

Esiselvitys yhteiskunnallisesta yrittämisestä

Katsaus yhteiskunnallisiin yrityksiin ja vaikuttavuusinvestoimiseen Suomessa

Annu Kotiranta* – Joonas Widgrén**

* ETLA – Elinkeinoelämän tutkimuslaitos, annu.kotiranta@etla.fi

** ETLA – Elinkeinoelämän tutkimuslaitos, joona.widgren@etla.fi

Tämä raportti on tuotettu Arvo-liiton ja Sitran toimeksiannosta. Kiitämme rahoittajien edustajia, Kimmo J. Lipposta, Mika Pyykköä ja Marja Karttusta kommentteista työn aikana. Lisäksi kirjoittajat kiittävät Henri Valvannetta, Anna-Maija Sulosta, Jussi Savukoskea, Miika Keijosta, Saila Tykkyläistä, Petri Rouvista sekä Martti Kulvikia työn aikana käydyistä keskusteluista ja kommentteista.

ISSN-L 2323-2447

ISSN 2323-2447 (print)

ISSN 2323-2455 (online)

Sisällysluettelo

	Tiivistelmä	2
	Abstract	2
1	Yhteenveto	3
2	Johdanto	4
	2.1 Menetelmät	4
3	Yhteiskunnalliset yritykset	5
	3.1 Yhteiskunnalliselle yritykselle on monta määritelmää	5
	3.2 Sosiaalinen yritys yhteiskunnallisena yrityksenä	8
	3.3 Yhteiskunnalliset yritykset pyrkivät lisäämään hyvinvointia	9
	3.4 Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden mittaaminen	12
4	Yhteiskunnalliset yritykset tilastojen valossa	16
	4.1 Yrityskysely	16
	4.2 Yhteiskunnallisten yritysten määrä ja työllistävyys	17
5	Yhteiskunnallisen yrityksen rahoitus: keinona vaikuttavuusinvestoinnit	25
	5.1 Mitä on vaikuttavuusinvestoiminen?	25
	5.2 Vaikuttavuusinvestoimisen ekosysteemi	26
	5.3 Rahoitusmuotoja	29
6	Lopuksi	32
	Lähteet	34
	Liitteet	36

Esiselvitys yhteiskunnallisesta yrittämisestä – Katsaus yhteiskunnallisiin yrityksiin ja vaikuttavuusinvestointiin Suomessa

Tiivistelmä

Tämän selvityksen tavoitteena on ollut tuottaa määrällistä ja laadullista tietoa suomalaisesta yhteiskunnallisen yrittämisen kentästä. Hankkeessa toteutetun kyselyn perusteella Suomessa on arviolta reilut 19 000 yhteiskunnallista yritystä, jotka työllistävät noin 125 000 henkeä. Arviot moninkertaistavat aiemmat näkemykset yhteiskunnallisten yritysten merkityksestä työllistäjinä Suomessa. Tunnistautuneet yhteiskunnalliset yritykset luovat yhteiskunnallista arvoa osana ydintuotettaan tai -palveluaan ja toimivat pääosin sosiaali- ja terveysalalla. Yhteiskunnallisten yritysten ongelmiksi muodostuvat tarkkarajaisen määritelmän puute sekä se, että vain harva yhteiskunnallinen yritys mittaa ja raportoi tärkeintä tavoitettaan, yhteiskunnallista vaikuttavuutta. Vaikuttavuuden arviointi nousee keskiöön tarkasteltaessa uusia, erityisesti yhteiskunnalliseen yrittämiseen soveltuvia rahoitusmuotoja. Kansainvälisesti vaikuttavuusinvestoiminen eri muodoissaan on lisännyt suosiotaan viime vuosina. Uusien rahoitusmuotojen avulla myös kotimaisten yhteiskunnallisten yritysten rahoitus pohjaa, ja sitä kautta toiminnan volyymin, olisi mahdollista laajentaa; toistaiseksi tunnistautuneiden yhteiskunnallisten yritysten merkittävimmät rahoittajat löytyvät julkiselta sektorilta.

Asiasanat: yhteiskunnalliset yritykset, sosiaaliset yritykset, vaikuttavuusinvestointi

JEL: L38, L26, N34, P13, G23, G24, M14, G11, G14

Overview of Social Enterprises and Impact Investment in Finland

Abstract

The aim of this report has been to produce an analysis of the state of the social enterprises in Finland. Based on a comprehensive survey, there are roughly 19 000 social enterprises in Finland that employ around 125 000 persons. These estimates produced in this report multiply the views on the magnitude of the phenomenon. Self-identified Finnish social enterprises produce social value through their products or services and mostly in the field of social services and welfare. The main hindrances on the way of the growth of the sector are the lack of an unambiguous definition of a social enterprise and the shortages in measuring the most important outcome, social impact. Measuring and valuing the impact is a key element in attracting funding for social enterprises. New means of impact investment attract not only attention but also capital that seeks for targets, especially in Europe. This additional funding is much needed in the sector that attracts its outside financing currently mostly from the public sector and struggles to find financing critical for future growth.

Key words: social enterprises, impact investment

JEL: L38, L26, N34, P13, G23, G24, M14, G11, G14

1 Yhteenveto

Suomessa on jopa 19 000 yhteiskunnallista yritystä. Käytännössä tämä tarkoittaa, että joka neljästoista suomalainen yritys asettaa oman arvionsa mukaan yhteiskunnallisen hyvän edistämisen voitontavoittelun edelle. Nämä yhteiskunnalliset yritykset työllistävät arviolta 125 000 henkilöä – enemmän kuin maatalous, metsätalous, kalatalous ja kaivostoiminta yhteensä.

Tietoa suomalaisesta yhteiskunnallisesta yrittämisestä on kuitenkin saatavilla hämmästyttävän vähän. Aiheeseen paneutuva löytää itsensä pian perusasioiden ääreltä: Milloin yritys on yhteiskunnallinen ja millaisia ovat yhteiskunnallisten yritysten tavoitteet? Kuka saa tai voi kutsua itseään yhteiskunnalliseksi ja millä perusteella? Entä onko mustavalkoinen määrittely ylipäättään välttämätöntä?

Periaatteellisella tasolla tarkasteltuna jokainen lakia noudattava ja veronsa sekä muut lakisääteiset maksunsa ilman aggressiivista verosuunnittelua maksava yritys on yhteiskunnallinen – suomalainen verotus pitää huolen siitä, että kaikki lainkuuluiset toimijat osallistuvat vastuunkantoon yhteiskunnan ja sen kansalaisten hyvinvoinnista. Kaikille tämä ei kuitenkaan riitä. Omistautuneet yhteiskunnalliset yritykset noudattavat yhteisten pelisääntöjen lisäksi vielä ainakin kahta lisäehtoa: yritysten ensisijainen tavoite ei ole voiton maksimointi vaan yhteiskunnallisten päämäärien edistäminen ja yritysten voitonjako on rajoitettu siten, että vähintään puolet voitoista kohdennetaan mission mukaiseen työhön.

Yhteiskunnallisten yritysten joukko koostuu sekä juridisesti että omistuksellisesti monitahoisesta joukosta organisaatioita, joiden tavoitteet tai toiminnan tavat eivät noudata yhtä mallia tai kaavaa. Puhuttaessa yhteiskunnallisista yrityksistä tarkoitetaan usein laajempaa organisaatioiden joukkoa kuin ainoastaan perinteisiä osakeyhtiöitä; erityisesti säätiöiden ja osuuskuntien osuus on korostunut.

Kyselytulosten perusteella useat julkisesti omistettut yritykset kokevat olevansa yhteiskunnallisia – kunnalliset jäte- ja energiayhtiöt täyttävät kieltämättä keskeiset yhteiskunnallisen yrityksen kriteerit, mutta niiden tiivis suhde julkishallintoon ei istu kaikkien organisaatioiden määritelmään yhteiskunnallisesta yrityksestä.

Yhteiskunnalliset yritykset työskentelevät tavoitteidensa eteen sekä ostojensa, toimintansa, tuotteidensa että voittojensa kautta, kukin itselleen parhaiten istuvalla tavalla. Yhteiskunnallisen yrittämisen takana onkin usein vahva tahto tehdä enemmän kuin on välttämätöntä. Suomalaiset yhteiskunnallisen yritykset tuottavat yhteiskunnallista arvoa pääasiassa suoraan lopputuotteensa tai palvelunsa kautta. Ainoastaan voittojen tilittämisen kautta missiotaan edistäviä tunnistautuneita yhteiskunnallisia yrityksiä on varsin vähän.

Yhteiskunnalliset yritykset ovat talouden piilotettu voimavara. Valtaosa niistä toimii terveyden ja hyvinvoinnin kentällä, jota leimaa tällä hetkellä vahva kahtiajako; esimerkiksi Talouselämän kokoaman Suomen hoivayritysten top 20 -listan yrityksistä karkeasti ottaen puolet on yhteiskunnallisia yrityksiä – toinen puoli taas usein pääomasijoittajien omistamia, puhtaasti taloudellista hyötyä maksimoivia organisaatioita.

Nykyisessä toimintaympäristössä yhteiskunnallisen yrityksen käsitteen huono tunnettuus, puutteet vaikuttavuuden mittaamisessa ja osin näistä seuraava ulkopuolisen rahoituksen huono saatavuus nousevat kentän kasvun haasteiksi; hyväntekeväisyyden ja kovan rahan väli-maastoon sijoittuva hybridi on Suomessa monelle potentiaaliselle rahoittajalle vieras. Käytännössä alan merkittävimpiä rahoittajia ovatkin tällä hetkellä julkiset organisaatiot.

Nykyistä selkeämpi vaikuttavuuden todentaminen olisi tervetullut kilpailuetu myös julkisissa hankinnoissa. Totuuden nimissä on kuitenkin todettava, että käytännössä 35 miljardin hankintapotissa yhteiskunnalliset kriteerit näyttelevät toistaiseksi korkeintaan sivuosaa. Suorien kustannuskriteerien ylikorostuminen heikentääkin yhteiskunnallisten yritysten toimintamahdollisuuksia, erityisesti sosiaali- ja terveystieteiden puolella.

Kotimaisen kentän painiessa määrittelyongelmien parissa uudet kansainväliset rahoitusmallit, mukaan lukien vaikuttavuusinvestointirahastot ja tulospäätteiset rahoitussopimukset (Social Impact Bond), tekevät tuloaan myös Pohjoismaihin. Rahoittajien näkemys on selkeä: jotta Suomen yhteiskunnallisilla yrityksillä olisi mahdollisuus päästä käsiksi kasvaviin ja kohteita innokkaasti etsiviin pääomavirtoihin, tulee kotimaisen kentän selkeyttä rajaustaan, missiotaan ja vaikuttavuuttaan.

Tämän selvityksen keskeiset huomiot voidaan tiivistää neljään pääkohtaan:

1. Yhteiskunnallisen yrityksen määritelmä on epäselvä ja tapauskohtainen.
2. Yhteiskunnalliseksi itsensä määritteleviä yrityksiä on Suomessa kymmeniä tuhansia ja ne ovat merkittävä työllistäjä.
3. Yritysten yhteiskunnallinen vaikuttavuus ei ole tällä hetkellä todennettavissa: sitä ei käytännössä juuri mitata tai raportoida.
4. Julkinen sektori on yritysten merkittävin rahoittaja: yksityinen raha kaipaa nykyistä enemmän todennettua vaikuttavuutta.

2 Johdanto

Mitä tarkoitetaan yhteiskunnallisilla yrityksillä? Onko Suomessa yhteiskunnallisia yrityksiä? Mistä yhteiskunnalliset yritykset saavat rahoitusta toiminnalleen? Muun muassa näitä asioita pohditaan tässä raportissa.

Tämä raportti koostuu kolmesta osasta. Ensimmäisessä osassa tarkastellaan yhteiskunnallisten yritysten määritelmiä. Lisäksi pureudutaan yhteiskunnallisiin yrityksiin Suomessa. Toisessa osassa yhteiskunnallisia yrityksiä tarkastellaan tilastoaineiston valossa. Aineistona käytetään Etlatiedon keväällä 2015 tekemää laajaa yrityskyselyä. Viimeinen osa pureutuu vaikuttavuusinvestointeihin.

2.1 Menetelmät

Tämän hankkeen aineisto koostuu alan kotimaisesta ja kansainvälisestä kirjallisuudesta, hankeraporteista ja lehtiartikkeleista, alan kotimaisten toimijoiden haastatteluista, kahden sähköisen kyselyn tuloksista sekä tunnistauneiden yhteiskunnallisten yritysten julkisista tiedoista.

Etlatiedon yrityskysely

Yhteiskunnallisten yritysten kokonaislukumäärää, merkitystä työllistäjänä ja toimialaa haaru-koitiin Etlatieto Oy:n toteuttaman yrityskyselyn avulla (jatkossa nimellä Etlatiedon yrityskysely). Sähköinen kysely toteutettiin keväällä 2015 ja se lähetettiin yhteensä yli 30 000 yritykselle. Vastauksia saatiin yli 4 500. Kyselyn kohderyhmänä olivat kaiken kokoiset yritykset ja useita eri yritysmuotoja, kuten esimerkiksi osakeyhtiöt, osuuskunnat ja toiminimet¹. Rekisteröidyt yhdistykset ja säätiöt eivät kuuluneet kyselyn kohderyhmään. Kyselyyn oli sisällytetty yksi kysymys, jonka tavoitteena oli haarukoida vastaajajoukosta yhteiskunnallisia yrityksiä. Kysymyksen muotoilu oli seuraava: ”Käyttääkö yrityksenne pääosan voitoistaan jonkin yhteiskunnallisen päämäärän edistämiseen?”

