

SOS-Lapsikylän varainkeruuseen liittyvä kartoitus PK-yrityksistä

Sven Saxén



Tekijä(t) Sven Saxén	
Koulutusohjelma Myyntityön koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko SOS-Lapsikylän varainkeruuseen liittyvä kartoitus PK-yrityksistä.	Sivu- ja liitesivumäärä 35 + 2
Opinnäytetyön otsikko englanniksi Fundraising research for SOS Children's Villages concerning small and middle size companies	
<p>Opinnäytetyössä kuvataan teoriaosuudessa varainhankintaa ja yhteiskuntavastuuta yleisesti ottaen. Työn varsinainen tutkimus osuus koostuu kyselytutkimuksesta kartoittaen pk-yritysten kiinnostusta yhteiskuntavastuulliseen hyväntekeväisyyteen ja erityisesti SOS-lapsikylille.</p> <p>Kyselytutkimus toteutetaan puhelinkyselynä niin, että tavoitteena saada 30 vastaajaa. Yritykset prospektoidaan maantieteellisesti niiltä alueilta, joissa on Lapsikylätoimintaa. Lisäksi yritystiedot tarkistetaan Fonectasta tai muista yritystietolähteistä niin, että kyselyyn valikoituu tutkimuksen kannalta potentiaalisia firmoja. Oletuksena, että menestyvillä yrityksillä suurempi halukkuus panostaa yhteiskuntavastuuseen myös taloudellisesti.</p> <p>Puheluihin vastanneista laaditaan Exel-taulukoon tiedot ja muistiinpanot. Näiden pohjalta laaditaan lopullinen analyysi ja esitetään tutkimustulokset. Exel-taulukkoa ei julkaista opinnäytetyössä sen luottamuksellisuuteen perustuen.</p>	
Asiasanat Varainkeruu, PK-yritykset, yhteiskuntavastuu, kyselytutkimus	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Toimeksiantajan esittely	1
1.2	Tutkimus.....	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne.....	2
2	Tietoperusta 1: Varainkeruu.....	4
2.1	Inspiraatio ja syy lahjoitukselle	4
2.2	Raha vai muu lahjoitus?	4
2.3	Erilaisia varainkeruu tapoja.....	5
3	Tietoperusta 2: Myyntiprosessi varainkeruussa	7
3.1	Keskustelun tavoitteellisuus.....	7
3.2	Hyvät käytöstavat ja kohteliaisuus.....	7
3.3	Ajankäyttö ja eteneminen.....	8
4	Tietoperusta 3: Yhteiskuntavastuullinen toiminta	9
4.1	Yhteiskuntavastuun merkitys	9
4.2	Esimerkkitapauksia yhteiskuntavastuusta	9
4.3	Viestinnän ja todellisuuden ero.....	10
5	Teorian yhteenveto.....	12
6	Kyselytutkimus pk-yrityksille.....	13
6.1	Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu	13
6.2	Menetelmävalinnat perusteluineen.....	14
6.3	Aineisto ja käytetyt analyysit.....	15
7	Tutkimuksen tulokset.....	17
7.1	Tulokset pk-yritysten yhteiskuntavastuullisuudesta	17
7.2	Tulokset pk-yritysten kiinnostuksesta SOS-Lapsikylätyötä kohtaan	21
7.3	Yhteenveto.....	25
7.3.1	Yritysten prospektointi ja sen vaikutus tuloksiin.....	25
7.3.2	Yhteiskuntavastuullisuuden toiminnan laajuus	26
7.3.3	Halukkuus tukea SOS-Lapsikylätyötä.....	27
8	Pohdinta	29
8.1	Tulosten tarkastelu omilla tulkinnoilla.....	29
8.2	Kehittämisen- ja jatkotutkimusehdotukset.....	30
8.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	31
8.4	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	32
	Lähteet	34
	Liitteet.....	36
	Liite 1. Perinteisen raportin rakenne	36
	Liite 2. Kyselylomake pk-yrityksille.....	37

1 Johdanto

Mietin pitkään ja rauhassa opinnäytetyöni ideaa ja se vaihteli mielessäni muotoaan useaan otteeseen. Johtoajatukseni oli, että haluan oppia jotain uutta prosessin aikana ja toivoin myös, että työni olisi merkityksellinen eli siitä olisi hyötyä jollekin. Toimeksianto oli tavoitteenani, sillä tiesin siinä tapauksessa työni linkittyvän hyvin vahvasti käytännön työelämän ongelmiin tai aiheisiin, jotka kaipaavat selvitystä. Halusin myös sopivaa haastetta itselleni niin, että oma aktiivisuuteni ja projektin johtaminen näkyisivät ja konkretisoituisivat käytännössä.

Yksi olennaisimmista seikoista liittyen toimeksiantaja yrityksen etsimiseen oli nimenomaan merkityksellisyyden kokeminen ja aito halua antaa oma panos kehitystyölle.

Arvomaailmojen täytyi siis kohdata. Olen myös erittäin kiinnostunut yhteiskunnallisista asioista laajemmin ja oman historiani ja nykytilanteen näkökulmasta erityisesti perheiden ja lasten hyvinvoinnista. Halusin toisin sanoen ottaa myynnillisen näkökulman lisäksi poikkitieteellisen elementin tutkielmaani. Haaveinani on myös jatko-opiskelut erikoistukseni humanistiselle alalle, olkoon se sitten yhteiskuntatieteitä, historiaa, psykologiaa tai mitä ikinä muuta itseäni kiinnostavaa.

Kaiken tämän keskiössä on kuitenkin myyntiprosessi ja sen heijastuminen varainhankintaan. Myynnin koulutusohjelma on tarjonnut minulle valtavan hyvät työkalut asiakkaan ymmärtämiseen ja neuvottelutaitoihin. B2B myynti on ratkaisumyyntiä parhaimmillaan ja hyvissä kaupoissa molemmat osapuolet ovat tyytyväisiä saavutettuun ratkaisuun. Tähän päästäkseen tulee ymmärtää myyntiprosessia ja toteuttaa se onnistuneesti käytännössä. Varainhankinnassa kulminoituu merkityksellisyyden ja vaikuttamisen mahdollisuus. Win-win-tilanne on mahdollista saavuttaa, kun osataan löytää oikeat intressit osapuolten välille.

1.1 Toimeksiantajan esittely

SOS-Lapsikylä organisaatio on kansainvälinen lastensuojelu järjestö, joka aloitti toimintansa Suomessa vuonna 1962. Perinteinen malli toiminnalle on ollut kylämäisen yhteisön luominen, jossa huostaanotetut lapset on sijoitettu sijaisperheeseen. Sijaisperheessä toimii joko äiti tai äidin lisäksi myös isä. Nykyään Lapsikylätoiminta tekee laajaa perhekuntoutustyötä lapsiperheiden tukemiseksi. (SOS-lapsikylätyö Suomessa)

Lapsikylä-organisaatio tekee merkittävää kehittämistyötä lasten ja nuorten sekä perheiden elämän parantamiseksi yhteistyössä kuntien ja maakuntien kanssa. Ydinajatuksena on

taata turvallinen ja tasapainoinen kasvuympäristö lapselle. Kuntarahoituksella mahdollistetaan suurin osa Lapsikylätoiminnasta. Yksityis- ja yrityspuolen lahjoitukset ovat kuitenkin kriittisen tärkeä osa kokonaistoimintaa ja näillä varoilla rahoitetaan useita lastensuojeluun ja nuorisotyöhön suunnatuista projekteista. (SOS-lapsikylätyö Suomessa)

Lapsikylätoiminta on myös tulosvastuullista, johon liittyy ennaltaehkäisevän toiminnan ja asiantuntijoiden mahdollistaman työn vaikutukset kokonaiskustannusten pienentämiseen lastensuojelun ja perhekuntoutuksen sektorilla. Pyritään ja tehdään siis yhteiskunnallisesti erittäin merkittävää työtä. Luvut havainnollistavat tarpeen SOS-lapsikylätoiminnalle. 100 000 lasta suomessa tarvitsee lastensuojelun tukitoimia ja 18 000 lapsella ei ole mahdollista asua omassa kodissaan. (SOS-lapsikylätyö Suomessa)

Ylisukupolvisen lastensuojelutarpeen ehkäiseminen on olennaista kestävän kehityksen kannalta. Siksi itsenäistymisvaiheessa olevia nuoria tuetaan esimerkiksi opiskeluun liittyvissä kysymyksissä. Ylitse-projekti on hyvä esimerkki vertaistuen antamisesta lapsiperheiden vanhemmille, jotka ovat itse olleet huostaanotettuja. (SOS-lapsikylätyö Suomessa)

SOS-lapsikylätyön kumppanuus ohjelma kuntien kanssa on huomioitu palkinnoilla. Kunnallinen lastensuojeluteko 2017 ja ARVO-teko 2016. Lahjoitukset kohdennetaan mm. lasten terapiakustannuksiin, itsenäistyvien nuorten tukemiseen sekä lasten ja nuorten harrastus ja leiritoimintaan. Tukiperhetoiminta ja uusien sijaisvanhempien koulutus aiheuttaa myös kustannuksia. (SOS-lapsikylätyö Suomessa)

1.2 Tutkimus

Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Miten pk-yritykset toteuttavat yhteiskuntavastuuta?
2. Onko pk-yrityksillä kiinnostusta lahjoittaa rahaa lapsikylätoimintaan?

Tutkimus toteutetaan kyselytutkimuksena puhelinhaastatteluiden kautta ja tavoitteena saada konkreettista aineistoa, jonka pohjalta SOS-Lapsikylän varainhankinta toimintaa voitaisiin kehittää ja laajentaa.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyöni koostuu yleisestä teoriaosuudesta liittyen varainkeruun luonteeseen selittäen mistä on kysymys. Lisäksi kuvaan varainkeruuprosessin teoriaa ja siihen liittyviä

käytäntöjä. Toinen teoriaosuus koostuu myyntiprosessista varainkeruun näkökulmasta. Kolmas teoriaosuus kuvaa yleisesti yritysten yhteiskuntavastuuta. Varainkeruussa yhdistyvät ja toimivat hyvin vahvasti myynnilliset elementit ja näiden taitojen hallitseminen on varmasti hyödyksi myös varainkeruuprosessia ymmärtääkseen.

Itse tutkimuksellinen osuus koostuu edellä mainitusta toteutuksesta, josta tehdään analyysi ja päätelmät. Lisäksi kuvaan lopuksi omaa oppimistani ja projektin hallintaa. Ennen tutkimuksen tekoa olen luonnollisesti laatinut aikataulun ja projektisuunnitelman, jotka myös kuvaan työssäni.

