

## Vastuusta vaikuttavuuteen – yritys vastuun uusia tuulia Yhdysvalloissa

Tekijä Michael Ristaniemi - 16.2.2018

**Y** ritykset ovat yhteiskunnassamme merkittävässä roolissa helpottaen elämäämme monella tapaa. Yritystoiminnasta voi kuitenkin seurata suuria yhteiskunnallisia ongelmia, esimerkiksi ympäristön saastumista tai ihmisten huonoa kohtelua. Miten voisimme pitää yritystoiminnan vireänä ja dynaamisena, mutta samalla vähentää merkittävästi sen aiheuttamia haitallisia sivuvaikutuksia?

### Voiton maksimoinnista sidosryhmien huomiointiin

Osakeyhtiölain mukaan yhtiön tarkoituksena on tuottaa voittoa osakkeenomistajilleen. Ahtaasti tulkiten voidaan ajatella, että voitontavoittelu sulkee pois muut mahdolliset tarkoitukset. Näin ei kuitenkaan ole. Yritysjohdo voi tulkita osakeyhtiölain säännöksen tarkoittavan pitkäjänteisen yritystoiminnan menestystä, joka oikeuttaa lyhyellä tähtäimellä näennäisesti tarpeettomat kuluerät: esimerkiksi välttämättömän lainsäädännöllisen tason ylittävä ympäristön, työntekijöiden, toimitusketjun ja muiden sidosryhmien hyvinvoinnin ylläpito. Yhä useampi tutkimus osoittaa, että sidosryhmänsä huomioivat ja eettisesti toimivat yritykset myös menestyvät pitkällä tähtäimellä paremmin kuin verrokkinsa [1].

### Vastuullisuudesta vaikuttavuuteen

Yhdysvalloissa keskustelu vastuullisesta liiketoiminnasta on vaiheessa, jossa yhteiskuntavastuusta (corporate social responsibility) on siirrytty askel pidemmälle – yhä useammin puhutaan yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta (social impact) [2]. Yrityksiltä edellytetään, että niiden liiketoiminnan tarkoituksena on parantaa yhteiskuntaa jollakin tavalla.

Compliance (vaatimuksenmukaisuus) – lainsäätäjän minimivaatimusten noudattaminen – ei enää riitä. Liiketoiminnasta erilliset tempaukset, kuten joulukorttibudjetin lahjoittaminen hyväntekeväisyyteen, eivät myöskään osoita riittävää sitoutuneisuutta yhteiskunnalliseen hyvään. Ajatus yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta sen sijaan käy järkeen: esimerkiksi startup -maailmassa jonkin aidon ongelman ratkaiseminen on yksi keskeisiä yrityksen perustamista puoltavia tekijöitä.

On luonnollista, että vastuullisuusajattelun kehitys on pisimmällä Yhdysvalloissa, jossa valtion lisäksi yksityisellä sektorilla on merkittävä asema yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemisessa, ja jossa valistuneet kansalaiset uskaltavat vaatia yrityksiltä yhä enemmän. Siirtymä passiivisesta yritys vastuun hoitamisesta kohti yhteiskunnallista vaikuttavuutta onkin täällä jo valtavirtaa.

## Omistajat ja asiakkaat muutoksen ajureina

Keskeisinä muutoksen ajureina toimivat kaksi yrityksen sidosryhmää: institutionaaliset sijoittajat ja yritysten asiakkaat.

Maailman suurin pääomasijoitusyhtiö, yhdysvaltalainen **Blackrock**, on vastikään edellyttänyt portfolioryyksiltään yhteiskunnallisesti vaikuttavaa liiketoimintaa [3]. Blackrockin perustaja ja toimitusjohtaja **Laurence Flink** toteaa kirjeessään toimitusjohtajille, että menestyäkseen pitkällä tähtäimellä yritysten on taloudellisen tuloksenteon lisäksi osoitettava tehneensä osansa yhteiskunnan kehityksen puolesta. Blackrock on usean suomalaisenkin suuryrityksen merkittävä osakkeenomistaja [4a ja 4b], joten linjaus vaikuttaa myös Suomessa.

Asiakasnäkökulmaa tutkittaessa on puolestaan huomattu, että vastuullisuuden arvostus on kasvanut kaikissa kuluttajien ikäryhmissä [5]. Erityisesti Y- ja Z-sukupolvet – eli 1980-luvulla ja sen jälkeen syntyneet – arvostavat yhteiskunnallisesti vastuullisesti liiketoimintaansa harjoittavia yrityksiä, joiden tuotteista he olisivat valmiita maksamaan enemmän.

Kun kaksi yrityksen kannalta keskeistä sidosryhmää vaatii samaa, voidaan puhua yrityksen toiminnan kannalta välttämättömästä asiasta (license to operate), jonka laiminlyöminen voi vaikuttaa hyvin kielteisesti yrityksen arvoon ja sitä ilmaisevaan pörssikurssiin, niin lyhyellä kuin pidemmällä aikavälillä.

## **Vaikuttavuus on enemmän**

Suomalaistenkin yritysten olisi hyvä tarttua mahdollisuuteen parantaa yhteiskuntaa. Käsitteet "vastuu" ja "compliance" kuvaavat huonosti asennetta, jotka yritykseltä odotetaan – ne herättävät ajatuksia vähimmäisvaatimusten noudattamisesta ja passiivisuudesta. Hyödyllisempää olisi ottaa "vaikuttavuus" käyttöön sekä käsitteenä että erityisesti asenteena, kun pohditaan yrityksen liiketoiminnan suuntaa tulevaisuudessa.

Yrityksen maine paranee, jos yhteiskuntaa parantava toiminta on sen liiketoiminnan ytimessä, sen sijaan että tyydytään vain liiketoiminnan haittavaikutusten hallintaan ja perinteisten yhteiskuntavastuun velvollisuuksien hoitamiseen.

Liiketoiminnan eettisiä suuntauksia koskevien tutkimusten valossa yhteiskunnallisesti vaikuttava yritys varmistaa myös tuloksentelekykynsä, mutta paremmalla omallatunnolla.

Jutun kirjoittaja **Michael Ristaniemi** on Metsä Groupin yritysjuristi, jolla on laaja-alaista kokemusta yrityksen lakiasioista. Parhaillaan hän toimii vierailevana tutkijana UC Berkeleyn yliopistossa, San Franciscon seudulla, jossa hän suorittaa erityisesti kilpailuoikeuden ja yritys vastuullisuuden jatko-opintoja. Ristaniemi pelaa salibandyä Yhdysvaltain maajoukkueessa. Kirjoitukset edustavat puhtaasti hänen henkilökohtaisia näkemyksiään.

## Linkit jutun tietolähteisiin

[1] [Tietolähde 1](#) [2] [Tietolähde 2](#) [3] [Tietolähde 3](#) [4] [Tietolähteet 4a ja 4b](#) [5] [Tietolähde 5](#)

### Michael Ristaniemi

Michael Ristaniemi is an in-house counsel at Metsä Group who has broad experience in a corporation's legal affairs. Currently, he is a Visiting Scholar at UC Berkeley, in the San Francisco Bay Area, conducting competition law and corporate sustainability research. This post draws from a corporate sustainability research project at the Berkeley Law Business in Society Institute. Views expressed in this post however reflect those of the author alone.