

Tuomo Takala

Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiat v. 2000 suomalainen yritys globalisoituvassa maailmassa

Tiivistelmä

Yrityksen sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan, että yrityksen tulisi kantaa vastuuta ympäristöstään ja ainakin lähiyhteisöstään. Vaatimuksen esittäjiksi nähdään tällöin eri sidosryhmät tarpeineen. Sidosryhmät ovat organisaatioon liittyviä ryhmiä, joilla on oma panoksensa organisaatioon ja ne asettavat myös omat vaateensa organisaation suhteen. Ne odottavat yrityksiltä toimenpiteitä sellaisillakin alueilla, jotka eivät perinteisesti ole kuuluneet varsinaisen yritystoiminnan piiriin. Yrityksen yhteiskunnallinen vastuu riippuu paljolti siis eri sidosryhmien siihen kohdistamista odotuksista. Yritystoiminnan seuraukset ja vastuut voivat koskea lähiyhteisöä, ympäröivää luontoa ja koko yhteiskuntaa. Keskeisimpien näkökohtien ja niissä ilmenevien erojen pohjalta on johdettu kolme yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiaa. Jaottelussa toimii periaate, jonka mukaan yrityksen yhteiskunnallinen vastuu voidaan käsittää hyvin kapeasta vastuunoton tavasta erittäin laajaan, koko universumin huomioon ottavaan vastuuseen. Yrityksen yhteiskunnallinen vastuu on yrityksille positiivinen asia modernissa ylikansallisessa 2000 luvun maailmassa. Ottamalla ja tunnustamalla sosiaalista vastuuta yritys pystyy oikeuttamaan toimiaan ympäröivän yhteiskunnan silmissä ja saa kilpailuetua sellaisiin yrityksiin nähden, jotka eivät jostain syystä halua yhteiskunnallisesti vastuullista toimintaa toteuttaa. Yritys haluaa toimia "kansalaisena" yhteiskunnassa, se haluaa toteuttaa valistuneen itsekästä toimintaa, tuottaa voittoa mutta samalla osallistua aktiivisesti yhteiskunnan kehittämiseen. "Valistuneen itsekkyyden" ja "yritys kansalaisen roolissa" periaatteet lähtevät siis siltä periaatteelta että yritys voi toimia sosiaalisesti vastuullisella tavalla, jos yrityksen toiminta lähtee ensisijaisesti oman edun ajamisen pohjalta. Kun yritys pyrkii ajamaan omaa etuaan, ottaen huomioon myös yleisen edun, on sen toiminta sosiaalisesti vastuullista. Valistunut itsekkyyden tarjoaa realistisen toimintaperiaatteen tämän hetken markkinatalousjärjestelmässä toimiville yrityksille. Epäitsekäämpi toiminnan motiivipohja on epärealistinen. Valistunut itsekkyyden ja yritys kansalaisen roolissa -periaatteet tarjoavat ja edustavat jo korkeampaa evolutiivista astetta yrityksen yhteiskunnallisen vastuun tunnustamisessa kuin pelkkä voiton maksimointi-ideologia. Edelleen laajempaan, moderniin yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiaan liittyvä käsitys yrityksen johtajistosta "trusteeship ja balancer" -rooleissa. Tällöin yrityksen johtajiston käsitetään toimivan ikään kuin "uskotun miehen toimessa", joka tasapainottaa omistajien ja muiden sidosryhmien vaateita. Johtajisto ei siis pelkästään huomioi ja aja omistajien intressejä, vaan se ottaa huomioon myös työntekijöiden, asiakkaiden ja tuottajien etuja aina mahdollisuuksien mukaan.

Johdanto

Yrityksen ja yhteiskunnan välistä suhdetta voidaan tutkia monella eri tasolla ja myös monesta näkökulmasta:

1. Yhteiskunnallinen taso. Yritys talousinstituutina. Tähän liittyy kysymys siitä, voidaanko yrityksen ja yhteiskunnan väliset suhteet järjestää siten, että yritys toimii tiettyjen eettisten periaatteiden mukaan toimiessaan yhteiskunnallisena tuotantoyksikkönä.
2. Jos puhutaan yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta, niin tällöin asettuu myös kysymys miten voidaan palauttaa vastuu yritykselle instituutina, sillä yritys ei ole elollinen olio, vaan keinotekoinen yksikkö. Tässä yhteydessä ilmenee ongelma pitääkö vastuu redusoida yrityksessä toimiville ihmisille vai onko oikein arvostella yritystä pelkästään kollektiivisena yksikkönä.
3. Edelliseen liittyen tulee näin esille kysymys yksilötason eettisestä vastuusta. Onko ylipäättänsä mahdollista toimia eettisesti talouselämässä, vaikka tämä olisikin yleistä käytäntöä vastaan, ja millä perusteella meiltä voidaan vaatia vastuullisuutta. Tämä koskee erityisesti tässä yhteydessä yritysjohtajia, jotka toimivat voimakkaiden taloudellisten systeemipakkojen alaisena.
4. Filosofinen taso. Jos halutaan allokoida yritykselle laajaa yli voiton tuottamistehtävän menevää vastuuta, onko meidän hyväksyttävä laajennettu yrityskäsite eli käsitettävä yritys myös osaltaan elämän laadun tuottajaksi. Tämä on tärkeä seikka, joka on "yritysfilosofiassa" melkein aina ohitettu. Mihin sitten perustamme oletuksemme, että moraalista vastuuta on

tunnettava? Tällöin tulee keskeiseksi velvollisuuden käsite. Meidän on ilmeisesti oletettava, että yrityksellä on velvollisuus toimia yhteiskunnallisesti vastuullisella tavalla ja pohdittava tämän velvoitteen perustetta ja luonnetta. Vastuullisuuden käsite periytyy antiikin ajoilta ja omaa myös selvän kristillisen taustan. Keskiajan kirkkoisät selittivät, että Jumala on kaiken luoja ja antanut tämän luomansa ihmisten yhteiseen käyttöön. Ihmisillä oli siis omaisuuteensa perimmiltään vain käyttöoikeus. Toisaalta ihmisten oli luotava omistussuhteet voidakseen käyttää tehokkaasti niitä resursseja, jotka oli annettu hänen hallintaansa. Jumala oli antanut kaikki resurssit yhteiseen käyttöön ja niillä oli edesautettava yhteisen hyvän saavuttamista. Näin sille, joka omisti jotain asetui velvollisuus käyttää "omaisuuttaan" koko yhteisön edun palvelemiseen.

