

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTON KAUPPAKORKEAKOULU

YRITYKSEN YHTEISKUNTAVASTUU
AMMATTIYHDISTYSLIIKKEEN
NÄKÖKULMASTA

Johtaminen
Pro Gradu -tutkielma
Laatija: Soilikki Viljanen
Ohjaaja: Anna-Maija Lämsä
Lokakuu 2013

Tekijä Soilikki Viljanen	
Työn nimi Yrityksen yhteiskuntavastuu ay- liikkeen näkökulmasta	
Oppiaine Johtaminen	Työn laji Pro Gradu -tutkielma
Aika lokakuu 2013	Sivumäärä 148
Tiivistelmä – Abstract <p>Tutkimuksen tarkoituksena on hankkia tietoa ammattiyhdistysliikkeen näkemyksestä yrityksen yhteiskuntavastuuseen. Tutkimus koostuu teoriatarkastelusta ja empiirisestä osasta. Varsinaisen teoriaviitekehityksen muodostavat uusi institutionalismi ja kansallinen liiketoimintajärjestelmäteoria. Lisäksi yrityksen yhteiskuntavastuuta tarkastellaan sidosryhmäajattelun ja yritysetiikan kontekstissa. Empiirinen tutkimusaineisto koostuu kymmenen henkilön haastatteluaineistosta. Yhdeksän haastateltua edustavat ay-liikettä ja yksi edustaa ay-liikkeen keskeisintä yhteistyökumppania yrityksen yhteiskuntavastuussa. Kyseessä on monitapaustutkimus, jossa lähestytään yrityksen yhteiskuntavastuu -ilmiötä viiden teeman avulla. Teemat ovat käsite, asennoituminen, soveltaminen, paineet ja legitimaatio. Yrityksen yhteiskuntavastuuta tutkitaan ay-liikkeen näkökulmasta kahdella tavalla ja vastauksia vertaillaan keskenään. Näkökulmat ovat yleinen/ yritysten ja ay-liikkeen sisäinen näkökulma. Tutkimusmenetelmänä käytetään teorialähtöistä sisällönanalyysia. Sitä täydennetään analysoimalla isomorfisia paineita sekä legitimaatioanalyysillä. Legitimaatioanalyysin avulla selvitetään yrityksen yhteiskuntavastuun moraalista legitimiyyttä ay-liikkeen näkökulmasta. Tutkimuksen keskeiset havainnot ovat, että yrityksen yhteiskuntavastuun määritelmä puuttuu Suomessa yleisesti sekä ay-liikkeessä. Ay-liikkeeltä puuttuu myös yhteinen vastuullisuusteemoja käsittelevä foorumi, mutta se uskoo yrityksen yhteiskuntavastuun merkitykseen ja haluaa olla keskeisenä sidosryhmänä lisäämässä yrityksen yhteiskuntavastuun toteutumista ja kehittämistä Suomessa myös tulevaisuudessa.</p>	
Asiasanat yrityksen yhteiskuntavastuu, isomorfismi, legitimaatio, ay-liike, sidosryhmä, liiketoimintajärjestelmä	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu	

KUVIOT

KUVIO 1 Suomen liiketoimintajärjestelmä (Fellman 2008, 217 mukaellen)..	26
KUVIO 2 Etiikan koulukuntia (Kujala & Kuvaja 2002)	30
KUVIO 3 Yritysetiikan ja toiminnan vastuullisuuden välinen suhde (Könnölä & Rinne 2001)	32
KUVIO 4 Yrityksen yhteiskuntavastuun sidosryhmiä (TT ry 2001)	35
KUVIO 5 Carrollin pyramidi (Carroll 1991, 42).....	36
KUVIO 6 Vastuullisen liiketoiminnan kolme pilaria (Lehtipuu & Monni 2007, 67 mukaellen)	38
KUVIO 7 Ay-liikkeen jäsenkehitys (Bergholm 2012)	54
KUVIO 8 Poimintoja ay-liikkeen aikaansaannoksista (URA 3-2012, 27; 29 mukaellen)	60
KUVIO 9 Teoriaviitekehys	63

TAULUKOT

TAULUKKO 1 Uuden institutionaalisen teorian ja kansallisen liiketoimintajärjestelmäteorian keskeisten tunnusmerkkien ja eroavuuksien vertailua (Tempel & Walgenbach 2007, 7)	24
TAULUKKO 2 Organisaatioita, joissa ay-liike on mukana kehittämässä yrityksen yhteiskuntavastuuta.	61

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Tutkielman tausta.....	7
1.2	Tutkielman tavoitteet, menetelmä ja rajaukset	9
1.3	Tutkimuksen kulku	10
1.4	Kansainvälinen tutkimushanke	11
2	INSTITUTIONAALINEN VIITEKEHYS.....	12
2.1	Uusi institutionalismi.....	13
2.1.1	Pakottava isomorfismi.....	14
2.1.2	Jäljittelevä isomorfismi.....	15
2.1.3	Normatiivinen isomorfismi	16
2.1.4	Legitimaatio.....	17
2.2	Kansallinen liiketoimintajärjestelmäteoria	20
2.3	Suomen liiketoimintajärjestelmä.....	25
3	YRITYKSEN YHTEISKUNTAVASTUU (CSR).....	29
3.1	Yritysetiikka.....	29
3.2	Sidosryhmäajattelu.....	32
3.3	Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite (CSR)	35
3.3.1	Yrityksen yhteiskuntavastuun lähikäsitteet	43
3.3.2	Yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvä kritiikki	44
3.4	Yrityksen yhteiskuntavastuun normit ja standardit.....	45
3.5	Yhteiskuntavastuun ideologiat.....	47
4	YRITYKSEN YHTEISKUNTAVASTUUN KEHITYS SUOMESSA	49
4.1	Yrityksen yhteiskuntavastuun kehitys.....	49
4.2	Ammattiyhdistysliike Suomessa.....	53
4.3	Yrityksen yhteiskuntavastuu ja ay-liike	58
5	YHTEENVETO TEORIAVIITEKEHYKSESTÄ	63
6	TUTKIMUSMENETELMÄ	66
6.1	Tutkimusaineisto.....	66
6.2	Aineiston analysointi.....	67
7	TUTKIMUSTULOKSET.....	69
7.1	Yrityksen yhteiskuntavastuun määrittely Suomessa	69
7.2	Yrityksen yhteiskuntavastuun määrittely ay-liikkeessä	70
7.3	Yleinen asennoituminen yrityksen yhteiskuntavastuuseen Suomessa	73
7.4	Ay-liikkeen asennoituminen yrityksen yhteiskuntavastuuseen ...	76
7.5	Yrityksen yhteiskuntavastuun soveltaminen yleisesti	79
7.6	Yrityksen yhteiskuntavastuun soveltaminen ay-liikkeessä	82
7.7	Yrityksen yhteiskuntavastuuta samankaltaistavat paineet yrityksissä.....	87

7.8	Yrityksen yhteiskuntavastuuta samankaltaistavat paineet ay- liikkeessä.....	96
7.9	Legitimaatioanalyysi.....	99
8	KESKUSTELU JA PÄÄTELMÄT.....	106
8.1	Yhteenveto tuloksista.....	106
8.2	Tuloksista keskustelu	113
8.2.1	Keskustelu yrityksen yhteiskuntavastuu -käsitteestä	113
8.2.2	Keskustelu asennoitumisesta yrityksen yhteiskuntavastuuseen.....	114
8.2.3	Keskustelu yrityksen yhteiskuntavastuun soveltamisesta ..	116
8.2.4	Keskustelu yrityksen yhteiskuntavastuuta samankaltaistavista paineista	118
8.2.5	Keskustelu legitimaatioanalyysistä	121
8.3	Päätelmät	122
8.4	Tutkimuksen luotettavuus ja rajoitteet.....	126
	LÄHTEET	129
	LIITTEET.....	142
	Liite 1: Haastattelututkimukseen osallistuneiden järjestöjen taustatiedot haastateltujen kertomana	142
	Liite 2: Haastattelukysymykset	144
	Liite 3: Haastatteluajankohdat.....	148

1 JOHDANTO

1.1 Tutkielman tausta

Eri sidosryhmät ja yhteiskunta kohdistavat tänä päivänä monenlaisia odotuksia ja vaatimuksia yritystoimintaa kohtaan (Heiskala 2006, 14–42). Perinteisesti yritysten on odotettu toimivan taloudellisesti mahdollisimman kannattavasti ja tuottavan voittoa omistajilleen sekä tarjoavan työtä mahdollisimman monelle ihmiselle. Näiden odotusten rinnalle on syntynyt vaatimuksia siitä, että näin toimiessaan yritysten olisi toimittava myös eettisesti vastuullisesti kuten läpinäkyvästi, rehellisesti ja oikeudenmukaisesti. (Epstein, 2010.) Kun vastuullisuus on arvo, jota käytetään toiminnan ohjenuorana, sekä yrityksen johto että henkilöstö kykenevät helpommin fokuoittumaan työssään sekä tekemään perusteltuja valintoja. Vastuullisuuden ei pidä toteutua vain sanoina ja järjestelminä, vaan sen pitää tulla ilmi henkilöstön ja johdon käytännön toiminnassa tekeminä valintoina ja tekoina sekä niihin liittyvinä arvolutautuneina pyrkimyksinä. Globalisaation myötä yhä useammat yritykset tiedostavat vaatimukset ja tajuavat, että vastuullinen toiminta on paitsi välttämätöntä, siitä on myös hyötyä (Freeman, Wicks & Parmar 2004). Yrityksiltä siis odotetaan yhteiskuntavastuullista toimintaa, jolla puolestaan on vaikutusta taloudelliseen menestykseen ja maineeseen (Siltaoja, 2010). Yritysten pitää lunastaa paikkansa eli olla oikeutettuja toimimaan ei ainoastaan tänään mutta myös tulevaisuudessa. Vastuullisesti toimiminen on tie paikan lunastamiseen.

Yrityksen yhteiskuntavastuulle ei ole tarjolla yksiselitteistä ja lyhyttä määritelmää. Ilmiön juuret löytyvät Yhdysvalloista, jossa yhteiskuntavastuuseen liittyvä tutkimus käynnistyi 1950 -luvulla liikemiesten sosiaalisen vastuun tutkimisesta. Tuolloin myös alettiin pohtia yrityksen ja ympäröivän yhteiskunnan välistä suhdetta. (Carroll, 1999.) Carroll (1991) esitti 1990-luvun alussa yhden tunnetuimmista yrityksen yhteiskuntavastuun malleista pyramidina, joka koostuu neljästä kerroksesta: taloudellinen, laillinen, eettinen ja hyväntekeväisyyden kerros. Taloudellinen vastuullisuus on hyödykkeiden valmistamista taloudellisesti kannattavasti. Laillinen vastuullisuus tarkoittaa sitä, että lakeja noudatetaan. Eettisessä vastuullisuudessa on kyse lain vaatimukset ylittävästä toiminnasta, ja filantrooppinen vastuullisuus tarkoittaa hyväntekeväisyyttä, josta päättää yrityksen johto tilannekohtaisesti. Oleellista Carrollin pyramidissa on se, että yrityksen tulee toimia vastuullisesti kaikilla eri tasoilla, jotta se voi väittää olevansa yhteiskuntavastuullisesti toimiva yritys.

Talouden globalisoituessa yrityksen yhteiskuntavastuun idea on levinnyt Yhdysvalloista Eurooppaan, kuten myös Suomeen. Pohjoisamerikkalaisen yritysvastuun piirteet ja sovellukset eivät kuitenkaan ole istuneet sellaisenaan suomalaisen yhteiskuntäkäsitykseen. Erityisesti filantrooppinen vastuullisuus yritystoiminnassa on vierasta, mihin vaikuttaa yhtenä tekijänä pohjoismaisen mallin mukainen laajaa hyvinvointia painottava yhteiskuntajärjestelmä (Lämsä 2007, 45). Yleisesti voidaan todeta, että yhteiskuntavastuu tulkitaan tavanomai-

sesti yritysten vapaaehtoisena vastuullisuutena, joka ylittää lainsäädännön määrittelemän tason. Lainsäädännöllä ja yhteiskunnallisilla sopimuksilla vastuullisuutta lisäävinä tekijöinä on kuitenkin pitkä historia, ja ne halutaan säilyttää edelleenkin yhteiskuntavastuuta koskevissa asioissa (Uimonen 2006).

Vaikka yrityksen yhteiskuntavastuuta on tutkittu ja siitä on kirjoitettu viime vuosina Suomessa eri näkökulmista (Juholin 2004, 2009; Kourula 2010; Kujala 2010; Lämsä, Vehkaperä, Puttonen & Pesonen 2008; Panapanaan, Linnanen, Karvonen & Phan 2003; Siltaoja 2010; Takala 2000a; Vehkaperä 2003) *ei aihetta ole tutkittu ammattiyhdistysliikkeen näkökulmasta juuri lainkaan – ei Suomessa eikä kansainvälisesti*. Yhteiskuntavastuuta koskevassa tutkimuksessa on tavanomaisesti kiinnitetty huomiota yrityksen ja keskeisten sidosryhmien kuten omistajien, sijoittajien, kuluttajien, kansalaisjärjestöjen (den Hond ja de Bakker 2007) ja paikallisten yhteisöjen väliseen suhteeseen. Mutta yksi olennainen yhteiskunnallinen toimija, ammattiyhdistysliike, ei ole ollut esillä näissä keskusteluissa. Tämä on yllättävää, koska *ammattiliittojen rooli on perinteisesti ollut puolustaa yhtä tärkeintä sidosryhmää eli työntekijöitä*.

Perustuen aiempiin pienimuotoisiin tutkimuksiin Euroopassa ammattiliitot vaikuttavat suhtautuvan melko skeptisesti yrityksen yhteiskuntavastuuseen, koska sen arvioidaan siirtävän valtaa yrityksen johdolle, joka puolestaan voi tehdä yksipuolisesti päätöksiä (Preuss, Hauschild & Matten 2006; 2009). Kyseisten tutkimusten tulokset antavat siis viitteitä siitä, että ammattiyhdistysliike saattaa kokea yrityksen yhteiskuntavastuun kilpailijaksi omalle toiminnalleen. Siitä, miten suomalaisessa ay-liikkeessä suhtaudutaan yrityksen yhteiskuntavastuuseen, ei ole tutkittua tietoa. Ammattiliitoilla on perinteisesti ollut vahva asema suomalaisessa järjestelmässä (Vitols 2010). Nykytilanteessa keskeistä on, *muodostuuko yleistyvistä yrityslähtöisestä yhteiskuntavastuun ajattelusta ja toimintamallista kilpailija ay-liikkeelle vai integroituvatko suomalaiset ammattijärjestöt yrityksen yhteiskuntavastuuta koskevaan keskusteluun ja toimintaan. Miten ay-liike on toiminut yhteiskuntavastuun osalta tähän mennessä?* Tämä tutkimushanke pureuu tähän problematiikkaan.

Richard Whitley (1999) loi käsitteen kansallinen liiketoimintajärjestelmä. Lähtökohtana oli havainto, jonka mukaan markkinatalous organisoituu eri puolilla maailmaa hyvin eri tavoin, ja on tärkeä ymmärtää talousjärjestelmän rakenne, jotta voi ymmärtää yrityksen yhteiskuntavastuun kehittymisen kyseisessä maassa (Matten & Moon 2008, 406). Markkinoiden toimintaa, toimivuutta sekä niiden erityispiirteitä tarkastellaan pääasiassa yritysten ja sidosryhmien välisten suhteiden näkökulmasta. Tästä lähtökohdasta Suomen liiketoimintajärjestelmä on varsin luonnollinen ja tärkeä lähtökohta yrityksen yhteiskuntavastuun tutkimiselle ay-liikkeen näkökulmasta. Whitleyn teoria luo taustan ymmärtää yhteiskuntavastuuta suomalaisessa kontekstissa. Suomen liiketoimintajärjestelmä on muuttunut viimeisen 20 vuoden aikana Whitleyn (1999) jaottelun mukaan yhteistoimintapohjaisesta järjestelmästä lohkoutuneen järjestelmän suuntaan. Eri maiden talousjärjestelmät saattavat olla hyvinkin erilaisia keskenään ja silti menestyä. Kapitalismin variaatiot (varieties of capitalism) - tutkimussuunnan (Hall & Soskice 2001) mukaan kehittyneet kapitalistiset maat tyypitellään koordinoituiksi (CME) ja liberaaleiksi (LME) markkinatalouksiksi.

Suomen nähdään kehittyneen koordinoituna markkinataloudesta liberaalimpaan suuntaan kohti tieto- ja osaamisyhteiskuntaa, jolla on edelleen koordinoitun järjestelmän piirteitä (Oinas 2005; Lilja, Laurila, Lovio & Jääskeläinen 2009).

Taustaoletuksena voidaan todeta, että on olemassa näyttöä siitä, että erilaisilla talousjärjestelmillä esimerkiksi USA:ssa ja Euroopassa on vaikutusta siihen, miten niissä maissa suhtaudutaan yrityksen yhteiskuntavastuuseen. Suhtautuminen vaihtelee maittain ja näyttäisi olevan Euroopassa enemmän epäilyvä eli implisiittistä ja USA:ssa enemmän näkyväksi tehtyä eli eksplisiittistä. Implisiittinen yhteiskuntavastuu on toimintaa, joka on harvemmin näkyväksi kirjoitettua ja perustuu käytännön arvoihin, normeihin ja sopimuksiin, kun taas eksplisiittinen yhteiskuntavastuu näkyy erilaisten arvo julistusten, julkisten vastuullisuustekojen ja -ohjelmien kautta. (Matten & Moon 2008.)

Yrityksen yhteiskuntavastuu määritellään Euroopan komission määritelmän (2006) mukaisesti taloudelliseksi, sosiaalisesti ja ympäristölliseksi vastuuksi. Tämän tutkimuksen teon aikana Euroopan komissio on (2011) julkistanut uuden laajemman yrityksen yhteiskuntavastuumääritelmän, jonka mukaan yrityksen yhteiskuntavastuu on yrityksen vastuuta vaikutuksestaan laajasti ympäristöönsä ja yhteiskuntaan. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan yrityksen yhteiskuntavastuuta kolmijaon, taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen, kautta. Yhteiskuntavastuun eri tasoja havainnollistetaan tässä opinnäytetyössä yhteiskuntavastuun ideologioiden avulla (Takala 2000a). Ideologiat ovat omistajalähtöinen, sidosryhmälähtöinen ja laajan vastuun näkökulma. Tässä työssä keskitytään tarkastelemaan yrityksen yhteiskuntavastuuta sidosryhmälähtöisesti, koska ay-liike yhtenä yritysten tärkeänä sidosryhmänä on vaikuttamassa siihen, miten yrityksen yhteiskuntavastuu Suomessa ymmärretään.

1.2 Tutkielman tavoitteet, menetelmä ja rajaukset

Tässä tutkimushankkeessa selvitetään yrityksen yhteiskuntavastuuta (corporate social responsibility CSR) suomalaisen ammattiyhdistysliikkeen näkökulmasta. Sitä tarkastellaan viidestä näkökulmasta: yrityksen yhteiskuntavastuun määrittely, siihen asennoituminen ja sen soveltaminen, toiminnan samankaltaistuminen ja paineet sekä legitimaatio. Tavoitteena on suorittaa empiirinen laadullinen tutkimus, jossa vastataan seuraaviin kysymyksiin:

Yrityksen yhteiskuntavastuun määrittely

1. Miten yrityksen yhteiskuntavastuu ymmärretään yleensä Suomessa ja ammattiyhdistysliikkeessä ammattiyhdistysliikkeen edustajien mielestä?

Asennoituminen yrityksen yhteiskuntavastuuseen

2. Miten yrityksen yhteiskuntavastuuseen asennoitutaan yleensä Suomessa ja ammattiyhdistysliikkeessä ammattiyhdistysliikkeen edustajien mielestä?

Yrityksen yhteiskuntavastuun soveltaminen

3. Miten yrityksen yhteiskuntavastuuta sovelletaan yleensä Suomessa ja ammattiyhdistysliikkeessä ammattiyhdistysliikkeen edustajien mielestä?

Paineet ja toiminnan samankaltaistuminen ay-liikkeen organisaatiokentässä

4. Millaiset paineet samankaltaistavat yhteiskuntavastuuta yrityksissä ammattiyhdistysliikkeen mielestä ja millaiset paineet samankaltaistavat ammattiyhdistysliikkeen toimintaa suhteessa yritysten yhteiskuntavastuuseen?

Yrityksen yhteiskuntavastuun moraalinen legitimitetti

5. Pitääkö ay-liike yrityksen yhteiskuntavastuuta moraalisesti legitimiinä organisatorisena käytäntönä?

Tämä tutkimus on osa ay-liikkeelle suunnattua kansainvälistä tutkimushanketta, johon osallistuu 12 Euroopan maata yhtäaikaaisesti. Hanketta koordinoidaan Lontoon yliopistosta (University of London, Royal Holloway). Tämä pro gradu -tutkimus on oma kokonaisuutensa, jossa ei tehdä vertailua maiden välillä, vaan keskitytään Suomeen. Lisäksi aihe on rajattu koskemaan ainoastaan muutamaa teemaa kansainvälisestä hankkeesta.

Tutkimus on laadullinen tutkimus, joka toteutetaan tapaustutkimuksena. Tapaukset koostuvat ammattijärjestöistä, jotka ovat kolme ammatillista keskusjärjestöä Akava, SAK, STTK sekä niiden jäsenliitoista: Tekniikan Akateemisten liitto, Julkisten ja Hyvinvointialojen Liitto JHL, Suomen Metallityöväenliitto, Sähköalojen ammattiliitto, Toimihenkilöjärjestö Pro ja Suomen Konepäällystöliitto. Kustakin liitosta haastatellaan henkilökohtaisesti yhteiskuntavastuun näkökulmasta keskeisissä tehtävissä toimivia henkilöitä. Lisäksi aineistoon kuuluu ammattiyhdistysliikkeen kanssa läheisesti yhteistyötä tekevä Suomen Solidaarisuuskeskus SASK, josta haastatellaan yksi henkilö. Haastateltavia on yhteensä 10 henkilöä. Kyseessä on puolistrukturoitu teemahaastattelu, jossa kaikille esitetään samansisältöiset kysymykset, joihin he vastaavat omin sanoin (Eskola & Suoranta 2000). Aineisto on pääosin kerätty talven 2011 ja kevään 2012 aikana.

1.3 Tutkimuksen kulku

Tutkimus etenee niin, että johdannon jälkeen luvussa kaksi pureudutaan institutionaaliseen viitekehykseen, jonka tarkastelu aloitetaan uuden institutionalismin (DiMaggio & Powell 1983) esittelyllä keskittyen isomorfismiin ja legitimaatioteoriaan. Sen jälkeen esitellään kansallinen liiketoimintajärjestelmäteoria (Whitley 1999), jonka pohjalta luodaan katsaus Suomen liiketoimintajärjestelmään ja sen erityispiirteisiin. Luvussa kolme yrityksen yhteiskuntavastuuta kokonaisuutena lähestytään yritysetiikan, sidosryhmäajattelun, yrityksen yhteiskuntavastuukäsitteen ja sen lähikäsitteiden, yrityksen yhteiskuntavastuun normien ja standardien sekä yhteiskuntavastuun ideologioiden kautta. Luvussa neljä käydään läpi yrityksen yhteiskuntavastuun kehityshistoriaa Suomessa.

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan yrityksen yhteiskuntavastuuta ay-liikkeen näkökulmasta. Ay-liikkeen yhteiskuntavastuuseen liittyvien näkökulmien ymmärryksen laajentamiseksi, on koettu tarpeelliseksi myös tarkastella ay-liikkeen kehityshistoriaa. Luku neljä päättyy ay-liikkeen ja yrityksen yhteiskuntavastuun välisen suhteen tarkasteluun. Teoriaviitekehyksen yhteenveto käydään läpi luvussa viisi. Tutkimusmenetelmää esitellään luvussa kuusi. Tutkimustulokset esitellään eriteltyinä yleiseen ja ay-liikkeen näkemyksiin sekä niiden vertailuun luvussa seitsemän. Luku kahdeksan on keskustelun ja päätelmien luku. Siinä esitetään ensin yhteenveto tuloksista, sitten käydään keskustelua tutkimustulosten ja teoriaviitekehyksen välillä, mistä päädytään yhteenvedon kautta päätelmiin. Tutkimuksen luotettavuutta ja rajoitteita pohditaan työn lopussa.

1.4 Kansainvälinen tutkimushanke

Tämä tutkimus liittyy ay-liikkeelle suunnattuun 12 maan yhtäaikaiseen laadulliseen haastattelututkimukseen, jota koordinoidaan keskitetysti Lontoon yliopistossa (University of London, The Royal Holloway). Tutkimukseen osallistuneet maat ovat

- Belgia
- Iso-Britannia
- Puola
- Ruotsi
- Slovenia
- Unkari
- Espanja
- Liettua
- Ranska
- Saksa
- Suomi
- Venäjä.

Yhteistutkimuksessa tutkittiin sitä, miten ay-liike Suomessa ymmärtää yrityksen yhteiskuntavastuun ja asennoituu siihen sekä soveltaa sitä toiminnassaan. Analysoitu aineisto on toimitettu kansainvälistä tutkimushanketta koordinoivaan Lontoon Yliopistoon. Tavoitteena on, että hankkeesta syntyy kirja, jossa eri maiden tilanteet esitellään.

2 INSTITUTIONAALINEN VIITEKEHYS

Merkittävänä teoreettisen viitekehityksen osana tässä tutkimuksessa toimii institutionalismi ja tarkemmin vielä uusi institutionalismi. DiMaggion ja Powellin (1991) sekä Selznickin (1996) mukaan institutionaalinen organisaatioteoria on kehittynyt vaiheittain. On jossain määrin hankala vetää rajaa sille, milloin on siirrytty vanhasta institutionalismista uuteen institutionalismiin (Scott 2008, 26). Käsitteet ja niiden alakäsitteet ovat muodostuneet eri tieteenaloilla ja eri aikoina sekä osittain sekoittuneet keskenään. Institutionalismien juuret ulottuvat 1800-luvulle, aikaan, jolloin Euroopassa vaikutti esimerkiksi kuuluisa sosiologi Max Weber. Institutionalismilla voidaan siis ajatella olevan lähtökohdat sosiologiasa, vaikkakin siinä voitiin nähdä jo tuolloin myös taloudellisia ja poliittisiä näkökulmia. (Peters 1999, 26–28.) Institutionaalisia rakenteita esittelevänä klassikkona voidaan pitää unkarilaisen taloustieteilijän Karl Polanyin kirjaa *Suuri Murros* (2009), jossa Polanyi analysoi sekä kansallisten että kansainvälisten poliittisten ja taloudellisten tekijöiden muodostamaa kokonaisuutta. Englannissa 1800-luvun alkupuolella alkanut murros muutti maailmaa ja vaikuttaa edelleen. Kaupankäynti, raha ja markkinat tulivat vähitellen keskeisiksi kaikkien elämään vaikuttaviksi tekijöiksi, kun kauppiaat seurasivat pappeja ja sotilaita vallan keskiössä. Polanyin (2009, 134–136) mukaan markkinayhteiskunnassa keskeiset instituutiot ovat työ, maa ja raha. Työllä hän tarkoitti ihmistä, maalla luontoa, sitä ympäristöä, jonka osa yhteiskunta on, ja raha symboloi ostovoimaa. Työ, maa ja raha muodostivat kuvitteellisesti markkinat, joissa ostettiin ja myytiin, kuten markkinataloudessa toimitaan. Markkinavoimien vastapainoksi tarvittiin yhteiskunnan itsesuojelumekanismi eli yhteiskunnan oli suojeltava itseään markkinoilta. Tarvittiin työ- ja sosiaalilainsäädäntöä. (Polanyi 2009, 224.) Englannista alkaneen teollisen vallankumouksen – suuren murroksen – seurauksena muun muassa ammattiyhdistysliike sai alkunsa.

Mitä tarkoittavat käsitteet instituutio ja institutionalisoituminen? Eri tieteenalat määrittelevät ne vähän eri tavoin. Esimerkiksi taloustieteissä erään laajan tulkinnan mukaan instituutio voidaan nähdä ohjekoosteena, jota ihmiset ja organisaatiot käyttävät eri tilanteissa, ja näin toiminta muotoutuu toistuvaksi ja jäsennellyksi. Ohjekoosteista päätetään kollektiivisesti ja ne voivat olla lakeja, normeja tai sisäisiä pelisääntöjä erilaisia ja eri tilanteisiin sopivia. (Ostrom 2005, 3–6.) Sosiologian tieteenhaaraan kuuluvan organisaatiotutkimuksen kentässä korostetaan sitä, että toimijat – ihmiset ja organisaatiot – muovaavat instituutioita. Institutionalisoituminen puolestaan voidaan nähdä sosiaalisena prosessina, jonka mukana syntyy uusi yhteinen jaettu näkemys sosiaalisesta todellisuudesta. Oleellista on se, että yksilöt aidosti hyväksyvät näkemyksen ja täten sitoutuvat siihen (Scott 2008). Erityisesti yhteisön arvojen sisäistämisen seurauksena tapahtuu sitoutumista (DiMaggio & Powell 1991, 13–15).

Opinnäytetyössä keskitytään organisaatioteorian horisontista tarkastelemaan institutionalismia kahden keskeisen teorian eli uuden institutionaalisuusteorian ja kansallinen liiketoimintajärjestelmäteorian kautta. Molempien teorioi-

ta tarvitaan tässä tutkimuksessa, Uusi institutionalismi mahdollistaa tarkastella isomorfisia toimintaa samankaltaistavia paineita ja yrityksen yhteiskuntavastuun legitimaatiota. Kansallinen liiketoimintajärjestelmäteorian avulla kuvataan suomalaisen talousjärjestelmän piirteitä ja kehitystä ja luodaan pohjaa ymmärtää suomalaisen liiketoimintajärjestelmän keskeisen toimijan eli ay-liikkeen näkemyksiä yrityksen yhteiskuntavastuusta. Yhteistä teorioille on näkemys siitä, että organisaatiot mukautuvat rakenteelliseen ympäristöönsä (Tempel & Walgenbach 2007). Lisäksi sivutaan lyhyesti yritysten näkökulmasta talousjärjestelmää tarkastelevaa kapitalismin variaatiot -teoriaa (Hall & Soskice 2001), koska tässä työssä tullaan analysoimaan yritysten suhdetta yrityksen yhteiskuntavastuuseen ay-liikkeen näkökulmasta.

2.1 Uusi institutionalismi

Sosiologit John Meyer, Brian Rowan, Richard Scott ja Lynne Zucker määrittivät ensimmäisten joukossa uuden institutionalismin käsitteen (Powell, 2007,1). Uuden institutionalistisen koulukunnan kasvu on ollut huimaa, ja uusi institutionalismi on saanut paljon uusia käsitteitä ja alamääritelmiä. Sopeutumista ympäristön instituutioihin tavoitellaan tuen ja legitimaation saamiseksi. DiMaggion ja Powellin (1983, 147) sekä Meyerin ja Rowanin (1977, 352) mukaan institutionalisoituminen johtaa organisaatioiden samankaltaistumiseen eli isomorfismiin.

Uusi institutionaalisuusteoria tarkastelee siis organisaatioiden samankaltaistumista, jossa DiMaggion ja Powellin (1983) mukaan on kyse eräänlaisesta yhtenäistymisestä. Organisaatioiden selviytyminen riippuu vahvasti siitä, miten hyvin ne pystyvät sopeutumaan organisaatiokenttäänsä. Kilpailu on osa samankaltaistumista. Organisaatiot kilpailevat asiakkaiden ja resurssien lisäksi myös poliittisesti vallasta, olemassaolonsa oikeutuksesta sekä yhteiskunnallisesta ja taloudellisesta elinkelpoisuudesta. DiMaggio ja Powell (1983, 147) toteavat organisaatioiden muuttuvan yhä homogeenisemmiksi ja samankaltaistuvan rakenteeltaan, kulttuuriltaan ja tuotoksiltaan. Organisaatiot perustelevat muutosta usein toiminnan tehostamistarpeella, mutta todellisuudessa samankaltaistava toiminta lisääntyy samassa organisaatiokentässä toimivien organisaatioiden kanssa. Ne organisaatiot, jotka ensimmäisinä onnistuvat lisäämään tehokkuuttaan, useimmiten onnistuvat myös kilpailuedun saavuttamisessa. Sen jälkeen kilpailevat organisaatiot yleensä mukauttavat ja muuttavat toimintansa samansuuntaiseksi. Tehtyjen muutosten seurauksia ei niinkään mietitä. (DiMaggio & Powell 1983, 148–149.)

Miten organisaatiokentät muodostuvat? Jotta ne voivat olla olemassa, ne pitää määrittellä. Määrittelyn neljä osaa ovat kentän organisaatioiden välisen vuorovaikutuksen lisääntyminen, organisaatioiden välisten valtarakenteiden ja yhteenliittymien kehittyminen, lisääntynyt tietoisuus keskenään kilpailevista organisaatioista sekä yhteinen tietoisuus siitä, että kyse on kentällä toimivien organisaatioiden yhteisistä toiminnoista. (DiMaggio 1982, 33–50.) DiMaggion ja Powellin (1983, 149–150) mukaan isomorfismi jaetaan kilpailulliseen ja insti-

tutionaaliseen isomorfismiin. Kilpailullista isomorfismia esiintyy avoimen kilpailun mahdollistavassa organisaatiokentässä, kun yritykset kilpailevat asiakkaista ja resursseista. Institutionaaliossa isomorfismissa ulkopuolinen ympäristö ohjaa toimijoita sopeutumaan ympäristön vaatimuksiin. (DiMaggio & Powell 1983, 149.) Mitä riippuvaisempi organisaatio on muista tai mitä epävarmemmalta sen tulevaisuus näyttää, sitä odotetumpaa on samankaltaistava muutos. Seurauksena on, että organisaation ominaisuudet kehittyvät ympäristön kanssa yhteensopivampaan suuntaan. Samankaltaistumisen tuoma olemassaolon oikeutus eli legitimitteetti tuo usein vakautta epävarmuuden keskelle. Samankaltaistava muutos voi tapahtua kolmen päämekanismin avulla, joita ovat pakottava (coercive), jäljittelevä (mimetic) ja normatiivinen (normatic) samankaltaistumisenpaine (DiMaggio & Powell 1983, 150).

2.1.1 Pakottava isomorfismi

Pakottavan (coercive) samankaltaistumisen taustalla ovat riippuvuus sekä yhteiskunnan luomat ja muut kulttuuriset odotukset. Samankaltaistuminen on seurausta organisaatioon kohdistuvasta muodollisesta tai epämuodollisesta paineesta. Se kohdistuu joko muista organisaatioista ja instituutioista, joista se on riippuvainen, tai kulttuurisidonnaisista odotuksista, joita on tuettu sanktioin. Paine voi näkyä esimerkiksi voimankäyttönä tai suostutteluna. Katse kiinnittyy siihen, miten organisaatiot noudattavat lakeja tai määräyksiä ja niitä velvoittavia sopimuksia. Usein monikansalliset yritykset määräävät, miten tytäryhtiöiden tulee raportoida. Isot konsernit standardoivat kriteereitään, raportointiaan ja toimintatapojaan, jotka esitetään tytäryrityksille pakotettuina toimintatapoina. (DiMaggio & Powell 1983, 150–151.) Lawrencen (1999) mukaan organisaatiot selviävät pakottavista paineista eri tavoin. Vahvasti linkittyneiden organisaatioiden on havaittu kokevan pakottavat paineet vähäisempinä.

DiMaggion ja Powellin (1983) mukaan organisaatiot pyrkivät toimimaan rationaalisesti, ja niiden rakenteet alkavat muistuttaa yhä enemmän toisiaan eli ne samankaltaistuvat. Julkisuudessa on esitetty viitteitä siitä, että ay-liikkeen puhetapa olisi muuttunut Suomen talousjärjestelmän muutosten vuoksi. Väitteen mukaan ay-liike on omaksunut työnantajapuolen kilpailukykyyn ja tuottavuuteen tähtäävän puhettavan varmistukseen keskusteluyhteyden säilymisen työnantajan kanssa. (Ruostetsaari 2013.) Työntekijöitä edustavat ammattiliitot ovat omaksuneet Ruostetsaaren mukaan kilpailukykyyn tähtäävän kielen, jota on aiemmin totuttu kuulemaan työnantajan suusta.

Yhä enemmän alkaa olla esimerkkejä siitä, että sidosryhmät vaikuttavat yhä vahvemmin yritysten päätöksentekoon. Merkittävä suomalaisen ay-liikkeen aikaansaannos, joka on syntynyt ainakin osittain pakottavan paineen seurauksena, on työttömyyskassajärjestelmä. Se on mahdollistanut suomalaisille palkansaajille ansiosidonnaisen työttömyyspäivärahan vuodesta 1986 (Kauppinen 2005).

2.1.2 Jäljittelevä isomorfismi

Jäljittelevä (mimetic) samankaltaistuminen ja siihen liittyvät paineet liittyvät usein käyttäytymisen kognitiiviseen ja sosiaaliseen puoleen ja ovat melko usein seurausta epävarmuudesta. Organisaation hyvin korkealle asetetut tavoitteet tai toimintaympäristössä epävarmuutta aiheuttavat tekijät voivat luoda paineita yhdenmukaistaa toimintaa toimialan menestyjien toiminnan mukaiseksi. Organisaatiot ottavat mallia menestyviksi arvioimiensa organisaatioiden toimintamalleista, vaikka niiden todellisesta hyödyllisyydestä ei olisikaan täsmällistä tietoa. (DiMaggio & Powell 1983.) Niin sanottujen parhaiden käytäntöjen (best practices) uskotaan vaikuttavan positiivisesti menestykseen (Matten & Moon 2008, 412). Yleisesti toimintatavat leviävätkin tahattomasti esimerkiksi työntekijöiden liikkuvuuden kautta tai tietoisesti konsulttiyritysten välityksellä. Huomionarvoista on myös se, että organisaation paine tuottaa muiden samalla organisaatiokentällä toimivien organisaatioiden kaltaisia tuotteita ja palveluita, kun työntekijöiden tai asiakkaiden määrä kasvaa. Organisaatiot pyrkivät uusiin ratkaisuihin organisaation kasvaessa, mutta melko usein päädytään kuitenkin rakentamaan vanhan pohjalle, ja johtajat keskittyvät etsimään mallinnettavia organisaatorakenteita. (DiMaggio & Powell 1983, 151–152.)

Glynn ja Abzug (2002, 267–277) puhuvat symbolisesta samankaltaistumisesta, jolla he tarkoittavat samalla organisaatiokentällä toimivien organisaatioiden symbolien, esimerkiksi nimien samankaltaistumista jäljittelevän paineen vaikutuksesta. Glynnin ja Abzugin (2002) tutkimuksissa havaittiin, että nimeä vaihtaessaan organisaatio todennäköisesti valitsee sellaisen nimen, joka muistuttaa muiden toimijoiden nimiä ja soveltuu institutionaaliseen ympäristöön. Myös Meyer ja Rowan (1977) ovat painottaneet käytettävän sanaston merkitystä. Viestittäessä organisaation liiketoiminnan luonteesta keskeisille sidosryhmille samankaltaisilla nimillä on organisaation toimintaa oikeuttava vaikutus.

Suomalaisen ammattiyhdistysliikkeen sisällä on havaittavissa jäljittelevää isomorfismia. Ammattiliitoilla on melko samansisältöisiä jäsenistölle suunnattuja jäsenetuja. Monet liitot tarjoavat työsuhdeneuvontaa, urapalveluita, vapaaajan ryhmävakuutuksia ja vuokrattavia vapaa-ajanasuntoja. (Akavan; SAK:n ja STTK:n jäsenedut 2013.) Toinen esimerkki koskee ay-liikettä lähellä olevan sosiaalidemokraattisen puolueen lehden nimenmuutosta. Lehti on 11 vuotta ollut nimellä Uutispäivä Demari, kunnes vuoden 2013 alussa muutti nimekseen Demokraatti. Nimenmuutoksen taustalla on aistittavissa jäljittelevää painetta. Demokraatin päätoimittaja (Demokraatti 2013) perusteli nimenmuutosta seuraavasti.

Tässä ajassa tarvitaan aatetta ja arvoja. Arvopohjaisena uusi nimi on vahvasti aatteellinen. Demokraatin kantasana on demokratia, joka on keskeinen sosiaalidemokraattinen arvo. 11 vuotta käytössä ollut Uutispäivä Demari ei missään vaiheessa kunnolla vakiintunut lehden nimeksi. Nuorempi väki puhui uutispäivästä, vanhemmat demarista, ja välimuotoja oli paljon. Muussa mediassa ja yhteyksissä, joissa lehdistä yleensä käytetään niiden virallista nimeä, Uutispäivä Demarin nimi esiintyi usein väärin. Demokraatin nimivalinnassa painavin kriteeri oli, että uuden nimen on säilytettävä lehden vahvin brändi: demari.

2.1.3 Normatiivinen isomorfismi

Normatiivinen (normative) isomorfismi liittyy organisaatioiden toimijoiden professionaaliseen perustaan, johon vaikuttavat koulutus, ammattiryhmässä vakiintuneet käytännöt ja tietoperusta, ammatilliset verkostot ja sosiaaliset suhteet sekä alalla muotoutuneet arvostukset. Yksilöt haluavat kehittää itseään ja tulla tunnustetuksi oman alansa ammattilaisena. Kun organisaatiot rekrytoivat uusia henkilöitä, usein palkataan samalla toimialalla toisissa organisaatioissa työskenteleviä alan ammattilaisia. Tietopääoma kiertää organisaatiosta toiseen. Tietyn ammattikunnan jäseniä yhdistää yhteinen koulutus ja ammatillinen osaaminen, mikä yleensä johtaa maailmankatsomuksen jonkinasteiseen samankaltaistumiseen. Monet ammattilaiset haluavat muodostaa verkostoja vahvistaakseen osaamispääomaansa ja toimia niissä usein yli organisaatorajojen. He jakavat kokemuksiaan ja omaksuvat toisiltaan samankaltaistavia toimintamalleja. (DiMaggio & Powell 1983, 152.) DiMaggio ja Powell (1983), Lawrence (1999) sekä Meyer ja Rowan (1977) korostavat, että ammatillisten järjestöjen toiminta muodollisen koulutuksen lisäksi aiheuttaa normatiivisia paineita. Ammattijärjestöt osallistuvat liiketoimintaan liittyvien normien ja käyttäytymistapojen määrittämiseen. Ammatillisissa verkostoissa myös leviävät nopeasti erilaiset normit ja käyttäytymistavat. Yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyviä normeja ja standardeja on käsitelty erikseen luvussa 3.4. Myös Greenwood, Suddaby ja Hinings (2002) väittävät, että voimakkaasti institutionalisoituneilla organisaatiokentillä ammattijärjestöillä sekä vastaavilla yhteenliittymillä on hyvin olennainen rooli yhteisten merkitysten luomisessa ja uudelleenmäärittämisessä. Ay-liikkeen yrityksiin kohdistaman normatiivisen isomorfismin seurauksena monissa suuryrityksissä, jotka toimivat useissa Euroopan maissa, on tänä päivänä yritysneuvosto.

Greenwood ym. (2002, 73) kuitenkin väittävät, että ammatilliset järjestöt eivät ole kovin halukkaita muuttamaan toimintaansa, vaan haluavat pitää kiinni vallitsevista käytännöistä. Myös Suomessa ay-liikettä on vaadittu rakenteellisesti uudistumaan esimerkiksi vahvistamalla liittojen keskinäistä yhteistyötä (Helin, 2012). Voidaan myös todeta, että ay-liike on toiminut perustamisestaan saakka pitkään samalla organisaatiokentällä Suomessa. Se, tuleeko esimerkiksi edunvalvonnan kansainvälistyminen muuttamaan ay-liikkeen organisaatiokenttää ja ay-liikkeen rakennetta, jää nähtäväksi.

Ammatti- ja kauppajärjestöissä jäsenistö saattaa kokea ennakoivaa normatiivista painetta. Delmas (2002) on havainnut, että kyseisillä aloilla jäsenkunta kokee suurempia paineita, mikä puolestaan näkyy ennakoivana toimintana esimerkiksi normien ennenaikaisena soveltamisena.

DiMaggio ja Powell (1983) kuitenkin muistuttavat jaottelun pakottavaan, jäljittelevään ja normatiiviseen isomorfismiin olevan analyttinen. Institutionalismin variaatiot eivät ole aina selvästi toisistaan erotettavissa. Siitä, parantaako institutionaalinen isomorfismi organisaatioiden tehokkuutta, ei ole varmuutta (Zucker 1977). Todettakoon lisäksi, että DiMaggio ja Powell (1983, 153) toteavat, että kolmannella sektorilla, jossa ei esiinny samanlaista kilpailua kuin avoimella

sektorilla, isomorfismi saattaa edetä vieläkin nopeammin. Organisaatiot voittoa tuottamattomalla sektorilla kommunikoiivat vapaammin, ja niillä on laajat yhteistyöverkostot.

Eräs olennainen kysymys, jonka DiMaggio ja Powell (1983) esittävät, on, miksi organisaatiot ovat niin samanlaisia. Heidän mukaansa niillä on tarve haakea sosiaalista oikeutusta toiminnalleen eli legitimizeettia ympäröivästä yhteiskunnasta. Seuraavaksi keskitytään tutkimaan, mistä legitimaatiossa on kyse.

2.1.4 Legitimaatio

Legitimaatioon liittyvät käsitteet ovat vieraskielistä alkuperää, ja niiden kielellinen taivuttaminen vaikuttaa hankalalta, joten ensimmäiseksi on tarpeen hie-man avata käsitteitä. Siltaoja (2011, 287) määrittelee käsitteen seuraavasti.

Organisaatiolla saattaa olla legitimiys eli hyväksyttävyyys toimia (~legitimacy), sitä voidaan pitää legitimiinä eli hyväksyttynä ja oikeutettuna (~legitimize) ja organisaa-tiollisia käytänteitä voidaan legitimoita (~legitimizing).

Siltaojan (2010, 60) mukaan legitimizeetti syntyy prosessin seurauksena. Suchman (1995, 574) puolestaan määrittelee legitimizeetin seuraavasti.

Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs and definitions.

Legitimaatio kuvataan yleisesti prosessiksi, jossa organisaatio oikeuttaa olemas-saoloaan ympäröivälle yhteiskunnalle ja omille sidosryhmilleen (Dowling & Pfeffer 1975; Suchman 1995; Mizruchi & Fein, 1999).

Institutionaalisen organisaatioteorian ensisijainen oletus on, että organi-saatioiden on vakuutettava sidosryhmänsä siitä, että ne ovat oikeutettuja koko-naisuuksia (Meyer & Rowan 1977). Vain mukautumalla institutionaalsiin odo-tuksiin organisaatiot voivat saavuttaa toiminnalleen oikeutusta. Organisaatioil-le asetetut odotukset eivät ole pysyviä, vaan ne muuttuvat yhteiskunnallisten muutosten seurauksena. (Suchman 1995.) Ahmadjian ja Robinson (2001) huo-mauttavat, että organisaatio, jonka toiminta perustuu institutionaalisesti määri-teltyyn tapaan, saavuttaa luultavimmin legitimoitumman aseman sidosryhmi-ensä keskuudessa, kuin organisaatio, joka ei hyväksy tai sopeudu organisaa-tiokentän vakiintuneisiin käytäntöihin. Heikko legitimizeetti heikentää organi-saation menestymistä toiminnassaan. (Palazzo & Scherer 2006; Suchman 1995.) Vaikuttaa siltä, että legitimiuden menetys on monille yrityksille todelli-nen uhkatekijä. Yritystoiminta vaikeutuu merkittävästi, jos sidosryhmien luot-tamus yrityksen kykyyn noudattaa sosiaalisia sääntöjä horjuu. (Palazzo & Scherer 2006.)

Mark Suchman (1995) keskittyy legitimaatiotarkastelussa siihen, ovatko organisaatiot tai niiden käytännöt hyväksytyjä. Hän puhuu organisatorisesta legitimizeetistä ja jakaa sen strategiseen ja institutionaaliseen legitimizeettiin.

Strategisen legitimizeetin Suchman (1995) näkee välineenä tavoitteiden saavuttamiseen. Tarkastelun kohteena ovat yksittäiset yritykset. Niiden johdol-

la on merkittävä rooli, ja siltä odotetaan toimia legitimiuden saavuttamisessa ja ylläpidossa. Institutionaalista legitimitetistä Suchman (1995, 576) toteaa, että legitimoitumisessa on itse asiassa kyse institutionalisoitumisesta. Instituution ja institutionalisoitumisen käsitteitä tässä opinnäytetyössä aiemmin määriteltäessä sivuttiin tätä ilmiötä, kun todettiin, että instituutio syntyy legitimaation seurauksena. Institutionaalisen legitimitetin syntyyn vaikuttavat keskeisesti organisaation ulkopuoliset toimijat, eli sidosryhmät. Organisaation legitimitetti muokkautuu siis myös organisaation ulkopuolella. Tällöin legitimaation tarkastelun kohteena ovat kokonaiset toimialat. (Suchman 1995.)

Legitiimiyden Suchman (1995) määrittelee myös kolmijaon pragmaattinen, kognitiivinen ja moraalinen kautta. Ensisijainen ajatus pragmaattisessa legitimitetissä on se, että sidosryhmät oikeuttavat yrityksen toiminnan, mikäli ne hyötyvät itse. Kognitiivinen legitimitetti perustuu yrityksen vahvaan asemaan sosiaalisessa ympäristössään. Yrityksen olemassaolo on itsestään selvää, eikä sitä kyseenalaisteta. (Suchman 1995, 572.) Kun sidosryhmät arvioivat organisaation tai yrityksen olemassaolon oikeutusta eettisten normiensa kautta tai sen mukaan, miten organisaatio toimii itse määrittelemiensä eettisten normien tai pelisääntöjen mukaan, kyse on moraalista legitimitetistä (Suchman 1995, 579). Kun on siirrytty teollisesta yhteiskunnasta jälkiteolliseen yhteiskuntaan, kognitiivinen, itsestään selvyytenä pidetty legitimiys on heikentynyt ja pragmaattinen lobbaamiseen ja brandin rakentamiseen pohjautuva legitimiys on alkanut herättää vastarintaa. Moraalisesta legitimiudesta on tullut tärkein sosiaalisen hyväksynnän mittari. (Palazzo & Scherer 2006, 71; 78.)

Tässä työssä tarkastellaan yrityksen yhteiskuntavastuun legitimaatiota yhden merkittävän yrityksen sidosryhmän ammattiyhdistysliikkeen näkökulmasta. Ammattiyhdistysliike luokitellaan Suomessa kolmannen sektorin toimijaksi. Slim (2002) muistuttaa, että kolmannen sektorin organisaatioiden legitimitetti perustuu laillisuuden lisäksi merkittävässä määrin moraliin. Myös Suchman (1995) painottaa moraalista merkitystä legitimitetin synnyssä. Hänen mukaansa moraalinen legitimitetti perustuu sidosryhmien päätelmiin organisaatioiden toiminnan oikeellisuudesta. Taustalla ovat yhteiset arvot. Moraalinen legitimitetti voi perustua ei-kaupallisissa organisaatioissa vaikuttavuuden, vastuullisten prosessien tai johtajien ominaisuuksien arviointiin. (Suchman 1995, 577–585.) Slim väittää, että kolmannen sektorin legitimitetti perustuu enemmän arvostuskysymyksiin ja vahvaan luottamukseen organisaatioita kohtaan kuin itsekkäisiin tarpeisiin ja oman edun tavoitteluun. (Slim 2002, 3–4.)

Suchman (1995, 579–582) jaottelee moraalisen legitimaation neljään ryhmään, jotka ovat seurauksiin, menetelmiin, rakenteisiin sekä persoonaan perustuva legitimaatio. Seurauksiin perustuvassa legitimaatiossa organisaatioita tulisi arvioida niiden moraalisten saavutusten perusteella. Menetelmiin perustuvassa legitimaatiossa moraalista legitimiyttä osoitetaan erilaisten sosiaalisesti hyväksytyjen toimintatapojen, tekniikoiden ja prosessien avulla. Rakenteisiin perustuva legitimaatio tarkoittaa kaikkia niitä rakenteellisia ratkaisuja, joita organisaatiolla on käytössään moraalista legitimiyttä osoittaakseen. Rakenteelli-

sia ilmentymiä ovat esimerkiksi organisaation julkistamat tavoitteet, strategiaan tehdyt kirjaukset tai henkilöstöresurssit.

Persoonaan perustuvan legitimaation Suchman (1995) liittyy lähinnä johtajien karismaan. Hän korostaa, että henkilökohtaiseen karismaan perustuvaa legitimitettä ei pidä yliarvioida, ja että se on helposti epävakaa ja epäluotettava, vaikkakin yksittäisen johtajan karismalla saattaa olla moraalista legitimitettä selvästi lisäävä vaikutus. Tässä tutkimuksessa on päädytty laajentamaan Suchmanin (1995) määritelmää persoonaan perustuvasta legitimaatiosta koskemaan kaikkia niitä osapuolia, jotka organisaatiossa osallistuvat yhteiskuntavastuukeskusteluun edistämällä moraalista legitimaatiota, jotta saadaan monipuolinen kuva siitä, mitkä tahot aiheesta keskustelevat. Moraalisessa legitimaatiossa olennaista on vastuullisuusajattelu. Yritysten tulee noudattaa lakeja ja asetuksia sekä tehtyjä sopimuksia ja eettisiä pelisääntöjä, ja näin moraalinen legitimiys linkittyy osaksi yrityksen yhteiskuntavastuuta. Organisaatioiden toiminnan pitää olla ymmärrettävää ja läpinäkyvää, jotta sidosryhmät pystyvät arvioimaan toiminnan vastuullisuuden toteutumista. (Palazzo & Scherer 2006, 73.) Eräs tapa ilmentää yritysten legitimiyttä ovat erilaiset vastuullisuutta osoittavat tunnusmerkit: vastuullisuusraportit ja erilaiset sertifikaatit. On havaittu, että yritystoiminnan laajennuttua eri maanosiin, maihin ja kulttuureihin, käsitys on hämärtyneet siitä, minkä yhteiskunnan lakeja ja sääntöjä yrityksen tulee noudattaa. Myös alihankkijoiden ja toimitusketjujen vastuullisuuteen on alettu enenevästi kiinnittää huomiota. (Palazzo & Scherer 2006, 77–78.) Globaaleille markkinoille ei ole vielä olemassa yhteisiä pelisääntöjä.

Useat esimerkit osoittavat, että yritysten rooli vallankäyttäjänä on kasvanut merkittävästi. Monet yritykset ovat globalisaation johdosta ohittaneet suuruudessaan useat valtiot. (Palazzo & Scherer 2006, 78.) Mutta samanaikaisesti tapahtuneet talous-, ihmisoikeus- ja ympäristönsuojelurikkomukset ovat horjuttaneet yritysten legitimiyttä. Yritykset ovat tajunneet, että legitimitetistä on tullut liiketoiminnassa onnistumiseksi strategisesti merkittävä asia, ja juuri siksi niiden on välttämätöntä löytää toimiva vuoropuhelu sidosryhmiensä kanssa. (Palazzo & Scherer 2006, 71–72.) Voidaan todeta, että moraalisen legitimitetin painoarvo on noussut merkittävästi ja kasvaa koko ajan (Palazzo & Scherer 2006, 74).

Ammattiyhdistysliikkeen näkökulmasta on olemassa esimerkkejä siitä, että yrityksen tapa toimia voi vaikuttaa sopivalta kyseisen maan näkökulmasta, mutta Suomen näkökulmasta tapa näyttääkin epäsovelialta. Kun yritykset siirtävät toimintaansa heikon työmarkkinalainsäädännön omaaviin maihin, saattaa olla houkuttelevaa vähentää vastuullisuutta eli alkaa noudattaa kyseisen maan tapoja. Finnwatchin selvityksen mukaan Meksikossa toimivat suomalaisyritykset Huhtamäki, Savcor, Kone, Luvata ja Metso ovat rajoittaneet työntekijöiden vapaata järjestäytymistä erilaisin tavoin. Yksi tapa on ollut se, että yritys on perustanut itse haluamansa ammattiliiton tehtaalleen tai rajoittanut vapaiden ammattiliittojen toimintaa erilaisin tavoin. Muovipakkauksia valmistavalla ViskoTeepakilla tai metallialan yrityksellä Juárezilla ei ole ollenkaan ammattiliittoa Meksikossa. (Vartiala 2012.) Siitä miten ammattiyhdistysliike oikeuttaa yrityk-

sen yhteiskuntavastuun, ei ole ollut käytettävissä aiempia tieteellisiä tutkimuksia.

Legitiimiyden yhteydessä puhutaan usein maineesta. Yritykset ovat siitä riippuvaisia. Muita samankaltaisia käsitteitä ovat identiteetti ja imago. (Siltaoja 2011, 281.) Koska maine liitetään usein myös yhteiskuntavastuuseen, käsitellään sitä tässä lyhyesti. Medialla on ollut tärkeä rooli maineen esille nostajana yrityksen yhteiskuntavastuukeskustelussa. (Siltaoja 2004.) Organisaatio on tai ei ole legitiimi, mutta sillä on aina joko myönteinen tai kielteinen maine. Huomionarvoista on myös se, että maine on yritykselle väline, mutta väline on yrityksen sidosryhmien omistuksessa. Yrityksen arvoilla ja maineella on yhteys, sillä hyvä maine usein pohjautuu arvoihin. (Siltaoja 2005, 53–54.) Toinen tekijä, johon maine vahvasti liitetään, on eettinen toiminta (Fombrun 1998). Siltaoja (2010; 2011) kuitenkin huomauttaa, että ei voida vetää suoraa johtopäätöstä siitä, että maineen kasvaessa olisi automaattisesti kyse yrityksen eettisyyden vahvistumisesta. Tarvitaan sidosryhmien ja organisaation edustajien välistä vuoropuhelua, mikä lujittaa keskinäistä luottamusta vahvistaen eettisyyttä. Legitiimaatio ja yrityksen maine liittyvät yhteen, mutta ovat kuitenkin erillisiä. Jotta yritystä voidaan pitää hyvämaineisena, sen on pitänyt ensin saavuttaa legitiimiys. (Siltaoja 2010, 62–63.)

Luvussa 2.1 tarkastelun kohteena on ollut uusi institutionaalisuusteoria. Yhteenvetona todettakoon, että edellä käsiteltiin sekä syitä että rakenteellista ja toiminnallista samankaltaisuutta synnyttäviä mekanismeja organisaatioissa, jotka toimivat samalla organisaatiokentällä. Institutionaalisuusteorian mukaan samankaltaisuus vahvistuu vääjäämättä, kun aikaa kuluu. Erityisesti samankaltaistuminen voimistuu tietyn toiminnan vakiintuessa. Tutkittua tietoa yhteiskuntavastuun isomorfismin etenemisestä tai määrästä suomalaisessa ay-liikkeessä ei ole. Samankaltaisuus eli isomorfismi lisää vakautta ja turvaa varsinkin, jos toimintaympäristö on epävakaa. Heikkoutena on kuitenkin se, että samalla alalla toimivat organisaatiot saattavat alkaa matkia menestyksellisiksi uskomiansa toisten toimijoiden toimintamalleja. Finnish Business & Society:n yritys vastuukyselystä (2013) voi havaita, että keinot toteuttaa yhteiskuntavastuuta ovat melko samanlaisia. Yritykset keskittyvät pääsääntöisesti imagonrakennukseen. Vastuullisuuteen panostetaan, mutta onnistumisia ei mitata, ja vastuullisuusasiat ovat pääsääntöisesti toimitusjohtajan vastuulla.

Uuden institutionalismin avulla selittyy paljon, mutta yksinään se usein pystyy tuottamaan vain osaselityksiä organisaatioiden muuttumiselle. Näköalan laajentamiseksi tutustutaan seuraavaksi kansallisen liiketoimintajärjestelmäteorian avulla Suomen liiketoimintajärjestelmään ja etsitään sitä kautta lisäymmärrystä organisaatioiden muutoksiin.

2.2 Kansallinen liiketoimintajärjestelmäteoria

Miten kansallinen liiketoimintajärjestelmäteoria liittyy yrityksen yhteiskuntavastuuseen? Tutkijat Dirk Matten ja Jeremy Moon (2008) ovat todenneet, että on olemassa näyttöä siitä, että erilaisilla kansallisilla liiketoimintajärjestelmillä

esimerkiksi Yhdysvalloissa ja Euroopassa on vaikutusta siihen, miten näissä maanosissa suhtaudutaan yrityksen yhteiskuntavastuuseen.

Organisaatiotutkimukset osoittavat, että globalisaation mukanaan tuomi- en toiminnan yhdenmukaistamispainneiden lisääntymisen rinnalla kehitetään koko ajan samanaikaisesti kansallisia liiketoimintamalleja. (Morgan 2007; Oinas 2005.) Kansallisen liiketoimintajärjestelmä (National Business Systems) - käsitteen ja markkinatalouksien luokittelujen ehkä tunnetuin kehittäjä on ame- rikkalainen Richard Whitley, (1999), mutta myös kapitalismin variaatiot - käsitteen luoja Peter Hall ja David Soskice (2001) sekä J. Rogers Hollingsworth ja Robert Boyer (1997) ovat tutkineet kansallisen talousjärjestelmän vaikutusta organisaatioiden kehittymiseen. Whitleyn (1999) mukaan kansallisen liiketoi- mintajärjestelmän keskiössä ovat erilaiset yritykset, markkinat ja viralliset yh- teistyö- sekä valvontajärjestelmät. Markkinoiden toimintaa ja toimivuutta ohjaa pitkälti se, miten yritysten ja niiden sidosryhmien välisessä vuoropuhelussa onnistutaan. Yrityksissä on institutionalisoitunut erilaisia pelisääntöjä ja strate- gioita. Kansallinen liiketoimintajärjestelmäteoria korostaa kansallisten rajojen merkitystä ja lähtee siitä ajatuksesta, että markkinatalouden erilaiset organisoi- tumistavat määräytyvät pääsääntöisesti kansallisella tasolla, koska kansallisella tasolla määritellään esimerkiksi valtiomuodot ja valtioiden politiikat, talousjär- jestelmä ja pääomamarkkinoiden sääntely. (Whitley 1999.) Vaikka liiketoiminta- järjestelmät toisaalta samankaltaistuvat, niin Whitleyn teorian mukaan ne sa- manaikaisesti saavat yhä vahvempia kansallisia tunnusmerkkejä (Whitley 1999, 3; 5).

Whitley (1999) tyypittelee markkinataloudet jakaen ne kuuteen merkittä- västi toisistaan poikkeavaan ryhmään seuraavasti:

- hajautunut
- toimiala-/aluetasolla koordinoitu
- lohkoutunut
- yhteistoimintapohjainen
- erittäin koordinoitu
- valtiovallan organisoima

Whitley (1999, 42) vertailee liiketoimintajärjestelmiä kolmen ominaispiirteen: omistajuuden koordinoinnin, ei-omistuksellisen koordinoinnin ja työnteki- jäsuhteiden kautta. Hajautuneelle liiketoimintajärjestelmälle tyypillistä on se, että omistajakontrolli on suoraa, mutta muuten koordinointi, yhteistyö kilpaili- joiden välillä tai vastuiden delegoiminen työntekijöille on vähäistä. Toimi- ala/aluetasolla koordinoitu liiketoimintajärjestelmä eroaa edelliseen lähinnä siten, että yhteistyötä niin kilpailijoiden kuin työntekijöiden kanssa ilmenee jo jossain määrin. Valtiovallan organisoimassa liiketoimintajärjestelmässä omista- jan koordinointi on vahvaa, mutta ei-omistuksellinen koordinointi ja työnteki- jäsuhteet heikkoja. Erittäin koordinoitu liiketoimintajärjestelmälle on tyypillistä voimakas kontrollointi. Yllä olevassa listassa mainitut yhteistoimintapohjainen

ja lohkoutunut liiketoimintajärjestelmä kuvaavat Suomen järjestelmää, ja ne esitellään seuraavaksi vähän tarkemmin.

Perehdytään Suomen liiketoimintajärjestelmään vertailemalla Whitleyn (1999) jaottelua yhteistoimintapohjaiseen ja lohkoutuneeseen järjestelmään. Tainion ja Liljan (2003) mukaan Suomen liiketoimintajärjestelmä on muuttunut yhteistoimintapohjaisesta lohkoutuneeksi talousjärjestelmäksi. Suomessa siis aiemmin vallitsevana olleelle yhteistoiminnalliselle liiketoimintajärjestelmälle tyypillistä on ollut se, että omistajuuden integrointi toimialatasolla on ollut rajoitettua, yhteistoiminta kilpailijoiden kesken vahvaa sekä työnantaja- ja työntekijäosapuolten keskinäistä riippuvuutta on ilmennyt jonkin verran. Valtiolla on ollut kohtalaisen koordinoiva ja kehittävä rooli. Julkisen koulutusjärjestelmän sekä ay-liikkeen asema ovat olleet vahvoja. Muita tunnusmerkkejä suomalaisessa talousjärjestelmässä ovat olleet keskinäiseen luottamukseen perustuva yhteistyö ja yhteiskunnan vahva auktoriteetti. Lohkoutuneessa liiketoimintajärjestelmässä sen sijaan omistajuuden integrointi toimialatasolla on vahvaa, kilpailijoiden välinen yhteistoiminta vähäistä ja työnantaja- ja työntekijäosapuolten keskinäinen riippuvuus heikkoa. Valtiovallan rooli on vähäinen, ja julkisen koulutusjärjestelmän asema on heikko. Ay-liikkeen asema saattaa vaihdella eli voi olla joillakin aloilla heikompi kuin toisilla. (Whitley 1999, 42; 60.) Suomessa Nokia on vaikuttanut eniten Suomen liiketoimintajärjestelmän kehittymiseen lohkoutuneeseen suuntaan (Tainio & Lilja 2003).

