

KOOSTA RIIPPUMATTA

Mikro- ja pienyritysten näkemyksiä yhteiskuntavastuusta

Ria Sihvo

Pro gradu- tutkielma

Yhteiskuntapolitiikka

Yhteiskuntatieteiden

ja filosofian laitos

Jyväskylän yliopisto

Kevät 2015

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	1
2. YRITYKSET	3
2.1 YRITYSTEN ROOLI	3
2.2 MIKRO- JA PIENYRITYS	4
3. VASTUULLINEN LIKETOIMINTA	5
4. YRITYSVASTUUSTA YHTEISKUNTAVASTUUSEEN	7
4.1 YRITYSVASTUU	7
4.2 YHTEISKUNTAVASTUUN SYNTY	8
4.3 YHTEISKUNTAVASTUUN MÄÄRITELMÄ	9
4.4 YHTEISKUNTAVASTUUN TAVOITE	10
5. ARVOT	13
5.1 ARVOT JA LIKETOIMINTA	13
5.2 ARVOT JA ARVOJOHTAMINEN	14
5.3 JOHTAJIEN ROOLI.....	14
6. SIDOSRYHMÄT.....	16
6.1 SIDOSRYHMÄT JA VUOROVAIKUTUS	16
6.2 SUHDE YHTEISKUNTAVASTUUSEEN	16
7. TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	18
7.1 AJATUKSIA AINEISTON KERUUSTA	18
7.2 TUTKIMUSMENETELMÄT	19
7.2.1 TEEMAHAASTATTELU	20
7.2.2 SISÄLLÖNANALYYSI HAASTATTELUAINEISTON ANALYYSIMENETELMÄNÄ	21
7.2.3 AINEISTO VIELÄ LYHYESTI.....	23
8. YRITYKSIEN NÄKEMYKSIÄ LIKETOIMINTA- JA YHTEISKUNTAVASTUUSTA.....	24
8.1 YRITTÄJIEN LIKETOIMINNALLINENVASTUU.....	25
8.2 TYÖNANTAJAVASTUU	26
8.3 SANAT VASTAAN TEOT	27
8.4 MAHDOLLINEN KILPAILUETU.....	28
8.5 SIDOSRYHMIEN JA JOHTAJIEN ROOLIT	28
8.6 HAASTEET YRITTÄJÄNÄ	30
8.7 USKO TULEVAISUUTEEN	32
8.8 RESURSSIVIISAUS JA VEROJALANJÄLKI	33
9. YRITTÄJIEN VIESTI YHTEISKUNNALLE	35
9.1 PIENTEN YRITYSTEN MERKITYS YHTEISKUNNALLE.....	35
9.2 AVOIMUUS JA YHTEISTYÖ	36
9.3 BYROKRATIAN VAIKUTUS	37
9.4 MUITA KEHITYSEHDOTUKSIA JA AJATUKSIA	38
10. JOHTOPÄÄTÖKSET	41
LÄHTEET:	48
INTERNET-LÄHTEET:	51
LIITE 1.....	59

TIIVISTELMÄ

KOOSTA RIIPPUMATTA

Mikro- ja pienyritysten näkemyksiä yhteiskuntavastuusta

Ria Sihvo
Yhteiskuntapolitiikka
Pro gradu -tutkielma
Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Jyväskylän yliopisto
Ohjaajat: Teppo Kröger ja Helena Hirvonen
Kevät 2015
Sivumäärä: 58 + liite

Tutkielman tarkoituksena on selvittää eri alojen mikro- ja pienyritysten ajatuksia vastuullisesta liiketoiminnasta ja yhteiskuntavastuusta. Tutkimuskysymyksiä on yksi: Millaisia tekoja ja asioita yritykset pitävät omassa liiketoiminnassaan yhteiskuntavastuullisina?

Käsitteellisen viitekehyksen muodostavat pääasiassa käsitteet vastuullinen liiketoiminta ja yhteiskuntavastuu. Myös arvot, johtaja- ja sidosryhmä-käsitteet suhteessa pääkäsitteisiin tukevat viitekehyksen rakentumista.

Tutkielman aineisto koostuu 11 keskisuomalaisen eri alan mikro- ja pienyrityksen teemahaastattelusta. Aineisto on kerätty ja haastattelut on pidetty tammikuussa 2015. Aineiston analyysi on toteutettu teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä sekä aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä.

Kaikki yritykset näkivät vastuullisen liiketoiminnan ja yhteiskuntavastuun tärkeänä velvollisuutena, johon kuuluvat oma työllistyminen, velvollisuuksien hoito, lakien ja sääntöjen noudattaminen sekä verojen maksu. Erityisesti esiin nousivat sosiaalinen vastuu, eli ihmiset, työntekijöiden oikeudet ja hyvinvointi. Tutkielma myös osoitti, että yritysten mielestä varsinkin pienillä ja keskisuurilla yrityksillä on vastuu yhteiskunnasta työllistäjinä ja palvelujen takaajina. Haastateltavat näkivät, että yritykset toimivat yhteiskunnan pyörimisen moottorina. Yritykset toivoivatkin avoimuutta, niiden roolin ja toiminnan tärkeyden ymmärtämistä sekä yhteistyötä julkisen sektorin, päättäjien ja organisaatioiden kanssa yrittäjyyden edistämiseksi. Byrokratian vähentämisen merkityskin nousi esiin.

Avainsanat: kestävä kehitys, mikro- ja pienyritys, vastuullinen liiketoiminta, yhteiskuntavastuu.

1. JOHDANTO

Kestävä kehitys on niin maailmanlaajuisesti, alueellisesti kuin paikallisesti tapahtuvaa, jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka tarkoitus on turvata nykyisille sekä tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Se on ja tulee myös olemaan yhä ajankohtaisempi aihe. Päätöksien tulisi ottaa huomioon kaikki vaikutukset yhteisöön, ympäristöön ja talouteen. Haasteena ei ole vain jättää puhdas ja terve planeetta tuleville sukupolville, vaan joudumme kantamaan huolta myös nykyisten vanhenevien sukupolvienkin tarpeista (Strange & Bayley 2008, 24– 27). Haukiojan (2007, 63) mukaan talouskasvu ja kestävä kehitys ovat molemmat niin nykyhetken kuin tulevaisuudenkin keskiöön kuuluvia aiheita. Arvomme näkyvät ja tulevat näkyväksi toiminnassamme seuraaville sukupolville (Larsen 2002, 209).

Kestävä kehitys on siis tullut myös pysyväksi osaksi liiketoimintaa ja yritysmaailmaa. Nykyään jokaisella yrityksellä onkin mahdollisuus toimia ympäristöystävällisesti ja tulevaisuuden kannalta olisi olennaista saada jokainen yritys muuttamaan toimintaansa. Yritykset haluavat itsekkin toimia vastuullisesti monista eri syistä, pääsyy on kuitenkin parantaa kannattavuutta pitkällä aikavälillä. Strannegårdin (1998, 4–19) mielestä yksi selitys kasvaneeseen intressiin on herääminen ympäristötietoisuuteen. Kestävän kehityksen mukainen toiminta voi näkyä yhteiskuntavastuuna, tuotesuunnittelussa ja valmistuksessa, sekä yleensäkin vastuullisena liiketoimintana (Talvenmaa 2002, 79–81; tem.fi). Yritykset voivat esimerkiksi toimia kolmen kestävä kehityksen polun mukaan, joihin kuuluu riskienhallintastrategia, kustannustehokkuus tai erottautumisstrategia (sitra.fi). Yritykset ovatkin ainakin kyseisen käsitteen käytön leviämistä ja yleisyydestä päätellen vastaanottaneet kestävä kehityksen mukaisen ajattelun hyvin. Kestävään kehitykseen sitoutunut yritys on tulevaisuuteen suuntautuva, joka tuntee jo nyt vastuunsa (Rohweder 2004, 15–16). Ekologisesti kestävä kehityksen muutosprosessi vaatii integroituja, keskinäisesti toisiaan vahvistavia ja synergisiä aloitteita yhteiskunnan eri toimijoilta. Tarvitaan siis kaikkien yhteiskunnan toimijoiden yhteistyötä ja arvojen muutosta. (Ketola 2004, 90–94).

Tein kandidaatintutkielman ecodesign-yrityksistä ja tätä kautta heräsi myös kiinnostus muidenkin alojen yritysten ajatuksiin ja näkemyksiin. Paljon on saatu lukea suurten yritysten vastuullisuudesta ja yhteiskuntavastuusta eri raporttien muodossa. Tässä tutkielmassa keskiössä ovatkin mikro- ja pienyritykset, jotka eivät julkaise raporttejaan. Tarkoituksena on saada suoraa tietoa heidän ajatuksistaan ja kokemuksistaan. Mikro- ja pienyritysten rooli on kuitenkin Suomessa suuri, esimerkiksi työllistäjinä. Näitä yrityksiä on myös suhteessa paljon enemmän kuin suuria yrityksiä ja niiden toiminta takaa yhteiskunnalle mahdollisuuden julkisen sektorin palvelujen ylläpitoon.

Pro gradu -tutkielmani tarkoituksena on siis saada syvempää tietoa suomalaisista mikro- ja pienyrityksistä ja selvittää yrittäjien ajatukset sekä vastuullisesta liiketoiminnasta että yhteiskuntavastuusta. Teemahaastattelujen avulla saadut yrittäjien näkemykset ja kokemukset ovat siis keskiössä ja tärkeimpänä tiedon lähteenä.

Tutkimuskysymyksiä on yksi:

- Millaisia tekoja ja asioita yritykset pitävät omassa liiketoiminnassaan yhteiskuntavastuullisina?

Tutkielma jakautuu 10 päälukuun. Seuravaassa luvussa määrittelen mikro- ja pienyritykset sekä niiden roolit. Kolmas luku käsittelee vastuullista liiketoimintaa ja neljäs yhteiskuntavastuuta. Yhteiskuntavastuusta käydään läpi laajasti niin käsitteen synty, merkitykset kuin määritelmät. Viidennessä luvussa puolestaan käydään lyhyesti lävitse arvoja ja johtajuutta, kuudennessa sidosryhmien roolia suhteessa näihin aiemmin mainittuihin pääteemoihin. Luku seitsemän käsittelee tutkimuksen toteutusta, menetelmää sekä aineistoa. Kahdeksannessa ja yhdeksännessä kuvataan tutkimuksen tulokset. Luvussa 10 on johtopäätöksiäni ja mahdollisia jatkotutkimusehdotuksia.

2. YRITYKSET

2.1 Yritysten rooli

Nykyään Suomessa kannustetaan entistä enemmän yrittäjyyteen. Suurin osa Euroopan Unionin projekteistakin on Pyykkösen (2014, 52) mukaan yrittäjyyttä tukevia. Ympäri Suomea on käynnistetty useita yrittäjyyden kehittämishankkeita, joiden avulla yritetään luoda uusia työpaikkoja parantamaan yritysten toimintaedellytyksiä ja sitä kautta auttamaan yhteiskuntaa. Tavoitteena hankkeissa on ennen kaikkea luoda yrittäjämönteistä ilmapiiriä niin yksilö- kuin yhteiskuntatasollekin kasvattamalla uutta yrittävää sukupolvea ja laskemalla yrittäjäksi ryhtymisen kynnystä.

Yhteiskuntamme kehityksestä ja hyvinvoinnista vastaavatkin suurilta osin yritykset. Tämän takia ihmisiä kannustetaan yrittämään ja yritystoimintaa suositaan yhteiskunnassamme. Yksityisen yritystoiminnan palveluksessa työskenteleekin noin 70 % suomalaisista eli yritykset luovat työpaikkoja. (Cuckovic, 2012, 3). Samalla tuotetaan veroja palvelujen maksuun. Mikroyritysten merkitys talouskasvussa ja työllisyyden näkökulmasta on Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan kiistaton, vaikeinakin aikoina kolme henkilöä työllistäneet mikroyritykset olivat vuosina 2009–2012 lisänneet henkilöstöään nettomääräisesti 20 000 hengellä. Mikroyritykset edustavatkin taloutemme dynaamisia toimialoja. (Rikama 2014, 10–11.)

Yli 250 hengen suuryritykset palkkasivat vuosina 2001–2012 7164 henkilöä. Pk-yrityksien määrä oli puolestaan yli 100.000 ja Suomessa on kokonaisuudessaan 282.635 yritystä. Tilastokeskuksen vuoden 2013 ennakkotiedon mukaan (poisluettuna maa-, metsä- ja kalatalous) 393 miljardin euron liikevaihdosta yli puolet tulee pk-yrityksistä ja pk-sektorin osuus on 40 prosenttia BKT:sta. Alle 10 työntekijän yrityksiä on 264 435 kappaletta, eli jopa 93,4 prosenttia. Pieniä yrityksiä on puolestaan 15 675 eli 5,5 prosenttia. Hyvän vertailupohjan antaa suurien yritysten määrä 588 kappaletta. (yrittäjät.fi.)

2.2 Mikro- ja pienyritys

Tässä tutkielmassa tutkimuskohteena ovat siis mikro- ja pienyritykset.

Mikroyritys on sellainen yritys, jonka palveluksessa on vähemmän kuin 10 työntekijää ja jonka vuosiliikevaihto on enintään 2 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma enintään 2 miljoonaa euroa. Sen tulee myös täyttää vaatimukset riippumattomuudesta kuten pienenkin yrityksen. Pieni yritys on määritelty yritykseksi, jonka palveluksessa on vähemmän kuin 50 työntekijää ja jonka vuosiliikevaihto on enintään 10 miljoonaa euroa tai sitten taseen loppusumma on enintään 10 miljoonaa euroa.

Riippumattomia yrityksiä ovat yritykset, joiden pääomasta tai äänivaltaisista osakkeista 25 prosenttia tai enemmän ei ole yhden sellaisen yrityksen omistuksessa tai sellaisten yritysten yhteisomistuksessa, joihin ei voida soveltaa tilanteen mukaan joko pk-yrityksen tai pienen yrityksen määritelmää. (stat.fi.)

3. VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA

Yrityksillä vastuullinen liiketoiminta muodostuu monesta tekijästä, muun muassa yritys vastuusta ja -kansalaisuudesta, kestävästä kehityksestä ja yhteiskuntavastuusta, joka taas käsittää yrityksen sosiaalisen vastuun, taloudellisen vastuun ja ympäristövastuun.

Yrityksen vastuullisuutta koskevana vähimmäisvaatimuksena on aina, että yritys toimisi paikallisten lakien mukaan. Yleisesti kansalliset ja kansainväliset lainsäädännöt pyrkivät ohjaamaan yritykset toimimaan myös sosiaalisesti ja ekologisesti vastuullisella tavalla. Eniten sääntelyä liittyykin juuri ympäristövastuisiin ja työlänsäädäntöön. Julkishallinto voi myös halutessaan asettaa lainsäädännöllisiä tai verotuksellisia kannustimia ja sanktioita, mitkä voivat motivoida yritystä vastuullisuuteen ja joilla valvotaan sääntöjen noudattamista. Yrityksen kannattaakin tällöin yrittää ennakoida lainsäädäntöä. Myös tiedottamisella voidaan pyrkiä ohjaukseen, julkisella rahoituksella taas voidaan tukea yritysten hankkeita.

Muita kannustimia ja tekijöitä vastuullisempaan liiketoimintaan voivat olla yrityksen omat arvot, etiikka ja sidosryhmät odotuksillaan. Yrityksen arvoihin voi kuulua taloudellisten ja toiminnallisten arvojen lisäksi myös eettiset arvot, joilla tavoitellaan kaikkien yleistä ja yhteistä hyvää. Eettisten arvojen perustana on velvollisuuden ja oikeudenmukaisuuden tunne muita kanssaihmissä ja luontoa kohtaan (Harmaala & Jallinoja 2012, 57–88; Ketola 2005, 9). Yritysten on todettukin olevan tärkeä osa yhteiskuntaa, eivätkä ne voi tällöin toimia ristiriidassa yhteiskunnassa yleisesti hyväksytyjen arvojen kanssa (valtioneuvosto.fi). Vastuullinen liiketoiminta voi olla myös täysin vapaaehtoista, lainsäädäntöä ylittävää toimintaa kaikilla kolmella vastuullisuuden osa-alueella: sosiaalisella, taloudellisella ja ympäristöasioissa (ny-yritys.fi). Vihannon (2006, 15–26) mukaan vastuullisen liiketoiminnan mahdollisuudet paranevat, kun lainsäädäntö tarjoaa edellytyksiä liikesalaisuuksien suojaamiseen jolloin yritykset voivat kertoa avoimemmin hyvistä käytänteistään.

Yritysten tavat toteuttaa vastuullisuutta eroavat toisistaan monella tapaa muun muassa strategiselta merkittävyydeltään. Vastuullisuudella on yleisesti kolme päätyyppiä: filantropia eli hyväntekeväisyys, vastuullisuuden integrointi liiketoimintaan ja vastuullisuuden käyttö innovaatioiden lähteenä. Yrityksen kohdistuessa ponnistelunsa vastuullisuudessa omaan liiketoimintaan, taloudelliset ja yhteiskunnalliset kannustimet voivat olla usein yhdensuuntaisia. Vaikeat ajat eivät uhkaa sellaisia vastuullisuus toimia jotka ovat samalla järkeviä myös liiketoiminnan kannalta (Lankoski & Halme 2011, 31–51). Vastuullisen liiketoiminnan voidaan myös katsoa lähtevän yhteiskunnan ja kuluttajien tarpeiden ymmärtämisestä ja sisäistämisestä. Vastuullista liiketoimintaa voidaankin pitää nykyään jo keskeisenä strategisena voimavarana ja liiketoiminnan perustana. Yritysten tulisikin liittää vastuullisuus päätöksentekoonsa ja liiketoimintaansa. Myös yhteistyö ja arvokeskustelu ovat nousseet tässä keskeisiksi. Vastuullinen liiketoiminta tarjoaa myös mahdollisuuden riskienhallintaan, tuottojen lisäämiseen ja erottumiseen kilpailijoista. Menestyksekkäässä ja vastuullisessa toiminnassa vastuullisuus tuodaan olennaiseksi osaksi koko yrityksen arvoja ja kulttuuria. Vastuullinen liiketoiminta onkin haaste mutta samalla myös keino kehittää toimintaa (Könnölä & Rinne 2001,11–20, 25, 34, 11–113).