2 Tietoperusta 1: Varainkeruu

Varainkeruulla tarkoitetaan yhteisön tai järjestön pyrkimystä saada tai hankkia rahallista tukea toiminnalleen. Yleensä varainkeruu kohdistetaan yrityksille, jotka saattaisivat olla kiinnostuneita järjestön toiminnasta. Tärkeää on pystyä perustelemaan minkä takia yritysten kannattaisi olla mukana tukemassa järjestöä. Toisin sanoen rahalahjoittajat tulisi saada innostumaan lahjoituksen kohteesta. Yritykset saattavat odottaa jonkinlaista lisäarvoa vastikkeeksi lahjoituksestaan tai muusta tuestaan. Pyytämällä rahaa varainkeruuseen, vedotaan samalla yritysten vastuuntuntoon. (Heyman, 2015 s.28)

2.1 Inspiraatio ja syy lahjoitukselle

Etenkin nykyaikana yritykset haluavat toimia vastuullisesti ja tiedostavat oman toimintansa merkityksen suhteessa ympäröivään yhteiskuntaan. Varainkeruussa on tärkeää, että kohde yritys on sellainen toimija, jolla ainakin teoriassa olisi kiinnostusta ja potentiaalia osallistua lahjoittajaksi. Perusedellytyksenä voidaan pitää, että organisaatioiden arvomaailmat kohtaavat ja siitä päästään sitten tarkemmin perehtymään itse varainkeruu kohteeseen. Joka kerta kun yritys lahjoittaa rahaa varainkeruuseen saadaan maailmasta tehtyä hieman parempi paikka. (Heyman, 2015 s.28)

Nykyään monessa yrityksessä on mahdollista toteuttaa hyväntekeväisyyttä tai yhteiskuntavastuullista toimintaa palkallisena parina päivänä vuodessa. Tämä avaa mahdollisuuksia hyödyntää tilannetta kannustavasti niin, että toiminta voitaisiin kohdistaa jonkin tietyn organisaation hyväksi. Tällaisista päivistä saadaan muodostettua yhteisöllinen kokemus jos henkilöstö on mahdollista saada mukaan samaan aikaan vaikkapa johonkin tempaukseen, jolla kerätään varoja tietyn järjestön tukemiseen. (Networkworld/article 3011647)

2.2 Raha vai muu lahjoitus?

Yleisesti ottaen raha on lähestulkoon aina paras ja helpoin lahjoituksen muoto. Sitä on helppo käsitellä ja se voidaan kohdentaa juuri organisaation tarpeiden mukaiseen toimintaan. Toki tavara- tai palvelulahjoitukset ovat myös hyödyllisiä erityisesti silloin, jos ne ovat juuri oikeaan käyttötarkoitukseen tarkoitettuja. Mietitään esimerkiksi vaikkapa urheiluseuraa, joka tarvitsee joukkueelleen pelipaitoja. Tällaisessa tapauksessa urheiluvälinekauppa tai vaatevalmistaja pystyisi melko helposti ja edullisesti auttamaan seuraa juuri oikealla tavalla. Rahalahjoituksissa pitää muistaa, että osa siitä saattaa mennä hallinnointikuluihin. (consumerreports.org, best charities)

Isommilla organisaatioilla, joilla on koordinoitua toimintaa omalla erikoisalallaan, vaikkapa juuri SOS-Lapsikylällä tarve rahalahjoituksille on olennaista. Toiminta on erikoistuneempaa ja monet projektit täytyy rahoittaa jollain keinolla. Yleensä luodaan jotain täysin uutta tai sitten kustannukset koostuvat nimenomaan henkilöstökuluista. Nykypäivänä ja tulevaisuudessa esimerkiksi aplikaatioiden ja sovellusten kehittäminen eri palveluiden työkaluiksi ja alustoiksi on hyvinkin olennaista ja strategian mukaista. Tällaisten projektien kustannukset ovat melko kalliita. Itse kehitystyö on kustannusten kannalta olennaista, mutta myöhemmin ylläpito maksaa myös rahaa ja resursseja. (SOS-Lapsikylätyö Suomessa)

Edelliseen aiheeseen viitaten potentiaalisia yhteistyökumppaneita myös varainkeruuseen liittyen saattaisikin löytyä juuri ohjelmistofirmojen joukosta. Esimerkkinä pro bono perusteinen kehitys ja yhteistyö kuvio tai alennus kehitystyöstä aiheutuvista kuluista.

2.3 Erilaisia varainkeruu tapoja

Yksi suosituimmista ja tehokkaimmista tavoista kerätä rahaa organisaatiolle on niin kutsuttu Peer-to-Peer varainkeruu. Siinä keräyksen kohteelle on luotu omat nettisivut ja sitten yhteistyökumppanit jakavat sivulle johtavaa linkkiä omilla kotisivuillaan. Näin tavoitetaan tehokkaasti suuri joukko ihmisiä. Itse lahjoitus tapahtuu myös yhteistyökumppaneiden sivujen kautta. Tällaisessa lahjoitusmuodossa on hienoa, että potentiaalisten varainkeruumahdollisuuksien lisäksi lahjoituksen kohde saa lisää näkyvyyttä. (qgiv, fundraising-ideas)

Sähköposti kirje on perinteinen ja selkeä tapa toteuttaa varainkeruuta. Siinä pystytään selkeästi tuomaan tekstimuodossa esille viesti, joka halutaan välittää yrityksille ja muille kohderyhmille. Se voidaan laatia vaikkapa kutsun muotoon ja se kannattaa aina räätälöidä henkilökohtaiseen ja yksilölliseen sävyyn. Kannattaa laittaa myös linkki varainkeruu sivustolle ja antaa lyhyt selostus organisaation toiminnasta. Kutsu saattaa olla yleinen ilmoitus osallistumisesta varainkeruuseen tai se saattaa olla kohdistettu erityiseen tapahtumaan, johon halutaan yhteistyökumppaneita mukaan. Joka kerta täytyy muistaa kiittää jo olemassa olevasta tai aikaisemmasta osallistumisesta. Kiitos ja positiivinen sävy toimii yleisenä kohteliaisuutena myös uusille kontakteille. (qgiv, fundraising-ideas)

Yksi tapa tehdä varainkeruuta yritysten kautta on esimerkiksi säännölliset lipaskeräykset esimerkiksi kahviloiden tai ravintoloiden kassojen luona. Vastaavasti lipaskeräyksiä

voidaan toteuttaa teemapäivinä tai tiettyinä järjestettyinä keräyspäivinä. Tällöin siinä ei välttämättä tarvita erikseen yritysyhteistyötä. Jos yritys valmistaa myytäväksi tuotteita, voidaan tuotteiden myyntihinnasta lahjoittaa tietty osuus hyväntekeväisyyteen mikä tukee kohdeorganisaation varainkeruuta. (qgiv, fundraising-ideas)

Erilaiset tempaukset ja tapahtumat voivat toimia varainkeruu väylinä. Tällaiset järjestetyt tapahtumat keräävät yleensä huomiota etenkin hyvin mainostettuna. Silloin pystytään saamaan suuret ihmismassat liikkeelle ja järjestö, jonka toimintaa tukemaan tapahtuma on järjestetty, saa paljon näkyvyyttä. Tapahtuman osallistumismaksusta voidaan ohjata tietty osuus kohdeorganisaatiolle tai voidaan ilmoittaa puhelinnumero mihin soittamalla osallistuu keräykseen. Hyvinä esimerkkeinä toimivat konsertit, joiden tuotto ohjataan jonkin hyvän asian tueksi. Tunnettuna esimerkkinä vaikkapa Live Aid-konsertti. Yleensä tällaisiin tilanteisiin on asetettu myös tavoiteraja keräyssummaksi. Sen tarkoituksena on toimia kannustimena ihmisille. (qgiv, fundraising-ideas)

3 Tietoperusta 2: Myyntiprosessi varainkeruussa

Varainkeruu toimii hyvin myynnillisistä lähtökohdista. Erityisesti jos tavoitteena on saada rahalahjoituksia. Myyntiprosessin hallitseminen ja myyntipsykologian ymmärtäminen ovat silloin erityisen tärkeitä asioita, jotta päästään tavoiteltuun lopputulokseen. Asiakkaan kuunteleminen on aina tärkeintä ja täytyy löytää sellaisia asioita, jotka vievät keskustelua haluttuun suuntaan. (Charityinfo, FRvsSales)

3.1 Keskustelun tavoitteellisuus

Täytyy aina muistaa miksi asiakasta eli lahjoittajaa tavoitellaan ja mihin lopputulokseen pyritään. Siksi on tärkeää, että neuvotteluissa ja vuoropuheluissa on punainen lanka tai jonkinlainen käsikirjoitus, jonka pohjalta edetään. Näin keskustelu ei ala rönsyilemään liikaa ja asiakkaallakin on selkeä käsitys mistä puhutaan. Myyntiprosessia on selkeä hallita reaaliajassa, kun se tapahtuu joko kasvotusten yritysten edustajien kanssa tai sitten puhelimen välityksellä. (Charityinfo, FRvsSales)

Keskustelun välityksellä tapahtuva vuoropuhelu elää aina tilanteen mukaan ja siksi varainkerääjän on oltava koko ajan valppaana ja kuulosteltava korva herkkänä, miten asiakas reagoi keskusteluun. Jotta tavoitteeseen päästäisiin eli keskustelu saadaan clousattua onnistuneesti on tärkeää, että asiakas tuntee olonsa hyväksi ja kokee päätöksensä merkitykselliseksi. (Huippumyynti, asiakkaan luottamus)

Asiakkaan puheesta tulisi aina löytää yhtymäkohtia varainkeruun kohteeseen niin, että saadaan asiakkaalle tärkeät asiat tuotua esiin ja yhdistettyä ne varainkerääjän esittämiin argumentteihin. Yhteisymmärrys on avain asia kohti harmonista yhteistyötä. (Charityinfo, FRvsSales)

3.2 Hyvät käytöstavat ja kohteliaisuus

Hyvät käytöstavat kuuluvat olennaisena osana vuoropuheluun myynnissä ja varainkeruussa. Asiakasta tulee aina kunnioittaa eikä omaa mielipidettä tai asiaa saa väkisin tuputtaa. Jos asiakas sanoo heti puhelinoiton alkuun, ettei hänellä ole aikaa juuri sillä hetkellä, täytyy silti olla ystävällinen ja hyväksyä asia. (Huippumyynti, asiakkaan luottamus)

Aitous on olennaista, jos haluaa olla uskottava. Se edesauttaa myös tekemään varainkeruusta mielekästä ja erityisesti pitkällä aikavälillä tämä on hyvinkin olennaista.

Asiakas kyllä huomaa, jos myyjä tai varainkerääjä teeskentelee. Aitous helpottaa myös asettumista asiakkaan asemaan ja ymmärtämään häntä. (Huippumyynti, asiakkaan luottamus)

Vaikka yhteistyökuviota ei pääsisikään muodostumaan, on silti hyvin tärkeää, että organisaatiosta jää yritykselle positiivinen ja hyvä mielikuva. Joka tapauksessahan ollaan onnistuttu tiedottamaan organisaation toiminnasta ja tulevaisuudessa aluksi kielteisen päätöksen tehneet yritykset saattavat haluta aloittaa yhteistyön tai kertoa varainkeruu organisaatiosta positiivisesti muille yrityksille. (Huippumyynti, asiakkaan luottamus)

3.3 Ajankäyttö ja eteneminen

Keskustelumuotoisessa vuoropuhelussa ei aivan tarkkaa aikamäärettä voida antaa varainkeruu keskustelulle. Toki, jos ollaan saatu sovittua fyysinen tapaaminen asiakkaan kanssa, pitää olla tiedossa aikaraja. Puhelinsoitoissa ja erityisesti kylmäsoitoissa on kohteliasta aluksi ilmoittaa kyselyn tai tiedustelun arvioitu aikamääre. Näissä tilanteissa aluksi sovittu aika ei kuitenkaan läheskään aina toteudu vaan usein puhelu saattaa kestää huomattavasti pidempään, kun asiakas lämpenee. (Dista, Älä kuuntele)

Aikarajan venyminen tulisi olla aina kuitenkin asiakaslähtöistä ja varainhankkijan tulisi suhtautua siihen positiivisesti. Tällöinhän asiakas on selvästi kiinnostunut aiheesta ja mahdollisuudet onnistuneeseen varainhankintaprosessiin ovat suuremmat. Jos Varainhankkija huomaa, että asiakas ei ole myötämielinen ja hän on haluton vastaamaan kysymyksiin, kannattaa olla tehokas ja päättää keskustelu nopeasti, mutta sulavasti. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että heti alkuunsa tulisi luovuttaa. Asiakkaalla saattaa olla ehkä vaikeuksia ymmärtää mistä aiheesta on kysymys tai hän saattaa olla epävarma siitä ovatko hänen vastauksensa oikeita ja edustavatko ne yrityksen etua suhteessa varainkerääjän esittämään aiheeseen. (Markinst, ujokin myyjä loistaa)

Toisin sanoen epävarmuus ei ole sama asia kuin kielteisyys. Silloin asiakasta kannattaa rohkaista kertomaan omin sanoin siitä, miten hän suhtautuu varainkerääjän esittämään aiheeseen. Aihehan täytyy joka tapauksessa pohjustaa ennen kuin voidaan alkaa pyytämään lahjoitusta tai keskustelemaan mahdollisista yhteistyökuvioista. Hyvä keskustelun kulku on sellainen, missä vuoropuhelun omaisesti päästään kevyen keskustelun kautta itse aiheeseen ja esittämään lopuksi varainkeruun kohde ja käyttötarkoitus niin, että se tukee aikaisemmin esille tulleita asiakkaalle ja yritykselle tärkeitä seikkoja. (Markinst, ujokin myyjä loistaa)

