
Onko Suomessa yhteiskunnallisia yrityksiä?

ANTTI KARJALAINEN JA ELINA SYRJÄNEN

Suomen Lontoon instituutin tehtävä on tunnistaa yhteiskunnan uudistumiseen vaikuttavia tekijöitä ja tukea myönteistä muutosta. Instituutin tavoitteena on löytää taiteiden ja yhteiskuntatutkimuksen alueilta uusia teemoja, jotka heijastavat yhteiskunnan muutosvoimia ja tulevaisuuden mahdollisuuksia. Toiminnallaan instituutti edistää tutkijoiden, taiteilijoiden, asiantuntijoiden ja päättäjien välistä vuorovaikutusta Suomen, Yhdistyneen Kuningaskunnan ja Irlannin tasavallan välillä.

Suomen Lontoon instituutin yhteiskuntatutkimuksen ohjelman päätarkoituksena on nostaa esiin tämän päivän polttavia yhteiskunnallisia kysymyksiä. Instituutti toteuttaa nyky-yhteiskunnan haasteita analysoivia hankkeita laajan partnerijoukon kanssa ja tuottaa siten aineistoa yhteiskunnan päättäjien käyttöön. Tarjoamme yhteistyökumppaneillemme verkostoja keskustelulle ja toiminnalle. Kumppaneitamme ovat kolmannen sektorin toimijat kuten ajatushautomot, tutkimuslaitokset, asiantuntijat ja päätöksentekijät.

35–36 Eagle Street
London WC1R 4AQ
United Kingdom

T +44(0)20 7404 3309
www.finnish-institute.org.uk

© Suomen Lontoon instituutti
5/2009

Tiivistelmä

Tämän selvityksen tarkoituksena on tarkastella yhteiskunnallisten tai ympäristöllisten ongelmien ratkaisuun keskittyviä yrityksiä Suomessa. Aineistona on Suomen yrittäjien ja Finnvera Oyj:n pieniä ja keskisuuria yrityksiä (jatkossa pk-yritykset) tarkasteleva yritysbarometri, jossa kysyttiin ajankohtaista-otsikon alla kaksi kysymystä aiheeseen liittyen. Näihin kysymyksiin myönteisesti vastanneet muodostavat tämän selvityksen vastaajajoukon. Ensimmäinen koski yritysten päämäärien suhdetta yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun ja toinen heidän voittonsa investointia saman ongelman ratkaisemiseen. Keskeiset löydökset olivat seuraavat:

30 % (1 141) vastanneista katsoo, että lause 'yrityksemme toiminnan tavoitteet liittyvät yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun' kuvaa heidän yritystään melko hyvin tai erittäin hyvin.

15 % (568) vastanneista katsoo edellisen lisäksi, että he investoivat voiton takaisin yhteiskunnalliseen/ympäristölliseen tarkoitukseen yrityksessään.

Ensisijaisena tarkastelun kohteena on juuri edellä mainittu 15 %. Prosenttiosuuden perusteella voimme siis arvioida tämän yritysjoukon osuuden suomalaisten yritysten liikevaihdosta olevan noin 27 miljardia, niiden työllistävän noin 129 729 henkilöä ja lukumäärän olevan 46 338 yritystä.

Tämä yritysjoukko erottuu edukseen muun muassa kasvuhakuisuudessa; ne ovat 10 prosenttiyksikköä kasvuhakuisempia kuin pk-sektori yleensä.

Ne ovat myös optimistisempia tulevaisuuden suhteen kuin muut pk-yritykset; usko suhdannenäkymien paranemiseen tulevaisuudessa on näissä yrityksissä 7 prosenttiyksikköä suurempi kuin pk-sektorilla yleensä.

Lisäksi tarkastelemme yritysjoukkoa, jotka vastasivat yllä olevaan ensimmäiseen kysymykseen 'erittäin hyvin' ja tätä joukkoa voidaan ajatella yrityksinä, joissa yhteiskunnallinen ongelma on toiminnan keskiössä. Niitä on noin 4 % (146) vastanneista. Nämä yritykset muodostavat noin 7 miljardin osuuden kaikkien yritysten liikevaihdosta ja lukumääräisesti niitä olisi 12 357. Näistä yrityksistä 22 % ilmoitti olevansa voimakkaasti kasvuhakuisia (pk-sektori yleensä n. 7 %). Eli kasvuhakuisuus kasvaa sitä mukaa kun yhteiskunnallisen päämäärän merkitys kasvaa.

Selvityksen lopuksi analysoimme hieman tarkasteltavia yrityksiä ja esitämme suosituksia yhteiskunnallisen yrittäjyyden edistämiseksi Suomessa.

Sisältö

1	Johdanto
2	Selvityksen tausta
3	Kyselyn tulokset
3	Yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun keskittyvien yritysten osuus pk-yrityksistä
4	Vastaajien profiili
4	Tarkasteltavien yritysten sijainti
5	Yhtiömuoto
5	Osuus yrityssektorista
5	Karkea toimialajako
6	Henkilökunnan määrä
6	Liikevaihto
6	Toiminta markkinoilla
7	Kasvuhakuisuus
7	Optimistiset suhdannenäkymät
9	Yhteiskunnalliset yritykset?
12	Loppupäätelmiä
14	Suosituksia jatkotoimenpiteiksi
16	Kirjallisuus

Selvityksen taustalla on Isossa-Britanniassa 'social enterprise' tai 'social entrepreneurship' –nimellä kulkeva ilmiö, joka suoraan käännettynä tarkoittaa yhteiskunnallisia yrityksiä eli yrityksiä, joiden päämäärä liittyy yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun. Näille yrityksille on myös luonteenomaista yrityksen tuottaman voiton kierrätys takaisin yritystoimintaan. Ison-Britannian hallitus onkin määritellyt nämä yritykset edellä mainittujen kriteerien mukaan yrityksiksi, joiden päämääränä on yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisu, ja jotka käyttävät voittonsa tämän saman päämäärän edistämiseen¹. Britannian hallitus on tunnistanut ilmiön jo 2000-luvun alussa, ja yhteiskunnallisen yrittäjyyden edistäminen on ollut kirjattuna maan hallituksen strategiseksi tavoitteeksi vuodesta 2002 alkaen². Yhteiskunnallisia yrityksiä arvioidaan Britanniassa olevan noin 55 000 ja niiden osuus kansantaloudesta on noin 8 miljardia puntaa.

Kun tunnistimme tämän ilmiön Britanniassa ja tapasimme sen piirissä työskenteleviä ihmisiä, aloimme pohtia, onko Suomessa tämän tyyppisiä yrityksiä. Kysytyämme Suomen Yrittäjät ry:ltä kuuluuko heidän jäsenjoukkoonsa kuvaukseen sopivia yrityksiä selvisi, ettei ilmiötä ole Suomen pk-sektorilla tietääksemme aiemmin hahmotettu. Osuuskunnat ovat tämän tyyppisiä yrityksiä ja myös monien järjestöjen yritystoiminta täyttää yllämainitut kriteerit, mutta nimenomaan pk-sektori oli tutkimatonta maaperää³.

