

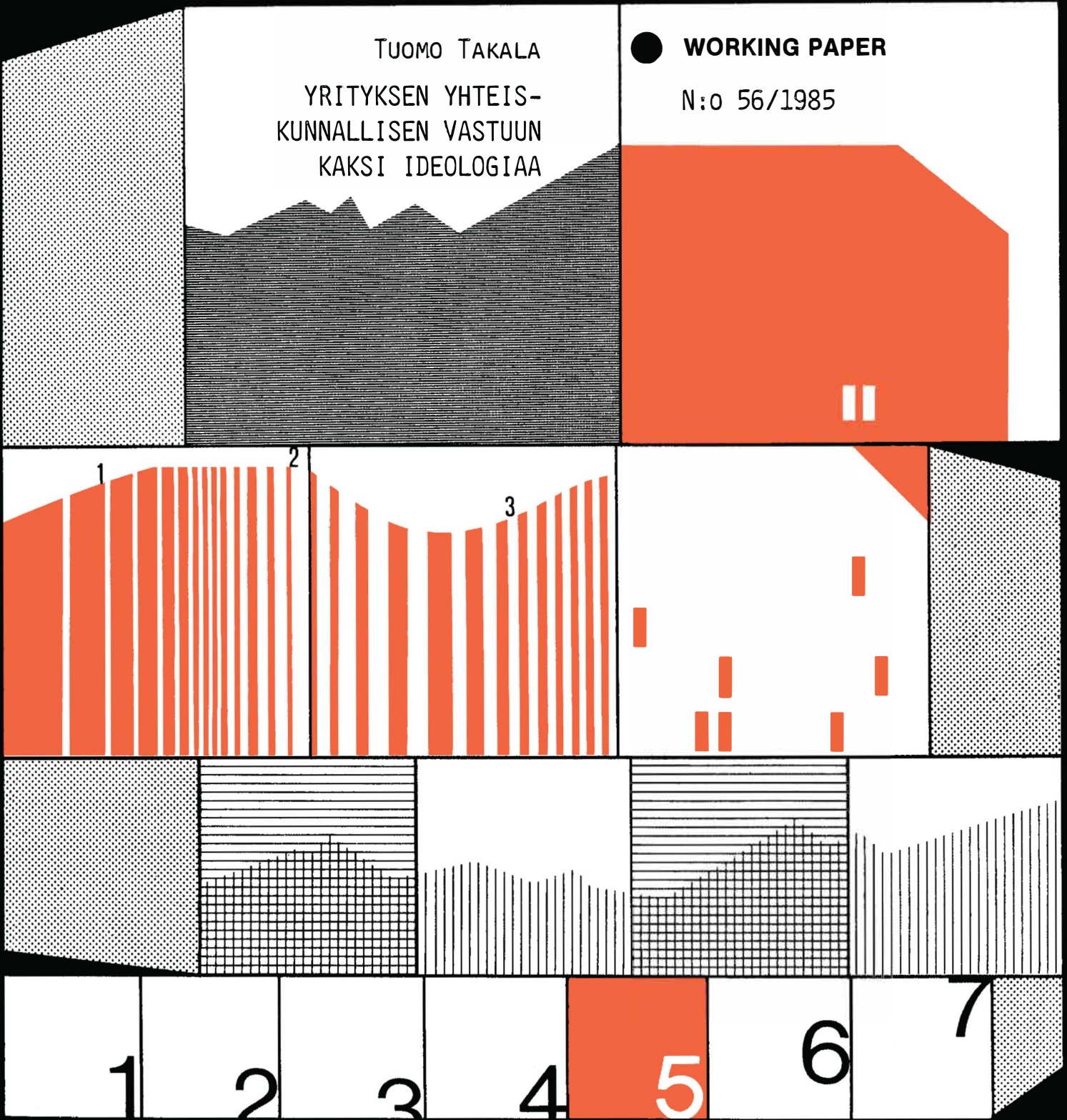
JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
TALOUSTIETEEN LAITOS

UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ
DEPARTMENT OF ECONOMICS
AND MANAGEMENT

TUOMO TAKALA
YRITYKSEN YHTEIS-
KUNNALLISEN VASTUUN
KAKSI IDEOLOGIAA

● WORKING PAPER

N:o 56/1985



UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ
DEPARTMENT OF ECONOMICS
AND MANAGEMENT

TUOMO TAKALA

YRITYKSEN YHTEISKUNNALLISEN
VASTUUN KAKSI IDEOLOGIAA

N:o 56/1985

URN:ISBN:978-951-39-9773-1
ISBN 978-951-39-9773-1 (PDF)
ISSN 0357-5683

Jyväskylän yliopisto, 2023

ISBN 951-679-363-0
ISSN 0357-5683
JYVÄSKYLÄ 1985

SISÄLLYSLUETTELO

	sivu
1. JOHDANTO	1
2. TRADITIONALISTISET (FUNDAMENTALISTISET) KÄSITYKSET YRITYKSEN YHTEISKUNNALLISESTA VASTUUSTA	2
3. TRADITIONALISTISTEN KÄSITYSTEN KRITIIKKIÄ	12
4. LAAJAA SOSIAALISTA VASTUUTA PUOLTAVAT KÄSITYKSET - MODERNI YRITYKSEN YHTEISKUNNALLISEN VASTUUN IDEOLOGIA	18

LÄHDELUETTELO

1. JOHDANTO

Kyseinen työpaperi liittyy osana laajempaan yrityksen yhteiskunnallista vastuuta käsittelevään tutkimukseen. Tutkimuksen eräänä tavoitteena on kehittää käsitteellinen viitekehys yhteiskunnallisen vastuun käsitteelle. Tämä tavoite toteutuu ko. paperissa vasta alustavasti. Silti paperin keskeneräisyydestä huolimatta näen syitä, joiden vuoksi se kannattaa julkaista.

Ensinnäkin olen nähnyt tarpeelliseksi tuoda julkisuuteen ajatuksiani, joita olen kehitellyt parin viime vuoden aikana. Tämä julkisuus mahdollistaa kommentoinnin, jota myös toivon runsaasti tulevan.

Toiseksi olen havainnut, että Jyväskylän yliopiston taloustieteen opiskelijoiden tekemien seminaariesitelmien aiheissa aika ajoittain ilmenee teemoja, joille myös yrityksen yhteiskunnallisen vastuun käsite on relevantti. Tällaisia ovat esim. erilaiset yhteiskunnallista laskentatointia käsittelevät aiheet sekä yritystä ja yhteiskuntaa yleisellä tasolla käsittelevät teemat. Toivon siis, että tästä työpaperista on apua myös opiskelijoille.

Yritysten yhteiskunnallinen vastuu on tullut myös taloustieteellisen ja taloussosiologisen tutkimuksen piiriin - Suomessa lähinnä 1970-luvulla. USA:ssa ja Englannissa sen sijaan on tieteellistä debattia käyty koko 1900-luvun ajan. Alan perusteoksia ovat olleet esim. Howard Bowenin "The Social Responsibilities of the Businessmen" (New York, 1952) sekä Morris Healdin "The Social Responsibilities of Business Company 1900-1960" (Cleveland, 1970).

Nykyisin vallalla olevat tutkimustyyppit voidaan luokitella kolmeen eri kategoriaan:

1. Filosofisesti sävyttynyt käsitteellisellä tasolla pysyttelevä tutkimustyyppi. Tämän tyyppistä tutkimusta tehdään paljon juuri USA:n yliopistojen taloustieteellisissä ja filosofisissa tiedekunnissa. Kansainvälistä tieteellistä keskustelua käydään "Journal of Business Ethics" -aikakauskirjassa.

2. Yrityksen laskentatoimen tutkimukseen liittyvä yrityksen yhteiskunnallisen vastuun tutkimus. Tämä suuntaus on kaikkein kiinteimmin perinteiseen yrityksen taloustieteeseen kuuluva haara. Se sisältää pääasiassa yrityksen yhteiskunnalliseen laskentatoimeen liittyvää tutkimusta, jossa tutkimuskäytännön tasolla on pidetty yritysten yhteiskunnallisten vaikutusten kalkylointiin.
3. Kolmas tutkimustyyppi on luonteeltaan taloussosiologinen. Tutkimus pyrkii selvittämään yritystoiminnan taloudellisia, sosiaalisia ja kulturellisia funktioita. Tällöin yrityksen yhteiskunnallinen vastuu asettuu tarkastelun kohteeksi primääristi yhteiskunnan näkökulmasta.