Whitley (1999) ei usko, että yhtä kaikkein tehokkainta markkinataloustyyppiä löytyy. Vaikka kansainvälisen talouden yhdentyminen jatkuu, myös valtioiden erilaiset sosiaalis-institutionaaliset järjestelmät jatkavat omaa kehitystään. Nähdään, että on tärkeä oppia ymmärtämään lainalaisuudet, jotka määrittävät sen, miten ja millaiseksi talousjärjestelmät eri yhteiskunnissa muodostuvat unohtamatta myöskään eri valtioiden kulttuuriperimän vaikutuksia liiketoimintajärjestelmään. Eri yhteiskunnat päätyvät jäsentämään taloudellisia toimintoja tietyillä erityisillä tavoilla painottaen ja korostaen eri näkökulmia. (Whitley 1999, 3; 5; 2000.)

Silloin kun vertaillaan markkinatalouden eri variaatioita, kehottaa Whitley (1999) kiinnittämään erityistä huomiota siihen, millainen rooli julkisella vallalla on yritystoiminnan ja sen toimintaedellytysten sääntelyssä. Samoin hän kehottaa selvittämään, miten talouden markkinat toimivat, ja millä keinoilla taloudellisen toiminnan tuloksellisuutta ja tavoitteita arvioidaan. Ay-liikkeen näkökulmasta merkittävä kysymys on, miten henkilöstö pääsee vaikuttamaan organisaation eri kehittämistoimiin ja miten yhteistyösuhteet henkilöstöön on ylipäättään hoidettu.

Toinen yrityksiin ja niiden institutionaaliin puitteisiin keskittyvä teoria on kapitalismin variaatiot –suuntaus, jossa tarkastellaan talousjärjestelmää yritysten näkökulmasta. Tarkastelun keskiössä ovat esimerkiksi ammatillinen koulutus, työmarkkinoiden sääntely, kansalliset innovaatiojärjestelmät, teknologiset ratkaisut ja yritysten hallinto.

Teorian edustajien (Hall & Soskice 2001; Hollingsworth & Boyer 1997) mukaan kehittyneet kapitalistiset maat tyypitellään koordinoituiksi markkina-

talouksiksi ja liberaaleiksi markkinatalouksiksi. Koordinoiduissa markkinatalouksissa koulutusjärjestelmä valmistaa ammatteihin, työelämän suhteet ovat säänneltyjä, palkkaneuvottelut ovat keskitettyjä, työntekijöiden edustajat osallistuvat työpaikan päätöksentekoon, yritysjohto pääsääntöisesti tarkastelee tuloksia vuosiperiodeittain ja teknologiaa pohditaan yritysten, tutkimuslaitosten ja teknisten yliopistojen muodostamissa verkostoissa. Toisin kuin helposti oletetaan, koordinoiduissa markkinatalouksissa vahvoilla instituutioilla, työmarkkinalaisäädännöllä, korkeaan teknologiaan sekä henkilöstön osaamisen kehittämiseen panostavilla toimilla ei vaikuta olevan työntekijöiden autonomiaa lisäävä tai epävarmuuden lisääntymistä estävää vaikutusta. (Anttila, Hartikainen, Oinas & Nätti 2010.)

Liberaaleissa markkinatalouksissa (Hall & Soskice 2001; Hollingsworth & Boyer, 1997) koulutus tuottaa yleisiä taitoja, sääntelemättömät työmarkkinat suosivat yritysten johdon yksisuuntaista vallankäyttöä, yrityksen taloudellista tulosta tarkastellaan kvartaaleittain ja teknologiamarkkinat perustuvat kilpailuun. Ay-liikkeen näkökulmasta instituutiot eivät siis säätele työvoiman käyttöä tiukasti. Näin ollen työvoimaan kohdistuu useita työn riskitekijöitä; ammattiliittojen heikentyvä vaikutusvalta yhdessä työprosessin tiukkenevan kontrollin kanssa johtaa sekä työpaineiden että toisaalta työn epävarmuuden lisääntymiseen (Julkunen 2008).

Suomi luokiteltiin pitkään koordinoidun talousjärjestelmän edustajaksi, mutta se on muuttunut melko nopeasti eli 1990-luvulta 2000-luvulle tultaessa yhä enemmän liberaalia talousjärjestelmää noudattavaksi maaksi. Se on panostanut erityisesti ulkomaiseen vientiin keskittyvään huipputeknologiaan. (Scheider & Paunescu 2012.) Suomalaisesta näkökulmasta tarkasteltuna Suomea pidetään tavanomaisesti osaamista ja innovoivuutta painottavana järjestelmänä (Oinas 2005; Lilja ym. 2009).

Poliittisen taloustieteen tutkija Susan Strange väitti 1990-luvun puolivälissä, että valtioilta ja erityisesti johtavilta poliitikoilta puuttuu kyky ratkaista talous- ja sosiaalipolitiikan ongelmia, ja että ne ovat menettäneet päätösvaltaansa markkinavoimille. Strange (1997) kritisoi myös tapaa vertailla talousmalleja ja niiden kilpailukykyä maantieteellisten rajojen mukaan, kun hän itse kehotti tarkastelemaan malleja maailmanlaajuisesti (Korvela 2011). Strange varoitti myös yliarvioimasta kansallisten instituutioiden ja politiikkojen merkitystä. 2010-luvun maailmassa ja erityisesti Euroopassa Strangen ajatukset vaikuttavat mielenkiintoisilta ja voidaan todeta hänen osanneen ennustaa melko hyvin talouden kehittymisen suuntaa. (Kettunen 2008, 18.) Kettusen (2008) mukaan Strange kuitenkin tunnustaa, että globaalissa talouskilpailussa myös kansallisia painotuksia ja erilaisia malleja tarvitaan. Nykyajan kilpailulle on tunnusomaista vertailu, kun etsitään ihmisille, sijoittajille sekä yrityksille parhaiten soveltuvia paikkoja.

Kun palataan tarkastelemaan tämän päivän yhteiskuntaa ja niiden talouden järjestelmiä, on aiheellista todeta, että kilpailu kiristyy koko ajan. Halutaan ottaa mallia onnistujista ja parhaista käytännöistä eli löytää paras institutionaalinen taloudellinen järjestelmä (National Business System). Toisaalta on havait-

tu, että maiden väliset rakenteet voivat olla hyvinkin erilaisia ja silti maat voivat menestyä. Institutionaaliset järjestelmät auttavat ymmärtämään erilaisia yhteiskunnallisia ja poliittis-taloudellisia rakenteita.

Lopuksi voisi pohtia, mitä eroavuuksia löytyy uuden institutionalismin ja kansallisen liiketoimintajärjestelmäteorian välillä. Molemmat suunnat jakavat näkemyksen siitä, että organisaatioiden tulee sopeutua institutionaaliseen ympäristöönsä. Organisaatiomuodoista ja johtamiskäytännöistä ollaan hyvinkin eri mieltä, kuten Tempelin ja Walgenbachin (2007) tekemästä vertailusta voi nähdä taulukosta 1.

TAULUKKO 1 Uuden institutionaalisen teorian ja kansallisen liiketoimintajärjestelmäteorian keskeisten tunnusmerkkien ja eroavuuksien vertailua (Tempel & Walgenbach 2007, 7)

	uusi institutionalismi	kansallinen liiketoimintajärjestelmäteoria
sopeutumismekanismi	käsitteiden globaali leviäminen isomorfismin avulla	tiivisti linkittyneiden instituutioiden ja liiketoimintajärjestelmien kopiointi
	rajoitukset: epäselvää, onko globaali puhetapa levinnyt antaen kuitenkin pelivaraa paikalliseen tulkintaan vai lähentyvätkö käsitteet toisiinsa globaalisti	rajoitukset: estää yritysten mahdollisuuksia hyväksyä poikkeavia käytäntöjä, eikä tarjoa selvää mekanismia ylikansallisten kehityssuuntien vaikutusten tarkasteluun
analyysiyksikkö	organisaatiokenttä: rajat on määriteltävä kansallisten rajojen mukaan, koska empiirisen tutkimuksen pääpaino on ollut Yhdysvalloissa	liiketoimintajärjestelmän rajat ovat yhtä kansallisten rajojen kanssa valtiovallan toimista aiheutuvien vaikutusten vuoksi
	rajoitukset: organisaatiokenttien ylikansalliset laajennukset/leviäminen on laiminlyöty	rajoitukset: kansainvälisen aktiivisuuden vaikutuksia järjestelmiin vähätellään
instituutiot	normatiiviset ja kognitiiviset instituutiot: ajatusmallit, jotka menevät oletettujen organisaatiomuotojen johtamiskäytäntöjen mukaan	rakenteita säätelevät instituutiot: valtio, rahajärjestelmä, osaamisen kehittämis- ja kontrollointijärjestelmä, luottamus ja valtasuhteet
	rajoitukset: ei selvää toimintaohjetta ja ovat siksi avoimia paikalliselle tulkinnalle	rajoitukset: vähättelee ylikansallisten instituutioiden vaikutusta ja normatiivisten ja kognitiivisten käsitteiden leviämistä globaalien toimijoiden toimesta
organisaatiokuvaus	passiivinen: painotus on tekijöissä, joiden vaikutuksesta toimivat, eivät tunnista tai toimi omien intressiensä mukaan	passiivinen: vahva palaute-linkki liiketoimintajärjestelmien ja instituutioiden välillä
	rajoituksia: ylisosiaalistettu	rajoituksia: estää mahdolli-

(jatkuu)

toimijoiden kuvaus, jättää vähän liikkumavaraa arvioida paikallisten toimijoiden tulkintaa ja implementointia koskien maailmanlaajuisesti levinneitä käytäntöjä	suuden arvioida sitä, miten toimijat omaksuvat poikkeavat organisaatorakenteet ja johtamiskäytännöt
---	---

2.3 Suomen liiketoimintajärjestelmä

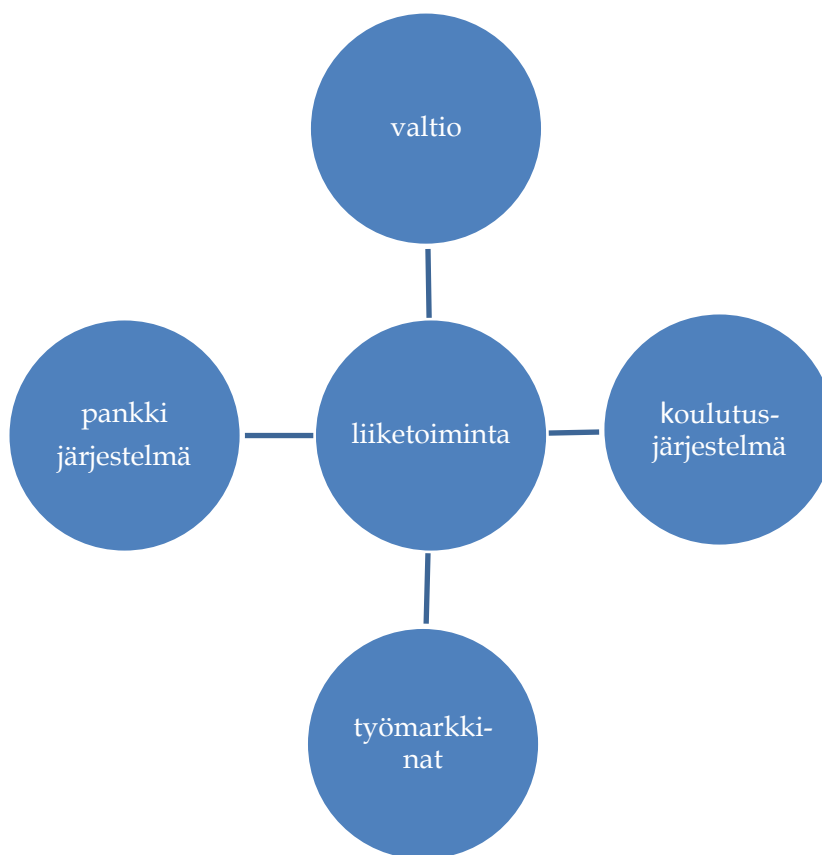
Suomi on perustuslaillinen tasavalta, jossa valta kuuluu kansalle. Kansalaisten tasavertaista kohtelua turvaa valtiovallasta ja muusta hallinnosta riippumaton oikeuslaitos. Suomen liiketoimintajärjestelmä perustuu markkinatalouteen. Suomessa niin kuin muissakin pohjoismaissa julkisen hallinnon tärkein tehtävä on huolehtia pääosin kansalaistensa hyvinvointipalveluista, kuten koulutuksesta, terveydenhoidosta ja sosiaalitoimesta. (Kourula 2010.) Jo 1960-luvulla Suomea alettiin kutsua hyvinvointivaltioksi (Uimonen 2006). Suomessa asui vuoden 2012 lopussa runsaat 5,4 miljoonaa henkilöä (Väestörekisterikeskus 2013). Väestön nopea ikääntyminen luo haasteita, sillä suomalaiset elävät keskimäärin 79-vuotiaiksi. Suomalaisten koulutustaso on korkea, samoin tulotaso on läntisen Euroopan korkeimpia. (Kourula 2010.)

Miten hyvinvointivaltiomme on kehittynyt 2010-luvulle tultaessa? Pureudutaan siihen tarkastelemalla Suomen kansallisen liiketoimintajärjestelmän kehitystä valtion, pankki- ja koulutusjärjestelmän sekä työmarkkinoiden näkökulmasta Susanna Fellmanin (2008) luoman mallin (kuvio 1) pohjalta perustuen Whitleyn (1999) jaotteluun.

Suomi oli pitkään aina toiseen maailmansotaan saakka maatalousyhteiskunta, vaikkakin teollinen toiminta oli alkanut kehittyä jo Venäjän autonomian aikana (Fellman 2008). Toisen maailmansodan jälkeen Suomesta alkoi kehittyä uudenlaisen erikoistuneen teollisuuden maa, ja elintaso alkoi nousta (Kourula 2010; Uimonen 2006). Huomionarvoista on myös se, että yritysten perustamisessa valtio oli hyvin aloitteellinen, mikä selittää valtiojohtoisen talouden vahvan aseman kehittymisen (Lilja, Laurila & Lovio 2011, 50–51). Suomen liiketoimintajärjestelmä alkoi siis kehittyä erittäin koordinoituun suuntaan. Elettiin valtiokeskeisessä ulkomaiselta kilpailulta suojatussa yhteiskunnassa, jossa presidentti, poliittiset puolueet sekä työmarkkinajärjestöt olivat keskeisiä päättäjiä. *Moraalitalouden* (Alasuutari 1996) aikakauden jälkeen 1960-luvulla Suomesta alettiin rakentaa suunnittelutaloutta, mikä vaihe päättyi 1980-luvun alkupuolella. *Suunnittelutalouden* aikakaudella uskottiin yhteiskunnalliseen kokonaisuunnitteluun ja ohjaukseen. Vastuu hyvinvoinnista oli viime kädessä valtiolla. (Alasuutari 1996.)

Suunnittelutalouden jälkeen alkanut talousjärjestelmän rakenteellinen muutos avoimempaan suuntaan *kilpailutaloudeksi* jatkuu yhä edelleen. 1980-luvun lopulla käynnistyneiden liiketoimintajärjestelmän rakenteellisten muutosten seurauksena rahamarkkinat vapautuivat, ja alkoi julkisen sektorin refor-

mi. (Alasuutari 2004.) Suomen talouden vahvan toimijan metsäsektorin rinnalle alkoi kehittyä ICT-sektori Nokian myötä. (Lilja, Räsänen & Tainio 2005).



KUVIO 1 Suomen liiketoimintajärjestelmä (Fellman 2008, 217 mukailten)

1990-luvun alussa Suomeen iski lama, jonka syinä voidaan nähdä epäonnistuminen rahamarkkinoiden vapauttamisessa sekä kiinteistöjen hintojen romahdus (Lilja ym. 2011). Suomen pankkijärjestelmä oli kehittynyt niin, että Suomen Pankki oli saanut laajat valtuudet säännöstellä maamme valuutta- ja pääomaliikkeitä. Pankit siis menettivät roolinsa pankkisäännöstelystä luovuttaessa (Fellman 2008). Yrityksille avautui uusi mahdollisuus kasvattaa rooliaan olennaisina talouden toimijoina (Lilja ym. 2011). Suomeen alkoi virrata vierasta pääomaa, ja suomalaiset yritykset Nokia veturinaan lähtivät kilpailemaan globaaleille markkinoille. Tapahtui uusi institutionaalinen muutos, kun Suomesta alkoi kehittyä *markkinatalous*. (Fellman 2008.) Liittyminen EU:n jäseneksi vuonna 1995 vauhditti kansainvälistymistä. Suomen EU-jäsenyys oli teollisuudelle erittäin merkittävä ratkaisu, mutta myös palkansaajaliike kannatti sitä. (Kauppinen 2005.) Suomi keskittyi taloutensa kuntoon saattamiseen, missä onnistuttiinkin. Syntyi kansainvälisesti tarkasteltuna menestyksekkäs *Suomen malli*, jolla viitataan talouden, työmarkkinoiden, työelämän ja hyvinvointivaltion kokonaisuuteen (Kauppinen 2005). Varsinkin 2000-luvun alussa sitä pidettiin esikuvallisena tapana yhdistää kilpailukykyinen talous, tietoyhteiskunta ja kansalaisten hyvinvointi (Alasuutari 2004; Castells & Himanen 2002). Maailmanlaajuinen

finanssikriisi 2000-luvun lopussa ei iskenyt Suomeen samalla tavoin kuin mo-
neen muuhun maahan. Mutta siitä seurasi epävarmuuden aika, joka jatkuu
edelleen.

Tarkasteltaessa Suomen koulutusjärjestelmää on syytä nostaa esiin kansa-
laisten erittäin korkea luku- ja kirjoitustaito (Kourula 2010). Suomella on maine
koulutukseen myönteisesti suhtautuvana maana, joka tarjoaa kaikille saman
peruskoulutuksen sekä sen jälkeen mahdollisuuden kattavaan ja ilmaiseen kou-
luttautumiseen niin ammattiin valmistamissa oppilaitoksissa kuin tiedekorkea-
kouluissa. (OKM 2013.) Viimeisten kahdenkymmenen vuoden aikana uuden
teknologian käyttöönotolla koulutuksessa sekä tutkimuksessa ja tuotekehityk-
sessä (Fellman 2008, 199) on haluttu varmistaa Suomen kehittyminen *informaa-
tioyhteiskunnaksi* (Lilja 2005) tai toiselta nimeltään *tietoyhteiskunnaksi*. On haluttu
taata suomalaisten kilpailukykyä kansainvälisillä markkinoilla (Kivinen 2006,
205). Suomalaisten koulutustaso on kohonnut koko ajan lähes sadan vuoden
ajan, mikä takaa osaavan työvoiman (Pekkanen, Intonen & Järviö 2005).

Tutkittuaan suomalaista innovaatiojärjestelmää Sitran toimeksiannosta
Charles Sabel ja AnnaLee Saxenian (2008) tulivat siihen tulokseen, että met-
säsektorilla sekä viestintä- ja informaatioteknologian aloilla Suomessa menestys
on hidastanut ja jopa estänyt kyseisten alojen uudistumista. Suomen taloudelli-
nen menestys tulevaisuudessa on heidän mukaansa kiinni innovaatiojärjestel-
män uusiutumiskyvystä. Suomessa on ollut tyypillistä, että teollisuus pitää in-
novaatiotoiminnot sisäisinä, vaikka sen pitäisi pystyä uusiutumaan. Nyt vuon-
na 2013 voidaan todeta, että Suomen kansallinen liiketoimintajärjestelmä on
monella tapaa murroksessa. Myös ICT-sektori metsäsektorin lisäksi on Nokian
tappiokierteen ja alihankkijaketjun yritysten elinkaaren päättymisen seurauk-
sena uhanalainen. Mutta on myös nähtävissä, että Suomessa osataan uudistua.
Viestintä- ja informaatioteknologian osaamista hyödyntäen suomalaisyritykset
ovat lähteneet mukaan globaaliin liiketoimintaan siirtymällä toimimaan globaa-
leissa monikulttuurisissa arvooverkoissa. Suomessa on hyvät mahdollisuudet
menestyä, koska perusedellytykset ovat kunnossa: korkea koulutustaso, hyvä
kielitaito ja kykyä itsenäiseen ajatteluun. (ETLA 2013.) Suomalaiset pelialan yri-
tykset esimerkkeinä Rovio ja Sulake ovat uusi menestystarina. Peliala kehitty-
y huimaa vauhtia. (Kaleva 2012.)

Suomen liiketoimintajärjestelmän muutosta pidetään erityisen merkittä-
vänä ja harvinaisenakin, ja se on tapahtunut nopeasti (Skurnik 2005, 110; Tainio
& Lilja 2003). Yrityksistä, koordinoitun talousjärjestelmän passiivisista toimi-
joista on tullut aktiivisia toimijoita (Tainio & Lilja 2003). Suomea pidettiin pit-
kään Whitleyn luokitusten mukaan tarkasteltuna yhteistoimintapohjaisena (col-
laborative) markkinataloutena, joka on nyt siirtynyt kohti lohkoutunutta (com-
partmentalized) markkinataloutta. Hallin ja Soskicen (2001) kapitalismin variaa-
tiot - jaottelun mukaan Suomen koordinoitu markkinatalous on alkanut selvästi
muistuttaa liberaalia markkinataloutta. Valtiovallan rooli on pienentynyt. Mo-
net asiat päätetään Eurooppa-tasolla, ja markkinoiden rooli on kasvanut talou-
den avaaututtua EU:ssa sekä muuttuneen omistajapolitiikan ja kilpailupolitiikan
takia. Pääomamarkkinat ovat saaneet merkittävän roolin. Ulkomaisten pankki-

en merkitys on kasvanut. Julkisen koulutusjärjestelmän asema on edelleen merkittävä, mutta yksityisen sektorin koulutustarjoajien kanssa tehtävä yhteistyö on lisääntynyt. Työmarkkinajärjestelmästä todettakoon, että ay-liike on säilyttänyt vahvan asemansa, mutta sitä haastetaan niin yksilö- kuin yhteiskunnallisella tasolla. Liiketoimintajärjestelmämme näyttää säilyttäneen kuitenkin joitakin institutionaalisia rakenteitaan, kuten työmarkkinoiden rakenteet ja toimintamuodot. (Skurnik 2005.)

Miltä Suomen tilanne näyttää ulkopuolisten silmin? OECD:n raportin (2012) mukaan Suomi nähdään hyvinvointivaltiona, mutta tuloerot ovat kasvaneet maailman kolmanneksi nopeiten, mikä ei ole ay-liikkeen näkökulmasta toivottu kehitys. Syynä ilmiöön pidetään pääomatulojen nopeaa kasvua 1990- ja 2000-luvuilla. Suomessa harmaan talouden torjunta on asia, joka puhuttaa. On suomalaisia yrityksiä, jotka kiertävät veroja kansainvälisten sijoitusmahdollisuuksien kautta ja hyödyntävät EU:n sisäkaupan valvontajärjestelmän aukkoja. Satoja miljoonia euroja Suomessa tehdyn työn tuloksista siirtyy verottamatta ulkomaille. Harmaan talouden torjunnasta on tullut merkittävä hallituksen ajama hanke. Verohallinnon julkaiseman harmaan talouden raportin (2012) mukaan valtaosa laiminlyönneistä oli verovelvoitteita. Keskeisimpänä harmaan talouden riskitoimintana pidettiin ulkomaista yritystoimintaa, jolla ei ole rekisteröintivelvoitetta Suomessa. Se taas hankaloittaa ulkomaisten yritysten ja työntekijöiden valvontaa sekä pienentää oleellisesti Suomen verotuloja. (Verohallinto 2012.)

Sari Kuvaja kysyy osuvasti kirjassaan *Hyvä Raha*, onko taloudesta tullut itseisarvo (Kuvaja 2010, 18). Yhä enemmän mitataan ja arvostetaan asioita rahan kautta. Vaatimukset jatkuvasta talouskasvusta kohdistuvat yhä enemmän kaikkiin toimintoihin. Aloilla, joiden tehtävänä on perinteisesti ollut taata hyvinvointia, esitetään yhä kovenevia vaatimuksia kulujen karsimiseen ja tuloksellisuuden mittaamiseen. Tuottovaatimukset kohdistuvat niin julkisiin terveystalouteen kuin sosiaalipalveluihin tai sivistystoimiin.

3 YRITYKSEN YHTEISKUNTA VASTU (CSR)

Luvussa kolme keskitytään tarkastelemaan yrityksen yhteiskuntavastuuajattelua kokonaisuutena. Aloitetaan yritysetiikasta, josta siirrytään sidosryhmäajatteluun, minkä jälkeen käsitellään yrityksen yhteiskuntavastuuta, sen lähikäsitteitä sekä yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvää kritiikkiä. Lisäksi tutustutaan yrityksen yhteiskuntavastuun normeihin ja standardeihin sekä sen ideologioihin.

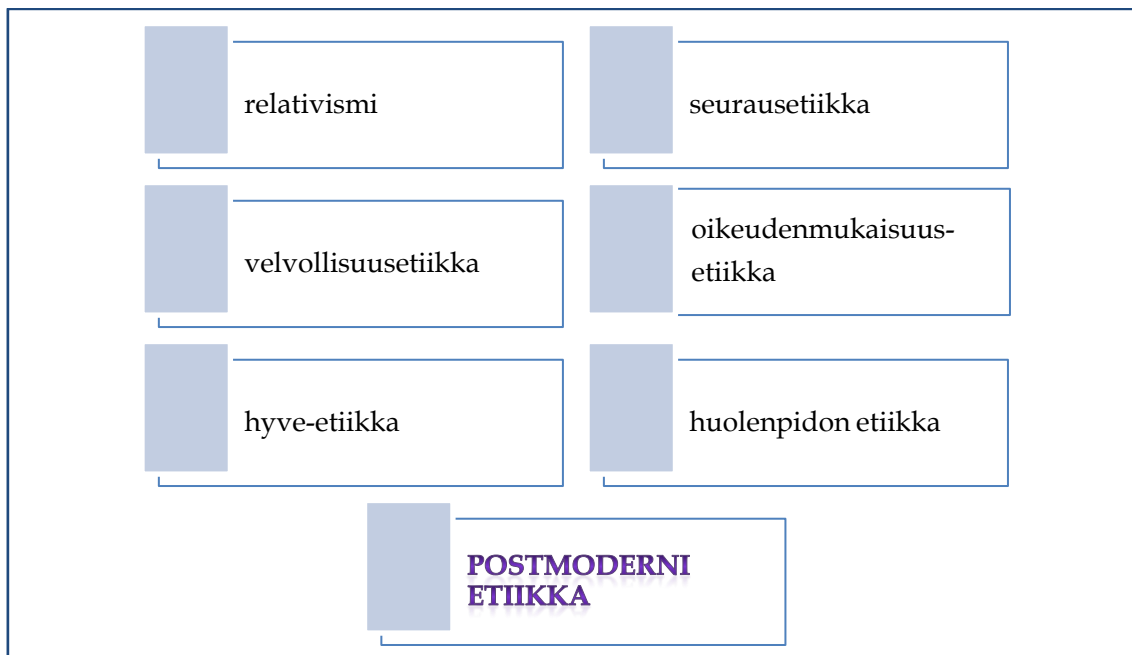
3.1 Yritysetiikka

Etiikka (kreikankielinen *ethos*) ja moraalit (latinankielinen *mos*, tai *mores*) tarkoittavat alun perin samaa asiaa eli oikeaksi todettua tapaa toimia. Käsitteitä käytetäänkin usein synonyymisesti. (Buchholtz & Carroll 2008, 242.) Etiikka ja moraalit liittyvät rehellisyyteen, oikeudenmukaisuuteen ja luotettavuuteen. Etiikka eli moraalifilosofia määritellään tieteenalaksi, joka pohtii sitä, mikä on oikein tai väärin ihmiselämässä. Voidaan sanoa myös, että etiikka on moraalin tutkimusta (Velasquez 2002, 7). Moraali tarkoittaa niitä käytännön elämässä tarvittavia normeja ja pelisääntöjä, joita ryhmillä tai yksilöillä on siitä, millainen toiminta on hyväksyttävää ja ei-hyväksyttävää. (Airaksinen 1987, 10; Buchholtz & Carroll 2008.) Esimerkiksi jokaisella yhteiskunnalla on oma moraalikäsitteensä, koska se luo pohjaa ihmisten väliselle vuorovaikutukselle. Etiikka tarkastelee siis enemmän teoriaa, oikeuksia ja velvollisuuksia sekä sisältöjä ja systeemejä, kun taas moraalit koskee käytännön toimintaa. (Aaltonen & Junkkari 1999, 141.)

Miten yritysetiikka määritellään? Takala (1993, 4) määrittelee yritysetiikan opiksi laadukkaasta yritys-elämästä. Velasquezin (2002, 13; 15) mukaan yritysetiikka on sovellettua etiikkaa ja keskittyy moraalistandardeihin liiketoiminnan piirissä. Aaltonen ja Junkkari (1999) painottavat sitä, että kaikkea toimintaa tulee voida arvioida etiikan teorioiden valossa, joten myös liiketoiminnan ilmiöitä voidaan arvioida eettisestä näkökulmasta. Yritysetiikka tuo keskustelun lähemmäksi ihmistä, yksilöä. Buchholtzin ja Carrollin (2008) sekä Cranen ja Mattenin (2004) mukaan liiketoiminta-/yritysetiikassa tutkitaan erilaisia ilmiöitä, tapahtumia ja tilanteita, joiden eettisyyteen siinä toimintaympäristössä tarvitsee ottaa kantaa. Yritysetiikka tarkastelee siis yritysten päätösten tekijöiden moraalisia toimia, ja soveltavatko he toiminnassaan yrityksessä hyväksytyjä eettisiä pelisääntöjä.

Seuraavaksi käydään lyhyesti läpi lueteltujen etiikan koulukuntien keskeiset näkemykset Kujalan ja Kuvajan (2002) tekemän jaottelun (kuviot 2) pohjalta keskittyen vähän tarkemmin postmoderniin etiikkaan.

ETIIKAN KOULUKUNTIA



KUVIO 2 Etiikan koulukuntia (Kujala & Kuvaja 2002)

Kujalan ja Kuvajan (2002) mukaan relativismi tarkastelee moraalialueita suhteessa yksilöön, yhteiskuntaan, kulttuuriin ja uskontoon periaatteella ”kaikki käy”. Siinä hyväksytään erilaiset mielipiteet ja moraaliset odotukset. Relativismi ei ohjeista, miten ratkaista sidosryhmien välisiä ristiriitoja. Velvollisuuseetiikassa eli deontologiassa velvollisuudentunne muita ihmisiä tai liiketoimintaa kohtaan tai vaatimus noudattaa eettisiä pelisääntöjä määrittelee moraalin. Moraali perustuu ainoastaan velvollisuuteen. Hyve-etiikka korostaa erilaisten hyveiden merkitystä niin yksilön kuin yrityksen moraalien toteutumisessa. Hyveitä ovat esimerkiksi ihmisyyteen liittyvät ominaisuudet: rehellisyys, anteliaisuus, pyrkimys hyväksi ihmiseksi, onnistuminen esimiehenä tai organisaation kehittämisessä. On tärkeä osata elää moraalisesti korkeatasoisesti. Seurauseetiikassa eli utilitarismissa tekojen seuraukset määrittävät moraalien saavutettujen hyötyjen perusteella. Tarjolla olevien mahdollisuuksien, velvoitteiden ja kaikenlaisen hyvinvoinnin mahdollisimman hyvin onnistunut toteutuminen yhteiskunnassa on puolestaan oikeudenmukaisuuseetiikassa moraalien perusta. Huolenpito ja välittäminen ihmisistä ovat huolenpidon etiikan perusta. Tällöin on keskeistä, miten yksilöiden väliset suhteet toimivat ja miten yksilöistä huolehditaan. (Kujala & Kuvaja, 2002.)

Postmodernissa etiikassa vuoropuhelu on moraalien keskiössä. Uskotaan, että teoriakeskustelua tärkeämpää on *käytännön moraalinen vuoropuhelu* (Kujala & Kuvaja 2002, 49), jossa ihmiset tutustuvat toistensa ajatuksiin moraalisten ongelmien ja periaatteiden kautta. Lähtökohtana ovat erilaiset moraalikäsitteet, jotka pohjautuvat maailmassa vallitsevaan moniarvoisuuteen, jolloin ei pyritä myöskään tavoittelemaan tiettyjä rajattuja moraaliperiaatteita. Yhteisesti jaetut mo-

raalikäsitykset alkavat muotoutua, kun moraalisia ristiriitoja aletaan ratkoa vuorovaikutteisesti. Halutaan etsiä ratkaisuja parempaan elämään esimerkiksi lisäämällä oikeudenmukaisuuden toteutumista yrityksen päätöksenteossa. Sosiaalista kanssakäymistä tarvitaan myös, jotta voidaan löytää yhteinen ymmärrys hyväksyttävästä ja ei-hyväksyttävästä toiminnasta. Vuoropuhelussa syntyvät moraalikäsitykset ovat ne, jotka ohjaavat toimintaa, ja joiden pohjalta voidaan löytää yhteinen ymmärrys esimerkiksi hyväksyttävästä tai tuomittavasta toiminnasta. Kujala ja Kuvaja (2002) korostavat vuoropuhelun merkitystä. Vaikka ei aina onnistuta yhteisymmärryksen löytämisessä, keskustelujen aikana saadaan merkityksellistä tietoa eri osapuolten näkemyksistä, myös yhteisymmärrystä estävistä tai heikentävistä seikoista. Tällöin voi päästä selville, mitkä asiat estävät ja mitkä edistävät yhteisymmärryksen saavuttamista. Vaikka käytännön moraalinen vuoropuhelu ei tuottaisikaan yhteisymmärrystä, se on silti arvokas. Prosessi vaatii eri osapuolten hyväksymistä moraalisisina toimijoina. Yrityksimaailmassa postmodernia etiikkaa voidaan soveltaa esimerkiksi määrittelyssä yrityksen arvoja tai vastuullista toimintaa. (Kujala & Kuvaja 2002.)

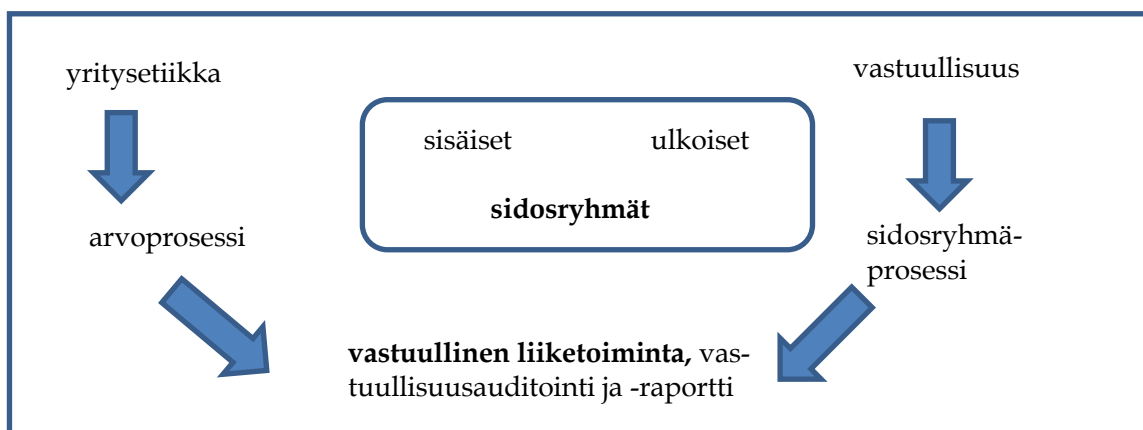
Könnölä ja Rinne (2001, 18) muistuttavat siitä, että myös arvot kuuluvat yritysetiikkaan. Arvokeskustelua käydään yleensä kahdella tasolla: yksilö- ja organisaatiotasolla. Pääpaino on usein kuitenkin yksilöiden arvoissa ja siinä, miten arvot näkyvät yksilön tekemissä päätöksissä (Könnölä & Rinne 2001, 17). Käytännössä siis yritystoiminnan eettisyys konkretisoituu organisaation sisällä yksilöiden kautta, jotka ovat ensisijaisia moraalisten velvoitteiden kantajia. Arvo -käsitteen määrittelyminen saatetaan kokea hankalana käsitteen abstraktiuden ja uskomuksia sisältävän luonteen vuoksi. Juutin (2007, 33) mukaan arvot ovat kokemusten pohjalta luotuja yleistyksiä.

Suomalaisessa yhteiskunnassa on käyty laajaa arvokeskustelua. Osa tästä keskustelusta on liittynyt yritysten etiikkaan ja yhteiskunnalliseen rooliin. Arvoista on etsitty vastausta yhteiskunnan murroskausien ongelmiin ja ohjenuoraa tulevaisuuden suunnitteluun. (Juuti 2007.) Yritykset ovat määritelleet arvojaan ahkerasti, mutta onko yritysten toiminta muuttunut käytännössä? Onko se, että on alettu enenevässä määrin puhua ja vaatia yrityksiltä vastuullista toimintaa, seurausta siitä, että arvokeskustelu ei ole tuottanut riittäviä tuloksia?

Eurooppalaisen yritysetiikan juuret ulottuvat toisen maailmansodan jälkeiseen aikaan, kun jälleenrakennus tiivistä kansainvälisiä suhteita. Valtioinstituutiolla on ollut Euroopassa tärkeä rooli yritysetiikan määrittelijänä ja keskeisenä toimijana. (Crane & Matten 2004.) Ammattiyhdistysliikkeen näkökulmasta tarkasteltuna etiikkaa on Suomessa määritelty ennen kaikkea kolmikantaisesti (työntekijä, työnantaja ja valtio) neuvotelluissa työmarkkinaratkaisuissa. Mutta tilanne on muuttunut, kun valtaa on siirtynyt yhteiskunnalta yrityksille. Elinkeinoelämä on kehittynyt yhdeksi maailman johtavimmista voimista, jotka vaikuttavat vahvasti ihmisten elämään ja maailman kehitykseen. (Aaltonen & Junkkari 1999, 22–24.) Yrityksillä on siis valtaa, ja valta lisää vastuuta. Yritysetiikkaa tarvitaan edistämään vastuullisuutta elinkeinoelämässä (Lämsä 2007) varsinkin, kun monilla yrityksillä näyttää olevan taipumus ottaa esikuvikseen

menestyviä yrityksiä ja samankaltaistaa toimintaansa esimerkin mukaan. Ilmiötä kutsutaan institutionalisoitumisprosessiksi (DiMaggio & Powell 1983), jota on käsitelty luvussa kaksi.

Yritysetiikan yhteyttä toiminnan vastuullisuuteen kuvataan seuraavaksi Könnölän ja Rinteen esityksen pohjalta (kuvio 3).



KUVIO 3 Yritysetiikan ja toiminnan vastuullisuuden välinen suhde (Könnölä & Rinne 2001)

Vastuullinen liiketoiminta tarvitsee onnistuakseen kahdenlaisia taustaprosesseja. Kun yrityksessä on määritelty sisäisen arvoprosessin kautta arvot, mahdollistuu keskustelu sidosryhmien kanssa laajemmin. Tarvitaan sidosryhmäprosessi dialogin aikaansaamiseksi ulkoisten sidosryhmien kanssa. (Könnölä & Rinne 2001.) Voidaan siis todeta, että vastuulliseen liiketoimintaan liittyy eettisyys vahvasti.

3.2 Sidosryhmäajattelu

Kuten edellisessä osiossa todettiin, postmodernissa etiikassa huomio on vuoropuhelussa ja moraalisisessa keskustelussa (Kujala 2001, 24). Jotta voidaan paremmin ymmärtää yrityksen ja sen erään sidosryhmän: ammattiyhdistysliikkeen välistä moraalista vuoropuhelua ja vastuullisuuskeskustelua, tutustutaan seuraavaksi sidosryhmäajatteluun. Sidosryhmäajattelu on oleellinen osa yhteiskuntavastuun viitekehystä (Vehkaperä 2005, 36). Mitchell, Agle ja Wood (1997) ovat todenneet, että sidosryhmäteoria on relevantteihin teorioihin arvioitaessa ja analysoitaessa yrityksen yhteiskuntavastuullista toimintaa.

Sidosryhmäajattelun olennaisin käsite on sidosryhmä. Sana sidosryhmä eli stakeholder pitää sisällään sekä käsitteen omistaja (holder) että käsitteen osuus/panos (stake). Kuten sidosryhmäkäsittellä myös stake -käsitteellä voidaan viitata useisiin asioihin, jotka Carroll (1991, 46) on nimennyt intresseiksi, oikeuksiksi ja omistuksiksi. Sidosryhmällä on usein intressi tietää yritystoiminnan vaikutuksista omaan toimintaansa ja oikeus esittää vaatimuksia yrityksen toiminnalle sekä oikeus tulla kuulluksi (Siltaoja 2011, 282). Taustalta löytyy

esimerkiksi sellaisia tekijöitä kuin valta, raha, tieto ja asema (Näsi 1995, 23). Sidosryhmäkäsitteelle on monta erilaista tulkintaa. Yhteistä niille on yleensä se, että sidosryhmä voi olla sekä yksilö että ryhmä ja että sidosryhmien ja organisaatioiden välillä on vuorovaikutusta. (Näsi 1995, 21–22.) Freemanin määritelmä on yksi suosituimmista sidosryhmämääritelmistä:

any group or individual who can affect or is affected by the achievement of an organization's purpose (Freeman 1984, 496).

On tutkijoita, jotka ovat arvostelleet sidosryhmäkäsitteen rinnastettavuutta Yhdysvaltojen ulkopuolella. Ei ole itsestään selvää, että käsite on yleismaailmallinen. Preuss (2008) huomauttaa, että esimerkiksi Euroopassa käsitteen sisältö tulee sovittaa kansalliseen ympäristöönsä. Sidosryhmäajattelu korostaa siis organisaation ja sen sidosryhmien suhdetta. Sidosryhmäajattelu perustuu käsitykseen, jonka mukaan organisaatio ei voi olla olemassa ilman vuorovaikutusta vaihtosuhdetta sidosryhmiensä kanssa, mikä edellyttää aktiivisuutta sidosryhmien suuntaan. Siksi yrityksen on toimittava niin, että sidosryhmät ovat tyytyväisiä siihen, mitä he yritykselle antavat ja mitä he saavat. (Freeman 1984, 246.) Näsin (1995, 24) mukaan organisaatioiden päämäärät ovat todellisuudessa sidosryhmien päämääriä, koska niillä itsellään ei ole omia päämääriä. Sidosryhmäkeskeisessä johtamistavassa (Freeman 1984) yritys on sidosryhmiensä keskiössä ja kuuntelee aidosti kaikkien oleellisten sidosryhmien esimerkiksi asiakkaiden, tavarantoimittajien, henkilöstön tai median näkemyksiä ja ottaa ne huomioon päätöksenteossaan. Buchholtz ja Carroll (2008, 22) muistuttavat siitä, että yrityksen tehtävä on yhtäältä toimia sidosryhmiensä kanssa eettisesti kestäväällä tavalla ja toisaalta käsitellä mahdollisia ristiriitatilanteita yrityksen ja sen sidosryhmien odotusten välillä. Eettinen näkökulma on siten mukana kaikessa päätöksenteossa, joka koskee sidosryhmiä. Sidosryhmäajattelua kohtaan on myös esitetty kritiikkiä siitä, että kaikkia toimijoita ei eettisyys ohjaa, vaan Kennedyn (2010) mukaan he tarkastelevat sidosryhmäyhteistyötä enemmän liiketoimintalähtöisestä näkökulmasta (Baden & Harwood 2012).

Organisaatioiden on välttämätöntä selviytyäkseen muuttuvassa toimintaympäristössä kyettävä tyydyttämään sidosryhmiensä tarpeet ja odotukset. Siitä on seurannut, että yritysten ja organisaatioiden ei nähdä enää olevan ympäristöstään erillisiä yksiköitä, vaan ne ovat vastuussa ympäristölleen ja yhteiskunnalleen. (Carroll, 1999.) Toisaalta ympäristö ja sen toimijat on alettu nähdä yhä enenevässä määrin yritysten ja organisaatioiden voimavarana. Huomionarvoista on myös se, että erilaiset intressiryhmät ovat samaan aikaan tulleet yhä tietoisemmiksi ja vaativimmiksi suhteissaan yrityksiin ja organisaatioihin (Näsi 1995, 31).

Sidosryhmien välisessä vuoropuhelussa on kyse kaksisuuntaisesta viestinnästä yritysjohton ja sidosryhmien välillä. Jos vuoropuhelu ei onnistu, on vaarana ajautua erilaisiin sidosryhmien välisiin kriiseihin, jotka voivat pahimmissa tapauksissa aiheuttaa säröjä yritysten imagoon tai tuottaa taloudellisia tappioita. (Kujala & Kuvaja 2002, 85.) Se, miten yritys onnistuu sidosryhmä-

vuoropuhelussa, heijastuu yrityksen maineeseen joko positiivisesti tai negatiivisesti (Könnölä & Rinne 2001).

Lehtipuu ja Monni (2007) selvittivät seitsemän ison suomalaisyrityksen sidosryhmiltä, mitä ne edellyttävät yritysten toiminnalta. Vastauksista käy ilmi, että yhteiskunnan koetaan luovan edellytyksiä yritystoiminnalle ja siksi myös sen pitää hyötyä yritysten toiminnasta. Yhä enemmän sidosryhmät ovat kiinnostuneita tuotteiden tuotantotavoista ja niiden vaikutuksesta ympäristöön. Kansalaisjärjestöt mainittiin kestävä kehityksen mukaisen toiminnan vaatijoina. Se miten henkilöstöä kohdellaan ja heidät otetaan mukaan toiminnan suunnitteluun ja päätöksentekoon, kiinnosti selvästi. Henkilöstön edustajien mielestä pienillä teoilla ja arvojen mukaisella toiminnalla oli suuri merkitys. (Lehtipuu & Monni 2007, 229–234.)

Myös suomalainen ay-liike on ollut kiinnostunut tuotteiden tuotantotavoista erityisesti työolojen näkökulmasta. Viimeisin esimerkki liittyy tekstiilitehtaan romahtamiseen Bangladeshissa. Palvelualojen ammattiliitto PAM vetosi suomalaisiin yrityksiin, jotta ne sitoutuisivat tekstiiliteollisuuden työntekijöiden turvallisuuden kehittämiseen Bangladeshissa. Stockmann-konserni sitoutui sopimukseen ensimmäisenä suomalaisena yrityksenä. (Taloussanomat 2013.) Voidaan todeta myös, että Stockmann sitoutui näkyvään vastuullisuuteen ainakin osittain Palvelualojen ammattiliitto PAM:n kohdistaman sidosryhmäpaineen (Matten & Moon 2008, 409) seurauksena. Aiemmat tutkimustulokset koskien yritysten ja ay-liikkeen sidosryhmävuoropuhelua kertovat siitä, että yritykset eivät tunnista ay-liikettä keskeiseksi yhteiskuntavastuun sidosryhmäksi (FIBS yritys vastuukysely 2013).

Sidosryhmät voidaan jaotella monin tavoin. Carroll (1991, 43) ja Näsi (1995, 22–23) tekevät jaon primäärisiin ja sekundaarisiin ryhmiin. Primäärisiä ovat formaalit, sopimuksenvaraiset sidosryhmät ja sekundaarisia kaikki muut. Muita jaottelutapoja ovat jako sisäisiin, ulkoisiin ja muihin sidosryhmiin (Pesqueux & Damak-Ayadi 2005) tai jako nykyisiin ja potentiaalsiin sidosryhmiin (Mitchell ym. 1997). Seuraavaksi esitellään tässä tutkimuksessa käytetty sidosryhmäjaottelu Teollisuus ja Työnantajat ry:n jaottelun (kuvio 4) pohjalta.



KUVIO 4 Yrityksen yhteiskuntavastuun sidosryhmiä (TT ry 2001)

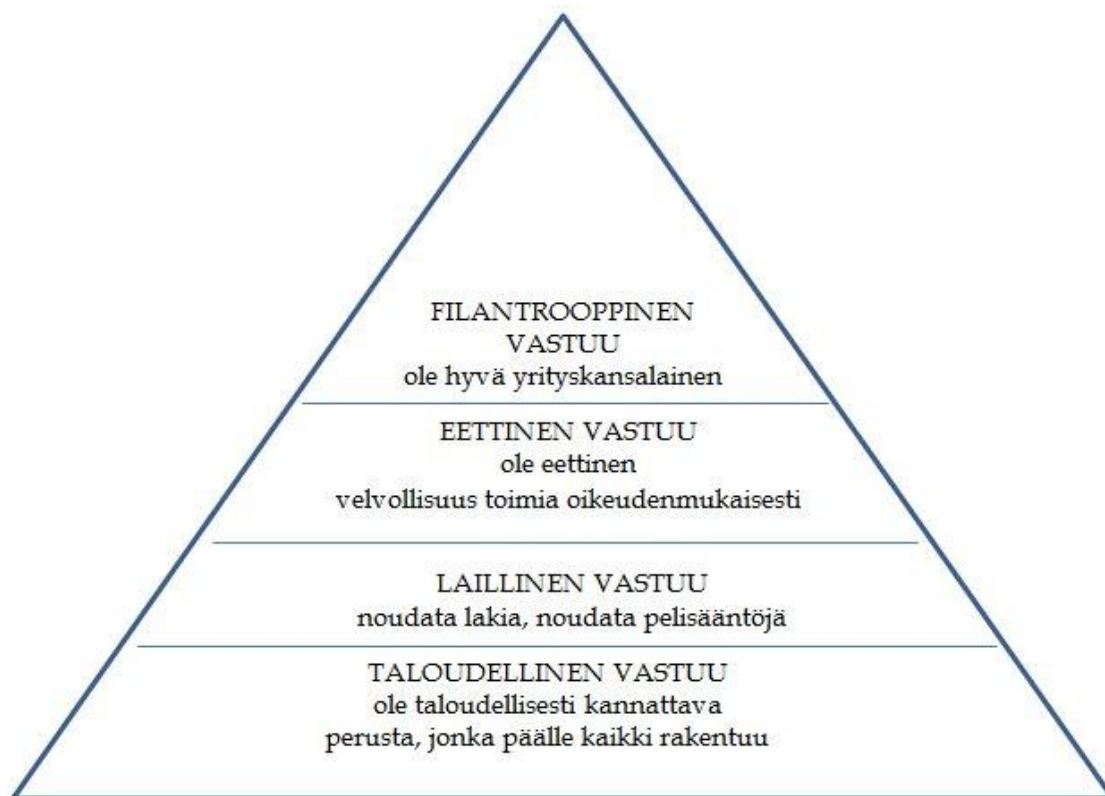
Tässä työssä on päädytty käyttämään Teollisuuden ja Työnantajien julkaisussa *Yrityksen yhteiskuntavastuu* (2001, 4) esitettyä jaottelua yrityksen sidosryhmiin. Esityksestä ilmenee, miten monet osapuolet ovat kiinnostuneita yrityksen yhteiskuntavastuusta. Siitä ovat kiinnostuneita niin nykyinen henkilöstö kuin potentiaaliset työntekijät, omistajat ja potentiaaliset sijoittajat, yritysasiakkaat, kuluttajat, viranomaiset, mutta myös ammattiyhdistysliike, kansalaisjärjestöt ja kirkko, mediaa unohtamatta. Ammattiyhdistysliike esitetään joissakin tilanteissa kuuluvaksi kansalaisjärjestöihin, esimerkiksi SAK ilmoittaa, että se on myös kansalaisjärjestö (Perustietoa SAK:sta 2013). Jotta voidaan varmistua siitä, että onnistutaan saamaan suomalaisen ay-liikkeen ääni mahdollisimman hyvin kuuluviin tässä opinnäytetyössä, on tarpeen eriyttää ammattiyhdistysliike kansalaisjärjestöistä ja tarkastella yrityksen yhteiskuntavastuun toteutumista ammattiyhdistysliike -sidosryhmän näkökulmasta.

Tässä yhteydessä on kuitenkin syytä mainita, että ay-liike on ollut aloitteellinen kuluttajaliikkeen synnyssä. Nimittäin vuonna 1992 palkansaajakeskusjärjestöt olivat perustamassa Suomen Kuluttajaliittoa. Se on edunvalvontajärjestö, joka tekee yhteistyötä eri ryhmien kanssa kuluttajien aseman parantamiseksi. Vahvan kuluttajaliikkeen koettiin luovan takeita sille, että markkinatalous voisi toimia terveellä pohjalla. (Eduskunta 2009, Asiakirja KK 107/1992.)

3.3 Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite (CSR)

Yrityksen yhteiskuntavastuu (Corporate Social Responsibility) on käsite, joka leviää maailmalla globalisaation seurauksena. Yrityksiin kohdistetaan eettiseen

toimintaan liittyviä vaatimuksia. Yrityksen yhteiskuntavastuulle ei kuitenkaan ole olemassa yksiselitteistä määritelmää (Crane & Matten 2004). Yhteiskuntavastuun käsite on ollut esillä Yhdysvalloissa jo 1900-luvun puolivälistä, mitä voi selittää esimerkiksi se, että amerikkalaisia yrityksiä ei ole ohjannut valtio tai lainsäädäntö niin kuin meillä Suomessa on tapahtunut (Siltaoja & Takala 2003). Suomalaisessa liiketoimintajärjestelmässä valtiolla on ollut vahva rooli. Meillä valtiolla on ollut vahva rooli talouden veturina (Lilja ym. 2011, 50–51) ja toisaalta hyvinvoinnin turvaajana (Alasuutari 1996). Yhdysvaltalaisen yhteiskuntavastuututkimuksen uranuurtajan Archie B. Carrollin mukaan yhteiskuntavastuun käsitteen sisältö laajeni 1960-luvulla. 1970-luvulla keskityttiin tutkimaan yrityksen sosiaalista vastuuta, kun taas seuraavalla vuosikymmenellä ei noussut uusia vaihtoehtoisia käsitteitä esiin. Silloin keskityttiin käsitteeseen yhteiskuntavastuullinen toiminta (corporate social performance) sekä tutkimaan eri teemoja, joita olivat sidosryhmäteoria ja yritysetiikka. (Carroll 1999, 268–288.) Seuraavaksi esitellään kuuluisaksi noussut yrityksen yhteiskuntavastuukäsitelmä eli Carrollin pyramidi kuviossa viisi (kuvio 5).



KUVIO 5 Carrollin pyramidi (Carroll 1991, 42)

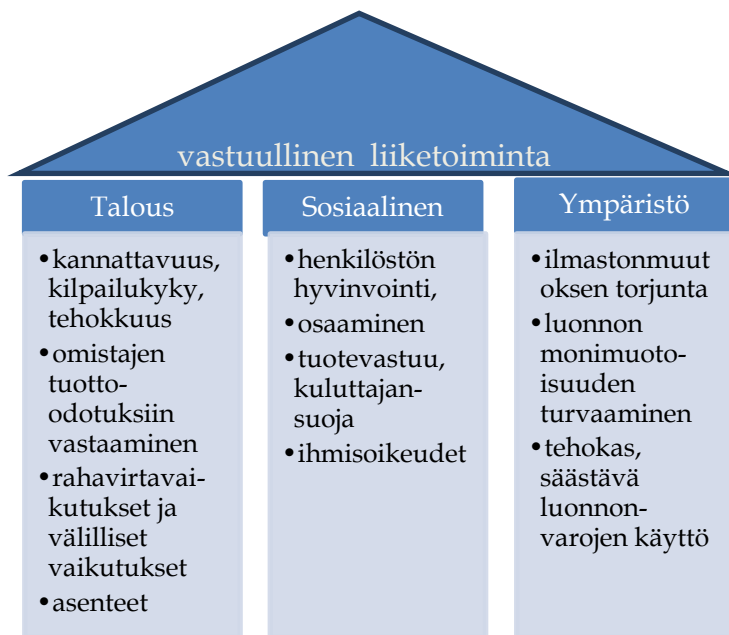
Pyramidi on laajennettu versio Carrollin vuonna 1979 esittämästä yritysvastuun mallista, jossa jo pohditaan vastuun eri alueiden merkitystä ja laajuutta yrityksen vastuullisessa liiketoiminnassa. Pyramidissa yhteiskuntavastuun kivijalan muodostaa taloudellinen vastuu, joka yhdessä laillisen vastuun kanssa määrittää vastuiksi, joita yritykseltä vaaditaan. Pyramidin kolmannelle tasolle

sijoittuva eettinen vastuu on puolestaan yritykseltä odotettu vastuu. Pyramidin huipulle sijoittuvaa filantrooppista eli vapaaehtoista vastuuta yhteiskunta yritykseltä toivoo. (Carroll 1991, 40–42.) *Taloudellisen vastuun* keskiössä on ajatus siitä, että yrityksen toiminnan tulee olla pitkällä aikavälillä taloudellisesti kannattavaa. Vastuullisesti hoidettu talous luo perustan kaikkien muiden vastuualueiden toteuttamiselle ja vastaavasti voi horjuttaa muiden toteutumista, mikäli yrityksellä menee taloudellisesti huonosti. (Carroll 1991, 40–42.)

Laillinen vastuu edellyttää sitä, että yrityksen toiminnassa noudatetaan voimassa olevia lakeja ja asetuksia sekä niihin pohjautuvia säädöksiä sekä viranomais määräyksiä. Toiseksi korkeimmalla tasolla pyramidissa on eettisyys. Yrityksillä on *eettinen vastuu* eli niiden odotetaan toimivan oikein sekä välttävän tai minimoivan sidosryhmille aiheutuvia haittoja. Kyse on kaikista niistä normeista, toimintatavoista ja odotuksista, joita sidosryhmät kuten yhteiskunta, asiakkaat, henkilöstö edellyttävät noudatettavan yrityksissä. Eettisesti vastuullinen yritys kunnioittaa ja jopa turvaa sidosryhmien moraalisia oikeuksia. Ylimpänä pyramidissa on *filantrooppinen vastuu*. Yrityksiltä toivotaan, että ne ovat hyviä yrityskansalaisia. Toiminnot ovat vapaaehtoisia ja liittyvät yrityksen haluun panostaa niin organisaation omaan sisäiseen kehittämiseen kuin ympäröivän yhteiskunnan kehittämiseen. Filantrooppisen vastuuseen ei liity eettistä vastuuta. Jotta yritystä voidaan pitää täysin yhteiskuntavastuullisena, sen on saavutettava kaikki vastuullisuuden tasot. (Carroll 1991, 40–42; Carroll & Buchholtz 2006, 35–39.) Crane ja Matten (2004, 50–51) ovat kritisoineet Carrollin pyramidia siitä, että kyseisessä jaottelussa jää huomioimatta tasojen välillä mahdollisesti syntyvät ristiriidat ja niiden vaikutukset vastuullisuuteen.

Kansallisen liiketoimintajärjestelmäteorian (Whitley 1999) näkökulmasta tarkasteltuna Suomessa ovat lainsäädäntöön sisällytettyinä monet sellaiset asiat, jotka Yhdysvalloissa ovat vapaaehtoisia. Anttiroiko (2004, 36) huomauttaa, että Pohjoismaissa filantrooppinen sisältyy tulonjako- ja verotusjärjestelmiin, kun vastaavasti Yhdysvalloissa ja vastaavatyypisesti rakentuneissa yhteiskunnissa vastuu on yksilöillä ja yritysten omantunnon varassa.

Toinen laajalti tunnettu ja paljon käytetty lähestymistapa yhteiskuntavastuun määrittelyssä on John Elkingtonin (1999) kehittämä kolmiosainen raportointimalli, jota kutsutaan myös kolmen pilarin malliksi ja on englanninkieliseltä nimeltään triple bottom line (kuvio 6).



KUVIO 6 Vastuullisen liiketoiminnan kolme pilaria (Lehtipuu & Monni 2007, 67 mukailten)

Kolmen pilarin malli on malli, jonka avulla yritysten kokonaistulosta mitataan taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristöllisen ulottuvuuden kautta. Elkington (1999) määrittelee toiminnan, jossa pitkällä aikavälillä otetaan huomioon taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen ulottuvuus, kestäväksi kehitykseksi. Kestävä kehitys on vuonna 1987 YK:n alaisen ympäristön ja kehityksen maailmankomission niin sanottu Brundtlandin komission määrittelemä käsite, joka monessa Euroopan maassa toimii vastuullisen liiketoiminnan perustana (Mitä kestävällä kehityksellä tarkoitetaan 2006). Taloudellinen ulottuvuus liittyy yrityksen vastuuseen kehittää, tuottaa ja markkinoida tuotteita, jotka takaavat yrityksen taloudellisen kehityksen pitkällä aikavälillä. Myös yrityksen asenteet ja toiminnasta aiheutuvat vaikutukset talouselämään sisältyvät tähän. Sosiaalinen ulottuvuus puolestaan liittyy ihmisten hyvinvointiin ja oikeuksiin. Ympäristöllinen eli ekologinen ulottuvuus on luonnonvarojen kestävää käyttöä ja luonnon monimuotoisuuden turvaamista. (Crane & Matten 2004, 23–28.) Elkingtonin mukaan nämä kolme ulottuvuutta eivät ole vakaita, vaan ne ovat jatkuvassa muutoksessa taloudellisten, sosiaalisten ja ympäristöön liittyvien paineiden ja ristiriitojen takia. Hän kuvaakin ulottuvuuksia eräänlaisiksi liikkuviksi laatoiksi, jotka vääjäämättä myös törmäävät toisiinsa. Ulottuvuudet eivät siis ole irrallisia, vaan vaikuttavat toinen toisiinsa. (Elkington 1999, 73–74.)

Yhteenvedona voidaan todeta, että Elkingtonin kolmen pilarin mallin (1999) avulla yritys tähtää vastuulliseen liiketoimintaan. Vastuullisen liiketoiminnan tavoitteena on luoda sidosryhmille jatkuvaa lisäarvoa hyödyntämällä mahdollisuudet ja hallitsemalla riskit, jotka liittyvät taloudelliseen, sosiaaliseen ja ekologiseen kehitykseen. (Carroll & Buchholtz 2006, 58.) Muun muassa Global Reporting Initiative (GRI) -raportointiohjeisto, jota käsitellään tarkemmin luvussa 3.4, käyttää raportoinnin rakenteena kolmen pilarin mallia.

Suomessa yrityksen yhteiskuntavastuu on määritelty melko yleisesti EU:n määritelmän mukaisesti taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen. Kyse on yritysten vapaaehtoisesta vastuullisuudesta, joka ylittää lainsäädännön määrittelemän tason ja jossa toiminnan eettisyys korostuu. (Euroopan komissio 2006; Juholin 2004; Lehtonen 2004; Lämsä 2007; Siltaoja 2010; Takala 1993.) Yritys on aina osa yhteiskuntaa. Sen tekemisiä pitää pystyä arvioimaan yhteiskuntavastuun näkökulmasta. Yhteiskuntavastuusta pitää osata myös viestiä yrityksessä. (Juholin 2009, 49–50; Malmelin 2011.)

Taloudellista vastuuta kantava yritys toimii niin, että sen toiminnan jatkuvuus taataan ja yritys huolehtii velvoitteistaan yhteiskuntaa kohtaan esimerkiksi maksamalla veroja. Sosiaalinen vastuullisuus on vastuuta yrityksen tärkeimmästä voimavarasta: henkilöstöstä ja myös muista sidosryhmistä. Ympäristönsuojelu ja yrityksen toiminnan vaikutukset ympäristöön ovat erittäin tärkeitä ympäristövastuuseen liittyviä tekijöitä. (Lämsä 2007, 47.) Tässä tutkimuksessa keskitytään siis tarkastelemaan yrityksen yhteiskuntavastuuta Euroopan komission tiedonannon vuodelta 2006 olevan määritelmän mukaan:

Yritysten yhteiskuntavastuussa on kyse siitä, että yritykset yhdistävät vapaaehtoisesti sosiaaliset ja ekologiset huolenaiheensa liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa sidosryhmiensä kanssa. Siinä on kyse siitä, että yritykset päättävät ylittää lainsäädännössä asetetut ja työehtosopimuksista johtuvat vähimmäisvaatimukset vastataksaan yhteiskunnallisiin tarpeisiin.

Tämän tutkimuksen aikana Euroopan komissio on määritellyt (Euroopan komissio 2011) yhteiskuntavastuun uudelleen, kun se on julkaissut yrityksen yhteiskuntavastuuta koskevan uudistetun EU:n strategian vuosiksi 2011–2014. Se on määritellyt yrityksen yhteiskuntavastuun

käsitteeksi, jossa yritykset yhdistävät vapaaehtoisesti sosiaaliset ja ekologiset huolenaiheensa liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa sidosryhmiensä kanssa.