Toinen motiivi selvitykselle tuli Suomen Lontoon instituutin ja British Councilin yhteistyössä järjestämästä pyöreän pöydän keskustelusta lokakuussa 2008. Keskustelun tarkoitus oli luodata ilmiötä Suomessa ja tilaisuuteen kutsuttiin etupäässä sosiaalisen yrittäjyyden piirissä toimivia julkisia toimijoita, tutkijoita ja yrittäjiä. Suomen Lontoon instituutti päätti tapaamisen tuloksena alustavasti selvittää ilmiötä Suomessa, koska selvisi, että aiheesta tiedettiin kovin vähän. Käsillä olevan selvityksen tekoa motivoi siis uteliaisuus, joka tiivistyy kysymykseen: ”Missä määrin suomalaisia pk-sektorin yrityksiä motivoi muikin kuin voiton tavoittelu, ja miltä tällaiset yritykset, sikäli kun niitä on, näyttävät?”

On tärkeää muistaa, että selvityksen kohteena olevat yritykset ovat normaaleja ja kilpailukykyisiä yrityksiä. Toisin sanottuna yhteiskunnallisesta orientaatiostaan huolimatta yhteiskunnalliset yritykset ovat elinvoimaisuudessaan ja kilpailukykyisyydessään samankaltaisia kuin muutkin yritykset. Yritysten vahva arvopohja ei sulje näitä ominaisuuksia ulkopuolelleen. Yhteiskunnallisia ja ympäristöllisiä arvoja edistävät yritykset voidaan täten nähdä yhteiskunnallisena ilmiönä, jolle on luonteenomaista edistää jotakin yleisesti toivottavaa asiaa yrittäjyyden keinoin. Voimme tehdä monenlaisia asioita halutessamme vaikuttaa yhteiskunnallisiin asioihin. Voimme äänestää, muuttaa elämäntapojamme, liittyä arvojamme edustavaan kansalaisjärjestykseen ja voimme toimia yrittäjinä. Voimme perustaa yrityksen, joka harjoittaa liiketoimintaa edustamiemme arvojen mukaisesti. Jos emme esimerkiksi pidä massatuotetuista maataloustuotteista, voimme edistää pienviljelijöiden tuottamien tuotteiden menekkiä perustamalla niitä myyvän kaupan. Voimme myös yrittäjänä tarjota hyvinvointivaltion palveluja vaikkapa perhekodin puitteissa, koska koemme palvelujen korkean laadun ja niiden tarjoamisen tärkeäksi.

¹ Ison-Britannian hallituksen määritelmä on seuraavanlainen: ”Social enterprises are defined as “businesses with primarily social objectives whose surpluses are principally reinvested for that purpose in the business or community, rather than being driven by the need to maximise profit for shareholders and owners” (ks. Cabinet Office 2009a).

² Ks. 'Social Enterprise, a Strategy for Success', Department for Trade and Industry, 2002 (Cabinet Office 2009b).

Tämä selvitys on tehty Suomen Yrittäjien PK-Yritysbarometrissä tammi-helmikuussa 2009 kerätyn tutkimusaineiston pohjalta. Suomen Yrittäjät ja Finnvera Oyj julkaisevat pientä ja keskisuurta yritystoimintaa kuvaavan pk-yritysbarometrin kahdesti vuodessa. Kevään 2009 pk-yritysbarometri koostuu noin 3 850 pk-yrityksen vastauksista, ja se esittää kattavasti pk-yritysten käsityksiä yritysten kehitysnäkymistä ja toimintaan vaikuttavista tekijöistä. Suomen Lontoon instituutin ehdotuksesta barometriin asetettiin kaksi lisäkysymystä, jotka myötäilevät edellä esitettyä Ison-Britannian hallituksen käyttämää yhteiskunnallisten yritysten määritelmää:

1. Kuinka hyvin mielestänne seuraava väittämä sopii yrityksenne kuvaamiseen? Yrityksemme toiminnan tavoitteet liittyvät yhteiskunnallisen tai ympäristöongelman ratkaisemiseen. Vastausvaihtoehdot olivat: Ei sovi lainkaan, sopii erittäin huonosti, sopii melko huonosti, sopii melko hyvin ja sopii erittäin hyvin.
2. Kuvaako seuraava lause yrityksenne voiton investointia? Yrityksen voitot pääosin investoidaan takaisin yhteiskunnalliseen/ympäristölliseen tarkoitukseen yrityksessä tai yhteisössä sen sijaan, että ne pääasiassa maksettaisiin omistajille. Vastausvaihtoehdot olivat: Kyllä ja Ei. Jatkokysymys esitettiin vain vastaajille, jotka vastasivat kysymykseen 1 myönteisesti (sopii melko/erittäin hyvin).

Selvityksessä tutkimusaineisto on rajattu siten, että molempiin kysymyksiin on vastattu myönteisesti. Näillä rajauksilla tarkasteltuna koko analyysissä on mukana 568 vastausta.

Pyrimme nostamaan selvityksessämme esiin niitä ominaisuuksia, jotka näyttävät erottavan nämä yritykset muista pk-yrityksistä. Tutkimustuloksia tarkastellessa on hyvä huomioida se, että vastaajat ovat itse saaneet valita, kuinka hyvin kyseiset tunnuspiirteet kuvaavat heidän yritystään. Seuraava askel tämän ilmiön ymmärtämisessä onkin sen tutkiminen laadullisin keinoin, esimerkiksi yrittäjiä haastatteleamalla.

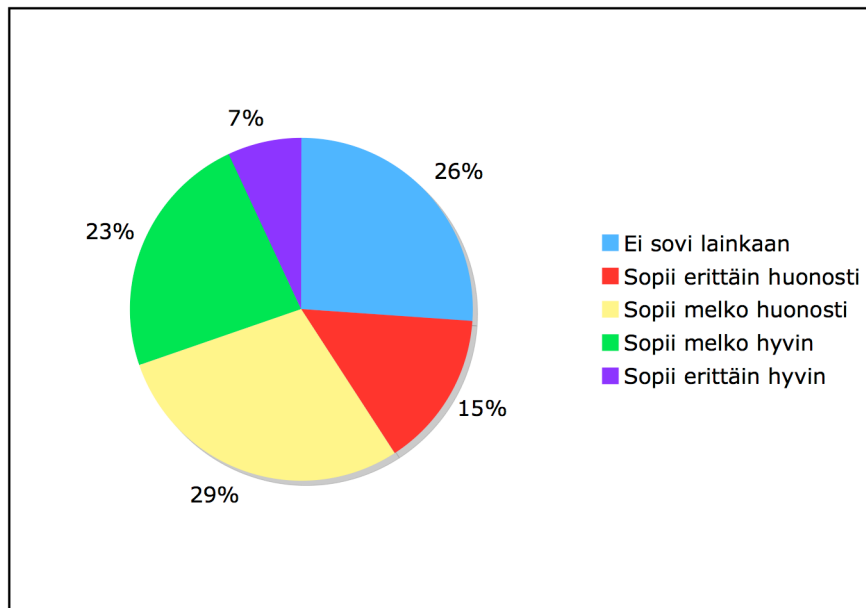
Haluamme kiittää Suomen Yrittäjät ry:tä, erityisesti Harri Hietalaa, ja Finnvera Oyj:tä yhteistyöstä ja mahdollisuudesta hyödyntää heidän keräämäänsä tutkimusaineistoa tässä selvityksessä. Kiitokset myös asiantuntijakommenteista Harri Hietalalle, Päivi Kermiselle, Raija Kolille ja Eveliina Pöyhöselle, sekä Outi Kuittiselle kommenteista selvityksen ideointivaiheessa.