Kuten edellämainitusta voi päätellä on aiheen teoriatausta hajanainen eikä mitään yhtenäistä perusteoriaa ole olemassa. Tämän vuoksi on yhteiskunnallisen vastuun viitekehys luotava hajanaisesta tutkimusjoukosta käsiteanalyysin avulla. Kyseinen työpaperi kattaa tyypit 1 ja 3, joskin tutkimustulokset voivat palvella myös yrityksen yhteiskunnallisen laskentatoimen kehittäjiä.

Työpaperin toisessa luvussa tarkastellaan traditionaalisia eli fundamentalistisia käsityksiä yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta. Kolmannessa luvussa esitetään näihin kohdistuvan kritiikin ydinkohtia. Neljännessä luvussa esitetään toinen positio, laajaa yrityksen yhteiskunnallista vastuuta korostava ideologia.

2. TRADITIONALISTISET (FUNDAMENTALISTISET) KÄSITYKSET YRITYKSEN YHTEISKUNNALLISESTA VASTUUSTA

Traditionaalinen tai klassinen näkemys yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta perustuu perinteiseen liberalistiseen doktriiniin talouden ja yhteiskunnan välisistä suhteista. Fundamentalismi hyväksyy ns. "markkinasopimusmallin" korrespondenttina kuvauksena yhteiskunnan ja taloudellisten instituutioiden välisistä suhteista. Samalla se myös pitää mallin esittämiä periaatteita normatiivisina sääntöinä taloudellisen vaihdon muodoille.

Tämän mallin mukaan jokainen yksikkö yhteiskunnassa (yksilö tai yritys) tekee implisiittisen sopimuksen muiden yhteiskunnan yksikköjen kanssa. Tällöin yritys on sitoutunut tuottamaan palveluita ja tuotteita muille yhteiskunnan jäsenille siten että yritys sekä tuotteita ja palveluita käyttävät yksiköt saavat optimaalisen hyödyn vaihtotapahtuman kautta. Vapaan kilpailun vallitessa markkinoiden kautta tapahtuu niukkojen resurssien optimaalinen jakautuminen ja käyttö.¹⁾ Yritysjohdon tehtävänä on vastata markkinoilta tuleviin kuluttajien vaateisiin, muun tyyppinen yhteiskunnan asioihin puuttuminen katsotaan haitalliseksi koko yhteiskunnan tasolla. Jacopy nimittää tätä klassiseksi markkinamalliksi: "The classical market model did not contemplate involvement by the firm in the solution of social problems, in the sense that we now understand it. Guided by the rule of profit maximization the enterprise was considered to have discharge its responsibilities to society if it efficiently met market demands for its products. Such essentially was the view of business social responsibility up through the initial decades of twentieth century."²⁾

Tämän ajattelutavan mukainen käsitys yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta ilmenee hyvin myös seuraavasta sitaatista: "This position which I shall call 'the minimalist theory of social responsibility', is this: If business executives are said to have social responsibility at all, it is responsibility to merely to meet their fiduciary obligations to the shareholders of a firm in conformity with the laws and regulations of federal state, and local governments. Beyond this, executives have no added social responsibilities which they are required to meet. From this point of view, then by producing a healthy return to shareholders such executives meet the sole important responsibility of their profession and they provide significant benefits to consumer, workers and the wider society."³⁾

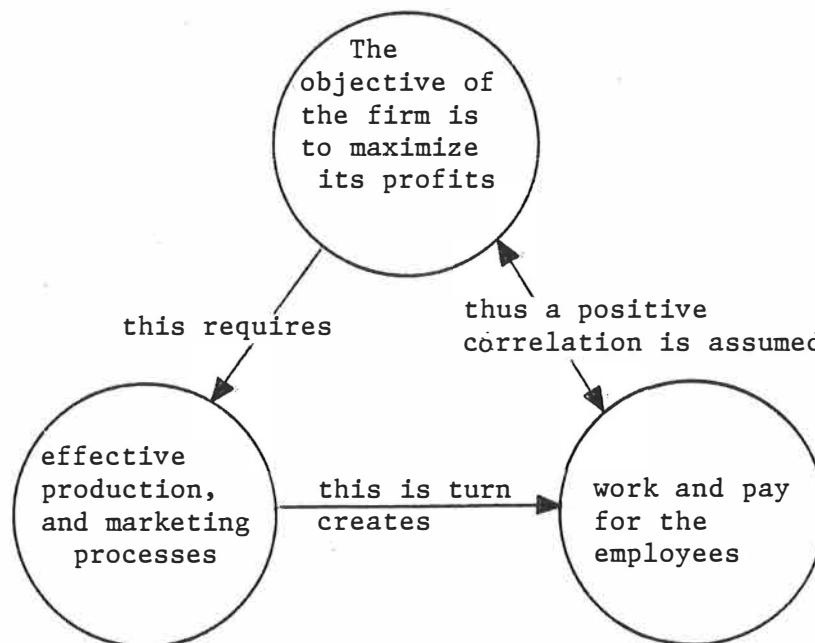
1) Preston & Post s. 30.

2) Jacopy s. 191.

3) Brummer s. 111.

Tämä ajattelutapa ei tavallaan kiellä sosiaalisen vastuun olemassaoloa, vaan selittää että maksimaalisen voiton tavoittelu takaa niin yritykselle kuin yhteiskunnallekin parhaan mahdollisen utilitaarisen hyvän. Yritys on jopa vastuuton, jos se ottaa voiton hankintaa vaikeuttavia sosiaalisia velvoitteita. Aatteellinen tausta tälle näkemykselle voidaan löytää Adam Smithin opeista, liberalismista ja individualismista. Petit nimittää tämän ajattelutavan johtajatausta voittoetiikaksi, the Profit Ethic.¹⁾

Eräs vaikutusvaltaisimmista moderneista talousteoreetikoista, Milton Friedman, on edellisen ajattelutavan voimakas puolestapuhuja "... there is one and only one social responsibility of business - to use its resources and engage in activities designed to increase it's profits solong as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition, without deception or fraud".²⁾ Tällöin oletetaan vallitsevan seuraavassa kuviossa havainnollistuva riippuvuus tehokkuuden, voiton maksimoinnin ja työtilaisuuksien välillä:³⁾



Kuvio 1. Voiton maksimoinnin, tehokkuuden ja työtilaisuuksien välinen positiivinen riippuvuus

1) Petit s. 125.

2) Friedman s. 133.

3) Kettunen s. 22.

Tällaista voittoetiikkaa toteuttava yritys siis pyrki tavallaan turvaamaan yhteiskunnan hyvinvoinnin utilitaarisen maksimin ja tämä tapahtuu asettamalla primääriksi yrityksen tavoitteeksi voiton maksimointi. Näin yrityksen yhteiskunnallinen vastuu on tämän logiikan mukaan hyvin kapea: yrityksen yhteiskunnallinen vastuu on maksimoida voittoa.

Fundamentalistisen ajatussuunnan edustajat esittävät monia perusteluja ajatuksilleen. Ensinnäkin he korostavat relevantin funktionaalisen työnjaon merkitystä. Jokaisen yksikön ja yksilön tulee tuottaa ja toimia jonkin tarkoituksenmukaisen funktion puitteissa yhteiskunnan eri tehtävissä, tämä oikeuttaa yksiköt saamaan yhteistuotoksesta kullekin kuuluvan osan. Jos yksilöt ja ryhmät voivat toteuttaa jotain funktiota paremmin yhteistyössä verrattuna yksikköjen erillistyöskentelyyn, on kannattavaa siirtyä organisoituun toimintaan, jotta tehokkuus maksimoituisi. Jos tällöin jokainen yksilö ja organisaatio pyrki toteuttamaan sille sopivaa mahdollisimman erikoistunutta tehtävää mahdollisimman tehokkaasti, tulee yhteiskunnan kokonaistuotos olemaan maksimaalinen.¹⁾

Näin fundamentalistit ajattelevat että jokainen pyrkimys, jolla yritetään vaatia yritysjohtajistolta osallistumista muiden yhteiskunnallisten funktioiden puitteisiin kuuluvien tehtävien hoitoon (esim. vaateet yhteiskunnan kokonaisedun huomioimisesta voiton tuottamistehtävän kustannuksella) on merkki siitä, että koko talouden rakenne ja koordinaatiomekanismit ovat heikentyneet. Tällöin sopiva korjaava toiminta ei ole sitä, että johdolta vaaditaan voiton tuottamistehtävän ylitse meneviä velvoitteita, vaan oikea toiminta on käyttää tehokkaammin vapaan markkinatalouden mekanismeja.