4.YRITYSVASTUUSTA YHTEISKUNTAVASTUUSEEN

4.1 Yritysvastuu

Yritysten toimintaan on jo pitkään liittynyt vastuita. Asiayhteyksistä ja näkökulmasta riippuen on puhuttu yritysvastuusta, yhteiskuntavastuusta tai yrityskansalaisuudesta. Jos yritys käyttää toiminnassaan yhteiskuntavastuu-termiä, linjaa se silloin osittain tarkastelevansa yhteiskuntavastuuta erittäinkin kattavasti. Yhteiskuntavastuun käsite kuvailee yrityksen ja yhteiskunnan välistä suhdetta. Yritysvastuu voidaan puolestaan tulkita yhteiskuntavastuuta rajatummin, yritysvastuussa korostuu yritys ja sen oma toiminta yhteiskuntaa enemmän. Yrityskansalaisuus sijoittuu taas lähelle yritysvastuuta (Jussila 2010, 7–25; Pihkola 2004, 168–175).

Yritysvastuulla on yllättävän pitkä historia Suomessa, esimerkiksi 1800-luvun lopulla ja 1900-luvun alkupuolella maamme teollisuuspaikkakuntien teollisuuspatruunat toteuttivat laaja-alaista ja tehokasta yritysvastuuta. Tarve laaja-alaiseen yritysvastuuseen väheni 1950-luvulta lähtien hyvinvointiyhteiskunnan kehittyessä. Myöhemmin teollistuminen synnytti puolestaan ympäristöhaittoja ja tietoisuus niistä sai yritysvastuun uuteen nousuun. (Joutsenvirta, Halme, Jalas & Mäkinen 2011, 9–28.)

Yritysvastuu liittyy kaikkiin kestävän kehityksen ulottuvuuksiin: ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen ulottuvuuteen. Ekologinen ulottuvuus liittyy luontopääomaan, jonka monimuotoisuus turvataan, sosiaalinen liittyy puolestaan sosiaaliseen pääomaan, ihmisten hyvinvointiin. Taloudellisen ulottuvuuden on todettu tarkoittavan pitkällä aikavälillä kannattavaa toimintaa, joka ottaa huomioon niin ympäristönäkökohdat sekä sosiaaliset näkökohdat.

4.2 Yhteiskuntavastuun synty

1990-luvulla syntyi yritysten yhteiskuntavastuun käsite (Kallio & Nurmi 2006, 5–14). Sen historia liittyy 1990-luvun YK:n, kansalaisjärjestöjen ja yritysmaailman neuvotteluihin. Yhteiskuntavastuu käynnistyi YK:n alaisen UNEP:n yritysten vastuullisuuden raportointiohjeistuksen valmistuttua vuonna 1999, tästä kehittyi myöhemmin GRI:n ohjeistus. GRI, eli Global Reporting Initiative, auttaa yhteiskuntavastuuraportoinnissa ja tuottaa sille kattavan viitekehyksen, jota käytetään ympäri maailmaa. Se on monisidosryhmäpohjainen non-profit säätiö, joka on perustettu vuonna 1997 Yhdysvalloissa CERES:in (eli Coalition of Environmentally Responsible Economies) ja Yhdistyneiden kansakuntien ympäristöohjelman (United Nations Environment Program, UNEP) toimesta. (globalreporting.org.)

Tämä yhteiskuntavastuuraportti sisältää siis tietoa taloudellisesta, sosiaalisesta, hallinnollisesta ja ympäristöä koskevasta toiminnasta. Yritykset pystyvät mittaamaan sen avulla toimintaansa, asettamaan tavoitteita sekä hallitsemaan strategisia muutoksia. Yhteiskuntavastuuraportti onkin tärkein viestintätyökalu myönteisten ja kielteisten yhteiskunnallisten vaikutusten kommunikoinnissa, se on myös tärkeä työkalu sellaisen tiedon keräämisessä jolla pystytään vaikuttamaan yrityksen menettelytapoihin, strategiaan sekä toimintaan. (globalreporting.org.) Ohjeistus on ollut merkittävä yritysten yhteiskuntavastuun määrittelijä ja edistäjä. GRI ohjaa yhteiskuntavastuun kehitystä edelleen. Suomessa yhteiskuntavastuun kehitys käynnistyi elinkeinoelämän keskusliiton (EK) toimesta, muita keskeisiä toimijoita Suomessa ovat olleet 2000-luvun alussa Eettinen foorumi ja Finnish Business & Society Ry (FiBS). Yhteiskuntavastuu onkin yksi merkittävimpiä 2000-luvun yritystoimintaa muokanneista ilmiöistä. Nykyään yleisen tason keskustelut kestävästä kehityksestä ja yritysten toiminnan vastuullisuudesta ovat konkretisoituneet käytännön toiminnaksi. Yhteiskuntavastuun syntyminen voidaan nähdä myös tuloksena yhteiskuntaan kuuluvien ihmisten yksilöllisestä, jopa eettisestä vastuusta (Vehkaperä 2003, 14–21).

Tynnilän (2013, 95–97) mukaan yritykset raportoivatkin tänä päivänä enemmän yritys-

ja yhteiskuntavastuun osien toteutumisesta, suuremmat yritykset, ainakin vielä toistaiseksi, enemmän kuin pienemmät. Tynnilän yritys vastuuta koskevassa tutkielmassa nousivat esille nimenomaan yritysten ympäristövastuutavoitteet, kun taas sosiaalisen vastuun tavoitteita oli vähiten. 70 prosenttia yrityksistä oli julkaissut taloudellisen vastuun tavoitteet ja 65 % yrityksistä oli raportoinut taloudellisen ja ympäristövastuun tavoitteiden toteutumisesta ja vain noin puolet sosiaalisen vastuun toteutumisesta. Taloudellisen vastuun keskeinen tavoite oli kannattavuus. Tutkielmassa selvitettiin myös GRI:n merkitystä raportoinnissa ja sen taloudellisten indikaattoreiden hyödyntämistä. Siinä myös analysoitiin tarkemmin yritys vastuun taloudellista ulottuvuutta, mittareita ja tavoitteita sekä tarkasteltiin, onko toimialakohtaisia eroja. Aineisto koostui 26 suuren suomalaisen pörssiyhtiön vuoden 2010 yritys vastuuraporteista sekä vuosikertomuksista. Suurin osa kohdeyrityksistä kyllä raportoi yritys vastuustaan, mutta raportoinnin laajuudessa oli eroja. Yritykset julkaisivat toteumatietoja laajemmin kuin tavoitteita. Kaksi kolmasosaa tutkimuksen kohdeyrityksistä ilmoitti soveltavansa juurikin GRI:n mukaista raportointiohjeistoa. Erot yritysten välillä raportointiohjeiston soveltamisessa olivat suuret, mutta toimialakohtaisia eroja yritys vastuun tai taloudellisen vastuun raportoinnissa ei ollut. (Tynnilä 2013, 2.)

4.3 Yhteiskuntavastuun määritelmä

Kestävä kehitys on yhteiskuntavastuu-termin yhteydessä esiintyvä kattotermi.

Yhteiskuntavastuullisen yrityksen pitää säädellä ja ohjata oma-aloitteisesti toimintaansa aikaisempaa enemmän kestävän kehityksen suuntaan. Yritystä ei pidetä yhteiskuntavastuullisena, jos se vain seuraa ulkopuolisia säädöksiä ja ohjautuu vain ulkoisten vaatimusten mukaan. Yhteiskuntavastuun tulisikin olla vapaaehtoista.

Yhteiskuntavastuun alakäsitteitä ovat taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu ja ympäristövastuu. Taloudellinen vastuu tarkastelee kahta kokonaisuutta: yrityksen taloudellisia, pitkän tähtäimen toimintaedellytyksiä ja yrityksen toiminnasta syntyvien rahavirtojen jakautumista sidosryhmille. Ympäristövastuu on taas selkein osa-alue. Ympäristövastuu tarkastelee kokonaisvaltaisesti yrityksen toiminnan vaikutuksia

ympäristölle ja maapallon luonnonresursseille. Myös välilliset vaikutukset korostuvat esimerkiksi asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden toiminnan kautta. Sosiaalinen vastuu puolestaan käsittelee ihmistä, parannetaan esimerkiksi työntekijöiden oikeuksia ja hyvinvointia. Se on laajentunut myös muihin sidosryhmiin sovellettavaksi. (Jussila 2010, 7–25.)

Vastuullisuus ja yhteiskuntavastuu ymmärretään yrityksissä usein myös laajana käsitteenä, Kähön (2012, 60–62) tutkielmassa olivat haastateltavat ymmärtäneet yritysten vastuullisuuden ja yhteiskuntavastuun juurikin laajana terminä, joka kattaa yrityksen oman toiminnan ja vastuun suhteessa ympäröivään yhteiskuntaan. Vastuullisuuteen liittyvät raamit ja rajoitukset nähtiin tulevan juurikin yhteiskunnan kautta lakien ja määräysten myötä. Kähö tarkasteli päivittäistavarakaupan vastuullisuutta Porterin ja Kramerin yhteisen arvon tuottamisen mallin kautta. Tutkimuskohteena oli Kesko ja S-ryhmä ja sillä selvitettiin myös, onko liiketoimintamallilla merkitystä vastuullisuuden näkökulmasta. Mallissa on tarkoituksena yhdistää taloudellinen menestys yhteisölliseen kehitykseen. Mallin mukaan toimivien yritysten toimintaa oli mahdotonta kuitenkin arvioida, koska aiheesta ei ollut tutkimustietoa saatavilla. Tutkielma toteutettiin haastatteluilla, kummastakin ketjusta haastateltiin viittä markettia ja heidän edustajaansa, pieniä eroja oli liiketoimintamalleissa ja toimintatavoissa. Tutkielma sai selville, että vastuullisuus on ajankohtainen teema päivittäisruokakaupoissammekin. Toiminta näyttäytyi integroituna vastuullisuutena, eli olemassa olevaa liiketoimintaa muutetaan, jotta tuotteiden ja tuotannon vaikutukset olisivat myönteisempiä ympäristölle. Vastuullisuus nähtiin myös tulevaisuuden liiketoimintamahdollisuutena. (Kähö 2012.)

4.4 Yhteiskuntavastuun tavoite

Yhteiskuntavastuun tarkoitus on tehdä yrityksistä pitkällä aikavälillä kestäviä ja menestyviä. Yhteiskuntavastuullinen yritys on tämän ajattelun mukaan linjakas ja kantaaottava. Yritysten tulee valita omat painopisteensä. Käytännössä yhtiö yhteiskuntavastuun osa-alueita korostetaan toisen osa-alueen kustannuksella.

Priorisointi ja valinnat ovatkin aikaisempaa tärkeämpiä. Osa-alueet ovat myös usein ristiriidassa toistensa kanssa. Yleisin ristiriita on taloudellisen ja jonkun muun osa-alueen välillä. (Jussila 2010, 24–25.) Yhteiskuntavastuullisen yrityksen toiminta ja yhteistyö alueellisesti voi olla myös monipuolista. Osa yrityksistä toimiikin omalla alueellaan erittäin paljon. Yrityksellä voi olla vuosittain useita huomattavia yhteistyöhankkeita paikallishallinnon, paikallisten järjestöjen ja asukkaiden kanssa. Yrityksen toimiala vaikuttaa makrotasolla yhteiskuntavastuuseen, toimialan vaikutuksia mietittäessä on myös huomioitava yrityksen koko ja merkitys (Jussila 2010, 30–37.)

Yhteiskuntavastuuta on korostettu osana yritys- ja ammattietiikkaa, jota ovat edistäneet alan verkostot. Nykyään julkinen sektorikin puuttuu vastuun ongelmiin yhä tiukemmin ja yhteiskuntavastuu voidaan määritellä toimijan vastuuna yhteiskunnalle. Siinä on kyse yleisen tason yhteiskunnalliseksi määriteltävästä vastuusta, jonka perustana on yhteiskunnallinen tai globaali viitetausta, yhteisöelämän arvot ja käytännöt. Anttiroikon (2004, 17–22) mukaan yhteiskuntavastuu kytkeytyy inhimillisen ja sosiaalisen elämän materiaalsiin ehtoihin ja arvoperustaan. Yritysten yhteiskuntavastuuta voi tarkastella tavoitetaso-näkökulmasta; ensimmäisenä on lakien ja normien, sopimusten ja hyvän yrityskäytännön periaatteet. Seuravaalla tasolla on yrityksen kyky vastata sidosryhmien odotuksiin. Omaehtoinen vastuullisuus löytyy tasolta kolme. Neljännellä tasolla on koko toiminnan päämäärä eli yhteiskuntavastuu -ajattelun ja siihen liittyvän toiminnan hyödyntäminen liiketoiminnassa kilpailukykyä edistävällä tavalla (Neilimo 2004, 132). Yritystoiminnan yhteiskunnallisen vastuun neljä osa-aluetta puolestaan ovat taloudellinen, oikeudellinen, moraalinen sekä filantrooppinen.

Termiin liittyvissä keskusteluissa on esiintynyt paljon kaksijakoisuutta; johtajat käsittelevät puheissaan vastuullisuutta ylistävään sävyyn, mutta toisaalta aiheesta puhutaan yhtä usein myös katkeraan sävyyn. Kaksijakoisuus heijasteleekin sitä että yritysten yhteiskuntavastuu on kaikille tärkeä, mutta kiistelty yhteiskunnallinen kysymys. Yrityksissä on yhteiskuntavastuuta pidetty tyypillisesti joko kustannuksia aiheuttavana pahana tai kilpailukykyä lisäävänä mahdollisuutena (Joutsenvirta, Halme,

Jalas & Mäkinen 2011, 9–28; Vehkaperä 2003, 14–21). Jussilan (2010, 151) mielestä yhteiskuntavastuun merkitys tulee edelleen kasvamaan; yhteiskuntavastuuta ryhtyvät seuraamaan ja kehittämään kaikki yritykset koosta, toimialasta tai yritysmuodosta riippumatta.

5. ARVOT

Kaikessa taloudellisessa toiminnassa tarvitaan luottamusta ja taustalla olevaa etiikkaa. Jokainen yksilö voi toimia omalta osaltaan vastuullisesti ja eettisesti. Suurin osa yrityksistä toimiikin rehellisesti (Järvinen 2004, 139–154).

5.1 Arvot ja liiketoiminta

Arvot liittyvät olennaisesti myös vastuulliseen liiketoimintaan ja yhteiskuntavastuuseen. Arvo tarkoittaa laajassa mielessä kaikkea, mikä on tavoiteltua, haluttua, tarvittua ja arvostettua, samoin kuin vapauksia, oikeuksia ja hyveitä. Arvo voi olla toiminnan motiivina, päämääränä ja tarkoituksena. Arvot ovat myös järkevien ja tiedostavien valintojen kohteita. (Kujala & Kuvaja 2002, 14–31.)

Vehkaperän (2003, 14–21) mukaan yritykset määrittelevät yhä useammin julkiset arvot, joihin halutaan sitoutua toiminnassa. Ne esiintyvät eräänlaisina päämäärinä, joihin pyritään; päämääränä voi olla esimerkiksi asiakashyöty, yhteistyö ja laatu. Organisaation arvoihin vaikuttavat ihanteet, normit, uskomukset, haasteet ja lakien noudattaminen. Arvojen muuttuminen asettaa yritykset uusien haasteiden eteen. Arvovalinnat ovat myös strategisia valintoja. Johto määrittää yrityksen arvot ja niiden sisällön (Kauppinen 2002 155–173).

Yritykset ja niiden johto ovatkin vähitellen omaksuneet ajatuksen, että yrityksen rooliin kuuluu voiton tuottamisen lisäksi myös muuta. Vastuuttomuudesta kärsisivät sidosryhmät, kuten osakkeenomistajat ja asiakkaat. Vastuullinen yritys määrittelee vastuullisuusrajansa vuoropuhelussa sidosryhmien kanssa. Välittävä johtaja arvostaakin sidosryhmien näkemyksiä. Sidosryhmänäkemyksen mukainen johtaminen ei siirrä valtaa, vaan sidosryhmien olemassaolo nähdään, arvostetaan sekä huomioidaan. Vastuullinen liiketoiminta ei ole vain isojen yritysten asia vaan myös pienten ja keskisuurten. Pienille yrityksille vastuullisuuden kantaminen on yksinkertaisempaa ja luonnollisempaa. Pienemmät sidosryhmät ovat esimerkiksi hyödyksi. Pienten yritysten kannattaa panostaa vastuullisuuden määrään ja aktiiviseen

vuoropuheluun sidosryhmien kanssa. Yritysmailmassa yhteiset arvot ja niiden laadinta ovat erittäin tärkeitä, sekä sidosryhmien sitoutuminen yritykseen. (Aaltonen & Junkkari 2005, 251–265.) Kehitystä ja muutosta tukee vastuiden ja roolien selkeä määrittely, avoin keskustelu, haastavat tavoitteet ja kahdensuuntainen viestintä (Aaltonen & Junkkari 2005, 113). Arvoprosessin avulla hallitaan muutosta, asiakassuhteiden laatu paranee, johtamiskulttuuri, vuorovaikutus ja kommunikaatio paranevat (Aaltonen & Junkkari 2005, 229–249).