4 Tietoperusta 3: Yhteiskuntavastuullinen toiminta

Yhteiskuntavastuullisella toiminnalla voidaan tarkoittaa lain määrittämiä toimienpiteitä kuten verojen maksuja. Yhteiskuntavastuullisen toiminnan kenttä on todellisuudessa hyvinkin laaja ja lähes rajaton. Tämä tarkoittaa sitä, että yritykset voivat itse keksiä ja luoda projekteja, joilla ovat mukana tukemassa positiivista kehitystä yhteiskunnassa. Vastuualueita on monenlaisia kuten sosiaalinen, taloudellinen, kehityksellinen, poliittinen tai ympäristöllinen vastuu. (Adeyeye, 2015 s.3)

4.1 Yhteiskuntavastuun merkitys

Yhteiskuntavastuullisessa toiminnassa yhdistyvät ainakin kolme elementtiä ja ne ovat laillisuus, eettisyys ja usein myös kansainväliset normit. Yhteiskuntavastuusta on tullut nykypäivänä myös kilpailuvaltti. Asiakkaat ovat yhä valveutuneempia ja osaavat vaatia yrityksiltä vastuullista toimintamallia. Vastuullisella toiminnalla on siis usein suora yhteys liikevaihtoon. Sen lisäksi, että vastuullisella toiminnalla on positiivisia vaikutuksia yrityksille, on vastuuttomalla tai välinpitämättömällä toiminnalla joskus hyvinkin tuhoisia seurauksia liiketoiminnalle. Ääritapauksissa viranomaiset saattavat asettaa sakkoja ja sanktioita tai jopa lopettaa tai kieltää yrityksen toiminnan. Usein yhteiskunnallisesti vastuuttomalla toiminnalla on kuitenkin vaikutusta asiakkaisiin, jotka alkavat boikotoimaan yritystä. (CSRtimes, Corporate and society)

Yritysvastuulla saattaa olla monia eri nimiä kuten yrityskansalaisuus, yrityshyväntekeväisyys, yhteisösuhteet, yritys-yhteisö sitoutuminen, yhteisön kehittäminen, yritysvastuu, globaali kansalaisuus tai yrityksen sosiaalinen markkinointi. Tiivistettynä yhteiskuntavastuu tarkoittaa sitä, miten liiketoimintaprosesseja hallitaan niin, että tuloksena on kokonaisvaltaisesti positiivinen vaikutus yhteiskuntaan. (CSRtimes, Corporate and society)

4.2 Esimerkkitapauksia yhteiskuntavastuusta

Coca-Cola:

Vuonna 2007 Coca-Cola julkaisi mitattavissa olevan seitsemän kohtaisen vastuullisuus ohjelman, jonka osia ovat; juoman hyödyt, aktiivinen elämäntapa, yhteisö, energia ja ilmasto, kestävä pakkaaminen, vesien hoito sekä työpaikka. Näihin kaikkiin osiin päätettiin

antaa erityishuomiota vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta. Code of conduct on yleinen termi asiakirjalle, josta ilmenee yrityksen yhteiskuntavastuun osa-alueet, toiminta ja sisältö. Coca-Colan tapauksessa sieltä löytyy mm. ohjeita korruption ehkäisemiseksi. (Utrechtlawreview)

Valtiot ja virastot tarkkailevat jatkuvasti yritysten toiminnan laatua. Vuonna 2003 Intian hallitus löysi kielletyn määrän torjunta-aineita Coca-Colan tuotteista. Lisäksi nämä aineet olivat pilanneet vesilähteitä. Kyseinen tapaus antoi hyvin ikävän kolauksen tuotteen brändi-imagolle ja Coca-Colan myynti putosi Intiassa 40% vuodessa. (Utrechtlawreview)

Walmart:

Walmart on niin suuri yritys, että sen vaatimukset ja asetukset jakelijoille koskien tuotteiden laatua ja työntekijöiden kohtelua ovat vaikuttaneet kansainvälisiin standardeihin ja jopa lainsäädäntöön ainakin kansallisella tasolla. Walmart on ottanut tärkeäksi tavoitteekseen kasvihuonekaasujen vähentämisen. Lisäksi yritys haluaa panostaa investoimalla koulutukseen ja terveyteen. Myös nälänhädän torjuminen ja paikallisten viljelijöiden tukeminen ovat tärkeitä kehityshankkeita. (Utrechtlawreview)

Vuonna 2005 Walmart jäi kiinni lapsityövoiman käytöstä Bangladeshissa. 10-14 vuotiaat lapset työskentelivät 50 dollarin kuukausipalkalla tehtaissa. Vuonna 2001 Kaliforniassa käynnistettiin joukko-oikeudenkäynti, johon oli saatu 90 000 henkilön nimet. Kanne koski naispuolisten työntekijöiden syrjintää Walmartin myymälöissä. (Utrechtlawreview)

4.3. Viestinnän ja todellisuuden ero

Suomalainen luksus-vaatemerkki Balmuir viestii omilla verkkosivuillaan olevansa vastuullinen yritys, joka panostaa ja valvoo tuotantoketjun olosuhteita aina alkutuottajalle asti. Tästä vahvistuksena Amfori BSCI:n jäsenyys, joka on yritysten ohjaama järjestö ja joka on sitoutunut parantamaan tuotantolaitosten olosuhteita ympäri maailman. Mm. työterveys ja muut henkilöstön hyvinvointiin vaikuttavat asiat on erikseen listattu. Balmuir korostaa, että kaikki jakelijat ja tuottajat on tarkoin valittu. Lisäksi tehtailla tehdään kuulemma säännöllisesti auditointeja. (Balmuir/vastuullisuus)

Todellisuudessa ainakin Intian tehtailla Balmuir ei pidä huolta työntekijöistään. Minimipalkkoja ei makseta eikä myöskään ylityösääntöjä noudateta. (Finnwatch/Balmuir) Balmuirin Intiassa sijaitsevalla nahkatehtaalla työturvallisuuteenkaan ei ole kiinnitetty tarpeeksi huomiota. Liiman haju on niin kauhea, että se pyöryttää eikä ohuista hengityssuojaimista ole paljon apua. Lisäksi on mahdotonta tietää, millaisissa oloissa alihankkijoilta saadut nahat on esimerkiksi värjätty. Todellisuudessa koko tuotantoketjua ei siis missään nimessä ole selvitetty ja tarkistettu. (Kauppalehti/Balmuirin tehtaas)

Skandaaleista ja epäselvyyksistä saattaa olla jotain hyötyäkin tulevaisuuden kannalta. Monesti asioiden paljastuttua, yritysten on pakko tai ainakin järkevää ryhtyä välittömiin toimenpiteisiin vastuullisuusasioiden kuntoon laittamiseksi. Aina laiminlyönnit eivät ole tarkoitushakuisia, vaikka ne eivät silti oikeuta vääränlaiseen viestintään ja vastuun pakoiluun. Asiat tulisi aina huolella selvittää ennen kuin aletaan toimimaan. Todellinen vastuullisuus on proaktiivista, jossa ollaan itse aktiivisia sekä oma-aloitteisia eikä reagoida vasta kun on liian myöhäistä.

5 Teorian yhteenveto

Kuten teoriaosuuksissa toin esiin, liittyy myyntiprosessi hyvin vahvasti varainkeruuseen. Yhteiskuntavastuullisessa yhdistys- ja organisaatiotoiminnassa varainkeruun onnistuminen kulminoituu siihen, miten hyvin myyjä pystyy tuomaan edustamansa tahon arvomaailman esiin niin, että se kohtaa asiakkaan eli lahjoittajan arvomaailman. Tämä kaikki vaatii kokonaisuuden ymmärtämistä sekä myyjän että asiakkaan puolelta. Asiakkaalla pitää olla käsitys siitä miksi hänen kannattaa lahjoittaa varoja organisaation toimintaan. Kun näin tapahtuu, asiakas saa lisäarvoa toiminnalleen ja lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta ympäröivään maailmaan ja yhteiskuntaan.

Vastavuoroisesti yritykset saavat positiivista julkisuutta yhteistyöstä yhteiskunnallisesti merkittävien organisaatioiden tukemisesta. Positiivisen arvomaailman välittäminen koetaan nykypäivänä vahvaksi itseisarvoksi. B2b-myynti on aina myös osittain human to human-myyntiä ja sen takia psykologisten taitojen hallinta ja ihmisen aito ymmärtäminen nousevat keskiöön varainkeruu tilanteissa. Varainkeruun kohteet erityisesti SOS-Lapsikylätyössä liikkuvat hyvin inhimillisellä sektorilla.

Positiivinen arvomaailma ja siihen liittyvä aito auttamisen halu ja konkreettiset teot muodostavat kokonaisuuden, joiden kautta varainkeruulla mahdollistetaan työ ja kehitys kohti parempaa maailmaa. Useimmissa tapauksissa kaikki se maksaa itsensä takaisin yhteiskunnan mittakaavassa ainakin pidemmällä aikavälillä. Tämä on tärkeää kollektiivisen vastuuntunnon kannalta.

6 Kyselytutkimus pk-yrityksille.

Tarkoituksena on selvittää pk-yritysten kiinnostusta yhteiskuntavastuullista hyväntekeväisyyttä kohtaan ja siitä johdannaisena saada tietoa miten tärkeäksi Lapsikylätoiminta koetaan yritysten keskuudessa. Lopputuloksena saada selville mitkä ovat ne intressit, joiden pohjalta haluttaisiin olla mukana lahjoittamassa rahaa toiminnan ylläpitämiseksi. Tarkoituksena pohjustaa kohderyhmää win-win tyyppiseen ajatteluun, jossa ymmärretään yrityslahjoitusten käytännön merkitys SOS-Lapsikylille ja sitä kautta yhteiskunnalle.

Pyrin kyselyä tehdessäni tuomaan esille positiiviset vaikutukset yrityksen kannalta. Esimerkiksi julkisuuskuvan paraneminen, aidon kehittämistyön ja vaikuttamisen mahdollisuus sekä kollektiivisen vastuuntunnon ymmärtäminen.

6.1 Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu

Koska tarkoitukseni on tehdä opinnäytetyöni nopealla aikataululla, tarkoittaa se käytännössä sitä, että teoriaosuus kirjoitetaan valmiiksi jo hyvin varhaisessa vaiheessa. Toisin sanoen huhtikuun ensimmäisen viikon loppuun mennessä. Tätä kirjoittaessani olen jo aloittanut kyselytutkimuksen tekemisen ja sen eteneminen tapahtuu kirjoitusprosessin ohella. Saan käytännöstä myös hyvää materiaalia opinnäytetyötäni varten. Koska kyselytutkimus on aikaa vievää puuhaa tehdessäni sen puhelinhaastatteluna, täytyy etenemistä seurata numeraalisesti ja kurinalaisesti niin, että päivä- ja viikotavoitteet täyttyvät. Tämä on erittäin tärkeää, sillä vaikka kirjoitusprosessia voi tarvittaessa nopeuttaa ja tehdä vaikka keskellä yötä, soittoajat ovat hyvin rajalliset yrityksille eli käytännössä maanantaista perjantaihin klo. 8-16.

Kun teoriaosuus on saatu kasaan ja kirjoitusprosessi näin ollen edistynyt jo pitkälle, on paremmin aikaa panostaa itse soittamiseen ja tutkimuksen loppuvaiheen raportoimiseen eli analyysin ja päätelmien kirjoittamiseen. Olen teoreettisesti laskenut, että päästäkseni tavoitteeseeni 30 vastausta, vaatii se vähintään yhden onnistuneen haastattelun päivässä. Käytännössä en joka päivä pysty tekemään täysipainoista soittotyötä vaan aika täytyy kompensoida joko etu- tai jälkikäteen. Mielellään tietysti etupainotteisesti, sillä muuten tulee kiire lopussa ja suoritus saattaa kärsiä. Kirjoitusprosessit voi huoletta jättää analyysin suhteen viikonlopuille. Ajankäytössä täytyy huomioida, että pelkästään prospektointiin ja asiakkaiden tavoittamiseen saattaa mennä yllättävän paljon aikaa.