3 Pekka Pättiniemi (2006) on tutkinut yhteiskunnallisia yrityksiä Suomessa artikkeleissaan. Pättiniemi käyttää termiä 'sosiaaliset yritykset' viittaamaan tämän tyyppisiin yrityksiin, mikä on lähempänä yllä määriteltyä käyttöä kuin Suomen laissa lukevaa sosiaalisten yritysten määritelmää: "Here we have to say strictly that it is not a question of only those enterprises acting according to the Finnish Law on Social Enterprises (1351/2003) but also of a wider variety of enterprises with varying social aims." (Pättiniemi 2006, 11.)

Yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun keskittyvien yritysten osuus pk-yrityksistä

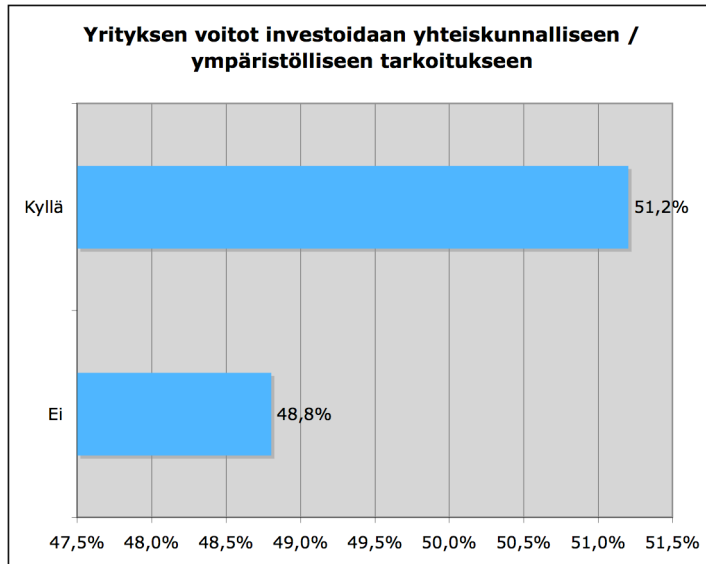
Noin 30 % kyselyyn vastanneista kokee, että yritystoiminnan tavoitteet liittyvät yhteiskunnallisen tai ympäristöongelman ratkaisemiseen melko tai erittäin hyvin.

Kuvio 1: Yrityksen toiminnan tavoitteet liittyvät yhteiskunnallisen tai ympäristöongelman ratkaisemiseen



Niistä yrityksistä, joiden tavoitteet ovat yhteiskunnalliseen tai ympäristöongelmaan liittyviä, yli puolet investoi yrityksen voiton takaisin tähän yhteiskunnalliseen tai ympäristölliseen tarkoitukseen. (Kuvio 2)

Kuvio 2: Yrityksen voitot investoidaan yhteiskunnalliseen / ympäristölliseen tarkoitukseen



Voidaan siis sanoa, että kaikista kyselyyn osallistuneista yrityksistä yhteiskunnallista tai ympäristöllistä päämäärää edistäviä, ja voitot pääosin siihen tarkoitukseen investoivia yrityksiä on 568. Tämä on noin 15 % kaikista kyselyyn vastanneista. Jatkossa tarkastelumme keskittyy tähän 15 % vastanneista erotuksena yrityksistä, joiden tavoitteet liittyvät vähemmän tai eivät ollenkaan yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun ja jotka jakavat voittonsa osakkeenomistajille.

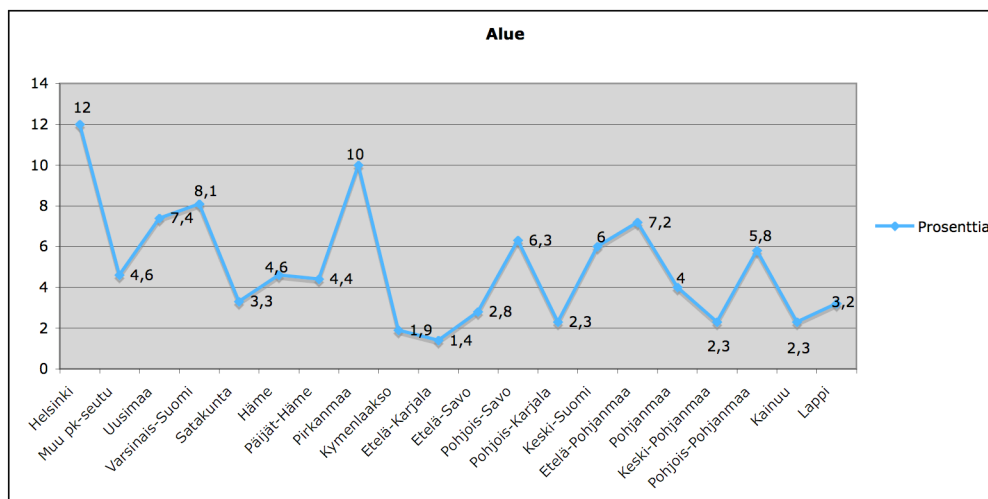
Vastaajien profiili

Ylivoimaisesti suurin osa tarkasteltavan joukon vastaajista on yrittäjiä (74 %). Palkattuja toimitusjohtajia on puolestaan noin viidennes kaikista vastanneista (22,5 %). Suurin osa vastaajista (81,9 %) on miehiä ja alle viidennes naisia (18,1 %). Suurin osa vastaajista on iältään 50-59-vuotiaita (42,5 %), ja noin kolmannes 40-49-vuotiaita (31 %). Alle 40-vuotiaita on alle kymmenesosa vastanneista (7,1 %), kun yli 60-vuotiaita puolestaan on lähes viidennes vastaajista (19,4 %). Tarkasteltavassa joukossa vastaajien ikäjakauma on hyvin samankaltainen koko kyselyyn vastanneiden ikäjakauman kanssa.

Tarkasteltavien yritysten sijainti

Tarkasteltavia yrityksiä on koko maassa eikä niiden maantieteellinen jakauma poikkea merkittävästi koko pk-sektorista. Eniten niitä on keskittynyt Helsinkiin (12 %), Pirkanmaalle (10 %) sekä Varsinais-Suomeen (8,1 %). Myös kaikkien yritysten joukossa nämä kolme aluetta pitävät sisällään suurimmat yrityskeskittymät.

Kuvio 3: Alue (rekisteritieto)



Yhtiömuoto

Tarkasteltavista yrityksistä selkeä enemmistö on osakeyhtiöitä. Kommandiittiyhtiöt muodostavat seuraavaksi suurimman ryhmän. Muita yhtiömuotoja ovat luonnollinen henkilö / toiminimi (6,7 %), osuuskunta (3 %) ja muu oikeudellinen muoto (2,8 %). Nämä tarkasteltavien yritysten yhtiömuodot ovat myös yleisimmät kaikkien kyselyyn osallistuneiden joukossa.