5.2 Arvot ja arvojohtaminen

Kuten edellä tuotiin esiin, arvot eivät koske vain yksittäisten ihmisten elämää vaan myös yrityksiä. Tolvilan (2013, 2) tutkimus selvitti arvojen ja arvojohtamisen yhteyttä organisaatiokulttuuriin, kohteena toimi vakuutusyhtiö Tapiola. Tutkimustulokset osoittivat, että pitkäjänteisellä, vastuullisella ja arvoja kunnioittavalla työllä on merkitystä organisaation menestyksessä ja, vaikka johdolla on merkittävä rooli tässä, yksikään johtaja ei yksin pysty luomaan menestyvää ja hyvää organisaatiokulttuuria. Tutkimuksessa oli noussut esimerkin voima esiin eli jokapäiväinen toiminta ja arjen teot nähtiin parhaaksi tavaksi saada arvot elämään. Vastuullisuus organisaation sisällä nostettiin myös esiin: kukin yksilö ottaa vastuun omasta työstään ja näin omalta osaltaan vastuun koko yrityksen ja organisaation toiminnasta ja menestyksestä. Se ei saisi kuitenkaan tarkoittaa sitä, että pelkästään työntekijällä on vastuu, vaan Tolvila toteaa (2013, 61–65), että myös työnantajien on osattava toimia vastuullisesti niin yksittäistä työntekijää kuin myös koko organisaatioita kohtaan.

5.3 Johtajien rooli

Gini (1997, 199) on todennut, että silloin kun puhutaan yritysten eettisyydestä ja arvoista, on keskiössä oltava myös itse johtajat ja heidän omat arvonsa. Yritysjohdon keskeisiin tehtäviin kuuluu tulevaisuuden miettiminen ja suunnitteleminen (Selin & Selin 2014, 54), joihin myös arvot voivat vaikuttaa. Johtamisessa on olennaisinta päätöksenteko, joten arvoilla on siinäkin oma roolinsa, sillä eettinen toiminta on

juurikin sarja tasapainoisia ja oikeita päätöksiä. Heiskasen ja Salon (2008, 39) mukaan eettinen johtaminen onkin kaiken läpi menevä käytäntö, joten johtajat tarvitsevat eettistä ajattelukykyä, sekä etiikka auttaa asettamaan tavoitteita ja päämääriä, joilla on samalla itseisarvo (Kujala & Kuvaja 2002, 27–31).

Johtaminen kuuluu keskeisesti myös yhteiskuntavastuuseen, esimerkiksi yhteiskuntavastuun osa-alueet voivat vaatia erillistä itsenäistä johtamista (Jussila 2010, 51). Hyvin johdettuun yhteiskuntavastuuseen luotetaan. Yhteiskuntavastuun peruslähtökohtana on kiinteä suhde perusjohtamiseen ja yrityksen normaaliin liiketoimintaan (Jussila 2010, 43–44). Jos halutaan kehittyä, on olemassa viisi vaihetta: oman tietoisuuden lisäys, päättelytaitojen kehitys, moraalisen mielikuvituksen rakennus, omien arvojen ja johtamislinjan kirkastuminen. Esteenä muutokselle voivat olla omat rutiinit, tottumukset, tavat ja arvomaailma. (Heiskanen & Salo 2008, 55–56, 67.)

6. SIDOSRYHMÄT

6.1 Sidosryhmät ja vuorovaikutus

Verkostoja on ollut aina; voidaan jopa sanoa, että niin kauan kuin on ollut ihmisiä, on ollut erilaisia ja eriasteisia verkostoja. Nykyään yhteistyöhakuisuus on paikallinen ja maailmanlaajuinen kehitystrendi. Asioiden hallintaa tärkeämpää on saada ihmiset aidosti tekemään yhteistyötä yhteiseksi hyväksi. Verkostotalous perustuukin vastavuoroisuuteen ja yhteistoimintaan (Hakanen, Heinonen & Sipilä 2007, 9–20) ja luottamukseen, jonka on havaittu olevan tärkeä tekijä yhteistyön ja verkostojen toimivuudessa (Jokivuori 2005, 134).

Jussilan (2010, 151) mukaan sidosryhmät ja niiden kanssa tehtävä vuorovaikutus on erittäin tärkeää vastuullisen liiketoiminnan ja yhteiskuntavastuun toteutumisen kannalta. Kujala ja Kuvaja (2002, 27–31) puolestaan toteavat, että pk-yritysten kannattaa panostaa aktiiviseen vuoropuheluun sidosryhmien kanssa. Sidosryhmiä on useita: asiakkaat, työntekijät, omistajat, alihankkijat, lähialueen ihmiset, ympäristö ja koko yhteiskunta. Yritys on vastuussa kaikille sidosryhmille. Sidosryhmä-näkemyksen mukaan yritys on aktiivinen toimija, joka ei vain täytä kuluttajien tarpeita vaan myös luo niitä ja vaikuttaa markkinoiden muotoutumiseen. Koska yritys käyttää valtaa oman toimintansa ulkopuolellakin, tulee sen ottaa vastuuta yhteiskunnan hyvinvoinnista. (Pihkola 2006, 168–175.)

6.2 Suhde yhteiskuntavastuuseen

Sidosryhmävuorovaikutuksella on siis paikkansa yhteiskuntavastuun ytimessä. Kaiken yhteiskuntavastuun osa-alueiden toiminnan ja kehittämisen tulee perustua sidosryhmien toiveisiin ja vuorovaikutukseen heidän kanssaan. Yhteiskuntavastuun toiminnan onnistuminen ja menestys esimerkiksi innovaatioissa riippuu sidosryhmävuorovaikutuksen onnistumisesta. Tärkeää on oikean sidosryhmän tunnistaminen, toiveiden ja odotuksien kysyminen, vastaaminen toiveisiin ja odotuksiin tulevia toimenpiteitä kuvaamalla, keskustelemalla yhteisissä tilaisuuksissa

ja suunnittelu kiinteässä yhteistyössä. Yhteiskuntavastuu onkin viestintään voimakkaasti sidottua toimintaa ja aktiivista yhteydenpitoa ja sidosryhmävuorovaikutus vuorovaikutteista viestintää, johon liittyy raportointi. Raporteissa kuvataan yhteiskuntavastuun toimenpiteitä ja niiden avulla saavutettuja yhteiskunnallisia lopputuloksia, lisäksi kuvataan menetelmät, joilla tulevaisuudessa valitaan ja johdetaan. Keskeisin työväline on jo aiemmin mainittu GRI-raportointiohjeisto. (Jussila 2010 125–144.)

Sidosryhmien mielipiteiden ja näkemysten kuuntelu on nykyään yhä tärkeämpää. Sidosryhmäajattelu edustaa liiketoiminnan ja etiikan yhdistävää näkökulmaa. Sidosryhmien tarpeiden huomioiminen auttaa tavoitteiden saavuttamisessa. Yritys on siis periaatteessa olemassa suhteessa sidosryhmiinsä (Kujala, Kuvaja 2002 60–87). Sidosryhmävuoropuhelu on tilaisuus, kun yrityksen johto on linjannut näkemyksensä yrityksen vastuullisesta liiketoiminnasta. Vuoropuhelulla pyritään selvittämään, mitä eri näkökohtia sidosryhmien mielestä kuuluu yrityksen vastuulle. Vuoropuheluprosessi käynnistyy, kun sidosryhmät valitaan. (Kujala & Kuvaja 2002, 130–143.)

7. TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

7.1 Ajatuksia aineiston keruusta

Pro gradu -tutkielmani aineistona toimivat keskisuomalaisten mikro- ja pienyritysten haastattelut. Otin yrittäjiin yhteyttä marras- ja joulukuussa 2014. Yhteydenottoja tuli otettua useita kymmeniä. Osa yrittäjistä, joita lähestyin, ei vastannut, osa taas ei kokenut teemojen koskevan omaa yritystään, tai sitten osallistumiselle ei ollut aikaa.

Parhaiten sain kuitenkin myöntäviä vastauksia sähköpostitse. Alkuperäinen ajatukseni oli haastatella Hämeen ja Keski-Suomen alueen yrittäjiä ja tehdä vertailua alueiden välillä, mutta Hämeen alueen yrittäjät eivät ilmeisesti olleet innostuneita osallistumaan tai jakamaan tietoa kanavissaan. Keski-Suomen yrittäjät, erityisesti naisyrittäjät, sen sijaan suhtautuivat tutkimukseeni innostuneesti ja jakoivat tietoa eteenpäin omissa kanavissaan.

Haastattelujen tekemiseen liittyy monia työläitä vaiheita, muun muassa sopivien haastateltavien etsiminen ja löytäminen, aikataulujen yhteen sovitus ja haastatteluajankohtien sopiminen. Alkuun jännitinkin, tulenko saamaan tarpeeksi suuren määrän haastateltavia mukaan. Toisaalta uskoin, että se olisi mahdollista, varsinkin kun olin päättänyt, että haluan saada mukaan eri alan yrittäjiä, jolloin näkökulmat lähestyä valitsemieni teemoja voisivat olla erilaisia. Lopulta sainkin myöntävän vastauksen 11 yrittäjältä. Koin tärkeäksi saada haastattelut sovituksi ennen joulunajan kiireitä ja lomia ja tässä onnistuttiin hyvin.

Haastattelut on tehty tammikuussa 2015, viikoilla 3–5. Haastattelujen aikatauluihin tuli joitain muutoksia, mutta kaikki haastattelut saatiin tehtyä. Ajoittain samalle päivälle osui kaksi haastattelua, ja yksi haastattelu tehtiin puhelimitse. Haastatteluissa käsiteltiin yritysten taustoja, yrittäjien ajatuksia vastuullisesta liiketoiminnasta ja yhteiskuntavastuusta kaikkine osineen. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin tämän jälkeen. Litterointi on tässä menetelmässä usein aikaa vievin osuus ja sen suhteen päätinkin toimia nopeasti. Purin keskustelut nauhurilta tekstimuotoon heti, kun se oli mahdollista.

Useimmat haastattelut tehtiin yritysten omissa tiloissa. Kaksi haastatteluista tehtiin kahviloissa ja yksi haastattelu sairastapauksen vuoksi puhelimitse. Haastattelutilat olivat rauhallisia, vain yhdessä läheinen työmaa keskeytti keskustelun hetkeksi. Kahviloissa toteutetut haastattelut taas tehtiin suhteellisen rauhalliseen aikaan, ettei nauhalle tullut taustahälyä. Kaikki haastateltavat tulivat siten haastatelluiksi suhteellisen miellyttävässä ja rauhallisessa ympäristössä ja pystyivät puhumaan avoimesti. En kylläkään voi tietää, olisiko haastattelupaikan vaihto vaikuttanut vastauksiin. Pyrin noudattamaan haastattelurunkoa; samat teemat ja aihepiirit käytiin samassa järjestyksessä läpi kaikkien kanssa, mutta keskustelun kulku ja laajuus vaihtelivat haastattelusta toiseen, joistakin teemoista tuli joidenkin kanssa keskusteltavaa enemmän kuin toisten. Pyrin kuitenkin koko ajan siihen, että haastateltava sai olla äänessä ja että keskustelu eteni hänen mukaansa.

Ensimmäisten haastattelujen kohdalla oli itselläni jännitystä, mutta sain silti nekin haastattelut tehtyä. Olin kyllä aiemmin kandidaatintyössäni toteuttanut aineistonkeruun haastatteluna, mutta silti jännitin, erityisesti haastattelurungon toimivuutta, ja sainkin huomata, että aivan samanlainen eteneminen tai tapa ei voi toimia kaikkien kanssa. Jatkossa osasinkin edetä enemmän tilanteen mukaan. Kaikissa haastatteluissa sain haastateltavat kuitenkin hyvin keskustelemaan ja jakamaan omia ajatuksiaan ja näkemyksiään.

7.2 Tutkimusmenetelmät

Tämän tutkielman toteutin teemahaastatteluna, koska ajattelin, että haastatteluilla saa tässä tapauksessa parhaiten tutkimuskysymyksen kannalta kerättyä aineistoa. Teemahaastattelulla pääsin syvemmälle aiheeseen; sain aiheista yksilöiden omaan kokemukseen perustuvaa tietoa ja yrittäjien omaa näkökulmaa esiin. Aineiston analysoinnin toteutin sisällönanalyysin keinoin. Lähdin liikkeelle teorialähtöisellä sisällönanalyysillä, mutta aineisto johdatti tarkastelmaan tuloksia myös aineistolähtöisestä näkökulmasta. Haastateltavien vastauksista nousikin esiin toinen tärkeä tema alkuperäisen tutkimuskysymyksen rinnalle.

7.2.1 Teemahaastattelu

Haastattelu on todettu olevan erittäin hyvä menetelmä silloin, kun halutaan tietää jotain ihmisistä ja heidän ajatuksistaan (Eskola & Suoranta 1998, 86). Tutkimushaastattelu rakennetaan kasvokkaista vuorovaikutusta koskeviin yhteisiin oletuksiin, kuten muutkin aivan normaalit keskustelut. Tilanteet voivat muistuttaa joskus jopa aivan spontaania keskustelua, mutta eroavat niistä kuitenkin institutionaalisuutensa vuoksi (Ruusuvuori & Tiittula 2005, 22–23).

Haastattelun on todettu sopivan joustavuutensa johdosta hyvin kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen tutkimusmenetelmäksi. Se on oikea menetelmä esimerkiksi silloin, jos ei tiedetä, millaisia vastauksia voidaan saada, koska vastaukset perustuvat yksilön omiin kokemuksiin. Tutkimusmenetelmänä se ei myöskään koskaan etene tarkkojen tai yksityiskohtaisten kysymysten kautta, kuten joissain muissa menetelmissä, vaan paljon väljemmin kohdentuen ennalta suunniteltuihin teemoihin. Siinä kysymyksillä ei ole myöskään tarkkaa muotoa tai järjestystä. Haastateltaviksi tulee aina valita ihmisiä, joilla voisi olla parhaiten tietoa tutkimuksen kohteena olevista asioista, tässä tapauksessa siis yrittäjillä. Omassa tutkielmassani koin, että parhaiten tietoa antaisivat juurikin yritysten omistajat ja johtajat, eli henkilöt, jotka tekevät päätöksiä yrityksissä. Tärkeää menetelmässä on myös luottamus, joten haastateltavia tulee tiedottaa hyvin ja sopia esimerkiksi nauhoituksesta. Teemahaastattelun eduksi voidaan myös lukea se, ettei se ota kantaa haastattelukertojen määrään tai siihen, miten syvälle aiheissa päästään. Tutkittavien ääni pääseekin keskiöön ja hyvin kuuluviin. (fsd.fi.)

Teemahaastattelussa puolestaan tulee tutustua hyvin aiempiin tutkimuksiin ja aihepiireihin, joiden pohjalta valmistellaan aihepiirit. Teemojen tulee olla aivan kaikille haastateltaville samoja. Ominaista on siis se, että haastateltavilla tulisi olla kokemuksia samankaltaisista tilanteista. Vapaalle ja rennolle puheelle pyritään antamaan hyvin tilaa, sillä teemahaastattelu on, kuten aiemmin todettu, keskustelunomainen tilanne, eikä kaikkien haastateltavien kanssa välttämättä puhuta

kaikista asioista samassa laajuudessa tai edes samassa järjestyksessä. Tutkijalla tulisi olla haastattelussa mukanaan vain lyhyet muistiinpanot käsiteltävistä teemoista, jotta hän voi keskittyä itse keskusteluun. Itselläni tämä vaihe onnistui mielestäni hyvin. Teemat voivat olla esimerkiksi listattuna ranskalaisin viivoin, ja lisäksi voi olla joitakin apukysymyksiä tai avainsanoja keskustelun ruokkimista varten, jos tutkija kokee ne hyödyllisiksi. Aineiston teemoittelusta tutkija voi analyysivaiheessa edetä halutessaan myös tyyppittelyyn, johon itse en edennyt. (fsd.fi.)

Teemahaastatteluun kuuluu olennaisesti myös haasteita, niin kuin kaikkiin menetelmiin, kun tutkimuksen kohteena on haastateltavan puheen sisältö. Haastateltavan vastaus voi joskus heijastella myös haastattelijan läsnäoloa ja se voi vaikuttaa tilanteeseen ja vastauksiin. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 49–52.) Haastattelu onkin aineisto- ja kontekstisidonnaista ja haastateltavat saattavat siis esimerkiksi puhua haastattelutilanteessa toisin kuin jossain toisessa yhteydessä olisivat ehkä puhuneet. Luotettavuutta voi heikentää myös haastateltavan taipumus antaa sosiaalisesti hyviä vastauksia, koska haastateltava saattaa haluta antaa itsestään hyvän kuvan. Lisäksi on muistettava, että käsitysten ja arvojen tutkimiseen ja tuloksiin sisältyy aina tulkintaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 193–194.) Omissa haastatteluissani tulkitsin, että haastateltavillani oli jo ennestään hyvin vahvat arvot ja näkemykset, joiden mukaan he kävivät läpi käsiteltävät teemat kanssani.