Tutkimuksen aloitus oli kuitenkin lähes aikataulussa ja tärkeintä olikin saada kysymyslomake sellaiseen muotoon, ettei sitä tarvitse enää kesken tutkimuksen muokata mikä aiheuttaisi lisätyötä ja sekoittaisi jo saatuja vastauksia. Kun rakenne on hyvin hallussa, on helppo alkaa toteuttamaan työtä. Kyselytutkimuksenkin tulisi olla viittä vaille valmis huhtikuun loppuun mennessä. Sen jälkeen ei olekaan kuin pari viikkoa aikaa tehdä loppuanalyysit ja yhteenvedot ennen Urkund-palautusta. Homma siis pakettiin ennen kesälomia. Jokaiseen välivaiheeseen kuuluu valvojan kanssa käyty palautekeskustelu mikä auttaa hahmottaan suorituksen tasoa ja etenemistä.

6.2 Menetelmävalinnat perusteluineen

Olen valinnut tutkimustyyppisen opinnäytetyön, koska päädyin tekemään sen toimeksiantona yritykselle, jonka työhön ja arvomaailmaan uskon. Lisäksi minulla on omakohtaista kokemusta SOS-Lapsikylätoiminnasta. Lisäksi minua houkuttaa nimenomaan ajatus siitä, että toteutuksellani on jonkinlainen käytännön arvo ja merkitys ja, että tutkimusta voidaan käyttää tuloksellisesti hyödyksi tulevaisuudessa varainhankinnassa. Joka tapauksessa tuloksien on tarkoitus antaa vastauksia kysymyksiin alueelta, josta ei aikaisemmin ole ollut tietoa, eli nimenomaan pk-yritysten potentiaalista tukemaan SOS-Lapsikylän varainhankintaa.

Mietin aluksi tekeväni toteutuksen sähköpostikyselyllä, mutta lopulta puhelinhaastattelu tuntui ainoalta oikealta vaihtoehdolta. Kyselytutkimus on rakenteeltaan laadullinen tutkimus, vaikka haastatteluita on paljon. Osa kysymyksistä on avoimia ja osa taas ei. Tarkoituksena on johdatella vastaaja aiheeseen yleisesti yhteiskuntavastuullisesta ajattelusta yksinkertaisten kysymysten avulla itse Lapsikylätoimintaan niin, että ymmärretään asiayhteys ja mahdollisuudet.

Haluan, että haastattelut ovat keskustelumuotoisia kuitenkin niin, että haastateltava eli yrityksen edustaja on enemmän äänessä ja saa rohkeasti kertoa omia ajatuksiaan ja näkemyksiään. Painotan ja rohkaisen vastaajaa alussa kertomalla, että vääriä vastauksia ei ole. Puhelinhaastattelun etuna on myös lisäksi se, että kun olen tavoittanut yrityksen edustajan ja saanut häneltä luvan aikaa viitisen minuuttia haastatteluun, on hyvin todennäköistä, että saan vastaukset kaikkiin kysymyksiin ja tulokset ovat heti käytettävissäni.

Puhelinhaastattelun aikana esiin saattaa tulla myös sellaisia näkökulmia ja asioita, joita en ole tullut itse ajatelleeksi ja siitä saattaa muodostua hyviä kehitysideoita. Minulla on myös lisämotivaatiota puhelinhaastatteluina toteutettavan tutkimuksen tekemiselle, sillä olen toimeksiannon yhteydessä saanut mahdollisuuden suorittaa puhelinmyynnin harjoittelun samassa yhteydessä.

Ajallisesti tutkimus tulee viemään paljon aikaa jo pelkästään soittoihin liittyen. Puheluiden kestot saattavat vaihdella optimistisesta viiden minuutin minimi ajasta jopa puoleen tuntiin. En aio hoputtaa asiakasta eli yrityksen edustajaa vain sen takia, että itselläni olisi kiire. Tarkoituksena on saada luotettavia ja huolellisia vastauksia niin, että vastapuolelle jää positiivinen mieli vuorovaikutuksesta kanssani ja SOS-Lapsikylästä.

Prospektoinnissa en ole tehnyt selkeää rajausta yritysten liiketoiminnan suhteen, mutta alueellista jakoa on toimeksiantajan kanssa käytyjen keskustelujen perusteella tehty. Etelä-Suomesta on Pääkaupunkiseudun lisäksi eritelty Turun alue. Sen lisäksi omina alueinaan Tampere ja Oulu. Jakoon on syynä Lapsikylätoiminnan maantieteelliset painopistealueet.

6.3 Aineisto ja käytetyt analyysit

Teoriaosuuksiin olen luonnollisesti kerännyt materiaalia kirja- ja nettilähteistä. Näiden lähteet löytyvät lähdeluettelosta ja niihin on viittaukset teksti osuuksissa.

Kyselytutkimuksen pohjaksi laadin yhdessä SOS-Lapsikylän yritys yhteistyöpäällikön Annemi Usva-Vänttisen kanssa kysymyslomakkeen, jonka pohjalta tein haastattelut. Osa kysymyksistä on luonteeltaan avoimia, jolloin vastaaja saa omin sanoin kertoa yrityksensä yhteiskuntavastuullisesta toiminnasta. Valmiita vastausvaihtoehtoja on annettu kohdassa, jossa kartoitetaan mielenkiintoisinta SOS-Lapsikylätoiminnan osa-aluetta.

Kysely on jaettu kahteen osaan, joista ensimmäinen käsittelee yritysten näkökulmaa yhteiskuntavastuuseen ja toinen osa perehdyttää johdannon kautta SOS-Lapsikylätoimintaan. Olen laatinut Exel-taulukon, olen kirjannut tiedot yrityksestä ja haastattelemastani henkilöstä. Siitä ilmenee nimi, titteli, puhelinnumero ja sähköpostiosite. Lisäksi olen merkannut soittopäivän ja lyhyet muistiinpanot, joiden perusteella pystyn kirjoittamaan analyysit ja lopullisen raportin. Koska henkilötietosuojaan vedoten pidän vastaajat opinnäytetyössäni anonyymeinä, tulen viittaamaan heihin ja yrityksiin numeroilla 1-30. Nämä numerot löytyvät kohdennettuina Exel-taulukosta niin, että opinnäytetyön

arvioijat ja toimeksiantajani SOS-Lapsikylästä tietävät mistä vastaajasta on kulloinkin kyse.

Haaga-Helian opinnäytetyön ohjaajat ja toimeksiantajani siis saavat Exel-tilin käyttöönsä. Tämä toimii myös tarvittaessa todisteena siitä, että tutkimus tulokset ja haastattelut ovat todellisia ja kontaktihenkilöihin voidaan tarvittaessa olla yhteydessä. Erityisesti tästä on apua niissä tapauksissa, joiden osalta olen saanut luvan olla myöhemmin yhteydessä koskien varainkeruuta ja yritys yhteistyötä.

7 Tutkimuksen tulokset

Tarkastelen vastauksia yksittäin ja järjestyksessä numeroituna 1-30. Numeroita vastaavat yritykset löytyvät salassa pidettävästä Exel-liitteestä. Tuon vastauksissa esiin kaikki tärkeimmät kyselytutkimukseen liittyvät näkökulmat ja vastaukset. Jos jotain kysymyslomakkeen kysymyksen vastausta ei erikseen ole analysoitu, tarkoittaa se silloin sitä, että siihen on annettu vastaus, joka tulee esille muiden kysymysten kautta tai vastaus on ollut kielteinen, jolloin sillä ei ole erityistä merkitystä vastauksen analyysin kannalta.

7.1 Tulokset pk-yritysten yhteiskuntavastuullisuudesta

1) Turussa toimiva kemian alan yritys ei tee rahalahjoituksia millekään organisaatiolle. Sen sijaan se pyrkii opiskelijavuorovaikutukseen tarjoamalla harjoittelupaikkoja ja sitä kautta työllistämään nuoria mukaan työelämäänsä. Yritys tiedosti tavanomaiset yritys vastuun muodot kuten verojen maksun Suomeen ja piti sitä tärkeänä.

2) Etelä-Suomessa toimiva eläinrehun tuotantoon keskittyvä yritys kokee toimivansa yhteiskuntavastuullisesti ja perusasiat ovat kunnossa lain ja verojen maksun noudattamisen suhteen. Perinteenä on ollut lahjoittaa joulun alla rahaa eläinten hyvinvointia tukeville järjestöille. Se on linjaus, josta ei poiketa. Tärkeimpänä motivaationa on auttamisen halu.

3) Etelä-Suomessa toimiva elintarvikealan yritys on osallistunut yhteiskuntavastuulliseen toimintaan tukemalla mm. Hurstin Organisaatiota lahjoittamalla elintarvikkeita köyhille. He ovat proaktiivisia nuorison suhteen järjestämällä tehdas kierroksia ja kertomalla toiminnastaan. Tähän kuitenkin kuuluu liiketoiminnallinen näkökulma, että nuoret ovat nykyisiä ja tulevaisuuden asiakkaita.

4) Helsingissä sijaitseva tekniikan alan yritys piti yhteiskuntavastuullisuutta tärkeänä ja solidaarisuuden merkitys suomalaisessa yhteiskunnassa nousi esiin. Siihen liittyen haluavat työllistää ja tukea suomalaista työvoimaa.

5) Helsinkiläinen elintarvikealan yritys panostaa työntekijöiden oikeuksiin ja olojen parantamiseen niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Ulkomailla tämä tarkoittaa jakeluverkoston perusteellista tuntemista ja siihen perustuvaa yhteistyötä. Luonnonmukainen toiminta ja kestävä kehitys tärkeää. Osallistuneet hyväntekeväisyys keräykseen mm. Nenäpäivänä.

6) Helsinkiläinen ohjelmisto alan yritys ei koe tekevänsä konkreettista yhteiskunnallista vaikuttamista, mutta heille on tärkeää se, että heidän toiminnallaan on hyvin pieni tai lähes olematon hiilijalanjälki.

7) Oululainen insinöörialan suunnitteluyritys ei toimi aktiivisesti millään yhteiskuntavastuun erikoisalueella. Heille on kuitenkin erittäin tärkeää olla luotettava kumppani asiakkailleen ja yhteistyökumppaneilleen. Yhteiskuntavastuu koetaan kuitenkin yleisesti ottaen tärkeäksi asiaksi.

8) Helsinkiläinen kompostialan yritys kokee yhteiskuntavastuullisen toiminnan erittäin tärkeäksi. Heidän oma liiketoimintansa on ekologista jo itsessään. Yritys on lahjoittanut ekologisia kuivakäymälöitä eri Afrikan maihin ja Etelä-Amerikkaan. Yhteiskunnallisen toiminnan tukeminen perusasioiden ja -tarpeiden osalta koetaan tärkeäksi.

9) Jyväskyläläinen mittalaitteita valmistava yritys kokee turvallisuusasiat tärkeiksi elementeiksi yhteiskunnassa ja siihen heidänkin liiketoimintansa tähtää. Ekologisuus myös tärkeä osa-alue omassa toiminnassaan ja yleisesti ottaen.

10) Helsinkiläinen vaatealan yritys on erittäin tietoinen vastuullisuus asioista ja heidän liiketoimintansa pohjaa vastuulliselle maailmankuvalle. Lapsityövoiman ehkäiseminen erittäin tärkeä aihe. Myöskin muuta kansainväliseen vastuullisuuteen liittyvät teemat merkityksellisiä. Rahan lahjoittaminen on säännöllistä erityisesti ulkomaisille järjestöille.