Tunnistautuneet yhteiskunnalliset yritykset

Tunnistautuneiksi yhteiskunnallisiksi yrityksiksi on tässä hankkeessa luettu ne yritykset, jotka ovat joko Arvo-liiton jäsenyrityksiä ja/tai niillä on Suomalaisen työn liiton Yhteiskunnallinen yritys -merkki. Näitä yrityksiä oli kesällä 2015 yhteensä 77. Näiden yritysten tietoja on kerätty yritysten verkkosivuilta. Lisäksi tunnistautuneille yhteiskunnallisille yrityksille lähetettiin sähköinen kysely, johon saatiin määräraikaan mennessä 20 vastausta.

3 Yhteiskunnalliset yritykset

3.1 Yhteiskunnalliselle yritykselle on monta määritelmää

Yhteiskunnalliselle yritykselle ei ole olemassa yhtä yhtenäistä määritelmää. Erilaisista määritelmistä tutkijaverkosto EMES:in² määritelmä lienee tunnetuin: ”Yhteiskunnallinen yritys on yritys, jonka ensisijainen tarkoitus ei ole tuottaa rahallista voittoa, vaan tuottaa etua sille yhteisölle, jossa se toimii. Yhteiskunnallisten yritysten hallinto perustuu useiden sidosryhmien yhteistyöhön ja ne toimivat itsehallinnollisten periaatteiden mukaan. Yhteiskunnallisen yrityksen toimintaan liittyy aina myös taloudellinen riski, mikä erottaa sen julkisen sektorin toimijoista.” (Pöyhönen et al., 2010).

Yhteiskunnalliset yritykset sekoitetaan usein voittoa tavoittelemattomiin organisaatioihin. Vaikka yhteiskunnallisia yrityksiä ei olekaan perustettu maksimoimaan omistajien tuottoja, tavoittelevat ne toiminnassaan taloudellista tehokkuutta. Taloudellisen tehokkuuden taas katsotaan edesauttavan yrityksen tavoitetta saavuttaa yhteiskunnallinen päämäärä, johon se toiminnallaan pyrkii (Bagnoli ja Megali, 2011). Näin ollen taloudellinen tehokkuus onkin ennen kaikkea väline yhteiskunnallisen vaikuttavuuden maksimointiin. Tämä tehokkuuden ja yhteiskunnallisuuden yhdistäminen tekee yhteiskunnallisista yrityksistä perinteisiin ajatusmalleihin huonosti istuvan hybridin – tyypillisesti Suomessa vahva yhteiskunnallinen missio on kulkenut käsi kädessä vapaaehtois- ja järjestötyön sekä julkisten palveluiden kanssa. Yhteiskunnallisille yrityksille luonteenomaisena piirteenä on pidetty myös innovatiivisuutta (ks. esim. Austin et al., 2006). Voiton tuottamisen onnistunut yhdistäminen yhteiskunnallisen mission edistämiseen lienee yhdistelmä, joka vaatii sekä omistajilta, yrittäjiltä että työntekijöiltä uusia tekemisen tapoja.

¹ Yrityskysely lähetettiin seuraavan muotoisille yrityksille: AY, ETS, ETY, SE, OYJ, KY, MUY, OY, YEH, osuuskunta.

² Lyhenne sanoista ”the Emergence of Social Enterprises in Europe”.

Suomessa omat määritelmänsä yhteiskunnalliselle yritykselle ovat kirjanneet tutkijaverkosto EMESin lisäksi työ- ja elinkeinoministeriö, Suomalaisen työn liitto ja Arvo-liitto. Suomalaisen työn liiton määritelmä yhteiskunnalliselle yritykselle on käytännössä kriteeristö liiton myöntämälle Yhteiskunnallinen yritys -merkille. Vastaavasti Arvo-liitto käyttää määritelmää jäsenyytensä kriteeristönä. Myös Euroopan unionilla on oma määritelmänsä. Kansallisen kentän ollessa näinkin kirjava ei ole yllättävää, että vaihtelua on myös kansainvälisissä määrittelyissä ja käytännössä eri maiden määritelmät poikkeavat toisistaan.

Käytännössä eri organisaatioiden käyttämät määritelmät ja kriteerit ovat kuitenkin keskeisiltä osin päällekkäisiä. Lähemmässä tarkastelussa huomataan, että kahden kriteerin keskeinen sisältö löytyy kaikista tässä selvityksessä kartoitetuista määritelmistä. Nämä kriteerit ovat:

1. Yhteiskunnallisen yrityksen ensisijainen tarkoitus ja tavoite on yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen.
2. Valtaosa voitoista käytetään yhteiskunnallisen tavoitteen edistämiseen (ns. rajoitettu voitonjako).

Sen sijaan esimerkiksi kriteeri, joka erottaa julkisomisteiset yritykset yksityisistä, jakaa suomalaista kenttää: EMES, Arvo-liitto ja EU eivät hyväksy kuntien tai valtion omistamia yrityksiä tai liikelaitoksia yhteiskunnallisiksi yrityksiksi, toisin kuin Suomalaisen työn liitto.

KRITEERI	ORGANISAATIO				
	EMES	TEM	Arvo-liitto	Suomalaisen työn liitto	EU
Yhteiskunnallisen yrityksen ensisijainen tarkoitus ja tavoite on yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen	X	X	X	X	X
Valtaosa voitoista käytetään yhteiskunnallisen tavoitteen edistämiseen	X	X	X	X	X
Yritys toimii markkinoilla; sillä on tuotteiden ja/tai palveluiden tuotantoa	X		X	X	X
Päätöksenteko on julkisesta hallinnosta riippumatonta	X		X		X
Yrityksellä on toiminnassaan taloudellinen riski	X		X		X
Osallistava toimintatapa: työntekijät ja sidosryhmät osallistuvat päätöksentekoon	X			/	X
Liiketoiminta on avointa ja läpinäkyvää			X	X	
Toiminta perustuu pääasiallisesti palkkatyöhön	X		/		/
Yritys pohjautuu kansalaisten aloitteeseen	X				
Päätöksenteko ei perustu pääomasijoitukseen	X				
Yhteiskunnallista vaikuttavuutta mitataan				/	
Työllistetään heikossa markkina-asemassa olevia				/	

X = ensisijainen kriteeri.

/ = toissijainen kriteeri ja/tai seuraa implisiittisesti ensisijaisista kriteereistä.

Yhteiskunnallinen yritys -termin vakiintumattomuus johtaa tutkimuksen näkökulmasta kiu-salliseen tilanteeseen: eri lähtökohdista ja vaihtelevalla määritelmällä toteutetut tutkimukset ja selvitykset eivät ole keskenään vertailukelpoisia. Käytännössä tämän seurauksena tarkastelu yli ajan sekä kansainvälinen vertailu on vaikeaa. Osaltaan määritelmään liittyvät erimielisyy-det vaikeuttavat yhteiskunnallisen yrittämisen tunnetuksi tekemistä, sillä epäselvyys vaikeut-taa ilmiön markkinointia. Termistön sekavuus ja toiminnan tuntemattomuus voidaan nähdä keskeisinä syinä sille, että ilmiö on Suomessa toistaiseksi vain marginaalinen.

Myös poliittisella näkyvyydellä on keskeinen rooli ilmiön tunnettuudessa. Etenkin Isossa-Bri-tanniassa yhteiskunnallista yrittäjyyttä on edistetty voimakkaasti poliittisella tuella (Bland, 2010). Poliittinen näkyvyys lisää tyypillisesti tietoisuutta ja kiinnostusta yhteiskunnallista yrittämistä kohtaan, joka taas heijastuu toiminnan, tai ainakin tunnistautuneen yhteiskun-nallisen yritystoiminnan, kasvuna (Russell et al., 2014). Suomessa yhteiskunnallisille yrityksille ei sosiaalisia yrityksiä lukuun ottamatta ole käytännössä jaossa verohelpotuksia tai muita porkkanoita, jotka kannustaisivat yrityksiä ryhtymään tai tunnistautumaan yhteiskunnalliseksi yritykseksi. Niin sanottujen ”superyleishyödyllisten” organisaatioiden listalla on tällä hetkel-lä vain yksi yhteiskunnalliseksi yritykseksi tunnistautunut organisaatio, Lasten päivän säätiö.

Suomessa yhteiskunnalliseksi yritykseksi lasketaan myös yritykset, joiden tarjoama palvelu ei ole yhteiskunnallinen mutta jotka käyttävät tuottojaan yhteiskunnallisen edun ajamiseen. Tä-män kaltainen tunnettu yhteiskunnallinen yritys on esimerkiksi Linnanmäen huvipuistoa hal-linnoiva Lasten päivän säätiö. Yrityskentän monipuolisuus ja erilaiset yhteiskunnallisen hy-vän tuottamisen mekanismit tekevät yhteiskunnallisen yrityksen määrittelystä ja lokeroinnista haastavaa. Joidenkin näkemysten mukaan yrityksen ydintuotteen tai palvelun pitäisi nivoutua sen yhteiskunnalliseen tavoitteeseen – näin ollen pelkkä voittojen luovuttaminen hyvänteke-väisyyteen ei vielä riittäisi tekemään yrityksestä yhteiskunnallista. Kärjistetysti nykyisen tul-kinnan mukaan vaikkapa ase-, uhkapeli- tai alkoholikauppaan keskittynyt yritys voikin täyt-tää yhteiskunnallisen yrityksen kriteerit, kunhan se jakaa vähintään puolet voitoistaan valitse-miinsa hyväntekeväisyyskohteisiin.

Yhteiskunnallisen yrittäjyyden tunnettuutta pyrkivät lisäämään sekä Suomalaisen työn liitto että vuonna 2014 perustettu yhteiskunnallisten yritysten etujärjestö, Elinkeinoelämän keskus-liiton alainen Arvo-liitto. Puhtaasti yhteiskunnallisten yritysten etujen ajamiseen keskittynyt liitto pyrkii parantamaan tietoutta yhteiskunnallisesta yrittämisestä ja parantamaan yritysten asemaa markkinoilla. Valistustyö ei liene kuitenkaan ongelmaton – monet perinteisen yri-

Tietoisku 1 **Superyleishyödylliset yhteisöt**

Eräät yhdistys- ja säätiömuotoiset yhteiskunnalliset yritykset ovat yleishyödyllisiä yhteisöjä. Yleis-hyödyllisellä yhteisöllä on mahdollisuus anoa niin sanotun superyleishyödyllisen yhteisön asemaa. Tällöin säätiön tai yhdistyksen maksamaa tuloveroa kevennetään tai se poistetaan kokonaan. Tämän tyylinen verohelpotus voi koskea sekä elinkeino- että kiinteistöveroa. (vero.fi) Esimerkiksi Lasten Päi-vän Säätiö on saanut tämän tyylisen verohuojennuksen. Linnanmäen entinen toimitusjohtaja Risto Rääkkönen arvioi vuosittaisen veroedun olevan noin 1,5 miljoonaa euroa (Talouselämä, 18.3.2013).

(<http://www.talouselama.fi/uutiset/veroparatiisia+ei+tarvitse+etsia+kaukaa+yle+sellainen+on+keskella+helsinki/a2175610>)

tystoiminnan vannoutuneet kannattajat katsovat, että kaiken yritystoiminnan keskeisen mission tulee olla voiton maksimointi, Suomen lain sallimissa puitteissa.