7.2.2 Sisällönanalyysi haastatteluaineiston analyysimenetelmänä

Sisällönanalyysin avulla voidaan muodostaa tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty kuvaus, joka samalla kytkee tulokset ilmiön laajempaan kontekstiin (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47–48). Sitaattien ja tekstikatkelmien käyttö voi perustella tehtyä tulkintaa. Sitaatit myös elävöittävät tekstiä, minkä otin huomioon omassa tutkielmassani (Eskola & Suoranta 1998, 175). Sisällönanalyysin avulla aineistoa tarkastellaan siis yhtäläisyyksiä ja eroja etsien ja eritellen. Sisällönanalyysi onkin käytännössä tekstianalyysia, jossa tarkastellaan jo valmiiksi tekstimuotoisia tai sellaiseksi muutettuja aineistoja, tässä tapauksessa litteroituja haastatteluja. Tutkittavat tekstit voivatkin yleensä olla melkein

mitä vain: kirjoja, päiväkirjoja, haastatteluita, puheita ja keskusteluita. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105.) Sisällönanalyysilla voidaan tarkoittaa samaan aikaan, niin laadullista sisällönanalyysia kuin sisällön määrällistä erittelyä ja näitä molempia voidaan hyödyntää myös samaa aineistoa analysoidessa. Tutkimusaineiston laadullisessa sisällönanalyysissa aineisto ensin käsitellään pieniin osiin, käsitteellistetään ja lopuksi järjestetään uudelleen uudelleenlaiseksi kokonaisuudeksi. Sisällönanalyysi voidaan tehdä monella tapaa, niin aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti kuin teorialähtöisesti. Eron tekeekin analyysin ja luokittelun perustuminen joko aineistoon tai valmiiseen teoreettiseen viitekehykseen. Kyseisessä tutkimuksessa analyysi kuitenkin perustui molempiin edellä mainittuihin. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 109–116.)

Tutkimusprosessia aloittaessaan tutkijan olisi aina hyvä ensin päättää, mikä asema teorialla kyseisessä tutkimuksessa on. Vaihtoehtoina on periaatteessa aiemmin mainitut teorialähtöinen, teoriasidonnainen ja aineistolähtöinen tutkimus (fsd.fi). Teorialähtöinen tutkimus on kyseessä silloin, kun tutkimusaineiston analyysi perustuu jo olemassa olevaan teoriaan tai malliin, jota minunkin tutkielmassani on käytetty. Siitä voidaan käyttää myös nimitystä deduktiivinen analyysi eli yleisestä yksittäiseen. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 95–99.) Aineistolähtöisen tutkimuksen pääpaino on taas aineistossa, mikä tarkoittaa käytännössä sitä, että esimerkiksi analyysiyksiköt eivät ole ennalta määrättyjä, ja teoria rakennetaan aineisto lähtökohtana. Tällöin voidaan puhua induktiivisuudesta, joka tarkoittaa tutkielmassa etenemistä yksittäisistä havainnoista yleisempiin väitteisiin. (Eskola & Suoranta 1998, 83.) Aineistolähtöisyys vaatiikin tutkijalta itsekuria aineistossa pysyttelemisessä ja ennakkokäsitysten sekä teorioiden poissulkemisessa. Tutkijan olisi tarkoitus arvioida tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä niin, että lukija saa olennaisinta tietoa tutkimuksen taustoista ja tutkimusprosessin aikana tehdyistä valinnoista.

Täysin niin sanotusti puhdasta induktiivinen päättely ei kuitenkaan ole koskaan, koska se perustuu pelkkään havaintojen kuvaamiseen ilman minkäänlaisia ennakkokäsityksiä tutkittavasta ilmiöstä. Myös täysin aineistolähtöistä tutkimusta on usein vaikea toteuttaa, koska havainnot ovat yleisesti hyväksytyyn ajatuksen mukaan teoriapitoisia.

(Tuomi & Sarajärvi 2002, 98.) Aiemmin mainittujen välissä on sitten teoriasidonnainen tutkimus, jossa aineiston analyysi ei suoraan perustu teoriaan. Teoriasidonnaista lähestymistapaa aineistoon kutsutaan myös joskus abduktiiviseksi päättelyksi (Tuomi & Sarajärvi 2002, 99).

Tässä tutkielmassa aineistoa on siis tarkasteltu teorialähtöisellä, sekä odottamattomien tulosten myötä aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä. Teorialähtöinen analyysi tuo esiin ne tavat, joita yritykset itse pitävät vastuullisena liiketoimintana ja millä tavoin vastuullisuus ymmärretään. Aineistolähtöisen tarkastelun avulla puolestaan käsittelen yllättäviä tuloksia.

7.2.3 Aineisto vielä lyhyesti

Aineisto koostui siis 11 haastattelusta. Kaikki yritykset olivat keskisuomalaisia. Yritykset olivat mikro- ja pienyrityksiä, jotka oli perustettu vuosina 2000–2010. Yritysten koot vaihtelivat yhden hengen yrityksistä alle 20 hengen yrityksiin. Haastateltavista kuusi oli naisia ja viisi miehiä. Yrityksistä kuusi oli erilaisten aihealueiden asiantuntijayrityksiä, kaksi oli yksityisiä päiväkotia, muita olivat kultaseppä, videotuotantoyritys ja mainostoimisto. Vain yksi oli konkreettisten tuotteiden tuottaja. Taustoiltaan puolet yrittäjistä oli ollut aina yrittäjähenkisiä ja puolet taas ennemmin ajautuneet elämän- ja työllistymisolosuhteiden takia työllistämään itsensä. Puolet haastateltavista toimi myös erinäisissä luottamustehtävissä.

Haastattelut kestivät 20 minuutista melkein tuntiin, keskimääräinen aika kuitenkin oli puoli tuntia. Litteroin haastattelut tekstimuotoon, minkä jälkeen koodasin tekstiä itselleni selkeämmäksi. Luin tekstiä useampaan kertaan löytääkseni samoja teemoja ja eroavaisuuksia. Koodauksen eli indeksoinnin toteutin perinteiseen tapaan erivärisillä merkintätusseilla. Sen jälkeen tein haastatteluille aiemmin määritellyn sisällönanalyysin. Kaikista haastatteluista nousikin esiin kaksi pääteemaa: liiketoiminnallinen vastuu eri osineen, joista korostui erityisesti työnantajavastuu, ja vastuu yhteiskunnasta.

8.YRITYKSIEN NÄKEMYKSIÄ LIIKETOIMINTA JA YHTEISKUNTAVASTUUSTA

Tässä luvussa tarkastelen haastattelemieni yrittäjien ajatuksia vastuullisesta liiketoiminnasta ja yhteiskuntavastuusta; kerron, mitä he itse pitävät yhteiskuntavastuullisena toimintana. Aluksi käsittelen vastuullista liiketoimintaa ja yhteiskuntavastuuta yrityksen liiketoiminnallinen vastuu -termin kautta, josta päästään työnantajavastuu näkökulmaan, jonka jälkeen käyn vielä lyhyesti läpi haastateltavien ajatukset koskien arvoja, mahdollista kilpailuetua suhteessa vastuullisuuteen ja yrittäjyyden haasteita sekä lopuksi tulevaisuuden suunnitelmia. Määrittelen luvun lopuksi myös lyhyesti verojalanjäljen ja resurssiviisauden, koska ne nousivat uusina termeinä keskusteluissa esiin. Haastateltavien sitaattit olen merkinnyt lainausmerkein ja yrityksiä koodavin numeroin.

“Tää on niin kornia ku näitä palotellaan erinäisiin osasiin. Jos me mennään sen katon alla, se on helpompi mieltää.” (Yritys 6)

Sain mielestäni tuotua yrittäjien omat ajatukset keskiöön ja hyvin esiin sekä mielenkiintoisia vastauksia tutkimuskysymykseeni. Kiinnostavaa oli se, miten jokainen ymmärtää ja kokee vastuullisen liiketoiminnan sekä yhteiskuntavastuun vähän eri tavalla. Periaate on kaikilla sama, mutta pieniä eroja löytyi; tulkinta tapoja on siis yhtä monia kuin tulkitsijoita. Kestävä kehitys ja vastuullisuus ymmärrettiin selkeimmin, niin sanottuna kattokäsitteinä, joiden alle kaikki muut käsitteet menevät. Kaikilla haastateltavilla oli ajatuksia teemoista vastuullinen liiketoiminta ja yhteiskuntavastuu, ja he jakoivat sekä avasivat ajatuksensa niistä. Myös yhteiskuntavastuun alle menevistä osista saatiin aikaan keskustelua ja erittelyä. Toisaalta yhteiskuntavastuu ja vastuullinen liiketoiminta ajateltiin yhtenäisenä kokonaisuutena ja koettiin samaa tarkoittavaksi. Osa näki jaon turhana ja epäselvänä, monen kanssa puhuimmekin koko aihealueesta yhtenä kokonaisuutena. Kaikki olivat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että vastuullinen liiketoiminta ja yhteiskuntavastuu eivät kuulu vain suurille vaan kaikille, mukaan lukien pienille yrityksille. Vastuu kuuluu siis

kaikille yrityksille koosta riippumatta, kuten myös Aaltonen ja Junkkari (2005, 251–265) ovat todenneet.

8.1 Yrittäjien liiketoiminnallinen vastuu

“Ei voi olla kuin vastuullista liiketoimintaa!” (Yritys 8)

Keskusteltaessa käsitteistä vastuullinen liiketoiminta ja yhteiskuntavastuu, kaikki näkivät molemmat tärkeinä velvollisuuksina ja kokivat, että Suomessa kaikki yritykset ja yrittäminen ovat yleisesti yhteiskuntavastuullista. Myös yhteiskuntavastuun kaikki osa-alueet eli taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristön kohdistuva vastuu nähtiin tärkeiksi. Näitä eri osa-alueita käsiteltiin haastatteluissa suurimmaksi osaksi kokonaisuutena, jotka käsittelen termin liiketoiminnallinen vastuu alla. Keskusteluissa nousi esiin varsinkin taloudellinen vastuu, mutta erityisesti myös sosiaalinen vastuu.

“Mun mielestä jokanen yrittäjä, joka työllistää itensä niin se kantaa jo hillittömän vastuun, jota ei ehkä ymmärretä riittävästi yhteiskunnassa tai ei arvosteta.” (Yritys 4)

Puhuttaessa vastuullisesta liiketoiminnasta ja yhteiskuntavastuusta nousi esiin monella ensimmäisenä oma työllistyminen. Toisin sanoen vastuu tuottavaan työhön nähtiin erittäin tärkeänä ja vastuullisena tekona. Muita vastuullisia toimia olivat velvollisuuksien hoito, lakien ja sääntöjen noudatus sekä verojen, palkkojen ja muiden maksujen maksu, eli toisin sanoen taloudellinen vastuu. Samat seikat esiintyvät myös Harmaalan ja Jallinojan (2012, 57–88) sekä Ketolan (2005, 9) teoksissa.

“Kyllä mä nyt näkisin et oon ainaki omalta kohdaltani kantanu vastuuta. Sen sijaan että jään kortistoon, niin mä mietin miten voisin tuotteistaa itseni. Miten mä saan itestäni kaikki parhaimmat ominaisuudet esiin, että mä voin palvella muita ihmisiä, että palvellaan parhaan taitonsa mukaan.” (Yritys 6)

Muutamit nostivat vastuullisena toimintana esille myös asiakkaat ja heidän palvelunsa,

sekä sen, että suunnittelee yrityksen tulevaisuutta pidemmälle. Myös toimintaan sijoittaminen nähtiin yhteiskuntavastuullisena, aivan kuten ovat nähneet myös Jussila (2010, 7–25) ja Könnölä sekä Rinne (2001, 11–20, 25, 34, 113). Liiketoiminnan tuloksellisuus ja kannattavuus olivat kaikille yhteiskuntavastuuta: omalla toiminnalla tuotetaan yhteiskunnalle lisäarvoa. Tässä tutkielmassa yhteiskunta on julkiset organisaatiot, instituutiot ja yrityksiin vaikuttavat, päättävät tahot. Puheista kuului myös, että yrittäjät haluavat itsekin toimia vastuullisesti, saman havainnon Strannegårdkin (1998, 4–19) on todennut aiemmin.

8.2 Työnantajavastuu

“Kyllä ne ihmiset ensin tulee, jos ihmiset ei jostain syystä kykene tekee töitä niin ne ongelmat pitää ratkoa ensin, koska sitten sakkaa se rahallinenki tavote siihen.” (Yritys 6)

Vastuullisesta liiketoiminnasta ja yhteiskuntavastuusta puhuttaessa nousi erityisesti esiin sosiaalinen vastuu eli ihmiset, työntekijöiden oikeudet ja hyvinvointi, aivan samat asiat jotka Jussilakin (2010, 7–25) toi aiemmin esiin. Vastauksissa korostui niin sanottu työnantajavastuu.

“Kyllä sitä aina ensimmäisenä miettii että saanhan varmasti maksettua työntekijöille palkat että homma menee eteenpäin. Saadaan pidettyä huolta siitä että työntekijällä on asiat hyvin (...) Ja se on aika varmasti se mikroyritysten ja pienten yrittäjien semmonen, et moni kokee tosi suurtakin vastuuta työntekijöistä. Niin kyl mä uskon siihen et niin pitääkin olla. En usko et tulevaisuudessa tai toivon et ihan hirveesti semmoset yritykset ei niin ku ois vallassa mitkä vaan käyttää ihmisiä hyväkseen.” (Yritys 1)

Ihmisistä ja varsinkin työntekijöistä haluttiin huolehtia. Heidän hyvinvointinsa, viihtyvyytensä ja palkansaantinsa sekä myös työn mielekkyys koettiin tärkeiksi. Koettiin myös, että pienemmissä yrityksissä esimerkiksi työntekijöiden hyvinvointi voi

olla tärkeämpää kuin suuremman kokoluokan yrityksissä. Tähän vaikuttaa se, kuinka hyvin yrittäjä tuntee työntekijänsä ja näiden elämäntilanteet. Työllä todettiin olevan suuri merkitys ihmisten elämässä ja mahdollisuudesta työllistää oltiin ylpeitä. Työntekijöiden hyvinvoinnin todettiin vaikuttavan puolestaan työympäristöön ja työn laatuun, joka taas on kytköksissä laajempaan yhteiskuntavastuuseen. Haastateltavat näkivät myös koko yhteiskunnan eduksi, että kaikilla olisi töitä.

8.3 Sanat vastaan teot

“Mulle se vastuullinen yrittäjyys tarkoittaa sitä, että mä voin toimia yrittäjänä mun omien arvojen mukaisesti. Mä saan tehdä semmosia päätöksiä ja semmosia juttuja mihin mä ite uskon.” (Yritys 1)

Arvoilla ja rehellisyydellä nähtiin olevan suuri merkitys puhuttaessa vastuullisuudesta ja yhteiskuntavastuusta sekä ihan normaalistakin liiketoiminnasta. Yrittäjinä ei oltu vain bisneksen tekemisen takia ja koettiin, että vastuullisuuden tulee olla muutakin kuin lakien noudatusta, sen pitää lähteä itsestä. Arvoilla onkin roolinsa myös yrityksen toiminnan ohjauksessa, kuten Harmaala ja Jallinoja (2012, 57–88), Järvinen (2004, 139–154) sekä Ketolakin (2005, 9) ovat todenneet.

“Kyllä se on enemmän teoista kiinni, miten asiakkaat antaa palautetta, miten sä toiminnallas näyt tuolla maailmalla, niin se on, ei sanojen vaan tekojen kautta.” (Yritys 6)

“Kun sä sanot jotain niin sillon sun pitää seistä niiden sanojen takana. Mä kuulun siihen koulukuntaan et elä kun saarnaat.” (Yritys 3)

Arvoista puhuttaessa myös tiedon saatavuus korostui. Kaikki tieto on esimerkiksi kuluttajien saatavilla, jolloin vastuuton toiminta tulisi nopeasti esiin. Tärkeänä tuli esiin monen kohdalla myös tekojen merkitys. Puhua ja sanoa voi mitä tahansa, mutta vasta teot puhuvat puolestaan. Pienten yritysten nähtiinkin tekevän enemmän, eikä vain puhuvan, saati mainostavan vastuitaan verrattuna isoihin yrityksiin. Tynnälänkin (2013,

95–97) mukaan suuremmat yritykset raportoivat pieniä yrityksiä enemmän tänä päivänä yritys- ja yhteiskuntavastuunsa osien toteutumisesta.

8.4 Mahdollinen kilpailuetu

Vastuullisen liiketoiminnan ja yhteiskuntavastuu termejä ei pidetty vielä loppuun kulutettuina: kilpailuedun näkökulmasta ajatellen nähtiin, että näillä termeillä pystyttäisiin vielä erottumaan. Niistä voisi siis tulla kilpailuetu, kuten Könnölä ja Rinnekin ovat todenneet (2001,11–20, 25, 34, 11–113), että varsinkin, jos yrityksen asiat olisivat todellisuudessaakin sillä tasolla vastuullisuuden suhteen, että siitä olisi kannattavaa tiedottaa ja että se kestäisi lähempääkin tarkastelua.

“Ei oo missään nimessä puhki kulutettu. Mehän ollaan tehty parhaamme et loppuun kulutettas tän maapallon resurssit ja tuhottas tää maapallo. Nyt vihdoinki eletään, et marginaalis on ne jotka sanoo et ilmaston lämpeneminen on huuhaata.” (Yritys 9)

Tässä isojen yritysten kohdalla nähtiin kuitenkin todennäköisempi riski viherpesuun. Haastateltavien vastauksissa tekojen merkitys nousi jälleen esiin, pienempien yritysten nähtiin toimivan enemmän kuin vain puhuvan. Niiden ei myöskään tarvitse erikseen korostaa vastuullisuuttaan, sillä sen nähtiin tulevan luontevasti osana normaalia liiketoimintaa. Toisaalta tuotiin myös esiin, että tulevaisuudessa ei voi edes olla muunlaista yrittäjyyttä, jolloin vastuullisuus ei enää toisi kilpailuetua.