11) Tamperelainen vaatealan yritys on hyvin vastuullisuustietoinen yritys ja ollut mukana rahallisesti tukemassa mm. Luonnonsuojeluliittoa. Yrityksen resurssit ovat pienet, mutta heillä on kova tahtotila olla mukana vaikuttamassa yhteiskunnalliseen ja vastuulliseen toimintaan.

12) Tamperelainen ohjelma-alan firma pyrkii toimimaan yhteiskunnallisesti vastuullisesti vaikkei selkeää strategiaa asiaan liittyen olekaan.

13) Oululainen konetekniikan yritys hoitaa lakisääteiset yhteiskunnalliset velvoitteensa ja maksaa veronsa. Pitää yhteiskunnallista vaikuttamista ja vastuullisuutta yleisesti ottaen tärkeänä. Ei selkeää erityishuomiota esimerkiksi yhteiskuntavastuullisissa projekteissa tai hyväntekeväisyydessä. Tosin joulun alla on ollut tapana antaa pieniä rahasummia eri järjestöille.

- 14) Tamperelainen vaatealan yritys pitää tärkeinä yhteiskuntavastuullisina asioina lapsityövoiman ehkäisemistä ja ympäristöasioista huolehtimista. Tuotteita valmistetaan Baltiassa, Ukrainassa ja Vietnämässä. Yritys tiedostaa lapsityövoiman riskit erityisesti Aasiassa. Yritys saattaa lahjoittaa rahaa joulun alla jollekin organisaatiolle.
- 15) Nokian ja Tampereen alueella vaikuttava vaatealan yritys rakentaa koko toimintansa kestävänsä kehityksen ja vastuullisuuden varaan. Se on heille tärkein arvo. Yrityksellä on ollut ja on koko ajan meneillään useita kampanjoita ja yhteistyökuvioita liittyen esimerkiksi rahalahjoituksiin tai muuten eri organisaatioita tukevaan toimintaan. Metsähallitus ja Väestöliitto olleet yhteistyökumppaneita muiden joukossa.
- 16) Jyväskyläläinen ilmastointialan yritys kokee vastuullisuusasiat erittäin tärkeiksi ja nuorten urheiluseurojen tukeminen sponsoroimalla tai peliasujen hankkimisella on ollut osa toimintaa.
- 17) Helsinkiläinen autopesulatoimintaa tekevä yritys hoitaa lakisääteiset yhteiskuntavelvoitteensa ja auttaa nuorisoa työllistymään tarjoamalla kesätöitä ja työharjoittelupaikkoja. Ymmärtävät työllisyyden tukemisen merkityksen yhteiskunnan kannalta. Pienimuotoista urheiluseurojen sponsorointia on ollut tutuissa piireissä.
- 18) Tampereläinen vaatevalmistaja pitää yhteiskuntavastuullista toimintaa tärkeänä ja on tukenut urheiluseuroja lahjoittamalla urheiluasuja.
- 19) Vaajakoskelainen vaatealan yrittäjä hoitaa yhteiskuntavastuulliset perusvelvoitteensa ja on tukenut paikallisia urheiluseuroja pienimuotoisilla sponsorikampanjoilla.
- 20) Turkulainen vaatealan yritys pitää yhteiskuntavastuullisuutta tärkeänä elementtinä yhteiskunnan kehityksen kannalta. Yrityksellä ei ole erityisiä painopistealueita tai strategiaa liittyen yhteiskuntavastuuseen. Perusvelvoitteet ja lakisääteiset asiat tietysti hoidetaan.
- 21) Tampereen alueella toimiva leipomo yritys ottaa kierrätysasiat vakavasti ja suosii suomalaisia raaka-aineita niin paljon kuin mahdollista. Yritys on ollut mukana yhteiskuntavastuullisissa projekteissa viimeisimpänä syrjäytymisen ehkäisemistä tukeva yhteistyöprojekti.
- 22) Tampereen alueella toimiva elintarvikealan yritys on ollut mukana monessa yhteiskuntavastuullisessa projektissa. Viimeisimpänä tukemassa syrjäytymisen vastaista

kampanjaa. Lasten ja nuorten asiat myös tärkeitä aiheita. Tuotteiden kotimaisuus ja kierrättäminen olennainen osa toimintaa.

23) Jyväskylän alueella toimiva elintarvikealan yritys lahjoittaa tuotteita ruoka-apuun ja on ollut mukana tukemassa urheiluseuroja rahallisesti.

24) Oulun ja Tampereen seudulla toimiva elintarvikealan yritys kokee tärkeiksi teemoiksi yhteiskunnallisesti henkilöstöasiat sekä syrjäytymisen ehkäisemisen. Ihmiset ovat siis keskiössä. Siksi yritys on tukenut paikallisesti ja nimenomaan lähiseudulla yhteiskunnallisesti tärkeitä järjestöjä.

25) Turun ja Helsingin seudulla toimiva alkoholialan yritys on hyvin aktiivinen yhteiskunnallisen vaikuttamisen rintamalla oman toimintansa suhteen ja vastuullisuusprojektit on selkeästi koordinoitu. Henkilöstö- ja ympäristöasiat tärkeitä. Omaan liiketoimintaan liittyen vastuullisesta juomisesta kannetaan huolta ja sen puolesta kampanjoidaan. Yliopisto- ja korkeakouluopiskelijoiden juhlia tuetaan, mutta samalla kampanjoidaan vastuullisen juomisen puolesta.

26) Helsinkiläinen ohjelmistoalan firma on yhteiskunnallisesti hyvin aktiivinen ja monipuolinen. Poikkeuksellisen avoin ja aktiivinen yrityskulttuuri heijastuu ennakkoluulottomuutena ja avoimuutena ihmisiä ja uusia ideoita kohtaan. Firmalla on vastuullinen toimintafilosofia niin, että projektit ja yhteistyöt mietitään ja toteutetaan nimenomaan vastuullisista lähtökohdista. Koodaajista osa toimii vapaa-ajallaan vapaaehtoisissa yhteiskunnallisissa projekteissa. Myös koululaisia ollaan osallistettu liiketoimintaan tutustumiseen ja sen suunnitteluun.

Yritys järjestää perjantaisin avoimia presentaatio-tilaisuuksia, joihin saa kuka tahansa tulla pitämään esityksen mistä tahansa. Tarkoituksena yhdessä oppiminen ja ideoiden vaihtaminen.

27) Tampereen alueella toimiva vaatealan yritys ottaa henkilöstöasiat vakavasti ja panostaa työntekijöiden hyvinvointiin. Tuotantoa ulkomailla omassa tehtaassa, joten valvonta on helppoa ja luotettavaa. Valmistuksessa käytetään sertifioitua puuvillaa ja yritys on mukana Ykkösketju-kampanjassa ihmisoikeuksien puolesta.

28) Helsinkiläinen vaatealan yritys pitää paikallista sopimista tärkeänä asiana työntekijöiden aidon hyvinvoinnin kannalta. Toimitusjohtaja on ollut myös politiikassa vaikuttamassa yhteiskunnalliseen keskusteluun. Yrityksen sisällä ymmärretään

työntekijöiden merkitys liiketoiminnan kannalta ja heitä arvostetaan. Yhteisöllisyyden ja kotimaisuuden korostaminen myös liiketoiminnassa, johon kuuluu osana laatu ja luottamus. Asiat tärkeitä myös yhteiskunnallisesti. Ylijäämä kankaita on annettu esimerkiksi päiväkoteihin askartelumateriaaliksi.

29) Turkulainen vaatealan yritys on sponsoroinut urheiluseuroja ja verojen maksu koetaan tärkeäksi yhteiskunnalliseksi vastuuksi.

30) Helsinkiläinen ohjelmistoalan yritys on harkinnut Antero Vartian keksimää Compensate-mallia, jossa oma hiilijalanjälki hyvitetään ylimääräisellä maksulla. Verojen maksua pidetään hyvänä asiana ja niiden avulla pystytään auttamaan ihmisiä kohdentamalla rahaa yleishyödyllisiin kohteisiin.

7.2 Tulokset pk-yritysten kiinnostuksesta SOS-Lapsikylätyötä kohtaan

1) Yrityksen edustaja piti itselleen tärkeimpänä nuorten harrastustoiminnan tukemista ja perusteluina se, että silloin nuorilla on mielekästä tekemistä ja he pysyvät poissa pahan teosta. Lisäksi liikuntaa tukee terveyttä ja hyvinvointia sekä toimii kantavana voimana myöhemmässä elämässä.

2) Yrityksen edustaja tuntee SOS-Lapsikylän toimintaa ja kokee kaikki toiminta-alueet yhteiskunnan ja organisaation toiminnan kannalta yhtä tärkeiksi.

3) Yrityksen edustaja ei tuntenut kovin hyvin Lapsikylän toimintaa, mutta oli erittäin kiinnostunut kuulemaan lisää ja halusi vierailla Lapsikylän sivuilla. Lisäksi hän oli kiinnostunut asiaan perehdyttyään mahdollisesta yhteistyökuvioista. Kaikki Lapsikylän toiminta-alueet olivat tärkeitä.

4) Yrityksen edustaja oli kuullut SOS-Lapsikylästä ja itsenäistyvien nuorten asiat tuntuivat erityisen tärkeiltä. Tämä johtuu siitä, että hän koki syrjäytymisen isona uhkana suomalaiselle yhteiskunnalle.

5) Lapsikylätoiminta osittain tuttu, mutta halusi kuulla lisää. Yhteistyö kiinnostaa myös mahdollisena lahjoituskohteena, mutta tämän vuoden kohteet on jo päätetty. Yrityksen

edustajaan saa kuitenkin olla yhteydessä ja sanoi myös voivansa olla avuksi jos tarvitsen lisätietoja yrityksen toiminnasta. Piti kaikkea Lapsikylän toimintaa tärkeänä.

6) Yrityksen edustajalle tärkeitä asioita ovat nuorten asiat ja tähän liittyy itsenäistyvien nuorten asiat sekä nuorten harrastustoiminnan tukeminen. Lisäksi mainitsi, että hänen mielestään yhteiskunta ei tee tarpeeksi nuorten hyvinvoinnin edistämiseksi. Tästä johtuen Lapsikylätyö oli hänen mielestään tärkeä asia. Ei kuitenkaan tuntenut toimintaa kovin hyvin aikaisemmin.

7) Yrityksen edustaja on kuullut Lapsikylästä ja nuorten harrastustoiminta nousi tärkeimmäksi osa-alueeksi Lapsikylätyössä.

8) Yrityksen edustaja on kuullut Lapsikylästä ja kiinnostunut periaatteessa tukemaan toimintaa esimerkiksi kansainväliseen toimintaan liittyen. Koki tärkeäksi lasten varhaiseen hyvinvointiin puuttumisen tärkeäksi. Tämä liittyy myös juuri perustarpeiden täyttymiseen ja siitä seuraavaan positiiviseen kehitykseen.

9) Lapsikylätoiminta oli osittain tuttu ja oli tietoinen Vaajakosken nuorisokodista. Vertaistuen merkitys nousi esiin erityisesti nuorten asioissa. kerroin Ylitse-projektista, joka on Lapsikylän luoma aplikaatio liittyen itsenäistyvien nuorten ja lapsia saaneiden henkilöiden vertaistukeen. Yrityksen edustaja mainitsi vastaavanlaisen aplikaation liittyen nuorten vertaistukiryhmään.

10) Lapsikylätoiminta oli hyvinkin tuttua yrityksen edustajalle. Ollut edellisen työnantajansa kautta yritysyhteistyössä SOS-Lapsikylän kanssa. Kaikki toiminnan osa-alueet tärkeitä. Avoin yhteistyölle ja erittäin kiinnostunut Lapsikylätyöstä.

11) SOS-Lapsikylätoiminta on tuttua ja nuorten liikuntaan panostaminen koetaan hyvinkin tärkeäksi. Periaatteessa avoin yhteistyölle, mutta kuluvan vuoden projektit ja yhteistyökuviot jo päätetty.