3.2 Sosiaalinen yritys yhteiskunnallisena yrityksenä

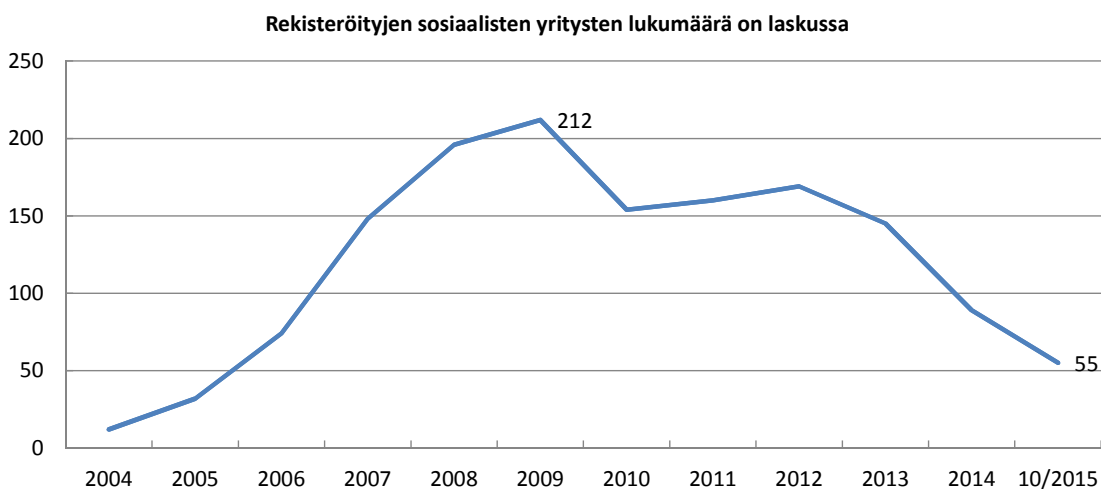
Suomessa sosiaalisesta yrityksestä on säädetty laki, jossa sosiaalinen yritys määritellään seuraavasti:

Sosiaalisten yritysten rekisteriin rekisteröidään ... elinkeinotoimintaa harjoittava yhteisö ja säätiö ... ; joka tuottaa liiketaloudellisin periaattein hyödykkeitä; jonka palveluksessa olevista työntekijöistä on vähintään 30 prosenttia vajaakuntoisia tai yhteensä vähintään 30 prosenttia vajaakuntoisia ja pitkäaikaistyöttömiä (työllistettyjen osuus); ja joka maksaa kaikille palveluksessaan oleville työntekijöille heidän tuottavuudestaan riippumatta kyseisellä työalalla noudatettavassa työehtosopimuksessa täysin työkykyiselle sovitun palkan, tai jollei tällaista työehtosopimusta ole, tavanomaisen ja kohtuullisen palkan kyseisestä työstä. (L1351/2003/4§)

Useissa Itä-Euroopan maissa, kuten Tšekiassa, Unkarissa, Latviassa, Puolassa, Slovakiassa ja Sloveniassa, sosiaaliset yritykset ovat yhteiskunnallisen yrittämisen näkyvin muoto. Myös Italiassa ja Ranskassa sosiaalisilla yrityksillä on pitkät perinteet työelämään integroinnissa. Sosiaaliset yritykset, eli Work Integrating Social Enterprises (WISE), tähtäävät vaikeassa työmarkkina-asemassa olevien työllistämiseen sekä Suomessa että muualla Euroopassa, hyvinkin laajaa palvelu- ja tuotevalikoimaa hyödyntäen. (Wilkinson, 2014.)

Työ- ja elinkeinoministeriö pitää rekisteriä Suomessa toimivista sosiaalisista yrityksistä. Rekisteröityjen sosiaalisten yritysten määrä on kuitenkin ollut laskussa. Huippuvuonna 2009 yrityksiä oli rekisterissä 212, kun syyskuussa 2015 niitä oli enää 59. Keskeisimmät syyt rekisteröityneiden sosiaalisten yritysten joukon kutistumiselle ovat sekä uusien rekisteröityneiden yritysten määrän supistumisessa, että rekisterissä olevien yritysten nopeassa poistumassa. Uu-

Kuvio 1 Rekisteröityjen sosiaalisten yritysten lukumäärä Suomessa



Lähde: Työ- ja elinkeinoministeriön sosiaalisten yritysten rekisteri.

sien yritysten rekisteröitymistä hidastavat erityisesti työvoimakustannusten nousu rekisteröityessä sosiaalisesti yritykseksi sekä riskialttius suhteessa tuottoon (Grönberg ja Kostilainen, 2012). Listalla olevien yritysten nopean karsiutumisen taustalla on työ- ja elinkeino-ministeriö aktiivinen työ rekisterin ajantasaisuuden varmistamiseksi. Ministeriön toteuttama rekisteröityjen yritysten läpikäynti on pienentänyt rekisteröityjen yritysten joukkoa useilla kymmenillä pelkästään vuoden 2015 aikana.

Vaikka arviolta 80 % sosiaalisista yrityksistä täyttääkin yhteiskunnallisen yrityksen kriteerit (Russell et al., 2014), kaikki yhteiskunnalliset yritykset eivät ole sosiaalisia yrityksiä ja päinvastoin. Yhteiskunnallinen yritys onkin sosiaalista yritystä laajempi käsite. Sosiaalisen yrityksen yhteiskunnallinen tavoite on työllistää vaikeasti työllistyviä, kun taas yhteiskunnallinen yritys voi pyrkiä myös muunlaisen yhteiskunnallisen hyvän tuottamiseen. Laki sosiaalisista yrityksistä ei esimerkiksi sisällä vaatimusta voitonjaon rajoittamisesta, toisin kuin yhteiskunnallisen yrityksen määritelmät.

3.3 Yhteiskunnalliset yritykset pyrkivät lisäämään hyvinvointia

Yhteiskunnallisen yrityksen ensisijainen tavoite on tuottaa yhteiskunnallista hyvää. Tätä ”yhteiskunnallista hyvää” ei kuitenkaan ole määritelty yksiselitteisesti. Esimerkiksi Arvo-liiton mukaan yhteiskunnallisia päämääriä ovat ”*sosiaalisten ongelmien ratkaiseminen, terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen, ekologisten ongelmien ratkominen, työllisyyden parantaminen sekä kulttuurin edistäminen*”.

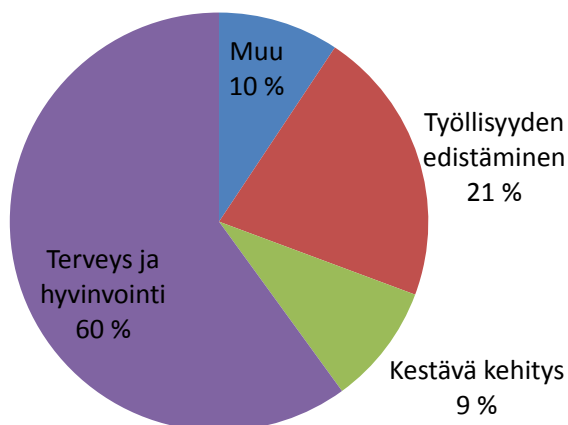
Euroopan komission asetuksen (346/2013) mukaan yhteiskunnallinen yritys tuottaa tuotteita tai palveluita haavoittuvassa asemassa oleville, marginalisoituneille, huono-osaisille tai syrjäytyneille henkilöille. Esimerkkejä tällaisista palveluista ovat asunnonvälitys, terveyspalvelut, iäkkäiden tai vammaisten henkilöiden avustaminen, lastenhoito, työllisyys- ja koulutuspalvelut sekä huolenpitoa tarvitsevien henkilöiden hoidon järjestäminen. Asetuksen mukaan myös yritykset, jotka käyttävät tuotantomenetelmää, joka on niiden yhteiskunnalliseen tavoitteeseen soveltuva, mutta joiden toiminta voi jäädä yhteiskunnallisten palvelujen tai tavaroiden tuotannon ulkopuolelle, ovat yhteiskunnallisia yrityksiä. Tällaisia yrityksiä voivat olla esimerkiksi vaikeasti työllistyviä henkilöitä työhön integroivat yritykset (”Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukset (EU) N:o 346/2013,” 2013).

Suomalaiset yhteiskunnalliset yritykset ovat keskittyneet pääasiassa tuottamaan terveys- ja hyvinvointipalveluita. Tunnistautuneiden³ yhteiskunnallisten yritysten osalta 60 % toimijoista pyrkii yhteiskunnallisena missionaan edistämään terveyttä ja hyvinvointia. Hyvinvointipalveluiden sisällä keskeisimmät alaluokat ovat vammaisten ja vanhusten palvelut, mielenterveyspalvelut sekä asumiseen liittyvät palvelut. Joka viidennen suomalaisen tunnistautuneen yhteiskunnallisen yrityksen tavoite liittyy vaikeassa työmarkkina-asemassa olevien työllistämiseen. Useissa yhteiskunnallisissa yrityksissä tavoitteita on useita: yritys voi työllistää vaikeassa työmarkkina-asemassa olevia, jonka ohella sillä on muita, vaikkapa ympäristöön tai mielen-terveyspalveluihin liittyviä palveluita ja tavoitteita.

³ Arvo-liiton jäsenyritykset ja Yhteiskunnallinen yritys -merkin haltijat.

Kuvio 2 Suomalaisen tunnistautuneiden yhteiskunnallisten yritysten yhteiskunnalliset tavoitteet

Suomalaisen yhteiskunnalliset yritykset tarjoavat pääasiassa terveys- ja hyvinvointipalveluita



Lähde: Tunnistautuneiden yhteiskunnallisten yritysten verkkosivut.

Terveys- ja hyvinvointipalveluiden korostuminen yhteiskunnallisten yritysten kentässä näkyy myös Talouselämän koostamalla⁴ hoivayritysten top 20 -listalla. Listalla olevista Suomen suurimmista hoivayrityksistä noin puolet täyttää useita keskeisiä yhteiskunnallisen yrityksen kriteereitä. Top 20 -lista tarjoaakin kuvaavan läpileikkauksen Suomalaisen terveys- ja hyvinvointi-

Tietoisku 2

Suomalainen yhteiskunnallinen yritys, Kierrätysverkko Oy

Kierrätysverkko Oy on 2011 perustettu yhteiskunnallinen yritys. Kierrätysverkon tavoitteena on nostaa kierrättäminen uudelle tasolle digitalisaation ja skaalautuvien konseptien avulla ja sitä kautta nostaa Suomi yhdeksi kiertotalouden mallimaaksi. Sen yhteiskunnallinen missio on ekologinen: lopullisena tavoitteena on minimoida materiaalien hukkaamista ja jätteen määrää. Tavoitteeseen pyritään tehostamalla käytettyjen tavaroiden materiaalien käyttöä, niin että raaka-aineet ja niiden arvo säilyvät kierrossa yhä pidempään.

Kierrätysverkko on mukana rakentamassa täysin uudenlaista toimintamallia kierrätyskeskuksille. Ajatuksena on, että kierrätyskeskukseen voi tuoda käytännössä mitä vain itselle tarpeetonta tavaraa. Kierrätyskeskus valitsee tavaroista ne, jotka menevät myyntiin ja loput menevät materiaalihyödynnykseen. Myyntiin päätyvät tavarat kuvataan ja ne myydään internetin välityksellä. Tuote on myynnissä vain ennalta määritellyn ajan ja sen hinta laskee vähitellen. Jos tuote ei kuitenkaan mene kaupaksi, sen materiaalit käytetään hyödyksi.

Lähde: Kierrätysverkko.fi

⁴ Talouselämä 21.8.2015: 20 suurinta hoivayritystä.
<http://www.talouselama.fi/uutiset/talouselaman+selvitys+hoiva+kasvoi+miljardiksi/a2319875>

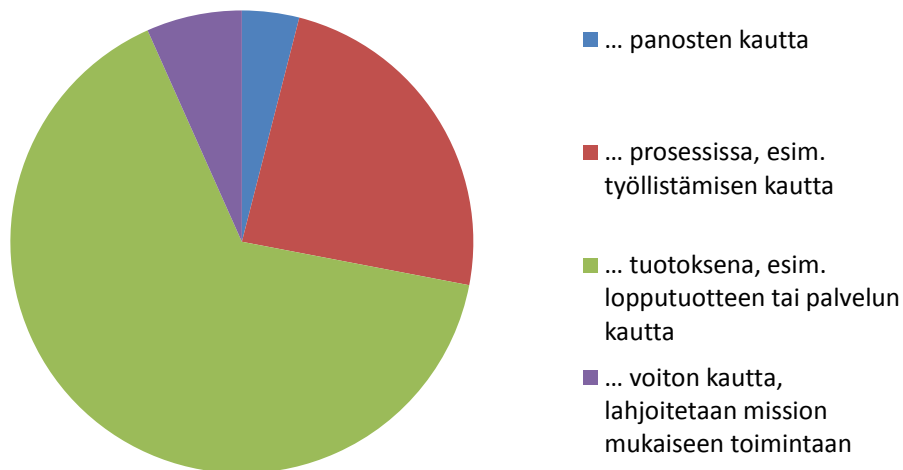
kentän tilanteeseen: käytännössä puolet listan yrityksistä on voittoa tavoittelemattomia ja/tai yhteiskunnallisia yrityksiä ja toinen puolikas pääomasijoittajien omistuksessa olevia, puhtaasti voittoa tavoittelevia yrityksiä.

Miten yhteiskunnallisiin tavoitteisiin pyritään?

Kirjallisuudessa yhteiskunnalliset yritykset luokitellaan kolmeen luokkaan sen mukaan missä vaiheessa tuotantoketjua niiden luoma yhteiskunnallinen arvo syntyy (Alegre, 2015).

Kuvio 3 Tunnistautuneet yhteiskunnalliset yritykset jaoteltuna ensisijaisen vaikuttavuuskanavan mukaan

Suomalaiset yhteiskunnalliset yritykset tuottavat yhteiskunnallista arvoa ydintuotteensa tai palvelunsa kautta



Lähde: Yritysten verkkosivut (n=77).

Tietoisku 3

Suomalaisen liiton Yhteiskunnallinen yritys -merkki

Esimerkkejä Suomalaisten yhteiskunnallisten yritysten arvonluonnin tavoista

Arvoa panosten kautta: Mifuko Oy

- Suunnittelee ja myy Keniassa valmistettuja käsitöitä

Arvoa osana tuotantoprosessia: Ilolla Unelmatehdas

- Tarjoaa töitä ja palveluita ikääntyville (tilapäisasuntoja, ATK-opetusta jne.)

Arvoa lopputuotteen tai palvelun kautta: @CARE

- Parantaa mielenterveyspalveluiden saatavuutta verkkopalvelun avulla

Arvoa voittojen lahjoittamisen kautta: Lasten Päivän Säätiö

- Linnanmäen huvipuistotoiminnan voitot lahjoitetaan lastensuojelutyöhön

Lähteet: Yritysten verkkosivut.