Epätavallisen suuret voitot, hyvin korkeat palkat ja muut tehokasta toimintaa seuraavat palkkiot ovat merkkejä siitä, että yksilö tai organisaatio toteuttaa juuri sellaista funktiota jota koko yhteiskunta erityisesti arvostaa.

1) Kts. Preston et al. s. 31. Myös Mc Kie s. 18-19.

Siis kuten Friedman toteaa: "Yrityksen yhteiskunnallinen vastuu on pyrkiä saavuttamaan mahdollisimman paljon voittoa".

Toinen ja edellistä osaksi täydentävä näkökohta on että fundamentalistit korostavat taloudellisten oppiensa yhteensopivuutta tiettyjen arvojen kanssa, tällaisia ovat mm. poliittinen vapaus ja moniarvoisuus. Tämän takana on päättelyketju, jonka mukaan yksilöiden ja instituutioiden voimakas taloudellisiin tavoitteisiin pyrkiminen tuottaa monia eriytyneitä sosiaalisen ja taloudellisen vallan keskuk-sia. Lisäksi syntyy useita eri väyliä innovaatioille sekä poliittisen ajattelun monimuotoisuutta.

Toisaalta nämä johtopäätökset perustuvat oletuksille, jotka ovat osoittautuneet liian yksinkertaistetuiksi vangitsemaan koko taloudellisen todellisuuden. Kuitenkin laajaa kannatusta nauttiva fundamantalismi USA:ssa nojaa näihin klassisen talousteorian perusolettamuksiin.

Toinen argumentti, johon fundamentalistit vetoavat on ns. legalistinen peruste.¹⁾ Suomessa siis esim. osakeyhtiön yhtiöjärjestys määrittäisi koko yhteiskunnallisen vastuun käsitteen alan. "Yhtiön toimiala on aina määrättävä yhtiöjärjestyksessä... Yhtiön toimialaa koskevasta ilmoituksesta ei sitä vastoin selviä, mikä on yhtiön toiminnan lähempi päämäärä tai yhtiön tarkoitus. Täksi ilmoitetuksi tarkoitukseksi oletetaan voimassa olevien säännösten ja määräysten puitteissa tapahtuva voiton tuottaminen osakkeenomistajille."²⁾ Lisäksi korostetaan johtajiston laillisia velvollisuuksia itse yritystä kohtaan. Esim. osakeyhtiölaista käy selvästi ilmi, että toimitusjohtajan on ajettava yhtiön etua toimiessaan ko. tehtävässä.³⁾ Näin ammatti-johtajiston asema on selvä, se toimii osakkeenomistajien agenttina ja sen tehtävä on toteuttaa näiden vaateita niin tehokkaasti kuin mahdollista.

1) Esim. Walters s. 42.

2) Pentinsaari s. 46.

3) Ibid. s. 143.

Osakeyhtiölaki ei siis anna yritysjohdolle harkintavaltaa kysymyksessä, pitääkö sen pyrkiä mahdollisimman suureen voittoon. Sen sijaan laki antaa johdolle laajan toiminta- ja harkintavallan millä keinoin tähän päämäärään pyritään. Samoin on myös voitonjakoa koskevissa asioissa.¹⁾

Kuten jo edellä on todettu pitävät fundamentalistit kaikentyypistä "sosiaalista" toimintaa haitallisena. Koska markkinat eivät pysty takaamaan mitään varmaa testiä sille, että yrityksen harjoittama sosiaalinen toiminta tuottaa myös yrityksen oman edun mukaisia voitollisia seurauksia, on tästä kustannuksia lisäävästä toiminnasta pidättäydyttävä. On parempi sijoittaa sosiaaliseen toimintaan suunnatut varat osakkeenomistajia välittömämmin hyödyttäviin investointeihin.

"In a free enterprise, private property system, a corporate executive is an employee of owner's of the business. He has direct responsibility to his employers. That responsibility is to conduct business in accordance with their desires, which generally will be to make as much money as possible while conforming to the basic rules of the society... In so far as his actions in accord with his 'social responsibility' reduce returns to stockholders, he is spending their money. In so far as his actions raise the price to customers, he is spending the customers money. In so far as his actions lower the wages of some employees, he is spending their money."²⁾

Fundamentalistit palauttavat vastuun - myös yrityksen yhteiskunnallisen vastuun - legaalisten eli laillisten normien noudattamiseen. Näin kielletään perimmältään eettisten tai moraalisten seikkojen huomioonotto johdon päätöksenteossa. Johdon tulee siis toteuttaa niitä velvoitteita, joita sille asettuu laillisen "johdon roolin" puitteissa, sen on minimoitava omien eettisten arvostustensa mukaanotto liikeasioista päätettäessä.

1) Pentinsaari s. 34.

2) Friedman s. 13-14.

Jos yrityksen yhteiskunnallinen vastuu määriteltäisiin laajemmin kuin pelkäksi voitontuottamistehtäväksi täytyisi yritysjohdon muotoilla toimintapolitiikkansa uusilla kriteereillä kuin aiemmin jolloin vaadetta laajempaan vastuuseen ei vielä ollut. Jos tällöin heidän alkuperäinen toimintansa oli tehokasta esim. kustannusten hintojen ja teknologian suhteen, saattaa uudelleen muotoiltu politiikka aiheuttaa taloudellisen tehokkuuden alenemisen. Esim. tehokkaampien jätteen puhdistuslaitteistojen asennus kuin mitä lain vähimmäismääräykset edellyttävät on "ei-tehokas investointi", siinä mielessä ne alentavat voiton määrää lyhyellä tähtäyksellä. Sitä ei kuitenkaan kielletä että nämä investoinnit olisivat hyödyllisiä ja tarpeellisia koko yhteiskunnan kannalta, ne kuitenkin olisi tehtävä "tehokkuuden" kustannuksella joka takaa voiton saannin.¹⁾

Fundamentalistit esittävät myös usein, että yritysjohdolla ei ole kompetenssia hoitaa ja identifioida niitä sosiaalisia seikkoja, joita yhteiskunta odottaa yritysten hoitavan. Tämä osaamattomuus on seurausta siitä spesifistä eriytymisestä, joka on seurannut yhteiskunnan monimutkaistumista. Jos sosiaalisiin seikkoihin puuttuminen tulisi yleiseksi tavaksi olisi seurauksena varojen allokoituminen väärin kohteisiin ja tästä seuraava taloudellisten resurssien tehoton käyttö. Jos joku "osaisi määritellä mitä on yleinen etu" niin tämä ryhmä ei ole ainakaan yritysjohdo:

"If businessmen have a social responsibility other than maximizing profit for stockholders, how are they to know what it is? Can self-selected private individuals decide what burdens they are justified in placing themselves and their stockholders to serve that social interest? Is it tolerable that public functions of taxation, expenditure and control be exercised by the people who happen at the moment be in charge of particular organizations, chosen for those posts by strictly private groups?"²⁾

1) Kts. esim. Davis, The case for and against business assumption of social responsibilities, s. 100. Teoksessa Luthans...

2) Friedman s. 133-134, myös Hacker, E.

Edelleen traditionalistit esittävät että yrityksen sisällään pitä-
mää johtajiston valtastruktuuriin liittyvää auktoriteettia ei pidä
ulottaa muualle yhteiskunnallisiin instituutioihin.¹⁾

Aiemmin tuli alustavasti esille yritysintituution yhteiskunnallinen
luonne, yrityksen asema yhteiskunnassa tematisoituna legaaliseksi
entiteetiksi. Yrityksen aseman legitiimisyys (oikeutus) on jo alun
perin perustunut yksityisomistuksen periaatteelle. Jos johtajisto-
alkaa suunnata yrityksen varoja muualle kuin selvästi omistajien
taloudellisia intressejä hyödyttäviin kohteisiin on tästä seurauksena
että omistajilta tavallaan riistetään heidän omaisuuttaan ja auktori-
teettiään. Tällä on myös se seuraus, että koko yritysintituution
perusauktoiteetti järkkyy, jos sen primäärifunktion piiriin aletaan
olettaa muita tehtäviä kuin pääoman luominen omistajille. Näin
traditionalistit ajattelevat, että yritys muokata yksityisomistukseen
perustuvaa yritysintituutiota enemmän julkiseksi instituutioksi,
jota hallittaisiin poliittisten näkökantojen pohjalta "yleisen edun"
mukaan, aiheuttaisi vain yritysintituution peruslegitiimisyiden
turhan kyseenalaiseksi asettamisen.