12) Yrityksen edustaja on kuullut Lapsikylän nimen ja kerroin hänelle lisää toiminnasta. Lasten ja nuorten harrastustoiminnan tukeminen oli tärkeää. Resurssit eivät riitä rahalliseen tukemiseen.

13) Itsenäistyvien nuorten asiat ja lasten ja nuorten harrastustoiminnan tukeminen olivat erityisen lähellä sydäntä. Ymmärsi harrastusten merkityksen kehityksen kannalta ja toivoi

siihen panostettavan yhteiskunnassa. Lapsikylä voisi olla lahjoituskohde nimenomaan joulun alla kertaluonteisesti.

14) Yrityksen edustajalle tärkeimmiksi asioiksi nousivat tukiperhetoiminta ja perheiden perustarpeiden ja asioiden hoitaminen. Niistä rakentuu kaikki muu hyvä. Lahjoitushakemuksen tai pyynnön voi laittaa marraskuussa.

15) Lapsikylä toiminta on erityisen tuttua yrityksen edustajalle ja hän onkin ollut yksityislahjoittajana. Ensi vuoden puolella avoin yhteistyökuvioille Lapsikylän suhteen mahdollisesti rahalahjoituksen muodossa. Kaikki SOS-Lapsikylän tekemä työ on erittäin tärkeää.

16) Resurssit ovat sen verran niukat, ettei tällä hetkellä ole varaa lähteä uusiin yhteistyöhankkeisiin ainakaan lahjoituksen muodossa. Lapsikylätoiminta on tuttua ja tukiperhetoiminta koetaan erittäin tärkeäksi osaksi perheiden jaksamista ja hyvinvointia. Myös perheiden tukemisen yhteiskunnallinen merkitys osattiin huomata.

17) SOS-Lapsikylä ei ollut entuudestaan tuttu, joten kerroin yrityksen edustajalle toiminnasta. Liikunnan tukeminen ja nuorten aktivoiminen erityisen lähellä sydäntä.

18) Lapsikylätoiminta oli yrityksen edustajalle osittain tuttua, joten kerroin lisää. Tukiperhetoiminta koettiin tärkeäksi ja Unelmista totta-projekti kiinnosti kovasti, koska se liittyy lasten ja nuorten liikuntaharrastusten tukemiseen. Tällä hetkellä ei mahdollisuutta antaa rahallista tukea SOS-Lapsikylälle.

19) Tukiperhetoiminta ja lasten ja nuorten liikunta nousivat tärkeimmiksi Lapsikylän toiminta-alueiksi.

20) Yrityksen edustajalle Lapsikylän toiminta on erityisen tuttua ja hän on erään toisen yhdistyksen kanssa käynyt tutustumassa Kaarinan Lapsikylään ja lahjoittanut myös rahaa. Tällä hetkellä kyseisellä vaateyrityksellä ei ole mahdollisuutta lähteä mukaan tukitoimintaan. Perheiden tukeminen ja itsenäistyvien nuorten asiat koettiin tärkeiksi ja niiden yhteiskunnallinen merkitys ymmärrettiin vahvasti.

21) Yrityksen edustajalla on kokemusta nuorten harrastustoiminnasta, joten siltä pohjalta nuorten harrastustoiminnan tukeminen nousee arvostuksessa korkealle. On myös kuullut Lapsikylästä

- 22) Yrityksen edustaja on kuullut Lapsikylästä. Yritykseen saa olla yhteydessä ja oli avoin yhteistyölle.
- 23) Nuorten urheiluharrastusten tukeminen koetaan tärkeäksi, mutta tukiperhetoiminnan merkitys ymmärretään vahvasti juuri perusasioiden tärkeyden kannalta. Vaajakoski oli tuttu yrityksen edustajalle ja yhteistyö mahdollista, mutta yhteyttä otettava omistaja perheeseen.
- 24) Yrityksen edustaja oli kuullut Lapsikylästä ja arvomaailma kohtasi. Toiminta-alueeseen liittyen Tampereen ja Oulun seudulta voisi löytyä jotain tukimuotoa Lapsikylälle. Tosin Lapsikylän toiminta nimenomaan yrityksen toimintojen fyysiseen sijaintiin nähden nousi kysymykseksi eli onko tarpeeksi lähellä.
- 25) Lapsikylän toiminta oli tuttua ja sitä pidettiin hyvinkin tärkeänä. Tällä hetkellä ei uusia tukihankkeita aloiteta, mutta saa olla tulevaisuudessa yhteydessä ja avoin yhteistyölle.
- 26) Lapsikylän toiminta oli yleisellä tasolla tuttu, mutta kerroin tarkemmin asiasta. Kävimme yhdessä läpi ideoita millaisia yhteistyön muotoja voisi löytyä esimerkiksi Lapsikylän puolelta ja siten loimme mahdollisuuksia yhteistyölle, jos tulee sopiva projekti. Nämä seikat liittyivät Lapsikylän digitalisaation kehittämiseen ja erilaisiin koodausprojekteihin. Sain myös avoimen kutsun tulla pitämään presentaation Lapsikylästä.
- 27) Yrityksen edustaja on kuullut Lapsikylästä ja pohjautuen yrityksen arvoihin tukiperhetoiminta ja perheiden hyvinvointi koettiin tärkeiksi. Ehdottomasti saa olla yhteydessä ja avoin yhteistyölle.
- 28) Lapsikylä oli toimitusjohtajalle tuttu ja kerroin hieman lisää. Arvomaailmat kohtasivat ja toiminta koettiin todella merkitykselliseksi. Pienellä yrityksellä ei välttämättä mahdollisuutta tukea rahallisesti toimintaa, mutta ajatuksen tasolla niin lähellä samoja arvoja ja ideoita, että yhteistyö ei mahdoton ajatus. Itsenäistyvien nuorten asiat lähinnä sydäntä ja siitä syntyi paljon keskustelua. Miten yhteiskunta voisi paremmin yritystenkin toimesta huomioida nuoret työnhakijat. Lapsikylän projekti Unelmista totta-hanke sai kiitosta.
- 29) Lapsikylä on tuttu ja lastensuojeluun liittyen on kokemusta lähipiiristä. Itsenäistyvien nuorten asiat koetaan erityisen tärkeiksi. Myöskin nuorten harrastustoimen tukeminen nousi merkitykselliseksi. Yritys oli halukas lahjoittamaan urheiluasuja esimerkiksi Unelmista totta projektiin liittyen.

30) Startup-yrityksellä ei ole varaa tukea rahallisesti muita organisaatioita, sillä kaikki tulot menevät yrityksen kasvuun ja kehitykseen. Lapsikylä oli erittäin tuttu ja itsenäistyvien nuorten asiat koettiin ratkaisevan tärkeiksi mm. syrjäytymisen ehkäisemiseksi.

7.3 Yhteenveto

Tässä osiossa käsittelen ja tarkastelen saamiani vastauksia ja tuloksia. Tuon esiin tärkeimmät ja keskeisimmät seikat sekä niiden merkityksen liittyen tutkimuskysymyksiin ja sitä kautta vastauksiin. Tutkimuskysymykset ovat:

1. Miten pk-yritykset toteuttavat yhteiskuntavastuuta?
2. Onko pk-yrityksillä kiinnostusta lahjoittaa rahaa lapsikylätoimintaan?

7.3.1 Yritysten prospektointi ja sen vaikutus tuloksiin

Haastattelin 30 eri yrityksen edustajaa pk-sektorilta. Koska yritysten toimialaa ei ollut rajattu, jouduin prospektointivaiheessa päättämään ja valikoimaan potentiaalisia aloja, joista lähtisin yrityksiä etsimään. Kaksi kriteeriä ohjasi valintaprosessia. Halusin tavoittaa yrityksiä, joilla olisi selkeä vastuullisuusstrategia tai ne olisivat muuten kiinnostuneita vastuullisuusasioista. Toiseksi, potentiaalinen yhteistyöhalukkuus SOS-Lapsikylän kanssa oli kuitenkin se tärkein kriteeri.

Ensimmäiset soitot olivat kokeilevia eivätkä valikoituneet millekään tietylle alalle. Löysin muutaman hyvän listan netistä, joissa oli sijoitettuna vuosittain parhaiten menestyneitä pk-yrityksiä. Sitä kautta pääsin hyvään alkuun ja sain haastatteluja aikaiseksi. Nykyajalle tyypillisesti, joukossa oli paljon tekniikan- ja ohjelmistoalan yrityksiä. Huomasin kuitenkin nopeasti, että etenkin näiden yritysten joukosta en saanut suhteellisesti parhaita vastauksia esittämiini tutkimuskysymyksiin.

Päästyäni alkuun, aloin miettiä tarkemmin toimialakohtaista jaottelua soittolistalleni. Päädyin keskittymään ensisijaisesti vaate- ja elintarvikealan yrityksiin. Huomasin, että näiden alojen yrityksillä oli selkeästi paremmin ja tarkemmin määritelty vastuullisuusstrategiat ja niihin liittyen oli myös toteutettu paljon erilaisia projekteja. Syynä saattaa olla se, että näiden alojen yritystoimintaan kuuluu konkreettisten materiaalien tuottaminen, jotka siten vaativat paljon raaka-aineita ja siihen liittyvää tuotantoa ja henkilöstöä. Yritysten rahalahjoittamisen kanavakin oli usein juuri

tuotemyynnistä saatujen tulojen prosenttiosuus kampanjaluonteisesti jollekin organisaatiolle.

7.3.2 Yhteiskuntavastuullisuuden toiminnan laajuus

Lähtökohtaisesti kaikki yritykset pitivät yhteiskuntavastuuta tärkeänä. Joillekin yritysten edustajille oli kuitenkin hieman epäselvää mitä yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan. Yhteiskuntavastuu käsitettiin hyvin laaja-alaisena kokonaisuutena mitä se tietenkin on. Monet yritykset nostivat perusasioita esille kuten verojen maksun ja lakien noudattamisen. Nämä asiat saattavat tuntua itsestään selviltä, mutta silti kaikki yritykset eivät välttämättä näin toimi.

Kun puhutaan pk-yrityksistä, monilla niistä ei ole suuria resursseja tukea erilaisia organisaatioita rahallisesti. Sen sijaan suurimmalta osilta yrityksistä löytyi jonkinlaista tukitai sponsoritoimintaa. Helpoimmaksi tavaksi tukea yhdistyksiä tai yhteiskunnallisesti tärkeitä kohteita koettiin yritysten keskuudessa omien tuotteiden lahjoittaminen tai oman yrityksen toiminnallinen apu organisaatioille. Tällainen toiminta ei aiheuta suuria kustannuksia ja siinä apu menee suoraan tarkoitettuun käyttötarkoitukseen.

Osa yrityksistä oli keskittynyt tukemaan vain omaan alaansa liittyvää tai vaikuttavaa toimintaa ja se oli jopa osana yhteiskuntavastuullista strategiaa. Suurin osa yrityksistä oli kuitenkin avoin liittyen lastensuojeluun ja koki sen tärkeäksi elementiksi yhteiskunnallisesti. Lastensuojeluun liittyvien tukitoimien ja työn merkitys ymmärrettiin osana yhteiskunnallista kestävästä kehityksestä.

Osalla yrityksistä esimerkiksi rahalahjoitukset olivat hyvin satunnaisia tai kausiluontoisia. Joulunaika oli suosituin ajanjakso, jolloin rahalahjoituksia tehtiin. Osalla yrityksistä tämä oli ainoa hetki vuodessa, jolloin tuettiin millään tasolla ulkopuolista järjestöä tai organisaatiota. Vaatealan yritykset nousivat positiivisesti esiin vastuullisuusasioissa ja aktiivisuudessa. Tällä alalla oltiin aidosti motivoituneita vaikuttamaan kestävästä kehityksestä ja hyvinvoinnin lisäämiseksi apua tarvitseville tahoille ja yleisesti yhteiskunnassa sekä maailmanlaajuisesti.