Määritelmässä korostetaan sitä, että vastuunsa tuntevien yritysten tulee kytkeä tiiviisti ydinstrategioihinsa ympäröivä yhteiskunta, ympäristö, ihmisoikeudet, eettiset kysymykset sekä kuluttajakysymykset. Lisäksi yritysten tulee toimia tiiviissä yhteistyössä sidosryhmiensä kanssa maksimoidakseen omistajille ja muille sidosryhmälle sekä yhteiskunnalle laajasti ymmärrettynä tuottamansa lisäarvo ja välttää toisaalta aiheuttamansa haitat. Määritelmä on täten laajempi ja tarkemmin vastuuta yrityksille säilyttävä kuin aiempi määritelmä. Yrityksiä kannustetaan suunnittelemaan innovatiivisia pitkälle tulevaisuuteen tähtäviä liiketoimintastrategioita. Vaikuttaa siltä, että yrityksen yhteiskuntavastuun rooli koetaan entistä tärkeämmäksi tulevaisuuden Euroopassa. Strategiassa (Euroopan komissio 2011, 3.6) todetaan, että

Viime vuosina monet toimialakohtaiset työmarkkinaosapuolten vuoropuhelun komiteat ovat edistäneet yritysten yhteiskuntavastuun hyviä käytäntöjä ja laatineet ohjeistoja. Komissio suhtautuu tällaisiin aloitteisiin myönteisesti ja tunnustaa, että yritysten yhteiskuntavastuu edistää ja tukee työmarkkinaosapuolten vuoropuhelua.

Tarkastellaan seuraavaksi vielä vähän tarkemmin vastuun kolmijakoa: taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen vastuu. Yhteiskuntavastuuajattelussa korostuu taloudellisen vastuun priorisointi, koska vallalla on näkemys siitä, että vain kannattava yritystoiminta mahdollistaa muista yhteiskuntavastuun alueista huolehtimisen. Juuti (2007, 38) sekä Siltaoja ja Takala (2003) muistuttavat siitä, että yritysten päätehtävä on laaja-alainen. Omistajille tuotettavan voiton lisäksi niiltä odotetaan asiakkaille hyviä palveluita ja tuotteita. Taloudellista vastuuta korostettaessa yrityksen edellytetään toimivan vastuullisesti omassa ympäristössään. Taloudellinen vastuu yritysten toiminnassa ilmenee tyypillisesti joko suoraan tai välillisesti tapahtuvassa työllistämisessä. Mutta yritysten vastuulla on myös laittaa rajat ahneudelle. Voittoa ei pidä tavoitella keinoilla millä hyvänsä. Yrityksen henkilöstö, ulkoiset sidosryhmät tai ympäristö laajasti ymmärrettyinä eivät saa joutua kärsimään. (Ketola 2005.) Johdon saamat ylisuurilta vaikuttaneet optiot ja henkilöstöltä samanaikaisesti edellytetyt säästöt Finnairilla ovat yksi esimerkki paljon julkista keskustelua aiheuttaneesta eivastuullisesta toiminnasta (Finnair, Helsingin Sanomat 2012). Samoin Finnairin pääjohtajan asuntokauppaan liittyneet epäselvyydet herättivät keskustelua siitä, onko Suomessa hyvä veli -verkostoja, jotka epäeettisin perustein suosivat jäseniään (Hertsu 2012). Suomi on pitkään kuulunut maailman vähiten korruptoituneiden maiden joukkoon (Kourula 2010). Transparency International (2013) määrittelee korruption

vastuullisen aseman väärinkäytöksi oman edun tavoittelemiseksi.

Transparencyn mukaan varsinaista avointa korruptiota Suomessa on todella vähän, mutta piilokorruptiota saattaa ilmetä hyvä veli -verkostoissa. Ilmiö on vaikeasti havaittavissa ja mitattavissa.

Kun yritys tuntee vastuunsa sidosryhmistään eli henkilöstöstään, asiakkaistaan, tavarantoimittajistaan, alihankkijoistaan, yhteistyökumppaneistaan tai toiminta-alueella asuvista asukkaista, kyse on sosiaalisesta vastuusta. Yrityksen tulee huolehtia henkilöstön hyvinvoinnista, osaamisesta ja sen kehittämisestä. Kuluttajansuojakysymykset ja tuoteturvallisuus sekä yritysverkostoissa tapahtuva yhteistyö ovat esimerkkejä sosiaalisen vastuun ilmentymistä (Ketola 2005). Sidosryhmät myös edellyttävät yrityksiltä vapaaehtoisuuteen perustuvaa laitt ylittävää sosiaalista vastuullisuutta (Uimonen 2006). Tuomo Takala (2000a) puhuu "valistuneesta itsekkyydestä" ja tarkoittaa sitä, että yritys ei itsekkäästi aja vain omaa etuaan, vaan ottaa huomioon myös sidosryhmiensä edun ja osoittaa täten sosiaalista vastuullisuutta. Panapanaanin (2006) tutkimusten mukaan sosiaalinen vastuullisuus onkin noussut nopeasti maailmanlaajukseksi huolenaiheeksi. Sosiaalinen vastuullisuus edellyttää yrityksiltä erilaisten vastuullisuusnormien ja standardien noudattamista. Normeja ja standardeja esitellään luvussa 3.5.

Maapallon kantokyvyn, uusiutumattomien ja uusiutuvien luonnonvarojen rajallisuus ovat maailman ympäristöongelmia, jotka koskettavat kaikkia kaikkialla maapallolla. Yritysten näkökulmasta tarkasteltuna vastuu erityisesti oman toiminnan vaikutuksista ympäristöön on suuri. Puhutaan ekologisesta jalanjäl-

jestä. Yrityksillä onkin laajasti ympäristöstrategioita, joiden avulla ne pyrkivät pienentämään ekologista jalanjälkeään, mutta myös lisäämään markkinaosuuttaan tai saavuttamaan suurempia voittoja. Mutta on myös runsaasti yrityksiä, jotka ovat aidosti huolissaan ympäröivästä luonnosta. (Ketola 2005.) Rohwedelerin (2004) mukaan ympäristövastuun lähtökohtana on yritystoiminnan suunnittelu ja toteuttaminen raaka-aineita ja energiaa säästämällä ja tarkoituksenmukaisesti käyttäen, niin että syntyvien päästöjen kuin jätteidenkin määrä pystytään minimoimaan. Yritysten toiminnasta on sekä välittömiä oman toiminnan ympäristövaikutuksia sekä välillisiä alihankkijoiden tai muiden toimitusketjuun kuuluvien toimijoiden aiheuttamia ympäristövaikutuksia. Välillistä vastuuta on myös yritysten osallistuminen luonnon monimuotoisuuden turvaamiseen ja luonnonsuojeluun liittyviin hankkeisiin. Suomessa on kaivostoiminta lisääntynyt merkittävästi viime vuosina. Samoin on noussut myös huoli sen aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Talvivaaran kaivokseen liittyvät ympäristöongelmat ovat yllättäneet suomalaiset. Toimijoita on muitakin. Anglo American suorittaa aktiivista malminetsintää Sodankylässä, missä yhtiöllä on yli 500 neliökilometrin valtaukset ja valtausanomukset. Varaukset ovat osittain Natura alueella. Yhtiön tarkoituksena on jatkaa malminetsintää alueella useita vuosia. Yhtiöllä on moitteeton maine maailmalla ympäristöasioissa. Mutta tiedossa on myös, että yhtiön pääasiallisilla toiminta-alueilla, kehitysmaissa, joissa ympäristötietous ja lainsäädäntö ovat vähäisiä, on kuollut kuuden vuoden aikana lähes 5400 kaivosmiestä. (Aikio, 2012.)

Implisiittinen ja eksplisiittinen yrityksen yhteiskuntavastuu

Kun puhutaan käsitteestä yrityksen yhteiskuntavastuu, niin usein nousee esiin käsitteet implisiittinen ja eksplisiittinen vastuu. Käsitteet perustuvat Mattenin ja Moonin (2008) tekemään jaotteluun, jonka taustaoletuksina voidaan pitää Carrollin (1991) yhteiskuntavastuun pyramidia, jonka eettisen vastuullisuuden taso on lähellä Mattenin ja Moonin (2008) implisiittistä määritelmää yrityksen yhteiskuntavastuusta. Implisiittinen eli ei-näkyvä yrityksen yhteiskuntavastuu ilmenee ikään kuin sisäänrakennettuna erilaisten lakien, normien ja sopimusten noudattamisena. Erilaiset vastuullisuutta ohjaavat normit ja sopimukset ovat usein syntyneet sidosryhmien yrityksille esittämien vaatimusten pohjalta. Ayliikkeen näkökulmasta tarkasteltuna lainsäädäntö ja sitovat sopimukset, esimerkiksi työlainsäädäntö ja sosiaaliturvalainsäädäntö ovat luoneet Suomessa turvaa ja vakautta. (Juholin 2003.) Implisiittinen yhteiskuntavastuu on ollut tyypillistä Euroopassa. Lainsäädäntö ja normit vaihtelevat maittain sen mukaan, millainen liiketoimintajärjestelmä kyseisessä maassa on. (Preuss 2008.)

Carrollin pyramidin (1991) ylimmän vastuullisuuden tason muodostaa harkinnanvarainen filantrooppinen vastuu, jota voidaan ajatella vastaavan Mattenin ja Moonin (2008, 410) määrittelemä eksplisiittinen yhteiskuntavastuu. Sosiaaliset syyt johtavat vastuullisuustoimiin, kun yritykset päätyvät aloittamaan yhteistyötä eri tahojen kuten kansalaisjärjestöjen tai toisten yritysten kanssa, mutta aina omasta tahdostaan, ei pakotettuna tai muodollisten syiden takia.

Eksplisiittistä yhteiskuntavastuuta toiminnassaan soveltavat yritykset ovat aktiivisia käymään vuoropuhelua sekä laatimaan näkyviä vastuullisuusohjeistoja. Usein yhteiskuntavastuusta on myös tullut yritykselle strategisesti tärkeää. (Matten & Moon 2008, 409–410.)

Pääosin vapaaehtoisuuteen eli harkintaan perustuva näkyvä eli eksplisiittinen yrityksen yhteiskuntavastuu on tyypillistä USA:ssa. Kattavaa lainsäädäntöä ei ole, vaan sitä täydennetään yhteiskuntavastuulla. (Matten & Moon 2008, 414.) Yrityksillä on erilaisia vapaaehtoisia sosiaalisia ja ympäristöohjelmia ja -strategioita, jotka usein perustuvat arvoihin ja luovat pohjaa yrityksen sosiaaliselle vastuulle. Esimerkiksi maailman suurin kauppaketju Wal-Mart lahjoitti valtaisan summan rahaa hurrikaani Katrinnan uhreille vuonna 2005. (Matten & Moon 2008, 409.) Näin ay-liikkeen näkökulmasta tarkasteltaessa todettakoon, että Wal-Mart on tullut kuuluisaksi myös siitä, että se polkee omien työntekijöidensä oikeuksia maksamalla erittäin huonoa palkkaa (Kepa 2012).

Yhdysvalloissa yritysvastuu perustuu vahvasti individualistiselle ajattelulle, jossa korostuvat yhtäältä johtajan persoona ja vastuu ja toisaalta yrityksen itsenäisyys ja itsesääntely. Yrityksen roolina on toimia sosiaalisten ja kansalaisoikeuksien turvaajana ja maksimoida osakkeenomistajien etu. (Crane & Matten 2004, 26–28.) Yritykset maksavat vähemmän veroja ja voivat itsenäisesti päättää, mihin ne tuotot käyttävät. Hyväntekeväisyyteen sijoittaminen on yleistä. Sitä vastoin Pohjois-Euroopassa yrityksillä on korkeampi verotus ja hyvinvointivaltion ylläpitämiseen valtio tarvitsee paljon verotuloja, mistä seuraa, että yritykset voivat vain välillisesti vaikuttaa siihen, miten ja millaisiin tarkoituksiin niiden tuottoja käytetään (Juholin 2004).

Eksplisiittinen yrityksen yhteiskuntavastuu on leviämässä Eurooppaan. Vastaus on osittain löydettävissä teoriaviitekehuksesta. Kuten kansallisen liiketoimintajärjestelmäteorian kehittäjä Whitley (1999) on todennut, yritykset eivät toimi tyhjiössä, vaan ovat alttiita kulloisenkin aikakauden vaikutteille. Globalisaatio kiihdyttää yhteisten käytäntöjen leviämistä. Poliittisten olosuhteiden muutokset sekä kasvava työttömyys Euroopassa pakottavat yritykset pohtimaan näkyvää vastuullisuutta, koska niillä on huoli legitimitetistään. Yhä enemmän yrityksissä mietitän toiminnan vaikutuksista laajasti ympäristöön kehitysmaita myöten. (Matten & Moon 2008, 419–420.) Institutionaalisen isomorfismin takia samankaltaistavat käytännöt leviävät nopeasti. (DiMaggio & Powell 1983.) Isomorfismia edistävät esimerkiksi globaalit toimintaohjeet, vastuullisuusraportointi ja koulutusjärjestelmien yhdenmukaistaminen, josta esimerkki on MBA-koulutus (Matten & Moon 2008). Globalisaation takia myös koordinoitujen talousjärjestelmien muuttumassa liberaalimpaan suuntaan (Hall & Soskice 2001). Matten ja Moon muistuttavat, että huolimatta siitä, että eksplisiittinen yhteiskuntavastuu on levinnyt, implisiittinen vastuullisuus ei ole katoamassa mihinkään. Siitä pitää huolen eri maissa käytössä olevat institutionaaliset rakenteet, kuten liiketoimintajärjestelmä. (Matten & Moon 2008, 419–420.)

Implisiittisen ja eksplisiittisen yrityksen yhteiskuntavastuun vertailu on kiinnostanut myös muita tutkijoita (Bluhm & Trappmann 2012; Gjørlberg 2012).

Bluhm ja Trappmann (2012) tutkivat yritysjohtajien mielipiteitä yrityksen yhteiskuntavastuuta kohtaan Saksassa, Puolassa ja Unkarissa. Tulokset osoittivat, että yhteiskuntavastuu koetaan tärkeäksi. Oleellista ei ole se, onko kyse impliisiittisestä vai eksplisiittisestä vastuullisuudesta. (Bluhm & Trappman 2012, 15.) Norjalainen tutkija Maria Gjørberg haastatteli yli 70 henkilöä, jotka edustivat pohjoismaisia ministeriöiden virkamiehiä, yritys-elämän sekä ay-liikkeen ja kansalaisjärjestöjen edustajia. Tulosten perusteella Pohjoismaissa uskotaan vahvasti siihen, että vain lainsäädännön avulla voidaan edistää yhteiskuntavastuullista käyttäytymistä. (Gjørberg 2012, 187.)

3.3.1 Yrityksen yhteiskuntavastuun lähikäsitteet

Yritysten vastuullisuuden käsitteistö on kirjavaa niin suomenkielisessä kuin englanninkielisessä kirjallisuudessa. Yrityksen yhteiskuntavastuun lähikäsitteitä ovat esimerkiksi yhteiskunnallinen vastuu, sosiaalinen vastuu, eettinen vastuu, vastuullinen liiketoiminta, kestävä liiketoiminta ja yrityskansalaisuus sekä hyvä hallintotapa. (Rohweder 2004, 77; Vehkaperä 2003, 19; 32.) Esimerkiksi rinnakkaiskäsitteellä yhteiskunnallinen vastuu voidaan Rohwederin (2004, 77) mukaan viitata kaikkiin kolmeen vastuullisuusulottuvuuteen eli taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen tai sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen tai vain sosiaaliseen vastuuseen.

Englanninkielisiä käsitteitä on runsaasti, esimerkkeinä corporate governance eli hyvä hallintotapa tai omistajaohjaus, corporate citizen eli yrityskansalainen, financial performance eli taloudellinen suoriutuminen ja corporate social performance eli yhteiskuntavastuullinen toiminta. (Wood 1991.)

Mistä puhutaan, kun puhutaan yrityskansalaisuudesta tai hyvästä hallintotavasta? Vehkaperä toteaa (2005, 37), että jo 1980-luvulla Yhdysvalloissa syntyi käsite yrityskansalainen (*corporate citizen*), kun yritykset alkoivat pohtia omaa rooliaan yhteiskunnassa ja liiketoimintansa seurauksia. Yritysten on vastuun lisäksi myös ansaittava asemansa kansalaisena eli yhteiskunnan osana. Yritysten on vastattava sidosryhmiensä luomien paineiden kautta haasteisiin, joista niiden tulee selviytyä. (Könnölä & Rinne, 2001.) Elisa Juholinin (2004) mukaan, mikäli yritys haluaa olla hyvä yrityskansalainen, sen tulee kiinnittää huomio ihmisiin, olla vuorovaikutuksessa sidosryhmiensä kanssa ja mitata oleellisia asioita toiminnassaan. Erityisesti puheiden ja tekojen tulee vastata toisiaan, ja yritysten tehtävänä on havainnoida sekä reagoida ympäröiviin muutoksiin. (Juholin 2004, 249–252.)

Yrityskansalaisella nähdään olevan ihmiskansalaisten tapaan velvollisuuksia ja oikeuksia, kuten osallistuminen yhteiskunnalliseen päätöksentekoon. Kun viitataan yrityskansalaiseen, ei tarkoiteta, että yrityksellä varsinaisesti olisi yksilöiden tapaan kansalaisuus oikeuksineen ja velvollisuuksineen. Yrityskansalaisuus näkyy esimerkiksi osallistumisena poliittiseen päätöksentekoon. (Moon, Crane & Matten 2005, 3–4; 6.) Carroll ja Buchholtz (2006, 56) esittävät, että yrityskansalaisuuden käsitteen avulla yritykset voivat ilmaista inhimillisyyttä ja moraalisuutta. Käsitettä ei ole standardisoitu tiettyihin velvoittaviin

toimintatapoihin. Kettusen mukaan suomalaiset suuryritykset alkoivat käyttää käsitettä hyvä yrityskansalainen 2000 -luvun alkupuolella (Kettunen 2008, 183).

Hyvä hallintotapa/omistajaohjaus (*corporate governance*) puolestaan on Suomeenkin vakiintunut suositus koskien pörssiyritysten hallinnointi- ja ohjausjärjestelmiä. Siinä määritellään, miten yritystä johdetaan läpinäkyvästi ja miten eri tilanteissa tulee toimia, mutta hallituksella on myös velvollisuus oman toimintansa arviointiin. Hyvän hallintotavan vauhdittajina ovat olleet yrityskandaalit, mutta myös sijoittajien kasvava kiinnostus listautuneiden yhtiöiden hallintojärjestelmistä. (Juholin 2004, 61; 85.) Peilaten vasten Suomessa yleisesti ymmärrettyä yrityksen yhteiskuntavastuun kolmijakoa taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen vastuu, voidaan todeta, että hyvä hallintotapa koskettaa vai taloudellisen vastuun ulottuvuutta.

3.3.2 Yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvä kritiikki

Yrityksen yhteiskuntavastuukäsitettä on kritisoitu niin Suomessa kuin muualsakin. Linnanen ja Panapanaan (2002, 101–102) näkevät, että yrityksen yhteiskuntavastuu on välietappi yritysten pyrkiessä kohti lopullista tavoitetta eli kestävä kehitystä. Käsite voidaan kokea myös harhaanjohtavana. Sana yhteiskuntavastuu voidaan käsittää niin, että yritys on vastuussa yhteiskunnalle tai että yritys on vastuussa yhteiskunnallisista asioista – ei talous- tai ympäristöasioista. Ristelän (2011) mukaan on aivan eri asia olla vastuussa ympäröivälle yhteiskunnalle kuin vain yhteiskunnallisista tai sosiaalisista asioista. Sisällöltään kuvaavammaksi käsitteeksi esitetään käsitettä yritysvastuu. (Ristela 2011, 62–64.) Baden, Harwood ja Woodward (2011) ovat tutkineet pienten ja keskisuurten yritysten suhtautumista yhteiskuntavastuuseen. He havaitsivat tutkimuksissaan, että niissä suhtauduttiin yrityksen yhteiskuntavastuuterminologiaan kielteisesti. Termit koettiin byrokraattisina ja jopa vastuulliseen toimintaan sitoutumista estävinä. Kyseisissä yrityksissä kaivattiin termejä, joiden avulla voi kertoa yritysten vaikutuksista ympäristöönsä. Erityistä skeptisyyttä aiheutti yrityksen yhteiskuntavastuun luonteensa kuuluva vapaaehtoisuus. Ei uskottu, että vapaaehtoisuuteen perustuva vastuullisuus toimii käytännössä. (Baden ym. 2011, 273–274.) Myös muut yrityksen yhteiskuntavastuuta kritisoineet tahot (Corporate Watch 2006; Utting 2000) ovat korostaneet historian osoittavan, että todelliset uudistukset ovat toteutuneet vain sääntelyn ja työmarkkinajärjestöjen aikaansaannosten kautta (Baden & Harwood 2012).

Yrityksen yhteiskuntavastuuta tutkineet Minna Halme ja Johanna Laurila (2009) ovat kritisoineet vastuullisuustutkimuksen keskittymisestä liiaksi yritysvastuun ja taloudellisen tuoton välisen suhteen mittaamiseen, jota on myös vaikea todentaa. Tärkeämpää olisi heidän mukaansa tutkia sitä, minkälaista vastuullisuutta yritykset osoittavat käytännössä, ja mitä vaikutuksia vastuullisuus käytännöillä on yhteiskuntaan.

Baden ja Harwood (2012) kuvaavat artikkelissaan sitä, miten tarpeellista on kuvata selvästi, mitä yrityksen yhteiskuntavastuulla sisällöllisesti ymmärretään. Käsitteestä on tutkijoiden mukaan paljon tulkintoja, ja yhteiskuntavastuukeskustelu on painottunut yhä enemmän taloudelliseen näkökulmaan, kun vas-

taavasti sosiaalinen ja ympäristöllinen vastuullisuustarkastelu ovat jääneet taka-alalle. Myöskään yritysetiikka- tai sidosryhmäajattelukäsitettä ei ole määritelty yksiselitteisesti. (Baden & Harwood 2012.) Yrityksen yhteiskuntavastuuta, yritysetiikkaa ja sidosryhmäajattelua voidaan lähestyä deskriptiivisestä, instrumentaalista ja normatiivisesta näkökulmasta. Elo-Pärssisen (2007) mukaan deskriptiivisessä lähestymistavassa keskitytään neutraalisti kuvailemaan toimintaa, kun taas instrumentaalissa näkökulmassa tutkitaan toiminnan saavutuksia, joita kuvataan tuloksellisuuden, kannattavuuden ja kasvun avulla. Normatiivinen lähestyminen on enemmän toimintaa sitovaa eli ohjaa yrityksiä toimimaan niin, että ne ottavat sidosryhmät huomioon sekä miten ja miksi normatiivinen toiminta on välttämätöntä. Instrumentaalinen yrityksen yhteiskuntavastuu -käsite on saavuttanut määräävän aseman käsitteen sisällön määrittelyssä (Baden & Harwood 2012). Kun korostetaan yhteiskuntavastuun positiivista vaikutusta tulokseen, siirretään helposti huomio pois eettisestä vastuusta. Voisiko tilanne olla toinen, mikäli joku muu malli kuin Carrollin yhteiskuntavastuun pyramidimalli olisi saavuttanut vastaavan dominoivan aseman käsitteen määrittelyssä. Carrollin (1991) mallissa vastuullisuuden perustuksen muodostaa taloudellinen vastuu. Mitä jos suosioon olisi noussut Kangin ja Woodin pyramidimalli (1995), jossa perustan muodostaa moraalinen vastuu (Baden & Harwood 2012).

Yrityksen yhteiskuntavastuuta kuvaavampi vastuullisuutta osoittava termi olisi Badenin ja Harwoodin (2012) näkemyksen mukaan eettinen jalanjälki (ethical footprint). Perusteluiksi he esittävät ensinnäkin sen, että jalanjälki ymmärretään samalla tavalla niin ihmisten kesken eri maissa kuin myös yrityselämissä riippumatta siitä, missä päin maapalloa ollaan. Kun sitten sanaan yhdistetään eettisyys, siihen tulee automaattisesti normatiivinen ulottuvuus.

3.4 Yrityksen yhteiskuntavastuun normit ja standardit

Globalisaatiokehitys on tuonut mukanaan paljon haasteita ja ongelmia, joiden ratkaisemiseen tarvitaan yhteiskuntavastuullista otetta. On syntynyt tarve erilaisille alueellisille ja toimialakohtaisille ohjeistuksille ja normeille, joita on runsaasti. Tässä yhteydessä on tarkoitus antaa yleiskuva yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvistä normeista ja standardeista esittelemällä lyhyesti kansainvälisiä ohjeistuksia ja standardeja.

Kansainvälisen YK:n alaisuudessa toimivan työjärjestö ILO:n antama julistus työelämän perusoikeuksista vuodelta 1998 on ammattiyhdistysliikkeen näkökulmasta tärkeä yrityksen yhteiskuntavastuun normisto. Se takaa kaikille työntekijöille kaikkialla maailmassa oikeudet järjestäytyä ja solmia kollektiivisia työehtosopimuksia, se kieltää pakkotyön, lapsityön ja kaikenlaisen syrjinnän työelämässä. Yhteensä ILO:lla on satoja sopimuksia ja suosituksia liittyen perusoikeuksiin. (ILO:n julistus työelämän perusoikeuksista 2012.)

YK:n alainen Globaali sopimus eli Global Compact on puolestaan vuonna 2000 käynnistetty yrityksille suunnattu hanke, jonka tavoitteena on tehdä kymmenestä periaatteesta yritystoiminnan yleismaailmallinen normi. Kymme-

nen periaatetta koskevat ihmisoikeuksia, työelämää, ympäristöä ja korruption vastaisuutta. Global Compact -hanke kasvaa koko ajan. Lähes 9000 organisaatiota 130 maassa on mukana. Myös monet suomalaiset yritykset ovat allekirjoittaneet kyseisen aloitteen. (Törnroos 2011.)

Kolmas merkittävä kansainvälinen yhteiskuntavastuun normisto on OECD:n toimintaohjeet monikansallisille yrityksille. Ohjeet koostuvat periaatteita ja normeista vastuulliselle ja sovellettavien lakien mukaiselle liiketoiminnalle. Yritysten edellytetään huomioivan kaikessa toiminnassaan isäntämaassa noudatettu politiikka sekä sidosryhmien näkemykset. (Törnroos 2011.) OECD:n toimintaohjeet sisältävät ohjeita koskien taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristöpoliittisen kehityksen edistämistä, ihmisoikeuksien kunnioittamista, yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa sekä inhimillisen pääoman muodostuksen edistämistä, työtilaisuuksia paikalliselle väestölle ja heidän kouluttamistaan. Erityisesti huomio kiinnittyy ohjeeseen:

pidättäytyä hakemasta ja hyväksymästä erivapauksia, joita ei ole otettu huomioon ympäristöön, turvallisuuteen ja terveyteen, työvoimaan, verotukseen, taloudellisiin kannustimiin tai muihin kysymyksiin liittyvässä normistossa ja lainsäädännössä.

Suomi OECD:n jäsenenä on sitoutunut edistämään toimintaohjeiden täytäntöönpanoa (OECD 2012). Todettakoon tässä yhteydessä, että Suomi valtiona on myös sitoutunut noudattamaan ja edistämään yhteiskuntavastuuta esimerkiksi tukemalla monikansallisten yritysten toimintaa ohjaavien kansainvälisten käytäntymissääntöjen toimeenpanoa. Yritysten omat itsensä laatimat eettiset ohjeet ovat yleistyneet laajasti. Esimerkiksi Nokialla, Fortumilla, Metsolla, Neste Oililla, Keskolla on omia ohjeistoja. Syynä tähän on yritysten halu osoittaa vastuullisuuttaan sidosryhmiensä silmissä. Mutta vapaaehtoisten ohjeistojen taustalla voi myös olla halu välttää kansainvälisesti sitovia yhteiskuntavastuusäännöstöjä, joiden alullepanijoina ovat toimineet kansalaisjärjestöt. (Kuvaja 2010.)

Yrityksen yhteiskuntavastuun ympärille on kehitetty myös standardeja, joilla tavoitellaan kansainvälistä yhteismitattavuutta vastuullisuuskysymyksissä. ISO 26000 on vuonna 2010 julkistettu kansainvälisen standardisoimisjärjestön yhteiskuntavastuuta käsittelevä standardi. Sen lähes 20 000 ohjetta luovat pohjaa työturvallisuudelle ja ympäristönsuojelulle työpaikoilla ja soveltuvat kaikentyypisille organisaatioille koosta riippumatta kaikkialla maailmassa. Se käsittelee yhteiskuntavastuun periaatteita, yhteiskuntavastuun tunnistamista sekä yhteiskuntavastuun eri ydinaiheita. Standardissa kerrotaan, mitä kysymyksiä organisaation tulisi käsitellä toimiakseen vastuullisesti, ja mitkä ovat parhaita käytäntöjä yhteiskuntavastuun toteuttamisessa. Kyseessä ei ole sitova standardi. (Suomen Standardisoimisliitto 2010, 2–4.)

SA8000 on kansainvälisesti yleisesti hyväksytty ja tunnettu yhteiskuntavastuustandardi, joka keskittyy tarkastelemaan työoloja. Yleisin standardin käyttötapa on toimitusketjujen yhteiskuntavastuun valvominen. Standardi perustuu Kansainvälisen Työjärjestö ILO:n keskeisiin työelämää sääteleviin sopimuksiin sekä YK:n yleismaailmalliseen ihmisoikeuksien julistukseen. (SA8000 Guidance Document 2013.)

Tavarantoimittajille suunnattu Business Social Compliance Initiative (BSCI) on standardi, jonka avulla tavoitellaan globaalien toimitusketjujen ja erityisesti tavarantoimittajien työolojen parantamista. Suuri osa suomalaisista vähittäiskaupan hankintayrityksistä kuten Kesko, S-ryhmän Inex Partners ja Stockmann ovat sitoutuneet sisällyttämään toimitusketjuunsa toimintaohjeita. Ne perustuvat tärkeimpiin kansainvälisiin sopimuksiin kuten YK:n ihmisoikeuksiin, Lapsen oikeuksiin ja ILO:n työelämän perusoikeuksiin (BSCI 2013).

Ympäristönhallintajärjestelmä ISO 14000 -sarjan standardit tarjoavat työkaluja ympäristöasioiden hallintaan sekä ympäristönsuojelun edistämiseen. Standardien kautta saavutettavan kestävä kehityksen oletetaan tuottavan yritykselle myös liiketaloudellista etua. (ISO 14000, SFS 2012.)

Käsitellään tässä yhteydessä myös yhteiskuntavastuuraportoinnin ohjeistuksia. Raporttien avulla arvioidaan ja viestitään sidosryhmille yhteiskuntavastuutavoitteiden onnistumisesta. Ne voivat olla erillisiä tai osa yrityksen vuosiraporttia. Suomessa yritysten yhteiskuntavastuuraportointi perustuu vapaaehtoisuuteen. (Törnroos 2011, 37.) Kansainvälisesti laajassa käytössä oleva yhteiskuntavastuun raportointiohjeisto on nimeltään Global Reporting Initiative GRI. Sen tavoitteena on kehittää yhteiskuntavastuuraportoinnin käytäntöjä tilinpäätösraportointia vastaavalle tasolle. GRI -raportointikehys koostuu yhteiskuntavastuun raportointiohjeistosta, laskentaohjeistosta, toimialakohtaisista ja maa-kohtaisista liitteistä. Raportin perussisältö jakautuu kolmeen ryhmään. Strategia- ja taustakuvausryhmässä esitellään organisaation yleistä viitekehystä ja hallintotapaa. Johtamiskäytännöt -osuudessa esitellään sitä, miten organisaatio hallinnoi toimintansa eri lohkoja. Toimintaindikaattorit tarjoavat vertailukelpoista tietoa taloudellisesta, sosiaalisesta ja ympäristötoiminnasta. Lisäksi raportissa kuvataan organisaatiota, sen taustaa ja selvitetään raportin laajuutta ja rajauksia, hallintotapaa, sitoumuksia ja yhteistyötä sekä johtamistapaa. (GRI 2012.)

3.5 Yhteiskuntavastuun ideologiat

Yhteiskuntavastuun eri tasojen kuvaamiseksi esitellään seuraavaksi Tuomo Takalan (2000a) kehittämä malli yhteiskuntavastuun ideologioista, jotka ovat omistajalähtöinen, sidosryhmälähtöinen ja laajan sosiaalisen vastuun taso. Jaottelun perusteella yrityksen yhteiskuntavastuu voidaan nähdä hyvin kapea-alaisesta vastuunotosta erittäin laajaan koko universumin huomioivaan vastuullisuuteen. Siltaoja ja Takala (2003, 24) muistuttavat siitä, että raja ideologioiden ja käytännön toiminnan välillä on häilyvä eli yrityksissä voi olla käytössä useampiakin vastuullisuusideologioita tilanteen mukaan.

Omistajalähtöisen yhteiskuntavastuunäkemyksen keskiössä on amerikkalaisen Milton Friedmanin (2002) ajatus

The sole social responsibility of the firm is to maximize it's profit.

Yrityksen vastuu rajoittuu tuotannosta huolehtimiseen sekä mahdollisimman suuren voiton hankkimiseen omistajille. Avoimeen kilpailuun pohjautuva

markkinatalous on toimintaympäristö, jossa mallin uskotaan parhaiten toimivan. (Takala 2004.) Friedman (2002) korostaa myös sitä, että vain ihmisillä voi olla vastuita, ei yrityksillä. Voiton tavoittelun uskotaan pitkällä aikavälillä takaavan myös muiden markkinaosapuolten hyvinvoinnin. Yrityksiltä edellytetään voimassa olevien lakien ja sopimusten noudattamista. Omistajälähtöisessä ideologiassa ei kannusteta lainsäädännön ylittävään vastuunkantoon, koska sen ei uskota edistävän yrityksen omaa etua. (Uimonen 2006, 71–72.)

Sidosryhmälähtöisessä ideologiassa yrityksen nähdään olevan sidoksissa yhteiskuntaan ja olevan sen olennainen toimija. Yritykset synnyttävät tarpeita, ja yritysten toiminnalla on vaikutusta niin markkinoihin kuin laajemmin yhteiskuntaan. (Takala 2004.) Tähän liittyy vaatimus siitä, että yrityksen tulee kantaa vastuuta toiminnastaan suhteessa siihen valtaan, jota se käyttää (Siltaoja 2004, 301). Yrityksen ensisijaisena tehtävänä voiton maksimoinnin sijaan tulisi olla omistajien tuottojen optimointi pitkällä aikavälillä sekä kasvun ja jatkuvuuden turvaaminen. Toisin sanoen yrityksen on tavoiteltava kannattavaa toimintaa, mutta samalla otettava huomioon yhteiskunnassa vallitsevat sosiaaliset ja eettiset normit sekä omien sidosryhmiensä vaatimukset. (Uimonen 2006, 73.) Kuten Hanikka, Korpela, Mähönen ja Nyman (2007, 14) toteavat, vastuullisuuden tulee olla yritykselle enemmän päämäärä kuin kilpailukeino. Yrityksen on otettava sidosryhmät huomioon päätöksenteossaan, sillä sidosryhmien antama hyväksyntä on tae yrityksen toiminnan jatkumiselle.

Laaja-alaisin ja uusien yhteiskuntavastuun ideologioista on *laajan sosiaalisen vastuun näkemys*. Sen mukaan yrityksellä on taloudellista ja moraalista vastuuta yhteiskunnalle, jossa se toimii. Vastuullisuusnäkemys perustuu ajatukseen siitä, että vain omistajien menestykseen tähtäävien yritysten painoarvo vähenee tulevaisuudessa. Ideologiaa kannattavat yritykset asettavat toimintansa päämääräksi yhteiskunnan hyvinvoinnin edistämisen. Voiton tavoittelemineen on vain väline tai päätöksenteon kriteeri tämän päämäärän saavuttamisessa. Kyseiset yritykset haluavat lisätä oikeudenmukaisuutta toiminnassaan, mikä ilmenee siten, että yhteiskuntavastuu ulotetaan liiketoimintastrategian osaksi. (Takala 2004.) Myös laajan sosiaalisen vastuun ideologia ottaa huomioon sen, että pitkällä aikavälillä vain kannattava yritys pystyy edistämään yhteiskunnan hyvinvointia (Hanikka ym. 2007, 14). Laajan vastuun näkökulmasta yrityksen on joskus uhrattava jopa omat intressinsä yhteisen edun hyväksi. Kovin realistista ei kuitenkaan ole olettaa, että yritykset näin toimisivat, vaikka muutamien edelläkävijäyritysten voidaankin nähdä toimivan ainakin osittain laajan vastuun lähtökohdista. (Uimonen 2006, 75.)

4 YRITYKSEN YHTEISKUNTAVASTUUN KEHITYS SUOMESSA

4.1 Yrityksen yhteiskuntavastuun kehitys

Suomalainen yhteiskunta on käynyt läpi voimakkaan rakenteellisen muutoksen runsaan sadan vuoden aikana. Suomen talouden tukipilarit olivat pitkään maa- ja metsätalous. Teollistumisen vuoksi toisen maailmansodan jälkeen Suomesta alkoi kehittyä uudenlaisen teollisuuden maa, ja elintaso alkoi parantua. Ruukinpatruunat vastasivat siitä, että tehtaan työntekijöillä oli työtä, asunto, kauppoja, missä asioida ja lapsille päiväkotia ja kouluja. He pitivät työntekijöistään kokonaisvaltaisesti huolta. (Takala, 2000a; Uimonen 2006.) Yleinen sosiaalipoliitiikan kehittymättömyys teki yrityksistä sosiaalisesti merkittäviä hyvinvoinnin luoja, mutta siitä seurasi myös, että yritys pystyi holhoamaan ja määräämään työntekijöitään. Yritysten olemassaolo perustui kannattavan liiketoiminnan hyödyllisyyteen koko yhteiskunnalle. Taloudellisen hyödyn tavoittelun katsottiin kuitenkin olevan moraalista vain silloin, kun se ei ollut ristiriidassa yhteiskunnan kokonaisedun kanssa. Yritykset tunsivat vastuuta työllisyydestä ja pyrkivät tarjoamaan työtä sotainvalideille ja vajaakuntoisille. (Takala 1987, 123–124.) Voidaan siis sanoa, että Suomessa ruukit toimivat yhteiskuntavastuun edelläkävijöinä. Ruukit olivat aikansa suuryrityksiä. Niiden moraalinen henkilöityy tyypillisesti johtajaan. Suomalaisen yritysvastuuajattelun kehitykseen on voimakkaasti vaikuttanut myös myöhemmin patruunakulttuurin perinne. (Vilkuna 2002.)

Suuri murros suomalaisessa yhteiskuntavastuuajattelussa tapahtui 1950-luvun vaihteessa, kun työnantajien sosiaalitoiminta muutettiin suurelta osin lakisääteiseksi, ja vastuu siirtyi valtiolle. Pakollisiksi muuttuivat esimerkiksi työntekijöiden tapaturmavakuutukset, vuosilomapalkat, lapsilisä- ja kansaneläkemaksut sekä sairausajan palkka. (Panapanaan 2006.) Vastuullisuusajattelun kolmijaon näkökulmasta yritysten taloudellinen vastuu ulottui omistajajohtajiin, paikkakuntaan, jossa toimittiin ja Suomeen. Sosiaalista vastuuta kannettiin paikallisyhteisöstä, ja ympäristövastuuta ei juurikaan tunnettu. (Ketola 2005.)

Suomessa yrityksen yhteiskuntavastuun aihepiiriin kuuluvista asioista on keskusteltu 1970-luvulta asti, jolloin alettiin keskustella yhteiskuntavastuusta sekä yritysten ja yhteiskunnan välisestä tehtävä- ja vastuunjaosta (Takala 2000a). Patriarkaalisesta mallin mukaan toimineilla tehdaspaikkakunnilla kiristyneen kilpailun sekä työntekijöiden irtisanomisten seurauksena yritysten yhteiskunnallinen vastuu nousi puheenaiheeksi (Takala 1987, 126–127). Tuolloin keskustelun aiheina olivat palkat, työsuoja, kuluttajakysymykset sekä ideologiset kysymykset kuten kapitalismin suhde sosialismiin. Ympäristökysymykset koettiin yrityksissä lähinnä rasitteena, eikä ympäristöllä ollut suomalaisessa yhteiskunnassa vielä varteenotettavaa puolesta puhujaa. (Kuvaja & Malmelin 2008; Takala 2000a; Uimonen 2006.) Sosiaalinen vastuu alkoi korostua, ja ympäristöjärjestöt painostivat yrityksiä vastuullisuuteen (Ketola 2005).

Vehkaperän (2005) mukaan suomalaisen liike-elämän ja yhteiskunnan välistä suhdetta alettiin pohtia 1980–1990 -luvulla. Yhä useammin huomio kiinnittyi yritysten sosiaaliseen ja yhteiskunnalliseen vastuuseen. Yrityksiä vaadittiin tilille sekä tekemisistään ja tekemättä jättämisistään. Yritysten vastuullisuuden määrittely alkoi suurimmista yrityksistä, ja se ilmeni systemaattisena toimintana. Vastuullisuus otettiin mukaan johtamiskäytäntöihin ja siihen resursoitiin. Vastuullisuutta pyrittiin myös aktiivisesti edistämään suomalaisessa liike-elämässä. (Juholin 2003, 100.) Yritysvastuuajattelu omaksuttiin Suomessa 1990-luvun lopulla nopeasti. Tämä saattoi johtua siitä, että talouden globalisoituminen pakotti lähtemään nopeasti mukaan vastuullisuusajatteluun. Perinteet eivät toimineet Suomessa, jossa teollisen kulttuurin perinne oli melko nuori toisin kuin monissa muissa Euroopan maissa kävi. (Lehtonen 2004.) Suomen talous kansainvälistyi, ja taloudellinen vastuu piti ulottaa ulkomaisiin omistajiin. Siirryttäessä hyvinvointivaltiosta kohti markkinataloutta sosiaalisen vastuun kantajia jouduttiin kyselemään. Ympäristövastuuseen oli herätty, mikä ilmeni ympäristölakien säätämisenä, ja suomalaisesta luonnon tulevaisuudesta alettiin kantaa huolta. (Ketola 2005.) Vuonna 2000 perustettiin yritysvastuusta kiinnostuneiden yritysten riippumaton verkosto Finnish Business and Society FIBS ry.

Yrityksen yhteiskuntavastuu nousi keskeiseksi puheenaiheeksi yleisesti maailmassa 2000-luvun alussa monien skandaalien johdosta. Ilmeni, että suuri yhdysvaltalainen energiayhtiö Enron oli vääristellyt talouslukujaan vuosien ajan. Samoin autonvalmistajat Chrysler ja Daimler-Benz sekä lääkealan yritys GlaxoSmithKline olivat myös valehdelleet koskien yritystensä tilaa. Tarvittiin uusia tapoja, ohjeita ja normeja osoittamaan vastuullisuutta. Yrityksen yhteiskuntavastuu on levinnyt 2010-luvulla myös Etelä-Amerikkaan, Aasiaan ja Afrikkaan.

Voidaan sanoa, että myös Suomessa laajempaan yrity maailman ja politiikan arkikeskusteluun yritysten yhteiskunnallinen vastuu nousi 2000-luvun taitteessa (Juholin 2004; Vehkaperä 2005), kun yritysten tuotantoa alettiin automatisoida ja siirtää globalisaation vuoksi halvan työvoiman maihin. Muutokset olivat suomalaista työelämää ja yhteiskuntaa mullistavia. Ei ollut siis sattumaa, että melko nopeasti käynnistyi keskustelu muutosten vaikutuksista yhteiskuntaan ja suomalaisten hyvinvointiin ympäristöä unohtamatta. Yrityksiltä alettiin vaatia osallistumista yhteiskunnalliseen keskusteluun siitä, mikä on yritysten vastuu uudessa syntyneessä tilanteessa. Alkoi pohdinta siitä, mitä vastuullisuus tarkoittaa ja miksi pitäisi olla vastuullinen. (Lämsä 2007, 43.) Yrityksen yhteiskuntavastuun ala on siis suhteellisen uusi. Käsitteet ja mielipiteet kehittyvät ja muuttuvat koko ajan. Globalisaatio muutti vastuullisuusajattelun painopistettä merkittävästi. Taloudellinen vastuu laajeni koskemaan kaikkia yrityksen omistajia ehkä jopa suomalaisen kansantalouden kustannuksella. Sosiaalinen vastuu ulottui kaikkialle maapallolla, missä yrityksillä oli toimintaa, ja ihmisoikeudet tulivat agendalle. Ympäristövastuu laajeni EU-lainsäädännön ja kansainvälisten sopimusten kautta globaaleihin ympäristöongelmiin. (Ketola 2005.)

Aiemmin todettiin, että eksplisiittinen yrityksen yhteiskuntavastuu on leviämässä Eurooppaan. Eräs esimerkki siitä, että se on leviämässä myös Suo-

meen, on suklaavalmistaja Fazerin yritys osoittaa yhteiskuntavastuutaan kertomalla koulun rakentamiskampanjasta Norsunluurannikolle. Samanaikaisesti Fazer ei ole pystynyt osoittamaan, ettei se käytä suklaan valmistuksessa kaakaota, jota on tuotettu lapsiorjien avulla (Hirvonen 2012). Kiiivas keskustelu lehdissä ja sosiaalisessa mediassa pakotti Fazerin pyytämään anteeksi kampanjainnosta. Samalla se lupasi parantaa kaakaon hankintaketjun vastuullisuutta (Fazer, Helsingin Sanomat 2012). Fazerin esimerkki osoittaa, että filantropia tekee tuloaan myös suomalaiseen yhteiskuntaan.

Miten yhteiskuntavastuu on ilmennyt ja ilmenee yritysten toiminnassa? Keskuskauppakamarin tekemässä selvityksessä vuodelta 2003 ilmeni, että yrityksen yhteiskuntavastuun määrittämisen ja käytännön toteutuksen katsottiin olevan toimivan johdon tehtävä. Vastuullisella toiminnalla nähtiin olevan myönteinen vaikutus yrityksen imagoon ja kannattavuuteen. Sidosryhmien odotukset nähtiin vähemmän tärkeinä. Suomalaisyrietykset viestivät tuolloin vielä vastuullisesta toiminnastaan lähinnä yritysten sisällä. (Keskuskauppakamari 2003, 15.) Tänä päivänä Suomessa seurataan melko laajasti yritysten yhteiskuntavastuutoimintaa erilaisten tutkimusten avulla. Ainakin PwC, FIBS ja työmarkkinakeskusjärjestöt ovat kiinnostuneita yrityksen yhteiskuntavastuun toteutumisesta. Toista kertaa toteutetun PwC:n yritys vastuubarometrin (2012) perusteella yhä useampi suomalaisyritys on sisällyttänyt yritys vastuuasioita osaksi liiketoimintastrategiaansa ja johtamisjärjestelmäänsä. Toisaalta on todettava, että tämä positiivinen ilmiö koskee vielä pientä joukkoa suomalaisyrityksiä. Vain puolet OMX Helsinki -listan pörssiyrityksistä raportoi vastuuasioista ja vain kymmenkunta yritystä on määritellyt keskeiset yritys vastuun avainluvut ja sitäkin harvempi kertoo sisällyttäneensä yritys vastuuasiat johdon palkitsemisen perusteeksi. Tutkimuksessa kartoitettiin yli 550 suomalaisyrityksen vastuullisuutta.

Tampereen yliopistossa toteutettiin seurantatutkimus, joka suunnattiin noin tuhannelle teollisuusyrityksen toimitusjohtajalle vuosina 1994, 1999, 2004 ja 2009. Ilmeni, että johtajien asenteet kovenivat, kun taloudellinen tilanne tiukkenee. Tutkimuksessa selvisi, että nousukaudella 1990-luvulla johtajien vastuullisuusasenteet muuttuivat sidosryhmiä kohtaan myönteisemmiksi, mutta 2000-luvun taantuman aikana ne muuttuivat kielteisemmiksi. Taloudellinen tilanne näytti vaikuttavan siihen, miten suomalaiset yritysjohtajat asennoituvat vastuullisuuteen. Kun verrattiin sidosryhmien etua ja taloudellista etua, näkyi että kun taloudellinen etu tuli mukaan, niin johtajien asenteet sidosryhmien etuja kohtaan muuttuivat negatiivisemmiksi. (Kujala 2010.)

Muista tutkimuksista mainittakoon ensimmäistä kertaa toteutettu FIBSin yritys vastuukysely (2013), joka on toistaiseksi laajin suomalaisten suuryritysten vastuullisuutta kartoittava tutkimus. Tutkimuksen tavoitteena oli tarjota kattava kokonaiskuva suurten suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuutoiminnan käytännöistä ja tavoitteista sekä siitä, missä määrin vastuullisuus vaikuttaa yritysten liiketoimintaan ja tulokseen. Tutkimuksen kysymyksenasettelu ja käsitteistö perustuivat osittain ISO 26000 -yhteiskuntavastuustandardiin. Tulokset paljastivat, että yhteiskuntavastuuseen panostetaan yrityksissä, mutta se on pääsään-

töisesti edelleen lähinnä imagon rakentamista. Yritykset kertovat viestivänsä vastuullisuudesta lähinnä verkkosivuilla ja vuosiraportissa, mutta eivät kerro käyvänsä sidosryhmävuoropuhelua. Vastuullisuudelle asetetaan tavoitteita, mutta tuloksia mitataan tai seurataan harvoin. Ympäristövastuu nousi tärkeimmäksi yhteiskuntavastuun osa-alueeksi sekä toimintaketjujen hallitseminen suurimmaksi vastuullisuushaasteeksi. Suurin osa yrityksistä tunnistaa toimintansa vastuullisuusvaateet ja uskoo vastuullisuuden merkityksen kasvamiin liiketoiminnassaan seuraavan viiden vuoden aikana. Mutta vastuullisuuden investoimisen nostaa esiin vain noin puolet vastaajista. (FIBS yritysvastuukysely 2013.)

Vuodesta 2008 lähtien palkansaajakeskusjärjestöt ovat sisällyttäneet kysymyksen yrityksen yhteiskuntavastuusta keskusjärjestöjen yhteisessä jäsenistölle suunnatussa työmarkkinapoliittisessa mielipideilmastokyselyssä. Viimeisimmässä (2012) kyselyssä vastaajat antoivat parhaat arvostukset suomalaisten yritysten taloudellisesta vastuusta, kilpailukyvyistä huolehtimisesta. Toinen asia, jossa yrityksiä kiiteltiin, oli vastuu ympäristöstä, ympäristönsuojelu. Sen sijaan yrityksiä arvosteltiin siitä, että ne eivät olleet onnistuneet kantamaan riittävää vastuuta henkilöstöstä ja lähiympäristön olosuhteista ja ihmisistä. Enemmistö torjui myös ajatuksen, että yritykset maassamme palkitsevat työntekijöitä oikeudenmukaisesti niistä ponnistuksista, joita he tekevät yritysten kannattavuuden parantamiseksi. (TNS Gallup, työmarkkinapoliittinen mielipideilmastokysely 2012.)

Yrityksille suunnattu vastuullisuusraportointikilpailu on järjestetty vuodesta 1996 lähtien (TEM 2013). Kilpailun tavoitteena on tarkastella vastuullisuusraportoinnin nykytilaa ja kehityspiirteitä sekä innostaa kaikkia yrityksiä ja organisaatioita raportoimaan vastuullisuudestaan. Kilpailussa arvioidaan yksinomaan yritysten yhteiskuntavastuullisuutta koskevaa raportointia, ei niiden vastuullisuutta muilla perusteilla. Voittajan valitsee keskeisistä yhteiskunnallisista toimijoista koostuva ryhmä, jossa myös palkansaajakeskusjärjestöillä on vaihtuva edustus. Tekesin rahoittamassa tutkimushankkeessa ja Jyväskylän ja Turun yliopistojen toteuttamassa WinCSR (2013) ilmeni, että paljon on yrityksissä parannettavaa vastuullisuusraportointiin liittyen. Onkila, Koskela, Joensuu, Siltaoja, Baumeister, Aarras, Pesonen ja Nurmi (2013) tutkivat yrityksen yhteiskuntavastuuta Finnairissa, Fortumissa ja LähiTapiolassa henkilöstön ja ulkoisten sidosryhmien näkökulmasta. Tutkimukseen osallistuneet yritykset nimesivät ulkoisista sidosryhmistään tärkeimmäksi kansalaisjärjestöt, joiden kanssa halutaan entisestään lisätä yhteistyötä. Yhteiskuntavastuuraportit koettiin massiiviseksi kooltaan ja sisällöltään ne jäivät erityisesti henkilöstölle vieraksi. Henkilöstö ei tiedä, mistä raporttien sisältö muodostuu ja mihin tietoja käytetään tai mitä henkilöstöltä odotetaan yrityksen yhteiskuntavastuussa. Lisäksi sisäinen vastuullisuusdialogi puuttuu. Vaikeaselkoiset yritysraportit olivat luettavissa intranetissä. Tutkimuksen tuloksissa korostuu kuitenkin se, että yhteiskuntavastuusta on tulossa erittäin olennainen osa toimintaa. Ayliikkeen kannalta henkilöstön sivuuttaminen vastuullisuuden määrittelemisessä ja arvioinnissa on huolestuttava ilmiö. On selvää, että sisäisen vuoropuhelun

puuttuminen heijastuu henkilöstön työhyvinvointiin ja työmotivaation sekä heikentää organisaation sosiaalisen vastuullisuuden tasoa.

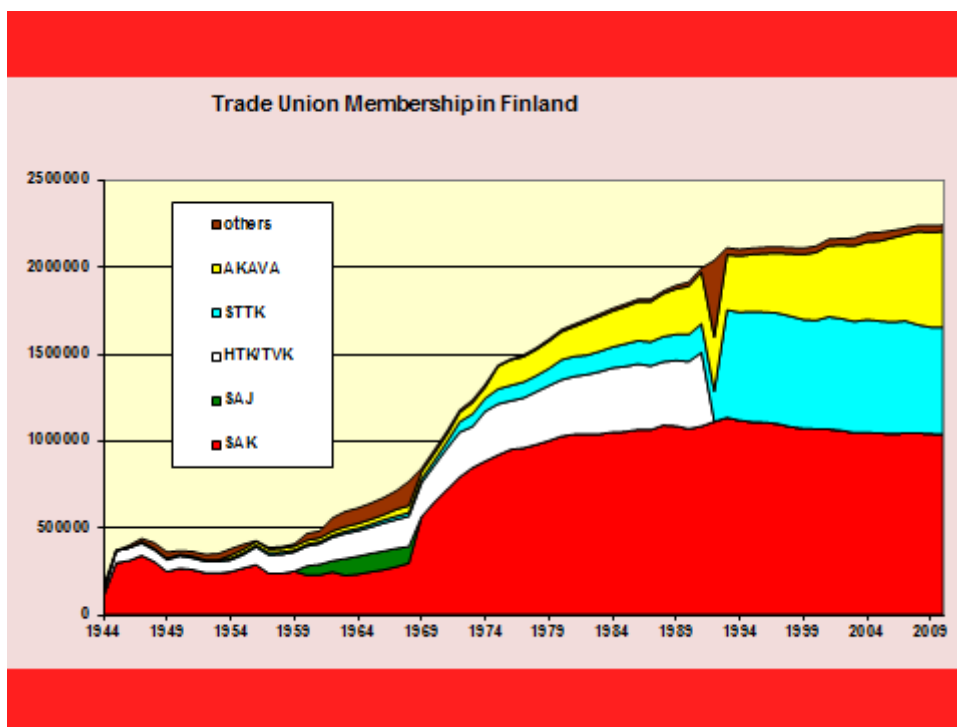
Yhteiskuntavastuun merkityksen on nostanut esiin myös Suomen tasavallan hallitus, joka on kirjannut yhteiskuntavastuun hallitusohjelmatavoitteeseen ja julkaissut periaatepäätöksen, jonka mukaan tavoitteena on suomalaisyri-
tysten edelläkävijyys yritys vastuussa. Hallitus toteaa, että

suomalaisilla yrityksillä on kaikki edellytykset päästä maailman parhaiden joukkoon yhteiskuntavastuukysymyksissä. Meillä on pitkät perinteet huolellisesta työ-, työsuojelu- ja ympäristölainsäädännön noudattamisesta ja elämme demokraattisessa yhteiskunnassa, jossa jokaisella on sananvapaus. Kunnioitamme ihmisoikeuksia ja työskentelemme vahvasti korruption ja lahjonnan estämiseksi. Näistä kaikista on mahdollisuus tehdä kilpailukykytekijä globaaleilla markkinoilla. (Yhteiskuntavastuun periaatepäätös 2012.)

4.2 Ammattiyhdistysliike Suomessa

Viime vuosisadan alun maatalousvaltaisessa Suomessa poliittinen työväenliike nosti päätään. Syntyi tarve luoda järjestelmiä työntekijöiden välisen palkkakilpailun estämiseksi. Järjestäytyminen tuli täten ajankohtaiseksi. Työväestöä alettiin kutsua työväenluokaksi. Ensimmäinen työväenyhdistys nimeltään Helsingin työväenyhdistys oli perustettu jo vuonna 1883. Ammattiosastot, joita luotiin työväenyhdistysten yhteyteen, alkoivat tehdä työtä työolojen parantamiseksi työpaikoilla. (Kauppinen 2005, 36.)

Millainen on suomalainen ammatillisen järjestäytymisen malli? Suomessa on erikokoisia ammattikuntaohjaisia ammattiliittoja ja teollisuusaloittain järjestäytyneitä teollisuusliittoja. Ammatillisen edunvalvonnan hoitaa ammattiliitto. Ammattiliitot ovat edelleen järjestäytyneet kolmeen keskusjärjestöön, joihin jakaantuminen on perustunut pääosin koulutukseen. (Helander & Nylund 2012.) Sitä, miten palkansaajakeskusjärjestöt ovat muotoutuneet ja miten jäsenmäärät ovat kehittyneet (kuvio 7), käsitellään seuraavaksi.



KUVIO 7 Ay-liikkeen jäsenkehitys (Bergholm 2012)

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK:n historia on saanut alkunsa vuonna 1907 Suomen Ammattijärjestö SAJ:n perustamisesta. Vasemmistopuolueiden keskinäisten kiistojen ratkettua ja SAK:n yhdistymisen jälkeen 1960-luvun lopulla, alkoi keskusjärjestön nousu. (Kauppinen 2005, 96–97.) Yhdistymisestä hyötyivät myös muut keskusjärjestöt, sillä tulopoliittiset sopimukset ulotettiin koskemaan kaikkia palkansaajia (Kevätsalo 2005).

Vuonna 2013 SAK:hon on järjestäytynyt yli miljoona henkilöä 21 ammattiliiton kautta. SAK:n mukaan se on sekä etujärjestö että kansalaisjärjestö, jonka kautta palkansaajat pystyvät vaikuttamaan työelämään ja yhteiskuntaan. SAK:laiset työskentelevät monilla aloilla kuten esimerkiksi metallimiehenä, linja-autonkuljettajina, kunnallisina perhepäivähoitajina, tarjoilijoina tai rakennustyöntekijöinä. Vajaa puolet SAK:laisista työskentelee teollisuudessa, yksityisillä palvelualoilla noin kolmannes ja julkisella sektorilla neljännes. Naisia SAK:n jäsenkunnasta on 46 prosenttia. (Perustietoa SAK:sta 2013.)

Toimihenkilökeskusjärjestö STTK:n historia on kaksihaarainen. Vuonna 1922 perustettu toimihenkilöiden ammattitaidon vaalimiseen keskittynyt Henkisen Työn Yhtymä myöhemmältä nimeltään Henkisen Työn keskusliitto HTK sai lopulliseksi nimekseen Toimihenkilö- ja Virkamiesjärjestöjen keskusliitto TVK. TVK ajautui konkurssiin vuonna 1992. Toisen haaran muodostaa vuonna 1946 perustettu Suomen Teknisten Toimihenkilöjärjestöjen Keskusliitto STTK, jonka tehtävänä oli ajaa teollisuuden työnjohtajien ja teknisten toimihenkilöiden etuja. Konkurssin jälkeen vuonna 1993 TVK:n entiset jäsenliitot ja STTK:n jäsenliitot päättivät perustaa uuden keskusjärjestön, jolle annettiin nimeksi Toimihenkilökeskusjärjestö STTK. (Kauppinen 2005, 98–100.) Tänä päivänä toimi-

henkilökeskusjärjestö STTK kertoo olevansa osaavien ja koulutettujen ammattilaisten ja asiantuntijoiden edunvalvontajärjestö. Sillä on 18 jäsenliittoa, joissa on 608 000 jäsentä. Eniten jäsenistöä työskentelee kunnallisella alalla (35%). Toimihenkilöt, joita liitoissa on jäsenenä, edustavat sellaisia ammatteja kuin sairaanhoitaja, toimistosihteri, IT -ammattilainen ja poliisi. Jäsenistöstä noin kaksi kolmasosaa on naisia. (Mikä STTK? 2013.)

Akateemiset ja muut koulutetut ryhmät kiinnostuivat edunvalvonnasta varsinaisesti toisen maailmansodan aikana, ja Suomeen perustettiinkin vuosina 1940–1945 parikymmentä uutta akateemisten yhdistystä. Vuonna 1950 sai alkunsa uusi keskusjärjestö, jonka nimeksi tuli Akateemis-ammattilainen valtuuskunta Akava, jonka nimeksi vuonna 1954 vahvistettiin AKAVA. Pari ensimmäistä vuosikymmentä se ajoi lähinnä vain valtion virkamiesten etuja. 1970-luvulla AKAVAA alettiin kehittää työmarkkinakeskusjärjestöksi, kun siihen liitettiin sääntömuutoksen johdosta ”erityiskoulutettuja” edustavia liittoja esimerkiksi Opettajien Ammattijärjestö OAJ ja Insinööriliitto. (Muiluvuori 2000, 46; 64; 100–102.) Nykyään Akava on korkeasti koulutettujen työmarkkinakeskusjärjestö, jonka jäsenet työskentelevät yleisimmin asiantuntija-, johto- ja opetustehtävissä. Akava poikkeaa järjestäytymispohjaltaan toisista palkansaajakeskusjärjestöistä siinä, että se on tutkintopohjaisesti järjestäytynyt, kun toiset ovat lähinnä toimialakohtaisesti järjestäytyneitä. (Kauppinen 2005, 100–102.) Akavaan kuuluu 35 jäsenjärjestöä, joissa on jäseniä 580 000 ja opiskelijajäseniä 110 000. Joka toinen akavalainen työskentelee yksityissektorilla. Akavan jäsenkunta on jakautunut melko tasan puoliksi naisiin ja miehiin. (Ketä Akavaan kuuluu? Akava 2013.) Kuten edellä olevasta kuvioista 7 on nähtävissä, Akava on keskusjärjestöistä ainoa, jonka jäsenmäärä kasvaa.

Ennen kuin tarkastellaan ammattiyhdistysliikkeen aikaansaannoksia kohdassa 4.3, on tarpeen kuvata suomalaista työmarkkinajärjestelmää, jonka avulla on saavutettu merkittäviä uudistuksia, jotka puolestaan ovat olleet luomassa pohjaa implisiittiselle yhteiskuntavastuukehitykselle. Suomalainen työmarkkinajärjestelmä alkoi kehittyä toisen maailmansodan jälkeen yhteiskunnassa tapahtuneen voimakkaan rakennemuutoksen seurauksena siirryttäessä agrariyhteiskunnasta teolliseen yhteiskuntaan. Vuonna 1940 solmitussa sopimuksessa työmarkkinakeskusjärjestöt sitoutuivat ratkaisemaan työelämän ongelmia neuvottelemalla. Sodan jälkeen 1944–1946 syntyivätkin yleissopimukset, joissa luotiin perusta työehtosopimustoiminnalle. Huomionarvoista on myös se, että Suomi ratifioi vuonna 1949 ILO:n ammatillista järjestäytymisvapautta ja -oikeutta koskevan yleissopimuksen. (Kauppinen 2005.)

Ensimmäinen tulopoliittinen kokonaisratkaisu Liinamaa I allekirjoitettiin vuoden 1968 lopussa. Tuossa yhteydessä hyväksyttiin ay-jäsenmaksun työnantajaperintätapa. Työnantaja alkoi pidättää suoraan palkasta ilmoitetun jäsenmaksusuuden ja tilittää sen ammattiliitolle. Ammattiliittojen jäsenmäärät lähtivät jyrkkään nousuun. Ay-liikkeen työ sosiaalisen vastuun yhtenä määrittelijänä alkoi ensimmäisen tulopoliittisen kokonaisratkaisun myötä. (Kauppinen 2005.) Kevätsalon (2005, 136) mukaan ay-liikkeen järjestäytymisaste on ollut korkeimmillaan yli 80% 1990-luvun puolivälissä. Se on edelleen yksi Euroopan

korkeimpia eli 74% (Vitols 2010). Korkea järjestäytymisaste on taannut ay-liikkeelle merkittävän yhteiskunnallisen aseman.

Kansainvälinen toiminta on tärkeä osa ammattiyhdistysliikkeen toimintaa ja erityisesti SAK:ssa, jossa on oltu mukana kansainvälisessä edunvalvonnassa jo 1910-luvulta saakka (Bolt 2008, 34). Suomen EU-jäsenyys vauhditti entisestään palkansaajakeskusjärjestöjen integraatiota osaksi eurooppalaista (European Trade Union Confederation ETUC) ja maailmanlaajuista (International Trade Union Confederation ITUC) ay-liikettä. Ammattiliitot ovat solmineet myös jäsenyyksiä toimialakohtaisiin ammattisihteeristöihin.

