntavastuun verkosto. 2005.
Saatavissa: www.businessandsociety.net

Fombrun, Charles : Reputation. Realizing Value from the Corporate Image. Harvard Business School Press. Boston 1996.

Hanikka, Kirsi: Kestävää työllisyyttä sosiaalisessa yrityksessä - KETSY. Osaprojekti. Selvitysraportti yrityshaastatteluista. Seinäjoen ammattikorkeakoulu, Sosiaali- ja terveysalan yksikkö, sosiaalialan koulutusohjelma. 2006.

HE 132/2003 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi sosiaalisista yrityksistä ja eräiksi siihen liittyviksi laeiksi.

Hiltunen, Maarit: Suomalainen, virolainen ja ruotsalainen näkökulma matkailualan yhteiskuntavastuuseen. Tapaustutkimukset Yyterin kylpylähotellista, Pyhäjärven lomakeskuksesta ja Sätra Brunn -terveyskylpylästä. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto, yhdyskuntatieteiden laitos, ympäristöpolitiikka. 2005.

HOK - ELANTO, vastuullinen yritys, jonka sinä omistat. Vastuullisuus esite 2005-2006.

Juholin, Elisa (toim.): Cosmopolis, Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen. Otavan Kirja-paino Oy. Keuruu 2004.

Juntunen, Piritta: Yritysten yhteiskuntavastuu - sosiaalisen vastuun käytännöt ja vaikuttimet. Pro gradu. Joensuun yliopisto, 2005.

Karjalainen, Jari, Andersen, Atso, Kuosa, Ilkka ja Pättiniemi, Pekka: Sosiaalisten yritysten lain toimivuus ja toimeenpano. Työministeriö. Helsinki 2006.

Karvala, Kaappo: Yhteiskuntavastuusta vastuuseen. Markkinointi & Mainonta 3/ 2005.

Kojola, Mari ja Laitinen, Katja: Tapaustutkimus sosiaalisten yritysten toimivuudesta. Opinnäytetyö. 2005.

Kopperi, Marjaana: Vastuu hyvinvoinnista. Kunnallisan alan kehittämissäätiön tutkimusjulkaisut nro 22. Vammalan Kirjapaino. Vammala 2000.

Kujala, Johanna ja Kuvaja Sari: Välittävä johtaminen - Sidosryhmät eettisen liiketoiminnan kirittäjinä. Gummeruksen kirjapaino. Jyväskylä 2002.

Laki sosiaalisista yrityksistä 30.12.2003/1351
Saatavissa: www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20031351

Laki sosiaalisista yrityksistä annetun lain muuttamisesta 13.4.2007.
Saatavissa: www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070409

Lähdesmäki, Merja: Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite pienyrityksissä - kilpailuvaltti vai kilpailun este. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Seinäjoki 2005.

Moilanen, Liisa ja Haapanen, Ari: Yhteiskuntavastuun sosiaalinen ulottuvuus. Hyvät käytännöt yrityksen arjessa. Työministeriö. Helsinki 2006.

Mähönen, Arto: Ketsy-osaprojektin selvitys, sosiaaliset yritykset ja yhteistyö. 2005.

Neilimo, Kari: Yrityksen yhteiskuntavastuu ja hyvä yrityksen johtaminen. Tampere University Press 2004.

Pääministeri Matti Vanhasen II hallituksen ohjelma. 19.4.2007.

Raivio, Johanna: Yrityksen sosiaalinen vastuu. Sosiaalisten yritysten avainhenkilöiden käsityksiä yrityksen sosiaalisesta vastuusta. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto, sosiaalipolitiikan ja sosiaalityön laitos. Marraskuu 2005.

SAK / TNS -Gallup. Työmarkkinailmasto Syksy 2004. SAK,STTK, AKAVA. Helsinki

Silvasti, Tiina: Kestävä kehitys - Ympäristön, talouden ja sosiaalisen tasapaino. Teoksessa: Tuula Helve, Raija Julkunen, Jouko Kajanoja, Sini Laitinen-Kuikka, Tiina Silvasti ja Jussi Simpura (toim.): Sosiaalinen politiikka. WSOY, Helsinki 2003.

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta: Yhdessä eteenpäin - 100 vuotta vastuullisuutta. S-ryhmän vastuullisuusraportti 2003. Helsinki 2004.

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta. Vuosikertomus 2003. Helsinki. 2004.

Taipalinen, J. ja Toivio, T.: Vastuullinen yritystoiminta pk-yritysten voimavarana. KTM-julkaisuja. Helsinki 2004.

Takala, Tuomo: Yrityksen vastuut. Nykyajan yrityskansalaisuus. Yritysten vastuut ja viestintä. Taloudellinen tiedotustoimisto. Helsinki 2000.

Takala, Tuomo: Yrityksen yhteiskuntavastuu globalisoituvassa maailmassa. Teoksessa: Ilkka Kauppinen (toim.): Moraalitalous, s. 212-232. Vastapaino. Tampere 2004

Tammilehto Piia: Yritysten yhteiskuntavastuu. Yritysten ja toimittajien näkemyksiä vastuullisuuden merkityksestä. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, valtiotieteellinen tiedekunta, viestinnän laitos. 2003.

Toivonen, Pauliina: Yhteiskuntavastuu vähittäiskaupassa, Case S-ryhmä. Pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto, taloustieteiden laitos, yrityksen laskentatoimi. 2005.

Työministeriön sosiaalisten yritysten rekisteri 13.12.2007.

Saatavissa: www.mol.fi/mol/fi/01_tyovoimapalvelut/09_yrittajyy/sosiaalinen_yritys/01_rekisterointi/yritykset/index.jsp

Työministeriön viestintä: Sosiaalisten yritysten mahdollisuuksia työllistää parannetaan lakimuutoksilla. 12.4.2007.

Saatavissa: www.mol.fi/tiedotteet

TyVM 9/2003 vp. Työelämä- ja tasa-arvovaliokunnan mietintö.

Saatavissa: www.eduskunta.fi

Uimonen, Maija-Leena: Suomalaisten yritysten vapaaehtoinen sosiaalinen vastuu. Sidosryhmäviitekehys yritysten ja ulkoisten sidosryhmien edustajien näkemyksissä. Työministeriö. Helsinki, 2006.

Yrityksen yhteiskuntavastuu. Työvälineitä itsearviointiin ja oman toiminnan kehittämiseen. TT. Helsinki 2001.

LIITE

Yrittäjäkyselyn keskeiset tulokset

Tämä teos tarjoaa perustietoa yhteiskunta-
vastuullisesta liiketoiminnasta erityisesti
sosiaalisen yritystoiminnan näkökulmasta.

Yrityksen yhteiskuntavastuun ja erityisesti
yrityksen sosiaalisen vastuun käsitteet liitetään
usein sosiaalisen yritystoiminnan käsitteeseen.

Kestävää työllisyyttä sosiaalisissa yrityksissä
- hankkeessa on tutkittu yrityksen yhteiskunta-
vastuun ja sosiaalisen vastuun ilmentymis-
muotoja yritysten toiminnassa. Lisäksi Seinä-
joen ja Porvoon alueilla on kyselytutkimusten
avulla selvitetty yritysten ja yrittäjien suhtautu-
mista sosiaaliseen vastuullisuuteen.