Tämä yhteisöllinen näkökulma ilmenee myös Tuomas Akvinolaisen kaksijakoisessa omistajuuskäsityksessä. Toisaalta ihmisellä on luonnonoikeudellinen perusta omistaa omat henkiset ja aineelliset resurssinsa ja toisaalta hänellä on velvollisuus käyttää omaisuuttaan koko yhteisön kannalta hyödyllisellä tavalla. Tämä vielä niin, että sosiaalinen vastuun muoto on primäärinen. Omistaminen käsitetään näin eräänlaiseksi omaisuudenhoitamissuhteeksi (Steward). Huomiota kiinnittää edelleen se, että Akvinolainen näkee luonnollisten velvoitusten ja oikeuksien subjektiksi miltei yksinomaan ihmisyyksilön. Luonnolliset lait kuuluvat siten enemmän etiikan kuin politiikan alaan. Hänen ajattelussaan on vasta idullaan se luonnollisten lakien järjestelmä, jonka subjekti kansa eli koko yhteiskunta on.

Varsinainen kollektivistinen luonnonoikeusoppi esiintyy vasta Akvinolaisen myöhäisillä oppilailta uuden ajan alussa. Siitä muodostuu silloin vallankumouksellinen yhteiskunnan kollektiivisten tavoitteiden järjestelmä. Kollektivistisen luonnonoikeusopin alun tapaamme kuitenkin Akvinolaisella. Ensinnäkin hän ilmoittaa, että valtiovalta tai lainsäädäntövalta "asioitten luonnosta" kuuluu kansalle, mutta hän lisää että vallitsevissa oloissa monarkia on paras valtiomuoto. Edelleen hän ohimennen toteaa, että "asioitten luonnosta" kaikki omistus on yhteistä, mutta vallitsevissa syntiinlankeemuksen jälkeisissä oloissa yksityisomistus on paras omistusmuoto. Näyttää siltä, että Akvinolaisen yleinen maltillisuus esti häntä kehittämästä pidemmältä kommunistisia teemoja. Keskeistä edelleen oli, että Jumala oli hänelle primääri subjekti, jolle oltiin vastuussa.

Keskiajan kuluessa sosiaalinen järjestelmä muuttui monimutkaisemmaksi. Tällöin tuli keskeiseksi taloudelliseksi instituutioksi manoriaalinen järjestelmä. Tällöin "Manor" eli kartano oli keskeinen organisatorinen, hallinnollinen ja omistajuudellinen yksikkö. Tällainen tila syntyi kun joku ruhtinas sai kuninkaalta läänitykseksi maa-alueen. Tämä tapahtui siten, että ruhtinaaseen kohdistui paljon rajoituksia ja pakkoja kuninkaan taholta, mutta silti vasallilla oli puolestaan, sekä poliittista että taloudellista valtaa omia alaisiaan kohtaan. Hän toimi tällöin samanaikaisesti sekä lordina että maalordina. Lordina hän suojeli, hallitsi ja verotti alustalaisiaan. Maalordina hän vaati korvausta vuokraamastaan maasta. Tällainen oli tyypillinen feodaalinen järjestelmä, jossa tämän systeemin jäsenet olivat hierarkkisessa suhteessa toisiinsa nähden siten, että kullakin hierarkian tasolla oli aina ylempänsä, jolle oltiin tavalla tai toisella vastuussa. Näin edettiin kunnes korkein auktoriteetti, eli Jumala, saavutettiin. Aateliston oletettiin omaksuvan lisääntyvän vallankäytön myötä vastuun hoitaa koko manoriaalista yksikköä sen yhteisen hyvinvoinnin huomioiden. Näin manoriaaliselle yksikölle asetui yhteiskunnallista vastuuta pelkän ruhtinaalle tuotettujen hyödykkeiden

Historian perspektiivistä katsoen 1900-luvulla alkoi ilmetä uusi liike-elämän ideologia (modern business ideology). Vanhat klassisen talousteorian mukaiset oletukset taloudellisen toiminnan luonteesta alkoivat väistyä uuden ammattimaisen johtajatyypin tullessa yrityksen johtajistoon. Tällöin kehittyi myös ajatus yrityksestä monitavoitteisena instituutiona. Yrityksen asema yhteiskunnassa muuttui, alettiin vaatia laajempaa sosiaalista vastuuta. Yritykselle ja yritysjohdolle haluttiin allokoida tämä vastuu perustuen siihen, että sillä on velvollisuus tehdä näin. Näin johto yleisen hyvinvoinnin luojana (public steward) on velvoitettu ylläpitämään ja kehittämään sosiaalisia tavoitteita. Oleellista on edelleen, että yritykset itse alkoivat tajuta vastuunoton välttämättömyyden. Voiton lyhyen tähtäimen maksimoinnin sijalle tuli yrityksen pidemmän tähtäyksen edun kannalta relevantti toiminta. Toisaalta tällöin alkoi ilmetä ongelma miten ja millä perusteella yrityksille voidaan asettaa velvoite ottaa sosiaalista vastuuta. Tähän vastattiin, että koska yritykselle on paljon valtaa, on sillä myös oltava yhteiskunnallista vastuuta. Lisäksi perusteltiin tätä vaadetta sanomalla, että yritys "kansalaisen roolissa" on velvollinen vaikuttamaan mahdollisimman laajasti koko yhteiskunnan hyvinvoinnin parhaaksi (kts. Takala, 1999)

Suomalainen yhteiskunta ja vastuun muotojen muuttuminen Suomalainen yhteiskunta on käynyt läpi voimakkaan yhteiskunnallisen sekä taloudellisen muutoksen viimeisen sadan vuoden kuluessa. Maatalousvaltaisesta yhteisöstä on tullut globaalissa liiketoimintaympäristössä toimiva moderni valtio. 1900-luvun alussa ns. perinteisillä teollisuuspaikkakunnilla "yhtiö" huolehti lähes kaikesta. Yhtiön kaupat, koulut, palokunta, jopa poliisi tuottivat palveluja kunnalle. Tällainen patriarkaalinen yrityksen sosiaalisen vastuun malli oli hyödyllinen ja jopa välttämätön koska nuoren valtion sosiaalis-taloudelliset rakenteet olivat heikosti kehittyneitä. Yritys sai "sitoutunutta" työvoimaa, ja työntekijät saivat turvaton leipäpuun. Valtion ylläpitämät hyvinvointitoiminnot olivat varsin minimaaliset. Tämä edellytti yrityksiltä suoraa tukea eri sidosryhmille.