Miltä järjestäytymisen tulevaisuus näyttää? Suuri haaste ammattiliitoille on aktiivisesti työelämässä olevien jäsenten määrän lasku ja eläkeläisjäsenten määrän kasvu samalla, kun ammattiliittojen ulkopuolella toimivat työttömyyskassat lisäävät jäsenmääräänsä. Miten houkutellessa nuoria jäseniksi tulevaisuudessa, mietityttää monissa liitoissa. Käsitukset siitä, onko ay-liike kriisissä, vaihtelevat. Mika Helander (Ura 2012) näkee ay-liikkeen haasteena yleisen maailmankuvan pirstaloitumisen. Massoille sopivat ratkaisut eivät ole enää tätä päivää. Median vallan lisääntyminen sekä perinteisten instituutioiden kuten perheen ja kasvatuksen murentuminen voivat olla uhka ammattiyhdistysliikkeelle.

SAK:n, Akavan ja STTK:n TNS Gallupilla teettämän työmarkkinapoliittisen mielipideilmastotutkimuksen (2012) tulosten mukaan suomalaiset eivät näytä olevan hylkäämässä ammattiliittoja. Valtaosa vastaajista kokee ammatillisen järjestäytymisen tärkeänä. Tärkein syy kuulua ammattiliittoihin on ansiosidonnainen työsuhteturva. Jäsenyydestä haetaan etenkin palkka- ja työsuhteturvaa yhä useammin epävarmuuden leimaamalla työmarkkinoilla, ja etujen ajamisessa luotetaan suuren jäsenistön tuomaan tehokkuuteen. Toisenlaisiakin näkemyksiä löytyy. Pohjoismaissa on havaittavissa suuntausta siihen, että individualistinen ajattelu on lisääntynyt, ja nuoret jäsenet eivät ole enää kiinnostuneita perinteisistä malleista kuten ay-liikkeestä niin kuin ennen. Neuvotteluvoima perustuu ammattiyhdistysliikkeen vahvuuteen. Mitä tapahtuu neuvotteluvoimalle, kun jäsenmäärä laskee? (Nergaard 2011.)

Työelämän toimintaympäristön muutokset heijastavat muutoksia myös ay-liikkeelle. Tunnusomaista suomalaiselle ammatilliselle rakenteelle, on palkansaajien toimihenkilöistyminen ja koko väestön yleisen koulutustason kasvu (Kevätsalo 2005). Toinen merkittävä muutos liittyy työvoimaan. Osa-aikatyö, määräaikaisten työsuhteiden ja vuokratyö ovat lisääntyneet (Melin 2012, 33).

Korkea järjestäytymisaste on antanut suomalaiselle ay-liikkeelle vahvan aseman, josta hyvä esimerkki on lähes 40-vuotinen tulopoliittinen sopimustoiminta (Kauppinen 2005). Ay-liike haluaa pitää kiinni vakaasta asemastaan. Ammattiyhdistysliike on ollut historian valossa vahvasti kansallinen toimija. Globalisaation takia yhä enemmän on alkanut muotoutua yhdet yhteiset työmarkkinat ja yhteinen edunvalvonta sekä yksi maailmanlaajuinen ammattiyhdistysliike. Ammattiyhdistysliikkeen toimintaperiaatteisiin on kuulunut edustuksellinen päätöksentekotapa. Mitä seurannaisvaikutuksia tulee olemaan sillä, että ay-liikkeen päätöksenteko siirtyy yhä kauemmaksi kansalliselta tasolta?

Mitä tapahtuu kansallisille instituutioille? Miten liittojen jäsenet suhtautuvat tilanteeseen? (Helander 2012, 225–248.)

Työnantajapuolella Suomessa on toteutettu rakenteellisia uudistuksia. Vuonna 2005 tapahtui merkittävä fuusio, kun Palvelutyönantajat ry ja Teollisuus ja Työnantajat ry yhdistyivät ja ottivat nimekseen Elinkeinoelämän keskusliitto (EK 2007). Palkansaajaliikkeessä ei näin mittavia yhteen sulautumia ole vielä tapahtunut, vaikka tarve liittofuusioille on tunnustettu. Mittavin suurliit-tohanke on ollut joillakin SAK:n jäsenliitoilla, jotka tavoittelivat 360 000 jäsenen liittoa. Hanke kuitenkin kaatui muun muassa puoluepoliittisiin ja ammatti-identiteettisiin eturistiriitoihin. (Kaleva 2009.) Esimerkkejä pienempimuotoisista liittofuusioista ay-liikkeessä kyllä on (Helin 2012, 369).

Kimmo Kevätsalo (2005) nimeää ay-liikkeelle tulevaisuudessa kolme vaihtoehdottoista toimintastrategiaa. Ne ovat sopeutuminen, integroituminen ja kansalaisliike. Sopeutuminen olemassa olevaan tilanteeseen eli esimerkiksi jäsenmäärien laskuun saattaa näivettää ay-liikettä, ja liike saattaa profiloitua entistä enemmän vakuutuslaitoksen kaltaiseksi toimijaksi, joka antaa työehtosopimukseen perustuvaa turvaa jäsenille. Integraation vuoksi ay-liikkeen toiminta olisi vastaisuudessa vastuun ottamista työpaikoilla henkilöstön osaamisen kehittämistä ja kilpailukyvyistä eli painopiste siirtyisi kansalliselta tasolta paikallis-tasolle. Kolmas mahdollinen toimintastrategia on kansalaisliikkeeksi profiloitu-minen. Vastaava kehitys on havaittavissa kehittyneissä markkinatalouksissa (Italia, Ranska, Hollanti). Myös Helin (2012) näkee, että ay-liikkeen tulee tulevaisuudessa osallistua jäsentensä työn ja työorganisaation kilpailukyvyn kehittä-miseen. Yksilöt haluavat päästä käyttämään työssään taitojaan ja päästä vai-kuttamaan työnsä sisältöön nykyistä enemmän. Kun ay-liike tällä hetkellä ajaa jäsentensä etuja työmarkkinoilla, sen pitää vastaisuudessakin esiintyä jäsenis-tönsä osaamis pääoman puolestapuhujana. (Helin 2012.) Esimerkki suunnanmuutoksesta on kolmikantaisesti solmitun raamisopimuksen yhteydessä vuon-na 2011 neuvoteltu kolmen päivän koulutusvapaa, josta vihdoon päästiin so-puun maaliskuussa 2013. Yritykset, jotka kouluttavat työntekijöitään kolme päivää vuodessa, voivat saada veroetua (Luukka 2013).

Ajattelemisen aihetta antaa näkyvissä oleva kehitys päätöksenteon siirtymisestä kansalliselta tasolta vähintään Eurooppa -tasolle, ja toisaalta päätöksenteon siirtyminen kansalliselta tasolta työpaikkatasolle. Eräs eurooppalaisen ay-liikkeen aikaansaannos on EWC- direktiivi, joka velvoittaa yli 1000 työntekijän yritykset, joilla on vähintään kahdessa jäsenvaltiossa 150 työntekijää, perustamaan yritysneuvostoja. Ne ovat yhteistyöelimiä, joiden tarkoitus on lisätä työn-tekijöiden ja konsernijohdon välistä tiedonkulkua konsernin sisäisistä asioista vähintään kahdessa maassa. Yritysneuvostojen koetaan parantavan tiedonsaan-tia ja lisäävän vuoropuhelua niin henkilöstön kesken kuin henkilöstön ja johdon välillä. Joissakin suuryrityksissä kuten Danone ja General Motor yritysneuvos-tot ovat tehneet konsernikohtaisia työehtosopimuksia. (Laitinen 2008, 169–181.)

4.3 Yrityksen yhteiskuntavastuu ja ay-liike

Tutkittua tietoa siitä, miten ammattiyhdistysliike Suomessa suhtautuu yrityksen yhteiskuntavastuuseen, löytyy vähän. Eurooppalaisten tutkimusten mukaan ay-liike oudoksuu yrityksen yhteiskuntavastuun vapaaehtoisuutta ja yhteiskuntavastuu -käsitteen käyttö on häilyvää. (Preuss 2008, 157.) Sidosryhmäteorian ja ay-liikkeen näkökulmasta on havaittu löytyvän vähän tutkittua tietoa myös Euroopan tasolla (Preuss, Haunschild & Matten 2006; 2009; Preuss 2008).

Tutkijat muistuttavat siitä, että ay-liike keskeisen yhteiskunnallisen asemansa vuoksi on kuitenkin merkittävä sidosryhmä (Preuss 2008). Ammattiyhdistysliikkeen maailmanjärjestö ITUC (2012) kertoo suhtautumisestaan yhteiskuntavastuuseen verkkosivuillaan seuraavasti

Yhteiskuntavastuu ei syntynyt ay-liikkeen piirissä. Mutta käsite ja ilmiö eivät katoa, vaikka ay-liike päättäisi sivuuttaa koko asian. Ammattiyhdistysliikkeen haasteena on löytää keinot, joilla työnantajat suostuvat aitoon vuoropuheluun ja työpaikan suhteiden kohentamiseen yhteiskuntavastuun kautta. (Sajaniemi 2012, 89.)

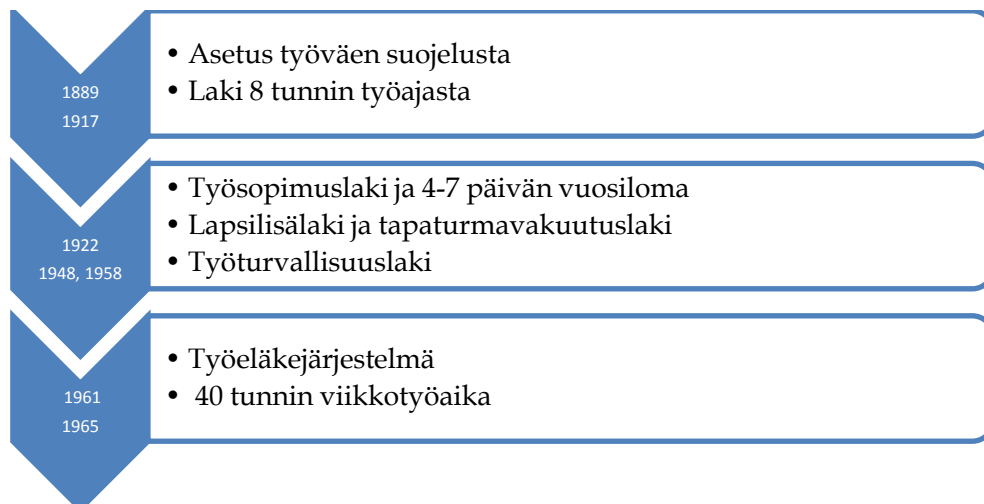
Suomessa on havaittavissa merkkejä siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuuseen suomalaisessa ay-liikkeessä on suhtauduttu ristiriitaisesti. Siihen koetaan kuuluvan elementtejä, jotka voivat mahdollistaa kauan käytössä olleiden toimintatapojen eli lakien ja sopimusten kiertämisen. (Sajaniemi 2012.) Aiemmin on todettu, että palkansaaajakeskusjärjestöt ovat olleet aloitteellisia kuluttajaliikkeen perustamisessa. Kuluttajaliikkeen ja ay-liikkeen välillä on siis vahva side. Ay-liikkeessä nähdäänkin, että globaalisti toimivassa maailmassa kuluttajat tuntevat solidaarisuutta huonosti kohdeltua kehitysmaiden työntekijää kohtaan ja haluavat olla tuomassa eriarvoisen kohtelun kehittyneiden maiden kansalaisten tietoisuuteen. Ay-liike ja kansalaisjärjestöt vaativat yhdessä yrityksiltä vastuullisuutta. Yritysten kanssa käytävä vastuullisuuskeskustelu on osoittautunut ay-liikkeelle paljon vaikeammaksi. Ammattiliittoja ei motivoi yrityksen kanssa käytävä yhteiskuntavastuukeskustelu, jos yrityksen johto ei suostu määrittelemään vastuullisuutta yhdessä ammattiliiton kanssa. (Ristelä 2011, 62–65.)

Edellisessä luvussa 4.2 todettiin, että pitkän historian omaava työmarkkinasopimuskäytäntö on luonut pohjaa implisiittiselle yhteiskuntavastuukäsitykselle Suomessa, ja ay-liike on ollut keskeisessä roolissa määrittelemässä ja rakentamassa vastuullisuutta. Tulopoliittisten kokonaissopimusten johdosta vuosina 1968–2005 toteutettiin suuret työelämää koskevat laadulliset parannukset. Tulopoliittiset kokonaisratkaisut (tupo) ovat perustuneet kolmikantaneuvotteluihin, joissa osapuolena ovat olleet ay-liike, työnantajat ja valtio. Neuvotteluisissa on sovittu yhteiskuntaan laajasti vaikuttavista tekijöistä, kuten tulojaosta, palkoista sekä työehdoista. Tuposta on muodostunut kansallinen instituutio, jonka tehtävänä on ollut toisaalta tuoda vakautta kansallisiin työmarkkinoihin ja vahvistaa hyvinvointiyhteiskunnan rakentumista sekä toisaalta lisätä Suomen kilpailukykyä kansainvälisesti. (Helander & Nylund 2012, 5–6.) Tulopoliittisten kokonaisratkaisujen aika näytti olevan vuonna 2007 solmitun tupon jälkeen ohi, ja suunta oli kohti liitto- ja työpaikkakohtaisia sopimuksia. Neuvottelut keskittyivät koskemaan enemmän palkka-asioita. Työelämän ja sosiaalipoli-

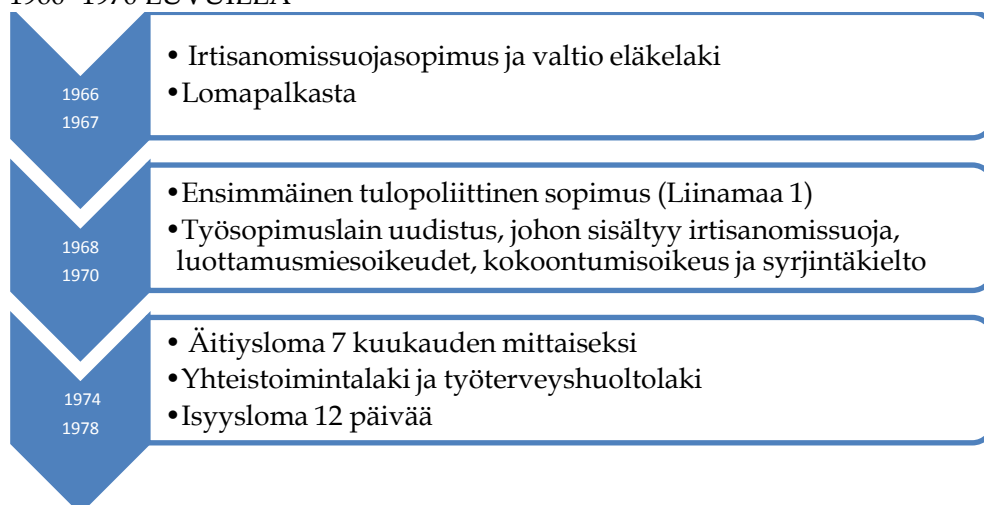
tiikan kehittäminen jäivät pienemmälle huomiolle. Työnantajapuoli halusi läheteä viemään Ruotsin ja Tanskan mallin mukaisesti työhdoista sopimista työpaikoille. (Helin 2012.) Tilanne kuitenkin muuttui, kun alettiin tavoitella uutta työmarkkinakeskusjärjestöjen välistä kokonaisratkaisua vuonna 2011. Syntyi tupon seuraaja, joka nimettiin raamisopimukseksi (Helsingin Sanomat 2011). Antton Lounasheimo on tutkinut palkkasopimusten ja Suomen kilpailukyvyn yhteyttä tupo-aikakaudella 1969–2007. Hänen johtopäätöksensä on, että keskitetyt palkkasopimukset ovat parempi vaihtoehto kilpailukyvyn kannalta kuin liittotason sopimukset. (Lounasheimo 2012.)

Seuraavaksi esitellään kooste (kuvio 8) ay-liikkeen saavutuksista, joista keskeisimmät esitellään tarkemmin.

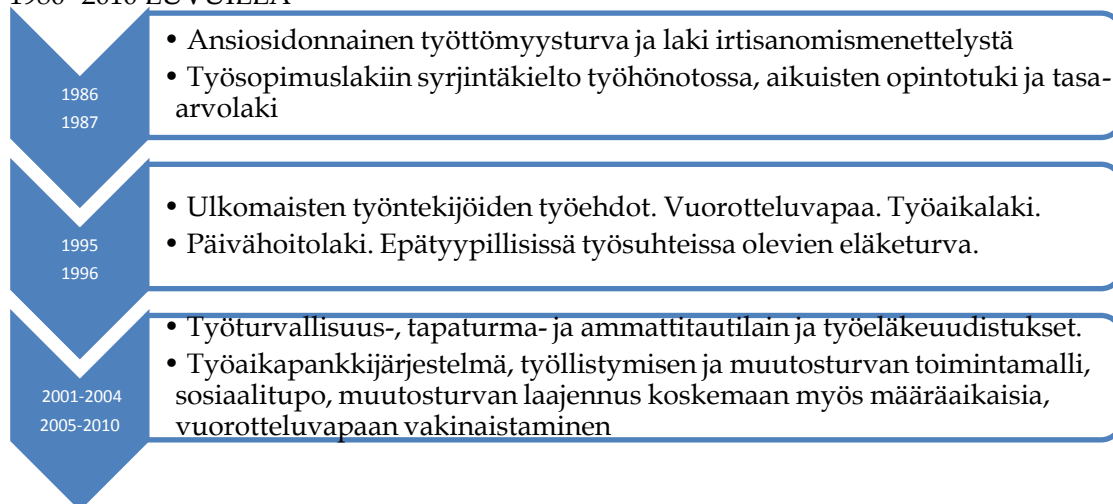
1890 - 1960



1960- 1970 LUVUILLA



1980- 2010 LUVUILLA



KUVIO 8 Poimintoja ay-liikkeen aikaansaannoksista (URA 3-2012, 27; 29 mukailten)

Ay-liikkeen aikaansaannoksissa painottuu neljä perusperiaatetta lainsäädännön sisällöksi. Ne ovat työelämän perusoikeudet ja työehdot, sosiaaliturva ja perhepolitiikka sekä ihmisoikeudet. Ay-liike ajoi merkittäviä uudistuksia suomalaisen työelämään, mistä ovat esimerkkinä vuonna 1959 säädetty laki valtion rahoittamista työttömyyskorvauksista ja 40-tunnin työviikosta vuonna 1965. (Juholin 2003.) Ammattiyhdistysliikkeellä on mittavat saavutukset palkansaajien aseman ja työsuhteen ehtojen sekä työsuhdeturvan lainsäädäntökokonaisuudessa. Työlainsäädännön alussa toteutettiin kahdeksan tunnin työaika ja myöhemmin 1960-luvulla 40-tunnin viikkotyöaika. Työsuhteen perusta turvattiin työsopimuslailla ja vuosilomasäädöksillä. Työsuojelu oli myös keskeisesti mukana jo 1950-luvulta lähtien. Työturvallisuuslain myötä sosiaalipolitiikan merkitys korostui 1960-luvulla toteutetun työeläkejärjestelmän kautta. Helander ja Nylund (2012) muistuttavat siitä, että ay-liike neuvottelee joko kaksi- (työntekijät ja työnantajat) tai kolmikantaisesti (valtio mukaan lukien) työelämän lainsäädäntöhankkeista, eläkejärjestelmään sekä sosiaalipolitiikkaan liittyvistä asioista.

Huomionarvoista on, että kaikki palkkaperusteiset (ansiosidonnaiset) sosiaaliturvamaksut, työeläke-, työttömyysvakuutus- sekä sairauspäivärahamaksut ovat täysin kahden välisiä eli työmarkkinaosapuolten kesken sovittavia asioita. Perhepoliittinen lainsäädäntö koostuu lapsilisä-, vanhempainvapaa- tai päivähoitolaista. Ihmisoikeuksia korostava lainsäädäntö on tullut 1980-luvulla samoin kuin tasa-arvolaki ja syrjäntäkielto. Oikeus itsensä kehittämiseen ja koulutukseen on vahvistunut uusissa lainsäädännöissä, esimerkiksi sosiaalitulon jälkeen.

Ammattiyhdistysliike on toiminut sosiaalisen vastuun kehittämisen pioneerina ollessaan luomassa isoja sosiaalisia uudistuksia. Esimerkiksi yrityksen yhteiskuntavastuun kehittämiseen on vaikuttanut 1970-luvun loppupuolella säädetty laki yhteistoiminnasta (yt-laki). Laki velvoitti yrityksiä vuoropuheluun henkilöstön kanssa. (Juholin 2004, 38.) Sitten lakia on sovellettu melko yk-

sipuolisesti eli käytetty lähinnä irtisanomismenettelyyn (Kauppinen 2005). Viime aikoina on ay-liikettä painostettu aloittamaan neuvottelut työurien pidentämisestä.

Paternalismin aikakaudella työntekijöiden etua ajoivat hyvät työnantajat pitämällä työväestään hyvää huolta. Tänä päivänä työntekijät neuvottelevat vaatimuksistaan tasa-arvoisesti työnantajapuolen kanssa, ja neuvotteluissa pyritään molempia osapuolia tyydyttävään ratkaisuun. (Ristelä 2011.) Yksittäisenä esimerkkinä ay-liikkeen vaikutusvallasta suomalaisessa yhteiskunnassa nostetakaan esiin tieto, että vuonna 2005 eduskunnan eri valiokuntien kuulemista kolmannen sektorin asiantuntijoista melkein puolet edusti ay-liikettä. (Ura 2012.)

Ay-liike osallistuu edelleen vahvasti suomalaisen yhteiskunnan rakentamiseen. Tutustutaan seuraavaksi joihinkin yhteiskuntavastuuseen liittyviin foorumeihin, joissa ay-liike on mukana tällä hetkellä. Ne ilmenevät taulukosta 2.

TAULUKKO 2 Organisaatioita, joissa ay-liike on mukana kehittämässä yrityksen yhteiskuntavastuuta.

Eettinen foorumi	On yritysten, järjestöjen, ammattiyhdistysliikkeen, kirkon ja viranomaisten keskustelufoorumi yritysetiikan ja yhteiskuntavastuun kysymyksissä.
Tuottavuuden pyöreä pöytä	On järjestöjen korkean tason elin, jonka tarkoitus on tuottavuuden, työelämän laadun ja tuottavuusyhteistyön edistäminen ja näkyväksi tekeminen. Tuottavuuden pyöreän pöydän muodostavat työmarkkina-keskusjärjestöt sekä työelämän kehittämistä tukevat tuottavuustoimijat (Tekes, Työsuojelurahasto, Työterveyslaitos ja Työturvallisuuskeskus).
Yhteiskunta- ja yritysvastuun neuvottelukunta	On neuvoa-antava elin, jonka jäsenet edustavat työmarkkina- ja kansalaisjärjestöjä, elinkeinoelämää sekä viranomaisia. Neuvottelukunnan tehtävänä on vahvistaa kansallista ja kansainvälistä yhteiskuntavastuupolitiikkaa sekä tukea organisaatioiden vapaaehtoisen vastuullisuuden kehittymistä.
Finnwatch	On kansalais- ja ay-järjestöjen perustama verkosto, jolla on oma tietotoimisto. Se hankkii ja välittää tietoa suomalaisten yritysten toiminnan vaikutuksista ihmis- ja työelämän oikeuksien toteutumiseen, luontoon sekä sosiaaliseen kehitykseen kehittyvissä maissa.
Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASK	On suomalaisen ammattiyhdistysliikkeen kehitysyhteistyöjärjestö, jonka hankkeiden

(jatkuu)

myötä autetaan kehittyvien maiden ammattiliittoja puolustamaan jäsentensä etuja kuten elämiseen riittävän palkan saamiseksi.

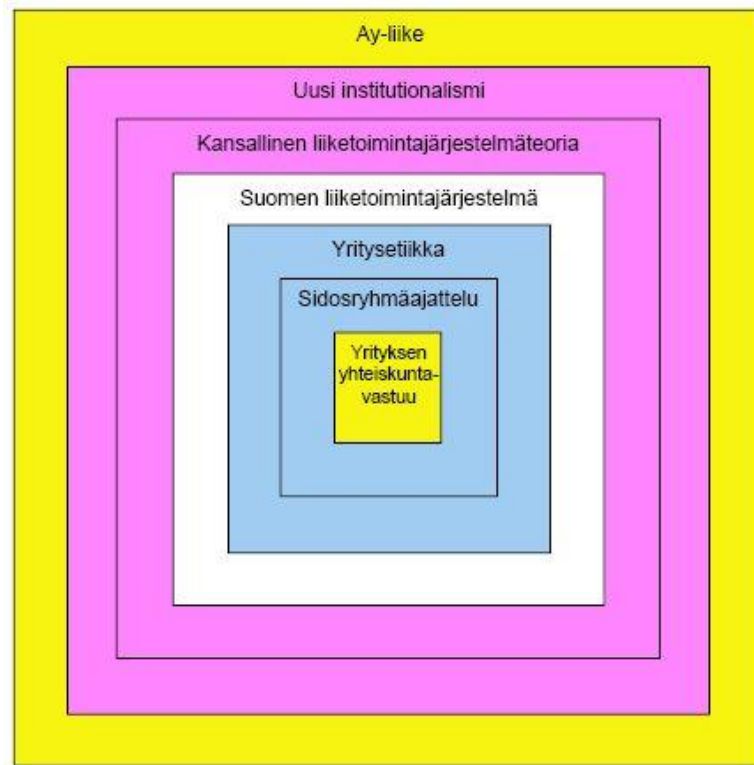
Eettinen foorumi kokoontuu muutamia kertoja vuodessa keskustelemaan yhteiskuntavastuukysymyksistä. Tuottavuuden pyöreässä pöydässä on juuri saatu valmiiksi laaja kansallisen työelämän kehittämisstrategia, jonka kunnianhimoinen tavoite on tehdä suomalaisesta työelämästä Euroopan paras vuoteen 2020 mennessä. Yhteiskunta- ja yritys vastuun neuvottelukunta toimii parhailaan myös ohjausryhmänä aiemmin mainitulle hallituksen Suomi yhteiskuntavastuun edelläkävijämaaksi -hankkeelle. (Yhteiskuntavastuun periaatepäätös 2012.) Palkansaajakeskusjärjestöt SAK, Akava ja STTK ovat mukana rahoittamassa Finnwatchin kestävän talouden ohjelmaa (Kestävän talouden ohjelma, Finnwatch 2013), jossa päähuomio on taloudellisessa vastuullisuudessa suhteessa suomalaisyritysten kytköksiin veroparatiiseissa, finanssikeinottelun yhteiskunnallisiin vaikutuksiin ja vastuulliseen sijoittamiseen. Toinen hanke, joka on Ihmisarvoisen työn ohjelma, pureutuu kehitysmaissa toimivien yritysten alihankintaketjuissa työntekijöiden työehtojen ja työolojen parantamiseen. Hankkeessa on mukana suomalaisia ammattijärjestöjä. (Ihmisarvoisen työn ohjelma, Finnwatch 2013.)

Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASK:n toiminnassa on mukana kaksi palkansaajakeskusjärjestöä ja 32 ammattiliittoa. Yhteistyöhankkeita on yli 70 neljällä eri mantereella. Hankkeiden kautta ammattiliitot auttavat sisärjestöjään ulkomailla. On globaaleja, maakohtaisia ja alueellisia hankkeita. Ne koskevat muun muassa globaalia siirtotyöläisyyttä, julkisen sektorin neuvotteluoikeuksia Ecuadorissa tai puu- ja metsätyöntekijöiden järjestäytymistä ammattiliittoihin Amazonasin alueella. (SASK 2013.)

2000 -luvulta lähtien ay-liike on alkanut puhua yrityksen yhteiskuntavastuusta ja vaatinut julkisuudessa yrityksiltä yhteiskuntavastuun nimissä työpaikkojen pysyvyyttä ja irtisanomiskäytännön muuttamista pidemmäksi ja demokraattisemmaksi (Akava 2012; SAK 2006; STTK 2008).

5 YHTEENVETO TEORIAVIITEKEHYKSESTÄ

Ennen kuin siirrytään tarkastelemaan toteutettua empiiristä tutkimusta ja sen tuloksia, esitetään teoriaviitekehysten yhteenveto (kuvio 9).



KUVIO 9 Teoriaviitekehys

Koko tämän työn keskiössä on yrityksen yhteiskuntavastuu. Uloimman kehyksen kuviossa muodostaa ammattiyhdistysliike, koska tarkastellaan yrityksen yhteiskuntavastuun toteutumista ay-liikkeen näkökulmasta. Molemmat on kuvattu keltaisella värillä. Yrityksen yhteiskuntavastuu on linkitetty sidosryhmäajatteluun, jota on käsitelty yritysetiikan kontekstissa. Sidosryhmäajattelu ja yritysetiikka ovat sinisellä pohjalla. Suomen liiketoimintajärjestelmäkuvauksen tarkoituksena on luoda pohjaa yrityksen yhteiskuntavastuukäsitteen ymmärtämiselle. Työn varsinainen teoriaosuus koostuu institutionaalisesta viitekehystä, jonka muodostavat kansallinen liiketoimintajärjestelmäteoria ja uusi institutionalismi. Ne on kuvattu vaaleanpunaisella pohjalla.

Tarkastellaan vielä vähän tarkemmin teoriaviitekehysten lohkoja. Yrityksen yhteiskuntavastuukäsitettä tarkastellaan Carrollin pyramidimallin (1991), Elkingtonin (1999) kolmen pilarin -mallin ja Euroopan komission (2006) määrittelemän kolmijaon (taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen vastuu) pohjalta. Lisäksi avataan käsitteitä implisiittinen ja eksplisiittinen yrityksen yhteiskuntavastuu (Matten & Moon 2008). Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite ei ole yksiselitteinen. Siksi on ollut tarpeen käsitellä myös sen lähikäsitteitä. Tärkeä osa

yrityksen yhteiskuntavastuun edistämistä ja vastuullisuuden osoittamiskeinoja ovat erilaiset normit ja standardit. Yrityksen yhteiskuntavastuun tasoja on kuvattu Takalan (2000a) jaottelun pohjalta omistajalähtöinen, sidosryhmälähtöinen ja laaja vastuu, joista on valittu sidosryhmälähtöinen ideologia. Yrityksen yhteiskuntavastuun kehitys Suomessa, ay-liikkeen kehityshistoria ja yhteiskuntavastuuajattelun kehittyminen ammattiyhdistysliikkeessä on esitelty erillisessä luvussa, jossa on esitelty myös yrityksen yhteiskuntavastuuajatteluun liittyviä aiempia tutkimustuloksia.

Sidosryhmäajattelua pidetään merkittävänä osana yrityksen yhteiskuntavastuun viitekehystä (Vehkaperä 2005). Sidosryhmäajattelussa lähdetään siitä, että yritystä/ organisaatiota ei voi olla olemassa ilman vuorovaikutus- tai vaihtosuhdetta sitä ympäröivien intressiryhmien eli sidosryhmien kanssa ja eettisesti kestäväällä tavalla. Yritykset ovat vastuussa ympäristölleen, ja toisaalta ympäristö ja sen toimijat on alettu nähdä yritysten voimavarana. Pääsääntöisesti tässä työssä on tarkasteltu ammattiyhdistysliikettä yritysten sidosryhmänä, mutta on sivuttu lyhyesti myös kansalaisjärjestöjä.

Jotta yritystoimintaa voidaan pitää laadukkaana, tarvitaan yritysetiikkaa. Kun yritysetiikka ja vastuullisuus yhdistetään, syntyy vastuullista liiketoimintaa. (Könnölä & Rinne 2001.) Kujalan ja Kuvajan (2002) jaottelun pohjalta lähestytty etiikan eri koulukuntia ja esitelty tarkemmin postmodernia etiikkaa, jossa perusajatus on löytää käytännön moraalinen vuoropuhelu eettisesti korkeatasoisen toiminnan varmistamiseksi.

Suomen liiketoimintajärjestelmän kehitystä on kuvattu kansallisen liiketoimintajärjestelmäteorian näkökulmasta. Tarkastelun kohteena ovat olleet valtio, pankki-, koulutus- ja työmarkkinajärjestelmät. Suomalaisella työmarkkinajärjestelmällä on ollut olennainen vaikutus hyvinvointiyhteiskunnan rakentumisessa ja siksi siihen perehdytään tässä työssä tarkemmin.

Varsinaisen teoreettisen viitekehyyksen muodostavat kansallinen liiketoimintajärjestelmäteoria (Whitley 1999) ja uusi institutionalismi (DiMaggio & Powell 1983). Kansallisessa liiketoimintajärjestelmäteoriassa on tutkittu kansallisen talousjärjestelmän vaikutuksia organisaatioiden kehitykseen. Whitley tyyppitelee markkinataloudet kuuteen toisistaan poikkeavaan malliin ja esittelee eri mallien eroavaisuuksia samalla kuitenkin osoittaen, että kansallisilla malleilla ja instituutioilla on yhä merkitystä. Tässä yhteydessä sivutaan myös kapitalismin variaatiot - teoriaa, jossa markkinataloudet jaotellaan liberaaleihin ja koordinoituihin markkinatalouksiin (Hall & Soskice 2001). Tutkimusten mukaan kansallisen liiketoimintajärjestelmän ja yrityksen yhteiskuntavastuuseen suhtautumisen välillä on havaittu yhteys (Matten & Moon 2008).

Uusi institutionalismi (DiMaggio & Powell 1983) keskittyy etsimään samankaltaistavia tekijöitä. Organisaatioiden /yritysten toiminta alkaa samankaltaistua samalla organisaatiokentällä toimivien yritysten kanssa erilaisten paineiden pohjalta. Samankaltaistuminen voi olla kilpailullista tai institutionaalista. Samankaltaistumista eli isomorfismia tarkastellaan vaihtoehtoisesti pakottavan, jäljittelevän tai normatiivisen paineen kautta. Yritysten toiminnan samankaltaistumisen taustalla on uuden institutionaalisuusteorian mukaan pyrkimys

hankkia ja vahvistaa olemassaolon oikeutus eli legitiimiys. Moraalinen legitimaatio (Suchman 1995) on vastuullisuusajattelun ytimessä. Sitä tarkastellaan yritysten keskeisen sidosryhmän eli ammattiyhdistysliikkeen näkökulmasta. Lisäksi tarkastellaan lyhyesti legitimaation usein yhdistettävää maineen- käsitettä.

6 TUTKIMUSMENETELMÄ

6.1 Tutkimusaineisto

Tämä tutkimus on monitapaustutkimuksena toteutettu laadullinen tutkimus, jonka kohteena ovat ammattijärjestöt. Tutkimus on teorialähtöinen. Empiirinen aineisto on analysoitu ja tulkittu teoreettisen viitekehyksen pohjalta (Tuomi & Sarajärvi 2009, 68).

Laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen määrittelemistä ei pidetä yleisesti kovin helppona. Joskus voi nähdä, että laadullinen tutkimus määritellään määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen vastakohtaksi. Toisenlaisen näkemys mukaan laadullinen ja määrällinen tutkimus nähdään enemmän toisinaan täydentäviksi kuin kilpaileviksi suuntauksiksi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008.) Niin kuin laadullisen tutkimuksen aineisto yleensä niin myös tämän tutkimuksen aineisto koostuu melko pienestä joukosta tapauksia, jotka pyritään analysoimaan tarkkaan (Eskola & Suoranta 2000). Tapauksina ovat kymmenen ammattijärjestöä. Niistä on haastateltu yrityksen yhteiskuntavastuun näkökulmasta keskeisiä asiantuntijoita. Yinin (2009) mukaan monitapaustutkimus soveltuu käytettäväksi silloin, kun halutaan saada vertailevaa tietoa erilaisten ryhmien näkemysten yhtäläisyydestä sekä löytää ryhmien vastausten välisiä eroja. Tässä tutkimuksessa on keskitytty tarkastelemaan sitä, miten yrityksen yhteiskuntavastuu ay-liikkeen näkökulmasta tarkasteltuna ymmärretään yleisesti ja miten ay-liikkeen sisällä. Tutkija on muokannut omaksi tulkinnakseen haastateltujen kertomaa aineistoa yrityksen yhteiskuntavastuusta ja siihen liittyvistä ilmiöistä (Puusa 2011a, 73).

Koska tämä pro gradu -tutkimus on toteutettu osana kansainvälistä vertailevaa tutkimushanketta, haastateltavat järjestöt on valittu noudattaen esitettyjä toiveita. Kattavan aineiston saamiseksi haastateltavien ammattijärjestöjen toivottiin edustavan tutkimukseen osallistuneissa maissa keskusjärjestöjä, sektori-kohtaisia liittoja sekä kotimaista että kansainvälistä toimintaympäristöä edustavia ammattijärjestöjä tekniikan, metalliteollisuuden, sähköteollisuuden ja jätehuollon toimialoilta. Haastateltaviksi järjestöiksi Suomessa valikoituivat kaikki keskusjärjestöt Akava, SAK, STTK ja niiden jäsenliitoista Tekniikan Akateemisten liitto, Julkisten ja Hyvinvointialojen liitto JHL, Metallityöväenliitto, Sähköalojen liitto, Ammattiliitto Pro sekä Suomen Konepäällystöliitto. SASK valikoitui mukaan, koska se on ay-liikkeen tärkein yhteistyökumppani yhteiskuntavastuuasioissa. Kaikki järjestöt antoivat nimensä julkistamisluvan. Yksi ammattiliitto kieltäytyi haastattelusta. Tutkimukseen osallistuneilta järjestöiltä kysyttiin tutkimuksen yhteydessä taustatietoja (liite 1).

Takalan ja Lämsän mukaan (2001, 375) empiirinen tulkitseva tutkimus pohjautuu empiiriseen materiaaliin eli haastatteluaineistoon, joka kootaan ole-malla vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa. Tämän tulkitsevan tutkimuksen hankintamenetelmä koostuu henkilökohtaisista haastatteluista kerätystä aineistosta. Kyse oli puolistrukturoidusta haastattelijan kanssa vuorovaikuttei-

sesti toteutetusta haastattelusta, johon haastatellut henkilöt vastasivat omin sanoin (Hirsjärvi & Hurme 2010). Tässä tutkimuksessa haastatelluilla ay-liikkeen edustajilla kaikilla on pitkäaikaista kokemusta niin edustamansa organisaation kuin ay-liikkeen toiminnasta ja sen ilmiöistä laajemmin (Hirsjärvi & Hurme 2010).

Lähtökohtana haastatteluissa oli, että etukäteen toimitetut haastattelukysymykset (liite 2) toimivat runkona. Haastattelu eteni sen mukaan, miten haastatellut henkilöt itse halusivat kysymyksiin vastata. Pääsääntöisesti noudatettiin haastattelulomakkeen mukaista järjestystä. Mutta jos henkilö halusi puhua vapaasti, se oli mahdollista. Vastaukset lisättiin litteroinnin yhteydessä kysymysten mukaisiin kohtiin. Myös haastattelija kysyi tarkennuksia ja lisäkysymyksiä tilanteen mukaan. Kymmenen yhteiskuntavastuun näkökulmasta keskeisissä tehtävissä toimivaa henkilöä haastateltiin. Heidät nimettiin koodien H1 - H10 mukaan.

Haastateltujen henkilöiden keski-ikä on 50,1 vuotta. Heistä kaksi on naisia ja kahdeksan miehiä. Jokaiseen otettiin yhteyttä sähköpostitse, kerrottiin tutkimuksesta ja sovittiin haastatteluajasta sekä lähetettiin haastattelukysymykset etukäteen tutustuttavaksi. Kaikki haastattelut toteutettiin Helsingissä aikavälillä 25.11.2011 ja 20.1.2012 (liite 3). Kahdeksan haastattelua toteutettiin haastatellun työpaikalla, yksi hotellissa ja yksi asuinkerrostalon kerhohuoneistossa. Haastattelut tapahtuivat pääsääntöisesti työaikana. Haastatteluihin käytetty kokonaisaika oli yhteensä 15 tuntia ja 45 minuuttia.

Keskustelun äänittämisestä sanelimen avulla sovittiin tilaisuuden alussa. Jokaiselle haastateltavalle kerrottiin hänen henkilöllisyytensä pysyvän vain haastattelijan tiedossa. Kaikki haastatellut antoivat luvan kertoa edustamansa organisaation nimen tutkimuksessa. Neljää haastatteluaineistoa täydennettiin haastatteluiden jälkeen. Niiden sisältämä informaatio on otettu huomioon aineistoanalyysissä. Täydennystä tarvittiin, koska ensimmäisen haastattelun yhteydessä sanelimen kasetin äänitys oli pysähtynyt, ja yksi osio jäi pois äänityksestä. Eräs toinen haastateltava halusi toimittaa sähköpostitse lisämateriaalia aiheista, joihin ei haastatteluhetkellä osannut vastata. Lisäksi tutkija halusi varmistaa kahdelta haastatellulta, mitä he olivat joissakin kohdin vastauksissaan tarkemmin tarkoittaneet. Sanelut purettiin purkulaitteen avulla sanasta sanaan sanelun mukaisesti. Jokainen haastattelu taltioitiin erikseen. Lisäksi koko aineisto on taltioitu erilliselle levykkeelle yhdeksi tiedostoksi. Litteroidun aineiston kokonaismäärä oli 228 sivua.

6.2 Aineiston analysointi

Tutkimusaineiston käsittely koostui laadulliselle tutkimukselle tyypillisesti kahdesta vaiheesta eli havaintojen pelkistämisestä ja arvoituksen ratkaisemisesta (Alasuutari 2011, 38–39). Tässä tutkimuksessa analyysiä ohjasi kiinnostus saada selville ay-liikkeen näkemykset yrityksen yhteiskuntavastuusta institutionaalisen teorian avulla. Aineiston analysointi vaikutti alussa hyvinkin haastavalta tehtävältä. Tutkijaa mietitytti, miten varmistua siitä, että kaikkien vas-

taajien sanoma tulee kuulluksi analysoinnissa, kun kvalitatiivisen aineiston analyysitavan valintaan ei vaikuttanut löytyvän yksiselitteistä ohjeistusta (Puusa 2011b). Pohdinnan jälkeen päädyttiin luokittelemaan aineistoa kolmen teeman avulla. Teemat olivat yrityksen yhteiskuntavastuun käsite, asennoituminen yrityksen yhteiskuntavastuuseen ja yrityksen yhteiskuntavastuun soveltaminen. Myöhemmin lisättiin vielä kaksi teemaa eli yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvä toiminnan samankaltaistuminen ja siihen liittyvät paineet sekä legitimaatio. Teemojen lisäys johtui siitä, että empiirisen aineiston tutkimusmenetelmä haluttiin käyttää teorialähtöistä sisällönanalyysiä ja haluttiin kytkeä teoria tarkemmin osaksi analyysiä. Jokaiselle teemalle on oma tutkimuskysymys.

Prosessi eteni niin, että ensin jokaisen tapauksen aineisto koodattiin väreillä teemojen mukaan ja yhdistettiin yhdeksi dokumentiksi. Tämän jälkeen käsitelyä jatkettiin siten, että haastatteluissa käytetyn lomakkeen kysymykset käytiin läpi, yhdistettiin teemoihin, sekä tutkimusaineisto ryhmiteltiin sen pohjalta. Jokaisen teeman aineistosta tehtiin oma dokumentti.

Ennen merkitysten tulkinnan (Hirsjärvi & Hurme 2010, 137) aloittamista piti päättää tutkimustulosten keskinäisestä vertailutavasta. Päädyttiin vertailemaan tuloksia sen pohjalta, miten ay-liike näkee yleisesti tai yrityksissä suhtaututtavan yrityksen yhteiskuntavastuuseen ja miten se suhtautuu siihen omassa toiminnassaan. Aineistoa luettiin läpi moneen kertaan. Näin alkoi syntyä näkemyksiä siitä mitä tutkittavat olivat kertoneet. Tutkija kuvasi niitä omin sanoin ja lisäsi kyseessä ollutta aihetta kuvaavia suoria lainauksia. Toimintaa ohjaava ajatus tässä vaiheessa oli, että kaikki oleellinen sanoma olisi mukana eli näkemyksiä yritettiin valita mahdollisimman tasapuolisesti, jotta mahdollisimman monen haastatellun sanoma pääsi esiin. Vaihe oli työläs, koska piti moneen kertaan tarkistaa, että aineistoa oli hyödynnetty edellä kuvatun mukaisesti.

Aineistosta oli saatu kokonaiskäsitys siitä, miten käsite, asennoituminen ja soveltaminen ilmenevät ay-liikkeen näkemyksissä yrityksen yhteiskuntavastuuta selvitetessä. Oli aika syventää näkemystä uuden institutionaalisuusteorian pohjalta. Analyysin seuraava osuus koostui isomorfisten paineiden etsimisestä sekä legitimaatioanalyysistä. Etsittiin eri suunnista tulevia pakottavia, jäljitteleviä ja normatiivisia paineita. Legitimaatioanalyysi toteutettiin tutkimalla, pitääkö ay-liike yrityksen yhteiskuntavastuuta moraalisesti legitimiinä käytäntönä, mitä selvitettiin Suchmanin (1995) määrittelemän jaottelun pohjalta. Hän jakaa moraalisen legitimaation seurauksiin, menetelmiin, rakenteisiin ja persoonaan perustuvaksi legitimaatioksi. Kaikkien viiden teeman mukainen analysointi on päättynyt yleisen/yritysten ja ay-liikkeen sisäisten näkemysten lyhyeen vertailuun.

Merkitysten tiivistämistä on jatkettu tekemällä tutkimustulosten yhteenvehto, minkä jälkeen on keskusteltu tuloksista teoriaviitekehityksen avulla. Päätelmät -osiossa on arvoituksen ratkaiseminen varmistettu vastaamalla tutkimuskysymyksiin.

7 TUTKIMUSTULOKSET

7.1 Yrityksen yhteiskuntavastuun määrittely Suomessa

Haastateltujen mukaan Suomessa yleisesti puhutaan melko paljon yhteiskuntavastuusta. Mutta heitä mietityttää se, miten käsite yrityksen yhteiskuntavastuu sisällöllisesti ymmärretään.

H7 Arkikieltähän yhteiskuntavastuu on. Siitä puhutaan paljon, mutta mitä se ylipääntänsä on ja mitä sillä käsitetään, se onkin vähän monimutkaisempi juttu. Yhteiskuntakuntavastuulla voidaan käsittää sitä, että toimitaan siten, että yksittäisillä ihmisillä on hyvä olla ja maksetaan verot Suomeen ja kannatetaan tällaista yhteiskuntajärjestystä, hyvinvointiyhteiskuntaa ja ollaan sen takana. Sillä voidaan käsittää näitä asioita tai sitten ihan jotakin muuta.

Vastaajien mukaan usein kuulee puhuttavan hyväksyttävästä, laajasti ymmärretystä vastuullisesta toiminnasta ilman tarkempia rajauksia. Kolme henkilöä totesi, että yrityksen yhteiskuntavastuu on yhdistetty usein ympäristövastuuseen.

H9 Yhteiskuntavastuu voidaan ajatella sellaisena yleisenä käsitteenä, enemmänkin ympäristövastuuna.

Sen sijaan sosiaalinen vastuu koetaan olleen unohduksissa tai ainakin pienemmällä painoarvolla keskusteluissa. Tilanne on muuttumassa.

Käsitteet laillinen ja lain vaatimukset ylittävä toiminta tai sopimuksiin perustuva toiminta tulevat harvoin esille suomalaisessa yleisessä keskustelussa. Mutta vielä oudompi asia on hyväntekeväisyystoiminnan yhdistäminen vastuullisuuteen. Sellaisesta toiminnasta ei kukaan haastatelluista puhu.

Ay-liikkeen edustajien mukaan yrityksen yhteiskuntavastuumääritelmiin ei Suomessa useinkaan törmää. Jos jokin määritelmä ilmenee, niin se on EU:n komission määritelmän mukainen jako taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen. Yritykset pääsääntöisesti määrittelevät yrityksen yhteiskuntavastuun omalla tavallaan. H3 korostaa sitä, että yhteiskuntavastuukeskustelu on laajentunut koskemaan yritysten lisäksi laajemminkin organisaatioita.

H3 Mutta nykyään yleensä puhutaan ei pelkästään yritysten yhteiskuntavastuusta, vaan laajemmin myös julkisten organisaatioiden vastuusta. Se on laajempi käsite.

Vastuullisuusajatteluun Suomessa perehtyneet ryhmittymät määrittelevät vastaajien mukaan käsitteen tarkemmin. Esimerkiksi monikansallisilla globaalisti toimivilla yrityksillä on tarve harmonisoida toimintaansa, ja yksi tapa niillä on profiloitua ulospäin yrityksen yhteiskuntavastuun avulla. Ne määrittelevät yrityksen yhteiskuntavastuun pohjautuvan lainsäädäntöön, standardeihin ja sopimuksiin sekä olevan lain ylittävää toimintaa. Muita yrityksen yhteiskuntavastuun määrittelyyn mukaan tulleita toimijoita vastaajien mukaan ovat alaan erikoistuneet kansalaisjärjestöt sekä toimittajat.

Yrityksen yhteiskuntavastuun lähikäsitteitä kysyttäessä vastauksiksi saadaan hyvä hallintotapa, kestävä kehitys, eettinen vastuu ja eettisyys. Eettisyys puolestaan rajataan haastateltujen mukaan helposti koskemaan vain ympäristötietoisuutta.

H5 Onhan meillä jotain samantapaisia sanoja. Puhutaan vastuullisuudesta, hyvistä toimintatavoista, hyvistä käytännöistä, vähän saman sukuisiahan ne kyllä ovat.

Skeptisyyttä yhteiskuntavastuumääritelmiä kohtaan myös löytyy. Ay-liikkeen mukaan Suomessa eivät määritelmät ohjaa vastuullisuuskeskustelua.

H10 Jokainen intressitaho pyrkii tuomaan itselle tärkeitä asioita keskusteluun ja sitä kautta saamaan hyväksyttävyyttä omille toimilleen. Yritysmaailma haluaa tuoda erittäin suppean lähestymistavan, koska se on tietysti heille taloudellisesti kannattava vaihtoehto.

7.2 Yrityksen yhteiskuntavastuun määrittely ay-liikkeessä

Kun kysytään suomalaisten ammattijärjestöjen omia näkemyksiä yrityksen yhteiskuntavastuusta, voidaan todeta, että käsite tunnustetaan kaikissa vastauksissa, mutta käsitteen sisällön määrittely vaihtelee melko paljon.

H2 Yhteiskuntavastuuhan on periaatteessa sitä, mitä tehdään, kun on jo lainsäädännön ja muun sopimusten pykälät täytetty.

H6 Se on tärkeä, että meillä on se käsite, vaikka siitä ei ole yhtenäistä tulkintaa, mutta että voidaan sitä tulkintaa tehdä kukin omista lähtökohdistaan.

Kolme vastaajaa määrittelee yrityksen yhteiskuntavastuun olevan taloudellista, sosiaalista ja ekologista vastuuta. Heidän mukaansa se tarkoittaa yrityksen laajaa vastuuta ympäristölleen eli kaikille niille osapuolille, joihin sen toiminnalla on vaikutusta.

H8 Puhutaan yritys vastuusta tai yritysten yhteiskuntavastuusta, jolla tarkoitetaan vastuunkantamista liiketoiminnan vaikutuksista ympäristöön, yhteiskuntaan ja yrityksen eri sidosryhmiin, muun muassa ammattiyhdistysliikkeeseen.

Kaksi vastaajaa tunnistaa taloudellisen ja sosiaalisen sekä kolme vastaajaa sosiaalisen ja ekologisen vastuun. Pelkästään sosiaalisen vastuu tunnistaa kaksi henkilöä.

Taloudellisessa vastuussa ay-liikkeen lähtökohta on se, että vain taloutensa tasapainossa pitävä yritys pystyy selviytymään kaikista velvoitteistaan. Taloudellisen kehityksen pitää olla niin hyvä, että voidaan investoida sekä laitteisiin ja koneisiin että henkilöstöön, mutta myös omistajien tulee saada omat palkkionsa. Taloudellisen vastuun keskiössä on harmaan talouden poiskitkeminen. Yritysten tulee huolehtia velvoitteistaan myös yhteiskuntaa kohtaan maksamalla verot kotimaahansa.

H7 Me haluamme harmaan talouden kuriin. Sehän jos mikään on yhteiskuntavastuuta. Harmaassa taloudessa pyörivät miljardit halutaan samalle tasolle niin kuin kaikki

muukin raha, joka suomalaisessa yhteiskunnassa pyörii eli siitä maksetaan arvonlisäverot ym. maksut, ja se hyödyttää suomalaista yhteiskuntaa.

Palkansaajajärjestöjen sydäntä lähellä ovat työntekijöiden oikeudet ja työolot, joita voidaan pitää sosiaalisen vastuun ensisijaisina elementteinä. Tutkittavien antamat painotukset vaihtelevat sen mukaan, minkälaisessa toimintaympäristössä liittojen jäsenistö työskentelee tai yritys toimii. Monikansallisten yritysten tavat kohdella työntekijöitään epäeettisesti kehittyvissä maissa ovat laajasti aiheuttaneet paheksuntaa kehittyneissä maissa. Suomessakin on näihin asioihin törmätty, kun ammattijärjestöt ovat yhdessä Finnwatchin kanssa tehneet selvityksiä. Selvityksiä on tehty esimerkiksi julkisiin hankintoihin liittyen.

H6 Täällä kotimaassa me katsomme, miten henkilöstöä kohdellaan ja mitä yhteistoimintaa tehdään työpaikoilla. Sitten näihin muutostilanteisiin liittyvät kysymykset, nehan ovat myös siinä meidän yhteiskuntavastuumme ytimessä. Katukivien hankkiminen Kiinasta, kaivonkansien valaminen Turkissa ja Kiinassa, minkälaisissa olosuhteissa niitä tehdään. Uutta selvitystä ollaan tekemässä olosuhteista tehtailla, joissa tehdään työvaatteita.

Kansainvälisessä toimintaympäristössä ay-liikkeen mukaan tarkastelu lähtee järjestäytymisvapaudesta eli ILO:n työelämän perusoikeudet muodostavat sosiaalisen vastuun ytimen. Samoin turvalliset ja terveelliset työolosuhteet sekä elämiseen riittävän palkan -käsite ovat tärkeitä.

Haastateltujen henkilöiden mukaan ympäristökysymykset ovat nousseet viime vuosina yhä tärkeämpään rooliin, kun myös jäsenten valveutuneisuus ympäristöön liittyvissä asioissa on kasvanut.

H3 Ympäristökysymyksiä käsitellään meillä monesta näkökulmasta ja on paljon osaamista tällä saralla, sen vuoksi yritysten ympäristövastuu on tärkeä elementti yhteiskuntavastuussa.

Yksi haastateltava muistuttaa siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuun asioita ei pitäisi eriarvoistaa, mutta toteaa samalla, että on tärkeä varsinkin kehittyvissä maissa tarkastella asioita monesta suunnasta. Jos vaakakupissa ovat mahdollisuus ansaita jokapäiväinen elanto ja ympäristöongelmat, niin elanto menee edelle. Myös ammattijärjestön pitää ymmärtää se, että ihmisten on kyettävä elämään ja ammattiliittojen vastuunkantoa on painostaa paikallisia yrityksiä muuttamaan toimintansa kestäväälle pohjalle.

H4 Sanotaan nyt vaikka perulainen kaivos, joka samaan aikaan, kun se saastuttaa ympäristöään, se tarjoaa jollekin kylälle elinmahdollisuuden. Ne ihmiset, jotka työskentelevät siellä kaivoksella, niin heillä ei ole valinnan mahdollisuutta. Sen pitäisi nimenomaan sen yrityksen ymmärtää. Siksi yrityksen yksipuolinen valvonta omasta toiminnastaan ei myöskään ole kestäväällä pohjalla. Suuri kiusaus on katsoa sitä puhtaasti taloudellisten lukujen kautta eli sen ympäröivän yhteiskunnan elinkelpoisuuden kautta.

Yhteistä näkemystä sille, mihin yrityksen yhteiskuntavastuumääritelmä perustuu, eivät haastatellut ay-liikkeen edustajat osaa kertoa, vaan näkemykset vaihtelevat. Keskeisin määritelmä vaikuttaa olevan EU:n pitkäaikainen kolmen vastuullisuuden – taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen varaan sijoittuva

määritelmä. Lisäksi korostetaan ILO:n perussopimuksia: järjestäytymisoikeus, neuvotteluoikeus, lapsityövoiman kieltä ja pakkotyövoiman kieltä. Liitot ha-
luavat määritellä myös itse yrityksen yhteiskuntavastuu - käsitteen.

H3 Minä en tiedä, mietimmekö me sitä, miten se on kansainvälisesti määritelty, vaan me määrittelemme sen omilla tavoilla. Tavallaan se, mitä me katsomme vastuulliseksi, miten vastuullinen yrittäjä tai työnantaja tai vastuullinen johtaja, miten hän käyt-
täytyy. Ei pitäisi liikaa takertua niihin määritelmiin.

Käsitykset yrityksen yhteiskuntavastuun historiasta Suomessa vaihtelevat suu-
restä. Muutama vastaaja on sitä mieltä, että liitot ovat osallistuneet yhteiskunta-
vastuun määrittelyyn ja kehittämiseen niin kauan kuin ay-liike on ollut olemas-
sa.

H7 Vähintäänkin ovat olleet tuttuja Forssan julistuksesta vuodesta 1903 saakka, että
eivät nämä mitään uusia asioita ole, että ei tätä nyt ole keksitty viimeisen vuosi-
kymmenen aikana. Kyllä nämä on tosi vanhoja asioita, käsite saattaa olla uusi, min-
kä sisään ne mahdutetaan, mutta nämä ovat vanhoja asioita.

Yleisin käsitys on se, että globalisaation ja talouden rakennemuutoksen vuoksi
yrityksen yhteiskuntavastuu on noussut keskusteluun 2000-luvun alkupuolella.

H8 Siinä 2000- luvun ihan alussa alkoi ilmestyä lehtiartikkeleita ja ensimmäiset jul-
kaisut aiheesta. Niihin aikoihin se tuli meilläkin mukaan ja esiintyi sanana joissakin
puheenvuoroissa.

Yhteiskuntavastuuseen liittyvistä keskeisistä normeista tutkittavat tunnistavat
OECD:n monikansallisten yritysten toimintaohjeet, YK:n Global Compact sekä
ILO:n keskeiset perussopimukset sekä mainitaan kaupanalan eurooppalainen
sosiaalisen laadunvalvonnan malli: Business Social Compliance Initiative (BSCI).
Perusteluina todetaan, että Suomi on sitoutunut OECD:n jäsenvaltiona edistä-
mään monikansallisten yritysten toimintaohjeiden noudattamista, kun taas
ILO:n työelämän perussopimukset ovat luonteeltaan sitovia.

H8 OECD:n jäsenvaltiot kuten Suomi ovat sitoutuneet edistämään niitä ja ILO:n so-
pimukset on sitten ihan puhtaasti sitovia sopimuksia.

Standardista ISO 26000 kysyttäessä yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki tun-
nistavat sen. Standardin tuntevat parhaiten kaksi vastaajaa, jotka ovat olleet sen
valmistelussa mukana. Heidän näkökulmastaan ISO 26000 koetaan olevan
markkinaehtoinen lainsäädännön rinnalle tullut työkalu vastuullisuuden li-
säämiseksi. On luotu yhteinen pohja, opittu yhteinen kieli, jonka pohjalta vas-
tuullisuuskeskustelua voidaan jatkaa.

H5 Ainakin laatuasioissa ISO 9000 on nimenomaan sitä, että se on maailmanlaajui-
nen ja ympäristöasioissa ISO14000 standardi ja minä toivon, että tästä ISO 26000 ajan-
mittaan muodostuisi samantyyppinen.

Standardin valmistelun aikana oli ilmennyt, että palkansaajaliikkeessä globaa-
listi prosessiosaaminen ja standardien käyttäminen omien päämäärien edistä-

miseen on vähäistä. Samoin oli havaittavissa kaikenlaisia pelkoja siitä, että standardi olisi uhka lainsäädännölle.

H5 Ei mielletä näiden instrumenttien sisäistä logiikkaa ja toimintatapaa ja ehkä josain määrin sitten jotakin kommunismin ajan perinteitä. Siellä väärinkäytettiin standardeja, sotkettiin standardien ja lainsäädännön rooli ja lainsäädäntöön otettiin suoraan pakollisia standardeja.

Vastaajat muistuttavat siitä, että standardi on syntynyt kompromissin tuloksena, eikä ole vielä sertifioitavissa. Koetaan, että se on ohjeistus vailla koneistoa standardin seurantaan ja verrattuna esimerkiksi OECD:n ohjeistukseen täysin vapaaehtoinen. Toinen kriittinen näkökulma on se, että ISO 26000 standardi saattaa toimia yhtenä työkaluna, jonka avulla yritykset kiillottavat kilpeään eli luovat vääristynyttä kuvaa vastuullisuudestaan vailla todellisuutta. Ympäristöjärjestelmästandardi ISO 14001 sekä työpaikkojen ympäristökuormituksen vähentämiseen tähtäävä ympäristöjärjestelmä WWF Green Office mainitaan.

Vertailua

Eroavatko näkemykset yrityksen yhteiskuntavastuusta sen mukaan, tarkastellaanko tilannetta yritysten/yleisestä vai ay-liikkeen omasta näkökulmasta? Jonkinlaista käsitteeseen liittyvää näkemyseroa on nähtävissä. Yleisessä keskustelussa yrityksen yhteiskuntavastuusta puhutaan usein sen sisältöä erittelemättä tai jonkin verran ympäristövastuuseen liittyen, kun taas ay-liike korostaa omassa puheessaan sosiaalisen vastuun merkitystä.

Yrityksen yhteiskuntavastuumääritelmistä Suomessa ei ay-liikkeen mukaan puhuta. Ainoastaan vastuullisuuskysymyksiin perehtyneet osapuolet kuten monikansalliset yritykset tai eräät kansalaisjärjestöt määrittelevät yrityksen yhteiskuntavastuun olevan vapaaehtoista ja pohjautuvan lainsäädäntöön, standardeihin ja sopimukseen. Vaikka ay-liikkeellä ei ole yhteistä määritelmää käsitteen sisällöstä, kaikki tutkimukseen haastatellut henkilöt tunnistavat käsitteen ja moni osaa kertoa, että kyse on lainsäädännön ja sopimukset ylittävästä toiminnasta.

7.3 Yleinen asennoituminen yrityksen yhteiskuntavastuuseen Suomessa

Vastauksena kysymykseen, vallitseeko yrityksen yhteiskuntavastuun merkityksestä Suomessa yhteisymmärrys, ay-liikkeen edustajat toteavat, että ei vallitse. Monet kysymykset ovat kiistanalaisia, ja vastaukset riippuvat siitä, mikä osapuoli aiheesta puhuu. Kapeimmillaan yrityksen yhteiskuntavastuun koetaan olevan vastuuta osakkeenomistajille. Yritystasolla on kiistelty paljon siitä, ulotuuko yrityksen yhteiskuntavastuu koskemaan myös alihankkijoiden tai erilaisten yhteistyökumppaneiden toimintaa Suomen ulkopuolella. OECD:n monikansallisille yrityksille suunnatuissa toimintaohjeissa selvästi todetaan, että

H8 yrityksellä on vastuuta myös suhteessa alihankkijoihin, alihankintaketjuun.

Nähdäänkö yrityksen yhteiskuntavastuu tehokkaana yhteiskunnallisten ja ympäristöllisten ongelmien ratkaisijana Suomessa? Lähtökohtaisesti käsite koetaan vakiintumattomaksi ja yleisesti puhutaankin käsitteeseen sisältyvistä asioista enemmän kuin yrityksen yhteiskuntavastuu -käsitteen nimissä.

H6 Mutta se, että onko se sitten yhteiskuntavastuukäsite vai onko se tällainen yleinen ymmärrys siitä, mikä on oikein ja väärin yhdistettynä vahvaan julkisuuteen, en minä osaa sitä nyt oikein analysoida sinällään. Mutta totta kai se on sateenvarjo ja otsikko, jonka alle sitten kukin pyrkii niitä omia asioitaan tuomaan.

Yksi epäilevä näkökanta yrityksen yhteiskuntavastuun tehokkuuteen ongelmien ratkaisijana löytyy. Yrityksen yhteiskuntavastuu voisi olla väline, mutta se ei ole sitä vielä.

H10 Sehän voisi olla, mutta eihän se vielä ole. Se on aivan alkutekijöissä.

Kaikki haastatellut toteavat, että vastuullisuudesta kuitenkin puhutaan yhä enemmän kansalaisten kesken, ja tiedotusvälineissä se on esillä yhä useammin. Erityisesti ympäristövastuu on ollut esillä, ja juuri ympäristövastuukysymyksissä nähdään yritysten toiminnan kehittyneen vastuullisempaan suuntaan.

H2 Suomessakin tulee ilmi näitä hirveitä tapauksia, kun jätteet on heitetty minne vaan. Ihmisille on tullut halua määritellä, että yritys ei voi niin tehdä. Se ei ole luvalista. Ja myöskin tämä, mikä kyllä menee lainsäädännön noudattamisen puitteisiin, että kuinka ihmeessä jossain kiinalaisessa ravintoloissa on kohdeltu työntekijöitä tai löydetty näitä orjatyöntekijöitä yhtäkkiä jostakin kerrostaloasunnosta, 20 ihmistä kaksiossa ja yötä päivää tehdään hommia.

Yhteiskuntavastuukeskustelun koetaan olevan myös merkittävässä roolissa poliittisen keskustelun herättäjänä. Esimerkiksi suomalaisyritysten roolista halvan tuotannon maissa ja siitä, mikä merkitys erilaisilla valinnoilla on työntekijöiden asemaan siellä, niistä tuskin keskusteltaisiin ilman yhteiskuntavastuukeskustelua. Ja vastaavasti niissä yrityksissä, joissa avoimuutta on, johto on alkanut miettiä asioiden tekemistä paremmin.