1. Panosten kautta: yritykset, jotka luovat yhteiskunnallista arvoa käyttämiensä panosten avulla. Tähän kategoriaan kuuluvat esimerkiksi yritykset, jotka edistävät yhteiskunnallista tavoitettaan ostopensa kautta.
2. Tuotantoprosessissa: yritykset, joiden yhteiskunnallinen tulos syntyy toiminnan seurauksena. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi useimmat työhön integroivat yritykset, sillä vaikeasti työllistettäville työn tarjoaminen edistää näiden yritysten yhteiskunnallisen mission saavuttamista.
3. Lopputuotteen tai -palvelun kautta: yritykset, jotka luovat yhteiskunnallista arvoa tuotoksensa kautta. Tällaisia yrityksiä ovat esimerkiksi ne, jotka tuottavat palveluita, jotka itsessään aikaansaavat yhteiskunnallista hyvää, esimerkiksi terveydenhuoltopalveluita.

Kostilainen ja Tykkyläinen (2013) huomioivat, että näiden kolmen luokan lisäksi Suomessa on myös neljäs luokka.

4. Voittojen luovuttamisen kautta: yritykset, jotka jakavat kaupallisesta toiminnasta saadut voitot yhteiskunnallisen missionsa edistämiseksi. Yritys voi esimerkiksi laajentaa tai parantaa omaa toimintaansa ja tällä tavoin pyrkiä saamaan aikaan parempia ja laajempia vaikutuksia. Toisaalta yritys voi myös lahjoittaa osan voitoistaan hyväntekeväisyyteen ja sitä kautta edistää yhteiskunnallisen tavoitteen toteutumista.

Suomalaiset yhteiskunnalliset yritykset edistävät valitsemiaan tavoitteita pääasiassa tuotostensa, eli lopputuotteidensa tai palveluidensa, kautta. Tämä ei kuitenkaan sulje pois muiden kanavien hyödyntämisen mahdollisuutta; yhteiskunnallisille yrityksille suunnatussa sähköisessä kyselyssä⁵ 60 % vastaajista valitsi useamman kuin yhden vaikuttavuuden tuottamisen kanavan.

3.4 Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden mittaaminen

Siinä missä yritykset normaalisti mittaavat onnistumistaan taloudellisen tuloksen perusteella, yhteiskunnallisen yrityksen on kyettävä konkretisoimaan ja mittaamaan myös toimintansa yhteiskunnallista vaikuttavuutta. Mittaaminen on keskiössä sekä haettaessa toiminnalle ulkoista rahoitusta että viestittäessä sidosryhmille toiminnan tuloksellisuudesta. Toiminnan tuloksellisuuden todennettavuus on tärkeää myös osallistuttaessa esimerkiksi julkisiin kilpailutuksiin.

Vaikuttavuuden mittaamista ja kommunikointia helpottamaan on luotu useita, osin kaupallisia vaikuttavuutta euromääräiseksi muuntavia mittareita. Tällaisia ovat mm. sijoitetun pääoman sosiaalinen tuotto (SROI), sosiaalinen tilinpito (SOT) ja Sofie-järjestelmä (entiseltä nimeiltään Yhteismitta) ja monet muut. Käytännössä erilaisten mittausmenetelmien taustalla pätee kuitenkin varsin yhdenmukainen logiikka, joka perustuu ns. vaikuttavuusketjun määrittelyyn.

Vaikuttavuusketju (engl. impact value chain) pyrkii todentamaan yhteiskunnallista vaikuttavuutta viisiportaisen ketjun avulla. Ketju etenee panoksista toiminnan ja tuotannon kautta vaikutuksiin, joita voivat olla esimerkiksi se, miten valitun kohderyhmän henkilöt ovat työl-

⁵ Tunnistetuille yhteiskunnallisille yrityksille suunnattu sähköinen kysely, n=20.

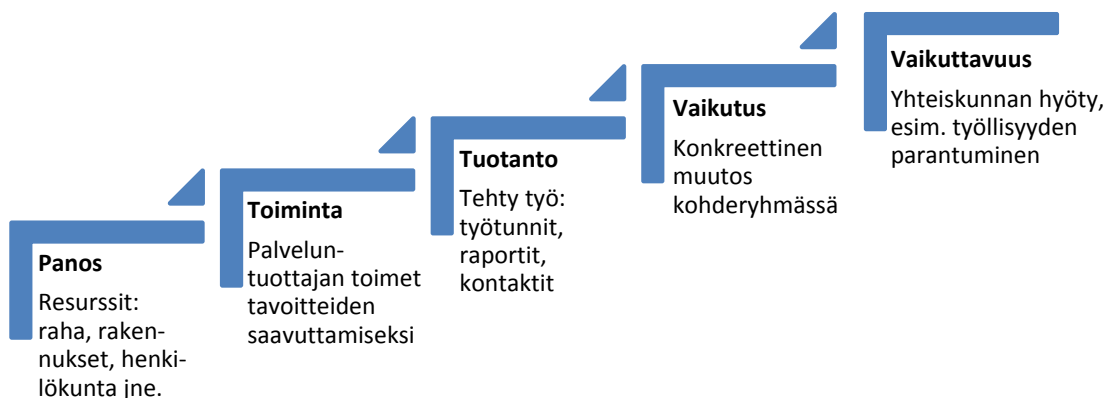
listyneet toiminnan seurauksena. Lopullisena tavoitteena tulisi kuitenkin olla yhteiskunnallisen vaikuttavuuden todentaminen; millaisia laajempia ja pitkäaikaisempia muutoksia toiminnalla on saatu aikaiseksi, esimerkiksi työllisyyden parantumisena tietyssä laajemmassa kohderyhmässä. (Herenberger et al., 2013).

Sinänsä intuitiivisen vaikuttavuusketjun käytännön implementointi ei ole kuitenkaan ongelmallista. Käytännössä kolmen ensimmäisen askeleen mittaaminen on usein suhteellisen helppoa, mutta etenkin vaikutuksen ja vaikuttavuuden erot voivat olla joskus hankalasti eroteltavissa. Läheskään aina ei ole selvää, mitkä syyt johtavat vaikuttavuuteen. Reeder ja Colantonio (2013) nostavat esille yhdeksän kohtaa, jotka tulisi huomioida ongelmia syy-seuraussuhteita arvioitaessa.

1. Mitä olisi tapahtunut joka tapauksessa? (Deadweight)
2. Joitain vaikutuksia voi olla hankala mitata ja eristää.
3. Ristiriitaiset vaikutukset; esimerkiksi uusi metroasema voi muuttaa alueen väestönrakennetta.
4. Muiden yhteiskunnallisten muutosten vaikutusta voi olla hankala erottaa.
5. Vaikutuksilla voi olla ristikkäisvaikutuksia, eli tarkasteltava projekti vaikuttaa myös jollain muulla tavoin.
6. Vaikutusten merkittävyyden arviointi.
7. Vaikutusten pysyvyyden liioittelu.
8. Alkuperäiset ongelmat voivat siirtyä muualle.
9. Vaikuttavuuden jakautuminen esimerkiksi eri väestöryhmien kesken (distributional issue).

Yhteiskunnallisten vaikutusten mittaamiseksi on olemassa useita menetelmiä, mutta maailmanlaajuisesti hyväksyttyä standardoitua mittaustapaa ei ole. Osana Euroopan unionin toimintapaketin II:sta komissio on sitoutunut kehittämään yhteiskunnallisen vaikuttavuuden mittaamisen työkaluja. Nämä mittaustavat esitellään Euroopan komission julkaisemassa raportissa (GECES Sub-group on Impact Measurement, 2014). Komission tavoitteena on luoda mittaamisen standardi, joka soveltuu kaiken kokoisille yhteiskunnallisille yrityksille ja rahastoille. Mittaamisen standardi vähentäisi mittaamisesta aiheutuvia kuluja ja helpottaisi yritysten vertailemista keskenään.

Kuvio 4 Toiminnan vaikuttavuuden mittaamisen ketju; ns. vaikuttavuusketju, eng. *impact value chain*



Raportti suosittaa mittaamiseen viisiportaista iteratiivista prosessia (kuvio 5). Käytännössä mittaamisprosessin viisi vaihetta ovat seuraavat:

1. Asetetaan tavoitteet. Mitä tullaan tekemään ja miten? Mitkä ovat kohderyhmät ja tavoitellut vaikutukset?
2. Määritellään työssä mukana olevat sidosryhmät ja niiden rooli.
3. Asetetaan mittarit, joilla pyritään todentamaan tavoiteltuja vaikutuksia. Mittarien tulee olla mahdollisimman yksinkertaisia ja helposti ymmärrettäviä.
4. Arvioidaan sidosryhmien kokemien hyötyjen ja kustannusten suhdetta.
5. Saaduista tuloksista tiedotetaan sekä sisäisesti että ulkoisesti. Tiedotuksen tavoitteena on parantaa tuotettuja palveluita tai tuotteita lisäämällä toiminnan läpinäkyvyyttä.

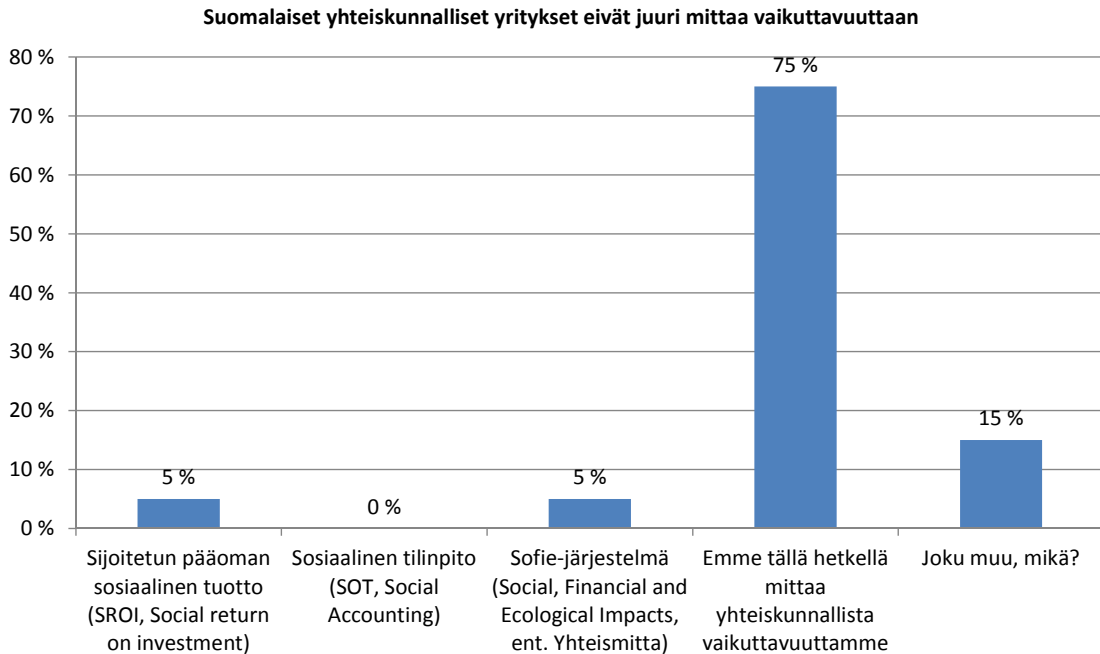
Käytännössä suomalaiset yhteiskunnalliset yritykset eivät kuitenkaan juuri mittaa toimintansa vaikuttavuutta. Kyselytulosten perusteella kolme neljästä yhteiskunnallisesta yrityksestä ei mittaa toimintansa vaikuttavuutta tällä hetkellä millään tavoin. Tämä yhdistettynä yhteiskunnallinen yrittäjä -käsitteen monitulkintaisuuden kanssa tekee kentästä vaikeasta hahmotettavan ja sijoittajille haastavan. Jotta suomalainen yhteiskunnallisen yrittämisen kenttä olisi houkutteleva myös yksityisen rahoituksen näkökulmasta, tulisi kentän panostaa vahvasti vaikuttavuutensa mittaamiseen ja tulostensa viestintään. Tällainen mission kirkastaminen ja tulosten konkretisointi olisi ensiarvoisen tärkeää myös viestinnällisestä näkökulmasta.

Kuvio 5 Yhteiskunnallisten vaikutusten viisivaiheinen malli



Lähde: Herenberger et al., 2013.

Kuvio 6 Vastaukset kysymykseen ”Millä menetelmällä yrityksenne mittaa yhteiskunnallista vaikuttavuuttaan?”



Lähde: Etlatiedon toteuttama kysely tunnistautuneille yhteiskunnallisille yrityksille (n=20).

Tietoisku 4

Investointien yhteiskunnallinen tuottoaste pähkinänkuoressa

Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden mittaamistapoja: Investointien yhteiskunnallinen tuottoaste (Social return on investment, SROI)

SROI-menetelmä pyrkii yhdenmukaistamaan ja muuttamaan rahaksi yrityksen aikaansaamat yhteiskunnalliset, taloudelliset ja ympäristölliset tulokset. Käytännössä SROI-suhdeluvulla tarkoitetaan kokonaisuhyötyjen ja investointien suhdetta: kuinka paljon hyötyä investoinnilla saadaan aikaiseksi. Esimerkiksi SROI-suhde 4 tarkoittaa, että euron investoinnilla saadaan aikaiseksi neljän euron suuruisen hyötyä.