"Political notions like shareholder democracy, constituent boards
of directors and public interest proxy fights suggest to the unsop-
histicated that the corporations are something like governments,
and that shareholders are like citizens born into a particular
sovereign regime." The result is a false perception of the corpo-
ration, as a social trusteeship, with a public, rather than private
character.²⁾

Ajatus yrityksestä "julkisen miehen toimessa" (corporate as public
trusteeship) mitätöi yrityksen legaalista baasista kahdella eri tavalla.
Ensinnäkin se laajentaa yrityksen yhteiskunnallisen vastuun käsitettä
liiaksi niin, että markkinamekanismin tarjoama evaluaatio häviää.
Tästä seurauksena on että ei voida enää päätellä toimiiko yritys
legitimoidun auktoiteettinsa puitteissa (legitimate authority)

1) Preston..., s. 35.

2) Manne..., s. 130.

vai ei, tai onko yrityksen harjoittama sosiaalinen vastuu hyödyllistä vai haitallista koko yhteiskunnan mittakaavassa. Toiseksi, poliittisen hallinnointisysteemin tullessa yritysorganisaatioon tapahtuu väistämättä omistajuussuhteiden, kontrollin ja valvonnan uudelleenmäärittely.¹⁾ Tämä siis merkitsee, että tällöin hylätään myös traditionaalinen käsitys yrityksestä legaalina yksityisomistuksellisenä instituutiona. Poliittisten mekanismien mukaantulo yrityksen toimintaa ohjailtaessa johtaa siihen, että yritys ei toimi enää vapaaehtoisuuden pohjalta sovittuna yhteenliittymänä, vaan se muuntuu pakottavuuden periaatteella toimivaksi instituutioksi. Kaikki edellä mainittu siis viittaa siihen, että yrityksen yhteiskunnallisen vastuun alan laajentaminen johtaa yrityksen legitimitetin häviämiseen eräänä yhteiskunnallisena instituutiona.

Traditionalistit väittävät edelleen, että suurien yhteiskunnalliseen toimintaan sekaantuneiden yritys-yksiköiden syntyminen, joista jokainen on kietoutunut toisten samanlaisten ja valtion kanssa mitä moninaisimpiin toimintoihin, muodostaa uhkan sosiaaliselle ja poliittiselle pluralismille. Tuloksena on sosiaalisen ja taloudellisen kontrollin vähittäinen lisääntyminen ja lopulta kaikkien yritysten kansallistaminen. Hayek korostaa, että yritysten yhteiskunnallisen vallan ja vaikutuksen lisääntyminen aiheuttaa yhä lisääntyvän vaateen poliittisen kontrollin voimistamisesta:

"The more it comes to be accepted that corporations ought to be directed in the services of specific public interests, the more persuasive becomes the contention that, as government is the appointment guardian of the public interest, government should also have power to tell corporations what they must do."²⁾

Tätä korostaa myös Levitt kuuluisassa artikkelissaan, missä hän varoittaa laajan yhteiskunnallisen vastuun vaaroista:

1) Preston s. 36.

2) Hayek s. 116, Op.cit. Preston s. 37.

"Welfare and society are not the corporations business. Its business is making money, not sweet music. The same goes for unions. Their business is "bread and butter" and job rights... Government job is not business and business's job is not government... In the end the danger is not that government will run business, or that business will run government, but rather that the two of them will coalesce... into single power, unopposed and unopposable.¹⁾

Fundamentalistit kieltävät että voisi olla olemassa jotakin sellaista kuin "valistunut itsekkyyks" (enlightened self-interest) yrityksen toimintaa motivoimassa:

"The answer is that there are nothing wrong with enlightened self-interest except that it should not be confused with social responsibility... the advocate of enlightened self-interest would seek to convince us that business community must serve society's interests in order to serve its own interests and vice-versa. No-businessman has ever succeeded to put it quite baldly as General's Motor's Charles Wilson when he noted that 'What is good for GM is good for the country'.

In reality, however, business corporations do not seek the social good, rather they seek to conditions from society:

1) that there be a political and economic stability in the nation state and 2) that there be a minimum governmental regulation and interference... Where social responsibility is consistent with these goals business acts responsibility."²⁾

Sitaatista käy ilmi egoistinen korostus, jonka eksplikaatio:

"Mikä on hyvää meille on hyvää myös koko kansakunnalle", on väännös lauseesta: "Mikä on hyvää kansakunnalle on hyvää myös meille".

Tämä periaate esiintyy fundamentalistien ääriäidän argumenteissa joissa kiistetään periaate, että yrityksen ja yhteiskunnan etujen yhteneminen on välttämätöntä menestykselliselle liiketoiminnan

1) Levitt s. 47. Kts. myös Kolasa s. 9.

2) Mullen, J.: Corporate social responsibility: a critical appraisal. Teoksessa Cilliland s. 82.

harjoittamiselle. Tässä on taustalla ns. "inherence theory of business", jota eksplikoi oli saksalainen Otto von Gierke. Sen mukaan yritys manifestoituu vapaiden yksilöiden yhteenliittymänä eikä sen tarvitse ottaa huomioon mitään yhteiskunnan taholta uhkavia sanktioita.¹⁾

Fundamentalistien piirissä termi "sosiaalinen vastuu" käsitetään ei-voittoa maksimoivaksi toiminnaksi, joka tuottaa utilitaarista hyötyä myös muille kuin osakkeenomistajille. He eivät kuitenkaan vastusta sen tyyppistä yrityksen harjoittamaa sosiaalista osallistumista, joka hyödyttää täysin varmasti osakkeenomistajia. Esim. yrityksen ylläpitämä ammattikoulu, joka tuottaa ammattitaitoisia työläisiä yrityksen käyttöön, tai rahalliset avustukset tietyille yritysten etuihin välittömästi vaikuttaville ryhmille ovat katsottavissa tällaiseksi toiminnaksi. Fundamentalistien mielestä tätä toimintaa ei pidä sulkea käsitteen "yrityksen yhteiskunnallinen vastuu" piiriin, sillä heidän mielestään ko. käsite viittaa yrityksen toiminnan kokonaispäämääriin eikä pelkästään välineinä käytettäviin strategioihin. Sosiaalista toimintaa tässä mielessä harjoitettaessa on ehdoton paino annettava yrityksen edulle ja kaikki tällainen toiminta on lopetettava jos se uhkaa vähäisimmänsäkään määrin voiton tavoittelutehtävää.

3. TRADITIONALISTISTEN KÄSITYSTEN KRITIIKKIÄ

Fundamentalistisia käsityksiä kohtaan esitetty kritiikki pohjautuu siihen, että tietyt tutkijat ovat tulleet tulokseen, jonka mukaan fundamentalistien peruslähtökohdat ovat vieraita vallitsevalle todelliselle tilanteelle. Tällaisia oletuksia ovat fundamentalistien käsitykset yritysorganisaation legaalisesta statuksesta ja "pelin säännöistä", markkinasopimusmalliin sisältyvät klassisen talousteorian mukaiset oletukset, sekä suurten ja vaikutusvaltaisten yrityskompleksien vaikutusten huomioonottamatta jättäminen.

1) Op.cit. Evans s. 9.

Fundamentalistit ovat joutuneet myöntämään, että yritysten on ollut pakko suostua toimimaan sosiaalisten voimien ja lakien muodostaman pakon alaisina:

"In a free enterprise system, a corporate executive is an employee of the owners of the business. He has direct responsibility... to conduct the business in accordance with their desire, which generally will be to make as much money as possible while conforming to the basic rules of society, both those embodied with law and those embodied with ethical custom."¹⁾

Edelleen kehitys on johtanut siihen, että yritys yhteiskunnallisena instituutiona on poliittisten voimien ja harjoitetun yhteiskunta-politiikan tuote ja näin ollen yhteiskunta voi halutessaan muuttaa "pelinsääntöjä".²⁾ Yritys ei enää pysty olemaan täysin riippumaton ympäröivästä yhteiskunnasta ja toimimaan "inherence theory of business" periaatteiden pohjalta.

Lisäksi on ilmeistä että fundamentalistien väite, jonka mukaan yrityksen legaalinen status rajoittaa sen kykyä harjoittaa sosiaalista toimintaa, jättää huomiotta sen tosiasian, että lakipykälissä ilmenevät normit jättävät yritysjohdolle tulkintavaraa etenkin keinotasolla.³⁾

Näin käsitys yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta pelkästään laissa ilmenevien säännösten mukaan toimimisena menettää tarkoituksenmukaisuuttaan:

"The legal status of the managerial unit is not its principal or determining characteristic. As economic and organizational relationship change over time, the legal and governmental framework of social activity changes as well. Hence the fundamentalist argument that socially useful tasks cannot be performed by business organizations because of implicit or explicit legal limitations

1) Friedman, M., New York Times magazine.