Kehitystä tapahtui kaikilla yhteiskunnan osa-alueilla, mutta aikaa myöten alkoi ilmaantua myös joitain negatiivisia vaikutuksia. Teollisuuspaikkakunnilla 1960 -luvulla viimeistään ympäristön tila heikkeni, uimavesi saastui, ilma likaantui. Samalla paikkakuntien elintaso nousi kohoavien palkkojen myötä. Tehdas tuotti saasteita, mutta myös hyvinvointia. Nyt 2000 -luvulle tultaessa luonto tunnustetaan melkein poikkeuksetta tasavertaiseksi sidosryhmäksi muiden business-partnereiden rinnalle. Se nähdään kilpailueduksi eikä enää rasitteeksi. Tähän on johtanut yleinen yhteiskunnallisen tietoisuuden kasvu; luontoa ei saa turmella, ja aidolla alkuperäisluonnolla tulee olla oma paikkansa yhteiskunnassa/ ekosysteemissä. Huoli sademetsien tuhoutumisesta koskettaa meitä kaikkia: globaali perspektiivi on tullut jäädäkseen suomalaisen yhteiskuntaan. Silti vielä tapahtuu ympäristökatastrofeja, uudet ympäristöuhkat ovat tulleet arkipäivämme. Dioksiinit myrkyttävät ruokaamme, juomissamme on myrkkijä ja syanidit uhkaavat luontoa. Nämä ns. superuhkat voivat olla seuraava ihmiskuntaa vakavasti uhkaava totaalinen vaara.

Yrityksille ns. imagokysymykset ovat tulleet yhä tärkeämmäksi. Tuotekuvan "tahrantuminen" on konkreettinen uhka liiketoiminnalle 2000-luvulla. Nopean tiedonvälityksen aikana tieto yhteiskunnallisesti vastuuttomista teoista leviää nopeasti ympäri koko maailmaa. Laskevat pörssikurssit ovat rangaistus vastuuttomasta käytöksestä. Vastuullinen yritys välttää vaaran ennakoimalla potentiaaliset uhkatekijät ja muuttaa uhkat mahdollisuuksiksi.

Yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta ympäristövastuuseen

Teollisuus ja liike-elämä on ilmoittanut ja myös teoissaan osoittanutkin tuntevansa huolta yhteiskunnan epäkohdista ja ympäristöasioista. Keskustelu yrityselämän vastuista on saanut uutta pontta ja syvyyttä verrattuna aikaisempiin vuosiin. Mutta onko tämä polemiikki sittenkään aivan tämän päivän tuotetta? Tutkimuksissa on (Takala, 1987; 1991) on todettu, että liike-elämä on tunnustanut omaavansa jonkinlaista yhteiskunnallista vastuuta jo menneinä vuosikymmeninä. Jopa 1930 -luvulla ja myöhemmin laajemmasta muodosta 1970 -luvulla virisi Suomessa keskustelu yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta. Tätä keskustelua, johon ottivat osaa teollisuus, valtiovalta, kansalaisjärjestöt, yliopistoihmiset, käytiin edelleen 1980-luvun kuluessa yhteiskunnan eri tasoilla ja alueilla. Mikä kuitenkin on merkille pantavaa keskustelu ei silloin kosketellut niinkään luonnonsuojelua tai huolta luonnon laajemmasta tuhoutumisesta, vaan keskusteluaiheina olivat mm. työsuojelu ja -palkkapolitiittiset asiat, kuluttaja-asiat sekä myös ideologiset teemat. Tuollaisia usein toistuvia teemoja olivat mm. työllistämistä vastuu -aiheet (Takala, 1987). Tutkimuksin on havaittu 1970-luvulla työnantajalehdissä esiintyneen mm. seuraavanlaisia lausumia:

"Eivät työnantajat kiistä omaa vastuutaan työllisyydestä. Mutta heidän ensisijainen velvollisuutensa on kantaa huolta yritysten toiminnan jatkuvuudesta ja kehittämisestä." (Työnantaja, pääkirjoitus 4/73)

"Yritysten ensisijainen velvollisuus on työllistää jotta ne voivat...ylläpitää työllisyyttä ja turvata työntekijöidensä toimeentulon.." Työnantaja 4/73 Usein taitettiin peistä syvästi ideologisista asioista kuten mm. kapitalismin autuus vs. sosialismin kurjuus tai ihanuus. Selvästi oli havaittavissa, että tässä keskustelussa luontoteemat olivat taka-alalla. Silloin vallinneen eturyhmäajattelun asetelman mukaanhan luonnolle ei ollut olemassa eturyhmää tai puolestapuhujaa, eikä tätä puolestapuhujaa edes nähty tarpeellisenä yhteiskunnallis-taloudellisissa keskusteluissa. Luonto tai luonnonympäristö käsitettiin liike-elämän näkökulmasta katsoen pelkäksi rasitteeksi, negatiiviseksi rajoitteeksi, joka oli pakko ainakin jossain määrin ottaa huomioon, sillä jo 1970-luvulla laillisia luonnonsuojelullisia rajoitteita asetettu valtiovaltan toimesta. Tällöin käytiin keskustelua teollisuuden päästöistä ja päästönormeista. Usein on puhuttu ns. "ensimmäisestä aallosta", jolloin yritykset vain passiivisesti reagoivat ympäristökysymyksiin, asennoituivat puolustuksellisesti ja tunsivat toimintaedellytystensä vaarantuneen liiallisten ympäristönsuojelukustannusten vuoksi. Ympäristökysymys pyrittiin hoitamaan pois päiväjärjestyksestä vaikenemalla ja kieltämällä sen olemassaolo. Yritykset kokivat sosiaalisen vastuunsa suotavana ja ihmisystävällisenä toimintana, jota voitiin harjoittaa jos siitä aivan välittömästi lyhyellä tähtäimellä oli saatavissa voittoa. Toinen yhteiskunnallisen vastuun muoto, josta ei ehkä oletettu näin välitöntä hyötyä olivat erilaiset sponsoroinnit ja lahjoitukset hyviin tarkoituksiin. Näillä oli kuitenkin varsin marginaalinen asema, ja ne nähtiin varsin "outoina" verrattuna varsinaiseen liiketoiminnalliseen tavoitteistoon.

Yhteiskunnallinen tietoisuus kasvoi 1980-luvulla ympäristöongelmien olemassaoloon siinä mitassa, että liike-elämältä alettiin vaatia entistä aktiivisempaa osaa ongelmien ratkaisemisessa. Yhteiskunnallinen paine yrityksiä kohtaan kasvoi etenkin ympäristöliikkeiden toiminnan aktivoituessa. Tämän kehityksen saatossa 1980-luvulla asenteet myös liike-elämän parissa muuttuivat ympäristölle myönteisempään suuntaan. Tähän olivat osasyynä vaikuttamassa kahdeksankymmentäluvun useat ekokatastrofit, joihin suuryritykset olivat usein syynä. Jotain oli yritysten sanottava tai tehtävä, jotta liike-elämän maine ei olisi lopullisesti tahriintunut. Useimmiten kuitenkin etenkin vielä Suomessa kuului rajoitettua ympäristövastuuta vaativa liike-elämän ääni.