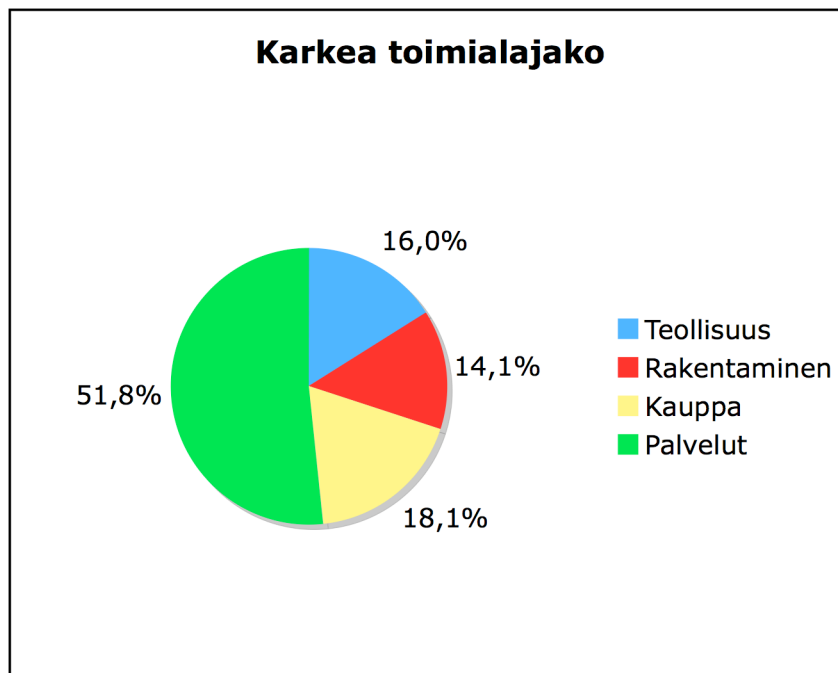
Osuus yrityssektorista

Tarkasteltavien yritysten osuutta kaikkien suomalaisten yritysten liikevaihdosta voidaan arvioida laskemalla ensin koko pk-sektorin osuus liikevaihdosta (49 %) ja tästä puolestaan tarkasteltavien yritysten osuus, joka on 14,8 %. Vuonna 2007 pk-sektorin osuus liikevaihdosta oli noin 183 miljardia euroa, joten tässä selvityksessä tarkasteltavien yritysten osuudeksi jää noin 27 miljardia euroa. Vuonna 2006 koko pk-sektorin osuus kaikista työllistävistä ja voittoa tavoittelevista yrityksistä oli 62 % . Toisin sanoen vuonna 2006 pk-sektori työllisti 876 548 henkilöä, joten tarkasteltavat yritykset työllistivät tällöin arviolta 129 729 henkilöä. (Lindholm & Hietala 2009.)

Karkea toimialajako

Noin puolet tarkasteltavista yrityksistä sijoittuu karkean toimialajaon mukaan palvelualalle. Lähes viidennes toimii kaupan alalla, kun taas teollisuuden sekä rakentamisen alalla toimii noin kuudennes tarkasteltavista yrityksistä. Myös kaikkien vastanneiden joukossa palvelut muodostavat selkeästi suurimman toimialan (44,5 %), mutta myös kaupan osuus on melko suuri (25 %) ja selkeästi suurempi kuin tarkasteltavien yritysten joukossa. Kaikkien yritysten kohdalla teollisuus (17,6 %) muodostaa suuremman toimialan kuin rakentaminen (12,8 %), kuten myös tarkasteltavissa yrityksissä.

Kuvio 4: Karkea toimialajako



Henkilökunnan määrä

Tarkasteltavissa yrityksissä noin kolmanneksella (30,6 %) on henkilökuntaa 2-4 henkilöä ja noin viidenneksellä (20,1 %) 5-9 henkilöä. 50 tai useamman henkilön yrityksiä on kaikkein vähiten (7,1 %). Kaikkien vastanneiden keskuudessa yli 50 henkilön yrityksiä on 4,5 %, 2-4 henkilön yrityksiä 33,7 % ja yksityisyrittäjiä on 20,5 %. Tarkasteltavissa yrityksissä on keskimääräisesti enemmän yrityksiä, jotka työllistävät yli 10 henkilöä kuin kaikkien vastanneiden joukossa.

Taulukko (a) Henkilökunnan määrä

	Kaikki vastanneet	Tarkasteltavat yritykset
1 henkilö (yksinyrittäjä)	20,5 %	16,8 %
2-4 henkilöä	33,7 %	30,6 %
5-9 henkilöä	21,5 %	20,1 %
10-19 henkilöä	11,8 %	14,8 %
20-49 henkilöä	8,0 %	10,6 %
50 tai yli henkilöä	4,5 %	7,1 %

Liikevaihto (2008)

Tarkasteltavista yrityksistä noin neljänneksen (23,8 %) liikevaihto on alle kaksisataatuhatta euroa. Noin 21 prosentilla liikevaihto on puolestaan 0,2-0,49 miljoonaa euroa. Kuitenkin myös 5 miljoonan euron ja sitä suuremman liikevaihdon yrityksiä on tarkasteltavissa yrityksissä lähes 16 %. Kaikkien vastanneiden keskuudessa kaikkein suurimman liikevaihdon yrityksiä on puolestaan suhteellisesti vähemmän, vain 9,2 %. Kuitenkin kaikkien vastaajien keskuudessa pienimmän liikevaihdon, alle kahdensadantuhannen euron, yrityksiä on myös kaikkein eniten (28,9 %) aivan kuten tarkasteltavien yritystenkin joukossa.

Taulukko (b) Liikevaihto

	Kaikki vastanneet	Tarkasteltavat yritykset
Alle 0,2 milj.	28,9 %	23,8 %
0,2-0,49 milj.	20,6 %	21,1 %
0,5-0,99 milj.	14,9 %	14,1 %
1-1,49 milj.	7,6 %	7,4 %
1,5-1,99 milj.	5,4 %	4,9 %
2-4,99 milj.	11,7 %	11,8 %
5 milj. tai yli	9,2 %	15,8 %
Ei vastattu	1,7 %	1,1 %

Toiminta markkinoilla

Suurin osa (36 %) tarkasteltavista yrityksistä toimii valtakunnallisilla markkinoilla Suomessa. Noin kolmannes tarkasteltavista yrityksistä toimii alueellisilla markkinoilla. Kansainvälisillä markkinoilla toimii noin kymmenesosa tarkasteltavista yrityksistä. Myös kaikkien vastaajien joukossa valtakunnallisilla markkinoilla toimivien yritysten osuus on suurin (33,7 %), vaikkakin se on pienempi kuin tarkasteltavissa yrityksissä. Kaikista kyselyyn vastanneista yrityksistä alueellisilla markkinoilla toimivien yritysten osuus on 30,6 %, mikä on niinikään pienempi kuin tarkasteltavien yritysten osuus (31,3 %). Tarkasteltavien yritysten keskuudessa on suhteellisesti hieman enemmän yrityksiä, jotka toimivat kansainvälisillä markkinoilla kuin kaikkien yritysten keskuudessa (8,2 %). Kaikkien yritysten joukosta paikallismarkkinoilla toimii 27,5 % kun taas tarkasteltavista yrityksistä vain 24 % toimii paikallismarkkinoilla.