SROI-analyysin käytännön toteutus on kuusivaiheinen:

1. Toiminnan laajuuden ja sidosryhmien toteaminen: SROI-analyysin kannalta on tärkeää tietää mahdollisimman tarkasti, mihin pyritään ja ketkä ovat mukana.
2. Tulosten kartoitus: Panosten, tuotosten ja tulosten välinen yhteys tulee selvittää yhdessä sidosryhmien kanssa.
3. Tulosten todentaminen ja arvottaminen: Tässä vaiheessa etsitään dataa tulosten syntymisestä. Mahdollisesti syntyneille tuloksille annetaan rahallinen arvo.
4. Vaikutusten osoittaminen: Tuloksista otetaan pois kaikki, mikä olisi tapahtunut joka tapauksessa tai muiden tekijöiden seurauksena.
5. Lasketaan SROI: Yhdistetään kaikki hyödyt ja vähennetään haitat ja vertaillaan sitä tehtyyn investointiin.
6. Raportoidaan tuloksista: Tulokset tulee raportoida ainakin mukana oleville sidosryhmille.

Lähde: Emerson ja Cabaj, 2000.

4 Yhteiskunnalliset yritykset tilastojen valossa

Yhteiskunnallista yrittäjyyttä on jo aiemmin pyritty tarkastelemaan tilastollisesta näkökulmasta. Yhteiskunnallisen yrityksen määritelmän moniselitteisyys antaa kuitenkin runsaasti liikkumatilaa tutkijoille – esitetyt arviot ovatkin vaihdelleet 2 500 ja 12 000 yrityksen välillä. Tunnistautuneita yhteiskunnallisia yrityksiä Suomessa on noin 140. Nämä yritykset ovat käytännössä Arvo-liiton jäseniä, Yhteiskunnallinen yritys -merkin haltijoita ja/tai rekisteröityjä sosiaalisia yrityksiä. Yksimielisiä ollaan kuitenkin siitä, että nämä tunnistautuneet yhteiskunnalliset yritykset kattavat vain murto-osan kaikista Suomen yhteiskunnallisista yrityksistä.

Tietoisku 5

Suomalaisen liiton Yhteiskunnallinen yritys -merkki

Kriteerit käyttävien yritysten on mahdollisuus hankkia itselleen Yhteiskunnallinen yritys -merkki. Elokuussa 2015 merkkiyrityksiä oli yhteensä 64.

Käytännössä Yhteiskunnallinen yritys -merkki toimii markkinointisignaalina, jonka tavoitteena on kertoa potentiaalisille asiakkaille ja yhteistyökumppaneille yrityksen yhteiskunnallisesta agendasta. Muita kannusteita sen hankkimiseksi ei tällä hetkellä juuri ole. (Russell et al., 2014).

4.1 Yrityskysely

Yhtenä tämän hankkeen tavoitteista oli saada numeerista tietoa yhteiskunnallisesta yrittämisestä Suomessa. Etlatieto Oy toteutti keväällä 2015 laajan sähköisen kyselyn, joka lähetettiin yhteensä yli 30 000 yritykselle. Vastauksia saatiin yli 4 500. Kysely kattoi kaikki yritysrekisterin kattamat yritysmuodot. Käytännössä kyselyn kohderyhmänä olivat kaiken kokoiset ja muotoiset yritykset, mukaan lukien osuuskunnat ja toiminimet. Rekisteröidyt yhdistykset eivät kuuluneet kyselyn kohderyhmään.

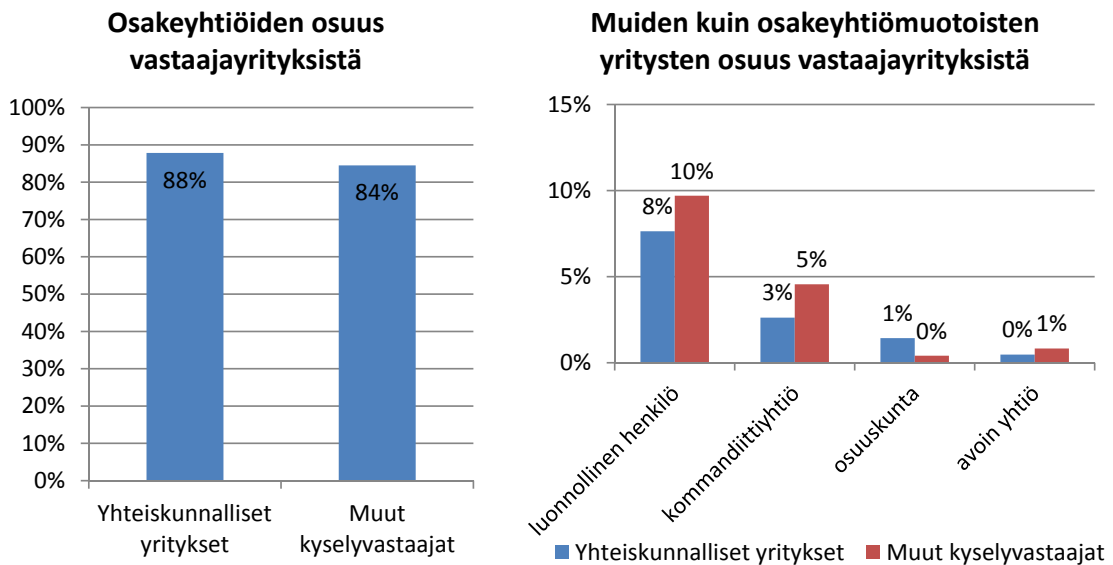
Kyselyyn oli sisällytetty yksi kysymys, jonka tavoitteena oli haarukoida vastaajajoukosta yhteiskunnallisia yrityksiä. Kysymyksen muotoilu oli seuraava:

”Käyttääkö yrityksenne pääosan voitoistaan jonkin yhteiskunnallisen päämäärän edistämiseen?”

Esitetty kysymys sisältää kaksi yhteiskunnallisen yrityksen keskeistä kriteeriä: Yritykset, jotka vastasivat kysymykseen ”kyllä”, täyttävät rajoitetun voitonjaon kriteerin. Lisäksi voidaan olettaa, että yrityksillä, jotka ohjaavat pääosan voitoistaan yhteiskunnallisen päämääränsä edistämiseen, todella on jokin yhteiskunnallinen missio.

Vastaajapopulaatio sisälsi pääosin osakeyhtiöitä (88 % yhteiskunnallisista yrityksistä ja 84 % muista vastaajayrityksistä), luonnollisia henkilöitä eli toiminimiä (8 % ja 10 %), kommandiittiyhtiöitä (3 % ja 5 %) sekä osuuskuntia ja avoimia yhtiöitä. Kysely ei kattanut säätiöitä tai rekisteröityjä yhdistyksiä. Yhteensä kyselyyn vastasi 4 558 yritystä. Yritysten kyselyvastauksiin yhdistettiin Asiakastieto Oy:n sekä Tilastokeskuksen yritysrekisterin yrityskohtaisia tilinpäätöstietoja sekä tietoja esimerkiksi yritysten koosta ja toimialasta.

Kuvio 7 Yhteiskunnallisten yritysten juridinen muoto



Lähde: Etlatiedon toteuttama yritys-kysely (n= 4558).

4.2 Yhteiskunnallisten yritysten määrä ja työllistävyys

Kirjallisuudessa esitetyt arviot suomalaisten yhteiskunnallisten yritysten määrästä ovat vaihtelevia. Keskeisenä syynä tähän voidaan nähdä määritelmien runsaus: kun määritelmä vaihtelee, eivät eri julkaisuissa esitetyt numeeriset arviot ole keskenään vertailukelpoisia. Suomessa ei ole toistaiseksi olemassa verkostoa tai rekisteriä, joka kattaisi aukottomasti kaikki yhteiskunnalliset yritykset.

Puhtaasti rekisteritietoihin perustuen on tehty arvio, että Suomessa olisi noin 5 000 yhteiskunnallista yritystä (Lilja ja Mankki, 2010). Russell et al. (2014) taas päätyvät tulokseen, että näistä noin 5 000 yrityksestä ainoastaan 2 500 täyttäisi Euroopan unionin yhteiskunnallisen yrityksen määritelmän. Suomen Lontoon instituutin raportin aineistona on pk-yrityksille suunnattu sähköinen kysely, ja määritelmän pohjana käytetään hieman laiveampaa määritelmää. Raportin arvioiden mukaan Suomessa olisi potentiaalisesti jopa 12 000 yhteiskunnallista yritystä (Karjalainen ja Syrjänen, 2009).

Suomessa on arviolta yli 19 000 yhteiskunnallista yritystä

Etlatiedon toteuttamassa, yli 30 000 yritykselle lähetetyssä kyselyssä oli kysymys, johon ”kyllä”-vastanneiden yritysten katsottiin täyttävän keskeisimmän yhteiskunnallisen yrityksen kriteerin. Yrityksille esitetty kysymys kuului seuraavasti: ”Käyttääkö yrityksenne pääosan voitoistaan jonkin yhteiskunnallisen päämäärän edistämiseen?” Kyselyyn vastanneista yli 4 500 yrityksestä keskimäärin 7,5 %–9,5 %⁶ vastasi kysymykseen ”kyllä”.

⁶ 95 % luottamusväli. Kyselyvastaukset on painotettu vastaamaan Suomen yrityspopulaatiota.

Käytännön tulkinta on, että Suomessa olisi noin 19 100–24 300⁷ yhteiskunnallista yritystä. Vastaajayritysten tarkemman tarkastelun perusteella näytti kuitenkin siltä, että ”kyllä” vastanneiden yritysten joukossa oli myös vastaajia, jotka olivat joko ymmärtäneet kysymyksen väärin, vastanneet siihen epähuomiossa väärin tai tulkinneet yhteiskunnallista päämäärää hyvinkin laveasti. Käytännön tulkinta on, että yhteiskunnallisten yritysten todellinen lukumäärä on lähempänä luottamusvälin alareunaa kuin puoliväliä. Tällöin Suomessa olisi arviolta reilut 19 100 yhteiskunnallista yritystä.

Yhteiskunnalliset yritykset työllistävät arviolta 126 000 henkilöä

Myös yhteiskunnallisten yritysten työntekijämääristä on esitetty vaihtelevia arvioita. Arviot perustuvat Euroopan komission raporttiin, jossa yhteiskunnallisten yritysten osuuden arvioidaan vaihtelevan 1–4 prosentin välillä pk-yrityksistä ja työntekijämäärän arvioidaan vaihtelevan 10 000 ja 38 000 välillä, kun käytössä on vuoden 2011 aineisto. (Russell et al., 2014)

Etlatiedon toteuttaman yritys­kyselyn perusteella yhteiskunnalliset yritykset ovat huomattavasti merkittävämpi työllistäjä, kuin mitä aiemmin on arvioitu. Kyselytulosten perusteella yhteiskunnalliset yritykset työllistivät vuonna 2013 125 700–210 000⁸ henkeä. Myös työllisyyden osalta arviomme on, että yhteiskunnallisten yritysten todellinen työllisyys on lähempänä haarukan alareunaa kuin puoliväliä. Näin ollen voidaan arvioida, että yhteiskunnalliset yritykset työllistävät Suomessa arviolta vajaa 126 000 henkeä.