Katsaus 1980-luvun TKL-lehtien ympäristöteemoihin osoittaa, että ympäristöasioihin suunnattu huomio oli tuolloin varsin vaatimatonta. Suoritetun alustavan sisällönanalyttisen tutkimuksen perusteella vuosien 1983-1990 välisenä aikana ilmestyneiden työnantajalehtien (julk. TKL) sisällössä ympäristöteemojen määrä oli yllättävän vähäinen. Kirjoitusten määrä ei ollut lisääntynyt siinä suhteessa kuin olisi voinut odottaa. Mitä voimme tästä päätellä? Eikö teollisuus vielä ei tuolloinkaan ollut kokenut ympäristöasioita merkityksellisiksi? Vai oliko työnantajalehdistö viestintävälineenä luonteeltaan niin omille joukoille suunnattu, että ympäristöpoliittisen diskurssin konstituointia ei tarvinnut sillä suunnalla suorittaa. Tutkimuskysymyksiä ei kuitenkaan tarvitse välttämättä muotoilla kuten edellä, vaan tutkimusasetelma voidaan muotoilla toisin hyödyntäen diskurssiperspektiiviä. Toisin sanoen voidaan tutkia kirjoitusten perusteella mm. erilaisia valta-asetelmia, vaikenemisen symboliikkaa yms. On syytä myös kysyä vaikuttiko "corporate conscience" (yrityksen omatunto) -ilmiö Suomessa. Usein amerikkalaisessa sosiaalista vastuuta käsittelevässä keskustelussa yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ymmärretään yrityksen omantunnon (corporate conscience) ilmentymäksi, jonka siis nähdään tuovan esiin yrityksen yhteiskuntaa kohtaan tuntemaa "good willia". Näin varmistetaan ympäröivän yhteiskunnan positiivinen asenne yritystä kohtaan ja varmistetaan liiketoiminnallisen tuloksen syntyä (kts. Takala, 1994). Voidaan kysyä pyrkivätkö yritykset oma-aloitteisesti ottamaan Suomessa 1980-luvulla laajempaa sosiaalista vastuuta, johon myös ympäristövastuukin on laskettavissa vai oliko vastuun laajentaminen vain pelkästään alistumista tosiasioiden edessä. Todennäköistä on, että tällaista vapaaehtoisuuteen perustuvaa vastuun kantamista ilmeni vain harvoin, jos koskaan. Yritykset kokivat sosiaalisen vastuun olevan sama asia kuin voiton tuottaminen eli kannattavaan toimintaan pyrkiminen. Vapaaehtoisen laajan ympäristövastuun toteuttamiselle ei nähty olevan mahdollisuutta. (Takala, 1995)

Taloudellinen liberalismi ja sosiaalinen vastuu on yleensä nähty yhteensopimattomina kumppaneina kun on puhuttu yrityksen yhteiskunnallisesta osallistumisesta. Perinteisesti ajatellen ehkä näin onkin asia. Taloudellinen liberalismi on yhdistetty useimmiten Milton Friedmanin lausumaan "profit making should be the whole social responsibility of the firm". Tämä ajatus sopii liberalismiin ideologiaan, mutta ei ole omiaan luomaan perustaa laajemmalle yhteiskunnalliselle osallistumiselle. Onkin puhuttu ns. kolmannesta tiestä sosialismin ja puhtaan taloudellisen liberalismin välillä. Arvot, ihmisoikeudet, köyhyys, ovat tulleet jäädäkseen keskusteluun jota käydään kun pohditaan yritysten uusia velvollisuuksia. "Globalisaation hyödyt pitää jakaa kaikille" on ollut myös yritysjohton lausuma teesi nykyään. Tähän liittyy uusi "sosiaalisen pääoman" hakeminen. Tulevaisuudessa työntekijä voi valita yhä painokkaammin sen yrityksen, jossa hän haluaa olla työssä. Tällöin hänelle on tärkeää mitä arvoja yritys edustaa ja toteuttaa. Sosiaalisen pääoman luomiseen on nähty olevan omiaan malli, jonka mukaan yritystoiminnassa liberalistinen vapaus saa synnyttää uutta ja valikoida menestyjät. Yhteiskunta tukee kaikkien mahdollisuutta pärjätä ja valtion tehtävänä on määritellä uudelleen yhteiset arvot ja tavoitteet. Sosiaalituiki suunnitellaan kannustavaksi, ja yksilön vastuuta itsestään korostetaan. Uusi vastuullinen markkinatalous edellyttää näin laajaa yrityksen sosiaalisen vastuun ideologiaa.

Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun strategiat ja ideologiat

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

Edelleen laajempaan, moderniin yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiaan liittyy käsitys yrityksen johtajistosta "trusteeship ja balancer" -rooleissa. Tällöin yrityksen johtajiston käsitetään toimivan ikään kuin "uskotun miehen toimessa", joka tasapainottaa omistajien ja muiden inresenttiryhmiä vaateita. Johtajisto ei siis pelkästään huomioi ja aja omistajien intressejä, vaan se ottaa huomioon myös työntekijöiden, asiakkaiden ja tuottajien etuja aina mahdollisuuksien mukaan: Hyväksyttäessä käsitys johdon roolista nousee esille kysymys millainen paino tulee antaa eri ryhmien asettamille vaateille. Tai pitääkö muille inresenttiryhmille omistajien lisäksi järjestää edustus yrityksen päätöksentekoaikoina. Tällöin voi myös syntyä tilanne missä johtajan lailliset ja moraaliset velvollisuudet joutuvat keskenään voimakkaaseen konfliktiin. Sutton et. al. onkin tutkimuksissaan havainnut empiiristä evidenssiä väitteelle: "...The moral responsibilities toward others which the managerial view would have him assume are numerous, conflicting and incommensurable ... if he must balance the merits of claims to higher wages lower prices, and higher dividends, he is a judge rather than a businessman." Tässä tilanteessa lankeaa paljon vastuuta juuri johtajiston omalle arvostustuureille, joka on puolestaan osaltaan heijastusta kunkin johtajan henkisen kehityksen asteesta, organisaatiokulttuurista ja koko yhteiskunnan kulttuurista. Toisaalta johtajiston arvostruktuuri voidaan nähdä myös johtajayhteisön kollektiivisten tapojen, sääntöjen ja normien konstituomana abstraktina päätöksentekoa ohjaavana toimijana. Se miten hyvin yrityksessä oikeudenmukaisena intressien tasapainottajana.