Kasvuhakuisuus

Kaikkiin kyselyyn vastanneihin pk-yrityksiin verrattuna voidaan sanoa, että tarkasteltavat yritykset ovat keskimäärin huomattavasti kasvuhakuisempia. Yli puolet (50,2 %) ilmoitti olevansa joko voimakkaasti tai mahdollisuuksiensa mukaan kasvuhakuinen, ja vastaavasti kaikkien vastanneiden ryhmässä luku on 40,3 %. Tarkasteltavissa yrityksissä erityisesti voimakas kasvuhakuisuus on myös suhteellisesti yleisempää (11,1 % voimakkaasti kasvuhakuisia) kuin pk-yrityksissä keskimäärin (6,6 % voimakkaasti kasvuhakuisia).

Voitaisiin ajatella, että tarkasteltavien yritysten voimakkaampi kasvuhakuisuus selittyy palveluvalaltaisuudella. Näin ei kuitenkaan ole. Tarkasteltavissa yrityksissä on suhteellisesti enemmän voimakkaasti ja mahdollisuuksiensa mukaan kasvuhakuisia yrityksiä kaikilla toimialoilla kuin kaikkien vastanneiden keskuudessa. Selitys voimakkaammalle kasvuhakuisuudelle on siis etsittävä muualta.

Taulukko (c): Kasvuhakuisuus karkean toimialajaon mukaan tarkasteltavissa yrityksissä

Tarkasteltavat yritykset	Teollisuus	Rakentaminen	Kauppa	Palvelut
Olemme voimakkaasti kasvuhakuinen	11 %	5 %	14,6 %	11,6 %
Pyrimme kasvamaan mahdollisuuksiensa mukaan	46,2 %	32,5 %	53,4 %	33,7 %
Pyrimme säilyttämään asemamme (tämä edellyttää kasvua)	28,6 %	41,3 %	27,2 %	41,2 %

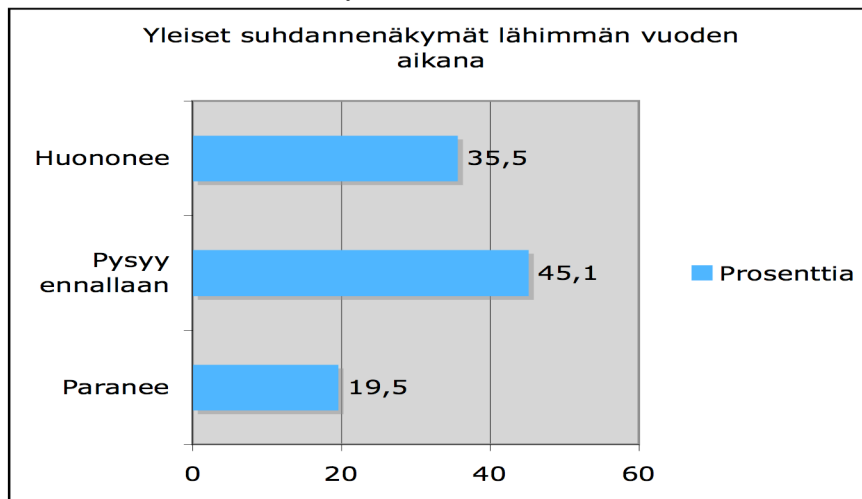
Taulukko (d): Kasvuhakuisuus karkean toimialajaon mukaan kaikkien vastaajien joukossa

Kaikki vastanneet	Teollisuus	Rakentaminen	Kauppa	Palvelut
Olemme voimakkaasti kasvuhakuinen	7,4 %	3,5 %	7,8 %	6,5 %
Pyrimme kasvamaan mahdollisuuksiensa mukaan	35 %	27,8 %	37,5 %	32,6 %
Pyrimme säilyttämään asemamme (tämä edellyttää kasvua)	35,3 %	41,7 %	43,2 %	37,2 %

Optimistiset suhdannenäkymät

Selvityksessä tarkasteltavat yritykset näyttävät myös olevan optimistisempia lähimmän vuoden aikaisten suhdannenäkymien suhteen kuin kyselyyn vastanneet pk-yritykset keskimäärin. Tarkasteltavista yrityksistä 19,5 % katsoi suhdannenäkymien paranevan, kun taas kaikkien pk-yritysten osalta suhdannenäkymien paranemiseen uskoi vain 12,9 %. Myös suhdannenäkymien huononemiseen uskomisen oli suhteellisesti yleisempää kaikkien vastaajien joukossa (38,1 %) kuin tarkasteltavissa yrityksissä (35,5 %).

Kuvio 5: Yleiset suhdannenäkymät lähimmän vuoden aikana



Samoin kuin kasvuhakuisuuden kohdalla, tarkasteltavat yritykset ovat kaikilla toimialoilla optimistisempia lähimmän vuoden aikaisiin suhdannenäkymiin nähden kuin koko vastaajajoukko. Optimistisuuskaan ei siis selity pelkästään tarkasteltavien yritysten palveluvaltaisuudella vaan sillekin on etsittävä syytä muualta. Esimerkiksi kaikkien vastaajien joukossa teollisuuden suhdannenäkymien paranemiseen uskoi vain 10,9 % vastaajista, kun taas tarkasteltavissa teollisuusalan yrityksissä vastaava lukema on 18,9 %. Lisäksi kaikkien vastaajien joukossa kaikilla toimialoilla usko suhdannenäkymien huonontumiseen on kautta linjan suurempi kuin tarkasteltavissa yrityksissä.

Taulukko (e):

Yleiset suhdannenäkymät lähimmän vuoden aikana karkean toimialajaon mukaan tarkasteltavissa yrityksissä

	Teollisuus	Rakentaminen	Kauppa	Palvelut
Paranee	18,9 %	10,1 %	21,6 %	21,6 %
Pysyy ennallaan	41,1 %	41,8 %	45,1 %	47,3 %
Huononee	40 %	48,1 %	33,3 %	31,2 %
Yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %

Taulukko (f):

Yleiset suhdannenäkymät lähimmän vuoden aikana karkean toimialajaon mukaan kaikissa kyselyyn vastanneissa yrityksissä

	Teollisuus	Rakentaminen	Kauppa	Palvelut
Paranee	10,9 %	6,7 %	11,7 %	16,1 %
Pysyy ennallaan	44,7 %	44,7 %	48,8 %	52,2 %
Huononee	44,4 %	48,6 %	39,5 %	31,7 %
Yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %

Kasvuhakuisuuden ja tulevaisuusoptimismin kohdalla voidaan siis todeta, että tarkastelun kohteena olevat yritykset ovat selvästi edellä koko pk-sektoria. Tästä voidaan vetää kaksi johtopäätöstä. Ensimmäinen on se, että yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun keskittyvien yritysten poimiminen auttaa poimimaan myös kasvuyrityksiä. Tästä voisi päätellä edelleen, että näihin yrityksiin panostaminen on panostamista kasvuyrityksiin. Toinen johtopäätös on, että yrityksen yhteiskunnallinen tai ympäristöllinen päämääräorientaatio korreloi kasvu- ja tulevaisuusoptimismin kanssa. Tästä taas voisi päätellä edelleen, että jos yritys haluaa luoda kasvu- ja tulevaisuusoptimistisen ilmapiirin, sen kannattaa sisällyttää yhteiskunnallisia ja ympäristöllisiä päämääriä toimintaansa.

Yhteiskunnalliset yritykset?