Yhteiskunnalliset yritykset toimialoittain

Toimialoittain tarkasteltuna yhteiskunnallisia yrityksiä on lukumääräisesti eniten toimialoilta ”ammattillinen, tekninen ja tieteellinen toiminta” (89 vastaajayritystä), ”tukku- ja vähittäiskauppa” (65 vastaajayritystä) ja ”teollisuus” (50 vastaajayritystä). Suhteellisesti tarkasteltuna yhteiskunnallisten yritysten osuus toimialan yrityksistä on suurin toimialoilla ”sähkö-, kaasuja lämpöhuolto” (27 % kyselyyn vastanneista toimialan yrityksistä on yhteiskunnallisia yrityksiä), ”vesihuolto, viemärit, jätehuolto” (26 %) ja ”koulutus” (26 %). Erityisesti suhteellisessa tarkastelussa huomataan, että yhteiskunnallisten yritysten merkitys korostuu toimialoilla, joissa on runsaasti julkisomisteisia toimijoita – käytännössä suuri osa edellä mainittujen kolmen toimialan yhteiskunnallisista yrityksistä on julkisomisteisia.⁹

Moni yhteiskunnallinen yritys on julkisomisteinen

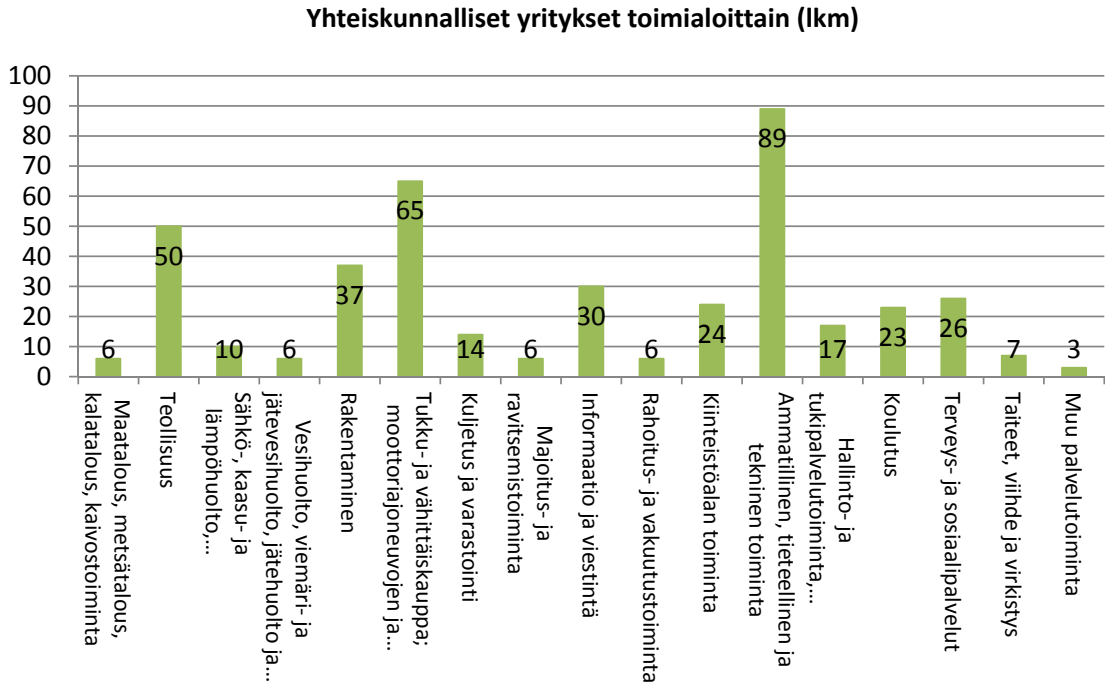
Kyselyyn vastanneet yhteiskunnalliset yritykset ovat keskimääräistä useammin julkisomisteisiä. Perinteisistä yrityksistä julkisomisteisia on 1,3 %. Vastaava lukema yhteiskunnallisten yritysten osalta on 8,3 %. Tämä ei ole yllättävää, sillä käytännössä kunnalliset yhtiöt tilittävät voittonsa kunnille, jotka taas tuottavat yhteiskunnallisia hyvinvointipalveluita. Kuitenkin esimerkiksi tutkijaverkosto EMESin mukaan yritykset, jotka ovat riippuvaisia julkisesta hallinnosta, eivät täytä yhteiskunnallisen yrityksen kriteereitä. Yhteiskunnalliset yritykset ovat muita kyselyvastaajia harvemmin yksityisessä kotimaisessa omistuksessa. ”Perinteisistä” yrityksistä yksityisessä kotimaisessa omistuksessa on useampi kuin yhdeksän kymmenestä. Yhteiskunnallisista yrityksistä yksityisessä kotimaisessa omistuksessa on 84 %.

⁷ 95 % luottamusväli. Kyselyvastaukset on painotettu vastaamaan Suomen yritys­populaatiota.

⁸ 95 % luottamusväli. Kyselyvastaukset on painotettu vastaamaan Suomen yritys­populaatiota.

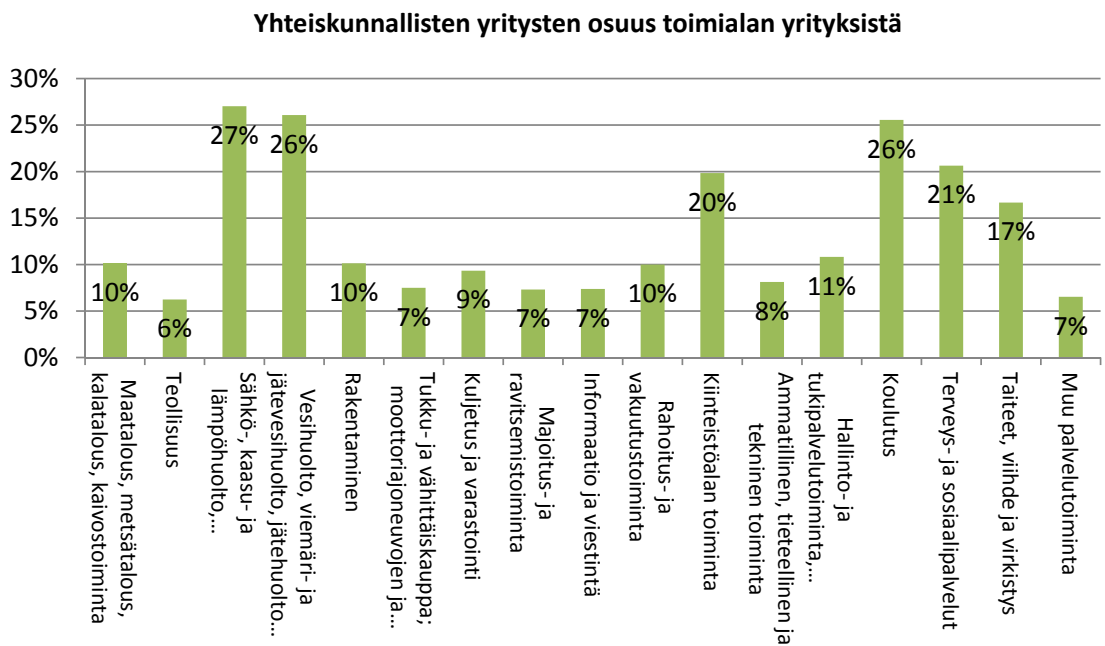
⁹ Lähde: Etlatiedon yritys­kysely (n=4558).

Kuvio 8 Sähköiseen kyselyyn vastanneiden yhteiskunnallisten yritysten toimialajakauma (lkm)



Lähde: Etlatiedon yritys-kysely (n=4558).

Kuvio 9 Sähköiseen kyselyyn vastanneiden yhteiskunnallisten yritysten toimialajakauma (osuus toimialan yrityksistä)



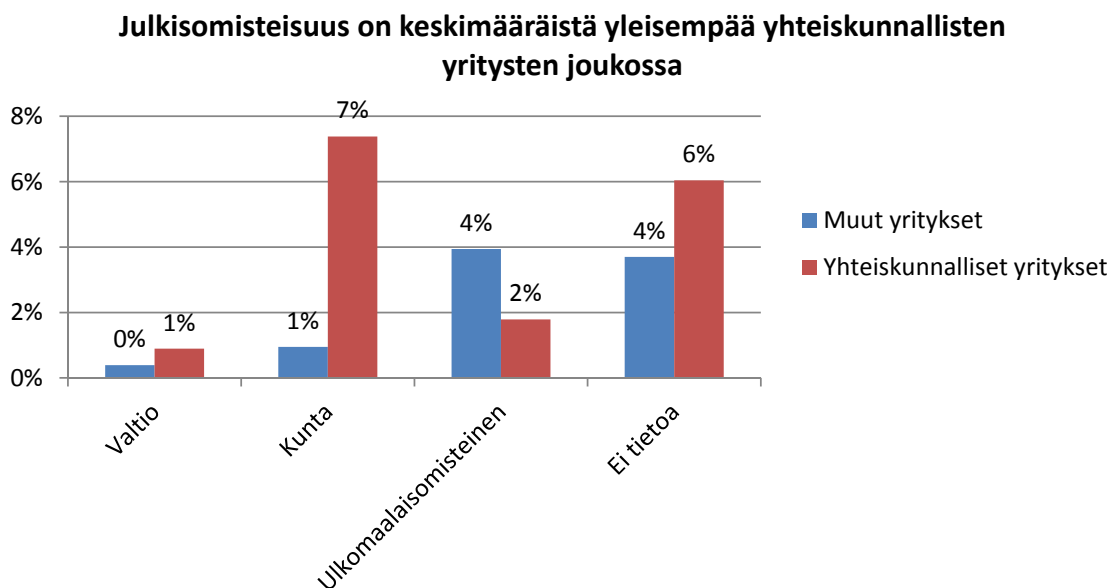
Lähde: Etlatiedon yritys-kysely (n=4558).

Kuvio 10 Kyselyyn vastanneiden yritysten omistus



Lähde: Etlatiedon yritys­kysely (n=4558).

Kuvio 11 Yhteiskunnallisten ja perinteisten yrityksen omistus, pl. yksityinen kotimainen omistus



Lähde: Etlatiedon yritys­kysely (n=4558).

Yhteiskunnallisen yrityksen oikeudellinen muoto ja omistus

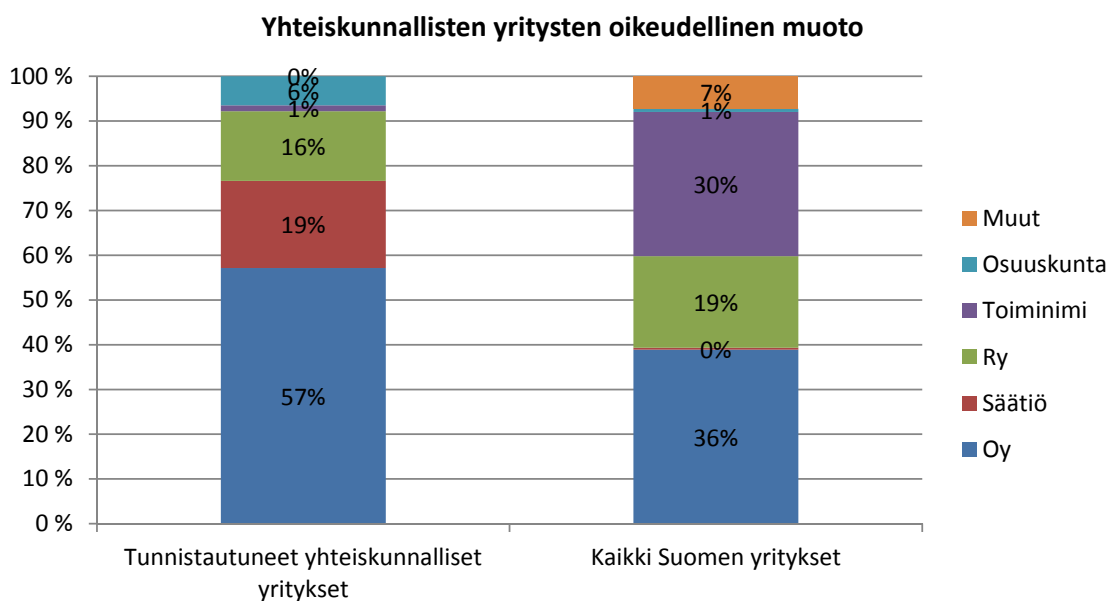
Yhteiskunnallisen yrityksen juridista muotoa ei ole rajattu, joten käytännössä yhteiskunnalliset yritykset voivat toimia itse parhaaksi katsomassaan yhtiömuodossa. Yhteiskunnalliseksi yrityksiksi lasketaan myös jotkut rekisteröityneet yhdistykset sekä säätiöt, kunhan ne toimivat markkinoilla toimintansa rahoittamiseksi. Käytännössä yhteiskunnallinen yritys on siis mikä tahansa yhteisö, joka täyttää aikaisemmin esitellyt kriteerit. Suomalaisen työn liiton jäsenyrityksistä valtaosa on osakeyhtiömuotoisia, mutta jäsenenä on myös säätiöitä, osuuskuntia ja yhdistyksiä.

Yhteiskunnallinen yritys -merkin saaneista yrityksistä yhteensä 43 yritystä on juridiselta muoltaan osakeyhtiöitä (Oy). Säätiöitä ja rekisteröityjä yhdistyksiä (Ry) on molempia 8, osuuskuntia 4 ja toiminimiä yksi.

Yhteiskunnallisissa yrityksissä on suhteellisesti suurempi osuus osakeyhtiöitä, osuuskuntia ja säätiöitä kuin koko yrityspopulaatiossa. Vastaavasti esimerkiksi toiminimiä on tunnistautuneiden yhteiskunnallisten yritysten joukossa huomattavasti vähemmän kuin yritysrekisterissä keskimäärin.

Suomen mallista poiketen Isossa-Britanniassa yhteiskunnalliselle yritykselle on olemassa oma yritysmuoto. Yhteisöllinen yritys (Community Interest Company, CIC) pohjautuu osakeyhtiömuotoon ja se sisältää mm. vaatimukset voitonjaon rajoittamisesta sekä niin sanotusta varallisuuslukosta (Bland, 2010).

Kuvio 12 Yritysten oikeudellinen muoto



Lähde: Yhteiskunnallisten yritysten verkkosivut, Patentti- ja rekisterihallinnon yritysrekisteri.

Tietoisku 6**Yhteisöedun yritys, eli community interest company**

Vuonna 2005 Isossa-Britanniassa yhteiskunnallisia yrityksiä varten perustettiin täysin uusi yrityksen juridinen muoto; *yhteisöedun yritys* (Community Interest Company CIC). Tavallisten yrityskriteerien lisäksi yhteisöedun yritys läpäisee erillisen yhteisöedun testin. Käytännössä tämä tarkoittaa, että yrityksen voitonjaon on oltava rajoitettu siten, että se jakaa korkeintaan 35 % voitostaan osinkoina omistajille. Yhdelle osakkeelle maksettava osinko ei saa myöskään ylittää 20 % osakkeen arvosta ja mahdollisen lainan korkokatto on 10 % lainan arvosta. Yrityksellä on oltava myös niin sanottu varallisuuslukkko, eli yrityksen toiminnan loppuessa varat on annettava toiselle CIC:lle tai hyväntekeväisyyteen.