H8 Mutta se missä minä näen suuren roolin tälle yhteiskuntavastuukeskustelulle. on se, että se on valtavasti herättänyt keskustelua sellaisista asioista, joista esimerkiksi poliittisessa keskustelussa ja siinä mielessä niin kun lainsäädäntöön liittyvässä keskustelussa ei ole puhuttu mitään. Uskoisin, että esimerkiksi suomalaisyritysten roolista just vaikka näissä halvan tuotannon maissa ja siitä, mikä merkitys niiden valinnoilla on sitten työntekijöiden asemaan siellä, siitä tuskin keskusteltaisiin ilman tätä yhteiskuntavastuukeskustelua ja tietysti se vastaavasti yritysten sisällä myös niissä yrityksissä, joissa sellaista avoimuutta on, on varmasti saanut yrityksen johtoa myöten miettimään näitä, että mitä asioita voisi tehdä paremmin.

Tutkittavat muistuttavat siitä, että vaikka yrityksen yhteiskuntavastuusta voi olla hyötyä yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemisessa, se ei voi korvata lainsäädäntöä tai edes osaa siitä. Ajatus siitä, että osa korvattaisiin vapaaehtoisuuteen perustuvalla vastuullisuudella ja yrityksiä palkittaisiin sitten vastuullisuudestaan, ei tunnu oikealta. Lainsäädännöllä on aina oma roolinsa.

H8 Vaikka on edelläkävijäyrityksiä, jotka panostavat vahvasti siihen, että pyrkivät koko tuotantoketjunsä varmistamaan, että siellä kunnioitetaan työntekijöiden oikeuksia ja ympäristöasioita ja ylittävät monella tavalla lainsäädännön vaatimukset tai vastaavasti Suomessa, niin järjestään käytetään paljon enemmän resursseja hyvien työolosuhteiden ja työilmapiirin rakentamiseen, kuin mitä lainsäädäntö ja sopimukset vaativat. Se on hyvä, että näitä on, mutta vastaavasti löytyy myös sitten ja usein sieltä hintahaitarin alapäästä sellaisia yrityksiä, jotka ihan tietoisesti unohtavat kaiken tällaisen. Ja joilla on vain yksi tavoite, että he tuottavat kaikkein halvimmat tuotteet. Tietysti osa kuluttajista tekee valintansa pelkästään hinnan perusteella ja jotta nämä kaikki joko tavallaan tahattomasti tai ihan tietoisesti matalien hintojen strategian valinneet yrityksetkin saadaan hyväksyttävälle tasolle, niin kotimaan toimintansa kuin kansainvälisessä liiketoiminnassakin niin, kyllä siinä tullaan aina tarvitsemaan myös sitten lainsäädäntöä.

Eräs esimerkki yrityksen yhteiskuntavastuun vaikuttavuudesta näyttäisi olevan se, että yksittäiset yritykset ovat heränneet miettimään omaa käyttäytymistään.

H6 Rättifirmat H&M, Inditex ja muut tällaiset, jos ne sitoutuvat vaikka vaan palan kerrallaan. Nyt on ollut farkkukampanja, että tästä hiekkapuhalluksesta on päästy eroon tai on päästy näistä kaikkein huonoimmista palkoista tai on kiinnitetty näihin työoloihin jollain tavalla huomiota. Ei ole enää lukittuja tehtaita tai tiettyjen liimojen käyttöä on vähennetty ja muuta. Että kyllähän niillä on ollut ilman muuta merkitystä niille työntekijöille, jotka siinä nimenomaisessa laitoksessa toimivat. Mutta tähän ei voi, eikä saa syrjäyttää sekä lainsäädäntöön että muuta sopimuksiin perustuvaa toimintaa, että tämä tulee sen päälle.

H2 Nämä urheiluvälinevalmistajat niin kyllä siellä on katsottu myös sitä taloudellista tulosta ja sitä että ei voida jatkaa niin, että riistetään porukkaa ja sitten myydään kalliilla niitä lenkkareita täällä meille länsimaissa. Eivät kuluttajat hyväksy sitä.

Esiin nousee myös hieman muista poikkeava näkökulma, jonka mukaan yritykset eivät havaitse uusia menetelmiä, joihin myös yrityksen yhteiskuntavastuu kuuluu. Sen olemassaolo saatetaan jopa kieltää. Vastaajan mukaan yrityksen yhteiskuntavastuun hyödyntäminen voisi olla tehokas apuväline, jonka avulla yritykset saisivat hyvää aikaan.

H5 Se vaihtelee ja niin kuin vähän aikaisemmin totesin, osittain minua häiritsee, että on valveutuneita henkilöitä, jotka osaavat tiedostaa ne mahdollisuudet, joita tähän liittyy. Mutta on vanhakantaista ajattelua, jossa tämä pyritään sulkemaan pois tai jättämään huomiotta, mutta niin kuin sanoin aikaisemmin, minä pahoin pelkään, että siinä on osittain taustalla huono tilannearvio ja kyvyttömyyttä nähdä isoja trendejä, mihin maailma on menossa ja mitä mahdollisuuksia siihen kehitykseen vaikuttamiseen voisi olla.

Jos sitten puhutaan pienistä ja keskisuurista suomalaisilla markkinoilla toimivista ja tuotantoa harjoittavista yrityksistä, haastatellut epäilevät, että niissä ei edes mietitä vastuullisuutta. Yksittäiset yrittäjät voivat olla hyvinkin vastuullisia, ja pienissä yrityksissä voi olla hyviä käytäntöjä, jotka eivät kuitenkaan tule julki. Mutta että siellä tunnettaisiin kansainvälisiä normeja tai noudatettaisiin jonkinlaisia standardeja, niin se on tosi poikkeuksellista. Pienet yritykset voivat myös suhtautua kielteisesti vastuullisuusajatteluun. Sama tilanne on pienissä halpakauppatyyppisissä ketjuissa. Ne vaikuttavat olevan haluttomia lähteä kehittämään raportointiaan avoimempaan suuntaan eli kertomaan, mistä ja millä tavalla käläisistä oloista ketjun tuotteet tulevat.

H8 Pienten joukosta löytyy monenlaista ja myös sellaisia yrityksiä, jotka avoimesti suhtautuvat tällaiseen vastuullisuusajatuksen kielteisesti. Sama on näkynyt myös tässä kaupan alalla, että jotkut pienet halpakauppatyyppiset ketjut ovat olleet hyvin haluttomia lähtemään esimerkiksi avoimempaan raportointiin siitä, minkälaisesta alkuperästä näitä tuotteita tulee.

Asenne-erot yrityksen yhteiskuntavastuuta kohtaan ilmenevät eniten sellaisissa maissa, joissa lainsäädäntö, viranomaisvalvonta ja toisaalta ay-liikkeen voima ovat vähäisempää. Monet Aasian maista tulevat yritykset tunnetaan monissa maissa huonoina työnantajina. Yritysten kotimaassa ammattiyhdistysliikkeellä ei ole juuri minkäänlaista roolia, tai se ei ole riippumaton ja johtamiskulttuurinkin on kehittynyt hyvin autoritääriseksi. Suomalaisen ay-liikkeen omien tutkimusten mukaan eurooppalaiset ja pohjoisamerikkalaiset yritykset Aasian ja Afrikan maissa panostavat vastuullisuutteen: maksavat parempaa palkkaa ja huolehtivat työturvallisuudesta paikallisia toimijoita paremmin. Mutta valitettavasti on myös havaintoja toisen tyyppisestä kehityksestä. Jopa pohjoismaisten yritysten toiminta onkin voinut muuttua vähemmän vastuulliseen suuntaan eli on alkanut ottaa mallia kyseisen maan toimintakulttuurista.

H8 Pohjoismaiset yritykset, jotka toimivat Baltian maissa, niin siellä voi jo suhtautuminen ammattiyhdistysliikkeeseen ollakin huonompi, että tavallaan tilaisuus tekee varkaan. Kun nähdään, että täällä voikin toimia vähän omavaltaisemmin, niin helposti sinne suuntaan lipsutaan.

7.4 Ay-liikkeen asennoituminen yrityksen yhteiskuntavastuuseen

Ammattiliittojen aktiivisuudessa suhteessa yrityksen yhteiskuntavastuuseen sitoutumisessa ei vaikuta ilmenevän alakohtaisia eroja. Liittojen edustajat eivät usko löytyvän aloja, joilla ay-liike ei olisi kiinnostunut yrityksen yhteiskuntavastuusta. Se, miten paljon resursseja on käytettävissä, vaihtelee. Aito kiinnostus aiheeseen on selvästi olemassa.

Koetaanko yhteiskuntavastuu tärkeäksi ja pidetäänkö sitä avainkysymyksenä jäsenistön keskuudessa? Yhteiskuntavastuun tärkeydestä ammattiliitoissa vallitsee periaatteessa yksimielisyys. Yhteiskuntavastuu koetaan tärkeäksi. Varsinkin nuoret ihmiset ovat siitä kiinnostuneita. Yksikään haastateltava ei myöskään vähättele sen merkitystä.

H3 Kyllä koetaan tärkeäksi ehdottomasti. Tietenkin sitten työhyvinvointi on tärkeä ja työurien pidentämisen kannalta nämä asiat ovat hirveen tärkeitä ja sitten yhä tärkeämmäksi sitten myös ympäristökysymykset.

Osa ay-liikkeen edustajista kokee, että Suomessa yrityksen yhteiskuntavastuu ei ole noussut tärkeään asemaan, koska lakien ja sopimusten on uskottu riittävän.

H6 Lainsäädäntö ja sopimukset ovat niin kattavia. Me emme hirveästi edes sillä tavalla ajattele, että jatkuvampaa yhteiskuntavastuuta pitäisi osoittaa.

Yleisesti ottaen vastaajat eivät ole kovin halukkaita nimeämään erillisiä yrityksen yhteiskuntavastuun osa-alueita, joita pitävät tärkeinä. Korostetaan sitä, että kaikki ovat yhtä tärkeitä. Esiin nousivat kuitenkin globaalista näkökulmasta ammatillinen järjestäytymisoikeus ja sen toteutuminen, elämiseen riittävä palkka sekä se, että yrityksen toiminnasta ei saa aiheutua haittaa ympäröivälle yhteiskunnalle. Suomalaisessa työelämässä koettiin tärkeäksi yhdistää vastuullisuuskeskustelu henkilöstön hyvinvointiin, motivointiin ja jaksamiseen varsinkin, kun paljon puhutaan tarpeesta työurien pidentämiseen.

Pääsääntöisesti koetaan, että yrityksen yhteiskuntavastuu tukee liittojen pyrkimyksiä, on työkalu. Kriittisin on näkemys siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuu on juuri sitä, mitä tehdään ja on aina tehty.

H4 Kyllähän se tukee sillä tavoin, että siitä vivusta vääntämällä tavoitellaan sitä, että yritys ei käytä yksipuolisesti henkilöstöään, ympäröivää yhteiskuntaa tai ympäristöä hyväkseen.

H10 Se on kumminkin tämmöinen käyttökelpoinen instrumentti, jolla pystytään edistämään työntekijöiden asioita edellyttäen, että sitä tehdään oikealla tavalla ja edellyttäen, että ay-liike on siinä mukana.

H2 Tämähän on meidän ydinrooli ja en tiedä, miten sitä voisi tästä vielä kasvattaa, kun me olemme nyt jo niin paljon tässä mukana.

Näkemykset jakautuvat kahtia, kun tiedustellaan, kilpaileeko yrityksen yhteiskuntavastuu ammattiyhdistysliikkeen perinteisen toiminnan kanssa. Toisaalta sitä ei koeta uhkaksi perinteiselle ay-toiminnalle, koska Suomessa on vahva lainsäädäntö ja sopimustoiminta ja koska yrityksen yhteiskuntavastuu on vapaaehtoiseen toimintaan perustuvaa lait ja sopimukset ylittävää toimintaa. Se nähdään täten ay-toimintaa tukevana toimintana, jota voidaan viedä eteenpäin yhdessä kansalaisjärjestöjen kanssa.

H4 Meillä on yhteisiä intressejä enemmän kuin erottavia tekijöitä.

Vastakkaisen näkemyksen mukaan on törmätty siihen, että yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyy pelkoja.

H5 Tähän liittyy ihan hirveä määrä kaikenlaisia fobioita, pelkotiloja ja väärinkäsityksiä. Yksi on tämä, että se voidaan nähdä kilpailevana toimintana. Joku on jopa nähnyt tämän uhkana lainsäädännön roolille.

Yrityksen yhteiskuntavastuukeskustelu saatetaan kokea myös uhkana EU-tasolla työntekijä- ja työnantajajärjestöjen kesken käytävälle sosiaaliselle vuoropuhelulle eli sosiaalidialogille.

H3 On käyty kriittistäkin keskustelua liittyen sosiaalidialogiin, että onko tämä jonkinlainen uhka sille, että jos tätä käydään tämän otsikon alla ja tämmöisenä vapaaehtoisena, niin sitten muodolliset muut keinot jotenkin jätetään.

Miten ay-liikkeessä asennoidutaan yritysten vastuullisuusraportointiin? Mieli-piteet vaihtelevat melko paljon. Eräs ajatus on se, että mikäli yritykset haluavat raportoida toiminnastaan, se kertoo halusta lisätä avoimuutta ja kehittyä. Mutta

samalla korostetaan, että kyseessä on vain raportti, joka ei vielä kerro sitä, toimiiko yritys vastuullisesti. Oleellista on, että raportin saavat yrityksen sidosryhmät. Keskusjärjestöjen edustajat ovat tietoisia yritysvastuuraportointikilpailusta (TEM 2013) ja arvioivat, että siihen osallistuvilla yrityksillä on tahtoa ja yritystä tehdä asioita oikealla tavalla. Mielenpitoista erottuu näkemys siitä, että raportoinnilla ei ole mitään merkitystä, mikäli läpinäkyvyys ja uskottavuus puuttuvat.

H4 Niin kauan, kun henkilöstö ei kykene osallistumaan yhteiskuntavastuukäsitteen määrittelyyn, niin raportointi ei ole läpinäkyvää ja jos raportoinnin tekee kolmas osapuoli, joka on asiakassuhteessa yritykseen, niin sen uskottavuus ei ole kovin vahva. Mitä lähemmäs päästään sitä, että henkilöstö on osallistunut ja sitä kautta pystynyt sitoutumaan niihin yhteiskuntavastuumääritteisiin, niin totta kai sen uskottavuus on erilainen silloin.

Myös toinen vastaaja näkee, että henkilöstön pitäisi olla jollain tavalla mukana. Tärkeintä kuitenkin olisi, että yritykset julkistaisivat tuotantoketjunsä vastuullisuusraportissaan. Tuotantoketjun julkistaminen on erittäin harvinaista. Raportoinnin pakollisuuteen suhtaudutaan skeptisesti. Se voisi haitata jopa raportin laadullisuutta. Raportointi pitäisi rajata koskemaan suuria yrityksiä: pörssi- ja valtio-omisteisia yhtiöitä.

H8 Suomessa on valtioneuvoston omistajapoliittinen periaatelinjaus, jossa valtiomistaja omana kantanaan ilmaisi, että näissä valtion enemmistöomisteisissa yrityksissä täytyy kaikissa vastuullisuusasiat myös raportoida.

Jos vastuullisuusraportti olisi riittävän läpinäkyvä sisällöllisesti, pakollisuus menettäisi merkityksensä. Yritykselle syntyisi aito intressi kertoa ja raportoida vastuullisuudestaan. Pakollisuudelle tarjottiin myös toisenlaista, markkinaehtoista vaihtoehtoa.

H5 Pakollisuus saattaisi johtaa siihen, että sääntely laahaa jäljessä ja koska se on pakollista, niin sitä hoidetaan vasemmalla kädellä. Siihen ei kiinnitetä kunnolla huomiota eikä ole kunnan motivaatiota siihen, se on pakkopullaa. Sen sijaan, jos päästään siihen, että se on tavallaan markkinaehtoista, sitä asiakaskunta ja yleinen ilmiö edellyttävät, niin kyllä toimijat silloin pysyvät valppaina myös itse, niillä on oma intressi selvästi. Minä en ole kyllä ollenkaan varma, että pakollisuus olisi siunaukseksi ainakaan pitkällä tähtäimellä.

Vastaajilla on melko yhtenäinen näkemys siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuun merkitys vahvistuu edelleen. Nuoret ihmiset ovat yhä kiinnostuneempia vastuullisuuskysymyksistä, ja kuluttajaliikkeellä on yhä vahvempi rooli yritysten toiminnassa.

H5 Minulla on semmoinen tuntuma, että kuluttajaliikkeet tulevat yhä enenevässä määrin vaikuttamaan yritysten toimintaan, ja kuluttajille yritysten käyttäytyminen sanelee myöskin päätöksiä kuluttaa tai ostaa yritysten tuottamia tuotteita.

Ammattijärjestöjen ensisijainen rooli on toimia yhteistyössä kuluttaja- ja kansalaisjärjestöjen kanssa.

H4 En minä kuluttajaliikettä tai yleensä kansalaisjärjestöliikettä kilpailijana näe tässä. Minä näen enemmänkin kumppanina. Meillä on yhteisiä intressejä enemmän kuin erottavia tekijöitä. Totta kai, onhan siellä erilaisia intressejä. Jos katsotaan energiapolitiikkaa, niin totta kai meillä on ympäristöliikkeen kanssa erilainen näkemys asioista. Mutta me tarkastelemme sitä meidän omien jäsenten kautta tai meidän jäsenet nostavat niitä kysymyksiä esiin, mitä meidän tulee tarkastella ja en minä tässä näe ristiä sen kanssa, että kyllä siinä yhteinen intressi on.

Kukaan vastaajista ei usko yrityksen yhteiskuntavastuun merkityksen heikenevän tulevaisuudessa.

Yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki toteavat yrityksen yhteiskuntavastuusta olevan hyötyä liiketoiminnalle ja niin pitääkin olla, jotta yritykset siitä kiinnostuvat. Mikäli vielä kyetään määrittelemään yhteiskuntavastuun pelisäännöt, vältetään turhilta kustannuksilta yrityksissä. Kaikista kolmesta vastuullisuuden pilarista koetaan olevan hyötyä yritysten liiketoiminnalle ja yrityksen brandille sekä maineelle. Asia toimii myös toisin päin, kuten H4 seuraavassa lainauksessa toteaa.

H4 Jos yritys ei seuraa tai noudata vastuutaan ympäröivästä yhteiskunnasta, niin totta kai se helposti tuo sellaisia elementtejä, jotka vahingoittavat yrityksen brandia. Hyvän brandin omaava yritys kunnioittaa myöskin yhteiskuntavastuuta.

Vertailua

Tutkittavat väittävät, että yleisesti ottaen yrityksen yhteiskuntavastuun merkityksestä kiistellään Suomessa, koska käsite on vakiintumaton. Se on kuitenkin yhä enemmän esillä esimerkiksi poliittisessa keskustelussa. Ay-liikkeessä on erimielisyyttä siitä, onko yhteiskuntavastuu osa ammattiyhdistysliikkeen perinteistä toimintaa vai onko se uusi asia. Yrityksen yhteiskuntavastuun tarpeellisuutta kyseenalaistavat muutamat ammattiliittojen edustajat. Lainsäädännön ja sopimusten uskotaan tuovan niin paljon turvaa, ettei yrityksen yhteiskuntavastuusta tarvitse juurikaan keskustella. Yksimielisyys löytyy kuitenkin siitä, että kyseessä on tärkeä asia, johon myös ay-liikkeen tulee tulevaisuudessa panostaa.

Sekä yritysten että myös ay-liikkeen näkökulmasta tarkasteltuna haastatellut toteavat, että yrityksen yhteiskuntavastuu voisi olla uusi työkalu, mutta sitä ei osata hyödyntää. Yleisesti Suomessa eikä myöskään ay-liikkeen sisällä hyväksytä ajattelua, että osa lainsäädännöstä korvattaisiin yritysten vapaaehtoisilla vastuullisuutta osoittavilla toimilla tai hyväntekeväisyystoimilla.

7.5 Yrityksen yhteiskuntavastuun soveltaminen yleisesti

Yhteiskuntavastuukeskustelun seurauksena yritykset ovat ay-liikkeen mukaan alkaneet tehdä asioita paremmin, koska yrityksiltä vaaditaan avoimuutta, toiminnan läpinäkyvyyttä ja vastuullisuutta kaikessa, mitä ne tekevät. Voidaan sanoa, että yritykset ovat alkaneet toimia eksplisiittisemmin. Erityisesti isoissa yrityksissä on yhteiskuntavastuuasioista vastaavaa henkilöstöä, joiden tehtävänä on kehittää menetelmiä, joilla yritykset voivat osoittaa vastuullisuuttaan. Yhteiskuntavastuuraportoinnin suosion kerrotaan kasvavan koko ajan. Sitä pi-

detään yhtenä tapana osoittaa yrityksen toiminnan läpinäkyvyyttä julkisesti. Yritykset myös kilpailevat yhteiskuntavastuuraportoinnilla.

Yrityksen yhteiskuntavastuuajattelu ei ay-liikkeen mielestä ole kaikkien suomalaisten yritysten arkipäivää. Mitä pienemmästä yrityksestä puhutaan, sitä vähemmän on resursseja panostaa yrityksen yhteiskuntavastuuseen varsinkin, kun otetaan huomioon, että kyse on suurelta osin vapaaehtoisesta toiminnasta.

H10 Mitä pienempään yritykseen mennään, sitä vähemmän siellä on resursseja näitä asioita ajatella ja kun se on vielä vapaaehtoista suurelta osalta.

Tutkittavien mukaan on myös yrityksiä, jotka ovat löytäneet yhteiskuntavastuusta uudentyyppisen keinon lainsäädännön ja sopimusten täydentäjänä. Isoissa eurooppalaisissa yrityksissä on henkilökunnalla edustus yritysneuvostoissa.

H5 Sitten on muun tyyppisiä, ehkä markkinaehtoisia ja ihmisten käyttäytymisen kautta toteutuvia keinoja ja ehkä yhteiskuntavastuu tyypillisimmin liittyy nimenomaan tähän.

H10 Isojen suomalaisfirmojen henkilökunta, niillähän on eurooppalaisissa yritysneuvostoissa edustus, siellähän nämä asiat ovat koko myös esillä. Kyllä se on aika laajalti agendalla.

Useista vastauksista ilmenee, että sosiaaliseen vastuuseen on yrityksissä alettu kiinnittää yhä enemmän huomiota. Se ilmenee useissa vastauksissa. Kun on panostettu henkilöstön työhyvinvointiin, on havaittu työtyytyväisyyden ja tuottavuuden välinen yhteys.

H3 Hyviä esimerkkejä, joissa on selvää näyttöä, että kun on tehty tiettyjä toimia ja samanaikaisesti satsattu henkilöstön hyvinvointiin ja kehittämiseen niin samalla tuottavuus on kasvanut. Yrityksillä on hyötynyt siitä, että ne esimerkiksi kohtelevat työntekijöitä hyvin ja kuuntelevat heidän ehdotuksiaan tuottavuuden parantamiseksi.

Yrityksen yhteiskuntavastuu on voinut muuttaa yritysten toimintaa myös kyseenalaiseen suuntaan. Ay-liikkeessä on huomattu yritysten lisännen viestinnässään ja markkinoinnissaan vastuullisuusteemoja vailla todellisuus pohjaa tai sisältäen jopa valheellista tietoa. Toimet ovat tähänneet hyvän maineen rakentamiseen. Tällaista on ilmennyt maissa, joissa ay-liike ei ole kovin vahva kuten Itä-Euroopassa. Yritykset voivat suhtautua hyvinkin kielteisesti työntekijöidensä järjestäytymiseen ja samanaikaisesti profiloitua julkisuudessa vastuullisena yrityksenä hyväntekeväisyystoiminnan kautta. Kyseinen toimintatapa: vastuullisuuspuheen jonkinasteinen väärinkäyttö voi olla haitaksi yritysten vastuullisuuskeskustelulle ja johtaa kyynisyyteen.

H8 Vastuullisuuskeskustelu antaa mahdollisuuden myös valheelliseen tai tosiasioihin pohjautumattomaan hyvän maineen rakentamiseen. Ja erityisesti tätä on nähty jossain sellaisissa maissa kuin itäisessä Euroopassa, jossa ay-liike on heikompi, jossa voi hyvin olla yrityksiä, jotka kohtelevat omia työntekijöitään erittäinkin huonosti ja suhtautuvat hyvin kielteisesti työntekijöiden järjestäytymiseen.

Yrityksen yhteiskuntavastuualoitteista kysyttäessä käy ilmi, että yritys- ja ala-kohtaiset aloitteet ovat melko harvinaisia. Löytyy kyllä yrityksiä, joissa on yhteiskuntavastuusäännöstö, joka pohjautuu kansainvälisiin työelämän normeihin. Säännöstö saattaa olla ulotettu usein koskemaan myös yritysten alihankkijoita. Myös YK:n kymmenen kohdan vastuullisuusaloite Global Compact mainitaan.

H8 Jossain on sitten tällainen yhteiskuntavastuusäännöstö, joka pohjautuu kansainvälisen työelämän normeihin ja vastaaviin ihmisoikeusnormeihin, ympäristösopimuksiin ja joissa on sitten omat menettelyt, miten näitten yritysten alihankkijoitakin valvotaan näiden normien noudattamisessa, että tällaisia ja sitten vastaava tai huomattavasti väljempi vastaava, mutta myös aloite, on YK:n Global Compact, jossa ovat myös monet suomalaiset suuret yritykset allekirjoittajina.

Suomalaiset ammattijärjestöt kertovat kansainvälisen ay-liikkeen esimerkkejä siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuullisuus käytännössä ei ole samalla tasolla, kuin yritys virallisesti antaa ymmärtää. Yrityksen yhteiskuntavastuuta ei välttämättä sovelleta käytännössä aina myöskään niissä yrityksissä, joissa on eettiset toimintaohjeet.

H3 Kansainvälinen yritys Etelä-Amerikassa toimiessaan virallisissa yhteyksissä, missä se kertoi vastuullisuudestaan, oli korostanut sitä, että henkilöstöllä on järjestäytymisoikeus ja ay-liike saa toimia. Oli soluttauduttu sinne yritykseen ja siellä oli ilmoitustauluilla kieltoja, että henkilöstö ei saa kuulua ay-liikkeeseen. Ylätason vastuullisuus oli ihan päivänvalon kestävä, mutta käytännön lattiatasolla ei kuitenkaan toimitu tämän mukaisesti ja sitten kun tämä tuotiin julkisuuteen, tuli muutos.

Haastatteluissa ilmenee näkemys, jonka mukaan suomalaisyrityksissä melko usein eettiset säännöt/yhteiskuntavastuupelisäännöt ovat johdon tekemiä. Usein yritykset ovat myös ulkoistaneet auditoinnin asiakassuhteessa olevalle konsulttitoimistolle. Ruotsissa on toisenlainen käytäntö. Siellä yrityksen hallinnossa vaikuttavalla henkilöstöllä on oikeus tutustua häntä kiinnostaviin asioihin missä tahansa maapalloa toimivan edustamansa yrityksen tehtaalla.

H4 Minä en tiedä yhtään, jossa henkilöstö olisi aidosti ollut mukana tekemässä ja jossa olisi sovittu, että kuinka niitä valvotaan. Vielä aika iso osa yrityksistä on auditoinnin ulkoistanut, että se on joku kansainvälinen konsulttiyritys, joka asiakassuhteessa auditoi. Ruotsissa, siellä on yrityksen hallinnossa olevilla henkilöstön edustajilla, lähinnä hallituksessa istuvilla, oikeus missä päin maailmaan tahansa mennä esimerkiksi SKF:n yritykseen ja seurata jotain yksittäistä tapahtumaa, jos niillä on intressi. Suomessa se laki on vähän eri tavalla muotoiltu. Meillähän voidaan osallistua joko johtoryhmässä tai hallituksessa ja meillä se pääsääntöisesti toteutetaan johtoryhmässä, joka ei ole siinä mielessä päätöksentekoaikaa.

Suomessa yritysten kerrotaan olevan laajasti mukana erilaisissa kansainvälisissä vastuullisuusaloitteissa. Kaupan alan yrityksistä mainitaan ainakin Keskon ja Stockmannin olevan mukana omissa kansainvälisissä vastuullisuusaloitteissaan (BSCI).

H8 Hyvin monet suomalaiset yritykset ovat eri kansainvälisissä yritysten omissa aloitteissa mukana. BSCI:ssä on Suomesta muun muassa Kesko ja Stockmann on siinä mukana. Jossain on yhteiskuntavastuusäännöstö, joka pohjautuu kansainvälisen työelämän normeihin ja vastaaviin ihmisoikeusnormeihin, ympäristösopimuksiin ja

joissa on omat menettelyt, miten yritysten alihankkijoitakin valvotaan näiden normien noudattamisessa. Vastaava tai huomattavasti väljempi on YK:n Global Compact, jossa on myös monet suomalaiset suuret yritykset on allekirjoittajina.

Yrityksen yhteiskuntavastuualoitteet voidaan myös nähdä negatiivisena toimintana. Ay-liike puhuu valko- tai viherpesusta, jolla tarkoitetaan sitä, että vastuullisuutta osoittavilla toimilla pyritään imagon kiillottamiseen.

H10 Toinen ääripää on se, että se on pelkkää viherpesua ja yrityksen kilvenkiillottamista, jolla ei ole mitään arvoa käytännössä työntekijöiden aseman kannalta. Tällaisia mielipiteitä löytyy edelleen.

Alakohtaisista yhteiskuntavastuusopimuksista Suomessa on vaikea löytää esimerkkejä. Tähän tutkimukseen haastatellut henkilöt korostavat sitä, että monet yhteiskuntavastuun piiriin kuuluvat asiat sisältyvät työehtosopimuksiin. Julkisella sektorilla on pyritty luomaan uusia vastuullisia toimintatapoja ja kertoamaan niistä.

H6 Julkinen ala tai kunta-ala pyrkii ehkä luomaan tiettyjä toimintatapoja ja kertoamaan, että meillä on sellaisia. Komissio edellyttää, että pitäisi ottaa ympäristönäkökulma huomioon. Tavallaan ostajan toimiala määrittelee tietynlaisen standardin. Sitähän nyt jonkin verran on, mutta että joku teollisuuden ala olisi tehnyt itsellensä kattavia säännöksiä, se on kuitenkin myös kilpailutekijä, jolloin sellaisia voi olla vaikea saada aikaan.

7.6 Yrityksen yhteiskuntavastuun soveltaminen ay-liikkeessä

Ammattiliittojen sisäisistä vastuullisuuskäytännöistä voidaan yleisesti todeta, että yrityksen yhteiskuntavastuu ei juuri näy eksplisiittisesti. Se on sisällytetty pääsääntöisesti osaksi muuta liiton toimintaa. Yhteistyötä tehdään monien tahojen kanssa, mutta haastatteluaineistosta käy ilmi, että voi olla vaikea osata erottaa, mikä yhteistyö on yhteiskuntavastuuseen liittyvää ja mikä perinteiseen, lähinnä edunvalvontaan liittyvää yhteistyötä.

H7 Meillä on ollut yrityksen vastuuseen lakien ja sopimusten noudattamiseen liittyvä yhteishanke. On hirveän vaikea erotella, että mikä sana on yhteiskuntavastuuta ja mikä sana on sitä edunvalvontaa, vaan että ne ovat kaikki siinä yhdessä paketissa. Raamisopimuskierron nimenomaan oli myöskin merkki siitä, että tämäntyyppinen, tämä yhteiskuntavastuu nosti paremmin päätään.

Lähes kaikki järjestöt kertovat tekevänsä yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvää yhteistyötä muiden ammattijärjestöjen niin samaan keskusjärjestöön kuin muihin keskusjärjestöihin kuuluvien liittojen kanssa joko kansallisesti tai yli-kansallisesti. Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASK on lähes kaikkien tutkimukseen osallistuneiden liittojen yhteistyökumppani. Monet tähän tutkimukseen osallistuvat liitot ovat myös SASK:n jäseniä. SASK toimii kanavana eli monia liittojen hankkeita toteutetaan SASK:n kautta. SASK auttaa ay-liikettä vahvistumaan kulloisessakin kohdemaassa.

H4 SASK on aktiivinen Living Wage- käsitteen lanseeraamisessa ja nimenomaan niiden määritelmien, että mikä se Living Wage on missäkin. Mitä kriteereitä tulee ottaa

huomioon, että voidaan määrittää se elämiseen riittävä palkka. Siellä on näitä erilaisia kampanjoita: Clean Clothes ja useita työelämään liittyviä kampanjoita, jotka selkeästi ovat osa tai liittyvät hyvin lähelle yritysten yhteiskuntavastuuasioita. Jalkapallon MM-kisojen stadioneitten rakentamiseen liittyvät kysymykset, kuinka niitä tehdään, millä tavalla ja kaikkea tällaista. SASKissa on paljon tällaisia elementtejä, joissa me ollaan mukana joko suorasti tai epäsuorasti.

Palkansaajakeskusjärjestöt (2011) ovat tehneet yhteisen kannanoton Euroopan komission uudistettuun yrityksen yhteiskuntavastuu-strategiaan. Kannanotossa korostetaan lainsäädännön ja työmarkkinaosapuolten välisten sopimusten kunnioittamista yrityksen yhteiskuntavastuussa.

Työmarkkinakeskusjärjestöt ja Kesko yhdessä SASK:n kanssa ovat toteuttaneet yhteisprojektin. Siellä koulutettiin Suomeen tuotteita myyviä yrityksiä ottamaan huomioon ympäristö-, sosiaali- ja työsuojelunormeja.

H6 Meillähän oli maassa X yksi projekti, jossa koulutettiin yrityksiä, joista tulee Suomeen tavaraa. Pyrittiin sitten kouluttamaan väkeä siihen, että entistä paremmin näitä ympäristö- ja sosiaali- ja työsuojelunormeja huomioitaisiin.

Ay-liikkeen edustajat eivät juurikaan erittele työnantajajärjestöjen kanssa tehtävää keskinäistä yhteiskuntavastuuseen liittyvää yhteistyötä. Siihen voi vaikuttaa se, että työmarkkinajärjestöt (työntekijät ja työnantajat) ovat tehneet jo hyvin kauan yhteistyötä muutenkin. Vain yksi tutkittava ottaa selvästi kantaa työnantajapuolen tapaan suhtautua ay-liikkeeseen keskustelukumppanina yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksissä. Ay-liikkeessä on syntynyt käsitys siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuu ei ole mieluinen keskustelun aihe muuta kuin yritystasolla ja siellä siitä ei keskustella mielellään henkilöstön kanssa. Havaittavissa on ollut, että jotkut isot yritykset olisivat aloittaneet yhteiskuntavastuukeskustelun joidenkin kansalaisjärjestöjen, mutta ei ay-liikkeen kanssa.

H4 X:n toimintapolitiikka lähtee siitä, että tämä toiminta kuuluu vain ja ainoastaan yrityksille, ei yrityksen henkilöstölle tai muille intressiryhmille kuin henkilöstö. Sen olen huomannut, että jotkut isommat yritykset ottavat jo eri kansalaisjärjestöjä tähän keskusteluun mukaan. Mutta ne yritykset kategorisesti näissä yhteisessä tilaisuuksissa pyrkivät jättämään ay-liikkeen sivuun. Ne käyvät ay-liikkeen kanssa kahdenvälisiä dialogia, mutta sitten ne kutsuvat näitä, ne eivät ole kumppaneita, vaan ne ovat enemmänkin intressiryhmiä intressiryhmäorganisaatioita mukaan niin, että ay-liike ei ole siinä keskustelussa mukana. Minulla on se käsitys, että X ei halua.

Palkansaajakeskusjärjestöillä on ay-liikkeen mukaan edustus työ- ja elinkeinoministeriön alaisessa yhteiskunta- ja yritys vastuun neuvottelukunnassa sekä ay-liike osallistuu yrityksen yhteiskuntavastuuteemojen käsittelyyn Eettisessä Foorumissa. Kolmas yhteistyöelin, jossa sivutaan yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksiä, on Tuottavuuden pyöreä pöytä. Tuottavuuden pyöreässä pöydässä käsitellään vuosittain eri näkökulmia painottaen tuottavuuteen ja työelämän laatuun liittyviä kysymyksiä.

H2 Mehän ollaan kaikki palkansaajajärjestöt myös työnantajapuoli mukana tässä yhteiskunta- ja yritys vastuun neuvottelukunnassa eli siellä koitetaan niin kuin tähän vaikuttaa siihen, että millä tavalla, vaikuttaa siihen, että miten meillä kansallisesti näitä asioita käsitellään ja minkälaisia asioita tulisi nyt nostaa lähivuosina ja minkä-

laisia tavoitteita nyt tavallaan kansallisesti asettaa näille asioille, koska se on muuta-kin kuin sitä raportointia.

H3 Työmarkkinakeskusjärjestöillä on tällöinen Tuottavuuden pyöreä pöytä ja vaikka siinä ei sinänsä puhuta yritysten yhteiskuntavastuukäsitteen alla, mutta siinä puhutaan tuottavuuden ja työhyvinvoinnin samanaikaisesta kehittämisestä, joka liittyy tähän yritysten sosiaaliseen vastuuseen.

Yhteistyöstä kansalaisjärjestöjen kanssa todettakoon, että useat haastatellut kertovat yhteistyöstä Finnwatchin kanssa. Monien vastaajien ammattiliitot ovat olleet perustamassa järjestöä. Vaikuttaa siltä, että yhteistyö Finnwatchin ja ay-liikkeen kesken tulee olemaan yhä tiiviimpää. Muita kansalaisjärjestöjä, jotka mainitaan tässä yhteydessä, ovat Reilu Kauppa, Clean Clothes -kampanjan suomalainen sovellus eli Puhtaat Vaatteet sekä Eettisen Kaupan Puolesta ry.

H4 Finnwatch on yksi, jonka kanssa on tehty tutkimusta tai ollaan oltu mukana niiden tutkimushankkeissa. Itse asiassa parhaillaan käydään pohdintaa, tulisiko meidän ja Finnwatchin välisiä suhteita kiinteyttää enemmänkin. Me olemme tehneet jo aikaisemmin yhteistutkimuksia Nokiasta, Brasiliasta, Meksikosta, Intiasta.

Eurooppa-tasolla keskustelua käydään esimerkiksi Euroopan Unionin talous- ja sosiaalikomiteassa EESC:ssä (European Economic and Social Committee), jolle yhteiskuntavastuuasiat kuuluvat. Lisäksi mainitaan Eurooppa- tason organisaatioista Euroopan palkansaajien keskusjärjestö ETUC sekä koulutettujen ryhmien ja ylempien toimihenkilöiden neuvottelukunta EUROCADRES.

Ammattiliittojen keskinäisen yhteistyön muodot yhteiskuntavastuukysymyksissä jää tutkijalle epäselväksi. Haastatellut henkilöt ilmaisevat, että ay-liikkeeltä puuttuu yrityksen yhteiskuntavastuuasioihin keskittyvä yhteistyöelin.

H8 Muodollista työryhmää, mikä olisi yhteinen tässä asiassa, meillä ei ole olemassa.

Siitä, miten suomalainen ay-liike on mukana eläkerahastojen hallinnossa edistämässä yhteiskuntavastuuperiaatteita, saatiin vähän tietoa. Vähälukuisista kommentteista käy ilmi, että YK:n eettisen sijoittamisen periaatteita arvellaan noudatettavan.

H6 Minä nyt ymmärtäisin näin, että tämä YK:n eettisen sijoittamisen periaatteet on kummassakin hyväksytty, se on pohjana. En osaa sitten sanoa sen tarkemmin kuinka paljon normaali hallitustyöskentelyssä yksittäisiä sijoituspäätöksiä tehdään, että paljonko näistä keskustellaan, että sijoitussuunnitelmassa on tosiaan näin, että sijoittamisen periaatteet pohjana, sen pohjalta tekevät niitä päätöksiä.

Mitä haastatellut sitten kertovat yrityksen yhteiskuntavastuuta koskevista hyvistä käytännöistä kertovista sopimuksista tai järjestelyistä, joissa ammattiliitto on ollut mukana? Esiin nousee palkansaajakeskusjärjestöjen yhteisfoorumi Perheyrittäjien liiton kanssa, mikä on näyte työntekijä- ja työnantajajärjestöjen yhteistyöstä. Järjestöt valmistelivat keskusteluasiakirjan, jossa käsiteltiin sitä, miten varmistaa hallitusti suomalaisessa hyvinvointiyhteiskunnassa osaamisen ja omistajuuden kehittyminen suuren murroksen jälkeen, kun suuret ikäluokat siirtyvät eläkkeelle, ja työelämään siirtyy vähemmän uusia henkilöitä kuin siel- tä eläköityy.

H3 Meillä ei niinkään yritystasolla, mutta meillä on esimerkiksi ollut palkansaajakeskusjärjestöjen ja Perheyrittäjien liiton kanssa yhteisfoorumi, missä me valmisteltiin yhteinen keskusteluasiakirja, tästä vastuullisuudesta. Se on tällainen, missä käsitellään yhteisvastuuta suomalaisesta hyvinvointiyhteiskunnasta osaamisen ja omistajuuden hallittu sukupolvenvaihdos.

Ay-liike osaa myös hyödyntää yrityksen yhteiskuntavastuupolitiikkaa niin globaalisti kuin kansallisesti. Sitä, miten se näkyy ay-liikkeen toiminnassa, käsitellään myöhemmin isomorfisten paineiden kautta.

Koska palkansaajaliike on tehnyt pitkään yhteistyötä kansainvälisesti, korostetaan sitä, että yrityksen yhteiskuntavastuukeskustelun mukana uusia kumppaneita ei niinkään ole löydetty, vaan yhteistyömuodot ovat kehittyneet entisestään.

H8 Ei ehkä niin, että olisi ihan uusia kumppaneita sitä kautta löytynyt, mutta tuttujen yhteistyökumppani ja meidän kansainvälisten järjestöjen puitteissa on syntynyt uudenlaisia yhteistyön muotoja. On järjestetty seminaareja, joissa on käsitelty yritysvastuuta, ja se on teemana tullut agendalle erilaisissa jo olemassa olevissa yhteistyömuodoissa.

Globalisaation mukana uusia yhteyksiä on syntynyt liittyen monikansallisiin yrityksiin ja niiden tuotantoketjuihin. Kaksi henkilöä kertoo tutustuneensa uusiin ay-kollegoihin yhteiskuntavastuun kautta muun muassa Intiassa, Etelä-Amerikassa ja Aasiassa. Esiin nousee myös se, että ISO 26000 prosessissa mukana ollut palkansaajapuoli verkottui ja pitää edelleen yhteyttä. Vain yksi haastateltu näkee sen, että yrityksen yhteiskuntavastuu on lisännyt näkyvästi heidän kansainvälisiä yhteyksiään, mihin vaikuttaa se, että organisaatio tekee kehitysyhteistyötä.

H10 Mutta sen sijaan se on kyllä lisännyt meidän kampanja- ja yhteistyöverkostoja: esimerkiksi Clean Clothes- kampanja, Make It Fare-verkosto, Play fare at the Olympics.

Tarkastellaan vielä sitä, ilmeneekö tarvetta muuttaa yrityksen yhteiskuntavastuun painoarvoa liiton omassa toiminnassa ja tehdä sitä eksplisiittisemmäksi. Ilmenee, että on yksi liitto, jossa yrityksen yhteiskuntavastuuosaamisen määrittely ja koordinointi on aloitettu.

Talouden rakenteellisten muutosten vuoksi Suomessa esimerkiksi paperinjalostus on vähentynyt, ja paperitehtaiden sulkeminen on ollut todella iso menetys kyseisen tehtaan henkilöstölle ja kaikille tehtaan vaikutuspiiriin kuuluville. Evankelis-luterilainen kirkko on ollut yksi merkittävä toimija myös yhteiskuntavastuun rakentajana. Mutta onko ay-liike onnistunut omassa tehtävässään, jos ainoastaan kirkko kaipaa yhteiskuntavastuuta tehtaan lopettamiseen liittyvässä keskustelutilaisuudessa? Kirkko on täyttänyt tyhjiön, jonka ammattiyhdistysliike on toimimattomuudellaan saanut aikaan. Tällaista pohtii eräs haastateltava.

H9 Perlos lopetti tehtaansa Joensuussa. Kiinnitin huomiota, kun oli siellä Joensuu -hallissa se tilaisuus ja lähdettiin sitten yleisötilaisuuteen, että ketä siellä oli sitten yh-

teiskuntavastuuta vaatimassa. Siellä oli kirkko. Totta kai oli hyvä, että ihmiset saavat kaiken avun, jota he tarvitsevat, kun seutukunta menettää ison työnantajan. Se toiminta kertoi sitä, että nyt oli jotenkin ammattiyhdistysliike epäonnistunut, että siellä on ikään kuin tyhjiö. Kirkko on tullut ja ottanut sen areenan ja hyvä, että joku hoitaa. En sulje kirkkoa pois, mutta se paljasti kyllä, että ei ole ay-liike täysin onnistunut hommissa.

Kaikki kolme palkansaajakeskusjärjestön edustajaa mainitsevat vuosittain järjestettävän suosituksen yritysten vastuullisuusraportointikilpailun, jonka arviointiraatiin kuuluu aina myös yksi palkansaajapuolen edustaja. Raportointikilpailussa tarkastellaan yritysten laatimia vastuullisuusraportteja, joiden sisältöä ja sitä miten avoimesti yrityksen asioita kerrotaan, arvioidaan. Haastateltujen mukaan yrityksen johto pääsääntöisesti määrittelee raporttien sisällön.

H8 Laajempaa tai systemaattista henkilöstön mukaanottoa raportointiin ei minun tiedossani ole.

Se, että ay-liikkeen edustajilla ei ole tietoa eivätkä he itse aktiivisesti puhu henkilöstön roolin tärkeydestä raportoinnin sisällön laadinnassa, käy ilmi aineistosta. Kuitenkin kun ammattiliittojen edustajilta kysytään kantaa vastuullisuusraportointiin, esiin tulee näkemys siitä, että raportoinnilla ei ole paljoakaan merkitystä, jos henkilöstö ei ole saanut osallistua raportin sisällön laadintaan tai arviointiin. Vastuullisuusraportointikilpailun järjestäjät eivät myöskään osanneet kertoa siitä, miten henkilöstö otetaan mukaan sisällön määrittelyyn ja arviointiin, kun heiltä syksyllä 2012 asiaa suullisesti tiedusteltiin.

Vertailua

Mitä tulee yrityksen yhteiskuntavastuun soveltamiseen yrityksissä, haastateltujen henkilöiden vastauksista saa vaikutelman, että ay-liikkeellä on melko vähän tietoa yritysten tavoista soveltaa yrityksen yhteiskuntavastuuta toiminnassaan. Yleisvaikutelma on kuitenkin se, että yritykset ovat lisänneet vastuullisuutta tavassaan toimia. Ay-liike arvostaa sitä, että sosiaalisen vastuun merkitys on oivallettu yrityksissä. Vastuullisuutta osoittaakseen yritykset panostavat erityisesti yhteiskuntavastuuraportointiin. Ay-liike suhtautuu epäillen raporttien luotettavuuteen, koska ne ovat tyypillisesti johdon yksipuolisesti laatimia eikä henkilöstöä sisäisenä sidosryhmänä oteta mukaan sisällön suunnitteluun tai tulosten arviointiin. Kuitenkin tutkittavat kertovat, että ay-liikkeellä on vaihtuva edustus vuosittain järjestettävän yrityksille suunnatun vastuullisuusraportointikilpailun arviointiraadissa. Hieman ristiriitaiselta edelliseen näkemykseen verrattuna vaikuttaa se, että valintaraadissa mukana olevat henkilöt eivät kyseenalaista raporttien uskottavuutta eikä heillä ole näkemystä siitä, mitkä kaikki osapuolet yrityksissä osallistuvat prosessiin tai tarkemmin, mikä on henkilöstön rooli vastuullisuusraporttien sisällön määrittelyssä. Ay-liike suhtautuu melko skeptisesti myös yritysten vastuullisuusaloitteisiin. Syy on sama kuin yrityksen yhteiskuntavastuuraportointiin liittyen eli niitä pidetään yksipuolisesti johdon tekeminä tai aloitteita pidetään keinoina puhdistaa tai parantaa mainetta.

Yrityksen yhteiskuntavastuutoimintojen resursoinnista todettakoon, että suurissa yrityksissä on yhteiskuntavastuukysymyksiin keskittyvää henkilöstöä, kun taas ay-liikkeessä on yleistä, että yrityksen yhteiskuntavastuun asiat ovat osa muuta toimenkuvaa. Haastatelluilla on melko vähän tietoa siitä, millaista yhteiskuntavastuuseen liittyvää yhteistyötä yritykset tekevät, mutta ay-liikkeen itsensä harjoittama yhteistyö vastuullisuudessa on laajaa. Sitä ei vaan ole tehty näkyväksi tai saattaa olla vaikea erottaa muusta toiminnasta esimerkiksi edunvalvontatoiminnasta. Merkille pantavaa on myös se, että ay-liikkeellä itsellään ei ole yhteistä foorumia, missä käsitellä yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyviä aiheita. Ay-liike kuitenkin käsittelee aiheita yhteiskunta- ja yritys vastuun neuvottelukunnassa, Eettisessä foorumissa ja jonkin verran myös Tuottavuuden pyöreässä pöydässä.

7.7 Yrityksen yhteiskuntavastuuta samankaltaistavat paineet yrityksissä

Millaiset paineet samankaltaistavat yhteiskuntavastuuta yrityksissä ammattiyhdistysliikkeen mielestä?

Keskeisiä ulkoisia isomorfisia paineita haastateltujen mukaan aiheuttavat globalisaatio, julkinen mielipide, maine- ja imagokysymykset, kuluttaja- ja kansalaisliike sekä ay-liike.

Ay-liikkeen mukaan globalisaatiokehitys on lisännyt yritysten vastuullisuus paineita ympäri maailmaa. Työskentelyolosuhteet eri maissa vaihtelevat suuresti, mikä on tuonut esiin käytännön ongelmia, joista on pitänyt keskustella ikään kuin globalisaation pakottamana. Yrityksiin kohdistuu selkeitä samankaltaistavia pakottavia muodollisia paineita, mikä on näkynyt esimerkiksi tarpeena varmistaa, mitä lainsäädäntöä monikansallisissa yrityksissä sovelletaan.

H4 Kyllähän se paine on tullut sieltä, että kun yritykset ovat globalisoineet, niin tavallaan työtkin ovat globalisoituneet. Nimenomaan monikansalliset yritykset tarkastelevat toimintaansa globaalisti.

H5 Se on tämä globalisaatiokehitys. Se on nostanut näitä ihan käytännön ongelmia ja ehkä käytännössä nimenomaan työelämässä. Kansainvälisissä yrityksissä, jotka pystyvät nopeasti pystyyn operaatioita eri maissa ja maitten tilanteet ovat niin kovin erilaisia. Siinä joudutaan sitten kieltämättä hankaliinkin tilanteisiin. Että joissakin maissa on maan tapa sellainen, jota meillä ei voisi kuvitellakaan ja tarvitaan jonkun näköistä ohjenuoraa, mitä linjaa tällaisessa tilanteessa noudatetaan ja on syytä noudattaa.

Niihin ulkomailla toimiviin suomalaistaustaisiin yrityksiin, jotka operoivat maissa, joissa lainsäädäntö on heikompaa kuin esimerkiksi ILO:n työelämän perusoikeuksien säännöstö, kohdistuu tutkittavien kertoman mukaan melko voimakkaita kulttuurisidonnaisia pakottavia paineita toimia vastuullisemmin, kuin mitä laki velvoittaisi. Yritysten oletetaan noudattavan Suomessa hyväksytytjä hyviä käytänteitä myös globaalisti.

H4 Eihän se oikeuta toimimaan heikommin, vaikka lainsäädäntö antaisi siihen mahdollisuuden.

Myös kehittyvät maat ovat tulossa mukaan vastuullisuuskeskusteluun, kun kehittyneistä maista on siirretty tuotantoa niihin. Isomorfismi leviää tuotannon siirron takia. Haastatellut pohtivat sitä, miten yrityksen yhteiskuntavastuukeskustelu tulee muuttamaan muotoaan, kun uudet toimijat kehittyvissä maissa osallistuvat yrityksen yhteiskuntavastuukäsitteen sisällön tarkasteluun. Kehittyvillä mailla on omat kulttuuriset paineensa esimerkiksi siellä toimivia yrityksiä kohtaan. Vaikuttaa siltä, että vastuullisuuskäytännöt todennäköisesti leviävät pääosin pakottavan tai jäljittelevän paineen seurauksena. Ay-liikkeessä nähdään, että kehittyviä maita kohtaan tullaan kohdistamaan jossain vaiheessa myös normatiivista painetta. Kehittyvillä mailla uskotaan olevan merkittävä asiantuntijan rooli yrityksen yhteiskuntavastuun sisällön määrittelyssä tulevaisuudessa.

H4 Yrityksen yhteiskuntavastuu saattaa muuttaa sisällöllisesti muotoaan. Yhä enenevässä määrin kehittyvillä mailla tulee siihen vahvempi rooli.

Eniten vastaajien mukaan yhteiskuntavastuuseen panostavat pääsääntöisesti kaikkein suurimmat yritykset. Normatiivisen paineen seurauksena ne ovat myös palkanneet henkilöstöä, joka työskentelee päätyökseen vastuullisuuskysymysten parissa. Ne ovat joko monikansallisia yrityksiä kuten Nokia, Kone tai suuret suomalaiset paperiyhtiöt tai sitten yrityksiä, jotka ostavat itse kansainvälisten tuotantoketjujen kautta.

H4 Totta kai se keskittyy monikansallisiin yrityksiin ja isommissa monikansallisissa suomalaisissakin yrityksissä on henkilöitä, jotka päätoimisesti käsittelevät näitä kysymyksiä. Pk -sektorilla minun käsityksen mukaan se on huomattavasti vähäisempää.

Suomalainen ay-liike kokee julkisen keskustelun merkittäväksi yrityksen yhteiskuntavastuuseen kohdistuvaksi isomorfiseksi paineeksi. Julkinen keskustelu pakottaa yrityksiä toimimaan vastuullisemmin eli noudattamaan lakeja ja sopimuksia sekä kiinnittämään esimerkiksi sosiaaliseen vastuuseen huomiota.

H8 Sitten tämä julkinen keskustelu lisää sitä painetta, että niissäkin asioissa, joissa ei oma-aloitteisesti ehkä huoli heräisi työntekijöiden hyvinvoinnista, niin tämä on yksi yhteiskunnallinen keskustelu, joka sitä painetta tuo ja siinä mielessä ilman muuta lisää arvoa sille työlle, mitä ammattiliitot tekevät.

H10 Alkuperäinen paine osakkeenomistajiin tulee ulkoa yhteiskunnasta, yhteiskunnallisen mielipiteen paine ja julkisen kritiikin paine.

Suomessa kansalaisia puhuttaa ay-liikkeen mukaan myös kunnallisten palveluiden yksityistäminen ja viimeaikoina erityisesti se, että julkinen sektori ostaa hoivapalveluita yksityisiltä hoivayrityksiltä, jotka siirtävätkin voittonsa veroparatiiseihin. Yritykset ovat tulleet pakottavan paineen seurauksena yhteistyöhaluisemmiksi vastuullisuuskeskustelussa. Pakottava samankaltaistuminen etenee siis myös julkisella sektorilla.

H6 Tämä on sitä toimialan hankintapuolen yhteiskuntavastuullisuutta, että niitä tuotteita ja palveluita, joita täällä Suomessa verovaroin hankitaan ja sitten kollektiivisesti kulutetaan, että ne olisi tuotettu yhteiskuntavastuullisesti niin ympäristöä kuin ihmisoikeuksia ja ammattiyhdistysoikeuksia kunnioittaen.

Nykymaailmassa tieto kulkee nopeasti. Yritysten tekemiset ovat hyvin nopeasti suurten ihmisjoukkojen tietoisuudessa ja keskustelussa sähköisissä medioissa. Sosiaalinen media on kehittymässä vahvaksi samankaltaistavia paineita yrityksille luovaksi toimijaksi. Yritykset ovat yhä haavoittuvaisempia. Ay-liikkeen näkemysten mukaan yritykset kuuntelevatkin yhä herkemällä korvalla sidosryhmiensä näkemyksiä. Paine ilmenee vastauksissa lähinnä pakottavana paineena. Miten paljon sosiaalinen media lisää jäljittelevää ja normatiivista painetta ja sitä kautta jäljittelevää ja normatiivista isomorfismia, ei käy ilmi vastauksista.

H2 Kansalaiset ovat valistuneita, lukevat sosiaalista mediaa, lehdet kirjoittavat heti, kun on jotakin tällaista. Ei voi samalla tavalla porskuttaa vaan pellossa kuin ennen ettei välittäisi mitään. Minä luulen, että tämä tulee vaan vahvistumaan.

Ay-liike muistuttaa, että osa yrityksistä ei halua aidosti sitoutua yrityksen yhteiskuntavastuuseen tai ovat epävarmoja siitä, miten tilanteessa tulisi toimia. Ne sortuvat jäljittelevän paineen seurauksena matkimaan vastuullisuuteen liittyviä toimintatapoja ja soveltavat osittain esimerkiksi standardeja.

H9 Mitä kysytään, niin aletaan tehdä siihen suuntaan. Se pätee näennäisraportointiin. Tai voidaan ilmoittaa, että pyritään huomioimaan toiminnassa ISO -sertifikaatit, mutta niitä ei ole varsinaisesti hyväksytty sovellettaviksi toiminnassa. Ikään kuin luodaan mielikuvaa, että ikään kuin se olisi jo meidän toimintaa, mutta kuitenkin niitä ei täysin allekirjoiteta. Se että sovittaisiin jotakin asioita ja laitettaisiin mustaa valkoiselle, niin pitkälle ei olla valmiita, hyöty kyllä otetaan irti.

Maineen merkitystä isomorfista painetta luovana tekijänä korostavat ay-liikkeen edustajat ovat havainneet yrityksen yhteiskuntavastuun ja maineen välisen yhteyden. Haastateltujen arvion mukaan yritykset ovat lähteneet mukaan vastuullisuuskeskusteluun imagoriskin takia. Vasta myöhemmin ne ovat lisäksi huomanneet, että vastuullisesta toiminnasta voikin syntyä liiketoimintahyötyä. Maineriski koskee niin kotimaisia kuin ulkomaisiakin yrityksiä. Imagon uudelleenrakentaminen on työläs ja kallis prosessi. Maineriski pakottaa yrityksiä toimimaan vastuullisemmin. Jos yrityksen yhteiskuntavastuusaaminen on vähäistä, saatetaan lähteä jäljittelemään eli ottamaan mallia niistä yrityksistä, joiden uskotaan olevan vastuullisuustoimissaan pidemmällä. Normatiivinen paine saattaa olla myös suuri, kun puhutaan yrityksen maineesta. Halutaan olla yrityksen yhteiskuntavastuun ammattilaisia.

H10 Koska sehän alkaa yleensä aina niin, että ensin ajatellaan niin kuin yrityksen omaa imagoa. Kun ei ole kyse jostain pakollisesta, se ajaa sitten kehittelemään näitä järjestelmiä. Nehän lähti liikkeelle siitä, että ensin otettiin tämä tällainen imagoriskin pienentämisen kannalta, ja vasta nyt ihan viime vuosina on herätty siihen, että tämä

saattaisi olla ihan hyvää bisnestäkin. Tällaisesta vastuullisesta toiminnasta saattaisi olla liiketoimintahyötyä.

H1 Ei tule ainakaan huonoa nimeä. Huono nimihän kiirii nopeasti, hyvät asiat huomattavasti hitaammin.

H3 Se on maine. Se on maine siinäkin, että miten saadaan työvoimaa sekin vaikuttaa monilla aloilla. Jos työvoimaa on vähemmän, niin totta kai työntekijät hakeutuvat sellaisiin paikkoihin, yrityksiin, joiden maine on parempi.

Osa haastateltavista muistuttaa siitä, että aloilla, joissa on pulaa osaavasta työvoimasta, hyvämaineiset yritykset saavat helpommin rekrytoitua kyvykkäitä henkilöitä. Työntekijät haluavat työskennellä yrityksessä, jossa on olemassa vastuullisuusperiaatteet. Paineita normatiivista vastuullisuutta kohtaan syntyy myös näin.

H8 Nykyään työntekijät ja mahdolliset tulevat työntekijät, joita yritys haluaa rekrytoida, myös kysyvät sitä, että millä tavalla yritys toimii vastuullisesti.

H2 Meillähän on näitä perheyriksiä, jotka ovat monen sukupolven olleet saman perheen tai suvun hallussa. Niissä nähdään tärkeänä, että yhteiskuntavastuu toteutuu hyvin. Varmaan sellaisissa se on helpompi toteuttaa kuin sitten taas tosi isoissa konserneissa, joissa omistajat voivat olla keitä tahansa ja tulee tuottovaatimuksia. Yrityksen johdon täytyy arvioida se, mitä se maksaa ja mitä siitä seuraa, jos ei kuunnella yhteiskuntavastuun vaatimusta, vaan mennäänkin tuottovaatimus edellä.

Ammattijärjestöjen mukaan on havaittavissa myös uusi ilmiö. On yrityksiä, jotka haluavat vahvistaa mainettaan vastuullisena toimijana ja toimia edelläkävijöinä vastuullisuuskäytännöissä, joista näyttäisi olevan tulossa pakottavaa lainsäädäntöä. Kun keskustellaan siitä, pitäisikö yhteiskuntavastuuraportointi tehdä pakolliseksi suurille yrityksille, osa yrityksistä haluaa olla määrittelemässä vastuullisuuteen liittyviä sisältöjä lainsäädännön pohjaksi ja täten vapaaehtoisesti lisäävät vastuullisuuttaan. Vaikuttaa siltä, että yritykset pyrkivät lisäämään normatiivista isomorfismia ja olla itse luomassa pohjaa käytännöille, joista saattaa tulla myöhemmin lainsäädännön mukana pakottavaa isomorfismia.

H8 Yhteiskuntavastuukeskustelun alla käsiteltäviä asioita on pikku hiljaa siirtynyt ja tulee varmasti jatkossakin siirtymään myös lainsäädännön puolelle. Siinä vaiheessa, kun yritykset huomaavat, että jostain asiasta harkitaan lainsäädännön tekemistä, niin ne usein alkavat tehdä silloin sitä samaa hyvää asiaa vapaaehtoisesti ja tietysti tuomaan esiin sitä, että näin jo tehdään. Se voisi vaikuttaa siihen, ettei tule lainsäädäntöä, joka olisi yritysten näkökulmasta huonompaa tai rajoittavampaa. Parhaat tai aktiivisimmat yritykset pyrkivät kulkemaan vähän edellä, jotta ne pystyvät sitten määrittämään ja vaikuttamaan siihen, minkä tyyppistä se uusi lainsäädäntö on.

Ay-liike rinnastaa yritysten sidosryhmistä asiakkaat ja kuluttajat toisiinsa samankaltaistavia vastuullisuuspaineita luovina tekijöinä. Asiakkaan/kuluttajan tekemillä valinnoilla koetaan olevan kysyntää vahvasti ohjaava vaikutus, joka pakottaa yritykset toimimaan vastuullisemmin. Yritykset katsovat olevansa riippuvaisia asiakkaiden/ kuluttajien mielipiteistä.

H5 Keitä yritykset kuuntelevat herkällä korvalla, ne ovat asiakkaat. Kyllä se on asiakkaitten paine ja sitä kautta markkinoiden paine. En näe keinoja, miten voit yrityk-

siin vaikuttaa. Ei ole mitään muuta niin tehokasta keinoa, kuin vaikuttaa siihen kysyntään, mikä yrityksiin kohdistuu.

Yksittäisiä asiakkaita ja kuluttajia voimakkaammin isomorfisia paineita uskotaan luovan kuluttaja- ja kansalaisjärjestöt, jotka ovat nostaneet epäkohtia esiin sekä itse että yhdessä ay-liikkeen kanssa. Niillä on merkittävä rooli normatiivisen isomorfismin edistämisessä, sillä ne ovat olleet edelläkävijöitä yhteiskuntavastuunormiston vaatijoina. Ne ovat myös erilaisin näkyvin kampanjoin pakottaneet yrityksiä kiinnittämään huomiota vastuullisuuteensa. Haastatellut henkilöt toteavat, että erityisesti kansalaisjärjestöt tarkkailevat sosiaaliseen vastuuseen liittyvää työntekijöiden kohtelua sekä yrityksen harjoittamaa ympäristö- vastuupolitiikkaa suomalaisten kansainvälisten yritysten kulloisessakin kohdemaassa.

H5 No kyllä, siis kuluttajajärjestöthän ovat kieltämättä pitäneet näitä asioita esillä. Ja joiltakin normien laatimistarve on noussut nimenomaan sitä kautta. Tämä on pikkusen hämmästyttävä tempu, että nimenomaan kuluttajajärjestöjen kautta eikä palansaajajärjestöjen kautta. Mutta parempi on niin kuin ei ollenkaan.

H2 Kuluttajien valta tällaisissa asioissa tulee vaan lisääntymään jatkossa. Me elämme vielä paljolti sitä aikaa, että kun ihminen menee kauppaan, niin hän katsoo sitä hintaa, eikä huomaa muita asioita. Mutta se muuttuu koko ajan pikku hiljaa ja aina vaan suurempi ja suurempi osa alkaa myös vaatia niitä lisäaineita pois ja haluaa ostaa fair trade -banaaneja. Kuluttajien vaatimukset tulevat olemaan jatkossa ihan toista luokkaa.