Alla on lyhyt tarkastelu yrityksistä, joiden tavoitteet liittyvät yhteiskunnallisen tai ympäristöongelman ratkaisemiseen erittäin hyvin, ja jotka investoivat voittonsa pääosin takaisin tähän yhteiskunnalliseen tai ympäristölliseen toimintaan. Nämä yritykset omaavat kaikkein voimakkaimmin ne ominaisuudet, joita yhteiskunnallisilla yrityksillä esimerkiksi Isossa-Britanniassa on.

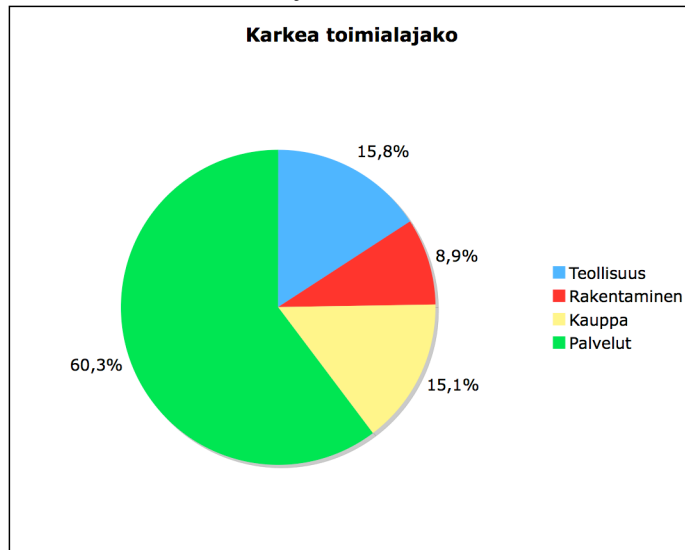
Aineisto, jota tässä osioissa tarkastellaan, on siis rajattu seuraavasti:

1. Kuinka hyvin mielestänne seuraava väittämä sopii yrityksenne kuvaamiseen? Yrityksemme toiminnan tavoitteet liittyvät yhteiskunnallisen tai ympäristöongelman ratkaisemiseen.
Mukana olevat vastaukset: Sopii erittäin hyvin
2. Kuvaako seuraava lause yrityksenne voiton investointia? Yrityksen voitot pääosin investoidaan takaisin yhteiskunnalliseen/ympäristölliseen tarkoitukseen yrityksessä tai yhteisössä sen sijaan, että ne pääasiassa maksettaisiin omistajille. Mukana olevat vastaukset: Kyllä

Tähän joukkoon kuuluvia yrityksiä on kaikkiaan 146 eli noin 4 % kaikista kyselyyn vastanneista.

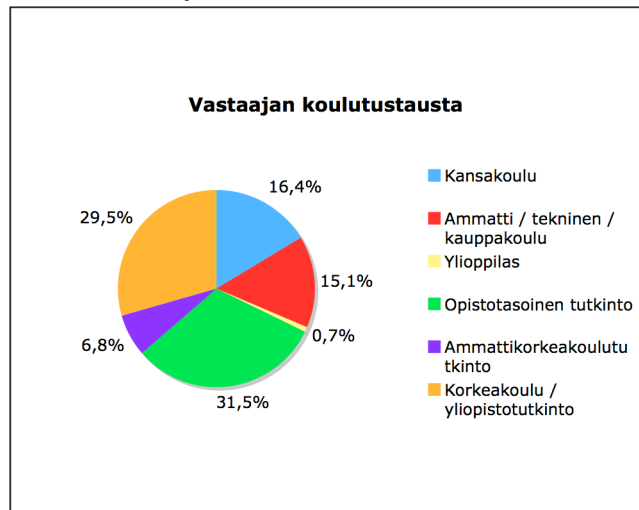
Myös nämä yritykset ovat selkeästi palvelualavaltaisia (60,3 %). Seuraavina tulevat keskenään lähes yhtä hyvin edustettuina teollisuus (15,8 %) ja kauppa (15,1 %). Nämä yritykset keskittyvät aiemmin tarkastelluista yrityksistä hieman poiketen Pirkanmaalle (14,4 %) ja Helsinkiin (13,7 %) sekä muulle pääkaupunkiseudulle (6,8 %). Myös nämä 146 yritystä ovat enimmäkseen osakeyhtiöitä (73,1 %), kommandiittiyrityksiä (12,4 %) sekä luonnollisia henkilöitä tai toiminimiä (5,5 %) kuten aiemmin tarkastellut yritykset ja kaikki kyselyyn vastanneetkin. Myös näiden yritysten kohdalla vastaajana on toiminut kaikkein useimmiten itse yrittäjä (74,7 %) ja seuraavaksi yleisimmin palkattu toimitusjohtaja (21,9 %).

Kuvio 6: Karkea toimialajako



Tässä ryhmässä vastaajina on suhteellisesti enemmän akateemisesti korkeasti koulutettuja (29,5 %) kuin aiemmin tarkastellussa ryhmässä (23,8 %) ja kaikkien vastaajien joukossa (20,9 %). Tässä ryhmässä opistotasoisien tutkinnon omaavia (31,5 %) on kuitenkin eniten, aivan kuten aiemmin tarkastellussa ryhmässä, ja kaikkien vastanneiden joukossa. Näyttää kuitenkin siis siltä, että akateemisesti korkeasti koulutettujen suhteellinen osuus kasvaa, kun yrityksen yhteiskunnallinen/ympäristöllinen suuntautuneisuus kasvaa.

Kuvio 7: Vastaajan koulutustausta



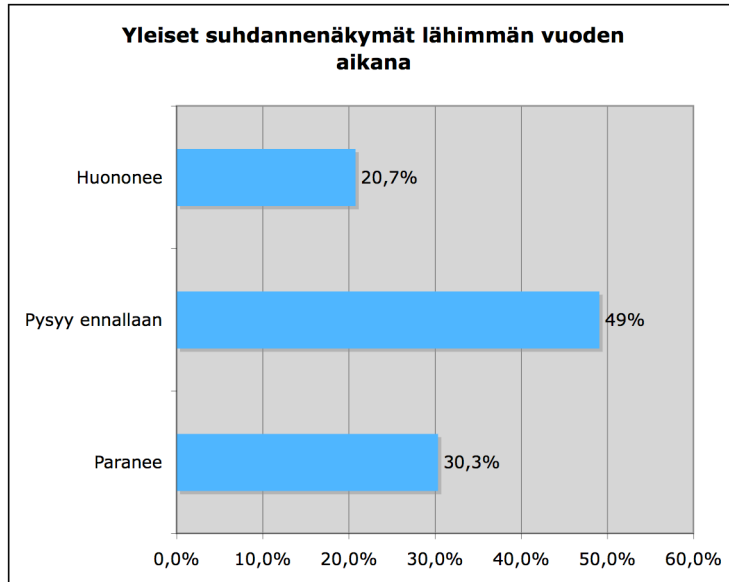
Kuten kaikkien vastaajien ja aiemmin tarkasteltujen yritysten keskuudessaakin, on näiden yritysten palveluksessa tavallisimmin 2-4 henkilöä (31 %). Seuraavaksi yleisimpiä ovat yhden henkilön yritykset eli yksinyrittäjien yritykset (18,6 %), joita on suhteellisesti hieman enemmän kuin aiemmin tarkastelluissa yrityksissä (16,8 %). Myös näiden yritysten joukossa 50 tai useamman henkilön yrityksiä on kaikkein vähiten (8,3 %), kuten myös kaikkien vastaajien sekä aiemmin tarkasteltujen yritysten joukossa.