2) Preston s. 39.

3) Kts. esim. Miettinen, myös Pentinsaari s. 34.

on their activities, involves as basic confusion between cause and effects. Over the long run, the political legitimacy of business organizations depends upon their ability to serve the needs of society, not the other way around.¹⁾

Suomessa tiukkaa legalistista tulkintaa on puoltanut Pentinsaari. Tutkimuksessaan hän on päätenyt siihen, että osakeyhtiön toimitusjohtajalta ei voida lain perusteella vaatia voiton tuottamistehtävän ylitse meneviä velvoitteita. Tämän ylitse menevät sosiaaliset toimenpiteet kuuluvat moraalisen vastuun piiriin, jota puolestaan rajoittaa osakeyhtiölaissa mainittu velvoite voitontuottamistehtävän primääriseen toteuttamiseen:

"Edellä on todettu, että oikeudellisena käsitteenä yhteiskunnallinen vastuu ei ole hyväksyttävissä. Tätä asiaa koskeva keskustelu sekoittaa keskenään oikeusjärjestyksen antamien normien noudattamisen, tilinpäätöstietojen uudelleen muotoilun ja sen lisäksi moraalisen piiriin kuuluvia sekä vapaaehtoisuuden ja hyvän tahdon piiriin kuuluvia asioita. Näistä viimeksimainitusta puhuttaessa ei tietenkään voi olla kyse mistään oikeudellisesta velvollisuudesta tehdä jotakin eikä tekemättä jättämisestä johtuvasta vastuusta..."²⁾

Aiemmin on kuitenkin todettu, että keinotasolla toimitusjohtajalle jää mahdollisuus toteuttaa moraalista vastuuta. Hän on yrityksen päätöksentekoprosessissa nk. "merkittävä hahmo",³⁾ jonka arvot ja normit määräävät pitkälle millaiseksi yrityksen toimintastrategia muovataan. Toimitusjohtaja voi tietoisesti kehittää sosiaalisesti vastuullisia strategioita, jos hänen henkilökohtainen valveutuneisuusensa riittää tiedostamaan tällaisen toiminnan moraalisen pakottavuuden.

1) Preston s. 39. Myös Rhenmann on tullut tällaisiin tuloksiin, esim. s. 20-80.

2) Pentinsaari s. 100.

3) Kts. Miettinen s. 81, Norman s. 32. Miettinen esittää lisäksi useita tutkimuksia, joissa on löydetty strategioita, joiden motiivina on pidettävä johtajiston halua toimia yleisen edun edistäjänä.

Fundamentalismia voidaan siis kritikoida siitä, että se asettaa legaalisen vastuun liian korostetusti ja poissulkevasti moraalisen vastuun edelle.

Toinen pääasiallinen kritiikin aihe on ollut klassisen markkinamallin validiteetti ja ne oletukset, joille se perustuu. Edellä esitettyssä muodossaan fundamentalistien talousteoriaa vastaan on argumentoitu voimakkaasti muiden taloustieteellisten koulukuntien taholta. Tällaisia kritiikin kohteita ovat olleet mm. resurssien optimaalinen allokaatio automaattisesti vapaassa markkinataloudessa voiton tavoittelun seurauksena:

"This discussion concludes that profits have played a basic role in our economy, but that the challenge that we can erase the profit system is a very real one, compounded by underlying moral resentment about unearned income by the coldness and delaterious effects of social relationship engendered by the universal property system by the obvious failures of the economic system in unemployment and resource allocation, and finally, by the succesfull operation of non-profit-oriented societies and units within our own system."¹⁾

... sekä suurien yritysten vaikutuksen kieltäminen vapaillla markkinoilla toimittaessa: ...it can scarcely be argued that large and powerfull firms are subject to the discipline of the market with either the intensity or the speed necessary for effective operation of the market contract mechanism... even greater importance is the fact that all participants in modern industrial societies do not have equal access to the market mechanism itself.²⁾

Edelleen on argumentoitu usein väitettä vastaan, jonka mukaan laajan sosiaalisen vastuun harjoittamisen seurauksena olisi kokonaisaloudellinen tehottomuus ja resurssien väärä allokoituminen:

1) Arrow 1978 s. 61.

2) Preston s. 40.

"There are two types of situation in which the simple rule of maximizing profits is socially inefficient: the case in which costs are not paid for, as in pollution, and the case which the seller has considerably more knowledge about his product than the buyer particularly, with regard to safety. In these situations it is clearly desirable to have some idea of social responsibility that is to experience an obligation, whether ethical, moral, or legal."¹⁾

Tässä kuuluisassa artikkelissaan Arrow pyrkii osoittamaan, että sosiaalinen vastuullisuus on välttämätöntä koko taloudellisen systeemin tehokkuuden kannalta. Jos yritys pyrkii vain maksimoimaan voittoaansa ottamatta huomioon liiketoiminnan ulkoisia vaikutuksia on toiminnan tulos kaukana optimaalisesta koko kansantalouden mittakaavassa tarkasteltuna. Tosiasiahan on, että nykyään yritykset eivät maksa kaikkia tuotannosta aiheutuvia kustannuksia. Tehtaan sijoituspaikka, joka yrityksen kannalta on edullisin, saattaa yhteiskunnalle merkitä ylimääräisen tien rakentamista, viemäröintiä, koulun siirtämistä uuteen paikkaan, tarvetta rakentaa uusia asuntoja jne. Yhteiskunta vastaa yleensä työntekijän koulutuksesta, lasten päivähoidosta, julkisesta liikenteestä.

Pelkästään voitonmaksimointi-ideologian periaatteella toimivan yrityksen kannattaa sysätä kustannuksiaan yhteiskunnalle aina kun se vain on mahdollista, silloinkin kun yrityksen säästöt ovat vain murto-osa yhteiskunnan menojen lisäyksestä. Mitä suurempi osa tuotannon tosiasiallisista kustannuksista koituu muiden kuin asianosaisten maksettavaksi, joko suoranaisin menoina tai muuten vain elämän vaikeutumisenä, sitä huonompi kehityksen ohjaaja markkinamekanismi on. Voimaperäistyneen teknologian ja kaupungistyneen elämän myötä näiden ulkoisten kustannusten merkitys on jatkuvasti kasvanut. Markkinamekanismiin liittyy selvä ohjausvirhe, kun päätöksenteossa voidaan ottaa huomioon vain taloudelliseen kannattavuuteen liittyvät siekat ja jätetään suuri osa elämänlaatuun vaikuttavia tekijöitä huomiotta.²⁾

1) Arrow 1973 s. 303-

2) Soininvaara & Lampinen s. 54.

Myös väite, että suuret yritysyksiköt omaavat laajaa vaikutusvaltaa kaikkiin yhteiskunnan sektoreihin nähden on saanut laajaa tukea. Yritykset muokkaavat yhteiskunnan arvoja ja usein vielä siten, että tämä tapahtuu pitäen etusijalla juuri yritysten intressejä. On esitetty väitteitä, että yritykset eivät pelkästään tyydytä kuluttajien tarpeita, vaan pyrkivät uusia tarpeita luomalla saamaan kuluttajat ostamaan yhä enemmän.

Galbraith on esittänyt, että yritykset ensin määrittelevät mitä ne haluavat tuottaa ja tämän jälkeen kehittävät markkinointiohjelman, joka vakuuttaa suurelle yleisölle uuden tuotteen tarpeellisuutta. Tällöin tietenkin ilmenee relevantiksi kysymys: jos yritys haluaa osoittaa yhteiskunnallista vastuullisuutta, mutta samalla manipuloi kuluttajien tarpeita, niin miten yrityksen motiivi tässä suhteessa on käsitettävä? Eikö olekin todennäköistä, että yritys vain käyttää yhteiskunnallista vastuuta todellisten tarkoitustensa "ehosteena".¹⁾

Myös Jacopy toteaa yrityksen olevan merkittävä arvojen luoja:

" it is here that each person acquires and assign priorities of his values. Only after values have been so ordered does the business corporation enter the scene of a satisfier of the value based wants of the public. However, it would be naive to assert that the corporation not come to play a significant role in the formation of individual and social values... Clearly the corporation is, to some extent, a creator of values as well as responder to them."²⁾

Johtopäätös, että yritys ainakin jossain määrin pystyy toimimaan arvojen luoja ja vaikuttamaan omalla käyttäytymisellään markkinoihin vähentää tuntuvasti klassisen markkinamallin validiteettia.