H3 Monet järjestöt esimerkiksi SASK ja Finwatch tarkkailevat myös suomalaisia kansainvälisiä yrityksiä maailmalla ja sitä, miten ne kohtelevat siellä henkilöstöään tai ympäristöään.

H6 Kansalaisjärjestöt paineen luojina ovat keskeisiä, eihän yksittäisellä kuluttajalla ole oikein välineitä eikä aikaa eikä kiinnostustakaan penkoa tämmöisiä asioita. Että kyllähän se on pitkälti kansalaisjärjestöjen tehtävä. Meillä on Finnwatch ja muissa maissa on omat Watchinsa ja ay-liikkeellä ovat omat verkostonsa. Mietitään tätä kampanjaa, jota on tehty esimerkiksi Nikea kohtaan, näitä tehtaita tai Nokkaa kohtaan. Sehän on suurinta salaisuutta, että missä niitä tossuja edes tehdään tai niitä puhelimia tehdään. Jos se tiedettäisiin, missä niitä tehdään, pystyttäisiin myös jollain tapaa tsekkaamaan, että mitkä ovat ne olot siellä, mutta sitähan pidetään suurimpana yrityssalaisuutena.

Kuluttajaliike on tutkittavien mielestä onnistunut luomaan pakottavaa samankaltaistavaa painetta kaupanalan liikkeitä kohtaan ja edistämään täten vastuullisuutta. Yritykset ovat tulleet vahvasti riippuvaisiksi kuluttajaliikkeen mielipiteistä itseään kohtaan. Toisaalta kuluttajaliike osaa hyödyntää asemaansa vastuullisuuden vaatijana. Suomalaisista yrityksistä edelläkävijöitä ovat olleet kaupan alan liikkeet Kesko, Stockmann ja S-ryhmä.

H5 Kyllähän ne Suomessa ovat olleet ensimmäiset. Ja sillä on ihan luonteva selitys, koska ne ovat suoraan riippuvaisia kuluttajamarkkinoista ja kuluttajien reaktioista ja ne ovat kaikkein herkimpiä mahdollisille muutoksille.

H10 Mutta mitä isompi yritys ja mitä riippuvaisempi pitää olla johonkin kuluttajatuotteeseen liittyvästä mielikuvasta ja imagosta, niin sitä herkemmin se joutuu tekemään jotain näille asioille. Sen verran vahvaa tuo kuluttajakampanjointi varsinkin maailmalla on. Suomessahan se on vielä heikkoa, Suomihan on hyvin vähäväkisten

ja vähä-äänisten kuluttajaliikkeiden maa verrattuna sanotaan esimerkiksi verrattuna Britanniaan tai Yhdysvaltoihin.

Myöskään toisia yrityksiä ei ay-liikkeen mielestä voi unohtaa, kun puhutaan vastuulliseen toimintaan liittyvistä isomorfisista paineista. Vastauksista ei käy tarkkaan ilmi, miten paljon yritykset kohdistavat pakottavaa, jäljittelevää tai normatiivista painetta toisia yrityksiä kohtaan.

H6 Kyllä paineet tulevat myös toisilta yrityksiltä. Jos bisnes alkaa tökkiä sen takia, että asiat eivät ole kunnossa, niin silloin on pakko jotain tehdä. Minä en usko tässä nyt kuitenkaan ihmisen enkä omistajan hyvyteen.

Kuluttaja- ja kansalaisjärjestöjen tavoin myös suomalainen ammattiyhdistysliike osaa luoda isomorfisia paineita yrityksille. Sen kohdistaman pakottavan ja normatiivisen paineen seurauksena luodaan yrityksissä sisäisiä vastuullisuuskäytänteitä, joita sovelletaan niiden kaikissa toimipaikoissa.

H3 Ay-liikkeen luomat paineet kuten esimerkiksi henkilöstön kohtelun osalta ovat osaltaan vaikuttaneet, että ei haluta sitä negatiivista julkisuutta, mikä syntyy, jos ei kiinnitetä niihin asioihin huomiota.

H4 Se nimenomaan korostuu sitä kautta, että jos yrityksen X töitä siirretään maahan Y, niin se tapa, jolla yritys X on toiminut ja kunnioittanut henkilöstöään ja ympäröivää yhteiskuntaa tässä maassa, niin sen täytyy toteutua myös tuolla. Se on se konkreettinen siirtymä, että enää ei ajatella, että ne siellä ja me täällä, vaan että se pitää olla yhdenvertaista se tapa toimia.

Jos yritys ei massairtisanomisten yhteydessä ole noudattanut yhteistoimintalakeja, haastateltavat kertovat liiton kohdistaneen yrityksen nimeä käyttäen pakottavaa painetta, jotta se muuttaisi toimintaansa yhteiskuntavastuun periaatteiden mukaiseksi.

H8 Kun on Suomessa ollut paperiyhtiöissä, pankeissa ja teknologiateollisuuden puolella näitä suuria irtisanomisia ja meiltä on katsottu, että muun muassa yhteistoimintalakeja ei ole tyydyttävästi noudatettu, niin kyllähän me silloin olemme nimellä sanottu, että meidän mielestä nyt tämä yritys ei ole toiminut vastuullisesti.

Ay-liikkeen edustajat kertovat useita esimerkkejä onnistuneista pakottavan paineen kautta saavutetuista neuvottelutuloksista yrityksen yhteiskuntavastuun piirissä keskittyen lähinnä sosiaalisen vastuun kysymyksiin. Esimerkiksi ay-liike yhdessä SASK:n kanssa on tehnyt pitkään yhteistyötä Nokian kanssa yhteiskuntavastuukysymyksissä. Yksittäisistä teemoista vahvasti esillä on ollut elämiseen riittävä palkka living wage - käsite.

H4 Ehkä konkreettisimpia on living wage- käsite, jota olemme Nokian kanssa määritelleet. Mitä se voi olla ja mitä keskeisiä kriteereitä tulee ottaa huomioon määritellesä elämiseen riittävää palkkaa muun muassa Intiassa, Kiinassa.

Eräs työkalu, jota ay-liike kansainvälisessä toimintaympäristössä käyttää yrityksen yhteiskuntavastuun edistämiseen, on pyrkimys lisätä toimialakohtaisia puitesopimuksia. Puitesopimuksella yritys saa vahvemman oikeutuksen periaatteilleen ja ay-liikkeen kansainvälisen verkoston tuen periaatteiden noudat-

tamisen valvonnassa. Usein niiden lähtökohtana ovat ILO:ssa määritellyt työntekijöiden perusoikeudet, kuten työntekijöiden oikeus järjestäytyä ja neuvotella työehtosopimuksia. Ay-liike houkuttelee yrityksiä tekemään sopimuksia ja käyttää apuvälineenään normatiivista painetta. Vedotaan siihen, että osa yrityksistä on jo tehnyt yhteistyösopimuksen, ja yritys sopimuksen tehdessään toimisi esimerkkinä niille, joilta sopimus vielä puuttuu. Yksikään suomalainen yritys ei ole tehnyt kansainvälistä puitesopimusta.

H4 Me olemme lanseeranneet jo vuosia sitten tai jo useampia vuosia sitten tämän kansainvälisen puitesopimusajattelun. Siinä ovat molemmat osapuolet sekä henkilöstö että yritysjohto näitä pelisääntöjä luomassa ja niiden seuranta tietysti. Sitä kautta ne välttyvät monta kertaa vahingolta brandia kohtaan. Yksikään suomalainen yritys ei ole tehnyt kansainvälistä puitesopimusta.

H10 Kansainvälisten ammattijärjestöjen suomalaiset jäsenliitot ovat olleet halukkaita pitämään tätä siinäkin mielessä pinnalla, että suomalaisia isoja yhtiöitä saataisiin tekemään puitesopimuksia. Koska IMF:llä on useita puitesopimuksia isojen kansainvälisten yhtiöiden kanssa, mutta ei kenenkään suomalaisen. Esimerkin voima.

Eräs ay-liikkeen toimintatapa kohdistaa normatiivista painetta monikansallisten yritysten toimintaympäristössä on vedota monikansallisen yrityksen solmimaan puitesopimukseen. Ay-liike on vaatinut yritystä noudattamaan itse laatimiaan vastuullisuusperiaatteita ja ulottamaan ne koskemaan myös alihankintayrityksiä. Toinen käytetty tapa on ollut vaatia myös alihankintayrityksiä noudattamaan tilaajayrityksen laatimaa puitesopimusta.

H4 Näitä kansainvälisiä puite/raamisopimuksia, jotka ovat herrasmiessopimuksia, me käytämme suhteessa alihankkijoihin. Teidän tilaajayrityksellänne on tällaiset eettiset ohjeet ja jos ette noudata yleisesti hyväksytyjä pelisääntöjä, niin me tulemme saattamaan asian tilaajayrityksen tietoon ja monesti saatammekin niiden tietoon.

Yritysten toimintatavoissa ovat tutkittavat havainneet runsaasti yrityskohtaisia eroja siinä, miten yritykset suurissa massairtisanomistilanteissa tai tuotantoa uudelleen organisoidessaan kohtelevat henkilöstöään. Ay-liike on käyttänyt apuna pakottavaa painetta suostutelllessaan yrityksiä omaksumaan mannereurooppalaisen käytännön, jossa yritys tukee irtisanottujen uudelleen sijoittumista ja urasuunnittelua sekä maksaa ylimääräisiä rahallisia korvauksia lakisääteisten korvausten lisäksi.

H6 Me olemme pyrkineet siirtämään mannereurooppalaisesta keskustelusta meille ja joissain ollaan vähän paremmin onnistuttukin.

Yrityksen yhteiskuntavastuun tulisi perustua vapaaehtoisuuden sijaan ay-liikkeen mielestä sopimukseen, koska yritysten on nähty lipsuvan vastuullisuudesta talouden taantuessa. Ay-liike kohdistaa pakottavaa painetta saadakseen yrityksen yhteiskuntavastuun enemmän osapuolia sitovaksi. Erään ammattijärjestön edustaja totesi, että ay-liikkeen ja sopimustoiminnan merkitys osana vastuullista yritystoimintaa pitäisi nostaa vahvemmin esiin ja korostaa vuoropuhelun merkitystä myös vastuullisuuskysymyksissä. Ay-liikkeessä koe-

taan myös normatiivista painetta siihen suuntaan, että se tunnistettaisiin tärkeäksi yritysten kanssa yhteiskuntavastuuta määritteleväksi osapuoleksi. Ay-liikkeellä on sopimustoiminnasta pitkäaikaista kokemusta.

H8 Ammattiliittojen merkitys ja sopimustoiminnan merkitys osana vastuullisuutta yritystoimintaa voisi vahvemmin näkyä siinä, ettei yrityksen yhteiskuntavastuu olisi niin vahvasti sidoksissa siihen perinteeseen, että se on yritysten vapaaehtoinen niin kuin hyväntekeväisyystyyppinen toimi, että vuoropuhelu nähtäisiin välttämättömänä osana sitä yritysvastuuta.

H6 Jos on taloudellisesti tiukkaa, hyvyys lähtee.

Vastuullisuusvaatimusten uskotaan vahvistuvan uusien sukupolvien mukana. Uudet sukupolvet kohdistavat yrityksiin informaalia yhteiskunnallista painetta. Tutkittavien mielestä yritykset pakotetaan pohtimaan, miten edistää vastuullisuuttaan menestyäkseen tulevaisuudessa. Ay-liike korostaa sitä, että yhteiskunnassa on menossa muutosprosessi, jonka takia paine vastuullisuutta kohtaan kohdistuu laajasti ympäröivään yhteiskuntaan.

H9 Uudet sukupolvet osaavat vaatia. Paineet tulevat nuorisolta.

H10 Nuoret yrittäjät ja opiskelijat ovat kiinnostuneita. Olen ollut yhteistyössä esimerkiksi kauppakorkeakoulun kanssa, sielläkin ihmisillä on luontainen kiinnostus siihen. Tämä on nyt tätä päivää, että tehdään asioita vastuullisemmin, se on totta niin laajalla rintamalla, että tämä on nyt jotain mikä alkaa olla itsestäänselvyys. Kaikkien yritysten pitää olla vastuullisia, se etenee niin laajalla rintamalla, että en näe, että miten se pysähtyisi yhtäkkiä.

Ay-liike näkee yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvien normien ja standardien toimivan normatiivista isomorfismia edistävinä tekijöinä pakottavan lainsäädännön lisäksi. Erityisesti vastuullisuusnormien tarjonta on laajaa ja monentasoista, mikä osittain kertoo siitä, että koko aihe eli yrityksen yhteiskuntavastuu on vielä melko uusi asia. Osan vastuullisuusnormistoista uskotaan olevan rakennetun sekä käytettävän epäeettisesti ja tähtäävän lähinnä maineen kiillottamisen. Miten paljon juuri epäeettiset normistot altistavat jäljittelevään isomorfismiin, ei ilmene tämän tutkimuksen aineistosta.

H10 Paineita luo myös lainsäädäntö.

H5 Yritysten yhteiskuntavastuualoitteita on satoja. Niitä on ihan hirveä määrä. Niitä on toimialakohtaisia. Niitä on alueellisia ja tämä tavallaan kertoo siitä, että aika vahvaa sosiaalista tilausta on kyllä ollut. Ja näistä osa on humpuukia. Osa on lähinnä imagon kiillottamiseen soveltuvia ja rakennettujakin. Tässä on varmasti pakko tapahtua tietynlainen kentän selkeytyminen. Ei tällaista sekamelskaa, sen kanssa ei voi kukaan elää. Tapahtuu sellainen luontainen kehitys, että varmasti muotoutuu sitten muutama yleisesti hyväksytty ja yleisesti tunnustettu normisto. Näinhän se on mennyt monilla muillakin aloilla.

H5 Jos pikkasen ikävästi ajatellaan, niin kyllähän tässä esiintyy valkopesupyrkimystä myös. Halutaan näyttäytyä niin puhtoisena ja paavillisempana enemmän kuin paavi itse, mutta se nyt on tavallaan väistämätöntä. Ja sitä tuskin voi kokonaan estää.

Yrityksen yhteiskuntavastuuseen linkittyvistä standardeista (ISO 26000 ja ISO 14000) ammattijärjestöjen edustajat puhuvat melko vähän yritysten yhteiskun-

tavastuun samankaltaistamista aiheuttavina paineina. Koska standardi 26000 on vielä uusi, eikä ole vielä sertifioitavissa, sen toimivuudesta ei ole vielä tietoa. Osa vastaajista uskoo standardin lisäävän tulevaisuudessa yritysten vastuullisuutta ja tulevan käyttöön normatiivisen isomorfismin seurauksena.

H5 ISO 26000, siitä saattaa muodostua globaali ankkuri. Ainakin laatuasioissa ISO 9000 on nimenomaan sitä, että se on maailmanlaajuinen ja ympäristöasioissa ISO14000 standardi. Minä toivon, että tästä ISO 26000 ajan mittaan muodostuisi samantyyppinen. Sehän on vasta suositusstandardi tällä hetkellä, mutta oletan, että se tulee ajan mittaan kehittymään siihen suuntaan, että jossakin vaiheessa siitä muodostuu sitten sertifioitava standardi, johon voidaan hakea hyväksyntä. Silloin se alkaa toteuttaa tätä tehtävää, koska siellä standardissa tullaan sitten määrittelemään tiettyjä vaatimuksia menettelytavoille ja sitten on arviointiprosessi, jossa todetaan, täyttääkö organisaation käyttämä malli ja toimintatapa ne vaatimukset vai ei. Ja sen arviointi joku ulkopuolinen neutraali taho.

Yritysten vastuullisuusraportointi on levinnyt normatiivisen isomorfismin seurauksena suomalaisissa yrityksissä. Alun perin ay-liikkeen mukaan yritykset ovat kokeneet pakottavaa painetta alkaa raportoida toiminnastaan, kun esimerkiksi vaatimukset toiminnan läpinäkyvyydestä ovat lisääntyneet. Osa yrityksistä on lähtenyt mukaan jäljitellen muiden tapaa toimia ja niiden joukossa on toimijoita, jotka eivät ole sisäistäneet, mistä vastuullisuudessa on kyse. Ay-liike korostaa tiedon oikeellisuutta raportoinnissa ja toteaa, että vastuullisuusraportoinnin pakollisuus on alkanut lisääntyä ja mahdollisesti lisääntyy entisestään, kuten Euroopassa on käynyt. Se todennäköisesti kiihdyttäisi pakottavaa isomorfismia.

H3 Vastuullisuudessa avoimuus ja se miten sitä tietoa yrityksistä näistä asiasta saadaan, on oleellista. Mitä enemmän sitä avoimesti annetaan eri sidosryhmille, niin sitä helpompihan on todentaa sitä, toimiiko yritys oikeasti niin kuin se sanoo toimivansa. Se siinä on se oleellinen asia, että sidosryhmät saavat sitä tietoa ja pystyvät näkemään sen, että onko tämä vain sanahelinää vai onko toimintakin oikeasti sellaista, kun sanotaan.

H8 Toisaalta se olisi ihan hyvä, että raportoinnista tehtäisiin ainakin tietyn kokoisille yrityksille pakollista. Lähinnä se tietysti lisää läpinäkyvyyttä, jos raportissa on kattavat tiedot siitä, mitä yritys on tehnyt, ja missä se edesauttaa tiedonsaantia ja muuta. Valtioneuvoston omistajapoliittinen periaatelinjauksen mukaan kaikissa valtio-enemmistöissä yhtiöissä täytyy kaikissa vastuullisuusasiat myös raportoida. Kyllä tämä pakollisuus selvästi lisääntyy. Euroopan tasolla trendi on selvästi siihen, että se alkaa olla joka maassa jo enemmän tai vähemmän ainakin joillekin yrityksille pakollista.

Yrityksille sisäisiä isomorfisia paineita aiheuttavaksi tekijäksi mainitaan henkilöstö. Se, minkä tyyppisten paineiden kautta tarkemmin yrityksen yhteiskuntavastuu lisääntyy sisäisesti, ei haastatteluaineistosta tarkasti ilmene.

H4 Se paine tulee kumminkin sieltä yrityksen oman henkilöstön kautta.

7.8 Yrityksen yhteiskuntavastuuta samankaltaistavat paineet ay-liikkeessä

Millaiset paineet samankaltaistavat ammattiyhdistysliikkeen toimintaa suhteessa yritysten yhteiskuntavastuuseen?

Ulkopuolelta kohdistuvia isomorfisia paineita ay-liikkeelle itselleen aiheuttavat eniten globalisaatio, julkinen keskustelu ja yrityksen yhteiskuntavastuun normit ja standardit. Globalisaatioon pohjautuvat ammattiliittojen jäsenten työelämään vaikuttavat rakenteelliset muutokset tunnustetaan pakottavana paineena. Ay-liikkeeseen kohdistetaan kulttuurisia odotuksia sen keskeisen yhteiskunnallisen aseman takia. Siltä odotetaan näkyviä tekoja yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksissä.

H4 kyllähän se paine on tullut siitä, että monikansalliset yritykset tarkastelevat toimintaansa globaalisti, niin sitä kautta meidän edunvalvontakin on globalisoitunut. Ja se paine on tullut, että totta kai nimenomaan laman jälkeen, kun teollisuuden rakennemuutos kiihtyi ja nähtiin, että yritykset siirtyvät yhä enemmän ja enemmän Aasiaan. Totta kai silloin myös yritysten työpaikkoja siirtyi Aasiaan. Ilman muuta yritystasolle tuli paine, että työpaikat siirtyvät halpatyövoimamaihin, joissa työntekijöitä riistetään. Meidän on seurattava, kuinka tässä käy, onko tämä totta ja mitä tapahtuu.

Yrityksen yhteiskuntavastuun ympärillä käytävä julkinen keskustelu aiheuttaa ay-liikkeelle samankaltaistavia normatiivisia paineita. Ay-liike haluaa olla mukana keskustelemassa yhteiskuntavastuusta kaikilla tasoilla niin kotimaassa kuin kansainvälisellä tasolla ja haluaa osoittaa olevansa ammattilainen myös tässä asiassa. Vaikuttaa kylläkin siltä, että ay-liike on ottanut aiheen agendalle pakottavan paineen seurauksena, kun yrityksen yhteiskuntavastuu on tullut osaksi julkista keskustelua. Ay-liikettä kohtaan on kulttuurisia odotuksia, koska sillä on pitkät perinteet palkansaajien etujen luojana ja turvaajana. Ay-liike myös itse on kokenut, että sillä on tärkeä rooli yhteisten merkitysten luomisessa ja uudelleenmäärittämisessä.

H2 Se tietoisuus, että tästä puhutaan nyt paljon ja tämä on tapetilla ja tähän tehdään toimenpiteitä.

Esimerkkejä siitä, että kuluttajajärjestöt tai kansalaisjärjestöt kohdistaisivat yrityksen yhteiskuntavastuuta koskevia isomorfisia paineita ay-liikkeen suuntaan, ei löydy.

Erilaiset yhteiskuntavastuun normit ja standardit luovat ikään kuin ennakkoivia normatiivisia paineita. Ay-liike edellyttää itseltään ammatillista pätevyyttä keskustella yrityksen yhteiskuntavastuun ympärille määrittelyistä normeista ja korostaa siksi normien sisältöjen ja terminologian hallintaa.

H2 Kun me istumme näissä tietyissä pöydissä, missä täytyy tietää nämä tietyt terminologiat ja taustat, niin ehkä tällainen sopimus pohjainen ajattelu on lisääntynyt. Että esimerkiksi nämä erilaiset OECD:n Guide Linet ja näitä mitä on tehty paitsi maailman tasolla niin myös Eurooppa-tasolla, kuten nämä EU:n strategiat, että on olemassa tällaiset.

Toisaalta yrityksen yhteiskuntavastuun normien ja standardien nähdään ay-liikkeen sisällä lisäävän normatiivista painetta nähdä ne uutena työkaluna osoittaa asiantuntijuutta myös yrityksen yhteiskuntavastuussa.

H5 Standardit ja normit ovat yksi työkalu. Sen takia me olemme tiedottaneet ISO 26000 standardista. Tässä on sellaisia sisäänheittoelementtejä, jotka mielestäni antaa palkansaajajärjestöille poikkeuksellisen hyvät lähtökohdat tarttua, että minä olen odottanut ja olen pikkuisen pettynyt siitä, että tähän ei ole aktiivisesti tartuttu. Systemiajattelu, joka kulminoituu näissä ohjeistuksissa ja normirakennelmissa myös, niin kyllä me ollaan yhteiskuntavastuun osalta menossa siihen suuntaan, että käsitteistö täsmentyy. Käsitteet, menettelytavat, normit ja seurantamenetelmät, kaikki rakentuvat pikkuhiljaa ja siihen kehitykseen pitää pystyä vaikuttamaan. Kaikkein hölmöin juttu tässä vaiheessa on sulkea itsensä ulos, koska silloin sen rakentaja puhuu.

Samankaltaistavia ay-liikkeen sisältä nousevia paineita vaikuttaa olevan melko vähän. Yhteiskunnalliset rakennemuutokset ovat aiheuttaneet epämuodollisiin ja kulttuurisiin odotuksiin liittyvää pakottavaa painetta käsitellä yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksiä ay-liikkeen sisällä. Asian ovat nostaneet esiin sekä jäsenet että liittojen toimihenkilöt. Lisäksi ammattijärjestöjen henkilöstö saattaa kokea itse normatiivista painetta ennakoida yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyviä toimia, vaikka sitä ei heiltä suoraan olisi vielä vaadittukaan. Ammattijärjestöissä saatetaan täten kokea painetta normatiiviseen isomorfismiin asioissa, jotka liittyvät ay-liikkeen keskeisiin osaamisalueisiin kuten esimerkiksi työntekijöiden oikeuksien puolustamiseen.

H3 Kyllähän nämä ovat nousseet sekä asiamiesten että jäsenten keskuudessa, kun kokonaisia tehtaita suljetaan tai toimintoja siirretään toisiin maihin, ja sen takia tulee suuria irtisanomisia, niin vastuullisuuskysymyksiä pitäisi enemmän käsitellä.

Yrityksen yhteiskuntavastuukäsitteeseen vaikuttaa liittyvän isomorfisia paineita. Ay-liikkeen edustajat tuntevat normatiivista painetta selkeyttää ay-liikkeen sisällä sitä, mistä yrityksen yhteiskuntavastuussa on kyse. Heidän mielestään erityisesti sosiaalisen vastuun sisältöä ja siihen sisältyviä ay-liikkeen näkökulmasta oleellisia asioita tulee terävöittää. Lisäksi on aistittavissa huoli siitä, että ay-liike ei ole vielä täysin osannut ilmaista asiantuntijuuttaan yrityksen yhteiskuntavastuun ammattilaisena ja erityisesti sosiaalisen vastuun ammattilaisena myöskään muiden toimijoiden suuntaan. Normatiivista painetta kohdistuu myös siihen, että ay-liikkeen pitäisi osata kertoa, miten olennainen toimija ay-liike on sosiaalisen vastuun edistäjänä. Se on ollut luomassa suomalaista työmarkkinajärjestelmää, joka takaa esimerkiksi järjestäytymisvapauden.

H10 Luulen, että aika monet tietävät sinne päin, mitä tarkoittaa yritysten yhteiskuntavastuu. Olen ollut havaitsevinani, että ihan viime vuosiin asti aika monet ovat ymmärtäneet, että se tarkoittaa ympäristöä. Sosiaalinen vastuu on ollut selvästi joko kokonaan unohdettuna tai vähemmällä painoarvolla. Mutta se on nyt nousemassa ihan selkeästi. Sosiaalisesta vastuusta ei niinkään ole puhuttu. Sosiaalisen vastuun näkökulmasta ei ole vielä riittävästi sisäistetty, että yhteiskuntavastuuseen sisältyy velvoite kunnioittaa järjestäytymisoikeuksia ja ay-liikkeen toimintavapauksia. Suomalaiset ovat niin tottuneita järjestelmään, että melkein kaikki ovat ammattiliiton jäseniä lähes tietämättään, melkein kuin kirkon jäseniä ja sinne maksetaan jäsenmaksua ja sieltä saadaan ne vakiopalvelut, joita pidetään itsestään selvinä. Suurin osa ei

tiedä, että maailman valtaenemmistölle tämä on aivan utooppinen tilanne. Tällaisia oikeuksia ei ole ja varsinkaan mitään palveluita ei saada. Esimerkiksi Intiassa on lain mukaan oikeus kuulua ammattiliittoon ja perustaakin sellainen, mutta se oikeus ei sitten käytännössä toteudu. Järjestäytymisvapauden tärkeyttä ei ymmärretä. Sitä tarkastellaan kuin suomalaista ay-liikettä ja suomalaisen ay-liikkeen imagoa vasten tätä ammatillisen järjestäytymisen, ammattiyhdistysliikkeen roolia tässä yhteiskuntavastuussa.

Yrityksen yhteiskuntavastuun merkityksen ay-liike uskoo kasvavan eli tulevan tasavertaisemmaksi ay-liikkeen perinteisten toimintojen kanssa. Taustalla on nähtävissä normatiivista painetta eli ammatillista otetta yrityksen yhteiskuntavastuuseen kaivataan. Toisaalta havaittavissa on normatiivista painetta siihen suuntaan, että ay-liikkeen tulee oivaltaa vahvistaa rooliaan yrityksen yhteiskuntavastuun määrittelijänä tulevaisuudessa.

H9 Ei se paljon auta, jos liitot neuvottelevat vain työehtosopimuspykäläiä. Entistä enemmän tulee perinteisten tes-pykäliden rinnalle tämä yhteiskuntavastuu ja siihen vaikuttaminen aktiivisesti ja ennakoivasti. Aika hyvä mahdollisuus suomalaisilla ammattiliitoillakin on, kun on perinteisesti vahva asema, niin ottaa se rooli myöskin yhteiskuntavastuun kehittäjänä. Käydään keskusteluja jatkuvasti, että mikä on ay-liikkeen tulevaisuus ja mitä ay-liikkeellä on annettavaa. Kyllähän se olisi silta rekrytoida esimerkiksi nuoria uusia jäseniä porukkaa mukaan. Olemme muun muassa tällaisessakin mukana. Ei pelkästään se, että käydään kerran kahteen, neljään vuoteen raamineuvottelut tai puhutaan lakoista.

Ammattiliittojen nuoret jäsenet haastavat liittojaan yhteiskuntavastuukeskusteluun. He toivovat niiltä aktiivista otetta. He kohdistavat ay-liikkeeseen normatiivisia vaateita siitä, että ay-liikkeen on osoitettava näkyvämmiin asiantuntijuuttaan yhteiskuntavastuukysymyksissä. Yrityksen yhteiskuntavastuu on aihe, jonka nuoret näkevät olevan laaja globaali kysymys, ay-liikkeeseen kohdistuu nuorten jäsenten mielestä suuria kulttuurisia odotuksia, ja siksi he osoittavat myös pakottavaa painetta ay-liikettä kohtaan.

H8 Kyllä sitäkin on nähtävissä, että varsinkin nuorempien ihmisten ja myös meidän liittojen jäsenten piirissä ollaan hyvinkin kiinnostuneita tietämään, miten me vaikuttamme siihen, että suomalaiset yritykset maailmalla toimisivat vastuullisemmin. Kun on nähty tv:stä dokumentteja tai lehdistä luettu siitä, että kehitysmaissa on huonot työolot, ja siellä on suomalaiset yrityksetkin jotenkin osallisina, niin kyllä meidän usein nuoremmat jäsenet ovat aktiivisia kysymään ja jopa haastamaankin meitä, että mitä te teette tälle asialle. Kyllä sellainen paineverkko on, vaikka useimmiten jäsenten kanssa keskustellaan jäsenten omista työoloista, totta kai, mutta kyllä sitäkin mielenkiintoa ja tavallaan globaalimpaakin ajattelua jopa tämän vastuun suhteen koko ajan enemmän on, selvästi vaativassa mielessä, meidän täytyy tehdä jotain.

Vertailu

Globalisaatio ja julkinen keskustelu aiheuttavat ay-liikkeen mielestä niin yrityksille kuin sille itselleenkin ulkoisia pakottavia paineita. Muita keskeisiä pakottavaan isomorfismiin johtavia paineita yrityksille aiheuttavat maine sekä kuluttaja- ja kansalaisjärjestöt sekä ay-liike. Mutta ay-liikkeelle itselleen maine tai kuluttaja- ja kansalaisjärjestöt eivät aiheuta isomorfisia paineita. Normien ja standardien koetaan lisäävän normatiivista isomorfismia niin yrityksissä kuin ay-liikkeessäkin. Ainoa osapuoli, joka luo sisäisiä isomorfisia paineita yrityk-

sissä, on henkilöstö. Ay-liikkeellä vaikuttaa kuitenkin olevan melko vähän tietoa paineiden sisällöstä. Ay-liikkeen sisällä yhteiskunnan rakennemuutokset ovat luoneet pakottavaa painetta, ja yrityksen yhteiskuntavastuukäsite useista eri näkökulmista normatiivista painetta. Uudet sukupolvet luovat melko voimakastakin isomorfista painetta yrityksen yhteiskuntavastuuta kohtaan niin yrityksissä kuin ay-liikkeen sisälläkin. Yrityksiin vaikuttaa kohdistuvan kaikkea kolmea isomorfista painetta, mutta ay-liikkeeseen itseensä pääsääntöisesti normatiivista painetta.

7.9 Legitimaatioanalyysi

Seurauksiin perustuva legitimaatio: mitä on saavutettu yrityksen yhteiskuntavastuun avulla?

Ay-liikkeen edustajat korostavat lainsäädännön ja kansainvälisten normien ja standardien sekä vastuullisuusaloitteiden roolia moraalisen legitimitietin pohjarakenteena. Ne ovat jo itsessään saavutuksia, joiden pohjalta yrityksen yhteiskuntavastuuta voidaan alkaa kehittää eteenpäin. Yritykset usein soveltavat joko suoraan esimerkiksi monikansallisille yrityksille suunnattuja ohjeistuksia tai YK:n Global Compact – vastuullisuusaloitetta tai tekevät omat sisäiset säännöt, jotka pohjautuvat kansainvälisiin normistoihin. Nykyään jo monet yritykset ulottavat vastuullisuusohjeensa koskemaan myös alihankkijoitaan.

H6 Tarvitaan pohjarakenne: ympäristölainsäädäntö, työlainsäädäntö, työsuojelulainsäädäntö, työterveyshuoltolainsäädäntö. Pitää olla myös tarkka määrittelyssä, että lainsäädäntö on se pohja.

H8 Työelämän oikeuksissa ensisijainen lähde on ILO:n työelämän standardit ja OECD:n monikansallisten yritysten toimintaohje, jossa eri osapuolet ovat mukana laatimisessa ja noudattamisen valvonnassa ja siinä on seurantamekanismit olemassa. OECD:n jäsenvaltiot kuten Suomi ovat sitoutuneet edistämään niitä ja ILO:n sopimukset ovat sitten ihan puhtaasti sitovia sopimuksia. Suomalaiset yritykset ovat näissä eri kansainvälisissä yritysten omista aloitteista mukana, esimerkkinä Business Social Compliers Initiative, jossa Suomesta on mukana kaupan alan yrityksiä kuten Kesko ja Stockmann. Jossain on yhteiskuntavastuusäännöstö, joka pohjautuu kansainvälisen työelämän normeihin ja vastaaviin ihmisoikeusnormeihin, ympäristösopimukseen ja joissa on sitten omat menettelyt, miten näitten yritysten alihankkijoiakin valvotaan näiden normien noudattamisessa ja sitten vastaava tai huomattavasti väljempi vastaava on YK:n Global Compact, jossa on myös monet suomalaiset suuret yritykset on allekirjoittajina.

Yrityksen yhteiskuntavastuun edistäminen on sisällytetty Suomen valtion hallitusohjelmaan. Haastateltujen henkilöiden mukaan sillä on moraalista legitimiyyttä vahvistava vaikutus.

H8 Tämän hallituksen ohjelmassa on aika vahvasti yritysvastuu mukana, että kyllä myös poliittisten päättäjien puolelta asiaa on nyt viime aikoina entistä enemmän alettu viedä eteenpäin.

Ay-liikkeen mielestä yhteiskuntavastuukeskustelun seurauksena yritykset ovat aidosti alkaneet tehdä asioita paremmin. On virinnyt vilkkaana käyvä keskustelu-

lu aiheista, joista ei ole ennen keskusteltu kuten esimerkiksi suomalaisyritysten roolista halvan työvoiman maissa tai epäeettisistä työoloista.

H8 Se on nyt tätä päivää, että tehdään asioita vastuullisemmin. Se on niin laajalla rintamalla, ajatus siitä, että kaikkien yritysten pitää olla vastuullisia. Se missä minä näen suuren roolin yhteiskuntavastuukeskustelulle, on se, että se on valtavasti herättänyt keskustelua. Uskoisin, että esimerkiksi suomalaisyritysten roolista halvan tuotannon maissa ja siitä, mikä merkitys niiden valinnoilla on sitten työntekijöiden asemaan siellä, siitä tuskin keskusteltaisiin ilman tätä yhteiskuntavastuukeskustelua.

Hyvä yritysvastuu on tutkittavien mukaan ilmennyt myös yritysten haluna pitää kiinni osaavasta työvoimasta taloudellisesti vaikeina aikoina.

H2 Kriisiaikoina yritykset, jotka ovat pyrkineet välttämään irtisanomisia ja onnistuneetkin siinä, ovat käyttäneet lomautusmenettelyä ja valtiovallan tarjoamia instrumentteja. On koulutettu ihmisiä sinä aikana, kun ei ole ollut tilauksia. Se on yritys-vastuuta, yritetään katsoa yhdessä tulevaisuuteen.

Haastatellut ay-liikkeen edustajat ovat havainneet, että erityisesti sen jälkeen kun OECD:n monikansallisille yrityksille suunnattuja ohjeistuksia on päivitetty selvemmiksi, yritykset ovat omaksuneet vastuullisempia toimintatapoja ja vahvistaneet täten moraalista legitimitettiin.

H8 OECD:n monikansallisten yritysten toimintaohjeita on päivitetty ja korjattu siihen suuntaan, että entistä selkeämmin sanotaan, että yrityksellä on vastuuta myös suhteessa alihankintaketjuun. Kyllä tämä on alkanut näkyä yritysten omissakin puheenvuoroissa. On selvästi havaittu, että tilanne on muuttunut ja että yritykset eivät enää voi väistää vastuuta. Se on näkynyt tietysti myös julkisessa kansalaiskeskustelussa ja tiedotusvälineissä koskien lapsityövoimaa tai huonoja työolosuhteita jossain vaikkapa kiinalaisilla tehtailta, joissa tuotetaan Suomessa myytäviä tuotteita, niin kyllä hyvin yleinen monien kansalaisten reaktio on se, että sellainen ei ole hyväksyttävää.

Ay-liikkeen omista saavutuksista mainittakoon, että Suomessa työmarkkinajärjestöt ovat olleet rakentamassa yrityksen yhteiskuntavastuun näkökulmasta keskeistä lainsäädäntöä yhdessä työnantajien ja valtiovallan kanssa. Ay-liikkeessä se luokitellaan saavutukseksi, joka myös luo pohjaa moraalille legitimitetille.

H2 Yhteiskunta on rakennettu nimenomaan kolmikannaksi, puhutaan kolmikannasta, että työntekijät, työnantajat ja valtiovalta yhdessä. Meidän mandaatti on niin vahva sen takia, koska silloin kun me esimerkiksi valtakunnan tasolla päätetään jostain asiasta, niin se toteutuu myös joka paikassa.

Moraalista legitimitettiin lisäävänä saavutuksena voidaan pitää myös erään ammattiliiton toimia, kun se sai hankittua Suomessa työskenteleville muualta Euroopasta tulleille työntekijöille 700 000 euron palkkasaatavat.

H7 Tällaista työntekijöiden kohtelua on vaikea ymmärtää, koska pitkät perinteet omaavan vastuullisuusajattelun mukaan lakien ja sopimusten noudattaminen, verojen maksaminen sekä luottamus ja rehellisyys ovat osa suomalaisen yhteiskunnan perustaa.

Palkansaajakeskusjärjestöt (2011) ovat saaneet aikaan yhteisen kannanoton Euroopan komission uudistettuun yrityksen yhteiskuntavastuu -strategiaan. Ay-

liikkeen mukaan kannanotossa korostetaan sitä, että vastuullisuuskeskustelun pitää lähteä lainsäädännön ja työmarkkinaosapuolten välisten sopimusten kunnioittamisesta sekä sosiaalista vastuuta tulee korostaa julkisten hankintojen yhteydessä.

H2 Meillä on ihan tuore joulukuun puolella välissä tehty palkansaajakeskusjärjestöjen yhteinen kommentti Euroopan komission koskien uutta strategiaa ja vähän kerrotaan, mitä se meidän mielestä on.

Euroopan tasolla tehtyä sektorikohtaista kvartsihiekkasopimusta (Wärtsilä), voidaan pitää esimerkkinä ylikansallisesta moraalista legitimaatiota edistävästä yrityksen yhteiskuntavastuun soveltamisesta. Euroopan tasolla on tehty esimerkiksi sektorikohtainen kvartsihiekkasopimus. Siinä määritellään kvartsihiekkalle altistumisen rajat.

H4 Sitten sektoritasolla oli kvartsihiekkasopimus, sen neuvottelussa me olimme mukana

Ay-liike nostaa esiin myös yritysten moraalista legitimitettä heikentäviä epäkohtia. Sen omien tutkimusten mukaan, se että yrityksellä on hyvät yhteiskuntavastuuohjeistonsa, ei riitä aina takaamaan sitä, että yritykset noudattavat niitä.

H10 Me olemme teettäneet tutkimusraportteja, joissa on selvinnyt, että ei mene vielä ihan putkeen niilläkään yrityksillä, joilla on hyvät eettiset toimintaohjeet.

Menetelmiin perustuva legitimaatio: mitä toimintatapoja, tekniikoita ja prosesseja on noudatettu?

Tärkein menetelmä, jonka avulla yritykset osoittavat onnistumistaan yhteiskuntavastuukysymyksissä, kerrotaan olevan vastuullisuusraportti. Yleisin Suomessa käytössä oleva raportointityökalu on ay-liikkeen mukaan GRI -raportointityökalu.

H5 GRI on ehkä yksi laajimmalle levinneitä ja on aika laajasti käytössä tällä hetkellä.

Kukaan haastatelluista ei ota esille yritysten harjoittamaa sponsorointia tai hyväntekeväisyyttä yrityksen yhteiskuntavastuun legitimiyyttä osoittavana tai lisäävänä toimintatapana.

Suomalaiset ammattijärjestöt uskovat itse yrityksen yhteiskuntavastuun edistämässä yhteistyön voimaan. Yhteistyötä tehdään laajasti kansallisesti ja kansainvälisesti yrityksen yhteiskuntavastuusta kiinnostuneiden kanssa. Yhteistyömuotoja ovat erilaiset kampanjat, yhteiset projektit ja seminaarit.

H9 Finnwatchin Ihmisarvoisen työn ohjelma tarkastelee yritysten toimintaa ILO:ssa määriteltyjen työelämän perusnormien sekä ihmisarvoisen työn näkökulmasta. Ohjelman kautta Finnwatch selvittää tutkimustoiminnassaan kehitysmaissa toimivien suomalaisten yritysten ja niiden alihankkijoiden työntekijöiden järjestäytymisoikeutta, kollektiivista sopimista, toimeentuloa, työaikoja, työturvallisuutta, työterveyttä ja muita työelämän perusoikeuksia.

H6 Meillähän oli maassa X yksi projekti, jossa koulutettiin yrityksiä, joista tulee Suomeen tavaraa. Pyrittiin sitten kouluttamaan väkeä siihen, että huomioitaisiin entistä paremmin ympäristö-, ja sosiaali- ja työsuojelunormeja.

Tärkeimmät keskeisille yhteiskunnallisille vaikuttajille suunnatut keskustelufoorumit ay-liikkeen mielestä ovat työ- ja elinkeinoministeriön alainen yhteiskunta- ja yritysvastuun neuvottelukunta sekä Eettinen forumi.

H2 Mehän ollaan kaikki palkansaajajärjestöt myös työnantajapuoli mukana tässä yhteiskunta- ja yritysvastuun neuvottelukunnassa eli siellä koitetaan niin kuin tähän vaikuttaa siihen, että millä tavalla, vaikuttaa siihen, että miten meillä kansallisesti näitä asioita käsitellään ja minkälaisia asioita tulisi nyt nostaa lähivuosina ja minkälaisia tavoitteita nyt tavallaan kansallisesti asettaa näille asioille, koska se on muuta kuin sitä raportointia.

Huomionarvoista on se, että ay-liikkeellä ei ole yhteistä foorumia, jossa yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksiä käsitellään. Se laskee moraalista legitimaatiota tältä osin.

Rakenteisiin perustuva legitimaatio: miten yrityksen yhteiskuntavastuu näkyy tavoitteissa, strategiassa, henkilöstöresursseissa?

Rakenteisiin perustuvasta eli siitä miten yrityksen yhteiskuntavastuu ilmenee yritysten tavoitteissa tai strategiassa, saadaan tämän tutkimuksen avulla melko vähän tietoa. Yrityksen yhteiskuntavastuuseen työssään keskittyvästä henkilöstöstä erityisesti isoissa yrityksissä sen sijaan kerrotaan runsaasti esimerkkejä. Heidän tehtävänä on kehittää menetelmiä, joilla yritykset voivat osoittaa vastuullisuuttaan.

H10 Onhan se aika monessa yrityksessä näkyvässä, että siellä on yhteiskuntavastuosastot peräti siis lähinnä isoissa yrityksissä, että siellä on henkilökuntaa, jonka tehtävänä on paneutua näihin kysymyksiin ja kehittää järjestelmiä ja menetelmiä, millä tämä vastuullisuus hoidetaan tuotantoketjussa, onhan siellä selkeästi.

Yrityksen yhteiskuntavastuun teemoja on tutkittavien mukaan alettu myös sisällyttää opintoihin ainakin ammattikorkeakouluissa ja yliopistoissa.

H10 Just olin Finatexin järjestämässä keskustelutilaisuudessa, jossa heillä on alka-
massa Aalto -yliopiston ja muutamien ammattikorkeakoulujen kanssa kestävän kasvun ohjelma, jonka yksi osa on vastuullisuuden lisääminen ja vastuullisuusvalvonta, että kyllä tosi laajalla rintamalla tällä hetkellä ollaan menossa.

Millaisiin rakenteisiin perustuu yrityksen yhteiskuntavastuun legitimitetti ay-liikkeessä? Vain yhden järjestön ylin päättävä elin on tehnyt poliittisen päätöksen sisällyttää yrityksen yhteiskuntavastuu teemana viisivuotistavoiteohjelmaansa. Toinen järjestö suunnittelee yhteiskuntavastuuseännösten viemistä hallinnon päätettäväksi tarkoituksena saada uusi työkalu päivittäiseen edunvalvontaan.

H9 Meillä on vähän vaiheessa tämä homma. On menossa liiton hallintoon yhteiskuntavastuulinjaus, on valmisteltu yritysten yhteiskuntavastuusta linjaus ja se on tämän kevään aikana kuulemma menossa liittohallitukseen. Minä näkisin, että siitä tulee

jonkinlainen työkalu päivittäiseen edunvalvontaan, siihen työhön, mitä me tulemme tekemään. Meillä on tämä perinteinen edunvalvonta ja sitten on tullut koulutuspolitiikkaan ja elinkeinopolitiikkaan vaikuttaminen, niin tämä yhteiskuntavastuu on varmaan yksi työkalu.

Yksittäisiä rakenteellista legitimizeettiä edistäviä esimerkkejä ovat yrityksen yhteiskuntavastuun sisällyttäminen teemana ay-aktiivien koulutukseen sekä yhdessä ammattiliitossa käytössä oleva tapa ottaa yhteyttä yrityksiin, joiden toimintatavoissa ilmenee epäeettisiä vivahteita. Kyseisessä järjestössä on elin nimeltään kunnialautakunta, joka pyrkii esiin nousseiden ei-vastuullisten toimintatapojen vähenemiseen käymällä vuoropuhelua kyseisten yritysten kanssa.

H10 Mehän järjestämme koulutusta osana tätä meidän kotimaista toimintaa ay-liikkeen aktiiveille, ja teemat ovat joka ikisessä koulutuspaketissa mukana.

H5 Kyllä sillä, että on jokin elin, joka ottaa yhteyttä, ottaa asian esille, sillä on oma vaikutuksensa sitten myös asianosaisten käyttäytymiseen.

Miten yrityksen yhteiskuntavastuutyö jakautuu ay-liikkeessä? Yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksiä käsitellään kansainvälisten asioiden, yhteiskuntasuhteiden, elinkeinopoliittisten asioiden sekä edunvalvonta-asioiden yksiköissä. Joidenkin haastateltujen mukaan yrityksen yhteiskuntavastuu on vastuutettu asiantuntijoille osaksi heidän toimenkuvaansa ja joidenkin mielestä se on hajautettu kaikille.

H3 Ei meillä mitenkään ole erityisesti nimetty yrityksen yhteiskuntavastuuasiantuntijaa, vaan että se on yksi osa-alue tässä muussa toimenkuvassa.

H2 Mehän teemme täällä kaikki sitä. Ei se ole kenellekään nakitettua, vaan se on ihan kaikkien asia meidän omassa edunvalvonnassa, ihan jokaisen tontilla.

Persoonaan perustuva legitimaatio: ketkä yrityksen yhteiskuntavastuusta puhuvat?

Yrityksen yhteiskuntavastuu on ay-liikkeen mielestä esillä julkisessa keskustelussa melko usein, ja keskustelun aiheina ovat ympäristö- ja sosiaalisen vastuun kysymykset.

H2 Suomessakin tulee ilmi näitä hirveitä tapauksia, kun jätteet on heitetty minne vaan. Ihmisille on tullut halua määritellä, että yritys ei voi niin tehdä. Se ei ole luvalista. Ja myöskin tämä, mikä kyllä menee lainsäädännön noudattamisen puitteisiin, että kuinka ihmeessä jossain kiinalaisessa ravintoloissa on kohdeltu työntekijöitä tai löydetty näitä orjatyöntekijöitä yhtäkkiä jostakin kerrostaloasunnosta, 20 ihmistä kaksiossa ja yötä päivää tehdään hommia.

Suomessa keskusteluun osallistuvat ay-liikkeen mukaan monet yhteiskunnalliset toimijat kuten työntekijä- ja työnantajajärjestöt, kuluttajaliike, kansalaisjärjestöt, ympäristöjärjestöt ja kirkko.

H3 No tietenkin nämä SASK ja Finnwatch ja Reilua Kauppaa ja monet kansalaisjärjestöt tietenkin aina jonkin asian ympäristöliike ja ympäristöalan järjestöt, että kyllä

tällä tontilla on aika monenlaisia tahoja häärimässä. Jokainen tietenkin katsoo omasta näkökulmastaan. Tämä on aika laaja joukko ja varmaan myös kuluttajajärjestöt.

Ammattiyhdistysliikkeen näkemyksen mukaan yrityksissä keskustellaan yhteiskuntavastuun teemoista lähinnä vain yritysjohdossa. Yritysten sisällä esimerkiksi henkilöstön kanssa käytävä keskustelu on heikkoa.

Ay-liikkeessä yrityksen yhteiskuntavastuusta julkisuudessa puhuvat haastateltavien mukaan järjestöjen puheenjohtajat.

H6 Suomessa kun katsoo tätä keskustelua, niin kyllähän se liittopuheenjohtaja kuin liittopuheenjohtaja vetoaa aina tähän yritysten yhteiskuntavastuuseen.

H8 Pj:n puheenvuoroissa saattaa yksittäinen vastuullisuusnäkökohta johonkin kysymykseen liittyen tulla esiin.

Haastateltujen mukaan ay-liikkeen sisällä yrityksen yhteiskuntavastuusta keskustelevat päättäjät eri tasoilla sekä järjestöjen palkatut toimihenkilöt monenlaisissa asiayhteyksissä mutta lähinnä sisällytettynä muihin asiakokonaisuuksiin tai osana jokapäiväistä toimintaa. Selvästi eniten yrityksen yhteiskuntavastuusta keskustelevat järjestöissä asiantuntijatehtävissä toimivat henkilöt.

H2 Ei mitenkään erityisesti, että ei meillä ole mitään yhteiskuntavastuutyöryhmää. Ei ole haluttu, se on arkipäivän toimintaa.

Vertailua

Ay-liike nimeää useita moraalista legitimaatiota edistäviä yritysten saavutuksia. Se myös antaa tunnustusta yrityksille vastuullisuuden lisäämisestä toiminnassa. Ay-liike nimeää tärkeimmäksi omaksi saavutukseksi oman roolinsa yhteiskuntavastuuseen liitettävän keskeisen lainsäädännön rakentajana yhdessä työnantajien ja valtiovallan kanssa. Muilta osin ay-liikkeen saavutukset ovat lähinnä yksittäisiä mainintoja.

Yleisin toimintatapa osoittaa moraalista legitimiyyttä yrityksissä on vastuullisuusraportointi. Ay-liikkeessä sen kerrotaan vastaavasti olevan laaja-alainen yhteistyö. Ay-liikkeellä ei kuitenkaan kerrota olevan yhteistä foorumia, jossa se käsittelee yhteiskuntavastuuseen liittyviä aiheita. Tärkeimmät toimielimet, joissa ay-liike on mukana edistämässä yrityksen yhteiskuntavastuuta, ovat yhteiskunta- ja yritysvastuun neuvottelukunta sekä Eettinen foorumi.

Rakenteisiin perustuvasta moraalista legitimaatiosta yrityksissä saadaan melko niukasti tietoa. Tutkittavilla ei ole tietoa siitä, miten yhteiskuntavastuu ilmenee yritysten tavoitteissa tai strategiassa. Ay-liikkeessäkin vain yhdessä järjestössä tema näkyy poliittisessa asiakirjassa eli viisivuotistavoiteohjelmassa. Haastateltujen mukaan yritykset ovat palkanneet yhteiskuntavastuuseen keskittyvää henkilöstöä. Näin ei ole ay-liikkeessä, vaan siellä yhteiskuntavastuukysymykset on sisällytetty osaksi henkilöstön toimenkuvaa.

Persoonaan perustuvan legitimaation näkökulmasta todettakoon, että yrityksissä yhteiskuntavastuusta keskustellaan lähinnä johdon tasolla niin yrityksistä ulospäin kuin myös yritysten sisällä. Ay-liikkeessä myös johtotaso on se, joka viestii aiheesta ulospäin. Ay-liikkeen sisällä aiheesta keskustellaan eri pää-

töksentekotasolla sekä toimihenkilötasolla. Tärkein ryhmä, joka yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksiä ammattijärjestöissä käsittelee, ovat asiantuntijat.

Moraalista legitimizeettiä heikentävänä seikkana ay-liike muistuttaa siitä, että vastuullisuusperiaatteet eivät välttämättä takaa sitä, että yritykset toimivat vastuullisesti.

8 KESKUSTELU JA PÄÄTELMÄT

8.1 Yhteenveto tuloksista

Tässä tutkimuksessa tarkasteltiin yrityksen yhteiskuntavastuuta ammattiyhdistysliikkeen näkökulmasta. Tutkimus toteutettiin empiirisenä haastattelututkimuksena. Seuraavassa tiivistetään tulokset tutkimuskysymyksittäin.

Miten yrityksen yhteiskuntavastuu ymmärretään yleensä Suomessa?

Haastateltujen ammattiyhdistysliikkeen edustajien mukaan yrityksen yhteiskuntavastuu on nykyään usein esillä julkisessa keskustelussa. Kuitenkin se, mitä yrityksen yhteiskuntavastuulla sisällöllisesti tarkoitetaan, ei aina ole kovin selvää eli voidaan sanoa, että käsitteen sisältö on vielä vakiintumaton. Julkisuuudessa vastuullisuudesta puhutaan tutkittavien mukaan tavanomaisesti laajasti ymmärrettynä. Yhteiskuntavastuuseen koetaan kuuluvan erityisesti se, että noudatetaan lakeja ja sopimuksia. Vapaaehtoisesta lakien vaatimukset ylittävää toiminnasta ei haastateltavien mukaan usein puhuta julkisuudessa. Haastatellut kuitenkin huomauttavat, että on olemassa pieni joukko toimijoita, jotka ovat vihkiytyneet asiaan kansainvälisen mallin mukaisesti. Yrityksen yhteiskuntavastuun yhdistämistä vapaaehtoistoimintaan ja sponsorointiin ei kukaan tutkittavista nosta esiin. Useiden haastateltujen ammattiyhdistysliikkeen edustajien mielipiteiden mukaan yrityksen yhteiskuntavastuu on Suomessa pitkään ymmärretty lähinnä vastuuna ympäristöstä. Pienemmällä painoarvolla olleen sosiaalisen vastuun merkityksen arvioidaan lisääntyneen yrityksissä viime aikoina.

Ay-liikkeen mielestä yrityksissä käydään harvoin sisäistä vuoropuhelua yhteiskuntavastuusta, ja jos sitä käydään, keskustelu rajoittuu usein johdon tasolle. Yksiselitteisiä, yleisesti käytettyjä yrityksen yhteiskuntavastuumääritelmiä ei nouse vastauksissa esiin, vaan ay-liikkeen edustajien mielestä yritykset usein määrittelevät yhteiskuntavastuun omilla tavoillaan. Euroopan komission aiempi määritelmä eli jako taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen on ainoa mainittu määritelmä haastatteluissa. Vastuullisuuteen perehtyneet osapuolet, kuten monikansalliset yritykset, ovat edelläkävijöitä, ja ne määrittelevät yhteiskuntavastuun pohjautuvan lainsäädäntöön, kansainvälisiin standardeihin ja sopimuksiin sekä korostavat toiminnan lait ylittävää luonnetta. Myös kansalaisjärjestöt ovat olleet suunnannäyttäjiä yrityksen yhteiskuntavastuukeskustelussa. Yrityksen yhteiskuntavastuun rinnakkaiskäsitteistä esiin nousevat kestävä kehitys, hyvä hallintotapa, eettinen vastuu ja eettisyys.

Miten yrityksen yhteiskuntavastuu ymmärretään ay-liikkeessä?

Yrityksen yhteiskuntavastuu on tuttu käsite suomalaisille ammattijärjestöille itselleen, mutta käsitteen sisällöstä on monta näkemystä. Ymmärrys hieman vaihtelee sen mukaan, tarkastellaanko yrityksen yhteiskuntavastuuta kansallisesta vai kansainvälisestä näkökulmasta. Osa vastaajista näkee implisiittisesti,

että erityistä määritelmää ei tarvita, koska yhteiskuntavastuu on sisältynyt ay-liikkeen ideologiaan ja on kuulunut ay-liikkeen perustehtäviin sen perustamisesta saakka. Toisenlaisen näkemyksen mukaan yhteiskuntavastuu on noussut näkyvästi keskusteluun ay-liikkeessä globalisaation vuoksi 2000 -luvun taitteessa.

Kaikki vastaajat tunnistavat ay-liikkeelle keskeisen sosiaalisen vastuun. Osa näkee yhteiskuntavastuun tarkoittavan yrityksen vastuuta ympäristönsä toimijoille taloudellisesta, sosiaalisesta ja ekologista näkökulmasta. Taloudellisen vastuun keskiössä on harmaan talouden torjunta. Työntekijöiden oikeudet erityisesti jäsenistön näkökulmasta kuuluvat keskeisesti sosiaaliseen vastuuseen. Globaalisti tarkasteltuna ILO:n työelämän perusoikeudet muodostavat sosiaalisen vastuun ytimen. Muita keskeisiä ay-liikkeen tunnistamia yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyviä normeja ovat OECD:n monikansallisten yritysten toimintaohjeet sekä YK:n Global Compact. ISO 26000 standardi tiedostetaan. Esiin nousee myös ISO 14000 standardi.

Miten yrityksen yhteiskuntavastuuseen asennoidutaan yleensä Suomessa?

Suomessa ay-liikkeen mukaan kiistellään siitä, mitä kaikkea yhteiskuntavastuun pitäisi kattaa, kuten kuinka laajasti yrityksen tulisi kantaa vastuuta ympäristöstään sekä pitäisikö yhteiskuntavastuun ulottua myös yrityksen alihankkijoihin. Yrityksen yhteiskuntavastuuta ei pidetä tutkittavien mukaan kovin tehokkaana yhteiskunnallisten ja ympäristöllisten ongelmien ratkaisijana, vaikkakin ympäristövastuullisen toiminnan nähdään lisääntyneen. Vastuullisuuspuhe on kuitenkin toiminut poliittisen keskustelun avaajana aiheista, joista ei ole ennen keskusteltu, minkä seurauksena yksittäiset yritykset ovat alkaneet miettiä omaa käyttäytymistään.

Vastuullisuuteen suhtautuvat myönteisesti ay-liikkeen näkemyksen mukaan eniten suurimmat yritykset. Pienet yritykset saattavat toimia hyvinkin vastuullisesti, mutta ne eivät osaa ilmaista sitä. Toisaalta ne voivat myös kieltää koko vastuullisuusvaatimuksen olemassaolon viitaten Suomen melko kattavaan lainsäädäntöön ja laajoihin sopimuksiin. Tutkittavat esittävät myös näkemyksen, jonka mukaan on ollut havaittavissa sellaistaikin kehitystä, että eräät pohjoismaiset yritykset saattavat lipsua vastuullisuudesta, kun toimintaa laajennetaan maihin, joissa lainsäädäntö tai ay-liikkeen asema ovat vähäisempiä.

Miten yrityksen yhteiskuntavastuuseen asennoidutaan ay-liikkeessä?

Kaikki haastatellut henkilöt ovat yksimielisiä yrityksen yhteiskuntavastuun tärkeydestä niin maailmanlaajuisesti kuin kotimaassa, ja merkityksen uskotaan kasvavan edelleen. Muutaman epäilevän näkemyksen mukaan ay-liike ei osaa hyödyntää yhteiskuntavastuuta toiminnassaan. Yritysten vastuullisuusraportointiin suhtaudutaan suomalaisessa ammattiyhdistysliikkeessä kriittisesti. Raportoinnin uskotaan lisäävän oleellisesti toiminnan läpinäkyvyyttä, mikäli henkilöstö otetaan mukaan sisällön määrittelyyn sekä tulosten arviointiin, ja jos auditoinnin tekee ulkopuolinen riippumaton osapuoli. Muussa tapauksessa vaarana voi olla, että raportit yksipuolisesti laadittuina johtavat vain toimiin

yrityksen imagon kiillottamiseksi. Suomalaisessa ammattiyhdistysliikkeessä uskotaan vahvasti siihen, että yrityksen yhteiskuntavastuusta on ja pitääkin olla hyötyä liiketoiminnalle, jotta yritykset haluavat toimia vastuullisesti.

Miten yrityksen yhteiskuntavastuuta sovelletaan yleensä Suomessa?

Ay-liikkeen edustajien haastatteluista käy ilmi, että toiminnan läpinäkyvyysvaatimusten vuoksi isommat yritykset ovat alkaneet toimia avoimemmin ja vastuullisuutta osoittaen. Ne ovat rekrytoineet vastuullisuusteemoihin keskittyvää henkilöstöä, ja yhä useammat yritykset ovat alkaneet raportoida vastuullisuudesta.

Haastatellut arvioivat sosiaalisen vastuullisuuden yrityksissä parantuneen. Haastateltujen mukaan yritykset ovat myös havainneet, että tuottavuuden ja henkilöstön hyvinvoinnin välillä on selvä yhteys. Tutkittavat kuitenkin muistuttavat, että yrityksen yhteiskuntavastuu on saattanut joissakin tilanteissa muuttaa yritysten toimintaa kyseenalaiseen suuntaan. Yritykset ovat halunneet profiloitua julkisuudessa vastuullisena toimijana, vaikka ne samanaikaisesti ovat voineet suhtautua esimerkiksi henkilöstönsä järjestäytymiseen hyvinkin kriittisesti. Näin on tapahtunut Itä-Euroopassa, missä ay-liikkeen asema on heikompi.

Vastuullisuusaloitteet, joita tutkimuksessa haastatellut ammattiyhdistysliikkeen edustajat mainitsevat, ovat pääsääntöisesti yrityskohtaisia, ja ne pohjautuvat ILO:n työelämän perussopimukseen, YK:n Global Compact- tai kauppalalla Business Social Compliers Initiative BSCI -aloitteisiin. Vastuullisuusaloitteet voivat tutkittavien mukaan sisältää myös epäeettisiä lähinnä imagon kiillottamiseen pyrkiviä tekoja. Alakohtaiset vastuullisuusaloitteet ovat vielä harvinaisempia. Kansalaisjärjestöillä sen sijaan kerrotaan olevan runsaasti kampanjaverkostoja eri puolilla maailmaa.

Miten yrityksen yhteiskuntavastuuta sovelletaan ay-liikkeessä?

Suomalaisessa ay-liikkeessä yrityksen yhteiskuntavastuu ei ole eksplisiittistä, vaan haastateltujen mukaan se on pääsääntöisesti sisällytetty osaksi toimintaa. Vastuullisuuskysymyksissä kerrotaan tehtävän laajaa yhteistyötä ammattiyhdistysliikkeen sisällä, työnantajajärjestöjen sekä kansalaisjärjestöjen kanssa niin kansallisesti kuin kansainvälisesti. Tärkein yhteistyöelin, jossa ay-liike on mukana edistämässä yhteiskuntavastuuta, on yhteiskunta- ja yritysvaluuttuun neuvottelukunta. Tutkittavat korostavat sitä, että Suomessa pitkäaikaisen yhteistyön seurauksena työmarkkinaosapuolet – työntekijät ja työnantajat ovat hallinneet keskinäisen dialogin. Toisaalta he eivät kuitenkaan erittele työnantajajärjestöjen kanssa tehtävän keskinäisen yhteiskuntavastuuseen liittyvän yhteistyön sisältöä. Lisäksi käy ilmi, että osa ay-liikkeen edustajista on havainnut, että työnantajajärjestöt käyvät mieluummin vuoropuhelua yrityksen yhteiskuntavastuusta kansalaisjärjestöjen kuin ay-liikkeen kanssa. Globalisaation myötä uusia yhteyksiä on syntynyt. Kaksi henkilöä kertoo tutustuneensa uusiin ay-kollegoihin yhteiskuntavastuun kautta Intiassa, Etelä-Amerikassa ja Aasiassa.

Esiin nousee myös se, että ISO 26000 prosessissa mukana ollut palkansaajapuoli verkottui ja pitää edelleen yhteyttä.

Ammattijärjestöt näkevät roolinsa olevan merkittävä yrityksen yhteiskuntavastuukäsitteen määrittelyssä myös tulevaisuudessa yhdessä kansalaisjärjestöjen kanssa. Ne liitot, joiden jäsenistö työskentelee globaalisti toimivissa yrityksissä, joutuvat pohtimaan myös yrityksen yhteiskuntavastuuta enemmän. Mutta millaisen roolin ay-liikkeen pitäisi ottaa, siihen esittää näkemyksensä vain yksi ay-liikkeen edustaja. Hänen mukaansa suomalainen ay-liike perinteisesti vahvan asemansa perusteella tulee ottaa rooli yhteiskuntavastuun kehittäjänä ja profiloitua nuorille aktiivisena toimijana. Haastatellut pohtivat toisaalta sitä, onko ay-liike osittain epäonnistunut tehtävässään eli jäsentensä etujen puolustajana, kun se ei ole vaatinut yrityksiltä aktiivisesti vastuullisuutta esimerkiksi tehtaiden lopettamisen yhteydessä, niin kuin kirkko on tehnyt.