Lähde: Bland (2010).

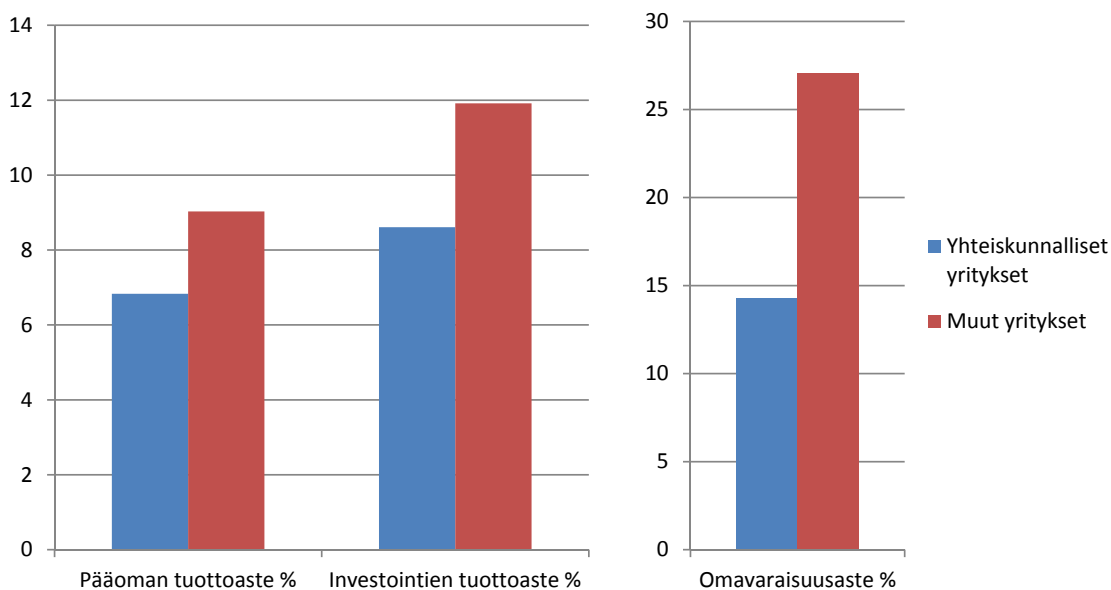
Yhteiskunnallisten yritysten kannattavuus ja omavaraisuus

Kyselydataan oli mahdollista yhdistää tietoja yritysten vakavaraisuudesta ja kannattavuudesta. Tarkasteluun otettiin kaksi paljon käytettyä kannattavuuden mittaria, pääoman hyödyntämisen tehokkuutta mittaava pääoman tuottoaste (%) sekä investointien onnistuneisuutta mittaava investointien tuottoaste (%). Vakavaraisuuden mittarina käytettiin omavaraisuusastetta (%). Omavaraisuusaste kertoo yrityksen puskurista mahdollisia tappioita vastaan, ja se lasketaan omien varojen ja taseen suhteena.

Yksiolotteisen tarkastelun perusteella yhteiskunnalliset yritykset ovat perinteisiä yrityksiä kannattamattomampia ja niiden vakavaraisuus on heikompaa kuin muilla yrityksillä keski-

Kuvio 13 Yhteiskunnallisten yritysten kannattavuus ja vakavaraisuus

Yhteiskunnallisten yritysten heikko kannattavuus ja vakavaraisuus selittyy yritysten muilla ominaisuuksilla



Lähde: Etlatiedon yritys-kysely (n=4558).

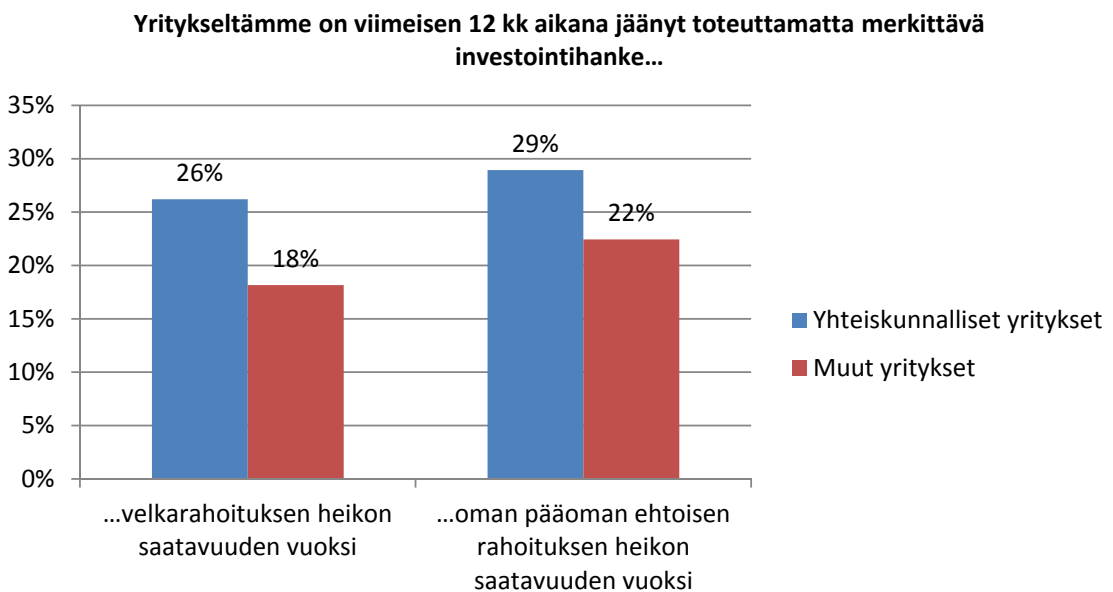
määrin. Kuitenkin, kun tarkastelussa huomioidaan muita taustatekijöitä, kuten yritysten koko, ikä ja toimiala, sekä kannattavuus- että vakavaraisuuserot katoavat. Yhteiskunnalliset yritysten kannattavuus tai vakavaraisuus ei näin ollen poikkea käytännössä muista yrityksistä vaan selittyy yritysten muilla taustaominaisuuksilla. Yhteiskunnalliset yritykset ovatkin kyselyaineiston perusteella muita yrityksiä nuorempia, pienempiä ja useammin julkisesti omistettuja.

Yhteiskunnallisten yritysten rahoitusrajoite

Kyselytiedon valossa näyttäisi siltä, että yhteiskunnallisilla yrityksillä on keskimääräistä vaikeampaa saada investointeihinsa velkarahaa tai oman pääoman ehtoista rahoitusta. Yhteiskunnallisista yrityksistä yli neljännes vastasi, että niiltä on jäänyt toteuttamatta merkittävä investointihanke joko velkarahoituksen heikon saatavuuden vuoksi (26 %) tai oman pääoman ehtoisen rahoituksen heikon saatavuuden vuoksi (29 %). Erityisesti velkarahoituksen puolella yhteiskunnalliset yritykset olivat heikommassa asemassa kuin muut kyselyyn vastanneet yritykset. Lisäanalyysien perusteella näytti siltä, että rahoitusvaikeudet ovat kytköksissä nimenomaan yritysten yhteiskunnallisuuteen: erot eivät hävinneet jatkotarkasteluissa, joissa huomioitiin yhteiskunnallisuuden lisäksi myös muita yritysten ominaisuuksia, kuten ikä, toimiala, koko ja kannattavuus.

Rahoituksen saamiseen liittyvät vaikeudet on tunnistettu yhteiskunnallisten yritysten keskeiseksi kasvun esteeksi myös aiemmin (ks. esim. Karjalainen ja Kostilainen, 2013). Ilmiö tunnustettiin myös osana tätä hanketta toteutetuissa asiantuntijahaastatteluissa: yhteiskunnallisten yritysten asema perinteisen voittoa maksimoivan yrityksen ja puhtaan hyväntekeväisyyden välissä on osin hankala rahoitusta haettaessa. Rajoitettu voitonjako ja yhteiskunnallinen

Kuvio 14 Vastaukset kysymyksiin suunnitellun investointihankkeen kariutumisesta joko velkarahoituksen tai oman pääoman ehtoisen rahoituksen heikon saatavuuden vuoksi. Kuvattuna ”kyllä”-vastanneiden osuus.



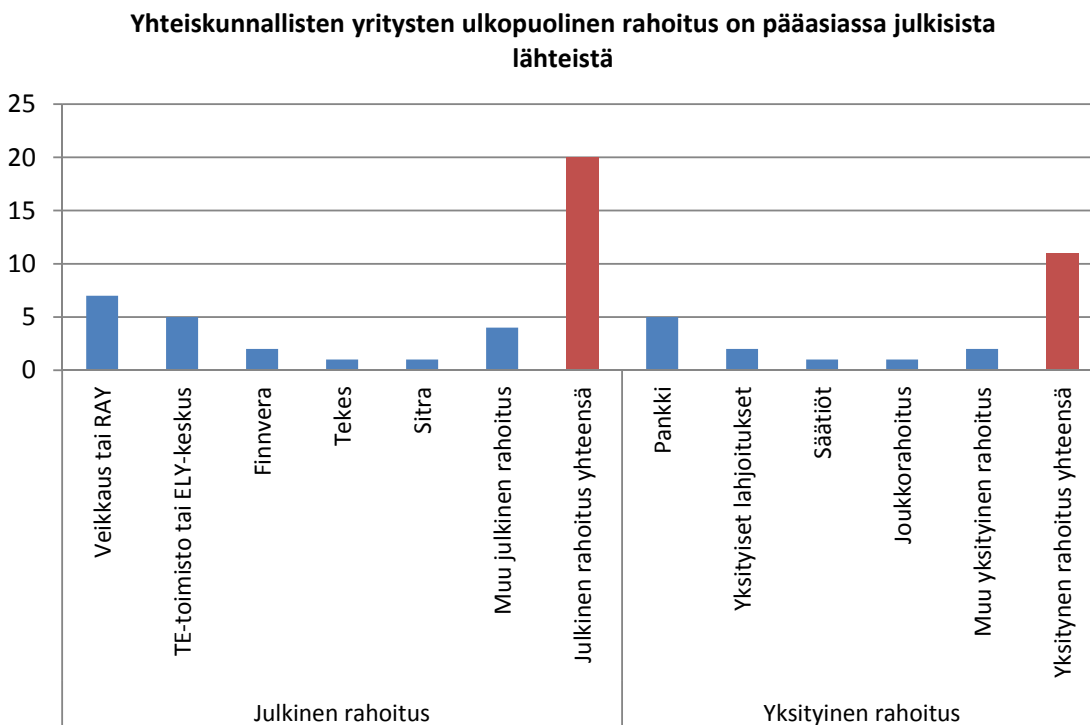
Lähde: Etlatiedon yrityskysely (n=4558).

päämäärä eivät houkuttele perinteisiä sijoittajia ja rahoituslaitoksia mukaan, toisaalta hyvän-tekeväisyysjärjestöjen näkökulmasta voittoa tavoitteleva toiminta voi olla liiankin kaupallista. Haastattelussa kävikin ilmi, että joissain tapauksissa yhteiskunnalliseksi yritykseksi tunnistautuminen saattaa jopa vaikeuttaa rahoituksen saamista, sillä taloudellinen tulos on usein tärkein kriteeri myös haettaessa julkista rahoitusta.

Yhteiskunnallisille yrityksille suunnatussa kyselyssä yrityksiltä tiedusteltiin niiden keskeisimpiä ulkopuolisia rahoituslähteitä. Vastausten mukaan rahoitusta oli saatu useista lähteistä, joista kuitenkin valtaosa (65 %) oli julkisia. Julkisen puolen merkittävimmät rahoittajat olivat vastaajien mukaan opetus- ja kulttuuriministeriön kautta kanavoitavat veikkausvoittovarot sekä Raha-automaattiyhdistyksen tuki ry-muotoisille toimijoille sekä TE-toimisto tai ELY-keskus, yksityisellä puolella eniten rahoitusta oli saatu pankista.

Julkisen rahoituksen suosio yhteiskunnallisten yritysten kentässä on osin oletettu, mutta myös kysymyksiä herättävä tulos. Jos kaksi kolmesta rahoituslähteestä on julkisia, voidaan syystäkin kysyä, onko yrityksillä edes kiinnostusta markkinaehtoiseen rahoitukseen. Lisäksi vaikuttaa siltä, että julkista rahoitusta on mahdollista saada, vaikka yritys ei mittaisi tai raporttoisi toimintansa yhteiskunnallista vaikuttavuutta. Käänteisesti voisi jopa argumentoida, että vuosisykleissä myönnettävä rahoitus ei kannusta toimijoita kehittämään pitkäjänteistä vaikuttavuuden seurantaa, vaan ohjaa toimintaa panosten ja suoritteiden laskemiseen. Kuitenkin esimerkiksi Raha-automaattiyhdistyksen rahoituksen myöntämisen ehtona on suunnitteilla olevan toiminnan tulosten ja vaikutusten arviointi, mikä taas tarjoaa erinomaisen pohjan vaikuttavuuden arviointiin.

Kuvio 15 Yhteiskunnallisten yritysten ulkopuolisen rahoituksen lähteet



Lähde: Yhteiskunnallisille yrityksille suunnattu kysely (n=20).