Tässä joukossa valtakunnallisilla markkinoilla toimiminen on suhteellisesti hieman yleisempää (39,7 %) kuin kaikkien vastaajien (33,7 %), ja aiemmin tarkasteltujen yritysten joukossa (36 %). Toisaalta myös kansainvälisillä markkinoilla toimiminen on tässä ryhmässä suhteellisesti yleisempää (11,6 %) kuin aiemmin tarkasteltujen yritysten (9 %) ja kaikkien vastaajien joukossa (8,2 %). Näistä yrityksistä alueellisilla markkinoilla toimii 28,1 % ja paikallisilla 20,5 %. Trendinä näyttää siis olevan, että yrityksen päämäärän liikkua yhteiskunnallisempaan/ympäristöllisempään suuntaan, sen orientoituneisuus kohti valtakunnallisia markkinoita kasvaa ja paikallismarkkinoille suuntautuminen vähenee.

Näissä yrityksissä liikevaihto on kaikkia vastaajia ja aiemmin tarkasteltuja yrityksiä mukailleen useimmilla alle 200 000 euroa (26,7 %:lla). Kuitenkin myös 5 miljoonan euron ja sitä suuremman liikevaihdon yrityksiä on suhteellisen paljon, 17,8 %. Tämä on prosentuaalisesti enemmän kuin kaikkien vastaajien ja aiemmin tarkasteltujen yritysten joukossa. Toisaalta näissä yrityksissä on myös suhteellisen paljon 200000-490000 euron liikevaihdon yrityksiä (17,1 %).

Suhdannenäkymien optimistisuus on näissä yrityksissä suhteellisesti huomattavasti leimallisempaa kuin aiemmin tarkastelluissa yrityksissä (19,5 %) saati kaikkien vastanneiden joukossa. Näistä yrityksistä peräti 30,3 % uskoo suhdannenäkymien paranevan lähimmän vuoden aikana ja lähes puolet (49 %) katsoo niiden pysyvän ennallaan, mikä sekkin on suhteellisesti enemmän kuin aiemmin tarkastelluissa yrityksissä (45,1 %).

Kuvio 8: Yleiset suhdannenäkymät lähimmän vuoden aikana



Näiden yritysten keskuudessa myös voimakas kasvuhakuisuus on suhteellisesti yleisempää kuin kaikkien vastanneiden keskuudessa ja aiemmin tarkastelluissa yrityksissä. Näistä yrityksistä peräti noin 22 % on voimakkaasti kasvuhakuisia. Mahdollisuuksien mukaan kasvamiseen (34,2 %) ja aseman säilyttämistä edellyttävään kasvuun (32,2 %) tähtäävien yritysten suhteelliset osuudet ovat kuitenkin hieman pienemmät kuin aiemmin tarkasteltavien yritysten joukossa. Täytyy tosin huomata myös se, että tässä joukossa on kuitenkin suhteellisesti hieman vähemmän niitä yrityksiä, joilla ei ole lainkaan kasvutavoitteita kuin aiemmin tarkasteltujen yritysten ryhmässä.

Voidaan siis todeta, edellisiä johtopäätöksiä tukien, että yhteiskunnallisen/ympäristöllisen päämäärän merkityksen kasvaessa myös yrityksen kasvuhakuisuus ja optimistisuus tulevaisuuden suhteen kasvaa. Tässä osuudessa huomattiin myös, että yhteiskunnallinen yrittäjyys vetoaa akateemisesti korkeasti koulutettuihin. Myös tämä trendi näyttää kasvavan yrityksen yhteiskunnallisen orientation kasvaessa.

Loppupäätelmiä

Tämän selvityksen kohteena olevat yritykset ovat hyvin moninaisia. Pyrimme kuitenkin hahmottamaan ja rajaamaan joukon niiden tavoitteen tai päämäärän perusteella. Toisin sanottuna, jos kohteena olevat yritykset muodostaisivat kerhon, olisi sen ensimmäisenä jäsenyyskriteerinä pyrkimys yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun. Kun tämän kriteerin on täyttänyt, täytyy kerhoon pyrkivän myös ilmoittaa, että yrityksen voitonjako heijastelee tätä pyrkimystä. Toisin sanottuna, kerhon täysjäsenyys edellyttää, että yrityksen tuoma voitto investoidaan takaisin toimintaan ja siten yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisuun.

Ilmiö on hyvin läheistä sukua yhteiskuntavastuullisille yrityksille. Työ- ja elinkeinoministeriö määrittelee yhteiskuntavastuun seuraavasti: ”Vastuullinen yritystoiminta (CSR Corporate Social Responsibility) tarkoittaa yrityksen toimintaa, jossa yritykset yhdistävät vapaaehtoisesti sosiaaliset ja ekologiset näkökohdat liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa sidosryhmiensä kanssa.”⁴

Ilmaisu ’yhdistää...sosiaaliset ja ekologiset näkökohdat liiketoimintaansa’ viittaa samantyyppiseen ajatukseen kuin kyselyn ilmaisu ’yhteiskunnallisen tai ympäristöllisen ongelman ratkaisu’. Molemmissa on kyseessä muukin kuin voiton tavoittelu. Ero tulee kuitenkin siitä, miten nämä arvot liittyvät yrityksen toimintaan ylipäätään. Yritysten harjoittaman yhteiskuntavastuullisen toiminnan arvosidonnaisuutta voisi kuvata siten, että siinä arvot ikään kuin liitetään osaksi yrityksen toimintaa. Tällaisesta toiminnasta on kyse silloin, kun esimerkiksi metsäalan yritys rahoittaa jääkiekon nuorisotyötä. Yhteiskunnallisten yritysten kohdalla taas arvot ovat itse yritystoiminnan keskiössä. Esimerkiksi perhekodin päämääränä on kasvattaa lapsista hyviä ja onnellisia ihmisiä. Molemmissa tapauksissa yrityksen keskeinen päämäärä on voiton tavoittelu – kuinka yritys voisi muuten toimiakaan. Mutta jälkimmäisessä tapauksessa yrityksen päämäärä on myös yhteiskunnallisen ongelman ratkaisu.

Yhteiskuntavastuullisten yritysten joukko on täten suurempi kuin yhteiskunnallisten yritysten joukko, koska kaikki jälkimmäiset ovat myös edellisiä, mutta ei päinvastoin. Toisaalta erottelu ei ole täysin selkeä ja voidaan väittää, että kyseessä on vain aste-ero. Kyselyssämme ratkaisimme tämän ongelman yrityksen voitonjakoa koskevan kysymyksen muodossa. Tuntuu luontevalta ajatella, että jos yhteiskunnallisesti motivoitunut yritys käyttää voittonsa toimintansa edistämiseen, niin sen toimintaa ohjaavat yhteiskunnalliset arvot varsin voimakkaasti.