Yrityskansalaisuus konkretisoituu sosiaalisen vastuun ottamisessa

Yrityksen sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan, että yrityksen tulisi kantaa vastuuta ympäristöstään ja koko yhteiskunnasta. Vaatimuksen esittäjiksi nähdään tällöin eri sidosryhmät tarpeineen. Sidosryhmät ovat organisaatioon liittyviä ryhmiä, joilla on oma panoksensa organisaatioon ja ne asettavat myös omat vaateensa organisaation suhteen. Ne odottavat yrityksiltä toimenpiteitä sellaisillakin alueilla, jotka eivät perinteisesti ole kuuluneet varsinaisen yritystoiminnan piiriin. Yrityksen yhteiskunnallinen vastuu riippuu siis eri sidosryhmien siihen kohdistamista odotuksista. Yritystoiminnan seuraukset ja vastuut voivat koskea lähiyhteisöä, ympäröivää luontoa ja koko yhteiskuntaa. Keskeisimpien näkökohtien ja niissä ilmenevien erojen pohjalta on johdettu kolme yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiaa. Seuraavassa luvussa esitellään yrityksen yhteiskunnallisen vastuun kolme ideologiaa. Jaotellussa toimii periaate, jonka mukaan yrityksen yhteiskunnallinen vastuu voidaan käsittää hyvin kapeasta vastuunoton tavasta erittäin laajaan, koko universumin huomioon ottavaan vastuuseen.

Omistajalähtöinen näkemys yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta

Omistajalähtöinen näkemys pitää peruslähtökohtanaan avoimeen ja vapaaseen kilpailuun perustuvaa markkinatalousmallia. Mallin mukaan jokainen yhteiskunnan yksikkö (yksilö tai yhteisö) tekee ikään kuin sopimuksen muiden yhteiskunnan osapuolien kanssa. Yritys sitoutuu tuottamaan palveluita ja tuotteita muille yhteiskunnan jäsenille siten, että kukin sopimusosapuoli saa parhaan mahdollisen hyödyn vaihdannan kautta. Yritysjohdon tehtävänä on vastata markkinoilta tuleviin vaateisiin; muu yhteiskunnallisiin asioihin puuttuminen katsotaan haitalliseksi koko yhteiskunnan tehokkaan toiminnan kannalta. Yrityksen ainut yhteiskunnallinen tehtävä on tuotannosta huolehtiminen. Yrityksen voitto tulee maksimoida. Muu yhteiskunnallisesti vastuullinen toiminta ei kuulu yrityksen tehtäviin. Yritys toimii siis vastuullisesti, kun se tyydyttää tehokkaasti omistajien tuottovaateet. Voitonmaksimointi takaa myös muiden markkinaosapuolien hyvinvoinnin pitkällä tähtäyksellä. Yritys voidaan katsoa jopa vastuuttomaksi, jos se hyväksyy voiton hankintaa vaikeuttavia yhteiskunnallisia tehtäviä. Ajattelutavan johtoaajatusta on kutsuttu voittoetiikaksi. Nykyajan talusteoreetikoista Milton Friedman mainitaan useimmiten omistajalähtöisen ajattelutavan voimakkaaksi puolustajaksi. Hänen sanontansa "yrityksen sosiaalisena vastuuna tulee olla voitonmaksimointi" on tullut klassikoksi.

Omistajalähtöiset ajattelijat korostavat toiminnan laillisuuden merkitystä. Yrityslainsäädännön katsotaan jopa rajoittavan voiton tuottamistehtävän ylitse meneviä velvoitteita. Laillisen vastuun yli menevästä yhteiskunnallisesta toiminnasta on pidättäydyttävä, sillä vapaat markkinat eivät pysty takaamaan mitään varmaa testiä sille, että yrityksen harjoittama sosiaalinen toiminta tuottaa myös yrityksen oman edun mukaisia seurauksia. On siis parempi sijoittaa osakkeenomistajien varat heitä välittömämmin hyödyttäviin kohteisiin. Jos johtajisto alkaa suunnata yrityksen varoja muualle kuin selvästi omistajien taloudellisia intressejä hyödyttäviin kohteisiin, tästä seuraa, että omistajilta tavallaan riistetään heidän omaisuuttaan. Johdon tulee siis noudattaa laissa määriteltyä rooliaan, sen on minimoitava omien eettisten arvostustensa käyttö liiketoimintaa koskevassa päätöksenteossa. Yritysjohdolta nähdään puuttuvan kyky tunnistaa ja ratkaista liiketoiminnassa mahdollisesti esiintyviä tai siitä johtuvia eettisiä tai yhteiskunnallisia ongelmia. Sen edustajat eivät kuitenkaan vastusta sellaista yrityksen sosiaalista osallistumista, joka hyödyttää täysin varmasti osakkeenomistajia. Esimerkkeinä tällaisesta toiminnasta on mainittu yrityksen ylläpitämä ammattikoulu, josta valmistuu ammattitaitoisia työntekijöitä yrityksen käyttöön, tai rahalliset avustukset sellaisille tahoille, jotka vaikuttavat välittömästi yritysten omiin etuihin. Tällöinkin on ehdoton pääpaino annettava kuitenkin yrityksen edulle, ja kaikki sellainen toiminta on lopetettava, joka uhkaa vähäisemmässäkään määrin voitontavoittelua. Itse yritykselle, sen paremmin kuin yrityksessä toimiville ihmisillekään, ei voida eikä pidäkään osoittaa mitään eettistä vastuuta tai arvostelua. Yritystoiminta on kokonaisuudessaan amoraalista, moraalisen arvostelun ulkopuolella olevaa. Tehokkaaseen markkinamekanismiin perustuva talous ei tarvitse moraalista, koska yhteiskunnallinen hyvinvointi toteutuu taloudellisen prosessin sivutuotteena. Omistajalähtöistä ajattelua vastaan esitetystä kritiikistä ehkä merkittävin osa kohdistuu markkinasopimusmallin perusoletuksiin. Täydellisesti toimivia markkinoita ei ole olemassa. Markkinoiden täydellisen tehokas toiminta edellyttää markkinasopimusmallin mukaan esimerkiksi, että kaikki tuotannosta aiheutuvat kustannukset sisältyvät tuotteiden hintaan. Näinhän ei markkinoilla kuitenkaan tapahdu, vaan osa kustannuksista, vaikkapa saasteiden aiheuttamat ongelmat, jäävät suurelta osin yhteiskunnan maksettaviksi. Tätä kantaa on arvosteltu myös sen vuoksi, että se asettaa laillisen vastuun liian korostetusti ja poissulkevasti eettisen vastuun edelle (kts. Takala, 2000). On myös selvää, että keinojen valinnassa päämäärään pyrittäessä yritysjohdolle jää kuitenkin mahdollisuus toteuttaa eettistä vastuuta. On myös arvosteltu väitettä yritysjohdon kyvyttömyydestä hoitaa yhteiskunnallisia ongelmia. Kriitikot ovat huomauttaneet, että useissa tapauksissa ainoastaan yrityksillä on riittävästi tietoja ja tekniset resurssit ratkaista esiintyviä ongelmia. Kyseenalainen on myös oletus että yritystoiminta on amoraalista, moraalisaännöistä riippumatonta.