1) Galbraith s. 208.

2) Jacopy s. 203.

4. LAAJAA SOSIAALISTA VASTUUTA PUOLTAVAT KÄSITYKSET - MODERNI YRITYKSEN YHTEISKUNNALLISEN VASTUUN IDEOLOGIA

Kuten jo aiemmin luvuissa todettiin, muuttuivat yrityksen ja yhteiskunnan väliset suhteet aikaa myöten. Yritys joutuu yhteiskunnallisena instituutiona ottamaan yhä enemmän huomioon ympäröivän yhteiskunnan ja toimimaan entistä enemmän yhteiskunnan ehdoilla. Tämä prosessi on tapahtunut osaltaan pakosta, mutta myös uuden moraalisen vastuuntunnon ilmenemisen takia.

"Some critics saw the concept of corporate responsibility as a mere propaganda device of business to conceal selfish motives and objectives. But... the selfish and unselfish motives are combined to open managerial minds to ideas about social obligations and relationships. The desire to forestall government intervention and regulation and to preserve corporate freedom was obviously strong. Yet the concept of managerial trusteeship had taken shape and found its first concrete expression in an era, the 1920s, when government posed little threat to free-wheeling enterprise."¹⁾

Puuttumatta tässä vaiheessa enemmän sosiaalisen vastuun ilmenemisen muotoihin on nyt tarkoituksenmukaista tutkia miten yhteiskunnallisen vastuun tutkijat ovat katsoneet parhaaksi määritellä sosiaalisen vastuun.

Modernia yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiaa luonnehtivat useat eri aspektit. Eräs tärkeä ajatus laajan yrityksen sosiaalisen vastuun käsitteessä on, että se määritellään tavallisesti yrityksen vastuun piiriin kuuluvaksi siten, että yritys ottaa hoidettavakseen sosiaalisia velvoitteita, joiden ottamiseen laki ei suoranaisesti pakota yritystä. Yritys voi myös ottaa toimintansa piiriin toimintoja, jotka eivät suoranaisesti lyhyellä tähtäyksellä lisää sen voittoa.

Kuitenkin voitontavoittelun tehtävänä on käsitetty primääriksi arvosteltaessa yritystoiminnan hyväksyttävyyttä:

1) Heald s. 301.

"In the mean time other businessgoals have been recognized such as continuity, growth, increasing the market share or the value of the firm. But profit is, of course, a derivative of these goals and has remained the ultimate criterion in business actions and decisions."¹⁾

Kuten jo edellä todettiin eräs modernin yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologian tunnusmerkki on vaatimus lain pykälien ylitse menevä sosiaalisten velvoitteiden ottaminen:

"If the business merely complies with the law, is it being socially responsible? The obviously more responsible is one which seeks to respond to social needs beyond the minimal requirements of law?"²⁾

"...Although legality of activities is a minimum basis for action business responsibility necessarily goes beyond this minimum. Responsible actions and decisions are in reality a part of a broadened concept of long-run profits of the firm... Clearly, the concern for profits must be a basic responsibility of decisionmaker, as it affects the continued life of the enterprise."³⁾

..."Many, if not most, business firms have allways attempted to adhere to a code of business ethics and would observe them even without compulsion... Laws fixing the minimum rules of a game are required to restrain a small minority. Moreover there is allways a voluntary ethical code over and above the letter of the law."⁴⁾

Lakia siis tarvitaan turvaamaan tietty vähimmäistaso yritysten käyttäytymisen vastuullisuudelle. Lait takaavat vähimmäisohjeiston sille missä rajoissa yrityksen sosiaalisen vastuullisuuden tulee olla. Jos yritystoiminnan pelisäännöt tai muu informaalinen normisto on eettisesti liian kehittymätön täytyy lain määrittää vastuullisuuden vähimmäisrajat. Kuitenkin yritys, joka toiminnassaan pitäytyy

1) Schreuder s. 77.

2) Gilliland s. 2.

3) Davis s. 39.

4) Mc Kie s. 24.

vain lain kirjaimen noudattamiseen ei ole ko. ideologian mukaan vielä tarpeellsiessa määrin sosiaalisesti vastuullinen.

Esim. Holmes määrittelee yrityksen yhteiskunnallisen vastuun vaihtoehdot seuraavasti:¹⁾

1. Corporations ought not to assume social responsibilities
2. Corporations may (but aren't obligated) to assume social responsibilities
 - a) When doing so is consistent with profit maximization, or
 - b) Even at the expense of profit maximization
3. Corporations ought to assume social responsibilities
 - a) When doing so is consistent with profit maximization
 - b) Even at the expense of profit maximization

Tällöin positio 1 vastaa edellä esitettyä klassisen l. fundamentalistisen ideologian mukaista käsitystä yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta. Positio 2 edustaa modernia yrityksen pitkän tähtäyksen edun mukaista toimintaa, sosiaalisesti vastuullinen toiminta nähdään tällöin vapaaehtoisena toimintana ilman minkäänlaista pakotetta. Näistä kohta 2a ilmentää selvästi yrityksen pitkän tähtäyksen edun ja voiton maksimoinnin yhteenlankeavuutta. Kohta 2b sallii sosiaalisen toiminnan voiton vähenemisen kustannuksella. Kohta 3 sisältää edellistä kohtaa voimakkaamman moraalisen pakotteen, eettisen maksimin, jonka mukaan yrityksen on toimittava. Tässä on selvä "pitämisen" modalityetti, joka velvollisuusetiikkaan vedoten vaatii yrityksiä toimimaan yhteiskunnallisesti vastuullisella tavalla.

Usein siteerattu määrittely on myös Schreuderin käsitys sosiaalisesta vastuusta:

"Social responsibility is the performance (or non-performance) of activities by a private enterprise without the expectation of

1) Holmes, R., The Concept of Corporate Responsibility s. 151 teoksessa Beauchamp.

direct economic gain or loss, for the purpose of improving the social wellbeing of community or one of its constituent groups. These activities are generally recognized by society as beneficial to the well-being of society."¹⁾

Schreuderin käsityksen mukaan yrityksen yhteiskunnallisen vastuun käsite merkitsee eettisen näkökulman mukaanottoa taloudellisessa päätöksenteossa. Sosiaalinen vastuu merkitsee Schreuderin mukaan, sitä, että yritys huomioi toimintojensa välittömien taloudellisten vaikutusten lisäksi toimintojensa muut ulkoiset vaikutukset yritysympäristöön. Schreuder näkee yrityksen vastuukysymyksen toisaalta päätöksentekotilannetta rajoittavana asiana ja toisaalta taas yrityksen aktivointina uusien ja uudentyyppisten tavoitteiden saavuttamiseen.

Vaikka Schreuder korostaakin eettisten seikkojen mukaanottoa yrityksen päätöksenteossa, päätyy hän suosittelemaan yrityksen yhteiskunnallista vastuuta vain rajoittavassa mielessä:

"Restraining aspect: business is asked not to perform certain activities, although these promise to be profitable in a traditional economic analysis. However, when social consequences are taken into account, it is felt that the social harms outweigh the economic gains."²⁾

Hän ei preferoi sosiaalisen vastuun aktivoivaa muotoa, sosiaalista aktivismia: "When we mean the activating sense (that business should include social goals in its goal system) we could speak of "social activism."³⁾

Syynä edellä mainittuun hän esittää syyn, joka tuli esille jo fundamentalistien esittämän kritiikin yhteydessä:

1) Schreuder, H.: The Social Responsibility of Business, s. 71 teoksessa van Dam.

2) Ibid. s. 79. Katso myös Neilimo s. 60.

3) Ibid. s. 81.

"Business has the primary task of putting capital most productive use, thereby contributing to the welfare of society...

...When economic and social goals are pursued by one and the same organization there is a real danger that no clear-cut choices will be possible, but only packaged deals."

Schreuder siis hyväksyy yrityksen yhteiskunnallisen vastuun laajennettuna, modernin version, joka korostaa moraalisten aspektien huomioonmistä, mutta vain silloin kun tämä ei vaaranna voitontavoittelu-funktiota.

Voitontavoittelun ja sosiaalisten, lyhyellä tähtämellä voittoa vähentävien toimenpiteiden välinen ristiriita on tiedostettu ja tämän konfliktitilanteen ratkaisuksi on tarjottu käsitettä, joka sisältää sovituksen, tämä on yrityksen valistunut itsekkyyks, "enlightened self-interest of firm".

"Evidently, American business corporations have tended to follow the principle of enlightened self-interest, rather than that of pure philanthropy, in making such contributions"...