8.5 Sidosryhmien ja johtajien roolit

“Johtaja vaikuttaa mihin suuntaan mennään, joka vaikuttaa strategiaan ja visioon.” (Yritys 10)

Keskustelimme yrittäjien kanssa myös sidosryhmien sekä johtajien roolista vastuullisen liiketoiminnan ja yhteiskuntavastuun toteutuksessa.

Ensinnäkin vastauksissa näkyi jakoa sidosryhmien ja johtajien ensisijaisen roolin välillä. Nähtiin, että niin sidosryhmillä kuin johtajilla on oma roolinsa vastuullisuuden toteutuksessa riippuen yrityksen koosta, verkostoista ja verkottuneisuudesta.

Osa yrittäjistä näki johtajien roolin tärkeänä suunnan näyttäjänä (ks. myös Gini 1997, 199; Jussila 2010, 43–51; Kauppinen 2002, 155–173; Kujala ja Kuvaja 2002, 27–87).

“Kyllä johtajat määrittelee yrityksen suunnan ja rakentaa, rakennusaineet yritysten kulttuurin syntymiseen. Yrityksen kaikki ongelmat on johtamisen ongelmia ja johtajat on hyvin tärkeässä roolissa tietysti tossa, on esimerkki, että teot tarkottaa. Johtajien teot puhuu tämmösessä teemassa enemmän kuin sanat ja siinä on varmaan aika paljon vielä ristiriitaa, että yrityksen arvot on kirjoitettu johonki ja sitten käytännön teot ei vaan vastaa niitä juttuja.” (Yritys 5)

Osa taas näki sidosryhmien roolin ja yritysten vuorovaikutuksen näiden kanssa hyvinkin tärkeäksi, sillä sidosryhmien tarpeiden huomioiminen ja yhteensovitus tukevat tavoitteiden saavuttamista. Samat ajatukset nousivat myös Hakasella, Heinosella, Sipilällä (2007, 9–20) ja myöskin Jussilalla (2010, 151). Voidaankin todeta, että vaikka johdolla on tärkeä rooli, ei se kuitenkaan pystyisi yksin menestykseen. Myös sidosryhmiä tarvitaan (Tolvila 2013, 2).

“Jossain tapauksissa, ehkä tosi liikevoitto orientoituneilla yrityksillä on ihan hyvä et ne saa ulkosta painetta. Esimerkiksi asiakkaat, alihankkijat tämmöset, sidosryhmät luo sitä painetta. Mut miksei varsinki jossain tämmösissä inhimillisemmän kokosissa yrityksissä vois ihan hyvin lähteä sisältä päin joko johdosta tai alaisista. Riippuu vähä tilanteesta.” (Yritys 7)

Yrityksillä oli monia sidosryhmiä kuten asiakkaat, kunnat, kuntayhtymät, yritykset, oppilaitokset, pankit, verottaja, vakuutustahot, työterveys, tilitoimistot, tilintarkastajat, osakkaat, strategiset ja yhteistyökumppanit, hankkeet ja projektit. Sidoryhmät riippuivat yrityksen toimintakentästä ja koosta.

“Se on varmaan niin että jos yrityksellä on hyvin selkee näkemys omista arvoistaan ja vastuullisesta toiminnasta niin se valitsee sellaset kumppanit, jotka noudattaa niitä samoja arvoja. Yritys kokonaisuudessaan muodostaa sellasen arvoketjun jossa,

osaltaan nää kumppanit, jos kumppanit ei toimi sen yrityksen arvojen mukaisesti niin se voi heikentää yrityksen uskottavuutta.” (Yritys 5)

Haastateltavien yrityksissä suhteita pidettiin yllä monin keinoin; tavat riippuivat yrityksestä. Vuorovaikutusta ja viestintää toteutettiin niin puhelimitse, sähköpostitse, kasvokkain kuin sosiaalisen median kanavien kautta. Tärkeintä kaikille oli kuitenkin avoimuus, aktiivinen vuorovaikutus ja kommunikointi, viestintä ja luottamus sekä jaetut arvot, jotta yritys pystyy toimimaan sidosryhmiensä kanssa. Pienten yritysten kannattaa panostaa aktiiviseen vuoropuheluun toteuttaakseen yhteiskuntavastuuta sidosryhmiensä kanssa (Hakanen, Heinonen & Sipilä 2007, 9–20; Jokivuori 2005, 134; Jussila 2010, 125–144; Kujala ja Kuvaja 2002, 27–143). Haastateltavat näkivät myös, että yhteistyötä ja vuorovaikutusta sidosryhmien kanssa on syytä ja kannattaa kehittää koko ajan.

“Kyl se hyvin nopeasti näyttäytyy jos ei jaeta samoja arvoja.” (Yritys 10)

“Höpötelemällä. On pyritty olee avoimia ja rehellisiä, me odotetaan sitä meidän yhteistyökumppaneilta, sidosryhmiltä. Paras tapa on olla ite avoin. En oo parempaa keksiny ku höpöttely. Pitää saada sidosryhmät innostuu, ei piä olla mukana jos ei usko samaa.” (Yritys 9)

Alun perin olin ajatellut, että sidosryhmillä voisi olla roolinsa yhteiskuntavastuun toteuttamisessa. Käsitelimme kyllä keskusteluissa sidosryhmiä ja johtajiakin, mutta sidosryhmien rooli ei noussut puheissa niin suurella merkitykselliseksi kuin olin alun perin ajatellut. Niin johtajilla kuin sidosryhmilläkin vaikuttaisi olevan omat mahdollisuutensa olla vaikuttamassa, joskus ulkoapäin voi tulla painetta ja ainakin yhteistyökumppanit voivat vaikuttaa esimerkiksi yrityksen imagoon.

8.6 Haasteet yrittäjänä

Yrittäjät näkivät toimintansa harjoittamisen suurimpina haasteina muun muassa

taloustilanteen, resurssit ja työntekijöiden palkkauksen sekä irtisanomisen. Oma jaksaminen sekä rahoituksen järjestäminenkin mietitytti osaa. Mietittiin myös, mihin maailma ja yhteiskunta ovat menossa. Muutoksia tapahtuu monella osa-alueella ja kaikki vaikuttaa väistämättömästi myös yrittäjiin ja heidän toimintansa harjoittamiseen.

“Haasteellisia aikoja vietetään, se on ihan selvä asia et tää taloustilanne vaikuttaa ihan kaikkeen. Näin varmaan kaikki vastaa.” (Yritys 3)

”Se meidän haaste on jatkuvasti löytää niitä erilaisia rahoitusmalleja. Me ollaan kyllä niissä jo aika hyviä, miten monella eri tavalla pystyy sitä toimintaa rahottamaan. Mutta se on ku me ei olla järjestö eikä säätiö, jos me oltas yhdistys niin meidän ois helppo hakee kaikenlaisia avustuksia, mutta yrityksenä niin me ollaan monista jutuista rajattu pois. Ja jopa jostain kilpailutuksistakin on hankala kilpailla jos kilpaillaan vaikka jonku 4h kanssa niin me automaattisesti vaikutetaan ei niin hyvältä.” (Yritys 1)

Eniten koettiin haastetta kuitenkin yhteiskunta ja yrittäjät -asetelmassa. Yhteiskunta koettiin kaiken uuden edessä valmistautumattomaksi, jumiutuneeksi sekä epäileväiseksi, esimerkiksi jos on kyse yhteistyöhön lähtemisestä tai aivan uuden alan yrityksestä. Yhteiskunta on, kuten aiemmin mainittu, tässä tutkielmassa julkiset organisaatiot, instituutiot ja yritysten toimintaan vaikuttavat sekä päättävät tahot. Toisaalta yhteiskunta haluaa tukea ja kannustaa yrittäjyyteen, mutta yrittäjien mukaan silti vielä esimerkiksi byrokratia laahaa perässä, vaikeuttaa tai ainakin jarruttaa yrittäjyyttä ja investointeja. Yritykset ovatkin haastateltavien näkemysten mukaan vielä, ainakin toistaiseksi, epäarvoisessa asemassa muihin nähden muun muassa rahoituksissa, avustuksissa ja tuissa, sekä kilpailutuksessa.

”Niin ehkä meillä se haaste just on, et me ollaan niin erilainen toimija, et meidän pitää nimenomaan todistaa sitä että me voidaan myöskin toimia vastuullisesti, vaikka me ollaan yritys. Se mielikuva on että jos sä et oo järjestö tai oppilaitos niin sillon sä oot jotenki, joku tässä mättää. ” (Yritys 1)

Kaiken sääntelyn, lomakkeiden ja raporttien parissa työskentelyn, nähtiin puolestaan vievän aikaa yrittäjien työajasta. Sen lisäksi sääntely ja byrokratia viivyttävät yrityksen kehittämistä.

“Joko sä saat rahaa tai si sä et saa rahaa, joko sä täytät niiden kriteerit tai et täytä. Mutta just näiden keiden pitäis helpottaa yrityksen toimintaa ja edesauttaa sitä niin tuntuu, et ne on niin semmosia jumiutuneita omiin byrokratian rattaisiinsa. Tämmösen meidän kokosen yrityksen, meidän on paljon helpompi luottaa siihen omaan tulorahotukseen ja lähtee sitten sitä kautta hakee niitä investointeja. Valitettavasti näin, muutamaan kertaan ollaa haettu ELY:ltä tukia ja ei mitään tipu, kun ei olla teollisuuden yritys, startti, kasvu, en tiä mihinkä välii me oikee hulahdetaa ku ollaa oman tien kulkija.” (Yritys 6)

8.7 Usko tulevaisuuteen

“Positiivisena, yhteiskunta on aika murroksessa, monella tapaa.” (Yritys 4)

“Meidän alan ja yrityksen vinkkelistä mä on silleen toisaalta luottavainen.” (Yritys 3)

Tulevaisuuden suhteen kaikki yrittäjät olivat kuitenkin yleisesti positiivisella ja luottavaisella mielellä. Vastauksista huokui usko kysyntään ja omaan jalansijaan. Tässäkin yhteydessä nousivat esiin haasteet ja niiden vaikutukset, keskeisimpinä yhteiskunnan muutos. Kaikesta huolimatta jokainen uskoi valoisaan tulevaisuuteen ja omaan yritykseensä.

“Meillä ei oo koskaan ollu vaikka siihen kasvamiseen liittyen, että meidän pitäis ehdottomasti kasvaa vaan enemmänki ketterä ja nokkela, mahdollistaa itsenäisen pienellä porukalla työn tekemisen” (Yritys 4)

“Pessimisti realisti. Tietysti ois kauheen mukava nähdä et päästäs kasvamaan. Ainaki

nyt tähä asti joka vuos on ollu aina vähä kiireisempi ku edellinen.” (Yritys 7)

Nuoremmat yritykset toivoivat kasvua, laajentumista ja mahdollisuutta palkata lisää työntekijöitä, edes yhden. Vähän kauemmin toiminnassa olleet ajattelivat pysyä ketterinä ja nokkelina, jonka Jokivuorikin (2005, 332) on todennut toimivaksi. Kaikilla oli suunnitelmia ja kehitysideoita tulevaisuutta varten: toimintaa haluttiin kehittää, laajentaa ja uudistaa. Muutamien haastatteluissa nousi myös luottamustehtävissä toimimisen kautta tuleva mahdollisuus vaikuttaa asioihin.

8.8 Resurssiviisuus ja verojalanjälki

Haastatteluissa nousi myös kaksi uutta termiä muutamaan otteeseen esille, resurssiviisuus ja verojalanjälki. Verojalanjäjen avulla yritykset pystyvät laskemaan ja tuomaan esiin, miten ne ovat yhteiskuntaa hyödyttäneet. Verojalanjälki auttaa kuvaamaan niitä veroja ja veroluonteisia maksuja, jotka yrityksen toiminta kerryttää yhteiskunnalle. Toisin sanoen se kertoo yrityksen yhteiskunnalle tuottaman kokonaisverohyödyn. Raportoinnin tarkoitus olisi tuoda esiin tuloverojen lisäksi muut verot ja veroluonteiset maksut, jotka liittyvät yrityksen liiketoimintaan. Ongelmaksi muodostuu, ettei Suomessa tai muuallakaan ole sovittu, miten virallinen verojalanjälki pitäisi koostaa, eli vielä ei ole olemassa yhtenäistä standardia sen raportointiin. Sen kehittämiseksi on kuitenkin esitetty erilaisia indikaattoreita, joilla verosuoritusten määrä esimerkiksi suhteutettaisiin yrityksen liikevaihtoon tai vaikka henkilöstön määrään. Tunnuslukujen vertailu ei välttämättä kuitenkaan kerro veronmaksukyvyistä, sillä yritykset poikkeavat toiminnoiltaan ja rakenteeltaan toisistaan. (businessopas.fi; Suihkonen 2014.) Ilmeisesti näistä kaikista syistä johtuen en löytänyt käsitteelle lopullista tai tämän vakiintuneempaa määritelmää.

“Puhutaan tällasesta käsitteestä kun verojalanjälki. Laskee yrityksen tilittämät arvolisäverot yhteiskunnalle, si palkka on maksettu, verot, veroluonteiset maksut, sosiaalimaksut, jos tullu tulosta niin yhteisövero, jos on maksettu osinkoa niin osinkovero, vuos sitten ku mä laskin viimeksi niin valtio tienas reilusti enemmän kuin

kaksi yrittäjää nettona käteen.” (Yritys 4)

Resurssiviisaus tarkoittaa kykyä käyttää erilaisia resursseja, kuten luonnonvaroja, raaka-aineita, energiaa, tuotteita ja palveluja, tilaa ja aikaa, harkitusti ja hyvinvointia sekä kestävästä kehitystä edistävällä tavalla.

“Ollaa saavutettu kaamea totuus, on pöydällä, nyt jos koskaa pitää puhua resurssiviisaudesta ja kestävästä kehityksestä.” (Yritys 9)

Resurssiviisaan toimintatavan tarkoituksena on edistää ihmisten hyvinvointia samalla, kun vähennetään ympäristölle ja ihmisille haitallisia vaikutuksia. Resurssiviisaus ohjaakin kohti käyttäjäystävällisiä, kestävästä kehityksen mukaisia kysyntä-tarjontarakenteita, jotka puolestaan tuottavat hyvinvointia yhä laajemmin yhteiskuntaan. Resurssien viisas käyttö onkin nousemassa kansainväliseksi kilpailuvaltiksi. (sitra.fi.)

9. YRITTÄJIEN VIESTI YHTEISKUNNALLE

Tässä luvussa esiteltävät tulokset ovat se aiemmin mainittu yllättävä tulososio. En ollut rakentanut sille samanlaista viitekehystä kuin edellisen luvun tuloksille, mutta mielestäni nämäkin tulokset ovat yhtä tärkeitä nostaa esille. Luvun tulokset koostuvat ajatuksista koskien yritysten merkitystä yhteiskunnalle ja yritysten esittämistä kehitysehdotuksista yhteistyön ja kommunikoinnin parantamiseksi yhteiskunnan kanssa, mikä tukisi myös vastuullisuutta liiketoiminnassa ja yhteiskuntavastuun edistämistä.

9.1 Pienten yritysten merkitys yhteiskunnalle

”Sitten niin kun suurin osa yrittäjistä ajattelee niin että et kylhän pienet yritykset nyt aika paljon pitää Suomea pystyssä.” (Yritys 1)

Puhuttassa valitsemistani pääteemoista keskusteluissa korostui läpi haastattelujen pienten yritysten rooli yhteiskunnassa. Kaikissa haastatteluissa koettiin, että yrityksillä, varsinkin pienillä ja keskisuurilla, on suuri vastuu yhteiskunnasta ja sen toimimisesta. Pienten yritysten todettiin pyörittävän ja pitävän koko yhteiskuntaa tällä hetkellä pystyssä ja olevan niin sanotusti yhteiskunnan moottori. Yritykset vastaavat osaltaan niin taloudesta, työpaikoista, hyvinvoinnista, palveluiden takaamisesta ja koko yhteiskunnan kehittymisestä. Tämä kaikki koettiin vastuullisen liiketoiminnan ja yhteiskuntavastuun mukaiseksi toiminnaksi, jolla on laajoja yhteiskuntapoliittisia vaikutuksia yhteiskuntaan. Samaan aikaan isojen yritysten nähtiin vain irtisanovan työntekijöitään ja siirtävän toimintaansa ulkomaille. Pk-sektorin rooli nähtiinkin tällä hetkellä erittäin merkittäväksi ja suurta vastuuta kantavaksi; sen vastuullinen liiketoiminta ja yhteiskuntavastuun mukainen toiminta hyödyttävät koko yhteiskuntaa.

”Mä ajattelen että yritykset on ja niiden pitäis olla yleishyvinvoinnin moottori ja perustelen kantaani sillä että nimenomaan yritykset on sen takia, että ne on se yksikkö joka tuottaa euroja jotka pyörittää yhteiskuntaa. Julkinen sektori ainoastaan kuluttaa. Kun sitä katotaan talouden näkökulmasta ja yritykset tuottaa ja sillä tavalla maksetaan

kaikki yhteiskunnan pyöriminen.” (Yritys 5)

Haastatteluissa pienten yritysten rooli varsinkin tärkeimpänä työllistäjänä nousi selkeästi esiin, sillä suurin osa uusista työpaikoista syntyy pieniin yrityksiin (ks. Cuckovic 2012, 3). Tämä puolestaan tukee yhteiskuntavastuun, varsinkin sosiaalisen vastuun toteutumista. Yritysten toiminta vaikuttaa työmarkkinoihin ja sitä kautta laajemmin yhteiskuntaan ja on yhteiskuntapoliittisesti merkittävää.