Sidosryhmälähtöinen näkemys yhteiskunnallisesta vastuusta yritys yhteiskunnassa aktiivisena toimijana

Tämä ideologia korostaa yhteiskunnan ja yrityksen välisen sidoksen merkitystä. Yritys ei toimi pelkästään taloudellisenä instituutiona ja tarpeiden tyydyttäjänä, vaan on myös tarpeiden luoja ja vaikuttaa omalla käyttäytymisellään markkinoihin. Koska yritys vaikuttaa ja käyttää valtaa myös markkinamekanismin ulkopuolella, seuraa tästä vallasta myös vastuu: yrityksellä on väistämättä muitakin velvoitteita kuin voitonmaksimointi. Yhteiskunnallisen hyvinvoinnin takaamiseksi taloudelliseen päätöksentekoprosessiin on liitettävä myös moraalista harkintaa. Yrityksen tulee hoitaa tehtävänsä yhteiskunnan määrittämässä sosiaalisissa ja eettisissä puitteissa. Yritystoimintaa voidaan arvostella myös eettisin kriteerein ja yritysten tulee ottaa huomioon yhteiskunnassa vallitsevat eettiset normit päätöksenteossa.

Yritys yhteiskunnan osajärjestelmänä mieltää vastuullisuuden yhdeksi toimintansa mahdollistavaksi voimavaraksi, eli tavaksi hankkia olemassaolleen toimilupa yhteiskunnalta. Ääritapauksessa voidaan ajatella, että jos yrityksen toiminta ei ole vastuullista, yhteiskunta voisi jopa kieltää yrityksen olemassaolon. Yritystä ei enää nähdä omistajien voitonmaksimoinnin välineeksi. Yrityksen ensisijaiseksi velvollisuudeksi katsotaan tuottojen pitkän tähtäyksen optimointi, kasvu ja jatkuvuuden turvaaminen. Jatkuvuuden turvaaminen edellyttää kuitenkin myös yhteiskunnallisesti vastuullista toimintaa. Vastuullisen yrityksen velvollisuus on huolehtia siitä, etteivät sen toiminnan aiheuttamat haitat yhteiskunnalle ole taloudellisesta toiminnasta saatavia hyötyjä suurempia. Vastuulliseksi nähdään sellainen yritys, joka omaehtoisesti ja itsenäisesti vastaa toimintojensa kausaalista seuraamuksista ja tuntee ja tiedostaa velvollisuutensa toimintaympäristöään kohtaan. Vastuullisen toiminnan tavoitteet eivät kuitenkaan kuulu kiinteästi yrityksen tavoitteistoon. Lainsäädäntö ei pelkästään riitä määrittämään yhteiskunnallista vastuuta. Lakia kuitenkin tarvitaan turvaamaan vähimmäistaso yritysten toiminnan vastuullisuudelle. Kuitenkaan yritys, joka pitääytyy kaikessa vain lain kirjaimen noudattamiseen, ei ole tarpeellisessa määrin yhteiskunnallisesti vastuullinen.

Yhteiskunnallinen vastuu merkitsee siis eettisen näkökulman jonkin asteista mukaanottoa yrityksen päätöksentekoon. Toimintojen taloudellisten vaikutusten lisäksi tulee ottaa huomioon myös muut vaikutukset yrityksen toimintaympäristöön. Vastuukysymys nähdään päätöksentekoa rajoittavaksi elementiksi; taloudellisesti mahdollisista toimintavaihtoehdoista voidaan valita vain sellaiset, jotka eivät ole ristiriidassa yhteiskunnan moraalili tai muiden normijärjestelmien kanssa. Sidosryhmälähtöisen käsityksen mukaan yhteiskunnallista vastuuta ja yhteiskunnallista aktivismia ei tule kuitenkaan sekoittaa toisiinsa. Sosiaalinen aktivismi nähdään liian kalliina ja vaativana yrityksen kannalta ajateltuna. Eettisiä näkökantoja voidaan päätöksenteossa painottaa, mutta kuitenkin vain silloin, kun tämä ei vaaranna kannattavuustavoitetta. Yrityksen kannattavan toiminnan ja sosiaalisesti vastuullisen toiminnan välinen ristiriita on kuitenkin tiedostettu. Tämän ratkaisemiseksi on tarjottu käsitettä yrityksen valistunut itsekkyyys. Yrityksen kannattaa rajoittaa oman edun tavoittelua ja toimia joskus vastuullisesti jopa voiton kustannuksella, sillä siten taataan yritystoiminnan yhteiskunnallinen hyväksyttävyys. Yrityksellä on velvollisuus osallistua yhteisten ongelmien ratkaisuun siinä, missä muillakin yhteiskunnan jäsenillä. Kansalaisen roolissa toimiva yritys voi vaikuttaa positiivisesti arvoympäristöönsä. Näin se vahvistaa ympäristön myönteistä asennoitumista toimintaansa kohtaan ja samalla turvaa omien tuotannon tekijöidensä saannin. Esimerkiksi yritys voi turvata työvoiman saantia tarjoamalla työsuhteasuntoja, joiden tarjoama tuotto pääomalle ei useinkaan ole maksimaalinen yrityksen kannalta. 'Valistuneen itsekkyyden' ja 'yrityksen kansalaisen roolissa, periaatteet lähtevät rajoitetun egoismin pohjalta. Kun yritys ajaa omaa etuaan ottamalla huomioon myös yleisen edun, sen toiminta on sosiaalisesti vastuullista. Yrityksen toiminnan luonne on seurausetiikan sävyttämää ja toiminnan ensisijainen motiivi on yrityksen etu. Toiminta ei tapahdu velvollisuusetiikan periaatteiden pohjalta, vaan omaa hyötyä tavoitellen. Sosiaalinen vastuu toimii ikään kuin eräänä kilpailukeinona eikä toiminnan päämääränä sinänsä. Altruistiset motiivit eivät kuulu yritykselle sidosryhmäajattelun mukaan.

