

Pk-yritykset vastuullisina kansalaisina

Vastuullinen yritystoiminta tarkoittaa kestävän kehityksen toteuttamista yrityksissä. Ts. ajatuksena on toteuttaa ihmisten ja ympäristön hyvinvointi nyt ja tulevaisuudessa. Tämä sisältää niin talouden kuin ympäristön ja sosiaaliset näkökohdat.

Yrityksen vahva ja kilpailukykyinen talous on edellytyksenä sille, että muut kestävän kehityksen tekijät voidaan toteuttaa. Kestävää taloutta ei voida kuitenkaan saavuttaa, jos samaan aikaan ei huolehdita ympäristöstä ja ihmisistä – niin työntekijöistä kuin asiakkaista.

Tähän muistioon on koottu pk-yritysten yhteiskuntavastuusta muutamia näkökulmia, joita on selvitetty Suomen Yrittäjien muutamissa kyselyissä.

Suomen Yrittäjät on selvittänyt yhteistyössä Mainostajien liiton kanssa keväällä 2008 ja 2009 pk-yritysten sponsorointia. Lisäksi pk-yrityksiä koskevassa kyselyssä on vuonna 2008 selvitetty yhteiskuntavastuullisuutta laajemmin ja vuonna 2009 pk-yritysten lahjoituksia. Kevään 2009 pk-yritysbarometrin yhteydessä Suomen Lontoon instituutti selvitti yhteiskunnallisen yrittäjyyden roolia Suomessa.

Sponsorointi määriteltiin kyselyissä liiketoimeksi, jossa yritys suorittaa maksun ja saa vastineeksi nimensä näkyvästi tiettyyn aktiviteettiin tai järjestöön sekä/tai sponsorimaksun katteeksi etuja. Lahjoitukset määriteltiin puolestaan toimiksi, jotka annetaan ilman ehtoja tai odotuksia hyödystä omalle liiketoiminnalle.

Sponsorointi

Suomalaisten yritysten sponsoroinnin kokonaismääräksi muodostui 166 miljoonaa euroa vuoden 2008 kyselyssä koskien edellistä vuotta. Pk-yritysten osuus sponsoroinnista oli noin 60 prosenttia – 100 milj. euroa – ja isojen mainostajien noin 40 prosenttia. Urheilu sai pk-yritysten sponsorointiin käyttämistä varoista noin 60 prosenttia, kulttuuri noin 7 prosenttia ja muut kohteet noin kolmasosan. Sponsoroinnin hyödyntämiseen markkinoinnissa (esim. mainokset, sidosryhmätapaamiset) pk-yritykset käyttivät 34 milj. euroa.

Vuonna 2009 koskien edellistä vuotta sponsoroinnin määrä oli 179 milj. euroa. Kasvua oli siten noin 8 prosenttia. Pk-yritysten sponsorointi oli kasvanut peräti 14 prosentilla – 116 milj. euroon. Siten pk-yritysten osuus sponsoroinnista oli kasvanut 65 prosenttiin. Urheilu sai pk-yritysten sponsorointivaroista noin 60 prosenttia, kulttuuri noin 11 prosenttia ja muut kohteet noin 30 prosenttia. Sponsoroinnin hyödyntämiseen markkinoinnissa käytettiin 48 milj. euroa.

Yksinyrittäjistä neljäsosa oli harjoittanut sponsorointia viimeisen vuoden aikana molempina vuosina. Muista alle 10 henkilöä työllistävästä noin 55 prosenttia oli sponsoroinut. Pienistä yrityksistä sponsorointiin oli käyttänyt varojaan reilu 70 prosenttia ja keskisuurista noin 80 prosenttia.

Sponsorointibarometrit löytyvät Mainostajien liiton sivuilta (<http://www.mainostajat.fi/>) kohdasta Tutkimukset ja barometrit.

Lahjoitukset

Vuoden 2009 kyselyn yhteydessä sponsoroinnin lisäksi selvitettiin pk-yritysten lahjoituksia hyväntekeväisyyteen. Kokonaisuutena noin 40 prosenttia pk-yrityksistä oli tehnyt lahjoituksia. Lahjoituksia oli tehty 48 milj. euron arvosta.

Yksinyrittäjistä 37 prosenttia oli tehnyt lahjoituksia edellisen vuoden aikana ja muista alle 10 henkilön mikroyrityksistä lähes 40 prosenttia. Pienistä yrityksistä lähes 60 ja keskisuurista lähes 90 prosenttia oli lahjoittanut varoja hyväntekeväisyyteen.

Pk-yrityksistä lahjoituksia oli suunnattu erityisesti kotimaan heikompiosaisille – 57 prosenttia lahjoituksia tehneistä. Urheiluun lahjoituksia oli tehnyt 22 prosenttia. Katastrofi- ja kriisiavustustyöhön varoja oli lahjoittanut 20 prosenttia sekä koulutukselle, tutkimukselle ja tieteelle 12 prosenttia. Heikompiosaisien avustamiseen ulkomailla lahjoituksia oli suunnannut 9 prosenttia sekä kulttuurille ja taiteelle että ympäristön- ja luonnonsuojelulle 7 prosenttia lahjoituksia tehneistä pk-yrityksistä. Muita kohteita olivat mm. lääkihelikopterit, erilaiset harrastusyhdistyksset ja muut paikalliset yhdistykset.