“On, jos ei ois nii tää maa ei ois tässä, ei ainakaa pyöris näin (...) Välillä mieltii, pk-sektori työllistää hemmetin paljon ihmisiä, jos pk-sektoria ei ois niin joo. Voidaan kokeilla ku tästä Jyväskylän keskustasta pk-yritykset lähtee pois, nii aika autioitunutta ois. Ei tääl tapahtus mitään.” (Yritys 6)

“Se on toisaalta aika hauska ajatus et musta on yhtä äkkiä tullu yhteiskunnallisesti vastuutoimija, jota voidaan vastuuttaa yhteiskunnallisista asioista, tavallaan se että vuodessa onkin velvollinen. Siinä on puolensa ja puolensa. Se on toisaalta kauheen kiehtovaa. Omalla toiminnallaan voi jollakin tasolla vaikuttaa asioihin.” (Yritys 11)

Rikama (2014, 10–11) on todennut mikroyritysten merkityksen talouskasvussa ja työllisyyden ylläpitämisessä kiistattomaksi. Yrittäjät olivat tietoisia ja ylpeitä roolistaan, mutta osa oli ehkä samaan aikaan myös hieman hämmentyneitä siitä, että heille on muodostunut niin suuri rooli yhteiskunnan ylläpitäjinä. Ensisijainen tarkoitus kun on monella ollut työllistää ainakin itsensä ja löytää se omiin arvoihin sopiva tapa toteuttaa itseään.

9.2 Avoimuus ja yhteistyö

“Mä toivoisin että yhteiskunta laajemmin ymmärtäs sen yritysten roolin tässä koko arvoketjussa, et miten tää järjestelmä pyörii.” (Yritys 5)

Puhuttaessa mahdollisista kehitysideoista vastauksissa eniten toivottiin yhteistyötä

yhteiskunnan kanssa, yhteisiä projekteja, vastaanotuloa ja avoimuutta. Olisikin yhteiskuntavastuun mukaista, että yrityksellä olisi enemmän yhteistyöhankkeita esimerkiksi paikallishallinnon ja paikallisten järjestöjen kanssa (Jussila 2010, 30–37).

“Meillehän se näyttäytyy, yhteiskunnan pitää oppia tekemään yhteistyötä. Julkisen sektorin pitää avautua yhteistyölle isossa mittakaavassa yritysten kanssa.” (Yritys 10)

Yleisimpänä nousi haastatteluissa esiin kuitenkin asennemuutoksen ja keskustelun herätyksen tarve. Uusien yritysten ja yrityskehityksen muutosten edessä ei tarvitsisi olla epävarma tai kielteinen, vaan nähtiin, että yhteiskunta voisi tulla yrityksistä vastaan. Toivottiin, että yritysten roolin tärkeys ymmärrettäisiin: mitä ne merkitsevät yhteiskunnalle, kuinka suuri rooli niillä on, kuinka ne tuottavat hyötyä yhteiskunnalle ja miten niiden toiminta vaikuttaa yhteiskuntaan laajemmin. Tämän ymmärtäminen tukisi yhteiskuntavastuun laajenemista ja kehittymistä.

“Avattas sitä peliä et minkälaisia prosesseja meillä on täällä menossa.” (Yritys 1)

Yhteiskunnan puolestaan toivottiin avautuvan esimerkiksi prosesseistaan, kuten vaikkapa kilpailutuksista, tuotteistamisesta, päätöksistä ja byrokratiasta. Tärkeänä nähtiin myös, että yhteiskunta, eli edelleen tässä yhteydessä julkiset organisaatiot, instituutiot ja yritysten toimintaan vaikuttavat ja päättävät tahot, kuten ELY-keskus, pystyisivät näkemään, että myös yksityinen toimija voi toimia eettiseltä arvopohjalta ja vastuullisesti.

9.3 Byrokratian vaikutus

“Suomi on sääntöjen luvattu maa. Täällä on tiukat säännökset, se tuo tasapuolista kohtelua kaikille.” (Yritys 11)

Tällä hetkellä Suomen yrityksistä ja muutostarpeista puhuttaessa usein puhutaan myös byrokratiasta. Haastateltavatkin näkivät, että Suomessa on paljon sääntöjä ja jopa turhaa byrokratiaa, mikä toisaalta mahdollistaa tasapuolisen kohtelun mutta toisaalta

vie yrittäjiltä aikaa kallisarvoisesta työajasta.

“Byrokratiaan menee kauheesti aikaa kaikkeen moneen juttuun pienyrittäjällä, vie aikaa muulta työnteolta pois.” (Yritys 2)

Byrokratialla tarkoitetaan Vartolan (2013, 11) mukaan usein hidasta, tehotonta, papereihin perustuvaa, kasvotonta ja jäykkää hallintoa. Sääntelyn keskeisenä haittana onkin sen tuoma hallinnollinen taakka. Sääntelykustannukset ovat arvioiden mukaan pienille yrityksille suhteellisesti suuremmat kuin isoille (Rekilä 2014, 12–13). Vähemmälläkin määrällä sääntöjä ja lakeja voitaisiin yrittäjien mukaan pärjätä. Odotuksia oli myös kommunikoinnin suhteen; esitettiin, että olisi hyvä, jos pystyttäisiin enemmän sopimaan asioista yrittäjien kanssa. Muutokset byrokratiassa tukisivat myös vastuullisuuden edistämistä yrityksissä ja yhteiskuntavastuun laajenemista.

9.4 Muita kehitysehdotuksia ja ajatuksia

“Toiset yritykset tienaa sillä et ne tekee toisille yrityksille kaiken maailman hakemuksia. Ei siinäkään mitään vikaa oo. Jokuhan siinä on pielessä että kuka tahansa ei voi tehdä niitä hakemuksia. Et ne pitäis tehdä niin helpoiksi hakee et siihen riittää, ettei tarvi koko päivää uhrata sen hakemuksen tekemiseen. Vietät sen pari tuntia ja sitten klikkaat sen sisään.” (Yritys 6)

Yksittäisiä kehitysehdotuksia tuli haastatteluissa enemmänkin. Esimerkiksi rahoituksen haun madaltamista ja helpottamista toivottiin, sillä koettiin, että se on tällä hetkellä erittäin vaikeaa. Haastateltavat nostivat myös esiin tarpeen tarjota erikokoisille yrityksille erilaisia rahoitusmalleja ja tukea tuotteistamiseen. Erityisesti nousi esiin ELY-keskuksen ja Jykesin palveluiden yksinkertaistaminen (ks. myös Mäkeläinen & Määttä 2014, 59–60). Toivottiin myös muiden kuin teknologia-alan yritysten tukemista, varsinkin uusien alojen yritysten ymmärtämistä ja tukemista. Koulutusseteli nousi ideana myös esiin, sitä voisi käyttää kuten kulttuuri- ja liikuntaseteleitä.

Osalla haastatelluista tuli esiin myös ajatus, että yrittäjät eivät kaipaa niin paljoa tukea kuin luulisi. Osa taas kaipasi tukea joihinkin asioihin, kuten vanhemmuuden kustannuksiin; tulevaisuudessa isän työnantaja voisi esimerkiksi maksaa osan kuluista, eikä vain äitiyslomalle jäävän työnantaja. Yrittäjille ei myöskään ole tällä hetkellä sosiaaliturvassa välimuotoa, mikä muodostaa riskin heittäytyä esimerkiksi täysipäiväiseksi yrittäjäksi.

“Isoimpana sosiaaliturva, siinä ei o mitään välimuotoa ehkä auttas jos yrittäjänä pääsis helpommin sosiaaliturvan pariin, tavallaan muilla työttömillä ja opiskelijoilla se on aika pitkälle tulosidonnaista. Mut jostain syystä yrittäjien kohdalla ei huomioida sitä et paljo sulle tulee sitä rahaa. Isoin käytännön asia. Ois kiva pistää oma yritys pysty mut isoimpana tulee tuo si vastaan. Pitäis lähtee tosi isolla liikkeelle ja pitäis heti olla valmiina niin paljon tilauksia ja asiakkuuksia et siihen pystyt heti jäämää kokopäiväseks yrittäjäks.” (Yritys 7)

Haastatteluissa muutama myös toivoi valtion tulevan tulevaisuudessa vastaan varsinkin uusia yrittäjiä ja yrityksiä, esimerkiksi verotuksessa. Toivottiin, että uusille yrityksille annettaisiin ensin mahdollisuus lähteä pyörimään ja kannattamaan, minkä jälkeen niitä voisi sitten verottaa. Tämä vaikuttaisi ja auttaisi myös työllistämismahdollisuuksiin.

“Nyt pitäis valtiovallan mun mielestä tulla vastaan varsinkin alkuun. Et mä oon sitä mieltä et kevennettäs alkuvaiheessa, et saatas ne firmat semmoseen tilanteeseen et ne pääsis taloudellisesti vakaaseen tilaan, sitten progressiivisesti vaikka verotetaan ja näin enemmän kun se yritystoiminta on kannattavaa.” (Yritys 3)

“Onhan se Suomessakin kuten työntekijän palkkaukset, verotukset ja muut melkosen raskaita. Näkisin että siinä saattas olla pienille tai alottaville yrityksille paikka tarjota jonkin näköstä helpotusta.” (Yritys 7)

Muutama yrittäjä esitti myös toiveen, ettei työnantajien ja työntekijöiden välillä olisi

tulevaisuudessa nykyistä vastakkainasettelua, vaan olisi hyvä jos asioista pystyttäisiin jatkossa enemmän sopimaan. Uskottiin, että tiedon ollessa nykyiseen tapaan kaikkien saatavilla väärinkäytökset tulisivat nopeasti kyllä esille. Myös yrityskentän pelisäännöt ja niistä kiinnipito koettiin tärkeäksi, ettei kilpailuvääristymiä tulisi.

”Yks yhteiskunnallisesti iso asia on et mitä on tää työmarkkinapolitiikka ja työehtoihin liittyvät asiat, että se mun käsityksen mukaan se ei. Se tekee hyvin kankeaksi sen työn tekemisen, vastaanottamisen ja riskit ei oo kohillaan. Tää yhteiskunta toimis vaan paremmin jos työehtosopimusjärjestelmä ja tää pistettäs romukoppaan ja ruvetas, pystyttäs sopimaan keskenään asioita.” (Yritys 4)

”Että ei ois vastakkain asettelua työntekijöiden ja työnantajien välillä, mun mielestä se on täysin vanhanaikanen ajattelu.” (Yritys 5)

Yhteiskunnan tämän hetkisen tilanteen kehittämistä ajateltaessa osa yrittäjistä toivoi jopa laajempaa yksityistämistä eli pienempää julkista sektoria ja enemmän kilpailutusta. Osa taas ei uskonut täydelliseen kapitalismiin, vaan näki yhteiskunnalla ja julkisella sektorillakin tärkeän roolin yhteiskunnan pyörimisessä.

”Toivoisin et julkinen sektori ois paljon pienempi tulevaisuudessa. Mutta että se kuitenkin huolehtis järjestelmänä kansalaisista. Tasaveromallia kannatan” (Yritys 5)

”Mä en usko täysin kapitalistiseen malliin. Julkinen puoli, me yhdessä omistetaan tää valtio, ei oo mitään julkista, nehän ne vasta meillä onkin duunissa. Porukalla järkätään tää homma, peruspalvelut. Jos ne keskittys vaa niihi eikä sohlais yrityskentän kaa.” (Yritys 9)

Mielestäni sain tutkielmallani arvokasta tietoa siitä, miten yritykset näkevät itse oman roolinsa yhteiskunnassa ja toimintansa vaikutukset.

10. JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä tutkielmassa tutkittiin, mitä yhteiskuntavastuullisuus haastatelluille yrityksille tarkoittaa, mitä he itse pitävät yhteiskuntavastuullisena. Tarkoituksena oli saada vastaus seuraavaan kysymykseen:

Millaisia tekoja ja asioita yritykset pitävät omassa liiketoiminnassaan yhteiskuntavastuullisina?

Seuraavaksi tarkastelen tutkimuskysymykseen aineistosta saamiani vastauksia. Jatkotutkimuksen mahdollisuutta pohdin lopussa.

Ensinnäkin tarkoituksenahan oli löytää vastauksia siihen, millaisia tekoja ja asioita yritykset itse pitävät omassa liiketoiminnassaan yhteiskuntavastuullisina. Vastuullinen liiketoiminta ja varsinkin yhteiskuntavastuu on ollut koko ajan nouseva ja ajankohtainen teema (Kähö 2012). Onkin esitetty, ettei tulevaisuudessa voi muunlaista liiketoimintaa ollakaan. Yhteiskuntavastuun merkityksen on uskottu kasvavan edelleen. (Jussila 2010, 151.)

Tutkielmani yritykset pitivät vastuullista liiketoimintaa ja yhteiskuntavastuuta tärkeinä alasta ja yrityksen koosta riippumatta. Yhteiskuntavastuullisena toimintana nähtiin oma työllistyminen, velvollisuuksien hoito, lakien ja sääntöjen noudatus sekä verojen, palkkojen ja muiden maksujen maksu (ks. myös Harmaala & Jallinoja 2012, 57–88; Ketola 2005, 9). Myös liiketoiminnan tuloksellisuus ja kannattavuus eli lisäarvon tuottaminen yhteiskunnalle oli kaikille yhteiskuntavastuuta. Yrittäjät haluavat itsekin toimia vastuullisesti (Strannegård 1998, 4–19).

Omassa tutkielmassani nousi lakien ja muiden esimerkiksi talouden velvollisuuksien ohella esiin erityisesti sosiaalinen vastuu. Kaikki yrittäjät kokivat tärkeiksi ihmiset, työntekijöidensä oikeudet ja hyvinvoinnin. Sosiaalisen vastuun tärkeyden on tuonut esiin myös Jussila (2010, 7–25). Vastauksissa korostui niin sanottu työnantajavastuu:

ihmisistä ja varsinkin työntekijöistä kannettiin huolta. Heidän hyvinvointinsa, palkansaantinsa sekä myös työn mielekkyys koettiin tärkeiksi tekijöiksi, jotta työntekijä viihtyy työssään ja saa toteuttaa itseään. Myös mahdollisuudesta työllistää oltiin erittäin ylpeitä. Yrittäjät näkivätkin koko yhteiskunnan eduksi, että kaikilla olisi töitä. Vastauksissa käsiteltiin myös arvoja: yrittäjinä ei oltu vain bisneksen takia ja koettiin, että vastuullisuus on muutakin kuin lakien noudatusta. Arvoilla onkin roolinsa toiminnan ohjauksessa (Harmaala & Jallinoja 2012, 57–88; Järvinen 2004, 139–154; Ketola 2005, 9). Tärkeänä tuli esiin myös tekojen merkitys; puhua ja sanoa voi mitä tahansa, mutta vasta teot puhuvat puolestaan. Kukaan haastatteleman yrittäjä ei ratsastanut yhteiskuntavastuulla tai vastuullisella liiketoiminnalla, vaan se oli heillä kaikilla taustalla vaikuttava ajatus ja tuli esiin luonnostaan osana normaalia liiketoimintaa. Tässä vaikuttaisi olevan ero suurempiin yrityksiin, jotka kuitenkin raportoivat ja mainostavat enemmän yritys- ja yhteiskuntavastuunsa osien toteutumista (Tynnilä 2013, 95–97).

Yhteiskuntavastuu ja vastuullinen liiketoiminta nähtiin edelleen ajankohtaisina, joidenkin mielestä jopa vasta saapuvina ja vielä aikaansa odottavina näkökulmina. Niitä ei nähty loppuun kulutettuina ja kilpailuedun näkökulmasta ajatellen nähtiin, että näillä termeillä pystyttäisiin vielä erottumaan ja että niistä voisi tulla kilpailuetu (ks. myös Könnölä & Rinne 2001, 11–20, 25, 34, 113). Jussilan (2010, 151) mukaan kaikkien yritysten uskotaankin ryhtyvän seuraamaan ja kehittämään yhteiskuntavastuutaan koosta, toimialasta tai yritysmuodosta riippumatta. Mikäli näin käy, yhteiskuntavastuu ei tällöin enää muodosta kilpailuetua vaan on normaalia liiketoimintaa, mikä olisi toisaalta aivan suotavaa. Tutkielmassani nousikin tekojen merkitys esiin, pienempien yritysten nähtiin toimivan tällä hetkellä puhumisen sijasta: ne eivät korosta vastuullisuuttaan, vaan se tulee jo luontevasti osana normaalia toimintaa.

Sidosryhmilläkin on oma roolinsa vastuullisuuden toteutuksessa, riippuen yrityksen koosta, verkostoista ja verkottuneisuudesta. Osa yrittäjistä näki johtajien roolin tärkeänä suunnan näyttäjänä (vrt. Gini 1997, 199; Jussila 2010, 43–51; Kauppinen

2002, 155–173; Kujala & Kuvaja 2002, 27–87). Osa taas näki sidosryhmien roolin ja vuorovaikutuksen näiden kanssa hyvinkin tärkeäksi, sillä sidosryhmien tarpeiden huomioiminen ja yhteensovitus tukee tavoitteiden saavuttamista (ks. Hakanen, Heinonen & Sipilä 2007, 9–20; Jussila 2010, 151). Tutkielmani yrityksillä oli monia sidosryhmiä kuten esimerkiksi asiakkaat, kunnat, kuntayhtymät, yritykset, oppilaitokset, pankit, verottaja, vakuutustahot, työterveys, tilitoimistot, tilintarkastajat, osakkaat, strategiset ja yhteistyökumppanit, hankkeet ja projektit. Sidosryhmien rooli ei korostunut yhteiskuntavastuun toteutuksessa niin paljoa kuin alun perin ajattelin, vaikka kyllä niilläkin on oma roolinsa ja vaikutuksensa yrityksen toimintaan.