Palkansaajakeskusjärjestöillä on vuosittain vaihtuva edustus vastuullisuusraportointikilpailun arviointiraadissa. Raportointikilpailussa arvioidaan yritysten laatimien vastuullisuusraporttien sisältöä ja raporttien läpinäkyvyyden tasoa.

Millaiset paineet samankaltaistavat yhteiskuntavastuuta yrityksissä ammat- tiyhdistysliikkeen mielestä?

Suomalaisen ay-liikkeen mielestä keskeisiä isomorfisia paineita vastuullisempaan toimintaan yrityksissä luovat globalisaatio, julkinen mielipide, maineen menettämisen pelko, kuluttaja- ja kansalaisliike sekä ay-liike. Voidaan sanoa, että globalisaation takia yritysten yhteiskuntavastuuta kohtaan kohdistuukin samankaltaistavia pakottavia paineita. Yritysten edellytetään noudattavan lakeja ja työelämän pelisääntöjä yhteneväisesti. Ulkomailla toimiviin suomalaisiin yrityksiin kohdistuu kulttuurisidonnaisia pakottavia paineita. Niiden edellytetään toimivan vastuullisemmin kuin kulloisenkin maan lainsäädäntö edellyttää. Pakottava isomorfismi leviää myös kehittyviin maihin, joissa haastatellut uskovat osallistuttavan tulevaisuudessa enenevässä määrin yhteiskuntavastuukäsitteen sisällön määrittelyyn.

Tutkittavien mielestä myös julkinen keskustelu pakottaa yrityksiä kiinnittämään toimintaansa huomiota ja noudattamaan yhteiskuntavastuuseen liittyviä lakeja ja sopimuksia. Pakottava samankaltaistuminen leviää Suomessa myös julkisella puolella, kun yrityksiä, joilta julkinen sektori hankkii palveluita, on jäänyt kiinni siitä, että ne siirtävät voittojaan veroparatiiseihin.

Maineen menettämisen pelko aiheuttaa tutkittavien mukaan yrityksille isomorfisia paineita toimia vastuullisesti. Maineriski saattaa pakottaa kiinnittämään huomiota yrityksen yhteiskuntavastuuseen tai saada yritykset jäljittelemään vastuullisuudessa jo pidemmällä olevia yrityksiä. Yrityksen saavuttama hyvä maine saattaa lisätä myös normatiivista painetta, kun yrityksissä halutaan osoittaa olevan ammattilaisia myös yhteiskuntavastuussa. Ay-liikkeen mukaan aloilla, joissa on pulaa osaavasta työvoimasta, ilmenee normatiivisia samankaltaistavia paineita. Työntekijät haluavat työskennellä vastuullisuusperiaatteet omaavissa yrityksissä.

Haastateltujen mukaan asiakkaat/kuluttajat ovat yhä merkittävämpi yrityksille samankaltaistavia paineita luova osapuoli. Ne painostavat yrityksiä kiinnittämään vastuullisuuteensa huomiota olemalla kiinnostuneita siitä, miten yritykset tuotteensa valmistavat tai työntekijöitään kohtelevat. Kuluttaja- ja kansalaisjärjestöt ovat erilaisin kampanjoin vaatineet yrityksiä esimerkiksi kiinnittämään huomiota sosiaalisen vastuun edistämiseen työpaikoilla. Ay-liike muistuttaa kuluttajajärjestöjen roolista normatiivisen paineen luojina koskien yhteiskuntavastuunormistoa. Järjestöt ovat näkyvästi olleet vaatimassa normistojen laatimista.

Ay-liike kertoo useista tavoista, joilla se itse kohdistaa samankaltaistavia paineita yrityksiin. Se kokee tehtäväkseen luoda pakottavaa painetta, jotta yritykset määrittelevät omat vastuullisuuskäytäntönsä ja normatiivista painetta, että kyseiset vastuullisuusperiaatteet otetaan käyttöön kaikissa yrityksen toimipaikoissa ja niitä noudatetaan. Pakottavan paineen avulla on syntynyt yritysten kanssa yrityksen yhteiskuntavastuuta koskevia yhteistyösopimuksia, joiden pohjalta on esimerkiksi saatu määriteltyä elämiseen riittävän palkan käsite. Ay-liike kohdistaa pakottava painetta saada yrityksen yhteiskuntavastuu yritysten toimintaa sitovaksi. Ay-liikkeessä koetaan myös normatiivista painetta nostaa profiilia keskeisenä yrityksen yhteiskuntavastuuta määrittelevänä osapuolena.

Muita osapuolia, jotka luovat yrityksille samankaltaistavia paineita, ovat uudet sukupolvet. Ne pakottavat yrityksiä pohtimaan vastuullisuuttaan. Paine vastuullisuuden lisäämiseen kaikessa toiminnassa lisääntyy koko ajan.

Erilaisten yhteiskuntavastuun normien ja standardien laaja joukko on ay-liikkeen mielestä lisäämässä normatiivista painetta kiinnittää huomiota yrityksen yhteiskuntavastuuseen. Mikäli ISO 26000 standardi jossain vaiheessa sertifioidaan, ay-liike uskoo standardin lisäävän normatiivista isomorfismia.

Yritysten laajasti käyttöönotettava vastuullisuusraportointi yleistyy koko ajan normatiivisen paineen seurauksena. Alun perin yritykset ovat ay-liikkeen mielestä kokeneet pakottavaa painetta alkaa raportoida toiminnastaan avoimemmin. Osa yrityksistä on lähtenyt mukaan jäljitellen muiden tapaa toimia. Ay-liike korostaa tietojen oikeellisuutta raportoinnissa ja toteaa, että vastuullisuusraportoinnin pakollisuus on alkanut lisääntyä ja mahdollisesti lisääntyy entisestään, kuten Euroopassa on käynyt.

Ay-liike toteaa henkilöstön luovan sisäisiä isomorfisia paineita yrityksissä. Mitä paineet tarkemmin ovat, ei ilmene haastatteluaineistosta.

Millaiset paineet samankaltaistavat ammattiyhdistysliikkeen toimintaa suhteessa yritysten yhteiskuntavastuuseen?

Ay-liikkeeseen kohdistuvia ulkoisia isomorfisia paineita ovat haastateltujen mukaan globalisaatio, julkinen keskustelu ja yrityksen yhteiskuntavastuun normit ja standardit. Globalisaatio on mullistanut jäsenkunnan työelämän rakenteita. Ay-liikkeeseen kohdistuu kulttuurisia odotuksia. Ammattiyhdistysliikkeessä koetaankin pakottavaa painetta vaatia yrityksiltä vastuullisuutta henkilöstöään kohtaan.

Julkisuudessa käytävä keskustelu yrityksen yhteiskuntavastuusta luo puolestaan ay-liikkeelle normatiivisia paineita. Se haluaa osoittaa asiantuntijuuttaan keskustelemalla aiheesta monilla tasoilla niin kansallisesti kuin kansainvälisesti. Vaikuttaa kuitenkin siltä, että ay-liike on alkanut puhua yrityksen yhteiskuntavastuusta pakottavan paineen seurauksena eli, kun aihe on ensin ilmennyt julkisessa keskustelussa.

Ennakoivaa normatiivista painetta ay-liikkeelle ovat aiheuttaneet yhteiskuntavastuun normit. Ay-liike on edellyttänyt itseltään ammatillista pätevyyttä keskustella yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvistä normeista foorumeissa, joissa se on mukana.

Samankaltaistavia paineita, jotka nousevat esiin ay-liikkeen sisältä, vaikuttaa olevan melko vähän. Ay-liike nimeää paineiksi globalisaatioon liittyvän rakennemuutoksen, itse yrityksen yhteiskuntavastuun käsitteen sekä nuoret jäsenet. Yhteiskunnallinen rakennemuutos on aiheuttanut epämuodollista ja kulttuurisiin odotuksiin pohjautuvaa pakottavaa painetta käsitellä yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksiä ay-liikkeessä, kun jäsenet ja liittojen toimihenkilöt ovat nostaneet aiheen keskusteluun. Liittojen henkilöstö saattaa lisäksi kokea normatiivista painetta ennakoida yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyviä toimia, vaikka sitä heiltä ei olisi vielä vaadittukaan.

Yrityksen yhteiskuntavastuun käsite itsessään vaikuttaa luovan useammanlaista normatiivista painetta ay-liikkeelle. Tutkittavat katsovat, että ay-liikkeen sisällä tulee selkiyttää sitä, mistä yrityksen yhteiskuntavastuussa on kyse. Sosiaaliseen vastuuseen liittyviä asioita tulee tarkentaa, ja toisaalta ay-liikkeen pitää osata paremmin kertoa ulospäin, että se on merkittävä yrityksen yhteiskuntavastuun edistäjä Suomessa. Osa tutkittavista uskoo yrityksen yhteiskuntavastuun painoarvon kasvavan ay-liikkeen toiminnassa, ja siksi ammatillista otetta yrityksen yhteiskuntavastuuseen kaivataan. Lisäksi osa haastateluista korostaa sitä, että ay-liikkeen tulee oivaltaa vahvistaa rooliaan yrityksen yhteiskuntavastuun määrittelijänä tulevaisuudessa.

Tutkittavat kertovat, että ammattiliittojen nuoret jäsenet haastavat liittojaan keskustelemaan yrityksen yhteiskuntavastuusta. He kohdistavat normatiivisia vaateita siitä, että ay-liikkeen tulee olla aktiivinen, koska yrityksen yhteiskuntavastuu kuuluu sen osaamiskenttään. Nuorista yrityksen yhteiskuntavastuu on laaja globaali kysymys, ja siksi he osoittavat myös pakottavaa painetta ay-liikkeelle ja vaativat yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyviä tekoja.

Pitääkö ay-liike yrityksen yhteiskuntavastuuta moraalisesti legitiiminä organisatorisena käytäntönä?

Moraalista legitimaatiota on tarkasteltu tässä tutkimuksessa neljän ulottuvuuden kautta eli seurauksiin, menetelmiin, rakenteisiin ja persoonaan perustuvan legitimaation avulla. Ay-liikkeen mielestä yrityksen yhteiskuntavastuun moraalisen legitimaation ytimen muodostavat lainsäädäntö sekä kansainväliset normit ja standardit. Niiden pohjalta monet yritykset ovat rakentaneet omat vastuullisuusperiaatteensa ja ulottaneet ne koskemaan myös alihankkijoitaan. Moraalista legitimitettä lisäävänä saavutuksena tutkittavat pitävät sitä, että yri-

tyksen yhteiskuntavastuun takia yritykset ovat alkaneet toimia vastuullisemmin, ja toisaalta on alettu keskustella tärkeistä sosiaalisen vastuun aiheista, joista tuskin keskusteltaisiin muuten.

Myös ay-liike itse nimeää omia saavutuksiaan, joilla on moraalista legitimaatiota vahvistavia vaikutuksia. Esimerkiksi se on ollut rakentamassa kolmi-kantaisesti yrityksen yhteiskuntavastuun näkökulmasta keskeistä lainsäädäntöä.

Yleisimmäksi yritysten käyttämäksi vastuullisuudesta kertovaksi menetelmäksi ay-liike nimeää GRI -vastuullisuusraportoinnin.

Tutkittavien mukaan laaja yhteistyö yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksissä on olennainen moraalista legitimaatiota edistävä toimintatapa ay-liikkeessä. Yhteistyötä tehdään kansallisesti ja kansainvälisesti. Yhteistyön muodot ovat erilaiset kampanjat ja yhteiset projektit. Ay-liikkeellä ei ole yhteistä foorumia, jossa käsitellä yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksiä. Tärkeimmiksi keskustelufoorumeiksi, joissa ay-liike on vaikuttamassa, ovat yhteiskunta- ja yritys vastuun neuvottelukunta sekä Eettinen Foorumi.

Rakenteisiin perustuvasta legitimaatiosta eli siitä, miten yhteiskuntavastuu ilmenee yritysten tavoitteissa tai strategiassa, saadaan tässä tutkimuksessa melko vähän tietoa. Ay-liikkeen mukaan yritykset ovat alkaneet palkata yrityksen yhteiskuntavastuuseen keskittyvää henkilöstöä. Melko uusi ilmiö on se, että vastuullisuusteemoja on alettu sisällyttää osaksi korkeakouluopintoja. Ay-liikkeessä vain yhden järjestön kerrotaan sisällyttäneen yrityksen yhteiskuntavastuun poliittiseen asiakirjaan, ja toisessa järjestössä ollaan laatimassa yhteiskuntavastuulinjauksia. Lisäksi yrityksen yhteiskuntavastuu sisällytetään joissakin liitoissa yhdeksi koulutusteemaksi. Eräässä järjestössä on kunnialautakunta, joka käy vuoropuhelua yritysten kanssa esiin nousseiden ei-vastuullisten toimintatapojen karsimiseksi.

Ay-liikkeessä yhteiskuntavastuutoiminnot on resursoitu niin, että ne ovat osa asiantuntijatason henkilöstön muuta toimenkuvaa. Toisenlaisen näkemyksen mukaan ne on hajautettu kaikille.

Neljäs moraalisen legitimaation muoto on persoonaan perustuva legitimaatio. Tutkittavien mukaan yrityksen yhteiskuntavastuukeskusteluun osallistuu laaja joukko yhteiskunnallisia toimijoita kuten kuluttajaliike, kansalaisjärjestöt, ay-liike ja kirkko. Yhteiskuntavastuusta keskustelelee haastateltujen mukaan yrityksissä lähinnä vain yritysjohto. Ay-liikkeessä yrityksen yhteiskuntavastuusta julkisuudessa puhuvat järjestöjen puheenjohtajat. Sisäisesti ilmiöstä puhutaan laajasti ja eri tasoilla, mutta pääsääntöisesti sisällytettynä muihin teemoihin kuten kestävään kehitykseen. Eniten sisäistä keskustelua käyvät asiantuntijatehtävissä olevat henkilöt. Mutta esiin nousi myös näkemys siitä, että yhteiskuntavastuusta keskustelevat kaikki, koska se on arkipäivän toimintaa.

8.2 Tuloksista keskustelu

8.2.1 Keskustelu yrityksen yhteiskuntavastuu -käsitteestä

Seuraavaksi siirrytään analyysivaiheesta synteesivaiheeseen ja käydään vuoropuhelua teoriaviitekehyksen ja tutkimustulosten välillä (Hirsjärvi & Hurme 2010, 136). Keskustelun tarkoituksena on selkiyttää ja pohtia esiin nousseita näkemyksiä yrityksen yhteiskuntavastuun käsitteestä, siihen asennoitumisesta, sen soveltamisesta ja siihen kohdistuvista paineista sekä siitä miten yrityksen yhteiskuntavastuu moraalisesti legitimoidaan. Tutkimustuloksia peilataan teoriaan ja aiempiin tutkimuksiin.

Ay-liikkeelle suunnatussa tutkimuksessa tuli esille, että vaikka yrityksen yhteiskuntavastuusta on tullut yleisessä keskustelussa suosittu puheenaihe Suomessa, käsite on sisällöllisesti melko määrittelemätön, ja sitä myös käytetään monella tapaa. Carrollin (1991) tai Elkingtonin (1997) mallit ovat vieraita. Sitä vastoin usein puhutaan yleisesti yhteiskuntavastuusta, ja sillä pääsääntöisesti tarkoitetaan lakien ja sopimusten noudattamista. Euroopan komission määritelmä (2006) ay-liikkeen mukaan tunnustetaan. Tämän tutkimuksen vastaajien näkemyksessä painottuu Ketolan (2005) näkemys ympäristövastuusta yrityksen yhteiskuntavastuuta keskeisesti määrittävänä asiana. Myöhemmin keskusteluun ovat tulleet mukaan sosiaalinen ja taloudellinen vastuu. Carrollin (1991) yhteiskuntavastuuseen liittäminen hyväntekeväisyyttä eli filantropiaa ei yksikään tutkittava ota esiin, mikä on melko helppo ymmärtää. Suomen liiketoimintajärjestelmä ja yhteiskuntajärjestys ovat taanneet kattavaa turvaa, ja filantropialle ei ole ollut selkeää tarvetta (Anttiroiko 2004, 36; Lämsä 2007, 45).

Tutkimukseen osallistuneet ay-liikkeen edustajat määrittelevät yrityksen yhteiskuntavastuun kahdesta eri lähtökohdasta. Vastaukset jakautuvat selvästi sen mukaan, tarkastellaanko ilmiötä kotimaisesta vai kansainvälisestä näkökulmasta. Niissä järjestöissä, joiden jäsenkunta työskentelee kotimaisessa toimintaympäristössä, ei yrityksen yhteiskuntavastuu nouse erityisesti esiin. Sen sijaan ne järjestöt, joiden jäsenkunta tai organisaation oma toiminta-alue on kytköksissä kansainväliseen toimintaympäristöön, myös yrityksen yhteiskuntavastuu on selkeästi esillä keskustelussa. Tämä esimerkki osoittaa, että yritykset ovat alttiita aikakautensa vaikutteille (Whitley 1999), kun yhteiset toimintatavat leviävät kansainvälisen ulottuvuuden kautta ympäri maailmaa. Vielä suurempi ero ay-liikkeen näkemyksissä on siitä, onko yrityksen yhteiskuntavastuu osa ay-liikkeen ideologiaa ja kuuluu perustehtäviin vai onko ilmiö ay-liikkeestä erillinen. Osa ay-liikkeen edustajista uskoo yrityksen yhteiskuntavastuun olevan juuri sitä, mitä ay-liike on aina tehnyt ja liittää sen lähelle solidaarisuustoimintaa. Osa taas ajattelee, että yrityksen yhteiskuntavastuu on melko uusi ilmiö. Ne tutkittavat, joiden mielestä yrityksen yhteiskuntavastuu on uusi ilmiö, tunnistavat Euroopan komission määritelmästä vanhan (2006) ja uuden (2011) määritelmän. He puhuvat kolmesta vastuullisuuden ulottuvuudesta pitkälti Elkingtonin (1999) mallin mukaisina. Sosiaalinen vastuu korostuu, mikä vaikut-

taa luonnolliselta, koska ay-liikkeen ensisijainen tehtävä on puolustaa jäsenistön/työntekijöiden oikeuksia.

Aivan kuten vallitsevan yleisen käsityksen mukaan, (Juholin 2004; Vehka-perä 2005) myös tässä tutkimuksessa osa tutkittavista arvioi yrityksen yhteiskuntavastuun tulleen mukaan yleiseen keskusteluun Suomessa 2000 -luvun taitteessa. Perusteluina nähdään globalisaation lisäksi Euroopan Unioniin liittymisen seurauksena käynnistynyt yritysten kansainvälistyminen, samoin kuin työvoiman vapaampi liikkuvuus. Yrityksen yhteiskuntavastuun määritelmillä ei ole ammattiyhdistysliikkeelle tämän tutkimuksen perusteella kovin suurta merkitystä. Tähän on varmaan monia syitä. Ensinnäkään ay-liike ei koe, että vapaaehtoisuuteen perustuva vastuullisuus olisi korvaamassa lainsäädäntöä ja normeja. Toisaalta käsite on vielä niin uusi, ettei ole vielä kovinkaan paljon törmätty ongelmiin, joita aiheutuu siitä, että käsite ei ole yksiselitteisesti määritelty (Baden & Harwood 2012).

Ay-liikkeen mukaan Suomesta löytyy myös yrityksen yhteiskuntavastuun edelläkävijöitä, joista nimetään kansainvälisissä yrityksissä yrityksen yhteiskuntavastuuseen perehtyneet tahot. Näissä yrityksissä yhteiskuntavastuun ymmärretään tarkoittavan lait ja asetukset ylittävää toimintaa ja pohjautuvan lainsäädäntöön, sopimuksiin ja standardeihin. Toinen ryhmä, joka mainitaan yrityksen yhteiskuntavastuun edelläkävijänä Suomessa, on kansalaisjärjestöt. Tulosten perusteella voidaan sanoa, että ay-liike on luovuttanut osan tehtävistään esimerkiksi kansalaisjärjestöille/ kuluttajaliikkeelle. Lisäksi syntyy vaikutelma, että vaikka ay-liike on ollut perustamassa kuluttajaliikettä, sillä ei ole enää näkyvää yhteistyötä kuluttajaliikkeen kanssa.

Yrityksen yhteiskuntavastuun lähikäsitteistä puhutaan tutkittavien mukaan Suomessa yleisessä kielenkäytössä, mutta myös ay-liikkeessä melko vähän. Linnasen ja Panapanaanin (2002, 43) tavoin osa ay-liikkeen edustajista tulkitsee yrityksen yhteiskuntavastuun olevan kestävä kehityksen alakäsite. Se saattaa johtua esimerkiksi siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuun käsite ei ole tarkkaan määritelty.

8.2.2 Keskustelu asennoitumisesta yrityksen yhteiskuntavastuuseen

Ennen kuin käydään varsinaista keskustelua asennoitumisesta yhteiskuntavastuuseen ay-liikkeen näkökulmasta, tarkastellaan Suomen liiketoimintajärjestelmän muutosta ja sen heijastusvaikutuksia, jotka ilmenevät tässä tutkimuksessa. Tutkimustuloksista käy selvästi ilmi se, että ay-liikkeessä tunnistetaan Suomen liiketoimintajärjestelmän muutokset: yritysten vallan kasvu ja yhä useamman yrityksen päätöksenteon siirtyminen Suomen rajojen ulkopuolelle. Erilaisilla rakenteellisilla muutoksilla on ollut suuria heijastusvaikutuksia ammattijärjestöjen jäsenten elämään. Liiketoimintajärjestelmän muuttuminen yhteistoimintapohjaisesta markkinataloudesta enemmän lohkoutuneeksi talousjärjestelmäksi (Whitley 1999) tai koordinoitua liberaaliksi (Hall & Soskice 2001) näkyy muun muassa muuttuneina asenteina lisääntyneitä valtaa saaneita yrityksiä kohtaan. Vastuullisuusvaatimuksia entistä läpinäkyvämpää toimintaa kohtaan esitetään laajasti ay-liike (Akava 2012; SAK, 2006; STTK, 2008) mukaan lukien.

Ay-liike kokee Kennedyn (2010) tavoin, että osassa yrityksiä vastuullisuutta ohjaa liiketoimintalähtöisyys enemmän kuin etiikka. Vastuullisuusajattelun laajentaminen koskemaan koko tuotantoketjua on esillä maailmalla ja Suomessa niin tämän tutkimuksen kuin FIBS:n yritysvaluutus 2013 perusteella. Yrityksen yhteiskuntavastuuta ei tämän tutkimuksen perusteella koeta kovin tehokkaana yhteiskunnallisten ja ympäristöllisten ongelmien ratkaisijana, vaikkakin osittain sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun edistämiseksi on onnistuttu melko hyvin. Vastaavanlainen tulos ympäristövastuun osalta on saatu FIBS:n yritysvaluutus 2013:ssä (2013), jossa vastaajien mielestä ympäristö oli yritysten tärkein vastuullisuusteema.

Yhteistoimintapohjaisessa liiketoimintajärjestelmässä ay-liikkeen asema on ollut vahva, mikä tulee ilmi selvästi ay-liikkeen mielipiteissä, samoin kuin yhteiskunnan vahva auktoriteetti. Ay-liike tunnistaa, että Suomen liiketoimintajärjestelmä on melko nopeasti muuttunut (Skurnik 2005). Tutkittavien mukaan yritysten valta on oleellisesti lisääntynyt, ja valtiovallan rooli heikentynyt, kun on siirrytty kohti lohkoutunutta talousjärjestelmää. Ay-liike ei kuitenkaan koe menettäneensä valtaansa. Vaikka on esimerkiksi vaadittu paikallista sopimista keskitettyjen sopimusten sijaan, näin ei ole käynyt, kun keskitetty ratkaisu saatettiin vuonna 2011.

FIBS:n yritysvaluutus 2013:ssä (2013) ilmeni, että yritykset eivät pidä ay-liikettä merkittävänä sidosryhmänä, minkä tässä tutkimuksessa myös osa haastatelluista tunnistaa. Ay-liikkeen haasteena tämän tutkimuksen tulosten perusteella on aidon sidosryhmävuoropuhelun (Könnölä & Rinne 2001) löytäminen yritysten kanssa yhteiskuntavastuun edistämiseksi. Eräät haastatellut tiedostavat sen, että ay-liikkeelle yrityksen yhteiskuntavastuu on uusi työkalu, ja nämä järjestöt haluavat olla itse aktiivisia asiassa. Osa ay-liikkeestä vaikuttaa jääneen odottamaan sitä, että yritykset tunnustavat sen sidosryhmäkseen yrityksen yhteiskuntavastuussa. Kuten (Ristelä 2011, 62–65) väittää, ammattiliittoja ei vaikuta motivoivan yrityksen kanssa käytävä yhteiskuntavastuukeskustelu, jos yrityksen johto ei suostu määrittelemään vastuullisuutta yhdessä ammattiliiton kanssa. Tutkittavien mukaan osa ammattijärjestöistä on ulkoistanut roolinsa kansalaisjärjestöille. Myös Lehtipuun ja Monnin (2007) selvityksen mukaan yritykset kokivat nimenomaan kansalaisjärjestöt vastuullisen toiminnan vaatijoina. Tässä tutkimuksessa löytyy myös järjestöjä, jotka eivät näe tarpeelliseksi erottaa yrityksen yhteiskuntavastuuta muusta ay-liikkeen toiminnasta. Yrityksen yhteiskuntavastuun painoarvo näyttää vaihtelevan ay-liikkeessä.

Ay-liike kokee asemansa olevan niin vahva, ettei yrityksen yhteiskuntavastuusta ole juurikaan tullut kilpailijaa sen muulle toiminnalle toisin kuin eurooppalaiset tutkimukset (Preuss, Hauschild & Matten 2006; 2009)) osoittavat. Vain yksi taho on havainnut, että yrityksen yhteiskuntavastuu uutena ilmiönä aiheuttaa jonkinasteista uhkaa ay-liikkeen toiminnalle. Yrityksen yhteiskuntavastuun luonne vapaaehtoisena toimintona herättää enemmänkin huolta siitä, että yritysten vastuullisuus heikentyy, mikäli lainsäädäntöä tai muita yrityksiä sitovia asioita vähennetään ja vapaaehtoisia toimia lisätään.

Vaikka yrityksen yhteiskuntavastuun painoarvo ay-liikkeen omassa toiminnassa vaihtelee, kaikki tutkittavat ovat yksimielisiä yrityksen yhteiskuntavastuun tärkeydestä niin maailmanlaajuisesti kuin kotimaassa. Toiminnan läpinäkyvyyttä ja moraalia edellytetään kaikilta organisaatioilta. Merkityksen uskotaan myös kasvavan edelleen. Ay-liike korostaa samaa näkemystä kuin Gjørberg (2012) siitä, että pohjoismaisen työmarkkinamallin mukaisesti yrityksen yhteiskuntavastuun tulee perustua lainsäädäntöön myös tulevaisuudessa. Tämä tutkimustulos tukee Whitleyn (1999) väitettä siitä, että vaikka liiketoimintajärjestelmät lähestyvät toisiaan, niillä on taipumus pitää kiinni omista erityispiirteistään.

8.2.3 Keskustelu yrityksen yhteiskuntavastuun soveltamisesta

Ammattiyhdistysliikkeen edustajat kokevat, että Suomessa yritykset toimivat pääsääntöisesti vastuullisesti. Implisiittinen (Matten & Moon 2008) vastuullisuus on sisäänrakennettu monien yritysten toimintaan. Tutkittavien mukaan monissa pienissä ja keskisuurissa yrityksissä vastuullisuus on niin sisäänrakennettua, että sitä ei välttämättä osata kuvata eksplisiittisesti. Mielenkiintoinen havainto oli se, että Badenin, Harwoodin ja Woodwardin (2011) väite pienten yritysten suhtautumisesta kielteisesti yhteiskuntavastuuterminologiaan ilmenee myös tässä tutkimuksessa. Tutkittavat arvioivat, että yhä selvemmin ovat yleistymässä eksplisiittiset (Matten & Moon 2008) tavat osoittaa vastuullisuutta. Vastuullisuusraportit, lähinnä GRI -raportit ovat yleistyneet nopeasti. Suomalaisen ay-liikkeen skeptinen suhtautuminen yritysten vastuullisuusraportointiin perustuu käsitykseen dialogin puutteesta johdon ja henkilöstön välillä. Onkilan ym. WinCSR- tutkimuksen tulokset (2013), FIBS:n yritys vastuukyselyn 2013 tulokset sekä tämän tutkimuksen tulokset paljastavat, että yritykset eivät käy vastuullisuusraportointiin liittyvää dialogia ulkoisten eivätkä sisäisten sidosryhmiensä kanssa. Vastuullisuusraporttien luotettavuutta ay-liikkeen mielestä heikentää lisäksi raporttien auditoinnin teettäminen yritykseen asiakassuhteessa olevan osapuolen kanssa. käytännön moraalinen vuoropuhelu (Kujala & Kuvaja 2002, 49). Ammatillisten keskusjärjestöillä (Akava, SAK ja STTK) on vaihtuva edustus yhteiskuntavastuuraportointikilpailun arviointiraadissa. Kilpailussa arvioidaan raporttien antamaa vastuullisuuskuvaa organisaation toiminnasta.

Toinen eksplisiittinen tapa osoittaa vastuullisuutta eli yrityskohtaiset vastuullisuusohjeistot ovat tutkittavien mukaan yleistymässä. Ne ovat joko kansainvälisiin normistoihin perustuvia tai yritysten itsensä määrittelemiä. Ne voivat olla myös niin sanottuja näennäisraportteja, joista puuttuu luottamusta rakentava sidosryhmädialogi. Huomionarvoista on se, että ay-liike ei tunnista olennaista yhteiskuntavastuun SA8000 -standardia. Suomalaisen yritysten kerrotaan olevan mukana monissa tässä työssä aiemmin mainituissa kansainvälisissä vastuullisuusaloitteissa (Global Compact, BSCI). Yhteinen yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvä kielenkäyttö: sanat ja ilmaisut sekä resursointi vastuullisuuteen vahvistavat Matten & Moonin (2008) väitteen eksplisiittisten yhteiskuntavastuukäytäntöjen leviämisestä Suomeen ay-liikkeen kertomana. To-

dettakoon myös, että kansalaisjärjestöjen aktiivisuus yhteiskuntavastuussa ilmenee selvästi monenlaisten kampanjaverkostojen kautta, kuten Puhtaat Vaatteet tai Make It Fare. Ay-liike tunnistaa kansalaisliikkeen aloitteellisuuden yhteiskuntavastuussa, mistä on seurannut, että jotkut yritykset ovat ryhtyneet käymään vuoropuhelua sen kanssa palkansaajaliikkeen sijaan. Ilmiö mietityttää tutkittavia. Mielenkiintoisilta vaikuttavat ay-liikkeen havainnot siitä, että on jo yrityksiä, jotka haluavat ohjata ennakoivasti mahdollisesti tulevaa yrityksen yhteiskuntavastuulainsäädäntöä luomalla omia malleja. Yrityksen yhteiskuntavastuusta on tulossa strateginen työkalu, ja yrityksissä ymmärretään, että niillä on yhä enemmän valtaa vaikuttaa yhteiskunnalliseen kehitykseen. Vaikuttaa siltä, että osa yrityksistä pyrkii näin hyödyntämään liberalisoituvaa talousjärjestelmää (Hall & Sockice 2001).

Ay-liikkeen kertoman mukaan suomalainen ammattiyhdistysliike osallistuu laaja-alaisesti yrityksen yhteiskuntavastuukeskusteluun ay-liikkeen sisällä, työnantajajärjestöjen ja kansalaisjärjestöjen kanssa niin kansallisesti kuin kansainvälisesti. Mutta vaikuttaa siltä, vastuullisuusyhteistyön tulokset näkyvät melko implisiittisesti. Tulos ei yllätä, koska ay-liike on lähes koko historiansa ajan ollut keskeisesti mukana varmistamassa vastuullisuuskehitystä vaikuttamalla lainsäädäntöön sekä sopimalla tulopoliittisia kokonaisratkaisuja. Yrityksen yhteiskuntavastuun ympärillä ei järjestöissä kuitenkaan käydä poliittista keskustelua juuri ollenkaan. Eräät ay-liikkeen edustajat näkevät selvän tarpeen yrityksen yhteiskuntavastuun eksplisiittisempään soveltamiseen toiminnassa. Heidän puheessaan ilmenee myös yhteiskuntavastuun kansainvälisiä käsitteitä ja ilmaisuja, mistä voi päätellä, että eksplisiittiset yhteiskuntavastuukäytännöt ovat myös leviämässä suomalaisessa ay-liikkeessä.

Työ- ja elinkeinoministeriön alaisuudessa toimivaa yhteiskunta- ja yritysvastuun neuvottelukuntaa ay-liike pitää hyödyllisenä, mutta siellä käytävän keskustelun konkreettiset tulokset jäävät epäselviksi. Tuottavuuden pyöreydessä pöydässä yrityksen yhteiskuntavastuu on sisällytettyinä muihin teemoihin. Kahdessa edellä mainitussa toimielimessä ovat mukana myös työnantajat. Aiemmin on todettu, että yritykset eivät tunnista ay-liikettä sidosryhmäkseen yhteiskuntavastuussa. Sama ilmiö näkyy ay-liikkeen kertomana yhteistyössä työnantajaorganisaatioiden kanssa. Ne eivät ole halukkaita keskusteluun yhteiskuntavastuusta palkansaajajärjestöjen kanssa. Ilmiötä vahvistaa tieto, jonka mukaan suomalaiset monikansalliset yritykset eivät ole suostuneet tekemään yhteiskuntavastuun puitesopimuksia ay-liikkeen kanssa.

Selvimmin eksplisiittistä yrityksen yhteiskuntavastuuta kansainvälisellä tasolla soveltavat kansalaisjärjestöt, joiden kanssa ay-liike tekee tiivistä yhteistyötä. Tutkittavien kertoman mukaan yhteistyön tiivistämistä pohditaan useissa ammattiliitoissa. Esimerkkinä eksplisiittisestä vaikuttamisesta EU -tasolla on palkansaajakeskusjärjestöjen yhteinen kannanotto Euroopan komission laatimaan ehdotukseen yrityksen yhteiskuntavastuustrategiaksi. Toinen esimerkki eksplisiittisestä yhteiskuntavastuusta on ay-liikkeen neuvotteleva sopimus Nokian kanssa elämiseen riittävästä palkan -käsitteestä. Tämä on myös positiiv-

vinen esimerkki siitä, että vaikka yritykset eivät tunnista ay-liikettä yhteiskuntavastuun sidosryhmäksi, se on valmis neuvottelemaan yksittäisistä asioista.

Takalan (2000a) yhteiskuntavastuun kolmesta vastuullisuustasosta taloudellinen ja sidosryhmälähtöinen vastuullisuusideologia ilmenevät tuloksissa. Osalle yrityksiä taloudellinen vastuu merkitsee ainoastaan voiton maksimointia. Mutta ay-liike muistuttaa, että yhä enemmän yrityksissä on havaittu, että käytännön moraalisen vuoropuhelun (Kujala & Kuvaja 2002) seurauksena henkilöstön parantuneen työhyvinvoinnin johdosta yrityksen tuottavuus on kasvanut, ja taloudellinen kannattavuus on parantunut. Ay-liike korostaa, että vain taloudellisesti kannattava yritys voi toimia vastuullisesti ja toisaalta vastuullisesti toimiva yritys hyötyy vastuullisuudestaan. Edellä mainittu vahvistaa Carrollin (1991, 40–42) näkemystä siitä, että vastuullisuutta voidaan alkaa rakentaa, jos yrityksen taloudellinen rakenne on kunnossa. Sen sijaan ay-liikkeellä ei ole tietoa yrityksistä, jotka olisivat toiminnassaan lisänneet yrityksen yhteiskuntavastuun painoarvoa laajan vastuun tasolle sisällyttämällä vastuullisuuden osaksi liiketoimintastrategiaansa (Takala 2004).

Jaottelusta deskriptiivinen, instrumentaalinen ja normatiivinen yhteiskuntavastuu (Elo-Pärssinen 2007) voidaan todeta, että instrumentaalinen eli tuloksellisuuteen, kasvuun ja kannattavuuden lisäämiseen perustuva vastuullisuus on yrityksissä merkittävämpää kuin esimerkiksi normatiivinen yrityksen yhteiskuntavastuu. Instrumentaalinen yrityksen yhteiskuntavastuu -käsite vaikuttaa saavuttaneen määräävän aseman käsitteen sisällön määrittelyssä. Tätä vahvistavat jo aiemmat ay-liikkeen vastaukset siitä, että sidosryhmien kanssa yritykset eivät ole kovin halukkaita käymään vuoropuhelua. Ay-liike painottaa itse normatiivista yhteiskuntavastuukeskustelua.

Könnölä ja Rinne (2001) väittävät, että vastuullisen liiketoiminnan taustalla tarvitaan kaksi prosessia: sisällä käytävä arvoprosessi ja ulkoisten sidosryhmien kanssa käytävä dialogi. Huomio kiinnittyy tämän tutkimuksen tuloksissa siihen, että arvot ovat sivuroolissa. Onko kyse siitä, että arvokeskustelua ei käydä tai se on menettänyt merkitystään? Vai onko dialogi vähäistä myös arvokeskustelussa?

8.2.4 Keskustelu yrityksen yhteiskuntavastuuta samankaltaistavista paineista

Tarkastellaan seuraavaksi uusi institutionalismi -teoriaan (DiMaggio & Powell 1983) peilaten, millaisten paineiden seurauksena isomorfismia esiintyy yrityksen yhteiskuntavastuun soveltamisessa yleisesti sekä ay-liikkeessä. Ay-liike nostaa keskeiseksi isomorfiseksi ulkoiseksi pakottavaksi paineeksi Suomessa yleisesti globalisaation. Tätä näkemystä tukevat lukuisat tutkimukset (Juholin 2004, Vehkaperä 2005). Sekä aiempien tutkimusten (esimerkiksi FIBS yritysvaluuttakysely 2013) että tämän ay-liikkeelle suunnatun tutkimuksen mukaan, julkinen mielipide koetaan myös erittäin tärkeäksi pakottavaksi paineeksi edistää yhteiskuntavastuuta. Median ja yhä enemmän sosiaalisen median avulla yrityksen yhteiskuntavastuusta puhutaan, ja sitä osaavat yhä enemmän vaatia myös asiakkaat/kuluttajat (Siltaja 2004). Kansalaisjärjestöjä pidetään merkittä-

vinä yritysten vastuullisuuspaineiden luojina (Monni & Lehtipuu 2002). Myös ay-liike on tämän tutkimuksen perusteella samaa mieltä.

Uuden institutionalismin mukaan isomorfismin taustalla on melko usein pelko organisaation maineen tai imagon kärsimisestä (Siltaoja 2010). Maineen menettämisen pelko on myös aiempien tutkimusten perusteella merkittävin syy muuttaa yrityksen käyttäytymistä vastuullisempaan suuntaan (FIBS yritysvaluutuskuveys 2013). Myös tämän tutkimuksen tuloksista on havaittavissa, että ay-liike uskoo yritysten pyrkivän hallitsemaan mainettaan yhteiskuntavastuun avulla (Siltaoja 2004), mistä aiheutuu niin pakottavaa, jäljittelevää kuin normatiivista painetta vastuullisempaan toimintaan.

Tässä tutkimuksessa ay-liike painottaa omaa rooliaan vastuullisuuspaineita yrityksille luovana osapuolena. Se pakottaa ja suostuttelee yrityksiä vastuullisempaan toimintaan erilaisin tavoin. Ay-liike haluaa yrityksen yhteiskuntavastuun kehittyvän pakolliseksi yrityksiä sitovaksi asiaksi. Tätä tutkimusta tehdessä vertailevia tutkimustuloksia ay-liikkeen roolista isomorfisia paineita luovana osapuolena ei ole ollut käytettävissä. Luvussa 4.3 on kerrottu ay-liikkeen aikaansaannoksista. Se on ajanut läpi merkittäviä uudistuksia kuten 40 tunnin työviikon (Juholin 2003) sekä sosiaalisia uudistuksia (Kauppinen 2005). Niitä voidaan pitää myös eräänlaisina esimerkkeinä kyvystä luoda vastuullisuuspaineita.

Ammattijärjestöjen edustajat nostavat esiin hyvin vähän esimerkkejä jäljittelevästä isomorfismista. He arvelevat, että osa yrityksistä on ottanut yrityksen yhteiskuntavastuun agendalleen osittain jäljittelevän paineen seurauksena (DiMaggio & Powell 1983), koska yritykset uskovat vastuullisuuden lisäävän menestystä (Matten & Moon 2008, 412).

Normatiivinen paine näkyy ay-liikkeen mukaan yritysten toiminnassa esimerkiksi siten, että vastuullisuusaloitteiden määrä on suuri, ja ne ovat tasoltaan hyvin erilaisia. Monet niistä perustuvat teoriaosuudessa esiteltyihin kansainvälisiin keskeisiin työelämän normeihin kuten ILO:n työelämän perusoikeuksiin tai OECD:n monikansallisille yrityksille suunnattuihin ohjeistoihin.

Henkilöstö kohdistaa tutkittavien mukaan yrityksissä sisäisiä ja lähinnä pakottavia paineita, kun se haluaa aitoa sisäistä vuoropuhelua johdon ja henkilöstön välillä yrityksen yhteiskuntavastuusta. Tämän tutkimuksen perusteella on havaittavissa, ettei sisäistä vuoropuhelua yrityksissä käydä juuri lainkaan. Samaan päätelmään tulivat Onkila ym. (2013).

Vaikuttaa siltä, että ay-liikkeeseen kohdistuu melko samoja ulkoisia isomorfisia paineita kuin yritysinkin. Globalisaatio (Vehkaperä 2005) on tuonut mukanaan muutoksia jäsenten työelämään, ja yrityksen yhteiskuntavastuu on noussut tässä vaiheessa julkiseen keskusteluun. Niiden seurauksena ay-liikkeeseen on kohdistunut pakottavaa painetta osallistua näkyvästi yhteiskuntavastuukeskusteluun muiden keskeisten toimijoiden kanssa. Keskeinen sisäinen paineenluojataho ovat nuoret jäsenet. He toisaalta odottavat ay-liikkeeltä ammatillista otetta myös yrityksen yhteiskuntavastuussa, mutta ovat selkeästi huolissaan ja vaativat ay-liikettä toimimaan. Keskeinen haaste ay-liikkeelle tulee olemaan, miten se houkuttelee uudet sukupolvet jäsenikseen. Ay-liikkeen

vahvuutta mitataan erityisesti järjestäytymisen kautta. (Nergaard 2011). Jäljitelvään isomorfismiin johtavia ay-liikkeeseen kohdistuvia tai ay-liikkeen sisältä nousevia paineita eivät tutkittavat mainitse. Vaikuttaa siltä, että ay-liikkeessä ei kuitenkaan koeta erityistä epävarmuutta yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksissä, minkä takia koettaisiin tarvetta ottaa mallia muista toimijoista. Vaikka ay-liikkeen sisällä on havaittavissa symbolista samankaltaistumista (Glynn & Abzug 2002) muun muassa jäsenpalveluissa, sama ilmiö ei näy toteutuneen yrityksen yhteiskuntavastuussa.

Normatiivisia paineita sen sijaan löytyy tutkittavien mielipiteissä enemmän. Yhdenpitävää DiMaggion ja Powellin (1983), Lawrencen (1999) sekä Meyerin ja Rowanin (1977) havaintojen kanssa on se, että ammatillisten järjestöjen toiminta aiheuttaa järjestöille itselleen normatiivista painetta. Edellä mainitut tutkijat tuovat esille, että järjestöissä mielellään osallistutaan erilaisten normien ja käyttäytymistapojen määrittelyyn. Tässä tutkimuksessa tutkittavat eivät kuitenkaan kerro esimerkkejä yrityksen yhteiskuntavastuun normeista ja käyttäytymismalleista, jotka olisivat levinneet ammattiyhdistysliikkeen sisällä.

Greenwood, Suddaby ja Hinings (2002) huomauttavat voimakkaasti institutionalisoituneilla organisaatiokentillä toimivien ammatillisten järjestöjen tärkeästä roolista yhteisten merkitysten luojana ja uudelleenmäärittelijänä. Ammattiyhdistysliikkeen edustajat kokevatkin tässä tutkimuksessa selviä normatiivisia paineita profiloitua yrityksen yhteiskuntavastuun asiantuntijoina. Se ilmenee niin, että koetaan tarvetta selkeyttää yrityksen yhteiskuntavastuukäsitteen sisältöä sekä parantaa ay-liikkeen tunnettuutta käsitteen sisällön määrittelijänä ja tulevaisuuden keskeisenä toimijana. Greenwoodin ym. (2002, 73) mukaan ammatilliset järjestöt haluavat toisaalta pitää kiinni vallitsevista käytännöistä. Suomessa ay-liikkeeltä on alettu vaatia rakenteellisia uudistuksia (Helin 2012). Tässä tutkimuksessa ei ole kuitenkaan osoitettu, että yrityksen yhteiskuntavastuu aiheuttaisi ay-liikkeelle selviä toiminnallisia muutospaineita. Siihen saattaa vaikuttaa esimerkiksi se, että ay-liike on Suomessa toiminut perustamisestaan saakka samalla organisaatiokentällä ja kokee institutionalisoituneensa merkittäväksi toimijaksi.

Aivan kuten Delmas (2002) on havainnut, myös tässä tutkimuksessa ilmeni, että sekä ay-liikkeen toimijat että jäsenistö tuntevat myös ennakoivaa normatiivista painetta osoittaa yhteiskuntavastuun asiantuntemusta, vaikka sitä ei mikään taho ay-liikkeeltä edellyttäisi sillä hetkellä. Tämän tutkimuksen tulosten perusteella yrityksen yhteiskuntavastuun leviäminen isomorfismin avulla on vasta alkamassa ay-liikkeessä. Ilmiö osittain yllättää, koska organisaatiokentällä, jossa organisaatiot eivät kilpaile keskenään, isomorfismi voi DiMaggion ja Powellin (1983, 150) mielestä edetä nopeammin kuin kentällä, jossa on kilpailua. Ilmiötä ay-liikkeessä saattaa selittää Lawrencen (1999) havainto, jonka mukaan vahvasti linkittyneiden organisaatioiden on havaittu kokevan paineet vähäisimpinä.

8.2.5 Keskustelu legitimaatioanalyysistä

Institutionaalisen organisaatioteorian mukaan organisaation on vakuutettava sidosryhmänsä siitä, että se on oikeutettu toimija eli vain sopeutumalla institutionaalisiin odotuksiin, organisaatio voi saavuttaa legitiimiyden (DiMaggio & Powell 1983, Suchman 1995). Ilmiötä tarkastellaan tässä opinnäytetyössä siitä näkökulmasta, miten ay-liike sidosryhmänä legitimoii yritysten yhteiskuntavastuutoimia sekä miten ay-liike itse legitimoii yhteiskuntavastuun omassa toiminnassaan. Ay-liike luokitellaan kolmannen sektorin toimijaksi (Helander & Nylund 2012). Slim (2002) muistuttaa siitä, että kolmannella sektorilla legitimaatio perustuu arvostuskysymyksiin ja vahvaan luottamukseen. Eräs tapa, jonka mukaan Suchman (1995, 579) määrittelee legitimaatiota, on tarkastella sitä eettisten normien ja pelisääntöjen avulla (moraalinen legitimaatio). Tutkimustulokset vahvistavat Slimin (2002) väitettä siitä, että ammattiyhdistysliike arvioi yritysten toimintaa pääsääntöisesti lainsäädännön, normien ja toimintaohjeiden kautta. Tutkittavat korostavat niiden roolia yrityksen yhteiskuntavastuun pohjarakenteina.

Moraalinen legitimaatio jaotellaan seurauksiin, menetelmiin, rakenteisiin ja persoonaan perustuvaksi (Suchman 1995). Ay-liike arvioi yritysten vahvistaneen saavutusten kautta moraalista legitimaatiotaan, kun vastuullisuusohjeituksia on tarkennettu, ja ne on laajennettu koskemaan koko tuotantoketjua kuten alihankintayrityksiä. Ay-liikkeen omaksi saavutukseksi tutkittavat nostavat palkansaajaliikkeen pitkäaikaisen roolin vastuullisuuteen liittyvän keskeisen lainsäädännön rakentajana yhdessä työnantajatahon ja valtiovallan kanssa (Kauppinen 2005). Yksittäisiä erimerkkejä moraalista legitimaatiota vahvistavista teoista ay-liikkeessä on useita.

Suchman (1995) toteaa, että menetelmiin perustuva legitimaatio ilmenee erilaisten sosiaalisesti hyväksytyjen toimintatapojen ja prosessien avulla. Yleisin tapa yrityksissä osoittaa yhteiskuntavastuuta on haastateltujen mielestä yhteiskuntavastuureportti ja ay-liikkeessä laaja-alainen yhteiskuntavastuun yhteistyö. Koska kilpailu ei ole tyypillistä ay-liikkeen toimintaa ja koska ay-liike arvostaa eettisesti korkeatasoisia toimintatapoja, ei luonnollisesti ole ihme, että kukaan ei ota esiin yritysten harjoittamaa hyväntekeväisyyttä tai sponsoritoimintaa legitiimiyttä edistävinä toimina.

Tutkimustuloksista ilmenee, että ay-liikkeellä ei ole tietoa siitä, miten yhteiskuntavastuu esitetään yritysten tavoitteissa tai strategiassa. Ainoa rakenteisiin perustuvasta legitimaatiosta kertova seikka koskee yritysten yhteiskuntavastuun resursointia. Myös yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen opetusohjelmaan ollaan tutkittavien arvion mukaan lisäämässä vastuullisuusasioita, mikä vaikuttaa mielenkiintoiselta. Ammattiyhdistysliikkeessä ei ole nähtävissä yhteistä rakennetta vastuullisuusasioille. Tutkimuksessa nousee esiin vain yksittäisiä asioita. Vain yhdessä järjestössä yrityksen yhteiskuntavastuu on aidosti kirjattu tavoiteohjelmaan ja toisessa on kunnialautakunta. Ay-liikkeessä ei ole selkeästi resursoitu yrityksen yhteiskuntavastuuta, vaan se on sisällytettyinä osaksi toimenkuvaa joko tietyille henkilöille tai jopa jokaiselle. Menetelmä, jolla

ay-liike lisää moraalista legitimizeettia, kerrotaan olevan yhteistyö. Palkansaaja-keskusjärjestöillä on yhteistyöelimiä (yhteiskunta- ja yritys vastuun neuvottelukunta, Tuottavuuden pyörä pöytä, Eettinen foorumi), joissa ne ovat edustettuina joko samaan aikaan tai yksi vuorollaan. Huomiota herättää se, että ay-liikkeellä ei ole yhteistyöelintä, jossa ratkoa vastuullisuuskysymyksiä ay-liikkeen sisällä. Rakenteisiin perustuva legitimaatio on ay-liikkeessä selvästi heikoin neljästä moraalisen legitimaation alalajista.

Yrityksen yhteiskuntavastuusta Suomessa keskustelevat ay-liikkeen mielestä ihmiset yleisesti ottaen melko laajasti, yritystasolla lähinnä vain johto ja ay-liikkeessä päättäjät eri tasoilla sekä asiantuntijatehtävissä toimivat toimihenkilöt. Ay-liikkeestä ulospäin aiheesta puhuvat lähinnä liittojen puheenjohtajat. Ay-liike keskustelee yrityksen yhteiskuntavastuusta aiemmin mainituissa yhteiskunta- ja yritys vastuun neuvottelukunnassa, Eettisessä foorumissa sekä Tuottavuuden pyöreässä pöydässä. Persoonaan perustuvaan legitimaatioon liittyvä henkilökohtainen karisma ei varsinaisesti nouse esiin tässä tutkimuksessa moraalista legitimaatiota lisäävänä seikka. Sen sijaan tulokset tukevat Onkilan ym. (2013) näkemyksiä siitä, että yritysten johto ei käy vuoropuhelua yhteiskuntavastuusta. Tulosten mukaan ay-liikkeessä sen sijaan monet tahot osallistuvat keskusteluun yrityksen yhteiskuntavastuusta, mikä on osittain ristiriidassa sen kanssa, että ay-liikkeen sisällä ei kuitenkaan ole yhtenäisiä käytäntöjä eikä yhteistä foorumia yhteiskuntavastuulle. Ilmiötä saattaa selittää sen impliisittisyys, sillä yrityksen yhteiskuntavastuu on sisällytetty osaksi muuta keskustelua ja toimintaa. Legitimaatioanalyysikuvauksen lopuksi todettakoon, että moraalinen legitimiys on, kuten Palazzo ja Scherer (2006) väittävät, tärkeä sosiaalisen hyväksynnän mittari myös ay-liikkeelle.

Tutkittavat nostavat keskusteluissa esiin myös moraalista legitimaatiota heikentäviä seikkoja. Yrityksen yhteiskuntavastuu voi toteutua heidän mukaansa vain, jos organisaatio aidosti noudattaa vastuullisuusohjeistojaan. Rärkeimmin moraalista legitimizeettia heikentävät erilaiset näennäisvastuulliset toimintatavat, joilla ei ole aidosti tarkoitus tähdätä vastuullisuuden lisäämiseen. Näitä esimerkkejä tuli esille myös teoriaosuudessa (Vartiala 2013).

8.3 Päätelmät

Yrityksen yhteiskuntavastuun määrittely

Yrityksen yhteiskuntavastuu -käsitettä ei ole määritelty Suomessa yleisesti eikä ay-liikkeessä. Käsitteen käyttö on vakiintumatonta. Yleisesti Suomessa määritellään yrityksen yhteiskuntavastuun tarkoittavan lakien ja sopimusten noudattamista. Ay-liikkeen mielestä yhteiskuntavastuun edelläkävijöitä ovat monikansalliset yritykset ja kansalaisjärjestöt. Ympäristövastuu on pitkään ollut tärkein yrityksen yhteiskuntavastuun osa-alueista Suomessa.

Ay-liike määrittelee yrityksen yhteiskuntavastuun monella tapaa. Esiin nousee kaksi keskenään erilaista näkemystä: ay-liikkeen ideologiaan perustuva ja globalisaation mukana tullut käsite. Ensimmäisen näkemyksen mukaan yrityksen yhteiskuntavastuu on aina kuulunut ay-liikkeen toimintaan, kun toisen

näkemyksen perusteella käsite on noussut 2000-luvulla keskusteluun. Jälkimmäisen näkemyksen omaavat tahot tunnistavat Euroopan komission määritelmät (2006, 2011) yrityksen yhteiskuntavastuusta. He myös korostavat ilmiön vapaaehtoisuuteen perustuvaa lait ja asetukset ylittävää luonnetta.

Kokonaisuutena tarkasteltuna ay-liike puhuu yrityksen yhteiskuntavastuusta paljolti Elkingtonin (1999) kolmen vastuullisuuspilarin mukaisesti. Se korostaa sosiaalisen vastuullisuuden merkitystä, mutta painottaa sitä, että vain taloudellisesti menestyvä organisaatio voi olla vastuullinen. Ay-liikkeellä on huoli globalisaation vaikutuksista jäsenkunnan elämään ja suomalaiseen yhteiskuntaan. Se kantaa huolta myös maailmanlaajuisesti palkansaajien sosiaalisen vastuun piirin lukeutuvista asioista. Niitä ovat muun muassa ILO:n työelämän perusoikeuksiin kuuluvat asiat sekä esimerkiksi elämiseen riittävä palkka ja ihmisarvoinen työ. Taloudellisen vastuun olennainen asia on harmaan talouden torjunta. Ympäristövastuun ay-liike kokee kehittyneen hyvään suuntaan lainsäädännön ja kansalaisjärjestöjen aktiivisuuden avulla.

Asennoituminen yrityksen yhteiskuntavastuuseen

Yrityksen yhteiskuntavastuu on esillä julkisessa keskustelussa Suomessa yhä enemmän. Toiminnan läpinäkyvyyttä vaaditaan. Yleisesti kiistellään siitä, mitä kaikkea vastuullisuuden tulisi koskea. On vaadittu yrityksiä ulottamaan vastuullisuus koskemaan myös alihankkijoita. Vastuullisuuteen suhtaudutaan myönteisimmin suurissa yrityksissä.

Kaikki tutkimukseen osallistuneet tahot pitävät yrityksen yhteiskuntavastuuta tärkeänä ay-liikkeelle. He uskovat merkityksen entisestään kasvavan tulevaisuudessa. Huolta ilmenee siitä, että ay-liike ei ole täysin sisäistänyt yrityksen yhteiskuntavastuuta eikä osaa hyödyntää sitä toiminnassaan. Kritiikkiä ay-liikkeeltä saa yritysten vastuullisuusraportointi. Sen luotettavuutta vähentää se, että vastuullisuusraportit ovat pääsääntöisesti johdon määrittelemiä ja yritykseen asiakassuhteessa olevien tahojen auditoimia. Ay-liikkeellä on kuitenkin edustus vastuullisuusraportointikilpailun arviointilautakunnassa.

Näkemykset jakautuvat kahtia, kun tiedustellaan, kilpaileeko yrityksen yhteiskuntavastuu ammattiyhdistysliikkeen perinteisen toiminnan kanssa. Suurin osa tutkimukseen haastatelluista ei pidä yrityksen yhteiskuntavastuuta kilpailevana toimintana ay-liikkeen muulle toiminnalle, koska Suomessa on vahva lainsäädäntö ja sopimustoiminta ja koska yrityksen yhteiskuntavastuu on vapaaehtoiseen toimintaan perustuvaa lait ja sopimukset ylittävää toimintaa. Yrityksen yhteiskuntavastuu nähdään ay-toimintaa tukevana toimintana, jota voidaan viedä eteenpäin yhdessä kansalaisjärjestöjen kanssa. Eriävän mielipiteen mukaan yrityksen yhteiskuntavastuu koetaan uhkana esimerkiksi lainsäädännön roolille.

Yrityksen yhteiskuntavastuun soveltaminen

Vastuullisuus on Suomessa ollut perinteisesti implisiittistä eli ei-näkyvää ja sisäänrakennettu osaksi organisaatioiden toimintaa niin hyvin, että yritykset eivät välttämättä osaa kertoa vastuullisuudestaan ulospäin. Eksplisiittisestä eli

näkyvästä vastuullisuudesta on alettu puhua globalisaation myötä. Sen keskustelun myötä ay-liikkeen mukaan yritysten vastuullisuus on Suomessa lisääntynyt. Samoin henkilöstön työhyvinvointi on lisääntynyt, ja yrityksen kannattavuus on kohentunut. Yritykset ovat havainneet tuottavuuden ja vastuullisuuden välisen yhteyden. Ay-liike kuitenkin muistuttaa, että yritysten vastuullisuus voi laskea laman kohdatessa. Yritykset soveltavat vastuullisuusperiaatteita, jotka perustuvat kansainvälisiin vastuullisuusaloitteisiin kuten YK:n Global Compact, kaupanalan BSCI tai OECD:n monikansallisille yrityksille suunnatut toimintaohjeet. On myös yrityksiä, jotka tekevät epäeettisiä vastuullisuusohjeistoja, joilla tavoitellaan vastuullisuutta näennäisin perustein. Huolestuttava ilmiö ay-liikkeen mielestä on se, että yritykset eivät juuri käy dialogia vastuullisuuskysymyksistä sidosryhmiensä kanssa. Lisähuolta ay-liikkeelle tuo se, että yritykset eivät tunnista ay-liikettä sidosryhmäkseen yrityksen yhteiskuntavastuukeskustelussa. Sidosryhmävuoropuhelussa onnistuvat parhaiten kuluttajaliike ja kansalaisjärjestöt. Syntyy käsitys, että ay-liike on osittain ulkoistanut niille yrityksen yhteiskuntavastuudialogin käymisen.

Ay-liike soveltaa yrityksen yhteiskuntavastuuta pääsääntöisesti implisiitisti eli se on sisällytetty osaksi muuta toimintaa. Vain yksi taho on lisännyt yrityksen yhteiskuntavastuun omaksi kohdakseen tavoiteohjelmaan. Lisäksi eräs taho pohtii yrityksen yhteiskuntavastuun näkyvää mukaan ottamista toiminnassaan. Ammattiyhdistysliike kertoo tekevänsä laajaa yhteistyötä vastuullisuuskysymyksissä, mutta miten se ilmenee eksplisiitisti, jää osittain epäselväksi. Ay-liike korostaa, että se hallitsee vuoropuhelun käymisen. Tämän tutkimuksen kannalta keskeinen havainto on se, että ay-liikkeellä ei ole omaa keskinäistä foorumia, missä käsitellä vastuullisuuskysymyksiä.

Paineet ja toiminnan samankaltaistuminen ay-liikkeen organisaatiokentässä

Olellaisia samankaltaistavia paineita yrityksiä kohtaan Suomessa aiheuttavat globalisaatio, julkinen mielipide ja maineen menettämisen pelko. Yritysten edellytetään noudattavan lakeja ja työelämän pelisääntöjä yhteneväisesti ja maksavan veronsa Suomeen. Maineriski pakottaa yritykset pohtimaan vastuullisuuttaan, mikä ilmenee myös jäljittelynä. Halutaan ottaa mallia menestyvistä yrityksistä. Tästä seuraa usein toiminnan samankaltaistumista. Tämän tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että niillä aloilla, joilla on pulaa työvoimasta, työntekijät valitsevat mieluummin yrityksen, joka toimii vastuullisesti. Maine aiheuttaa paineita myös näin. Maineen menettämisen pelossa osa yrityksistä keskittyy imagonrakennukseen vastuullisuuden kustannuksella. Tällöin vastuullisuuteen panostetaan näkyvästi, mutta yrityksen sisäinen dialogi puuttuu, eikä onnistumisia mitata. Ay-liike yksin ja yhdessä kansalaisjärjestöjen kanssa luovat yrityksille vastuullisuuspaineita. Ne pakottavat yritykset puuttumaan epäkohtiin ja toisaalta noudattamaan julkistamiaan vastuullisuusohjeistoja sekä ulottamaan ne koskemaan myös alihankintaketjuja.

Ay-liike ei koe, että siihen kohdistetaan vastuullisuusvaatimuksia ulkoa päin. Ilmiö voi perustua esimerkiksi siihen, että ay-liikkeellä on ollut pitkään vahva yhteiskunnallinen asema, mikä on taannut sille itsenäisen aseman. Glo-

balisaatio välillisesti eli jäsenkunnan kautta luo paineita. Ay-liikkeeseen kohdistuu kulttuurisia odotuksia puolustaa jäsenkuntaansa. Eniten ay-liike kokee itseensä kohdistuvan normatiivisia paineita. Siltä odotetaan yhteiskunnassa ja ay-liikkeen sisällä asiantuntijuutta yrityksen yhteiskuntavastuussa.

Yrityksen yhteiskuntavastuun moraalinen legitimitetti

Ay-liikkeen mielestä yrityksen yhteiskuntavastuun moraalinen legitimitetti Suomessa perustuu erityisesti lainsäädäntöön sekä kansainvälisiin normeihin ja standardeihin. Yritykset ovat alkaneet toimia vastuullisemmin. Yritysten yhteiskuntavastuu on nostanut keskusteluun aiheita, joista tuskin keskusteltaisiin muuten.

Ammattiyhdistysliike nimeää omana moraalista legitimitettiinä vahvistavana saavutuksenaan oman roolinsa keskeisenä lainsäädännön edistäjänä Suomessa. Yleisin menetelmä vastuullisuuden osoittamiseen yrityksissä on GRI - vastuullisuusraportti. Ay-liikkeessä se on laaja-alainen yhteistyö. Ay-liike on mukana keskeisissä yrityksen yhteiskuntavastuuta käsittelevissä elimissä kuten yhteiskunta- ja yritys vastuun neuvottelukunta ja Eettinen foorumi. Työn konkreettiset saavutukset jäävät epäselviksi. Moraalista legitimitettiinä heikentää se, että ay-liikkeellä ei omaa sisäistä keskustelufoorumia vastuullisuusasioille.

Ammattiyhdistysliikkeellä ei ole tietoa, siitä, miten yhteiskuntavastuu näkyy yritysten strategiassa. Ay-liikkeessä vain yhdessä organisaatiossa on yrityksen yhteiskuntavastuu mainittu keskeisessä asiakirjassa eli tavoiteohjelmassa. Rakenteisiin perustuvaa legitimaatiota ilmenee täten melko vähän. Yrityksen yhteiskuntavastuuseen resursoinnista voidaan todeta, että yrityksillä on yhteiskuntavastuuseen työssään keskittävää henkilöstöä, mutta ay-liikkeessä ei ole. Vastuullisuusasiat on sisällytetty osaksi muuta toimenkuvaa.

Suomessa yrityksen yhteiskuntavastuusta keskustelevat julkisuudessa monet yhteiskunnalliset vaikuttajat: kuluttajaliike, kansalaisliike, ay-liike ja kirkko. Yrityksissä aiheesta keskustelea vain yritysjohto. Ay-liikkeestä ulospäin siitä puhuvat järjestöjen puheenjohtajat. Eniten ammattijärjestöissä kuitenkin käydään sisäistä keskustelua asiantuntijatasolla.

Tämän tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että ay-liikkeen mielestä yrityksen yhteiskuntavastuu on moraalisesti legitiimi käytäntö niin yleisestä näkökulmasta kuin ay-liikkeen sisällä.