Yhteiskuntavastuullisuus

Vuoden 2008 kyselyn yhteydessä kartoitettiin avoimella kysymyksellä myös sitä, kuinka yrittäjät näkevät yhteiskuntavastuunsa. Yleisimmin tärkeäksi yhteiskuntavastuun muodoksi nimettiin lakisääteisten velvollisuuksien huolellinen hoitaminen sekä mahdollisimman täsmällinen verojen ja muiden maksujen maksaminen yhteiskunnalle.

Luonnollisesti suuri enemmistö mainitsi myös työllistämisen tärkeäksi yhteiskuntavastuun hoitamisen muodoksi. Yksinyrittäjien kohdalla tämä tarkoittaa itsensä työllistämistä. Työnantajayrittäjien kohdalla itsensä työllistämisen lisäksi nostettiin esiin pitkien työsuhteiden tekeminen aina kun mahdollista, työntekijöiden hyvinvoinnista ja terveydestä huolehtiminen, henkilökunnan kouluttaminen sekä myönteinen suhtautuminen erilaisiin vapaisiin.

Kolmanneksi nousi selkeästi esiin ympäristöstä huolehtiminen hoitamalla jätteet asianmukaisesti ja kierrättämällä mahdollisimman paljon yrityksessä itsessään tai yhteistyökumppaneiden kautta. Sopivaa materiaalia lahjoitetaan myös mm. päiväkoteihin. Ympäristö- ja työllisyysnäkökohtiin liittyen suositaan myös paikallisia ja kotimaisia raaka-aineita ja yhteistyökumppaneita.

Yrittäjät osallistuvat myös oppilaitosyhteistyöhön antamalla harjoittelu-paikkoja, mahdollisuuksia tutustua yritystoimintaan ja osaamistaan oppilaitosten käyttöön. Yrittäjät toimivat myös mentorointitoiminnassa toisille yrittäjille tai yrittäjäksi aikoville. Lisäksi hyvin monet yrittäjät osallistuvat lahjoitusten ja sponsoroinnin lisäksi vapaaehtoistyöhön erilaisissa järjestöissä ja yhdistyksissä.

Myös asiakkaiden mahdollisimman hyvä huomioon ottaminen ja potentiaalisista epäkohdista/ongelmista varoittaminen nähtiin osaksi yhteiskuntavastuun hoitoa. Samoin erilaisia valintoja pyritään tekemään pk-yrityksissä mahdollisimman eettisesti ja sosiaalisesti hyväksyttävällä tavalla.

Tämän kaiken taustalla on tietysti se, että yrittäjä pyrkii hoitamaan yritystään niin hyvin kuin osaa, jotta toiminta olisi kannattavaa ja kestävää sekä kaikilla mainittukin mahdollista.

Työ- ja elinkeinoministeriössä on myös pohdittu pk-yritysten vastuullisuutta. Pk-yritysten vastuullisuuden kehittämisstrategia ”Vastuullisuudesta kilpailuetua pk-yrityksille” löytyy osoitteessa www.tem.fi/raportit. Strategian tavoitteena on, että vuoden 2011 loppuun mennessä vähintään 1 000 suomalaista pk-yritystä pystyy hyödyntämään yhteiskuntavastuullisuutta oman kilpailukykyensä edistämiseksi.

Yhteiskunnallinen yrittäjyys

Suomen Lontoon instituutti laati raportin pienten ja keskisuurten yritysten yhteiskuntasidonnaisuudesta ja yhteiskuntavastuusta. Raportin taustalla oleva kysely tehtiin osana Suomen Yrittäjien ja Finnveran kevään 2009 pk-yritysbarometriä. Raportin löydökset ovat: kolmanneksella pk-sektorin yrityksistä on yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemiseen tähtääviä tavoitteita, ja mitä tärkeämpi yhteiskunnallinen päämäärä on, sitä kasvuhakuisempi yritys on.

Noin kolmannes kyselyyn vastanneista kokee, että heidän edustamansa yrityksen tavoitteet liittyvät yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisemiseen. Joka seitsemäs yritys myös investoi osan voitostaan samaan tarkoitukseen. Jälkimmäinen joukko vastaa osapuilleen Ison-Britannian määritelmää yhteiskunnallisesta yrityksestä.

Selvityksen taustalla onkin Suomen Lontoon instituutin tunnistama ilmiö, joka Isossa-Britanniassa kulkee nimellä 'yhteiskunnallinen yrittäjyys' (social entrepreneurship). Tällä tarkoitetaan yrityksiä, joiden päämääränä on yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisu ja jotka käyttävät myös voittonsa tämän päämäärän edistämiseen. Selvityksen perusteella tämän tyyppisiä yrityksiä on 15 prosenttia Suomen pk-yrityksistä.

Nämä yritykset ovat:

- kasvuhakuisempia kaikilla toimialoilla kuin pk-sektori keskimäärin; yli 50% on voimakkaasti tai mahdollisuuksiensa mukaan kasvuhakuinen (10 prosenttiyksikön ero koko sektoriin).
- optimistisia suhdannenäkymien suhteen; 19.5% katsoi tammi-helmikuussa 2009 suhdannenäkymiensä paranevan seuraavan vuoden aikana

Näiden yritysten arvioitu osuus kaikkien suomalaisyritysten liikevaihdosta on 27 miljardia (15 prosenttia pk-sektorin liikevaihdosta) ja niiden voidaan arvioida työllistävän noin 130 000 ihmistä.

Suomen Lontoon instituutin ”Onko Suomessa yhteiskunnallisia yrityksiä?” -raportti löytyy osoitteesta: http://www.finnish-institute.org.uk/images/stories/pdf2009/yhteiskunnallinen_yrittajyys_raportti.pdf.