Vaatealan yritykset olivat mukana monissa kampanjoissa, joissa esimerkiksi tuotteiden myynnistä lahjoitettiin osuus hyväntekeväisyyteen. Myöskin oman liiketoiminnan suhteen oltiin sitouduttu erilaisiin vastuullisuuslupauksiin ja ohjelmiin. Henkilöstön merkitys ja arvo koettiin lähes kaikkien yritysten keskuudessa yhdeksi tärkeimmäksi yritystoiminnan osa-alueeksi. Ihmisten työllistäminen ja työolosuhteiden parantaminen on yhteiskunnallisesti

erittäin merkittävää toimintaa ja se heijastuu monella eri tavalla. Käytännössä tuottavuus kasvaa ja ihmiset voivat paremmin. Kerrannaisvaikutukset saattavat olla hyvinkin suuret.

7.3.3 Halukkuus tukea SOS-Lapsikylätyötä

Kolmetoista yritystä sanoi olevansa kiinnostunut tukemaan Lapsikylätoimintaa jossain muodossa. Tämä tarkoittaa sitä, että näihin yrityksiin saa olla myöhemmin yhteydessä SOS-Lapsikylän yritys yhteistyöpäällikön toimesta. Mielestäni **13/30** myönteistä vastausta lopulliseen tutkimuskysymykseen ja päämäärään on hyvä saavutus ja antaa positiivisen signaalin yritysten todellisesta halukkuudesta vaikuttaa yhteiskunnallisesti ja nimenomaan lastensuojeluasioihin liittyen. **43%** on kuitenkin lähes puolet vastaajista. Jos niiden joukosta edes osa päättää ryhtyä tukemaan SOS-Lapsikylää, ollaan saavutettu jotain merkityksellistä ja tärkeää pk-yritysten sektorilla.

Tosin vastausten suhteen tulee olla kriittinen nimenomaan rahalahjoituksiin liittyen, joka olisi kaikkein helpoin ja paras tapa tukea Lapsikylätyötä. Kaikki halukkaat auttajat eivät pysty tai halua tehdä suoraa tai epäsuoraa rahalahjoitusta joko resurssien puutteen tai muiden syiden takia. Ei ole täysin varmaa, että löytyykö kaikkien halukkaiden tukijoiden kanssa sopivaa yhteistyö- tai tukimuotoa, jos rahalahjoitus ei ole mahdollinen.

Positiivista kuitenkin on, että kaikki vastaajat pitivät SOS-Lapsikylän työtä erittäin tärkeänä ja yhteiskunnallisesti merkittävänä. Huomattava osuus vastaajista koki erityisesti nuorten asiat ratkaisevan merkityksellisiksi niin harrastusmahdollisuuksien suhteen kuin itsenäistymiseenkin liittyen. Tukiperhetoiminta ja nimenomaan perheiden hyvinvoinnin tukeminen ymmärrettiin lasten olojen kannalta olennaisiksi.

Kerroin esittelyissäni yrityksille, miten SOS-Lapsikylä luo ja kehittää projekteja ja miten digitaalisuus ja tekninen kehitys voidaan ottaa mukaan uusiin innovaatioihin. Mainitsin Ylitse-projektista, jossa vertaistukea annetaan ja saadaan kännykkäsovelluksen avulla koskien sijaishuollosta itsenäistyneiden perheellisten ihmisten arjen ja elämän helpottamista. tavoitteena estää ylisukupolvista sijaishuoltotarvetta ja tunnistaa siihen liittyviä riskejä.

Toinen uusi projekti koskien lasten ja nuorten liikunnan ja harrastusmahdollisuuksien tukemista on nimeltään Unelmista totta! Siinä sovelluksen kautta pyritään tarjoamaan

alusta, jolla liikuntamahdollisuuksia tarjoavat urheiluseurat ja muut mahdolliset tahot voivat kohdata sellaisia lapsia ja nuoria, joilla ei ole mahdollisuutta harrastaa jotain lajia ympärivuotisesti. Tavoitteena, että jokaiselle lapselle löytyi yksi harrastusmahdollisuus.

Nämä esimerkit toimivat hyvinä referensseinä ja esimerkkeinä yrityksille. Ne saivat laajaa kannatusta ja joissain tapauksissa juuri esimerkiksi Unelmista totta-projekti koettiin sellaiseksi, jota oltiin valmiita tukemaan tai ainakin sitä pidettiin erittäin tärkeänä innovaationa. Halusin tietoisesti tuoda esiin tällaisen kehityshankkeen osittain juuri sen uutuuden ja ajankohtaisuuden takia. Vastaanotto oli kaiken kaikkiaan erittäin positiivinen.

Kokonaisuutena Lapsikylän tekemä työ koettiin tärkeäksi ja pk-yritysten joukosta löytyi laajaa kiinnostusta asiaa kohtaan. Lasten ja nuorten hyvinvointi on teema ja arvo, jolla on suuri merkitys yritysten ja ihmisten maailmassa. Yritykset ymmärsivät, että vaikka Suomi on hyvinvointivaltio, ei valtion ja kuntien resurssit riitä poistamaan kaikkea hätää ja kurjuutta ja että auttamisen kanavia on olemassa, joilla tätä asiaa voidaan helpottaa.

8 Pohdinta

Tässä luvussa pohdin ja tarkastelen tutkimuksen tuloksia omien päätelmien pohjalta. Mietin, miten tuloksia voidaan hyödyntää ja soveltaa ja miten itse koen saavutettavien vastausten merkityksellisyyden.

8.1 Tulosten tarkastelu omilla tulkinnoilla

Sain tutkimukseeni haastatteluiden kautta paljon hyviä ja kattavia vastauksia liittyen yhteiskuntavastuullisuuteen ja suhtautumiseen SOS-Lapsikylän tekemään työhön. Oli ilo huomata, miten positiivisia reaktioita aihe herätti vastaajissa. Yksi tärkeä tutkimustulos oli SOS-Lapsikylän tunnettavuus. Tämä seikka kertoo paljon brändin näkyvyydestä. Sitä kautta voidaan osittain arvioida, miten laajasti ollaan saatu levitettyä tietoisuutta Lapsikylän tekemästä lastensuojelutyöstä. Vaikka tämä seikka ei ollutkaan varsinainen tutkimuskysymys oli se kuitenkin mukana yhtenä haastattelukysymyksenä.

Tieto on tärkeä mm. markkinoinnin näkökulmasta ja se antaa suuntaa tarkasteltaessa tehdyn työn ja saavutettujen tulosten aikaansaamaa näkyvyyttä. Lisäksi mitä paremmin myytävä tai tiedotettava asia on entuudestaan tuttu, sitä paremmin asiakkaan tai lahjoittajan mieli on valmis hyväksymään ehdotetut asiat eikä asiaan perehdytystä tarvita niin paljon kuin jos mitään tietoa asiasta ei ole. Jos yritysten edustajille on jäänyt Lapsikylän nimi mieleen, se tarkoittaa todennäköisesti sitä, että on saavutettu tarvittava vaikutus viestinnän kannalta.

21 yritystä oli kuullut Lapsikylästä aikaisemmin ja se on mielestäni ihan kiitettävä luku ja verrannollinen SOS-Lapsikylän itse tekemään tutkimukseen. **21/30** on **70%** vastaajista. Siis vain alle kolmannes pk-yrityksien edustajista ei tiennyt mitä SOS-Lapsikylä tekee. Lapsikylän tärkeästä tehtävästä ja asemasta kertoo myös ihmisten halukkuus vastata haastattelukysymyksiin. Soittojen alussa esittelin itseni ja toimeksiantajan. Vain pari poikkeusta ilmoitti, ettei halua vastata kyselyyn, jos mitään konkreettista estettä haastattelulle ei ollut. Usein estyneiden tapausten kanssa pystyi sopimaan uuden soittoaajan.

Mielestäni oli hienoa huomata, miten ihmiset lämpenivät juttelun aikana ja kertoivat avoimesti käsityksiään yhteiskuntavastuusta. Vastaajien kommentteista heijastui aito välittäminen ja motivaatio kantaa huolta yhteisistä asioista ja yhteiskunnallisista teemoista sekä vastuullisuudesta laajemminkin. Moni vastaajista sanoi, että kaikki esittämäni vaihtoehdot Lapsikylätyöhön liittyen ovat erittäin tärkeitä. Tämä kertoo sen, miten hyvin

SOS-Lapsikyläorganisaatio on onnistunut jäsenilemään ja jaottelemaan toiminta-alueensa merkityksellisien ja vaikuttavien asioiden parissa. Myönteisten vastausten määrä koskien jatkoyhteydenottoa, kertoo mielestäni halukkuudesta vuoropuheluun lastensuojelutyöhön liittyen sekä yleisestä asenteesta vaikuttamisen mahdollisuuksiin yhteiskunnallisesti. Toisin sanoen tätä ei koeta merkityksettömänä ajanhukkana vaan potentiaalisena keinona ja ennen kaikkea mahdollisuutena rakentaa paremmat olosuhteet heikommassa asemassa oleville lapsille ja nuorille.

8.2 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset

Tein tutkimukseni kartoittamalla pk-yritysten kiinnostusta tukea Lapsikylätoimintaa. SOS-Lapsikylän sivuilta löytyy yritys yhteistyöosiosta pitkä lista yrityksistä, jotka ovat olleet edellisen vuoden aikana mukana tukemassa ja lahjoittamassa rahaa toimintaan. Listalla on satoja yrityksiä mikä on osoitus tuloksellisesta ja tehokkaasta varainhankinnasta. Toisaalta se kertoo myös halusta ja kiinnostuksesta olla mukana auttamassa lapsia ja nuoria.

Tutkimuksessani toin haastatteluiden kautta esille ne todelliset arvot ja osa-alueet, joita nimenomaan pk-yritysten edustajat pitävät tärkeinä. Yritykset itsessään ovat tärkeitä yhteiskunnallisia toimijoita ja niiden tapa toimia ja hoitaa velvoitteensa vaikuttavat yhteiseen hyvään kansalaisten näkökulmasta. Esimerkiksi verojen maksujen kautta kanavoidaan varoja erilaisiin kohteisiin ja tällä tavalla voidaan vaikuttaa niihin asioihin yhteiskunnassa, joita pidetään tärkeinä.

Sen lisäksi, että yritykset jo pelkillä lainmukaisilla perusvelvoitteiden hoitamisilla haluavat olla mukana tukemassa SOS-Lapsikylän tekemää lastensuojelutyötä kertoo positiivista vastuullisuuden ilosanomaa. Tärkeä osa kyselytutkimusta oli kohta, jossa yritysten edustajat saivat itse valita tai määrittellä mikä SOS-Lapsikylätyön osa-alueesta koetaan kaikkein tärkeimmäksi. Ensinnäkin tämä antoi vahvistusta ja uskoa sille, että myös yhteiskunnan kannalta muut merkitykselliset toimijat SOS-Lapsikylän ohella ajattelevat samalla tavalla kyseisen organisaation toiminnasta. Toisin sanoen ollaan oikealla tiellä ja suunta on erinomainen.

Tutkimuksen ja jo olemassa olevan kokemuksen pohjalta on tulevaisuudessa hyvä miettiä, miten pystytään ylläpitämään suhteita lahjoituksen tehneisiin pk-yrityksiin. Pidemmällä aikavälillä on tehokkaampaa ja tuottoisampaa tavoitella säännöllisiä kuukausilahjoittajia myös yritysten keskuudessa. Yksittäisten kertalahjoitusten

tapauksessa on todennäköisesti motivoivampaa, jos lahjoitus pystytään suunnata ja osoittaa juuri johonkin tiettyyn projektiin, jonka todelliset mahdollisuudet ja vaikutukset ymmärretään myös lahjoittajan puolelta. Tällaisesta esimerkkinä vaikkapa Unelmista totta-projekti. Jatkotutkimuksena voisi tulevaisuudessa mieltä miten esimerkiksi suuremmat lahjoittajat haluaisivat Lapsikylätyötä tai lastensuojelutyötä yleisesti ottaen kehottaa. Toisin sanoen asiakkaan kuunteleminen on tässäkin tärkeää. Yritysten joukosta saattaisi tulla yllättävänkin hyviä ehdotuksia ja näkökulmia.