Suurimpina tulevaisuuden haasteina yritykset näkivät muun muassa taloustilanteen, resurssit, työntekijöiden palkkauksen, oman jaksamisen ja rahoituksen järjestämisen. Eniten koettiin haastetta yhteiskunta ja yrittäjät -asetelmassa. Yhteiskunnan koettiin olevan uuden ja muutoksen edessä ja vastaanotossa valmistautumaton ja jumiutunut, mikä vaikeuttaa esimerkiksi yhteistyötä. Yritysten koettiin olevan, ainakin toistaiseksi, epätasa-arvoisessa asemassa esimerkiksi järjestöihin nähden muun muassa rahoituksissa, avustuksissa ja tuissa sekä kilpailutuksessa.

Haastatteluissa nousi yhteiskuntavastuusta puhuttaessa myös kaksi uutta termiä muutamaan otteeseen esille, resurssiviisaus ja verojalanjälki. Näitä termejä ei ollut tutkielmani teoriaosuudessa käsitelty, eikä verojalanjäljestä tuntunut löytyvän vielä virallista tietoakaan. Verojalanjäsen avulla yritykset pystyvät laskemaan ja tuomaan esiin, miten he ovat yhteiskuntaa hyödyttäneet. Tällä hetkellä ei vielä ole yhteisiä sääntöjä tai standardeja raportoinnille, joten siinä olisi joillekin tahoille tilaisuus, jos tulevaisuudessa halutaan esimerkiksi saada tunnuslukuina selville yritysten panostus yhteiskuntaan (businessopas.fi; vihrealanka.fi; Suihkonen 2014). Resurssiviisaus on taas kykyä käyttää erilaisia resursseja (kuten luonnonvarat, raaka-aineet, energia ja tuotteet) hyvinvointia sekä kestävästä kehitystä edistävällä tavalla (sitra.fi).

Tutkielmani analysoinnin myötä esiin nousi lisäksi toinen tärkeä tulos, jonka mukaan yrittäjät näkevät pienillä yrityksillä ja niiden toiminnalla olevan tärkeä merkitys

ympäröivään yhteiskuntaan. Mielestäni yritysten vastuullisella toiminnalla ja yhteiskuntavastuulla on yhteiskuntapoliittisia vaikutuksia yhteiskuntaan laajastikin, esimerkiksi sosiaalisella vastuulla vaikutetaan työmarkkinoihin. Kaikissa haastatteluissa todettiin yrityksillä olevan suuri vastuu yhteiskunnasta ja sen toimimisesta. Varsinkin pienten yritysten nähtiin pyörittävän ja pitävän yhteiskuntaa pystyssä. Yritykset vaikuttavat osaltaan esimerkiksi talouteen, työpaikkojen määrään, hyvinvointiin ja palveluihin. Isot yritykset puolestaan siirtävät toimintaansa ja työpaikkoja pois Suomesta. Pienten yritysten roolin tärkeys työllistäjänä korostui, sillä suurin osa uusista työpaikoistakin syntyy pieniin yrityksiin (Cuckovic 2012,3). Mikroyritysten merkitys talouskasvussa ja työllisyyden näkökulmasta on kiistaton, vaikeinakin aikoina vuosina 2009–2012 mikroyritykset olivat lisänneet henkilöstöään nettomääräisesti 20.000 hengellä. Mikroyritykset edustavatkin taloutemme dynaamisia toimialoja (Rikama 2014, 10–11).

Haastattelujeni perusteella näyttää myös siltä, että pienille yrityksille henkilöstön hyvinvointi ja heistä huolehtiminen on hyvin tärkeää ja henkilöstö huomioidaan myös päätöksenteossa, koska pienessä yrityksessä heidät tunnetaan paremmin. Tämä saattaa olla pienille yrityksille keskeinen valtti, mutta toisaalta myös välttämättömyys, suhteessa suurempiin yrityksiin, joissa johto saattaa toimia kasvottomasti suhteessa alaisiinsa. Haastateltavat olivatkin hyvin ylpeitä roolistaan, mutta osa ehkä myös samaan aikaan hieman hämmentyneitä, että heille on muodostunut niin suuri rooli yhteiskunnan pyörittäjinä.

Tuloksissa kaikki yritykset toivoivat avoimuutta, keskustelua, yhteiskunnan kanssa toivottiin myös yhteistyötä, yhteisiä projekteja ja vastaantuloa. Nähtiin, ettei uusien yritysten ja yrityskehityksen muutosten edessä tarvitsisi olla epävarmana vaan pitäisi tulla vastaan. Suurin toive oli kuitenkin, että yritysten roolin tärkeys ymmärrettäisiin, mitä ne merkitsevät yhteiskunnalle, kuinka suuri rooli niillä on ja kuinka ne tuottavat hyötyä yhteiskunnalle. Tämä tukisi yhteiskuntavastuun laajenemista ja kehittymistä. Yhteiskunnan toivottiin puolestaan avautuvan muun muassa prosesseistaan, kilpailutuksista, tuotteistamisestaan, päätöksistä ja byrokratiasta. Toivottiin myös

enemmän asioista sopimista yrittäjien kanssa.

Haastatteluista esiin nousi myös, että Suomessa on paljon sääntöjä ja jopa turhaa byrokratiaa, mikä on pois yrittäjien kallisarvoisesta työajasta. Sääntelyn keskeinä haittana voikin olla sen tuoma hallinnollinen taakka. Hallinnollisia kustannuksia syntyy lakisääteisten tietojen toimittamisesta viranomaisille ja muille osapuolille. Työ- ja elinkeinoministeriön Yrityskatsauksessa 2014 (tem.fi), näiden hallinnollisten kustannusten keventämisen arvioitiin parantavan yritysten tuottavuutta ja kilpailukykyä ja kasvattavan bruttokansantuotetta. Sääntelykustannusten todettiin voivan myös asettaa jonkun tietyn toimialan epäedulliseen asemaan suhteessa toisiin. Sääntelykustannukset ovat myös arvioiden mukaan pienille yrityksille suhteellisesti suuremmat kuin isoille. Sääntelytaakan vähentämisen valinnan tekee kuitenkin viime kädessä poliittinen päättäjä. EU:n kauttakkin on esitetty toimenpiteitä EU-sääntelyn yksinkertaistamiseksi ja sääntelytaakan keventämiseksi. (Rekilä 2014,12–13).

Usein sääntelyn soveltaminen on hajautettu esimerkiksi aluehallintovirastoille, ELY-keskuksille tai kunnallisille viranomaisille. Yksi varteenotettava keino olisikin lupa- ja valvonta-asioiden yhdenmukaistamiseksi toimintojen keskittäminen yhteen viranomaiseen. Useamman viranomaisen käsitellessä samankaltaisia asioita ongelmana on se, etteivät aluehallintovirastot tai ELY-keskukset ole ollenkaan velvoitettuja huomioimaan toistensa päätöksiä, ja niistä saadaankin tietoa lähinnä erikseen tiedustelemalla. (Mäkeläinen & Määttä 2014, 59–60.)

Haastattelemiltani yrityksiltä tuli myös runsaasti kehitysehdotuksia, kuten rahoituksen haun madaltaminen ja helpottaminen, erilaisten rahoitusmallien tarjonnan parantaminen sekä palveluiden yksinkertaistaminen. Samoja ideoita ovat nostaneet esiin myös Mäkeläinen & Määttä (2014, 59–60). Myös ideoita tukiin liittyen tuli, kuten vanhemmuuden kustannuksien jakaminen. Sosiaaliturvan puuttuminenkin voi olla monelle yrittäjälle esteenä yrittäjäksi lähtemisessä. Verotuksen suhteen toivottiin varsinkin uusille yrittäjille alkuun helpotusta. Vaikka kehitysehdotuksia ja toiveita tuli paljon, yrittäjät kuitenkin haluavat toimia yhteistyössä yhteiskunnan eri toimijoiden

kanssa. Tässä olisi mahdollisuus julkisille organisaatioille muuttaa käytöntöjään, avata toimintojaan ja kehittää byrokratiaa hieman joustavammaksi (Rekilä 2014,12–13; Vartola 2013, 11). Aiemmin on jo tullut esiin, että turha byrokratia tuottaa kustannuksia myös yhteiskunnalle. Mielestäni yritysten yhteiskuntavastuu voisi jopa laajentua, jos puitteet esimerkiksi byrokratian osalta olisi kunnossa.

Tutkielmani teon aikana, haastattelujen pidon jälkeen luin uutisen, että hallitus oli päättänyt antaa eduskunnalle vielä kyseisen, nyt jo päättyneen vaalikauden aikana esityksen arvonlisäverolain muuttamiseksi siten, että tilikauden liikevaihdon perusteella laskettavan arvonlisäverovelvollisuuden alaraja nostettaisiin vuoden 2016 alusta lukien 8 500 eurosta 10 000 euroon. Sen lisäksi verovelvollisuuden alarajaan liittyvän veronhuojennuksen yläraja nostettaisiin 22 500 eurosta 30 000 euroon. Verovelvollisuuden alarajaan liittyvän huojennuksen tarkoituksena olisi helpottaa arvonlisäverovelvolliseksi ilmoittautumista sekä osaltaan edistää työllisyyttä ja estää harmaan talouden muodostumista. Euromääräinen rajojen nosto keventäisi pienyritysten arvonlisäverorasitusta ja edistäisi osaltaan edellä mainittujen huojennuksella tavoiteltavien vaikutusten toteutumista. Hallitus aikoi jatkaa maksuperusteisen arvonlisäveron käyttöönoton valmistelua siten, että seuraava hallitus voi halutessaan ottaa sen käyttöön v. 2016 alusta. Tämä voisi mahdollisesti tuoda ratkaisuja joihinkin yrittäjien mainitsemiin ongelmiin. (valtioneuvosto.fi.)

Löysin myös Valtioneuvoston periaatepäätöksen yhteiskunta- ja yritysvastuuta koskien. Siinä sääntelyllä todetaan valtioneuvoston sivuilla olevan tärkeä rooli talouden ja muun yhteiskunnallisen toiminnan tehokkuuden lisääjänä. Samalla kuitenkin todetaan, etteivät yritykset kuitenkaan pysty etsimään tehokkainta toimintatapaa, jos lainsäädännön asettamat reunaehdot eivät salli tehokkaiden ratkaisujen toteuttamista. Liian tiukka tai yksityiskohtainen lainsäädäntö voikin johtaa siihen, että yritysten edellytykset toimia tehokkaasti heikkenevät. Monimutkaistuvassa toimintaympäristössä ei säädösvalmisteluissa ole aina parasta tietoa eri alojen koko ajan muuttuvista ilmiöistä ja kehittyvistä toimintatavoista. Vaihtoehtoinen sääntely tarkoittaa toisaalta toisenlaisia normeja, kuten puitelakeja ja kokonaisharkintaa

edellyttäviä säännöksiä kasuistisen sääntelyn sijasta ja eri sääntelykeinojen yhdistelmiä, toisaalta normiohjauksen vaihtoehtoja, esimerkiksi itsesääntelyä, puitesopimuksia, informaatio- ja resurssiohjausta. Vaihtoehtoisella sääntelyllä voitaisiin siis osaltaan vähentää säädöstulvaa. Varsinkin vastuullisuuteen sitoutuneiden toimijoiden osalta tämä vähentäisi säädösten noudattamisesta aiheutuvia kustannuksia. (valtioneuvosto.fi.)

Tässä olisikin mielestäni mahdollisuus seuraavalle kiinnostuneelle tutkia esimerkiksi ristiriitaa, joka muodostuu siitä, että, vaikka Suomessa tuetaan ja kannustetaan yrittäjyyteen, byrokratia tulee käytännössä kaiken muun kehityksen perässä ja jopa muodostaa joillekin kynnyksen lähteä yrittäjäksi. Eikö byrokratian pitäisi mennä kehityksen mukana? Yhteistyö asioiden, kuten hallinnollisen sääntelyn eteenpäin kehittämässä olisi yhteiskuntavastuun mukaista, joten tässä voisi yhteiskunta tulla enemmän vastaan käytännössäkin ja osoittaa, että yritykset ovat merkittävä osa yhteiskuntaa.

Tutkielmani myötä voin todeta, että yritykset kokevat ja näkevät vastuullisen liiketoiminnan ja yhteiskuntavastuun tärkeänä, kaikkien vastuuna, yrityksiensä koosta riippumatta. Yritykset toteuttavat mielestään yhteiskuntavastuuta omassa liiketoiminnassaan, niin lakien, velvollisuuksien ja sääntöjen noudattamisen myötä kuin myös erityisesti työnantajina huolehtiessaan työntekijöistään, heidän hyvinvoinnistaan ja viihtyvyydestään. Pienillä yrityksillä on myös suuri merkitys yhteiskunnalle, esimerkiksi työllistäjinä, sillä suurin osa uusista työpaikoista syntyy pieniin yrityksiin. Tällä on mielestäni merkitystä yhteiskuntapoliittisesti. Pienet yritykset takaavat varmimmin tällä hetkellä myös hyvinvointivaltion verotulot ja palvelut sekä koko yhteiskunnan pyörimisen. Yritykset myös mielellään kantavat tämän tärkeän roolin.

LÄHTEET:

Aaltonen, Tapio & Junkkari, Lari (2005). Yrityksen arvot & etiikka. WS Bookwell Oy Juva.

Ala-Suutari Pertti (2011). Laadullinen tutkimus 2.0. Osuuskunta Vastapaino, Tampere

Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1998). Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino, Tampere

Fischer, Merja & Vainio, Satu (2014). Potkua palvelubisnekseen, asiakaskokemus luodaan yhdessä. Talentum, Helsinki.

Hakanen, Matti & Heinonen Upi & Sipilä, Petri (2007). Verkostojen strategiat, menesty yhteistyössä. Edita Prima Oy, Helsinki.

Hallberg, Pekka (2005). Arvot tasapainossa? Dark Oy, Vantaa.

Harmaala, Minna- Maarit & Jallinoja, Niina (2012). Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta Talentum, Helsinki.

Haukioja, Teemu (2007). Sustainable development and economic growth in the market economy. Turun kauppakorkeakoulu.

Heiskanen, Erika & Salo, Jari (2008). Eettinen johtaminen, tie kestävään menestykseen. Talentum, Helsinki.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2001). Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino, Helsinki.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2000: Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun

teoria ja käytäntö. Yliopistopaino, Helsinki.

Hirsjärvi, Sirkka & Remes Pirkko & Sajavaara Paula (2000). Tutki ja kirjoita. Tammi, Helsinki.

Jokivuori, Pertti (2005). Sosiaalisen pääoman kentät. Minerva kustannus, Jyväskylä.

Joutsenvirta, Maria & Halme, Minna & Jalas, Mikko & Mäkinen, Jukka (2011). Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Gaudeamus, Helsinki

Junnola, Reijo & Juuti, Pauli (1997). Arvot ja johtaminen. Management Institute of Finland, Helsinki.

Jussila, Markku (2010). Yhteiskuntavastuu nyt. Infor Oy, Helsinki.

Järvinen, Raija (2004). Yhteiskuntavastuu näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen. Tampere University Press.

Kallio, Tomi J. & Nurmi, Piia (2006). Vastuullinen liiketoiminta peruskysymyksiä ja esimerkkejä. Turun kauppakorkean julkaisuja. Turun kauppakorkeakoulu.

Kauppinen Tero J. (2002). Arvojohtaminen. Otava, Helsinki.

Ketola, Tarja (2005). Vastuullinen liiketoiminta sanoista teoiksi. Edita Prima Oy, Helsinki.

Ketola, Tarja (2004). Yritysten ympäristöjohtaminen päämäärät, käytännöt ja arviointi. Turun kauppakorkeakoulu.

Kujala, Johanna & Kuvaja, Sari (2002). Välittävä johtaminen, sidosryhmät eettisen liiketoiminnan kirittäjinä. Talentum, Helsinki.

Könnölä, Totti & Rinne, Pasi (2001). Elinehtona eettisyys. Vastuullinen liiketoiminta kilpailuetuna. Kauppakaari, Helsinki.

Lankoski & Halme (2011). Vastuullisuuden vaikutukset globaalissa taloudessa. Gaudeamus, Helsinki.

Lämsä, Anna-maija & Lämsä, Ville & Uusitalo, Outi (2005). Yritysetiikan ja johtajuuden suuntia. Jyväskylän yliopisto, Taloustieteiden tiedekunta. No 145/2005

Niittykangas, Hannu (2003). Yrittäjä ja yrityksen toimintaympäristö. Jyväskylän yliopisto, kauppakorkeakoulu.

Pihkola H. (2004). Yritysten yhteiskunnallinen vastuu ja ympäristö. Teoksessa Ketola, T. (toim.) Yritysten ympäristöjohtaminen, päämäärät, käytännöt ja arviointi. Turun kauppakorkeakoulu

Rohweder, Liisa (2004). Yritysvastuu, kestävä kehitys organisaatio tasolla. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Ruusuvuori, Johanna & Tiittula, Liisa (2005). Haastattelu tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Vastapaino, Tampere.

Selin, Erica & Selin, Jarmo (2006). Kaikki on kiinni asiakkaasta, avaimia asiakasrajapintojen hallintaan. SelinSelin, Turku.

Storhammar, Esa (2010). Toimintaympäristö ja pk-yritykset. Havaintoja yritysten toimintaan vaikuttavista tekijöistä. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.