...It is the enlightened self-interest of the corporation to devote resources to improving the environment in which it operates because it is dependent upon the goodwill of society, which can sustain impair its existence through public pressures on government."¹⁾

Tämä käsite sisältää ajatuksen, jonka mukaan yrityksen kannattaa rajoittaa oman edun tavoitteluaan ja osallistua tiettyihin jopa voittoa pienentäviin sosiaalisiin toimiin, sillä tämä strategia takaa sille ympäröivän yhteiskunnan hyväksymisen.

"More important point is that corporation does and should engage in socially ameliorative activity because it serves its enlightened self-interest and because it is powerful. Enterprise must balance an equation of social pressures with social action... the firms social involvement should be based on political and economic grounds."²⁾

1) Jacopy s. 199.

2) Jacopy s. 197.

Toiminnan motiivina on siis rajoitettu egoismi, altruistiset motiivit eivät kuulu yrityksen toimintaan, vaan jotta pitkän tähtäyksen etu tulisi maksimoiduksi, on yrityksen otettava tiettyjä sosiaalisia lain kirjaimen yli meneviä velvoitteita.

"Social responsibility dont try to remake people: rather it asks to them only that they consider the broader social system and try to act in a way which benefits others as well as themselves. In this manner they serve their self-interest not their selfish interest."¹⁾

Valistuneen itsekkyyden strategia liittyy puolestaan toiseen modernin ideologian pääperiaatteeseen, jonka mukaan yritys toimii ikäänkuin kansalaisen roolissa (corporate citizenship).

"A fifth basic proposition is that beyond social costs business institutions as citizens have responsibilities for social involvement in areas of their competence where major social needs exists. ...Business will benefit from a better society just as any citizen will benefit... Such involvement is expected of any citizen, and business should fullfill a citizenship role... Business will not have primary responsibility for solving problems, but it should provide an significant assistance."²⁾

Yritys, joka toimii kansalaisen roolissa voi vaikuttaa positiivisesti arvoympäristöönsä. Näin se vahvistaa myönteistä asennoistumista toimintaansa kohtaan ja samalla turvaa omien tuotannontekijöidensä saannin, esim. yritys voi turvata työvoiman jatkuvan kiinteän säilyttämisen tarjoamalla työsuhdeasuntoja. On realistista arvioida työsuhdeasuntojen tarjoaman tuoton pääomalle olevan niin pieni, että pääoma tuottaisi jossain muussa sijoituksessa suuremman tuoton. Kuitenkin valistuneen itsekkäästi toimien yritys ei pyri lyhyellä tähtämellä maksimoimaan voittoa tältä osin, vaan takaa itselleen yhden tuotannontekijän varman saannin pitkällä tähtäyksellä.

1) Davis & Blomström s. 39.

2) Davis 1975: Five propositions for social responsibility, s. 173 teoksessa Beauchamp...

Yrityksille sosiaalisen vastuun malleja kaavaillut Committee for Economic development toteaakin:

"It is in the enlightened self-interest of corporations to promote the public welfare in a positive way. The doctrine have gradually been developing in business and public policy over the past decades to the point where it supports widespread corporate practicies of a social nature, ranging from philanthropy to investment in attractive plants and other programs designed to improve the company's social environment... Since major corporations have especially long planning horizons, they may be able to incur costs and forego profits in the short run for social improvements that are expected to enchanche profits or improve the corporate environment in the long run."¹⁾

"Valistuneen itsekkyyden" ja "yritys kansalaisen roolissa" periaatteen lähtevät siis siltä periaatteelta että yritys voi toimia sosiaalisesti vastuullisella tavalla, jos yrityksen toiminta lähtee primääristi egoistiselta pohjalta. Kun yritys pyrkii ajamaan omaa etuaan, ottaen huomioon myös yleisen edun, on sen toiminta sosiaalisesti vastuullista.

Toiminnan luonne on tällöin teleologisen etiikan sävyttämä, sillä toiminnan primääri motiivi on yrityksen etu. Toiminta ei tapahdu deontologisen velvollisuusetiikan periaatteiden pohjalta, vaan omaa hyötyä tavoitellen. Deontologien mielestähän vain teon mieli määrää sen moraalisen arvon, esim. Kant toteaa:

"On tosin velvollisuudenmukaista, että kauppias ei kisko liikaa kokemattomalta ostajaltaan. Siellä missä vaihto on suuri, ei sitä teekään ymmärtäväinen kauppias, vaan pitää kiinteätä hintaa kaikille... Palvelus on tällöin rehellistä, mutta se ei riitä lähestulkoonkaan tekemään uskottavaksi, että kauppias on menetellyt siten velvollisuudesta ja rehellisyyden periaatteiden takia.

1) Social Responsibilities of Business corporations s. 27
Committee for Economic Development.

Hänen oma etunsa vaatii sitä... Niin muodoin teko ei ole tapahtunut velvollisuudesta eikä välittömästä halusta vaan yksinomaan itsekkäässä tarkoituksessa."¹⁾

Kantin mielestä vain velvollisuudesta ja halusta tehty teko on aidosti moraalinen. Näin tiukasti deontologiselta näkökannalta valistunut itsekkyyks ei pysty tarjoamaan moraalista motiivia sosiaaliselle vastuullisuudelle, vaan teon itsekäs mieli tekee koko toiminnasta epämoraalisen.

Kuitenkin valistunut itsekkyyks tarjoaa edellämainitusta huolimatta realistisen toimintaperiaatteen tämän hetken markkinatalousjärjestelmässä toimiville yrityksille. Voimakkaat systeempakot voivat johtaa siihen, että yritys joka haluaa toimia pelkästään altruistisista motiiveista lähtien tekee konkurssin. Valistunut itsekkyyks ja yritys kansalaisen roolissa -periaatteet tarjoavat ja edustavat jo korkeampaa evolutiivista astetta yrityksen yhteiskunnallisen vastuun tunnustamisessa kuin pelkkä voiton maksimointi-ideologia.

Useat tutkijat ovat pyrkineet luokittelemaan erilaisia konkreettisia yhteiskunnallisen vastuun muotoja juuri toiminnan motiivin pohjalta. Richard Elkins nimeää useita ko. strategioita: Corporate Morality, Protective Strategy, Public relations and Advertising, Profit Seeking Labeled Social responsibility.

Näistä Corporate Morality kuvaa sosiaalisen toiminnan deontologisen ja altruistisen motiivin tuotteena, Protective Strategy kuvaa selvimmin modernia, myös yhteiskunnan edun huomioivaa, toimintatapaa. Profit Seeking Labeled Social responsibility puolestaan esittää fundamentalistisen ideologian mukaista näkemystä: sosiaalinen toiminta on pelkästään veruke voiton maksimoinnille.

"Corporate Morality: Some corporate executives obviously do treat social activity as an ethical imperative, they feel that they are responding to 'higher' moral principles and exhibit a missionary

1) Kant s. 81.

zeal in directing corporate activities to socially oriented ends... The important point is that corporations get involved in good actions.

Protective Strategy: For many firms corporate social responsibility is extremely inexpensive insurance. They engage in social responsibility for fear of physical loss if they do not, or to try to placate aroused, militant communities... One can pass normative judgments on the propriety of paying to keep the firm secure, but in positive terms, this defense posture is a legitimate explanation for social involvement.

Profit seeking labeled social responsibility: for some corporations and managers, social responsibility is just traditional profit-seeking clad in another garb. For example, computer manufacturers have done complete work flow surveys for cities and states in order to sell the computer installation and the various software packages, although the efficient operation of state and local governments may be advertised as the goal of the effort."¹⁾

Viimeksimainitulle periaatteelle on löytänyt tukea myös Parker ja Eilbirt.²⁾ He havaitsivat empiirisissä tutkimuksissaan, että yritysten voiton määrä korreloi sosiaalisen aktiviteetin kanssa siten, että voiton määrän vähetessä laski myös yritysten sosiaalisten toimintojen määrä. He toteavat, että sosiaalista vastuuta pidetään tällöin vain eräänä kilpailukeinona eikä toiminnan tavoitteena sinänsä.

Edelleen moderniin yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiaan liittyy käsitys yrityksen johtajistosta "trusteeship ja balancer"-rooleissa. Tällöin yrityksen johtajiston käsitetään toimivan ikäänkuin "uskotun miehen toimessa", joka tasapainottaa omistajien ja muiden inresenttiryhmiin vaateita. Johtajisto ei siis pelkästään huomioi ja aja omistajien intressejä, vaan se ottaa huomioon myös

1) Elkins s. 128.