Valistuneen itsekkyyden etiikkaa on myös kritisoitu, vaikka sen on katsottu olevan kehittyneempi vastuullisuuden muoto kuin omistajälähtöisessä ideologiassa voiton maksimointi-ideologia, "voittoetiikka". Sidosryhmälähtöisessä ideologiassakin on kuitenkin ensisijaisena tavoitteena voiton tuottaminen. Yrityksen toimintaperiaatteiden eettinen pohdinta saattaa olla vain vähäisen pohdinnan kohteena. Keinot, joilla "rahaa tehdään" eli voittoa pyritään tuottamaan, saattavat olla ristiriidassa sen periaatteen kanssa, että pyritään sosiaaliseen toimintaan. Yrityksen eettinen normisto voi olla tässä kohdin selkiintymätön. Voitontavoittelussa voidaan käyttää hyvinkin häikäilemättömiä keinoja, vaikka samanaikaisesti hyväntekeväisyys voi olla runsastakin. Toimien "kokonaistaseen" arvostelu voi siten tulla ongelmalliseksi. Tätä ideologiaa on arvosteltu siitä, että valistuneen itsekkyyden mukainen näkemys etiikasta ja moraalista toiminnasta on liian kapea-alainen. Arvostelijat ovat kiinnittäneet myös huomiota siihen, että käsitys vastuuttomasta toiminnasta ei ole kovin kehittynyt. Jos vastuullisuus ymmärretään nimenomaan siten, että yhteiskunnan esittämät vaateet tulee ottaa huomioon ja niihin tulee reagoida, epäeettinen toiminta on mahdollista, jos ympäröivä yhteisö ei ole tästä tietoinen. Tällöin yritys voi reagoida vasta silloin, kun sen toiminnan seurausten haitallisuus on tullut yleiseen tietoisuuteen. On katsottu, että systeeminäkemys ei sinänsä pysty antamaan yritysjohdolle konkreettista tukea siinä, millainen paino eri sidosryhmien vaateille tulisi antaa. Yrityksen päätöksenteossa voi syntyä voimakkaita konflikteja toiminnallisten, oikeudellisten ja moraalisten velvollisuuksien suhteen.

Laajin sosiaalisen vastuun ideologia

Tämä ideologia on ollut vaikeammin hahmotettavissa yhdeksi kokonaisuudeksi kuin edellä esitellyt kaksi muuta ideologiaa. Osittain tämä johtunee ideologian "uutuudesta", osittain siitä, että sen taustalla vaikuttaa useampia eettisiä näkemyksiä. Vastuullisen näkemyksen taustalla on vahvasti kanta, jonka mukaan pelkästään omistajien tuottoa ja kannattavuutta hakevien yritysten asema tulee heikkenemään vastaisuudessa. Yritysten on otettava huomioon ympäröivän maailman arvojen ja olosuhteiden muutokset omassa toiminnassaan ja tavoiteasetannassaan, vaikka se merkitsisi lyhyen tähtäyksen voittojen laskua. Vastuullinen ideologia näkee yhteiskunnallisen vastuun sekä rajoitteeksi että mahdollisuudeksi: se rajoittaa yrityksen toiminta-, keino- ja päämäärävaihtoehtoja, mutta on myös uusien liiketoimintamahdollisuuksien lähde.

Yrityksen nähdään toimivan voimakkaassa taloudellisessa ja moraalisisessa vastuusuhteessa sitä ympäröivää yhteiskuntaa kohtaan. Yritys on ensisijaisessa vastuussa juuri yhteiskunnalle, jonka hyvinvointia ja elämänlaatua yrityksen tulee toiminnallaan edistää. Mutta jotta yritys selviäisi taloudellisessa kilpailussa, sen tulee huolehtia tuotantotehtävänsä hoidosta kannattavasti. Voitto ei ole enää yritystoiminnan päämäärä, vaan rajoite ja eräs päätöksenteon kriteereistä. Liiketoimintaa arvosteltaessa kriteerinä ei ole voiton maksimointi, vaan liiketoiminnallisen riskin kattamiseen tarvittavan voiton saavuttaminen. Vastuullisessa ideologiassa voiton tuottamisperiaatteella on vain välinearvoa suhteessa yrityksen peruspäämäärään, joka on yhtä kuin koko yhteiskunnan hyvinvointi ja elämänlaadun ylläpitäminen.

Tätä vastuun ideologiaa edustava yritys kokee olevansa oikeudenmukaisuuden ja eettisten periaatteiden toteuttaja. Tämä idea hallitsee yrityksen toimintaa niin voimakkaasti, että yritys ottaa tavoite- ja päämääräohjelmistonsa uuden tyyppisiä toimintatavoitteita. Esimerkiksi tätä yhteiskunnallisen vastuun muotoa toteuttavat yritysjohtajat motivoituvat pyrkimään toiminnossaan myös sosiaalisten epäkohtien lievittämiseen, yleiseen tasa-arvon lisäämiseen sekä ihmisoikeuksien edistämiseen. Oleellista on nimenomaan, että eettiset periaatteet konkretisoituvat ja yhteiskunnallinen vastuu otetaan kiinteäksi osaksi yrityksen toimintastrategiaa, ei vain erillisenä politiikkana tai ohjelmana jo tehtyjen päätösten oikeuttamiseksi. Itse asiassa yrityksen olemassaoloa pidetään oikeutettuna vain, mikäli yritys pystyy hoitamaan yhteiskunnallisen vastuunsa. Yrityksen toiminnassa mukana olevien ryhmien päämäärät ovat usein keskenään ristiriitaisia. Näin yrityksen päätöksenteolla ja sen seurauksilla vahvasti moraalinen sisältö. Yrityksellä itsellään ei sinänsä katsota kuitenkaan olevan moraalisen toimijan asemaa, vaan yritykselle osoitettavat moraaliset arvot ja vastuu on jaettava edelleen yksilöille. Yrityksen yhteiskunnallinen ja moraalinen vastuu on yksilön vastuuta filosofisessa merkityksessä, mutta käytännössä vastuun tulee konkretisoitua koko yritys yhteisön toiminnassa.