Ammattiyhdistysliike Suomessa kokee historialliseen asemaansa perustuen olevansa nyt ja myös tulevaisuudessa vahva vaikuttaja yrityksen yhteiskuntavastuun määrittelijänä ja toimijana. Se kokee yrityksen yhteiskuntavastuun merkityksen voimistuvan erityisesti kuluttaja- ja kansalaisliikkeen, julkisen mielipiteen (sosiaalisen median) ja uusien sukupolvien vaatimuksesta. Ay-liike kokee tarvetta kehittää omaa toimintaansa ja osoittaa asiantuntijuuttaan vastuullisuuskysymyksissä. Erityisen haasteen aiheuttaa sidosryhmädialogin puute yritysten suuntaan. Miten ay-liike aikoo varmistaa yritykset sekä työnantajatahot siitä, että se on yrityksen yhteiskuntavastuun legitiimi toimija.

Ay-liikkeellä on selkeä näkemys siitä, miten yrityksen yhteiskuntavastuuta tulee kehittää. Se haluaa yrityksen yhteiskuntavastuun osaksi lainsäädäntöä

ja sitovia sopimuksia. Nähtäväksi jää, millä tavoilla ammattiyhdistysliike aikoo kehittämistä tehdä. Sillä on ollut pitkään samantyyppiset toimintatavat yhteistoimintapohjaisessa (Whitley 1999) liiketoimintajärjestelmässä tai toiselta nimeltään koordinoitussa (Hall & Soskice 2001) talousjärjestelmässä. Suomen liike-toimintajärjestelmä on suuressa murroksessa. Onnistuuko ay-liike jatkamaan entiseltä pohjalta vai onko sen kehitettävä toimintaansa paremmin vastaamaan yritysten vallan kasvuun, kun Suomi kehittyy kohti lohkoutunutta/ liberaalia markkinataloutta. Mutta jotta voidaan kehittää yrityksen yhteiskuntavastuuta ay-liikkeessä, se pitää ensin määritellä. Voidaan sanoa, että koska ay-liikkeellä ei ole yhteistä jaettua näkemystä yrityksen yhteiskuntavastuusta, yrityksen yhteiskuntavastuu ei ole myöskään institutionalisoitunut (Scott 2008) ammattiyhdistysliikkeessä.

8.4 Tutkimuksen luotettavuus ja rajoitteet

Tutkimuksen luotettavuutta eli reliabiliteettia ja pätevyyttä eli validiteettia tulee Aaltion ja Puusan (2011) mukaan voida arvioida esiteltyjen luotettavuusperusteiden pohjalta. Tämän tutkimuksen luotettavuus perustuu pyrkimykseen kuvata tutkimusongelma sellaisella tavalla, että tutkimusta lukeva henkilö pystyy seuraamaan tutkimusprosessin etenemistä päätelmiin saakka. Pätevyyden osoittamiseksi yrityksen yhteiskuntavastuuta on tarkasteltu ay-liikkeen näkökulmasta ilmiönä kuvauksen, selittämisen ja tulkinnan kautta. Tämä opinnäyte työ muodostuu teoriaosasta yhteenvetoinen ja empiirisestä osasta analyysineen. Kummankin osan luotettavuutta tarkastellaan erikseen.

Puusa ja Juuti (2011b) muistuttavat siitä, että keskeistä tutkimuksen tekemisessä on kyseessä olevan ilmiön taustatekijöiden esiin nostaminen ilmiön ymmärtämisen syventämiseksi. Tutkimuksen tekijä tunnistaa, että tutkimuksen teoriaosuus on laaja, mutta sen rakenne on tietoisesti valittu. Yrityksen yhteiskuntavastuun tarkastelu institutionaalisessa viitekehyksessä vaikutti sopivalta ay-liikkeen näkökulmasta. Ay-liike, joka on olennainen instituutio suomalaisessa yhteiskunnassa, on toiminut pitkään samalla organisaatiokentällä. Ammattiyhdistysliikkeen organisaatiokentällä ei esiinny avointa kilpailua, ja siksi tässä työssä on tutkittu institutionaalisen isomorfismin avulla sopeutumista ympäristön vaatimuksiin. Ammattiyhdistysliikkeelle on tyypillistä arvioida toimintaa pääosin moraalien ja luottamuksen näkökulmasta sekä käydä moraalista sidosryhmävuoropuhelua jäsenkunnan valtuuttamana. Yritysetiikan ja sidosryhmäajattelun sisällyttäminen teoriaviitekehykseen ovat siksi olleet paikallaan mukaan otettaviksi. Termiä yrityksen yhteiskuntavastuu on lähestytty tässä tutkimuksessa viiden ulottuvuuden kautta. Ne ovat yrityksen yhteiskuntavastuu - käsite, lähikäsitteet, käsitteeseen liittyvä kritiikki, yrityksen yhteiskuntavastuun normit ja standardit sekä ideologiatasot. Isomorfiset paineet ja niiden seurauksena syntyvä toiminnan samankaltaistuminen yhdistettynä legitimaatioon ovat tarjonneet tutkijan mielestä selkeät työkalut yrityksen yhteiskuntavastuuliikkeen käytännön toteutumisen selvittämiseen.

Palkansaajaliike on ollut jo yli 40 vuoden (Liinamaa I 1968) ajan merkittävä yhteiskunnallinen toimija. Tässä opinnäytetyössä Suomen liiketoimintajärjestelmää on kuvattu kansallisen liiketoimintajärjestelmäteorian pohjalta. On haluttu avata erilaisia näkökulmia ymmärtää ay-liikkeen asennetta ja toimia yrityksen yhteiskuntavastuukysymyksissä. Kun tutkimuksen tarkastelunäkökulma on ollut ay-liike, tutkija on kokenut, että kyseinen instituutio pitää myös esitellä kehityshistorian sekä saavutusten kautta, jotta on mahdollista syventää ymmärrystä yrityksen yhteiskuntavastuuilmiöstä ay-liikkeen kokemuksiin.

Tutkimusaineiston empiirinen osa on haastatteluaineistoon perustuvaa laadullista tutkimusta. Kymmenen tapausta oli tutkijan mielestä liian pieni joukko aineiston keskinäiseen vertailuun. Epäilytti, että tutkittavien sanoman anonyymiyttä ei onnistuta takaamaan, vaan vastauksista voi päätellä, kuka mitäkin on sanonut. Sen sijaan päädyttiin selvittämään, miten ay-liike näkee tilanteen yleisesti eli lähinnä yrityksissä sekä mikä on ay-liikkeen oma suhde yrityksen yhteiskuntavastuuseen. Tätä valintaa vahvisti se, että yrityksen yhteiskuntavastuuta ei ole Suomessa tutkittu ay-liikkeen näkökulmasta. Aineisto sinällään oli laadukas, sillä se koostui keskeisten järjestöjen keskeisten henkilöiden haastatteluista. Voidaan sanoa, että aineiston avulla on saatu yleistettävää tietoa yrityksen yhteiskuntavastuusta ay-liikkeen näkökulmasta.

Koko analysoinnin ajan mietitytti se, miten varmistua siitä, että kaikki oleellinen ay-liikkeen sanoma pääsee esiin. Vähitellen valittu analyysitapa eli sisällönanalyysi alkoi tuottaa tulosta. Alkoi syntyä selkeitä näkemyksiä valittujen teemojen pohjalta. Teoriaviitekehys antoi vahvan taustan.

Isomorfisia paineita analysoitaessa tutkija havaitsi, että paineiden jaottelu pakottavaan, jäljittelevään ja normatiiviseen paineeseen eivät olleet joka tilanteessa toisistaan selvästi erotettavissa (DiMaggio & Powell 1983). Sama koski moraaliseen legitimaatioon (Suchman 1995) liittyvää neljää ulottuvuutta: seurauksiin, menetelmiin, rakenteisiin ja persoonaan perustuvaa legitimaatiota. Joidenkin moraalista legitimizeettia lisäävien toimien kohdalla olisi voinut käsitellä samaa ilmiötä useamman ulottuvuuden kautta. Legitimaatiotarkastelun analyysitapa mietitytti paljonkin. Päädyttiin tarkastelemaan moraalista legitimaatiota, koska ay-liikkeessä kuten yleensä kolmannella sektorilla legitimizeetti perustuu merkittävässä määrin moraliin (Slim 2002).

Tässä opinnäytetyössä sovellettu institutionaalinen teoria olettaa organisaatioiden olevan passiivisia toimijoita eli sopeutuvan organisaationkentän toimintaan samankaltaistavien paineiden seurauksena legitimizeerityksen saavuttamiseksi. Teorian soveltaminen on rajannut pois strategisen lähestymistavan eli organisaatioiden omat aktiiviset toimet. Tässä työssä ei ole voitu siis analysoida isomorfisten paineiden tai moraalisen legitimizeation kautta mahdollisia yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyviä organisaation itse luomia odotuksia ja uusia toimintatapoja tai tapaa manipuloida vastuullisuutta. Institutionaalinen yrittäjä (DiMaggio 1988; Hardy & Maguire 2008) olisi tarjonnut tähän mahdollisuuden. Tutkija ei koe tätä kuitenkaan erityisen ongelmaiseksi, koska tämän tutkimuksen anti on saada ylipäätään tietoa siitä, miten ay-liikkeessä suhtaudutaan yrityksen yhteiskuntavastuuseen.

Tutkimuksen tekijä on kokenut tutkimuksen teon edenneen Puusan ja Juutin (2011) kuvailemalla tavalla ymmärtämisen, kuvauksen, selittämisen ja tulkinnan kautta. Tutkimuskokonaisuuden läpiviemistä voisi verrata palapelin tekoon. Välillä on ollut vaikea löytää kohtaan kuuluvia paloja tai ne ovat voineet olla ensin vääriä. Toisinaan palapelin teko on edennyt juohevasti, mutta palapeli ei ole tullut valmiiksi ennen, kuin jokainen pala on saatu sille kuuluvalle omalla paikallaan. Tutkimusprosessin aikana ilahduttavia hetkiä olivat tilanteet, joissa tutkija on voinut kokea oppineensa jotain uutta tai kun oman luovuuden lisääntymisen seurauksena on pystynyt näkemään olemassa olleita asioita ja ilmiöitä uudella tavalla.

Tutkimuksen luotettavuuden lisäämiseksi tutkimustulokset on kuvattu tarkkaan luvussa seitsemän niin, että yleinen näkemys ja ay-liikkeen näkemykset on esitetty erikseen, ja niitä on lyhyesti vertailtu keskenään. Lisäksi on esitetty yhteenvedo tuloksista ennen teoriasidonnoista keskustelua tuloksista. Keskustelu tuloksista on toteutettu analysoinnin alussa valittujen teemojen mukaan. Päätelmät -osiossa on vastattu kaikkiin tutkimuskysymyksiin.

Tässä opinnäytetyössä on pyritty noudattamaan huolellisuutta ja tarkkuutta tutkimusaineiston hankinnassa, tallentamisessa, esittämisessä kuin myös tutkimustulosten kertomisessa ja niiden arvioinnissa. Tutkimuksessa haastatelluille henkilöille kerrottiin tutkimuksen tarkoitus. Heille tehtiin selväksi, että he voivat kieltäytyä missä tahansa vaiheessa tutkimukseen osallistumisesta. Haastatellut henkilöt saavat tutkimusraportin tutkimuksen valmistuttua. Tiedonhankinta ja tutkimus- ja arviointimenetelmä on pyritty tekemään tieteellisen tutkimuksen kriteerien mukaisesti (Hyvä tieteellinen käytäntö 2012). Tutkimusaineisto on kerätty ja arkistoitu huolellisesti.

Jatkotutkimuksena tämän tutkimuksen pohjalta olisi mielenkiintoista tutkia yritysten suhtautumista ay-liikkeeseen yrityksen yhteiskuntavastuukeskustelun osapuolena ja saada tämän tutkimuksen tuloksia vertaileva ja laajentava käsitys. Toinen aihe, joka tutkijaa kiinnostaa, on itse yrityksen yhteiskuntavastuu -käsitteen jatkotutkiminen. Tutkimusprosessin aikana alkoi yhä enemmän mietityttää sanojen merkitykset. Esimerkiksi yrityksen yhteiskuntavastuu ja eettinen jalanjälki luovat aivan eri mielikuvat samasta aiheesta.

LÄHTEET

- Aaltio, I. & Puusa, A. 2011. Laadullisen tutkimuksen luotettavuus. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat. Johtamistaidon Opisto: Hansaprint, 153–166.
- Aaltonen, T. & Junkkari, L. 1999. Yrityksen arvot & etiikka. Juva: WSOY.
- Ahmadjian, C. & Robinson, P. 2001. Safety in Numbers. Downsizing and the Deinstitutionalization of Permanent Employment in Japan. *Administrative Science Quarterly* 46, 622–654.
- Airaksinen, T. 1987. Moraalifilosofia. Juva: WSOY.
- Alasuutari, P. 1996. Toinen tasavalta. Suomi 1946–1994. Vastapaino Tampere: Gummerus.
- Alasuutari, P. 2004. Suunnittelutaloudesta kilpailutalouteen. Miten muutos oli ideologisesti mahdollinen? Artikkelikokoelma tutkimushankkeesta sosiaaliset innovaatiot, yhteiskunnan uudistumiskyky ja taloudellinen menestys. Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra.
- Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.
- Anttila, T., Hartikainen, A., Oinas, T. & Nätti, J. 2010. Työelämän laatu ja laadun arviointi. Tutkimushankkeen loppuraportti. Työsuojelurahasto.
- Anttiroiko, A.-V. 2004. Yhteiskuntavastuu ja sen määrittelyprosessi. Teoksessa R. Järvinen (toim.) Yhteiskuntavastuu. Tampere University Press., 17–60.
- Baden, D., Harwood, I.A. & Woodward, D.G. 2011. The effects of procurement policies on "downstream" corporate social responsibility activity. Content-analytic insights into the views and actions of SME owner-managers. *International Business Journal* 29 (3), 259–277.
- Baden, D. & Harwood, I.A. 2012. Terminology Matters. A Critical Exploration of Corporate Social Responsibility Terms. *Journal of Business Ethics*, DOI 10.1007/s10551-012-1498-9.
- Bluhm, K. & Trapmann, V. 2012. From implicit to explicit CSR? A comparative analysis of business leaders' beliefs in Germany, Poland and Hungary. *Julkaisematon tutkimus*.
- Bolt, P.J. 2008. SAK:n globalisaatiostrategiasta. Teoksessa M. Helander (toim.) *Going Global*. Jyväskylä: Gummerus, 33–47.
- Boyer, R. & Hollingsworth, J.R. 1997. The variety of institutional arrangements and their complementarity in modern economies. In J.R. Hollingsworth & R. Boyer (Eds.) *Contemporary Capitalism*. New York: Cambridge University Press., 49–54.
- Buchholtz, A.K. & Carroll, A.B. 2008. *Business and Society*. Nelson Education Ltd. Canada. 7. painos.
- Carroll, A. B. 1979. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review* 4 (4), 497–505.
- Carroll, A.B. 1991. The Pyramid of corporate social responsibility: Towards the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons* 34, 39–48.

- Carroll, A.B. 1999. Corporate Social Responsibility. Evolution of a Defitional Construct. *Business & Society* 38 (3), 268–295.
- Carroll, A. B. & Buchholtz A. 2006. *Business and Society. Ethics and Stakeholder Management*. South Western. Ohio.
- Castells, M. & Himanen, P. 2002. *The information society and welfare state: the Finnish Model*. Oxford: Oxford University Press.
- Crane, A. & Matten, D. 2004. *Business Ethics. A European Perspective. Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford: Oxford University Press.
- Corporate Watch, 2006. What's wrong with corporate social responsibility? Corporate Watch Report 2006. Viitattu artikkelissa Baden, D. & Harwood, I.A. 2012. Terminology Matters. A Critical Exploration of Corporate Social Responsibility Terms. *Journal of Business Ethics*, DOI 10.1007/s10551-012-1498-9.
- Delmas, M. 2002. The Diffusion on Environmental Management Standards in Europe and in the United States: An Institutional Perspective. *Policy Sciences* 35 (5), 91–119.
- den Hond, F. & de Bakker, F.G.A. 2007. Ideologically motivated activism: How activist groups influence corporate social change initiatives. *Academy of Management Review* 32 (3), 901–924.
- DiMaggio, P.J. 1982. Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston. *Media, Culture and Society* (4), 33–50.
- DiMaggio, P.J. 1988. Interest and agency in institutional theory. In L. Zucker (Ed.) *Institutional patterns and organizations*, 3–22. Cambridge, MA: Ballinger.
- DiMaggio, P.J. & Powell, W.W. 1983. Iron Cape Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review* 48, 147–160.
- DiMaggio, P.J. & Powell, W.W. 1991. Introduction. In W. W. Powell & P.J. DiMaggio (Eds.) *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press., 1–38.
- Dowling, J. B. & Pfeffer, J. 1975. Organisational legitimacy. Social values and organisational behavior. *Pacific Sociological Review* 18 (1), 122–136.
- Elkington, J. 1999. *Cannibals With Forks. The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Elo-Pärssinen, K. 2007. Arvot ja yhteiskuntavastuullinen toiminta suomalaisissa suurissa perheyriyksissä. Omistajan näkökulma. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylä studies in business and economics 61. Yrittäjyyden väitöskirja työ.
- Epstein, M. 2010. *Making Sustainability Work. Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impacts*. San Francisco: Greenleaf Publishing.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2000. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino. 4. painos.

- Fellman, S. 2008. Growth and investment of Finnish capitalism 1850s–2005s. In S. Fellman, M.J. Iversen, H. Sjögren & L. Thue (Eds.) *Creating Nordic Capitalism*. Kiina: Palgrave Mcmillan.
- FIBS yritysvastuukysely. 2013. Finnish Business Society FIBS ry.
- Fombrun, C. 1998. Indices of corporate reputation: An analysis of media rankings and social monitors' ratings. *Corporate Reputation Review* 1(4), 327–340.
- Freeman, R. E., Wicks, A.C. & Parmar, B. 2004. Stakeholder Theory and The Corporate Objective Revisited. *Organization Science* 15 (3), 364–369.
- Freeman, R.E. 1984. *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Boston, Mass. : Pitman.
- Friedman, M. 2002. (with assistance of R. D. Friedman) *Capitalism and Freedom*. 40th anniversary ed. Chicago: University of Chicago Press.
- Gjølberg, M. 2012. The political economy of corporate social responsibility (CSR). University of Oslo. Doctoral thesis.
- Glynn, M.A. & Abzug, R. 2002. Institutionalizing identity. Symbolic isomorphism and organizational names. *Academy of Management Journal* 45 (1), 267–280.
- Greenwood, R., Suddaby, R. & Hinings, C. R. 2002. Theorizing Change. The Role of Professional Associations in the Transformation of Institutionalized Fields. *Academy of Management Journal* 45 (1), 58–80.
- Hall, P.A. & Soskice, D.W. 2001. *Varieties of Capitalism. The Institutional Foundation of Comparative Advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Halme, M. & Laurila, J. 2009. Philanthropy, Integration or Innovation? Exploring the Financial and Societal Outcomes of Different Types of Corporate Responsibility. *Journal of Business Ethics* 84 (3), 325–339.
- Hanikka, K., Korpela, P., Mähönen, A. & Nyman, C. 2007. *Yrityksen yhteiskuntavastuu ja sosiaalinen toiminta*. Kerava: Savion kirjapaino Oy.
- Hardy, C. & Maguire, S. 2008. Institutional Entrepreneurship. In R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby & K. Shalin-Anderson (Eds.) *Handbook of Organizational Institutionalism*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Heiskala, R. 2006. Kansainvälisen toimintaympäristön muutos ja Suomen yhteiskunnallinen muutos. Teoksessa R. Heiskala & E. Luhtakallio (toim.) *Uusi Jako*. Tampere: Tammer-Paino, 14–42.
- Helander, M. 2008. Lopuksi. Globalisaatiostrategioiden hahmottelua. Teoksessa M. Helander (toim.) *Going Global*, 361–378.
- Helander, M. 2012. Matkalla muutokseen. Haastattelu Ura-lehdessä (3), 23–27.
- Helander M. & Nylund M. 2012. Johdanto. Ay-liikkeen ja edunvalvonnan uudet muodot. Teoksessa M. Helander & M. Nylund (toim.) *Palkka työstä*. Riika: Into, 5–11.
- Helin, J. 2012. Läsnä arjessa. Ay-liike työpaikoilla. Teoksessa M. Helander. & M. Nylund (toim.) *Palkka Työstä*. Riika: Into, 157–176.
- Hertsu, A. 2012. Hyvä veli- verkostojen turmeltuneisuus syyniin. *Kauppalehti*, 189, 32. Viitattu 29.9. 2013

- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Vantaa: Tammi-vuoren kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2010. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Tallinna: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Hollingsworth, J.R. & Boyer, R. 1997. Coordination of economic actors and social systems of production. In J.R. Hollingsworth & R. Boyer (Eds.) *Contemporary Capitalism*. Cambridge University Press, 1–47.
- ITUC. 2011. Viitattu teoksessa: Sajaniemi, S. Mitä on yritysten yhteiskuntavastuu? Opas aktiiveille. Riika: Into.
- Juholin, E. 2003. "Born again". A Finnish Approach to Corporate Social Responsibility. University of Jyväskylä. Jyväskylä Studies in Communication 26.
- Juholin, E. 2004. Cosmopolis. Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen. Inforviestintä: Otava.
- Juholin, E. 2009. *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön*. Helsinki: Inforviestintä Oy. 5. uudistettu painos.
- Julkunen, R. 2008. Uuden työn paradoksit. Keskusteluja 2000-luvun työprosess(e)ista. Tampere: Vastapaino.
- Juuti, P. 2007. Arvot ja yhteiskuntavastuu. Teoksessa P. Vauhkonen (toim.) *Liiketoiminnan vastuullisuus: Minkä väristä se on?* Oitmäki: Johtamistaidon Opisto JTO, 33–41.
- Kang Y. C., & Wood D. J. 1995. Before-profit corporate social responsibility: turning the economic paradigm upside-down. Artikkelin viitattu artikkelissa: Baden, D. & Harwood, I.A. 2012. Terminology Matters. A Critical Exploration of Corporate Social Responsibility Terms. *Journal of Business Ethics*, DOI 10.1007/s10551-012-1498-9.
- Kauppinen, T. 2005. Suomen työmarkkinamalli. Helsinki: WSOY.
- Kennedy, S. 2010. Using a stakeholder thinking approach to investigate barriers to the implementation of sustainable development. Julkaisuun viitattu artikkelissa Baden, D. & Harwood, I.A. 2012. Terminology Matters. A Critical Exploration of Corporate Social Responsibility Terms. *Journal of Business Ethics*, DOI 10.1007/s10551-012-1498-9.
- Keskuskauppakamari. 2003. Yritysten yhteiskuntavastuu. Helsinki: Keskuskauppakamari.
- Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta. Sanoista teoiksi. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kettunen, P. 2008. Globalisaatio ja kansallinen me. Kansallisen katseen historiallinen kritiikki. Vastapaino: Tallinna.
- Kevätsalo, K. 2005. Yhdestoista hetki. Osa 1 Uuden vuosituhannen ay-liike paikallistasolla. Käyttötieto Oy. 2. painos
- Kivinen, O. 2006. Koulutuspolitiikka. Teoksessa J. Saari (toim.) *Malli. Murroksesta Menestykseen?* Helsinki: Yliopistokustannus. Helsinki: Yliopistopaino, 205–226.
- Korruptio Suomessa. 2012. Tutkijoiden näkemys korruption muodoista, tutkimisista ja torjunnasta. Transparency Suomi ry.
- Kourula, A. 2010. Chapter 14. Finland. In W. Visser & N. Tolhurst (Eds.) *The World Guide to CSR. A Country-by-Country Analysis of Corporate Sustainability and Responsibility*. Sheffield: Greenleaf, 151–157.

- Kujala, J. 2001. Liiketoiminnan moraalialia etsimässä. Suomalaisten teollisuusjohtajien sidosryhmänäkemykset ja moraalinen päätöksenteko. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä Studies in Business and Economics 11.
- Kujala, J. 2010. Corporate Responsibility Perceptions in Change: Finnish Managers' Views on Stakeholder Issues From 1994 to 2004. *Business Ethics* 19 (1), 14–34.
- Kujala, J., Lämsä, A-M. & Penttilä, K. 2011. Managers' moral decision-making patterns over time. A multidimensional approach. *Journal of Business Ethics* 100 (2), 191–207.
- Kujala, J. & Kuvaja S. 2002. Välittävä johtaminen. Sidosryhmät eettisen liiketoiminnan kirittäjinä. Talentum: Gummerus.
- Kuvaja, S. 2010. Hyvä Raha. Ihmiset ja yhteisöt maailmaa parantamassa. Helsinki: Kustannus-Osakeyhtiö Kotimaa/Kirjapaja.
- Kuvaja, S. & Malmelin, K. 2008. Vastuullinen yritysviestintä. Vuoropuhelusta kilpailuetua. Edita, Helsinki.
- Könnölä, T. & Rinne, P. 2001. Elinehtona eettisyys. Vastuullinen liiketoiminta kilpailuetuna. Helsinki: Tammerpaino Oy.
- Laitinen, V. 2008. Eurooppalaiset yritysneuvostot. Teoksessa M. Helander (toim.) *Going Global*. Jyväskylä:Minerva, 169–185.
- Lawrence, T.B. 1999. Institutional Strategy. *Journal of Management* 25 (2), 161–188.
- Lehtipuu, P. & Monni, S. 2007. Synergia- vastuullisen yritystoiminnan menestysmalli. Talentum: Gummerus.
- Lehtonen, J. 2004. Yhteiskuntavastuu ja vastuun viestit. Teoksessa L. Harjula (toim.) Jyväskylän yliopiston maisteri- ja tohtoripromootio. 22.5.2004. Jyväskylän yliopisto, 9–19.
- Lilja, K., Laurila, J., Lovio, R. & Jääskeläinen, J. 2009. Fighting for global mandates from peripheral regions of the Finnish innovation systems. In P.H. Kristensen & K. Lilja (Eds.) *New Modes of Globalizing. Experimentalist Forms of Economic Organization and Enabling Welfare Institutions. Lessons from the Nordic Countries and Slovenia*. Helsinki School of Economics, 54–96.
- Lilja, K., Laurila, J. & Lovio, R. 2011. Finland. Innovating the Global Positioning of Flagship Companies and Foreign-Owned Subsidiaries. In P.H. Kristensen & K. Lilja (Eds.) *Nordic Capitalisms and Globalization*. New York: Oxford University Press., 47–85.
- Lilja, K., Räsänen, K. & Tainio, R. 2005. A dominant business recipe. The forest sector in Finland. In K. Lilja (Ed.) *The National Business System in Finland. Structure, actors and change*. Helsinki School of Economics, 10–26.
- Lilja, K. 2005. A Finnish Angle to National Business Systems as a Field of Research. In K. Lilja (Ed.) *The National Business System in Finland. Structure, actors and change*. Helsinki School of Economics, 1–9.
- Linnanen, L. & Panapanaan, V. 2002. Roadmapping CSR in Finnish companies. Helsinki: University of Technology
- Lounasheimo, A. 2012. Palkkaratkaisut ja kilpailukyky. Teoksessa M. Helander & M. Nylund (toim.) *Palkka työstä*. Riika: Into, 35–54.

- Lämsä, A-M. 2007. Yrityksen vastuullisuus - mitä ja miksi? Teoksessa P. Vauhkonen (toim.) Liiketoiminnan vastuullisuus, minkä väristä se on. Oitmäki: Johtamistaidon opisto, 42–51.
- Lämsä, A-M., Vehkaperä, M., Puttonen, T. & Pesonen, H-L. 2008. Effect of business education on women and men students' attitudes to responsible business in society. *Journal of Business Ethics* 82(1), 45–58.
- Malmelin, K. 2011. Arvojen markkinat oikeuttavat. Arvomaailmat suomalaisten suuryritysten yritys vastuupuheessa. Helsingin yliopisto: Unigrafia. Valtio tieteen väitöskirjatyö.
- Matten, D. & Moon, J. 2008. Implicit and explicit CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review* 33(2), 404–424.
- Melin, H. 2012. Pystyykö ammattiyhdistysliike uusiutumaan? Teoksessa M. Helander ja M. Nylund (toim.) Palkka työstä. Riika: Into, 15–34.
- Meyer, J.W. & Rowan, B. 1977. Institutionalized Organizations. Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology* 83(2), 340–363.
- Mitchell, R.K., Agle, B.R. & Wood, D.J. 1997. Towards a theory of stakeholder identification and salience. Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review* 22(4), 853–886.
- Mizruchi, M.S. & Fein, L.C. 1999. The Social Construction of Organizational Knowledge. A Study of the uses of Coercive, Mimetic and Normative Isomorphism. *Administrative Science Quarterly* 44, 653–683.
- Moon, J., Crane, A. & Matten, D. 2005. Can Corporations be Citizens? *Business Ethics Quarterly* 15 (3), 429–453.
- Morgan, G. 2007. National business systems research. Progress and prospects. *Scandinavian Journal of Management* 23, 127–145.
- Muiluvuori, J. 2000. AKAVA 1950–2000. Oma ja yhteinen etu. Vammalan kirjapaino.
- Näsi, J. 1995. What is Stakeholder Thinking? A snapshot of a social theory of the firm. In J. Näsi (Ed.) *Understanding Stakeholder Thinking*. Jyväskylä: LSR- Julkaisut, 19–32.
- Oinas, P. 2005. Finland. A Success Story? *European Planning Studies* 13(8), 1227–1244.
- Onkila, T., Koskela, M., Joensuu, K., Siltaoja, M., Baumeister, S., Aarras, N., Pesonen, H-L., & Nurmi, P. 2013. Yritys tuottaa. Sidosryhmät käyttävät? WINCSR-hankkeen tuloksia yritys vastuutiedon tuottamisesta ja käyttämisestä. Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu – julkaisuja – N:o 192.
- Ostrom, E. 2005. *Understanding Institutional Diversity*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Palazzo, G. & Scherer, A.G. 2006. Corporate Legitimacy as Deliberation. A Communicative Framework. *Journal of Business Ethics* 66, 71–88.
- Panapanaan, V. M., Linnanen, L., Karvonen, M-M. & Phan, V. T. 2003. *Roadmapping Corporate Social Responsibility in Finnish Companies*.

- Helsinki University of Technology. The Publication Series of the Institute for Regional Economics and Business Strategy.
- Panapanaan, V.M. 2006. Exploration of the social dimension of corporate responsibility in a welfare state. Lappeenranta University of Technology: Digipaino. Acta Universitatis Lappeenrantaensis 245. Väitöskirjatyö.
- Pesqueux, Y. & Damak-Ayadi, S. 2005. Stakeholder theory in perspective. *Corporate governance* 5 (2), 5–21.
- Peters, G.B. 1999. *Institutional theory in political science: The New Institutionalism*. London: Continuum.
- Polanyi, K. 2009. Suuri Murros. Suomentaja Natasha Vilokkinen. Tampere: Vastapaino. (Alkuteos julk. 1923)
- Powell, W.W. 2007. The New Institutionalism. In R.S. Glegg & J.R. Bailey (Eds.) *The International Encyclopedia of Organization Studies* California. Sage, 1-11
- Preuss, L. 2008. A reluctant stakeholder? On the perception of corporate social responsibility among European trade unions. *Business Ethics: A European Review* 17 (2), 149–160.
- Preuss, L., Haunschild, A. & Matten, D. 2006. Trade unions and CSR. *European agenda. Journal of Public Affairs* 6, 256 –268.
- Preuss, L., Haunschild, A. & Matten, D. 2009. “The rise of CSR. Implications for HRM and employee representation. *The International Journal of Human Resource Management* 20 (4), 953 –973.
- Puusa, A. & Juuti, P. 2011. Mitä laadullinen tutkimus on? Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.) *Menetelmäviidakon raivaajat. Johtamistaidon Opisto. Hansaprint*, 47–57.
- Puusa, A. 2011a. Haastattelu laadullisen tutkimuksen menetelmänä. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.) *Menetelmäviidakon raivaajat. Johtamistaidon Opisto: Hansaprint*, 73–87.
- Puusa, A. 2011b. Laadullisen aineiston analysointi. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.) *Menetelmäviidakon raivaajat. Johtamistaidon Opisto: Hansaprint*, 114–125.
- Ristelä, P. 2011. Ay-liike, yritysvastuu ja kuluttajavaikuttaminen. Teoksessa E. Lipponen (toim.) *Kuluttajavaikuttamisen rajat. Jyväskylä: WS Bookwell Oy*, 61–72.
- Rohweder, L. 2004. *Yritysvastuu - kestävä kehitys organisaatiotasolla*. Helsinki: WSOY.
- Sajaniemi, S. 2011. (toim.) *Mitä on yritysten yhteiskuntavastuu? Opas aktiiveille*. Riika: Into.
- Scott, R. W. 2008. *Institutions and Organizations: Ideas and Interests*. Los Angeles: Sage 3. painos.
- Selznick, P. 1996. Institutionalism old and new. *Administrative Science Quarterly* 41, 270–277.
- Siltaoja, M. 2004. Yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ja maine suomalaisen lehtitalon esimiesten näkemyksissä. *Liiketaloudellinen Aikakauskirja* 3, 294–323.

- Siltaoja, M. 2005. Arvomääritelmät, yhteiskuntavastuu ja mainepääoma, Vastuullisen liiketoiminnan tunnusmerkkejä? Teoksessa A-M. Lämsä, O. Uusitalo & V. Lämsä (toim.) Yritysetiikan ja johtajuuden suuntia. Jyväskylän yliopiston taloustieteiden tiedekunta julkaisuja 145/2005, 44 - 61.
- Siltaoja, M. 2010. Discarding the Mirror. The Importance of Intangible Social Resources to Responsibility in Business in a Finnish Context. University of Jyväskylä. Studies in Business and Economics 86. Johtamisen väitöskirjatyö.
- Siltaoja, M. 2011. Vastuullinen liiketoiminta yritysten aineettomien pääomien rakentajana. Teoksessa A. Puusa & H. Reijonen (toim.) Aineeton pääoma organisaation pääomana. EU: Unipress, 280-294.
- Siltaoja, M. & Takala, T. 2003. Yrityksen yhteiskuntavastuu ja maine. Fenomenografinen tutkimus. Working Paper N:ro 254/2003. Jyväskylän yliopisto.
- Skurnik, S. 2005. Suomalaisen talousmallin murros. Suljetusta sääntelytaloudesta kaksinapaiseen globaalitalouteen. Helsinki School of Economics Acta Universitatis oeconomicae helsingiensis A-251. Väitöskirjatyö.
- Schneider, M.R. & Paunescu, M. 2012. Changing varieties of capitalism and revealed comparative advantages from 1990 to 2005. A test of the Hall and Soskice claims. *Socio-Economic Review*, doi: 10.1093/ser/mwr038.
- Strange, S. 1997. The Future of Global Capitalism; Or Will Divergence Persist Forever? In C. Crouch and W. Streeck (Eds.) *Political Economy of Modern Capitalism*. Teokseen viitattu teoksessa Kettunen, P. 2008. *Globalisaatio ja kansallinen me*.
- Suchman, M.C. 1995. Managing Legitimacy. Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review* 20 (3), 571-610.
- Tainio, R. & Lilja, K. 2003. The Finnish business system in transition. Outcomes, actors and their influence. In B. Czarniawska & G. Sevón (Eds.) *The Northern Light. Organization Theory in Scandinavia*. Copenhagen Business School Press, 69-87.
- Takala, T. 1987. Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun käsite sekä yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ja yritystoiminnan ideologiat vuosina 1930-1940 sekä 1972-1982. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteen laitos. Julkaisuja 72.
- Takala, T. 1993. Yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu. Historiallinen tausta ja käsitteellistä pohdintaa. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteen laitos. Julkaisuja 89/93. Johtamisen lisensiaattityö.
- Takala, T. 2000a. Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiat v. 2000. Suomalainen yritys globalisoituvassa maailmassa. *Liiketaloudellinen aikakauskirja* 4, 589-601.
- Takala, T. 2004. Yrityksen yhteiskuntavastuu globalisoituvassa maailmassa. Teoksessa I. Kauppinen (toim.) *Moraalitalous*. Tampere: Vastapaino, 212-232.
- Takala, T. & Lämsä, A-M. 2001. Tulkitseva käsitetutkimus organisaatio- ja johtamistutkimuksen tutkimusmetodisena vaihtoehtona. *Liiketaloudellinen aikakauskirja* 3, 371-390.
- Tempel, A. & Walgenbach, P. 2007. Global Standardization of Organizational Forms and Management Practices? What New Institutionalism and the Business Systems Approach Can Learn for Each Other. *Journal of Management Studies* 44 (1), 1-24.

- TT ry. 2001. Yrityksen yhteiskuntavastuu. Teollisuus ja Työnantajat ry.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 5. painos. Jyväskylä: Tammi.
- Törnroos, L. 2011. Kestävän kehityksen ja yhteiskuntavastuun standardit ja normit. Tekniikan Akateemiset: Forssan Kirjapaino.
- Uimonen, M-L. 2006. Suomalaisten yritysten vapaaehtoinen sosiaalinen vastuu. Helsinki: Työministeriö. Työpoliittinen tutkimus 322. Väitöskirjatyo.
- Utting, P. 2000. Business Responsibility for Sustainable Development. Viitattu artikkelissa Baden, D. & Harwood, I.A. 2012. Terminology Matters. A Critical Exploration of Corporate Social Responsibility Terms. Journal of Business Ethics, DOI 10.1007/s10551-012-1498-9.
- Vehkaperä, M. 2003. Yritysten yhteiskuntavastuu. Vastuuta voittojen vuoksi? Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunnan julkaisuja 135.
- Vehkaperä, M. 2005. Liikemiesten sosiaalisesta vastuusta yrityksen yhteiskuntavastuuseen. Teoksessa A-M. Lämsä, O. Uusitalo & V. Lämsä (toim.) Yritysetiikan ja johtajuuden suuntia. Jyväskylän yliopisto taloustieteiden tiedekunta julkaisuja 145, 32–43.
- Velasquez, M. G. 2002. Business Ethics. Concepts and Cases. New Jersey: Prentice Hall. 5. painos.
- Vilkuna, K. 2002. Vuotuinen ajantieto. Otava. 23. painos.
- Vitols, S. 2010. The European Participation Index (EPI): A Tool for Cross-National Quantitative Comparison, Background paper, Brussels: European Trade Union Institute.
- Whitley, R. 1999. Divergent Capitalisms. The Social Structuring and Change of Business Systems. Oxford: Oxford University Press.
- Whitley, R. 2000. The institutional structuring of innovation strategies. Business systems, firm types and patterns of technical change in different market economies. Organization Studies 21 (5), 855–886.
- Wood, D.J. 1991. Corporate social performance revisited. Academy of Management Review 16 (4), 691–718.
- Yin, R. K. 2009. Case Study Research: Design and Methods. Beverly Hills, CA: Sage Publications. 4. painos.
- Zucker, L. G. 1977. The role of institutionalization in cultural persistence. American Sociological Review 42 (5), 726–743.
- Aikio, S. 2012. Anglo shame – häpeä kaivoksilla. Tulostettu 3.3.2013
<http://www.sll.fi/lappi/kolumnit/anglo-shame-hapea-kaivoksilla>
- Ketä Akavaan kuuluu? Akava 2013. Viitattu 20.1. 2013
<http://www.akava.fi/akava>
- Akava 2010. Akava vaatii aloitteellisuutta globalisaation hallintaan. Yhteiskuntavastuu on ulotettava toimitus- ja alihankintaketjuihin asti. Tulostettu 12.12.2012
http://www.akava.fi/uutishuone/ajankohtaiset/uutisarkisto_-_akavan_uutiset/2010/akava_vaatii_aloitteellisuutta_globalisaation_hallintaan_yhteiskuntavastuu_on_ulotettava_toimitus-ja_alihankintaketjuihin_asti.3452.news

- Akavan, SAK:n ja STTK:n jäsenedut. 2013 Viitattu 11.3.2013
<http://www.akava.fi/jasenliitot/jasenedut>
<http://www.sak.fi/osallistu-ja-vaikuta/liity/jasenedut>
<http://www.sttk.fi/fi-FI/tataolemme/>
- Bergholm, T. 2012. The Country Report of Finnish Trade Unions 2012: Strong Trade Union Movement in Gradual Decline, Friedrich Ebert Stiftung, Berlin 2012. Tulostettu 20.1.2013
<http://library.fes.de/pdf-files/id-moe/09545.pdf>
- BSCI, Business Social Compliance Initiative. 2013. <http://www.bsci-intl.org> (tulostettu 16.9.2013)
- Demokraatti. 2013. Uutispäivä Demari uudistuu Demokraatiksi. Tulostettu 1.4.2013
<http://www.demari.fi/politiikka/uutiset/5462-uutispaiva-demari-uudistuu-demokraatiksi>
- EK. 2007. Viitattu 30.1.2013.
http://www.ek.fi/ek/fi/ajankohtaista/tiedotteet/tyonantajien_keskusjarjestotoiminnasta_100vuotisjuhlakirja-2621
- Euroopan komissio. 2011. Yritysten yhteiskuntavastuuta koskeva uudistettu EU:n strategia vuosiksi 2011– 2014. Tulostettu 7.11.2012
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:FI:PDF>
- Euroopan komissio. 2006. Implementing the Partnership for Growth and Jobs. Making Europe a Pole of Excellence on Corporate Social Responsibility. Tulostettu 5.5.2012
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:en:PDF>
- Eduskunta. 2009. Asiakirja KK 107/1992 vp. Viitattu 5.5.2013
<http://www.eduskunta.fi/triphome/bin/akxhref2.sh?{KEY}=KK+107/1992>
- ETLA. 2013. Viitattu 1.6.2013
<http://www.etla.fi/wp-content/uploads/ETLA-B257-esitys.pdf>
- Fazer, Helsingin Sanomat. 2012. Fazer pahoittelee kampanjaansa ja lupaa parantaa vastuullisuutta. Viitattu 20.11.2012
<http://www.hs.fi/kotimaa/a1305601890039>
- Finnair. Helsingin Sanomat. 2012. Johdon bonuksista raju kritiikkiryöppy Finnairin kokouksessa. Tulostettu 2.11.2012
<http://www.hs.fi/talous/a1305558761483>
- GRI. 2012. Global Reporting Initiative. Suomenkielinen materiaali. Tulostettu 11.11.2012.
<https://www.globalreporting.org/languages/Finnish/Pages/default.aspx>
- Helsingin Sanomat. 2011. Onko raamisopimus uuden ajan alku? Viitattu 2.2.2013
<http://www.hs.fi/paakirjoitukset/a1305550317466>

- Hirvonen, E. 2012. Sanokaa orja, kun haluatte suklaata. Tulostettu 20.11.2012
<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1348542670256>
- Ihmisarvoisen työn ohjelma. 2013. Finnwatch. Viitattu 3.5.2013
<http://www.finnwatch.org/mitae-teemme/ito>
- ILO:n julistus työelämän perusoikeuksista. 2012. Viitattu 20.10.2012
http://www.tem.fi/files/22582/ILOn_julistus_tyon_perusoikeuksista.pdf
- ISO 14000. 2012. Esite 14000- sarjan standardeista. Viitattu 11.9.2012
http://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/tuotteet_valokeilassa/iso_14000_ymparistojohtaminen
- Kaleva. 2012. Suomalaisella pelialalla uusia menestystarinoita. Viitattu 7.2. 2013.
<http://www.kaleva.fi/mielipide/paakirjoitukset/suomalaisella-pelialalla-uusia-menestystarinoita/613167/>
- Kaleva. 2009. Metallissa ei luettu ajan merkkejä. Viitattu 4.3. 2012
<http://www.kaleva.fi/mielipide/paakirjoitukset/metallissa-ei-luettu-ajan-merkkeja/275108/>
- Kepa. 2012. Yritysvastuuta vai vastuuttomia yrityksiä. Viitattu 18.9.2013
<https://www.kepa.fi/julkaisut/julkaisusarjat/11368>
- Kestävän talouden ohjelma. 2013. Finnwatch. 14.7.2013
<http://finnwatch.org/mitae-teemme/kestaevaen-talouden-ohjelma>
- Korvela, P-E. 2011, Keskisuomalainen. Viitattu 24.11.2011
<http://www.ksml.fi/mielipide/kolumnit/demokratiasta-tullut-hairiotila/978363>
- Luukka, T. 2013. Kolmen päivän koulutusriidasta sopu. Viitattu 15.4.2013
<http://www.hs.fi/politiikka/a1362625570471>
- Mikä STTK? 2013. Viitattu 1.4.2013
http://www.sttk.fi/File/547e8ab1-d988-4feb-be0b-26c546e23de2/STTK_esittelykalvot2013.pdf
- Mitä kestäväällä kehityksellä tarkoitetaan? 2006. Tulostettu 3.5.2013
http://www.rakennerahastot.fi/rakennerahastot/fi/01_rakennerahastotoiminta/02_eu_tukee/06_ymparisto/01_keke_tarκοittaa/index.jsp
- Nergaard, K. 2011. Fagorganisering i Norden. Status og utviklingstrekk. Fafonotat 2010:25 (Updated per February 2013) Tulostettu 3.4.2013
<http://www.faf.no/pub/rapp/10121/index.html>
- OECD. 2012. Toimintaohjeet monikansallisille yrityksille 2012. Tulostettu 18.10.2012
http://www.tem.fi/files/32204/TEMrap_5_2012.pdf
- OKM. 2013. Suomen koulutusjärjestelmä. Viitattu 15.4.2013
<http://www.okm.fi/OPM/Koulutus/koulutusjaerjestelmae>
- Pekkanen, S., Intonen, N. & Järviö, M-L. 2005. Suomen koulutusmenojen kehitys 1900 -luvulla ja tulevaisuudessa. VATT. Viitattu 5.4.2012
http://www.vatt.fi/file/vatt_publication_pdf/k365.pdf
- Perustietoa SAK:sta 2013. Viitattu 20.1.2013
<http://www.sak.fi/tama-on-sak/perustietoa>
- PwC yritysvastuubarometri. 2012. Viitattu 3.3.2013

- <http://news.cision.com/fi/pwc/r/pwc-n-yritysvastuubarometri-2012--vastuullisuusasiat-ovat-yha-useammin-johdon-agendalla,c9292478>
- Ruotsetsaari, I. 2013. Professori: Ay-liikkeen puhetapa lähentynyt työnantajaa. Viitattu 15.9.2013
http://yle.fi/uutiset/professori_ay-liikkeen_puhetapa_lahentynyt_tyonantajaa/6642873
- SA8000 Guidance Document. 2013. Viitattu 14.9.2013
<http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=725>
- Sabel, C. & Saxenian, A. 2008. A Fugitive Success. Finland's Economic Future. Tulostettu 5.1.2013
<http://www.sitra.fi/julkaisut/raportti80.pdf>
- SAK 2006. SAK peräänkuuluttaa palvelualojen innovaatiota ja yrityksiltä yhteiskuntavastuuta. Tulostettu 1.19.2012
<http://www.sak.fi/ajankohtaista/uutiset/sak-peraanakuuluttaa-palvelualojen-innovaatioita-ja-yrityksilta-yhteiskuntavastuuta>
- SASK 2013. Viitattu 22.2.2013
<http://www.sask.fi/37-google-maps/ilo-n-perusoikeuksien-edistyminen/121-julkisen-sektorin-neuvotteluoikeudet-ecuadorissa>
- Slim, H. 2002. By What Authority? The Legitimacy and Accountability of Non-governmental Organisations. International Council on Human Rights Policy. Tulostettu 20.9.2013
<http://graduateinstitute.ch>
- STTK. 2008. Mikko Mäenpää Kauppakamari Foorumissa. Viitattu 7.6.2012
<http://kkksite.ezdev.asiakas.org/Media/Puheet/Mikko-Maenpaa-Kauppakamari-Forumissa-Yhteiskuntavastuu-2010-luvulla>
- Suomen Standardisoimisliitto. 2010. SFS-ISO26000 Yhteiskuntavastuuopas. Tulostettu 21.11.2011
http://www.sfs.fi/files/276/ISO_26000_PK-esite_LR.pdf
- Taloussanomat 2013. PAM vaatii suomalaisia yrityksiä sitoutumaan Bangladeshin tehtaiden turvallisuussopimukseen. Viitattu 20.5.2013
<http://www.taloussanomat.fi/yritykset/2013/05/14/pam-vaatii-yrityksia-mukaan-bangladeshin-sopimukseen/20136855/12>
- TEM. 2013. Yritysvastuuraportointikilpailu. Viitattu 11.5.2013
http://www.tem.fi/files/34900/vastraportoinnin_yhteenvedo_2012.pdf
- TNS Gallup. 2012. Työmarkkinapoliittinen mielipideilmastokysely. Tulostettu 27.1.2013
http://www.akava.fi/files/7319/Tyomarkkinapoliittinen_mielipideilmas-to_2012_yhteenvedo.pdf
- Transparency International. 2013. Korruptio Suomessa tutkijoiden näkemys korruption muodoista. Tulostettu 13.1.2013
<http://www.transparency.fi/korruptio-suomessa-tutkijoiden-nakemys-korruption-muodoista-tutkimisesta-ja-torjunnasta>
- Vartiala, S. 2012. Meksikossa toimivissa suomalaisyrityksissä loukataan vapaata järjestäytymisoikeutta. Viitattu 25.2.2013

<http://finnwatch.org/uutiset/75-meksikossa-toimivissa-suomalaisyrityksissae-loukataan-vapaata-jaerjestaeytymisoikeutta>

Verohallinto. 2012. Harmaa talous. Tulostettu 13.11.2012

<http://www.vero.fi/download/noname/%7B660588C2-71C5-4ABA-9A73-577B4DEA7C76%7D/7955>

Väestörekisterikeskus. 2013. Viitattu 5. 2.2013

<http://www.vrk.fi/default.aspx?site=3&docid=7544>

Yhteiskuntavastuun periaatepäätös. 2012. Tulostettu 10.12.2013

https://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu/yhteiskuntavastuun_periaatepaatos

Liitteet

Liite 1: Haastattelututkimukseen osallistuneiden järjestöjen taustatiedot haastattelujen kertomana

tutkimuksessa mukana olleet järjestöt	jäsenmäärä	järjestäytymisaste: jäsenmäärä suhteutettuna jäsenyyteen oikeutettujen lukumäärään	edellisten muutokset aikajanalla	liiton taloudellinen tilanne
Akava	yli 575 000		Jäsenmäärä on nouseva, uskotaan 600 000 jäsenen rajan ylittyvän 2015.	
Tekniikan Akateemisten liitto	73 000	n. 70% työikäisistä	Järjestäytymisaste on ollut aika vakaa pitkään. Järjestön rooli on vakiintunut.	vakaa
SAK	1 033 200			vankka
Sähköalojen Ammattiliitto	33 000	kokonaisuutena 77–80 %	Järjestäytymisaste on heikentynyt.	hyvin vakava-rainen
Metallityöväen liitto	155 000	On hieman yli 80 % kaikista metallialalla työskentelevistä työntekijöistä.	Kehitys on loivasti laskeva, työpaikkojen määrä supistuu. Järjestäytymisasteessa ei ole suurta muutosta.	hyvin vakaa
Julkisten ja Hyvinvointialojen liitto JHL	225 000, vuoden 2012 alusta 240 000	Julkisen sektorin järjestäytymisaste on 75–80%, joista JHL:ssä on kuntapuolella vajaa kolmannes työväestä ja valtiolla n. 10%. Seurakunnissa ollaan varmaan kahdessa kymmenessä pro-	meidän suhteellinen markkinaosuus jäsenmäärä tippuu, koska kokonaisjärjestäytymisaste pysyy suurin piirtein samalla tasolla.	Se on vakaa. Jäsenmaksutulot riittävät toiminnan pyörittämiseen.

(jatkuu)

Liite 1 (jatkuu)

		sentissa.		
STTK	608 000			
Ammattiliitto Pro	n. 130 000	50–90%, keskimäärin 70%	Jäsenmääräkehitykseen vaikuttaa rakennemuutos. Joillakin aloilla pienenee ja joillakin aloilla kasvaa.	Talous on vakaalla pohjalla.
Suomen Konepäällystö-liitto	4400	Merenkulussa on melkein 100%, kun puhutaan voimalaitoksista se on hyvin korkea.	Maksavien jäsenmäärä on 7–8 vuoden aikana laskenut.	
Suomen Ammattiliitto-jen Solidaarisuuskeskus SASK	kaksi palkan-saajakeskusjärjestöä, 31 ammattiliittoa		Jäsenmäärä on kasvava.	Talous on tasapainossa.

Liite 2: Haastattelukysymykset

Yrityksen yhteiskuntavastuu (CSR) Euroopan ammattiyhdistysten näkökulmasta

Tämä tutkimus kohdistuu isossa kansainvälisessä hankkeessa Suomen näkökulmaan. Euroopan tasolla hanketta johdetaan Hollowayn yliopistosta Englannista (Lutz Preuss ym.). Suomen osuus toteutetaan Jyväskylän yliopiston kaup-pakorkeakoulussa. Teen hankkeessa pro gradu -tutkimukseni.

Haastattelukysymykset

Koska tämä on Euroopan laajuinen tutkimus, valtioiden välisistä taustaeroista johtuen kaikki kysymykset eivät välttämättä ole yksittäisten valtioiden kohdalla yhtä mielekkäitä. Pyydämme tästä huolimatta vastausta myös kysymyksiin, jotka eivät täysin vaikuta soveltuvan juuri kyseessä olevaan ammattiyhdistykseen. Kaikkien kysymysten läpikäyminen on tärkeää tutkimuksen luotettavuuden kannalta.

Tutkimus on luottamuksellinen. Voiko järjestösi nimen mainita listassa? Aineiston käsittelyssä käytetään järjestöistä koodeja, jotta vastausten raportointi on anonyymia. Näin näkyy vain lista järjestöistä otosta selitettäessä, ja lainaukset numerokoodeilla (joita ei ole yhdistetty järjestöihin raportissa). Haastateltujen henkilöiden nimet pysyvät vain minun tiedossani. Tulosten analyysin kannalta on tarpeellista, että nauhoitan haastattelun.

1. Liitto

2. Haastateltavan taustatiedot

2.1 sukupuoli

2.2 nimi (vain minun tietooni)

2.3 ikä

2.4 koulutus/ tutkinto

2.5 työkokemuksen pituus yleensä

työkokemuksen pituus ay-liikkeessä

työkokemuksen pituus tässä organisaatiossa

2.6 toimet/ tehtävät

2.7 nykyisen tehtävän nimike ja sisältö

1. Ammattiliitosta

1.1 Vahvuuden indikaattorit

- jäsenmäärä
- järjestäytymisaste: jäsenmäärä suhteutettuna jäsenyyteen oikeutettujen lukumäärään
- edellisten muutokset aikajanalla

(jatkuu)

Liite 2 (jatkuu)

1.2 Miten kuvailisit liittosi taloudellista tilannetta?

2. Yrityksen yhteiskuntavastuun periaatteet ja siihen kohdistuvat asenteet

2.1 Miten yrityksen yhteiskuntavastuun käsitettä (CSR) käytetään ja miten se arkikielessä tai yleisesti ymmärretään Suomessa?

2.2 Käytetäänkö jonkun ulkopuolisen tahon (esimerkiksi EU:n) tekemiä määritelmiä?

- Onko Suomessa muita vakiintuneita käsitteitä, jotka ovat yhdenmukaisia yhteiskuntavastuun käsitteen kanssa tai kattavat samoja kysymyksiä? Jos on, niin mitä ne ovat ja miten luonnehtisit niiden sisältöä/merkitystä.

2.3 Missä määrin yrityksen yhteiskuntavastuun merkityksestä vallitsee Suomessa yhteisymmärrys vai kiistelläänkö siitä?

- Mikäli kiistellään, miten, miksi ja mitkä tahot ovat siitä eri mieltä?

2.4 Pidetäänkö yrityksen yhteiskuntavastuuta yleisesti tehokkaana yhteiskunnallisten ja ympäristöön liittyvien ongelmien ratkaisemisessa?

- Onko sen vaikuttavuudesta ja toimivuudesta näyttöä?
- Miten tämä näyttö on esitetty ja tehty tunnetuksi?

2.5 Onko yhteiskuntavastuu muuttanut yritysten toimintaa? Mikäli näin on, miten?

2.6 Mitkä ovat ne ensisijaiset tekijät, jotka saavat yritykset omaksumaan vastuullisempia toimintatapoja ja käytäntöjä?

- Tulevatko paineet yrityksen sisältä (esimerkiksi yrityksen laatimat vapaaehtoiset säännöt) vai yrityksen ulkopuolelta (esimerkiksi ammattijärjestöjen vaatimukset, lainsäädännölliset vaateet, globaalit normit, kansalaisjärjestötoiminta, kuluttaja-/asiakaskampanjat)? Mitkä ovat keskeisiä paineita? Miksi?

2.7 Minkälaisia yrityksen yhteiskuntavastuualoitteet ovat?

- Ovatko ne yrityskohtaisia, alakohtaisia vai kumpaakin?
- Minkälaisia alakohtaisia sopimuksia on olemassa?

2.8 Mitkä ja minkälaiset yritykset panostavat yhteiskuntavastuuseen tai edistävät sitä eniten?

- Ilmeneekö kotimaisten yritysten ja Suomessa toimivien monikansallisten yritysten tytäryhtiöiden välillä eroja? Jos ilmenee, niin millaisia erot ovat?
- Ilmeneekö yrityksen yhteiskuntavastuussa eroja eri maista kotoisin olevien monikansallisten tytäryhtiöiden keskuudessa? Jos ilmenee, voitko kertoa tarkemmin miten ja millaisia esimerkkejä tiedät löytyvän.

3. Yhteiskuntavastuun käytännöt ammattiliitossa

3.1 Miten ammattiliittosi ymmärtää käsitteen yrityksen yhteiskuntavastuu? Vertaa muihin kansallisiin ja kansainvälisiin määritelmiin?

(jatkuu)

Liite 2 (jatkuu)

- Hyväksyykö ammattiliittosi väitteen siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuusta on taloudellista hyötyä liiketoiminnalle? Jos ei, niin miksi ei hyväksy?
- Onko liitollasi näkemystä yritysten vastuullisuus- ja ympäristöraportoinnista?
- Tulisiko raportoinnista tehdä pakollista, ellei se sitä vielä ole? Miksi?

3.2 Missä laajuudessa yrityksen yhteiskuntavastuusta on keskusteltu ammattiliittosi piirissä viime vuosien aikana?

- Onko se tuotu esille esimerkiksi ammattiosastojen kautta?
- Vai onko se tuotu esille johtajiston toimesta?
- Onko käsite tai asia ylipäätään esiintynyt kokouspäätöksissä?
- Onko käsite tai asia ylipäätään asia esiintynyt sisäisissä keskusteluasiakirjoissa?
- Mikäli näin on, mistä suunnasta asian käsittelyyn on koettu painetta?
 - a) ammattiliiton asiamiesten tarpeesta reagoida yrityksen muuttuviin toimintatapoihin?
 - b) jäsenten tarpeesta reagoida yritysten muuttuviin toimintatapoihin?

3.3 Koetaanko yrityksen yhteiskuntavastuu tärkeäksi ammattiyhdistyksessäsi?

- Pidetäänkö yrityksen yhteiskuntavastuuta mielestäsi avainkysymyksenä jäsenien keskuudessa? Miksi?

3.4 Mitä yrityksen yhteiskuntavastuun osa-alueita ammattiliittosi pitää erityisen tärkeinä?

- Onko sellaisia osa-alueita, joihin suhtaudutaan kriittisesti? Miksi?
- Erottele yrityksen sisäiset näkökohdat (kuten työhyvinvointi, työn ja muun elämän tasapaino, nuorten ja ikääntyvien työntekijöiden työllistymis- ja työssä-jatkamismahdollisuudet) ja yrityksen ulkoiset näkökulmat (kuten yhteisöllisyys, ympäristötekijät).

3.5 Tukeeko vai heikentääkö yrityksen yhteiskuntavastuun käsite – siten kuin sinä sen ymmärrät -yleisesti ottaen liittosi pyrkimyksiä?

- Mikäli yrityksen yhteiskuntavastuun käsite tukee liittosi pyrkimyksiä, missä määrin ammattiliittosi on kyennyt edistämään omia tavoitteitaan eteenpäin yrityksen yhteiskuntavastuun kautta?
- Missä määrin yrityksen yhteiskuntavastuu liittyy liittonne olemassa olevaan toimintaan; järjestäytymisvapauteen, työterveyteen ja -turvallisuuteen, palkan, työoloihin ja niin edelleen?

3.6 Ovatko yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvät sopimukset tavallisesti tulosta työnantajien ja ammattiliiton välisestä dialogista vai konfliktista?

3.7 Onko ammattiliittojen aktiivisuudessa suhteessa yrityksen yhteiskuntavastuuseen sitoutumisessa alakohtaisia eroja? Mistä mahdolliset erot johtuvat?

(jatkuu)

Liite 2 (jatkuu)

3.8 Onko yrityksen yhteiskuntavastuusta käytävä keskustelu auttanut ammattiliittoasi luomaan kansainvälisiä yhteyksiä, joko kahden välisiä, EU-tasolla tai globaalien liittojen (eli ammattisihteeristöjen) kautta? Jos on, millaisia yhteyksiä?

3.9 Ollaanko ammattiliitossasi tietoisia ISO 26000 standardista? Miten mielestänne standardin aikaansaaminen lisää työnantajien ja työntekijöiden välistä yhteistyötä?

4. Liiton toiminta yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyen erotuksena yleisiin periaatteisiin

4.1 Mitkä ovat yrityksen yhteiskuntavastuukäytännöt ammattiliitossasi?

- sisällyttääkö ammattiliitto yrityksen yhteiskuntavastuun omiin koulutusohjelmiinsa? Miten?
- teettekö yhteistyötä muiden ammattiliittojen kanssa kehittääksenne tai toteuttaaksenne yhteiskuntavastuuseen liittyviä linjauksia? Millaisia?
- teettekö yhteistyötä liittoon kuulumattomien toimijoiden kuten kansalaisjärjestöjen kanssa?
- edistättekö yhteiskuntavastuun periaatteita tavoitteita toiminnallanne eläkerahastojen hallintoneuvostossa?
- muuta?

4.2 Onko käytännöistä ollut kiistaa? Jos on, niin millaisia? Mitkä käytännöt ovat osoittautuneet sopivimmiksi? Miksi?

4.3 Oletko tietoinen yrityksen yhteiskuntavastuuta koskevista hyviä käytäntöjä koskevista sopimuksista tai järjestelyistä, joissa ammattiliitossasi on mukana (esimerkiksi yritystasolla)? Mikäli näin on, kertoisitko yksityiskohtia?

4.4 Voitko kertoa esimerkkejä siitä, miten ammattiliittosi on kyennyt saamaan jonkin yrityksen kiinni siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuullisuus ei ole yhdenmukaista yrityksen virallisten tavoitteiden ja käytännön toiminnan tasolla (kansallisesti tai kansainvälisesti)?

4.5 Onko olemassa esimerkkejä siitä, että ammattiliittosi on käyttänyt jonkun yrityksen yhteiskuntavastuupolitiikkaa hyväkseen rakentaakseen laajempia kampanjoita muiden järjestöjen kanssa (esimerkiksi ympäristö, ihmisoikeus tai muuta sellaista)? Onko ammattiliittosi käyttänyt yrityksen yhteiskuntavastuun käsitettä omiin tarkoituksiinsa osana julkisuuskampanjointiaan? Jos on, miten?

5. Yrityksen yhteiskuntavastuuseen liittyvän toiminnan historiaa

5.1 Kuinka kauan yhteiskuntavastuu on ollut relevantti kysymys ammattiliitollesi?

- Miten ammattiliitossasi löydettiin/havaittiin yrityksen yhteiskuntavastuu? Oliko jokin laukaiseva tekijä?

(jatkuu)

Liite 2 (jatkuu)

5.2 Heikkeneekö vai vahvistuuko yrityksen yhteiskuntavastuun merkitys todennäköisemmin seuraavien vuosien aikana? Miksi?

5.3 Mitkä toiset tahot ensisijaisesti vievät keskustelua yrityksen yhteiskuntavastuusta eteenpäin Suomessa?

5.4 Onko ammattiliitollasi merkittävä rooli yrityksen yhteiskuntavastuun käsitteen sisällön määrittelyssä Suomessa? ...Euroopassa?

- Oletatko ammattiliittosi aseman muuttuvan, ts. odottaisitko ammattiliittosi olevan enemmän mukana yrityksen yhteiskuntavastuun käsitteen määrittämisessä vai vähemmän mukana (käsitteen) määrittämisessä?

6. Yhteiskuntavastuun johtaminen

Mihin yhteiskuntavastuuosaaminen ammattiliitossasi sijoittuu/keskittyy?

- Onko teillä nimitetty yrityksen yhteiskuntavastuuasiantuntija?
- Mikäli näin on, mikä on henkilön vastuualue?
- Milloin toimi on perustettu?
- Miten vaikutusvaltaisena asemaa pidät?

7. Loppukommentit

Onko vielä yhteiskuntavastuusta jotain sellaista tärkeää tai oleellista jota emme ole käsitelleet?

Liite 3: Haastatteluajankohdat

Haastateltavat	Haastatteluajankohta
H1	7.12.2011
H2	20.1.2012
H3	25.11.2011, täydennetty sähköpostilla 27.4.2012
H4	15.12.2011, täydennetty sähköpostilla 18.2.2013
H5	20.1. 2012
H6	16.12.2011
H7	8.12.2011
H8	1.12. 2011, täydennetty sähköpostilla 18.4.2012
H9	20.1.2012, täydennetty sähköpostilla 23.1.2012
H10	16.12.2011