2) Op. cit. Miettinen s. 83.

työntekijöiden, asiakkaiden ja tuottajien etuja aina mahdollisuuksien mukaan.

"The modern professional manager also regards himself, not as an owner disposing of personal property as he sees fit, but as a trustee balancing the interests of many diverse participants and constituents in the enterprise, whose interests sometimes conflicts with those of others. The chief executive of a large corporation has the problem of reconciling the demands of employees for more wages and improved benefit plans, customer for lower prices and greater values, vendors for higher prices, government for more taxes, stockholders for higher dividends and greater capital appreciation - all within a framework that will be constructive and acceptable to society."¹⁾

Hyväksyttäessä em. käsitys johdon roolista nousee esille kysymyksen millainen paino tulee antaa eri ryhmien asettamille vaateille. Tai pitääkö muille inresenttiryhmillä omistajien lisäksi järjestää edustus yrityksen päätöksentekoaikoina. Tällöin voi myös syntyä tilanne missä johtajan lailliset ja moraaliset velvollisuudet joutuvat keskenään voimakkaaseen konfliktiin. Sutton et. al. onkin tutkimuksissaan havainnut empiiristä evidenssiä väitteelle: "...The moral responsibilities toward others which the managerial view would have him assume are numerous, conflicting and incommensurable... if he must balance the merits of claims to higher wages lower prices, and higher dividends, he is a judge rather than a businessman."²⁾

Tässä tilanteessa lankeaa paljon vastuuta juuri johtajiston omalle arvostukselle, joka on puolestaan osaltaan heijastusta kunkin johtajan henkisen kehityksen asteesta.

Toisaalta johtajiston arvostrukturi voidaan nähdä myös johtajayhteisön kollektiivisten tapojen, sääntöjen ja normien konstituoimana abstraktina päätöksentekoa ohjaavana koodeksin. Se miten hyvin johtaja pystyy toimimaan tietyssä yrityksessä oikeudenmukaisena

1) Committee for Economic Development s. 22.

2) Sutton et al. s. 358.

tasapainottajana riippuu vahvasti myös em. sääntöjen moraalisisestä tasosta. Sosiologian klassikko Emil Durkheim onkin ottanut tutkimuksissaan käyttöön kollektiivitajunnan käsitteen.¹⁾ Tämä tarkoittaa yleisiin tekoihin liittyvää tajuntaa. Kollektiivitajunta on "tajunnallinen puoli" tavoista ja normeista, se esiintyy yksilön ulkopuolella ja määrää pakottavalla tavalla hänen yksityisiä tekojaan ja niihin liittyvää yksilötajuntaa. Esim. yrityksen yhteiskunnallinen vastuu voidaan nähdä kollektiivitajunnallisena ilmiönä, siten että johtajayhteisön käsitys sosiaalisesta vastuusta on tietyn kehitysprosessin tulos, jolloin eri aikoina on vastuun luonne ollut drastisesti erilainen.

Yrityksen yhteiskunnallista vastuuta kollektiivitajuisena ilmauksena on tutkinut mm. Bruan:

"A concept of corporate social responsibility adds a moral imperative to social consciousness. Social responsibility can be defined as the capacity of occupational groups to respond to the problems between themselves and other groups with some measure of fairness and equity."

..."Corporate executives were another occupational group in the nineteenth century who expressed a low degree of responsiveness and accountability to the labourforce today. Labor was looked upon impersonally as an item to be bought in the market place. This market perception of labor force may remain in some measure today in the minds of many executives, but its character has no doubt changed. ...This paradigm of "collective conscience" forming among occupational groups in history can also be applied to the corporate system today. Contemporary corporate groups have different degrees of consciousness and responsibility toward each others. The relationship between laborers and stockholders, f.e.g., would likely to show a low degree of consciousness and responsibility."²⁾

1) Durkheim s. 47.

2) Bruan s. 77.

Se, että moraalialia korostetaan kollektiivisena tuotteena ei kuitenkaan riitä poistamaan yksilön velvollisuutta toimia vastuullisena, vaan ko. näkökulma tarjoaa erään relevantin näkökulman tutkia miten yrityksen yhteiskunnallinen vastuu on muuttunut aikojen kuluessa.

Tässä luvussa on ollut tarkoituksena määritellä modernille, yrityksen pitkänikähtäyksen etua ja yhteiskunnan hyvinvointia korostavalle yritystoiminnan ideologialle pääpiirteet. Tämä toinen ideologia 1. siis moderni yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologia voidaan nähdä evolutiivisesti ajatellen korkeamana yrityksen sosiaalisen vastuun muotona verrattuna fundamentaaliseen ideologiaan. Se korostaa selvästi enemmän juuri yrityksen ja yhteiskunnan edun yhteneväisyyttä, pitäen kuitenkin yrityksen omaa etua selvästi etualalla.

LÄHDELUETTELO

Arrow, K.J.: Why profit are Challenged (Teoksessa Friedman, B....)

Arrow, K.J.: Social Responsibility and Economic Efficiency.
Public Policy. Fall 1973

Beauchamp, T. & Bowie, N.: Ethical Theory and Business .
New Jersey 1977

Bruan, S.: Social Economy. New York 1977

Brummer, J.: In defense of Social Responsibility.
Journal of Business Ethics, Vol. 2, 1983

Committee for Economic Development: Social Responsibility of
Business Corporations. New York, June 1971

Davis, K.: Five Propositions for Social Responsibility.
Business Horizons. June 1975

Davis, K.: The Case for and against Business Assumption of Social
Responsibilities (Teoksessa Lufthans...)

Davis, K. & Blomström, R.: Business and Society. New York 1971

Durkheim, E.: The Elementary Forms of Religious Life. Illinois
1947

Elkins, A.: Toward a Positive Theory of Corporate Social Involvement.
Academy of Management Review, January 1977

Evans, W.: Management Ethics. An Intercultural Perspective.
Boston 1981

Friedman, B.: New Challenges to Role of Profit. Toronto 1978

- Friedman, M.: Capitalism and Freedom. Chicago 1962
- Calbraith, K.: New Industrial State. London 1967
- Gilliland, G.E.: Readings in Business Responsibility. Mass, 1969
- Hacker, E.: Have Corporations a Social Duty. New York Times
N:o 17, 1963
- Heald, M.: The Social Responsibilities of Business: Company and
Community; 1900-1960. Boston 1970
- Holmes, R.: The Concept of Corporate Responsibility
(Teoksessa Beauchamp...)
- Jacopy, N.: Corporate Power and Social Responsibility. Toronto
1977
- Kant, I.: Siveysopilliset päätökset. Porvoo 1928
- Kettunen, P.: Social Responsibility and Justice. Jyväskylän yli-
opiston taloustieteen laitos. Working Paper N:o 8/1981
- Kolasa, B.: Responsibility in Business. New Jersey 1972
- Levitt, T.: The Dangers of Social Responsibility. Harvard Business
Review, Sept.-Oct. 1958
- Lufthans, F. & Hodgetts, R.: Social Issues in Business. New York
1976
- Mac Kie, J.: Social Responsibility and Business Predicament.
Washington 1974
- Manne, H. & Wallich, H.: The Modern Corporation and Social
Responsibility. Washington 1972
- Miettinen, A.: Some Ethical Aspects of Social Responsibility of
Business. Liiketaloudellinen Aikakauskirja N:o 2, 1980

Mullen, J.: Corporate Social Responsibility: A Critical Appraisal
(Teoksessa Gilliland...)

Neilimo, K.: Laskentatoimen ja yhteiskunnallisen laskentatoimen
käsitteestä. Tampere 1981

Norman, R.: Luova yritysjohto. Tapiola 1976

Pentinsaari, A.: Osakeyhtiön toimitusjohtajan liiketaloudellisesta,
yhteiskunnallisesta ja oikeudellisesta vastuusta.
Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja B-49, 1980

Petit, J.: The Moral Crisis in Management. New York 1967

Preston, L. & Post J.: Private Management and Public Policy.
New Jersey 1975

Rhenman, E.: Menestyvä yritys ja sen ympäristö. Tapiola 1976

Schreuder, H.: The Social Responsibility of Business
(Teoksessa Van Dam...)

Soininvaara, O. & Lampinen, O.: Suomi 1980-luvulla. Juva 1980

Sutton, F. & Harris, S. & Kaysen, C. & Tobin, J.: The American
Business Creed. Mass 1956

Van Dam, C. & Stallaert, L.: Trends in Business Ethics.
Boston 1978

Walters, K.: Corporate Social Responsibility and Political Ideology.
California Management Review. Spring 1977