Strannegård, Lars (1998). Green ideas in business. BAS Publisher, School of Economics and Commercial Law at Göteborg University.

Suojanen, Ulla (1997). Vihreät tekstiilit. Yliopistopaino, Helsinki.

Talvenmaa, Päivi (2002). Tekstiilit ja ympäristö. Tekstiili- ja vaateusteollisuus, Helsinki.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2002). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi, Helsinki.

Vehkaperä, Meri (2005). Liikemiesten sosiaalisesta vastuusta yrityksen yhteiskuntavastuuseen. Teoksessa: Lämsä, Anna-maija & Lämsä, Ville & Uusitalo, Outi: Yritysetiikan ja johtajuuden suuntia. Jyväskylän yliopisto, Taloustieteiden tiedekunta. No 145/2005.

Vehkaperä, Meri (2003). Yrityksen yhteiskuntavastuu - vastuuta voittojen vuoksi. Jyväskylän yliopisto, Taloustieteiden tiedekunta. No 135/2003.

Internet-lähteet:

Anita Saaranen-Kauppinen & Anna Puusniekka (2006). KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Saatavilla
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html>, luettu 15.09.2014

Anita Saaranen-Kauppinen & Anna Puusniekka (2006). KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Saatavilla
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_2_3.html>, luettu 23.03.2015

Blomqvist Sarita (2014). Yrittäjä hukkuu valvontaan: Byrokratian määrä on täysin järjetön. Yleisradio. Saatavilla
<http://yle.fi/uutiset/yrittaja_hukkuu_valvontaan_byrokratian_maara_on_taysin_jarjeton/7624222>, luettu 01.04.2015.

Cuckovic Dusko (2012) Yrittäjyys ja sen edistäminen Mikkelissä. Mikkelin Ammattikorkeakoulu. Saatavilla

https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/53030/Yhteiskunnallinen_yrittajyyys1.pdf?sequence=1 >, luettu 30.03.2015

Ekonen Marianne, Pyykkönen Ritva, Timonen Juha, Teriö Jaana ja Törn Anne (2010). Askeita vastuullisuuteen. Esimerkkejä vastuullisen liiketoiminnan kehittämisestä pk-yrityksissä. Saatavilla

http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/24545/JAMKJULKAISUJA113_2010_web.pdf?sequence=1 >, luettu 20.10.2014

Elinkeinoelämän keskusliitto. Sääntelytalkoissa edettävä sanoista tekoihin. Saatavilla <http://ek.fi/mita-teemme/yrittajyyys/saantely/> >, luettu 26.03.2015

FIBS yritysvastuuverkosto. Kestävän kehityksen strategiat. Saatavilla <http://www.fibsry.fi/fi/teemat/kestavan-kehityksen-strategiat> >, luettu 15.09.2014

Frilander Jenni (2013). Yritysvastuu- sanahelinää vai todellisia tekoja? Yleisradio. Saatavilla http://yle.fi/uutiset/yritysvastuu_-_sanahelinää_vai_todellisia_tekoja/6479293 >, luettu 20.10.2014

Global Reporting Initiative . Yhteiskuntavastuuraportointi. Saatavilla <https://www.globalreporting.org/languages/Finnish/Pages/Yhteiskuntavastuuraportointi.aspx> >, luettu 10.04.2015

Heinonen Jarkko (2013). Kuntapäätäjien asenne yritystoimintaa kohtaan vaikuttaa alueen taloudelliseen menestymiseen. Turun yliopisto. Saatavilla

<http://www.utu.fi/fi/yksikot/tse/ajankohtaista/uutiset/Sivut/kuntapaattajien-asette-yritystoimintaa-kohtaan-vaikuttaa-alueen-taloudelliseen-menestymiseen.aspx> >, luettu 30.03.2015

Hietala Harri. Pk-yritykset vastuullisina kansalaisina. Suomen yrittäjät. Saatavilla <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/yhteiskuntavastuu/> >, luettu 30.03.2015

Hurme Marita (2011). Yhteistyö alueellisen kilpailukyvyn edellytyksenä. Jyväskylän yliopisto Kauppakorkeakoulu. Saatavilla <<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/36560/URN:NBN:fi:jyu-2011081811253.pdf?sequence=1>>, luettu 21.09.2014

Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö (2010). Pk-yritysten vastuullisuuteen löydettiin uusia ratkaisuja. Saatavilla <<https://www.jykes.fi/fi/ajankohtaista/782-pk-yritysten-liiketoiminnan-vastuullisuuteen-loydettiin-uusia-ratkaisuja>>, luettu 21.9.2014

Järvinen Raija (2004). Yhteiskuntavastuu. Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen. Tampereen yliopisto. Saatavilla <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/68199/yhteiskuntavastuu_2004.pdf?sequence=1>, luettu 23.10.2014

Kaskinen Tuuli (2013). Kolme kestävän kehityksen polkua yrityksen menestykseen. Suomen itsenäisyyden juhlarahasto. Saatavilla <<http://www.sitra.fi/artikkelit/liiketoiminnan-kehitys/kolme-kestavan-kehityksen-polku-yrityksen-menestykseen>>, luettu 19.09.2014

Kauppalehti (2014) Byrokratia tappaa miljardien investoinnit. Saatavilla <<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/byrokratia-tappaa-miljardien-investoinnit/DQUSsArV>>, luettu 31.03.2015

Kauppalehti (2013) Ei vain isojen asia- pk- yritysten vastuu tapetille. Saatavilla <<http://www.kauppalehti.fi/omayritys/ei+vain+isojen+asia+-+pk-yritysten+vastuu+tapetille/201305418051>>, luettu 20.10.2014

Kinnunen Nina. Verojalanjäljen raportointi kaipaa yhteisiä pelisääntöjä. Saatavilla <<http://www.businessopas.fi/yritysvastuu/verojalanjaljen-raportointi-kaipaa-yhteisia-pelisaantoja>>, luettu 20.03.2015

Kodin Pellervo (2014) Byrokratia tukehduttaa yrityksiä. Saatavilla <<http://kodinpellervo.fi/kodin-pellervossa/2014/12/18/byrokratia-tukehduttaa->

yrityksia/>, luettu 01.04.2015

Kähö Tiina (2012). Kohti yhteisen arvon tuottamista? K-kauppiaiden ja S-ryhmän marketpäälliköiden näkemyksiä vastuullisuudesta. Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu. Saatavilla

<<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/40629/URN%3ANBN%3Afi%3Aaju-201212273412.pdf?sequence=1>>, luettu 25.09.2014

Laapotti Tomi (2007). Arvot ja arvojohtaminen case: K-citymarkert Keljo. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Saatavilla

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/17601/jamk_1195468953_1.pdf?sequence=2>, luettu 20.03.2015

Larsen Ralph S. (2002) The Sears Lectureship in Business Ethics. Center for Business Ethics. Bentley College. Saatavilla

<<https://www.bentley.edu/centers/sites/www.bentley.edu.centers/files/larsen-monograph.pdf>>, luettu 19.09.2014

Leinonen Mervi (2011) Human tech Center Finland. Saatavilla

<<http://www.htklusterit.fi/ajankohtaista/uutinen?selArticle=364>>, luettu 20.09.2014

Linnainmaa Leena (2015). Lupabyrokratia seisottaa PK-yritysten investointeja. Kauppakamari. Saatavilla <<http://kauppakamari.fi/2015/03/01/lupabyrokratia-seisottaa-pk-yritysten-investointeja/>>, luettu 31.03.2015

Mtv (2014). Tulevaisuuden Suomi: Byrokratia tappaa pieniä yrityksiä. Saatavilla

<<http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/tulevaisuuden-suomi-byrokratia-tappaa-pienia-yrityksia/4429362>>, luettu 01.04.2015

Mäkeläinen Laura ja Kalle Määttä (2014). Viranomaiskäytännön yhtenäisyys ja kilpailun edistäminen. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Saatavilla

<<http://www2.kuluttajavirasto.fi/File/526913a0-ae2c-46df-974c->

14a5d2ec2824/Viranomaisk%C3%A4yt%C3%A4nn%C3%B6n%20yhten%C3%A4isyys%20ja%20kilpailun%20edist%C3%A4minen.pdf}, luettu 02.04.2015

Nuori yrittäjyys. Vastuullinen liiketoiminta. Saatavilla
<<http://ny-yritys.fi/tyokalupakki/vastuullinen-liiketoiminta/>>, luettu 10.05.2014

Pakarinen Pia (2015). Byrokratia viivyyttää PK-yritysten miljoonien eurojen investointeja .Helsingin seudun Kauppakamari . Saatavilla
<<http://helsinki.chamber.fi/fi/uutiset/byrokratia-viivyyttaa-pk-yritysten-miljoonien-eurojen-investointe/>>, luettu 30.03.2015

Penttilä Risto E.J. (2013). Yrittäjät kyllästyivät täysin: “Valtion turha byrokratia maksaa 160e /suomalainen “. Uusi Suomi. Saatavilla
<<http://www.uusisuomi.fi/raha/56246-yrittajat-kyllastyivat-taysin-valtion-turha-byrokratia-maksaa-160-eu-suomalainen>>, luettu 01.04.2015

Pyykkönen Miikka (2014) Ylistetty yrittäjyys. Saatavilla
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/44517/Y_Y_final.pdf?sequence=5>, luettu 30.03.2015

Rättilä Markku (2014). Yrittäjä tuskailevat byrokratian kanssa-yritystoimintaa koskevia säännöksiä on tuhansia. Kaleva. Saatavilla
<<http://www.kaleva.fi/uutiset/talous/yrittajat-tuskailevat-byrokratian-kanssa-yritystoimintaa-koskevia-saannoksia-on-tuhansia/681478/>>, luettu 30.03.2015

Sarolahti Jenni (2013). Vastuullisuudesta tuli bisnestä. Saatavilla
<<http://www.sitra.fi/uutiset/vastuullisuudesta-tuli-bisnesta/>>, luettu 20.10.2014

Siltaoja Marjo (2004) Yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ja yrityksen maine. Saatavilla <http://lta.hse.fi/2004/3/lta_2004_03_a3.pdf>, luettu 22.10.2014

Sinun Eurooppasi (2011) Kestävä kehitys. Yrityksen yhteiskuntavastuu
<<http://europa.eu/youreurope/business/doing-business-responsibly/taking->

[sustainability-further/index_fi.htm](#)>, luettu 23.03.2015

Suomen itsenäisyyden juhlarahasto. Kohti resurssiviisautta. Saatavilla
<<http://www.sitra.fi/ekologia/resurssiviisaus>>, luettu 23.03.2015

Suomen itsenäisyyden juhlarahasto. Kohti resurssiviisautta. Saatavilla
<http://www.sitra.fi/sites/default/files/u753/resurssiviisaus_esite.pdf>, luettu
23.03.2015

Suihkonen Minna (2014). Verojalanjälki ei kerro vastuullisuudesta, ellei sille saada yhteistä mallia. Vihreälanka. Saatavilla
<<http://www.vihrealanka.fi/uutiset/verojalanj%C3%A4lki-ei-kerro-vastuullisuudesta-ellei-sille-saada-yhteist%C3%A4-mallia>>, luettu 30.03.2015

Suomen yrittäjät. Yhteiskuntavastuu. Saatavilla <<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/yhteiskuntavastuu/>>, luettu 30.03.2015

Suomen yrittäjät (2015) Yrittäjäys Suomessa. Saatavilla.
<<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/yhteiskuntavastuu/>>, luettu
30.03.2015

Taloussanommat (2015). Keskuskauppakamari: byrokratia viivyyttää investointeja. Saatavilla

<<http://www.taloussanommat.fi/yritykset/2015/03/01/keskuskauppakamari-byrokratia-viivyyttaa-investointeja/20152626/12>>, luettu 30.03.2015

Taloussanommat (2014). Tylyä tekstiä. Yritys ei menesty tehokkuudella, vaan byrokratia osaamisella. Saatavilla <<http://www.taloussanommat.fi/yritykset/2014/04/25/tylya-tekstia-yritys-ei-menesty-tehokkuudella-vaan-byrokratian-osaamisella/20145882/12>>, luettu 01.04.2015

Tilastokeskus. Mikroyritys. Saatavilla <http://www.stat.fi/meta/kas/mikroyritys.html> >, luettu 20.10.2014

Tilastokeskus. Pienet ja keski- ja keski-suuret yritykset. Saatavilla http://www.stat.fi/meta/kas/pienet_ja_keski.html>, luettu 20.10.2014

Tilastokeskus. PK-yritys. Saatavilla http://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html>, luettu 20.10.2014

Tolvila, Annamaija (2013) Arvot, arvojohtaminen ja organisaatiokulttuuri-case Tapiola-ryhmä. Tampereen yliopisto Johtamisen korkeakoulu. Saatavilla <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/85068/gradu07101.pdf?sequence=1>>, luettu 20.09.2014

Tynnilä, Päivi (2013). Kestävä kehitys ja yritys vastuu- yritys vastuun raportointi suomalaisissa pörssiyrityksissä. Lappeenrannan teknillinen yliopisto. Saatavilla <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/93572/Kest%C3%A4v%C3%A4%20kehitys%20ja%20yritysvastuu%20-%20yritysvastuun%20raportointi%20suomalaisissa%20p%C3%B6rssiyrityksiss%C3%A4.pdf?sequence=2> >, luettu 20.10.2014

Työ- ja elinkeinoministeriö (2008). Vastuullisuudesta kilpailuetua pk-yrityksille. Kehittämisstrategia vuosille 2008-2011. Saatavilla https://www.tem.fi/files/19782/TEM_pk_vastuullisuusstrategia.pdf>, luettu, 12.12.2014

Työ- ja elinkeinoministeriö (2009). Vastuullinen yrittäjyys pk-yrityksissä käytännön esimerkkejä. Saatavilla http://www.tem.fi/files/32542/Vastuullinen_yrittajyys_pkyrityksissa.pdf>, luettu 20.10.2014

Työ- ja elinkeinoministeriö (2014). Yrityskatsaus 2014. Murroksia ja uudistumista. Saatavilla https://www.tem.fi/files/41042/TEMjul_39_2014_web_02102014.pdf> ,

luettu 30.03.2015

Valtioneuvosto. Valtioneuvoston periaatepäätöks yhteiskunta- ja yritys vastuusta. Saatavilla

<http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1210166/yhteiskuntajayritysvastuu140411.pdf/f963e159-3ef5-4e0f-a7ad-e93de1f954ce>, luettu 010.4.2015

Valtioneuvosto (2015). Vuoden 2015 lisätalousarvioesitys tukee kasvua, työllisyyttä ja investointeja. Saatavilla

http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/vuoden-2015-lisatalousarvioesitys-tukee-kasvua-tyollisyytta-ja-investointeja, luettu 30.03.2015

Vartola, Juha (2013). Byrokratia modernin hallinnan muotona. Saatavilla

<http://www.uta.fi/jkk/opiskelijaksi/valintakoemateriaaliHALL/1-VK-2013-Vartola.pdf>, luettu 30.3.2015

Liite 1

HAASTATELTAVAN JA YRITYKSEN TAUSTA

- Haastateltavan taustatiedot (esim. kuinka päätyi yrittäjäksi)?
- Yrityksen taustatiedot (esim. kuinka kauan ollut toiminnassa, henkilöstömäärä)

VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA (arvot esiin samalla)

- Miten vastuullisuus kuuluu tällä hetkellä yrityksen liiketoimintaan ja päätöksentekoon?
- Hyödyt/Haasteet?
- Mitä haastateltava ajattelee tämän hetkisestä keskustelusta, koskien kestävästä kehitystä ja vastuullista liiketoimintaa (lait, ohjaus ja tiedotus)

YHTEISKUNTAVASTUU (Taloud. /sos/ ymp.)

- Yhteiskuntavastuu yrittäjän mielestä? (Miten ymmärtää ja mitä merkitsee)
- Millainen rooli johtajilla on toteuttamisessa?
- Miten kokee yritysten vastuut, esimerkiksi yhteiskunnan hyvinvoinnista? (hyvä/huono)
- Yhteiskuntavastuun hyödyntäminen yrityskuvassa? Vaikutus kilpailuun?

SIDOSRYHMÄT (omistajat, asiakkaat, henkilöstö, alihankkijat ja tavarantoim., kilpailijat, julk. sek., kansalaisjärj., paikallisyhteisöt, tiedotusvälineet)

- Nykyisten sidosryhmien kanssa tehtävä vuorovaikutus? Motiivi?
- Sidosryhmäkohtaiset tavoitteet, toiveet, vastataanko niihin?
- Sidosryhmien mielipiteiden arvostus? Mahdolliset näkemyserot, muut haasteet?
- Sidosryhmien sitoutuminen yrityksen arvoihin tällä hetkellä?
- Sidosryhmä yhteistyön vaikutus kilpailuun ja yhteiskuntavastuuseen?

TULEVAISUUS

- Miten haastateltava näkee yrityksensä tulevaisuuden?

- Entä alan ? Miten se voisi menestyä paremmin tulevaisuudessa?
- Mitkä ovat tulevaisuudessa suurimpia haasteita?
- Miten haastateltava aikoo kehittää omaa yritystään ?
- Entä nykyisten sidosryhmien kanssa tehtävää vuorovaikutusta ja yhteistyötä?
- Miten yhteistyötä yhteikuntavastuun lisäämiseksi voitaisiin kehittää ja parantaa?Haasteet? Motiivit kehittämiseen?
- Miten alaa voisi tukea yhteiskuntapoliittisesti? Ja miten?
- Mitä julkinen sektori voisi tehdä yhteistyön parantamiseksi?