Ovatko kaikki myönteisesti vastanneet yritykset sitten yhteiskunnallisia yrityksiä Ison-Britannian hallituksen määritelmän mukaan tai voidaanko kyselyn perusteella päätellä tarkasti yhteiskunnallisten yritysten määrä Suomessa? Tuskin. Kyseessä ei ole kerho, jonka jäseneksi on erityisen vaikea päästä. Jäsenien joukosta varmasti löytyy myös yrityksiä, joiden ei ihan kaikkien mielestä kuuluisi siellä olla. Näin erityisesti siksi, koska kyseessä on yrityksen itsensä ilmoittama sopivuus kuvaukseen, mikä luonnollisesti avaa oven erilaisille tulkinnoille. Samoin on kerhon ulkopuolelle melko varmasti jäänyt yrityksiä, jotka joidenkin mielestä ihan selvästi sen jäseniksi kuuluisivat.

4 (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009.)

Uskomme tästä huolimatta, että valtaosa yrityksistä, jotka ovat ilmoittaneet täyttäneensä jäsenyyskriteerit voitaisiin myös kriteerejä hienosäätämällä edelleen laskea joukkoon kuuluviksi. Tämä selvitys on keskustelunavaus ja sellaisena sitä tuleekin tulkita. Yritysten antamat vastaukset herättävät lisäkysymyksiä, ja aineistoa katsellessa herää halu kysyä 'miksi nämä yritykset ovat kasvuhakuisia?' tai 'mitä ne tarkkaan ottaen ymmärtävät yhteiskunnallisella ongelmalla?'. Selvityksemme on tuottanut tulosta, jos nämä ja muut saman tyyppiset kysymykset heräävät. Koemme tärkeäksi, että näihin kysymyksiin ryhdytään hakemaan täsmällisiä vastauksia. Onko tämä selvitys sitten askel eteenpäin yhteiskunnallisten yritysten tunnistamiseksi Suomessa? Toivomme niin.

Aloitimme tämän kirjoituksen kysymyksestä, 'missä määrin suomalaisia pk-sektorin yrityksiä motivoi muikin kuin voiton tavoittelu, ja miltä tällaiset yritykset, sikäli kun niitä on, näyttävät?' Kysymyksen ensimmäiseen osan vastaus on, että yhtä seitsemästä suomalaisesta pk-sektorin yrityksestä motivoi ympäristöllisen tai yhteiskunnallisen ongelman ratkaisu. Toisin sanottuna monen yrityksen päämäärä on yhteiskunnallinen muutos. Saimme myös selville, että näin suuntautuneet yritykset ovat kasvuhakuisempia ja optimistisempia tulevaisuuden suhteen kuin muu pk-sektori. Tämän lisäksi löysimme joukon yrityksiä, jotka nostavat yhteiskunnallisen päämäärän toimintansa keskiöön. Näiden yritysten joukossa kasvuhakuisuus ja optimistisuus ovat vielä suurempia ja ne vetoavat akateemisesti korkeasti koulutettuihin. Lisäselvitykset voisivat asian varmentaa, mutta käsillä olevan aineiston perusteella voisi varovaisesti väittää, että yhteiskunnallinen/ympäristöllinen orientaatio tekee yrityksistä kasvuhakuisempia ja optimistisempia. Raportoimme siis hyviä uutisia.

Jatkotoimenpiteiksi esitämme, että:

- ilmiöstä tehdään kattava lisäselvitys. Selvityksen keskiössä pitää olla olemassa olevat yrittäjät ja sen tulee, muiden aiheiden ohella, tarkemmin kartoittaa kasvuhakuisuutta, optimismia ja yrittäjien koulutustaustaa. Tämän selvityksen tulee myös tehdä esityksiä yhteiskunnallisen yrittäjyyden määrittämiseksi ja sen edistämiseksi edelleen Suomessa.
- yhteiskunnallisten yritysten järjestäytymistä positiivista muutosta tuovaksi liikkeeksi tulee tukea. Tulee luoda kevyt ja demokraattinen rakenne, jossa nämä yritykset voivat vaihtaa keskenään ajatuksia ja käytäntöjä, mutta ennen kaikkea rakenteen tulee palvella yritysten äänen kuuluville tuomista.
- Suomen tulee osallistua yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä käytävään keskusteluun Euroopan ja maailman tasolla. Kyseessä on globaalisti kasvava liiketoiminta ja on Suomen kannalta järkevää olla mukana sen kasvussa.
- yhteiskunnallisesti/ympäristöllisesti suuntautuneelle yrittäjyydelle tulee identifioida potentiaaliset kasvusektorit. Suurin on hyvinvointipalvelujen tarjoaminen yrittäjyyden keinoin. Esimerkiksi kouluruokailun järjestäminen: jos ruokailu järjestetään yrityksen voimin, voisi tämä yritys olla yhteiskunnallinen yritys. Omistajina voisivat olla vaikkapa kunta tai kaupunki, vanhempainyhdistykset, koulut ja miksei myös vanhemmat itse. Yrityksen pitäisi tavoitella voittoa, etteivät osakkeenomistajat joutuisi kärsimään tappiota, mutta samalla omistajien etu olisi, että ruoka on hyvää ja terveellistä, sitä riittää kaikille lapsille, ja että voitto käytetään palvelun kokonaisuuden parantamiseen.

-
- tulisi selvittää mahdollisuutta luoda lainsäädännön tukema malli yhteiskunnalliselle yrittäjyydelle, joka on selkeä, yksinkertainen, ja tekee yritysten perustamisen helpoksi ja nopeaksi. Jos tällainen malli päätetään kehittää, tulee se kehittää yrittäjien kanssa tiiviissä yhteistyössä ja heidän tarpeitaan kuunnellen.
 - olemassa olevat yrittäjyyttä tukevat rakenteet tulee saattaa ajan tasalle yhteiskunnallisen yrittäjyyden suhteen ja näiden rakenteiden tulee tunnistaa yhteiskunnallisen yrittäjyyden erityispiirteet.
 - kaikissa yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen liittyvissä toimenpiteissä pitää ottaa huomioon ero sosiaaliseen yrittäjyyteen. Britanniassa sosiaaliset yritykset (social firms) luetaan osaksi yhteiskunnallisia yrityksiä, koska niiden yhteiskunnallinen päämäärä on työllistäminen, mutta ne muodostavat vain pienen osan koko kentästä.

Cabinet Office (2009a) Social enterprise background.

URL: <http://www.cabinetoffice.gov.uk/third_sector/social_enterprise/background.aspx> Viitattu 16.4.2009.

Cabinet Office (2009b) Social enterprise action plan.

URL: <http://www.cabinetoffice.gov.uk/third_sector/social_enterprise/action_plan.aspx> Viitattu 16.4.2009.

Lindholm, Timo & Hietala, Harri (2009) Pk-yritysbarometri, kevät 2009. Suomen Yrittäjät ry & Finnvera Oyj: Helsinki.

Marthe Nyssens (ed.) Social Enterprise. At the crossroads of market, public policies and civil society. Routledge: London.

Pättiniemi, Pekka (2006) Social Enterprises as Labour Market Measure. Akateeminen väitöskirja. Kuopion yliopiston julkaisuja E. Yhteiskuntatieteet 130. Kuopion yliopisto.

Suomen Tilastokeskus (2009) Suomen yritykset 2007. Tilastokeskus: Helsinki.

Työ- ja elinkeinoministeriö (2009) Vastuullinen yritystoiminta.

URL: <<http://www.tem.fi/index.phtml?s=888>> Viitattu 16.4.2009.