Laajaa näkemystä on arvosteltu eettisten lähtökohtien epäselvyyden vuoksi. Vaikka ideologia korostaa moraalisten periaatteiden noudattamista liiketoiminnassa, moraalisen sisältö ei ole kovin selväpiirteinen. Ajatukset yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta ovat saaneet vaikutteita valistuneesta luterilaisuudesta, kantilaisesta velvollisuusetiikasta ja altruismista. Arvostelijoiden mielestä kantilaisen velvollisuusetiikan korostaminen liike-elämässä on ilmeisen epärealistista. Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun kannalta altruismia ja velvollisuusetiikkaa on pidetty eräänlaisina ihannepäätöksinä, jotka viitoittavat toiminnan suuntaa, mutta eivät pysty tarjoamaan realistisia toimintamalleja päätöksenteon pohjaksi. (laajemmin kts. Kirkon sijoitustoiminnan eettiset periaatteet, 1999)

Johtopäätöksiä

Keskustelu yrityksen roolista yhteiskunnasta on virinnyt aktiivisesti uudelleen nyt 2000-luvulle tultaessa. Keskustelu oli vaisumpaa 1990-luvun alkupuoliskolla, mutta nyt uutta milleniumia aloiteltaessa yrityksen yhteiskunnallisen vastuun asiat ovat nousseet taas polttopisteeseen. Yritys hakee uutta, yhä aktiivisempaa roolia yhteiskunnassa. Näin on sekä Suomessa, EU:ssa, USA:ssa ja koko tässä globalisoituvassa maailmankylässä. Menestyäkseen nyt ja tulevaisuudessa on yrityksen vaalittava vihreää imagoa, toteutettava kestävä kehitys sekä sanoissaan että toimituksissaan. Yrityksen ympäristövastuu tulee yhä keskeisemmäksi 2000-luvulla. Yritys tulee olemaan ekologinen yritys kansallinen. Yritysten toiminnan oikeuttamisperiaatteet ovat muuttuneet sitten 1970-80-lukujen ja ovat muuttamassa muotoaan jatkuvasti. Yritysten on kyettävä oikeuttamaan olemassaolonsa yhä sitoutuneempina yhteiskunnan jäsenenä sekä koko biosfääriin kannalta katsottuna yhä parempina ihmiskunnan jäsenenä, maailmankylän kansalaisena. Yritysten on tavalla tai toisella sisäistettävä ekologisesti eettinen näkemys yrityksen tehtävästä globaalissa kontekstissa ja kyettävä purkamaan se liiketoiminnalliseksi visioksi omassa toimintasegmentissään. Ympäristövastuun käsite kaipaa myös tarkempaa määrittelyä. Mitä tämä käsite voi tarkoittaa, eli mitkä ovat sen monet merkitykset? Miten eri tahot yhteiskunnassa sen määrittelevät omasta näkökulmastaan käsin? Teon filosofian näkökulmasta katsottuna ympäristövastuu ei voi olla yrityksen vastuuta suoraan ympäristölle, sillä yritys on keinotekoinen toimija, jonka teot sinänsä allokoituvat yrityksen päättävälle elimelle. Yrityksellä sinänsä ei ole moraalialia, vaan tämä moraalialia lankeaa päättävälle sidosryhmille. Kuitenkin usein arkikielessä, aivan oikein, puhutaan jonkin

tietyn yrityksen moraalista tai moraalittomuudesta. Voimme antaa yritykselle X seuraavia sääntöluonteisia vaateita:

- X:n tulee edistää oikeudenmukaisuutta
- X:n tulee täyttää ihmisten toiveet ja tarpeet
- X:n tulee parantaa elämänlaatua
- X:n tulee kunnioittaa yleisinhimillisiä oikeuksia
- X:n tulee huomioida luonto, ja "luonnonoikeudet".

Mikä tarkoittaa ympäristövastuun syvyyden, vastuun muotojen ja vastuun kohteiden dramaattista uudelleen arviointia. Tällainen ekologisen etiikan vaatimusten mukainen vastuu, joka vaatii, että ihmisellä on velvollisuus hyväksyä luonnon "itseisarvo" ilman utilitaarista aspektia, on vielä vieras yrityselämälle mutta lienee tulevaisuudessa eräs vastuun kantamisen alue. Ympäristövastuu on varsin moniulotteinen asia, jolle on mahdotonta muodostaa tarkkaa ja kaiken kattavaa määritelmää käsitteen abstraktisuudesta johtuen. Jos halutaan voidaan kuitenkin laatia eri aspekteja painottavia ympäristövastuun määritelmiä.

Ympäristövastuu voidaan nähdä yrityksen yhteiskunnallisen vastuun eräänä osa-alueena, joka tulee lisäämään relevanssia tulevaisuudessa yhä kasvavan yleisen ympäristötietouden myötä. Yrityksen ympäristövastuu voidaan määritellä yhteiskunnallisen vastuun osa-alueeksi, jota yritys moraalisen toimijana sidosryhmäsuhteidensa kautta kantaa sekä toimintaympäristöstään että myös ns. luonnon ympäristöstä. Ympäristövastuun oleellinen dimensio on tulevaisuus; tulevien sukupolvien elinmahdollisuuksien turvaaminen on sijoitettava yrityksen tavoitteistoon jossain konkreettisessa muodossa. Miten tämä onnistuu on tietysti vielä avoinna oleva seikka. Jos kuitenkin muistetaan, että yrityksen menestyminen ja ympäristövastuullisuus eivät sulje pois toisiaan, ollaan jo edistytty.

Yritys on nähtävä yhteenliittymänä ja nimenomaan yhteisönä, yrityskansalaisena, joka on ihmisten ja heidän muodostamiensa sidosryhmien, kollektiivien, kautta vastuussa ympäristölleen. Yrityksen luontosuhteen tarkastelu antaa haasteen myös tutkijoille. Tulevaisuudessa yrityksen teorian kehittäjien tulisikin suunnata panoksensa yrityksen luontosuhteen uudelleen määrittelyyn. Julkisen keskustelun kautta tämän teoretisoinnin anti parhaimmassa tapauksessa säteilisi sitten liike-elämän käytäntöihin ajan myötä. Yrityksen ympäristövastuun tutkimisessa tarvitaan uusia näkökulmia ja menetelmiä. Mikään näistä ei yksin voi olla ainoa oikea tutkimusväline, vaan ne yhdessä muodostavat sen välineistön, jota akateemiset puolueettomat tutkijat voivat käytännössä toimivien kanssa yhdessä hyödyntää ja edelleen kehittää.Éj

Lähdeluettelo

Takala, Tuomo: Ownership, Responsibility and Leadership a historical perspective. *International Journal of Social Economics*. Vol. 26, No 5-6, pp. 742-752, 1999.

Takala, Tuomo: Individual, Collective and Social Responsibility of the Firm. (with Pallab Paul). *Business Ethics an European Review*. Vol 9, No 2, April 2000.

Takala, Tuomo: Talous, johtaminen ja ympäristö. *Tiedepolitiikka*, 2/1995.

Takala, Tuomo: Kirkon sijoitustoiminnan eettiset periaatteet (& Kimmo Kääriäinen). *Suomen ev.lut. kirkkohallituksen julkaisuja*. 1999: No 3.