Myöskin ne lahjoittajat, jotka eivät jostain syystä halua lahjoittaa uudestaan tulisi ottaa huomioon ja kysyä miksi näin tapahtuu ja olisiko jotain kohdetta tai toimintamallia millä motivaatio lahjoituksen jatkamiselle voitaisiin mahdollistaa.

8.3 Tutkimuksen luotettavuus

Laadulliseksi tutkimukseksi haastatteluita oli melko paljon. Uskon, että se tekee tutkimuksestani kuitenkin luotettavan. Vastauksia oli paljon samanlaisia ja jotkin osa-alueet olivat hyvinkin yhtäläisiä vastaajasta riippumatta. Tämä todistaa näiden osa-alueidenmerkityksellisyden ja voidaan helposti tehdä johtopäätöksiä sulkemalla tällaisissa asioissa pois sattuman mahdollisuuden, mikä muuttaisi väärillä tutkimustulosta.

Koska tein tutkimuksen niin ettei yritysten tai vastaajien identiteettiä paljasteta uskon, että se rohkaisi vastaajia olemaan avoimia ja rehellisiä. On olemassa kuitenkin mahdollisuus, että kyselyn ensimmäiseen osioon liittyen yleiseen yritys vastuuosuuteen vastaajat ovat antaneet silotellun kuvan verrattuna todelliseen kiinnostukseen ja aktiivisuuteen vastuullisuusasioissa. Toisaalta kysymykset ovat avoimia ja niihin haluttiin saada tarkkoja kuvauksia yritysten osallistumisesta yhteiskuntavastuullisiin projekteihin ja toimintoihin. Näihin kysymyksiin vastaukset tulivat lähes poikkeuksetta kattavasti ja tarkoin kuvauksin.

Koska kyselytutkimus tehtiin puhelinhaastatteluina en aina saanut tavoitettua ensisijaista toivomaani yrityksen edustajaa ja jouduin valitsemaan jonkun muun henkilön vastaamaan kysymyksiin. Usein ensisijainen henkilö olisi ollut toimitusjohtaja, sillä toimitusjohtajalla on yleensä kaikkein laajin käsitys yrityksen toiminnasta ja samalla myöskin päätösvalta yhteistyökuvioiden suhteen esimerkiksi Lapsikylää koskien. Toiseksi potentiaalisimpina vastaajina pidin viestintä- ja markkinointihenkilöitä tai jos yrityksellä on erikseen yritys yhteistyövastaava. Viestintä- ja markkinointihenkilöiden yksi tehtävään on kuitenkin viestiä myös vastuullisuusasioista ulkopuolisille tahoille ja pitää yllä hyvää yrityskuvaa.

Tästä johtuen nämä henkilöt osasivat vastata esittämiini kysymyksiin asiantuntevasti ja myöskin halusivat olla yhteistyökykyisiä.

8.4 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi sujui aikataulun mukaisesti ja oli kokonaisuudessaan valmis nopean aikataulun mukaan keväällä 2019. Prosessissa oli kaksi erillistä osaa eli itse opinnäytetyön kirjoittaminen ja haastattelututkimus. Haastattelututkimus itsessään vei lähes yhtä paljon aikaa kuin opinnäytetyön kirjoittaminen, sillä vastaajien prospektointi ja haastatteluiden tekeminen oli aikaa vievää puuhaa. Kirjoitustyö ja tutkimus etenivät lomittain suunnilleen samaa tahtia. Haastatteluille loi oman haasteensa se, että ne piti toteuttaa virka-aikoina, kun ihmiset olivat töissä. Itselläni ei ollut joka päivä mahdollista soittaa vaan soitot täytyi keskittää tietyille päville usean kuukauden ajalle.

Sain kuitenkin työn tehtyä hyvissä ajoin ennen deadlinea ja vaikka välillä olinkin hieman jäljessä aikataulusta niin otin menetetyt ajan aina kiinni niin, että kirjoitusprosessi ja haastattelut etenivät järjestelmällisesti. Projekti opetti minulle ajanhallintaa ja määrätietoista sekä tavoitteellista työskentelyä. Elokuun lopulla 2019 tarkistin vielä opinnäytetyöni ulkoasun ja kokonaisuuden sekä kirjoitin oman oppimisen arvioinnin, jonka jälkeen palautin lopullisen työni arvioitavaksi. Aikataulullisesti tämä on hyvä asia, sillä tiedostin jo keväällä, että minulla ei ole välttämättä enää aikaa työstää opinnäytetyötäni johtuen siirtymisestäni kokopäiväisesti oman alani töihin.

Oppimisen kannalta opinnäytetyöprosessi oli palkitsevaa, mutta osittain myös vaativaa. Vaativuuden työhön toivat ensinnäkin standardit, joita piti noudattaa, vaikka samalla ne loivat tietynlaisen kehikon, jonka ympärille työ rakennettiin. Valitsemani tutkimustapa haastatteluineen toi työmäärään lisähommaa. Tämä kuitenkin innosti, koska koen, että sain itse luotua arvokasta tutkimusmateriaalia niin, ettei kaikkea tietoa poimittu valmiista lähteistä. Haastatteluiden ohella opin myös paljon puhelintyöskentelystä sekä keskustelusta erilaisten yritysten edustajien kanssa. Oli ilo huomata, miten positiivisesti yhteiskuntavastuuseen suhtauduttiin ja, että siihen haluttiin oikeasti panostaa.

Opinnäytetyön tekemisessä oli hienoa, kun aiheen ja toteutustavan sai itse valita. Myös vastuu työn edistymisestä ja laadusta on lähestulkoon kokonaan opiskelijan omalla vastuulla. Olen itse tyytyväinen lopputulokseen ja erityisen hyvilläni, ettei työ hajautunut liian pitkälle aikavälille vaan päätettyäni aiheen ja toteutustavan sain prosessin päätökseen tehokkaasti suunnitellussa ajassa.

Lähteet

1 day for charity. Luettavissa <https://www.networkworld.com/article/3011647/10-cool-ways-tech-companies-give-it-up-for-charity.html>. Luettu 25.4.2019

65 fundraising ideas that will rock your next campaign. Luettavissa <https://www.qgiv.com/blog/fundraising-ideas/>. Luettu 8.4.2019

<https://www.balmuir.fi/fi/vastuullisuus>. Luettu 25.4.2019

Charity enews. <https://charityinfo.ca/articles/FRvsSales>. Luettu 12.4.2019

<https://www.consumerreports.org/charities/best-charities-for-your-donations/>
Luettu 25.3.2019

Corporate Social Responsibility of Multinational Corporations in Developing Countries : Perspectives on Anti-Corruption. Adefolake O. Adeyeye. Cambridge University Press. 2016 New York.

<http://www.csrtimes.com/community-articles/corporate-social-responsibility-and-the-society/205>. Luettu 25.4.2019

<https://www.dista.fi/myyja-ala-kuuntele-naita-vinkkeja/>. Luettu 19.4.2019

<https://finnwatch.org/fi/uutiset/616-suomalainen-luksusdesign-ei-vastuullisuudella-koreile>.
Luettu 25.4.2019

<https://www.huippumyynti.fi/asiakkaan-luottamus-ansaitaan-kuuntelemalla/>. Luettu 17.4.2019

<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/nain-tehdaan-suomalaista-luksusta-intiassa-karnea-liiman-haju-palkka-3-8-euroa-paivassa-eika-edes-tehtaan-pomo-tunne-valmistusketjua/46c0e8f7-d187-46c0-b922-ec711d527b33>. Luettu 25.4.2019

<https://www.markinst.fi/inspiroidu/blogi/digitaalisessa-ymparistossa-ujokin-myyja-paasee-loistamaan/>. Luettu 19.4.2019

Nonprofit fundraising 101. Darian Rodriguez Heyman. John Wiley & Sons, Incorporated, 2015
New Jersey.

SOS-lapsikylätyö Suomessa. Luettavissa <https://www.sos-lapsikyla.fi/tyomme-suomessa/>.
Luettu: 13.3.2019

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Gv7jIBN8pf4J:https://www.utrechtlawreview.org/articles/10.18352/ulr.205/galley/203/download/+&cd=2&hl=fi&ct=clnk&gl=fi&client=safari>. Luettu 25.4.2019

Liitteet

Liite 1. Perinteisen raportin rakenne

Kansi, tiivistelmä ja sisällys
Johdanto <ul style="list-style-type: none">– yleisjohdanto– tavoitteet, tutkimusongelman tai tehtävänasettelu sekä rajaukset– käsitteet.
Tietoperusta <ul style="list-style-type: none">– teoria ja aiempi käytännöllinen ja kokemuksellinen tieto– oman aiheen ankkuroiminen aikaisempiin tutkimuksiin, teorioihin ja malleihin käyttäen hyväksi ammattikirjallisuutta ja muita lähteitä.
Empiirinen osa <ul style="list-style-type: none">– kohde– tavoite, ongelmat ja kehittämistehtävä– menetelmävalinnat– toteutus- tai työtapakuvaus– aineisto ja käytetyt analyysit– tulokset– yhteenveto.
Pohdinta <ul style="list-style-type: none">– tulosten tarkastelu– tutkimuksen luotettavuus– eettiset näkökohdat– johtopäätökset sekä kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset– opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.
Lähteet
Liitteet <ul style="list-style-type: none">– kysely- tai haastattelulomake ja analyysituloksia

Liite 2. Kyselylomake pk-yrityksille

1. Onko yrityksellenne tärkeää toimia vastuullisesti ympäröivän yhteiskunnan hyväksi?
2. Miten yrityksenne toteuttaa yhteiskuntavastuullisuutta
3. Oletteko lahjoittaneet varoja jollekin järjestölle?
 - a. Kuinka säännöllistä se on ollut?
 - b. Jos ette ole lahjoittanut, miksi ette?
4. Mitä lisäarvoa yrityksenne saa tai haluaisi saada vastineeksi rahalahjoituksesta?

Esimerkiksi sitouttaa henkilökuntaa, positiivista julkisuutta, aitoa vaikuttamisen mahdollisuutta, konkreettista vuorovaikutusta lahjoituksen kohteen kanssa esim. kohdeorganisaation säännöllinen viestintää
5. Tunnetteko SOS-Lapsikylän toimintaa / Onko SOS-Lapsikylä tuttu
...lyhyt esittely...
6. Kokisitteko SOS-Lapsikylän potentiaalisesti lahjoituskohteeksi ja mikä olisi teille mieluisin ja helpoin tapa tukea SOS-Lapsikylän toimintaa?
7. Entä olisiko näistä toimintaamme liittyvistä asioista yrityksenne intressien kannalta hyvä lahjoituskohde:
 - a) Lasten ja nuorten harrastus- ja leiri toiminnan tukeminen
 - b) Tukiperhetoiminnan tukeminen
 - c) Itsenäistyvien nuorten tukeminen
 - d) Kansainvälinen Lapsikylätoiminta
 - e) Joku muu, mikä? Esimerkiksi eri projektit (Ylitse ym)
8. Voimmeko ottaa yhteyttä myöhemmin ja keskustella lisää asiasta? Voin myös antaa suoran nettilinkin lahjoitusta varten

SOS-Lapsikylä auttaa heikoimmassa asemassa olevia lapsia ja nuoria sekä lisää lapsiperheiden hyvinvointia Suomessa ja maailmalla. Pyrimme antamaan kaikille lapsille mahdollisuuden elää mahdollisimman tavallista lapsuutta perheessä ja turvallisessa ympäristössä. (SOS-lapsikylätyö Suomessa)

Panostamme perheiden varhaiseen tukeen ja tuotamme lastensuojelun avo- ja sijaishuollon palveluja. Toimimme myös kehittämiskumppanina kunnille ja maakunnille lapsiperheiden hyvinvoinnin lisäämiseksi. Lisäksi SOS-Lapsikylä tekee kehittämis- ja vaikuttamistyötä, jotta

lasten ja perheiden tarpeet otettaisiin yhteiskunnassa paremmin huomioon. (SOS-lapsikylätyö Suomessa)