5 Yhteiskunnallisen yrityksen rahoitus: keinona vaikuttavuusinvestoinnit

Ulkopuoliseen rahoitukseen liittyvät rajoitteet asettavat keskeisen esteen yhteiskunnallisten yritysten kasvulle. Uudet ”kovan rahan” ja hyväntekeväisyyden välimaastoon sijoittuvat erilaiset vaikuttavuusinvestoimisen mallit tarjoavat parhaimmillaan täsmäratkaisuja yhteiskunnallisten yritysten rahoitusongelmiin.

Kansainvälisesti vaikuttavuusinvestoiminen herättää tällä hetkellä runsaasti kiinnostusta. Uudet rahoitusinstrumentit keräävät pääomaa läpi sijoittajien koko spektrin, aina puhtaasti tuotoista kiinnostuneista filantrooppeihin asti. Käytännössä tilanne onkin tällä hetkellä nurinkurinen: erityisesti pohjoismaiset ja eurooppalaiset sijoituskohteet ovat kiven alla, suomalaisista puhumattakaan, ja valtaosa sijoituksista kohdistuu Afrikkaan ja muille kehittyville alueille.

5.1 Mitä on vaikuttavuusinvestoiminen?

Vaikuttavuusinvestoimisen tavoite on ”ratkaista yhteiskuntaan tai ympäristöön liittyvä ongelma luoden samalla taloudellista tuottoa” (Global Impact Investing Network, GIIN). Bridges Ventures (2013) taas määrittelee termin ”aktiiviseksi pääoman sijoittamiseksi yrityksiin tai rahastoihin, jotka tuottavat yhteiskuntaa ja/tai ympäristöä hyödyttävää tuotetta tai palvelua ja jonka tuotto sijoittajalle vaihtelee”. Tarkka määrittelyminen on kuitenkin hankalaa, sillä ilmiön tuoreuden vuoksi terminologia on hajanaista ja sääntely osin päällekkäistä. Käytännössä erilaiset määritelmät toistavat kuitenkin samoja teemoja (Bugg-Levine ja Emerson, 2011).

Vaikuttavuusinvestointien voisikin ajatella olevan sijoituksia puhtaasti tuottoa maksimoivien sijoitusten ja hyväntekeväisyyden välissä. Bugg-Levine ja Emerson (2011) käyttävät termiä *sekoitettu arvo* (blended value), jolla kuvataan sijoittajan saamaa rahallisen ja sosiaalisen arvon yhdistelmää. Paljon kirjallisuudessa käytetty termi on myös tuplamissio (double bottom line), jolla tarkoitetaan pyrkimystä sekä taloudelliseen tuottoon että yhteiskunnalliseen hyvään. Triplamissiosta tai kolmoistilin päätöksestä puhuttaessa tavoitteeksi nostetaan lisäksi ekologiset päämäärät. OECD:n (2015) mukaan vaikuttavuusinvestoinnilla tavoitellaan vähintään pääoman palautusta, mutta korkeintaan markkinakorkoista tuottoa. Tämä määritelmä sulkee vaikuttavuussijoituksista pois esimerkiksi lahjoitukset.

Tietoisku 7

Yhteiskunnallisesti vastuullinen sijoittaminen

Vastuullinen sijoittaminen ei ole aina vaikuttavuussijoittamista.

Vaikuttavuusinvestointi sekoitetaan usein virheellisesti yhteiskunnallisesti vastuulliseen sijoittamiseen (engl. socially responsible investing, SRI). Yhteiskunnallisesti vastuullisella sijoittamisella pyritään välttämään sijoittamista luontoa tai yhteiskuntaa haittaaviin yrityksiin. Esimerkkeinä tämän tyyllisiä yrityksistä voisivat olla vaikka yritykset, jotka saastuttavat runsaasti tai loukkaavat ihmisoikeuksia. Vaikuttavuusinvestoinnilla taas tarkoitetaan sijoitusta, jolla pyritään ratkaisemaan jokin yhteiskunnallinen ongelma.

Vaikka vaikuttavuusinvestoimisen markkinat kasvavatkin nopeasti, ei kasvuvauhti ole tois- taiseksi täyttänyt sille asetettuja tavoitteita. Vuonna 2010 arvioitiin, että vaikuttavuussijoitta- misen markkinat olisivat vuonna 2020 mennessä suuruudeltaan jopa 1000 miljardia dollaria. (World Economic Forum, 2013). Maailmanlaajuisesti vaikuttavuusinvestointien markkinoi- den kokoa ovat arvioineet esimerkiksi Saltuk ja El Idrissi (2015). Vuonna 2015 julkaistussa ra- portissaan he arvioivat markkinoiden tämänhetkiseksi kooksi noin 60 miljardia US dollaria, josta vuonna 2014 tehtyjä investointeja olisi noin 10,6 miljardia dollaria. Arviot perustuvat ky- selytutkimukseen, johon vastasi 146 suurinta vaikuttavuussijoittajaa.

5.2 Vaikuttavuusinvestoimisen ekosysteemi

Vaikuttavuusinvestoiminen on kansainvälisenä ilmiönä vielä kohtalaisen nuori, eikä toimiviin vaikuttavuusinvestoimisen markkinoihin tarvittava ekosysteemi ole kaikilta osin riittävä. Kar- keasti hahmoteltuna vaikuttavuusinvestoimisen markkinat koostuvat, muiden markkinoiden tavoin, pääoman kysynnästä ja tarjonnasta. Lisäksi kysynnän ja tarjonnan välillä on oltava rahoituksen välittäjiä (Social impact investment taskforce, 2014).

Kysyntäpuolen muodostavat vaikuttavuudesta kiinnostuneet ostajat ja vaikuttavuuteen pyrki- vät organisaatiot, Suomessa tyypillisesti kunnat ja valtio. Vaikuttavuuteen pyrkivät organisaat- iot ovat käytännössä alan toimijoita, kuten yhteiskunnallisia yrityksiä, vapaaehtoisorganisaat- ioita ja sosiaalisia yrityksiä.

Pääoman tarjonnan muodostavat vaikuttavuusrahoituksen lähteet. Käytännössä vaikuttavuus- sijoittajia voivat olla mitkä vain pääomaa hallinnoivat tahot, kuten julkinen sektori, EU ja yk- sityiset sijoittajat ja yritykset. Rahoituksen kanavia ovat esimerkiksi sosiaaliset pankit ja eri- laiset välitysorganisaatiot, joukkorahoituksen alustat ja vaikuttavuusinvestointiin keskittyneet rahastonhoitajat.

Erilaisiin rahoitustarpeisiin on olemassa runsaasti erilaisia rahoitusmuotoja. Viimeaikoina rahoitusmuodoista mielenkiintoa ovat herättäneet Social Impact Bond (SIB) sekä erilaiset pää- omalainat. Suomessa rahoitusta on kerätty esimerkiksi joukkorahoituksen ja joukkovelkakir- jojen avulla.

Suomessa vaikuttavuussijoittaminen on ilmiönä varsin nuori. Vaikuttavuusinvestoimiseen vaadittavasta ekosysteemistä puuttuu yhä palasia, jotka mahdollistaisivat kustannustehokkaan sijoittamisen – käytännössä kysyntä ja tarjonta eivät vielä löydä toisiaan markkinoilla. Myös vaikuttavuudesta kiinnostuneiden ostajien olemassaoloa pidetään osin kyseenalaisena, sillä

Tietoisku 8

Rahoitusmuotona joukkorahoitus: Esimerkinä @care

Psykoterapeuttipalveluiden asiakkaat ja terapeutit yhdistävää verkkopalvelua kehittävä start-up yritys @care keräsi rahoitusta FundedByMe:n joukkorahoituslunastuksen avulla. Osallistuakseen jouk- korahoitukseen kiinnostuneen sijoittajan tuli rekisteröityä FundedByMe:n käyttäjäksi. Sijoituksen minimisuuruus oli 90 euroa. @caren joukkorahoituskierros suljettiin tuloksetta kesällä 2015.

Lähde: <https://www.fundedbyme.com/fi/campaign/5814/booknheal/>

Suomessa julkisten hankintojen pääkriteerinä on usein hinta. Muutos nykytilanteeseen vaatisi panostuksia hankintakäytäntöihin sekä aktiivista vaikuttavuuden mittaamista että raportointia sitä tuottavilta organisaatioilta. Sijoittajien näkökulmasta olisikin tärkeää, että vaikuttavuuteen pyrkivät organisaatiot toisivat suoraviivaisemmin esille toimintansa tuotoksia, mielellään yksiselitteisen vaikuttavuusmittarin, kuten esimerkiksi SROI:n tai vastaavan, avulla.

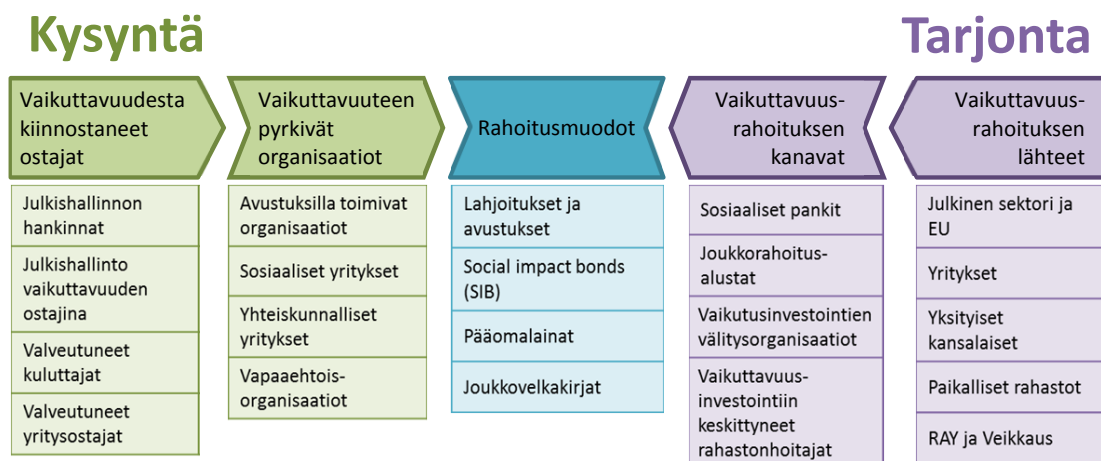
Kysyntäpuolen repaleisuuden lisäksi kotimainen vaikuttavuusinvestointimarkkina kärsii puutteista myös tarjontapuolella. Rahoituksen lähteitä on runsaasti – käytännössä rahoitusta on tarjolla enemmän kuin siihen sopivia kohteita. Sen sijaan sijoittamiseen vaadittavat rahoituskanavat ovat vähissä ja toiminnan volyymit ovat toistaiseksi varsin pieniä. Lisäksi tarjolla olevat rahastot ovat kirjavia ja niillä ei ole merkintää, jonka perusteella esimerkiksi yksittäisellä sijoittajalla olisi mahdollisuus poimia ”sertifioituja” vaikuttavuusinvestointirahastoja portfolioonsa. Euroopan komission työstämän yhteneväisen tunnistautumistavan tavoitteena onkin helpottaa rahoitusvaihtoehtojen löytämistä ja vertailua (Euroopan komissio, 2011).

Suomessa vaikuttavuusinvestoimisen ekosysteemi on vielä alkutekijöissään esimerkiksi Isoon-Britanniaan verrattuna. Martinin (2013) mukaan Ison-Britannian vaikuttavuusinvestoimisen infrastruktuurin rakentamisessa sekä pilottihankkeiden toteuttamisessa säätiöiden merkitys on ollut erittäin suuri. Euroopassa ja Yhdysvalloissa merkittävässä roolissa ovat olleet myös niin sanotut enkelisijoittajat.

Hyvän tekemisen suosio on kasvanut viime vuosina erityisesti ammattimaisten sijoittajien keskuudessa. Selkeiden rakenteiden puuttuessa vaikuttavuussijoittaminen on kuitenkin hankalaa ja kallista. Euroopan unioni on kuitenkin pyrkinyt rakentamaan EU-alueelle yhtenäisiä säädöksiä koskien vaikuttavuusinvestoimista esimerkiksi EuSEF-lainsäädännöllä.

Ammattimaisten sijoittajien lisäksi alalle kaivataan jatkossa myös institutionaalisia sijoittajia. Isossa-Britanniassa teetetyssä kyselyssä lähes puolet eläkesijoittajista odottaakin, että heidän portfoliossaan on jokin yhteiskunnallinen vaikuttavuusinvestointikohde seuraavien vuosien aikana. Perinteisesti eläkesijoitusyhtiöt tavoittelevat kuitenkin korkeimpia riskiliisiä

Kuvio 16 Vaikuttavuusinvestoinnin markkinat



Alkuperäisen kuvan lähde: Social Impact Investment Taskforce, 2014.

sijoituksilleen. (Martin, 2013) Vaikuttavuusinvestoinnit eivät matalampien tuotto-odotusten takia houkuttele myöskään valtavirtasijoittajia (OECD, 2015).

Rahoitusmarkkinoilla on myös tärkeä rooli vaikuttavuusinvestointien kehityksen kannalta. Erilaisia rahoitusmahdollisuuksia tarvitaan, jotta markkinoille saadaan houkutelua sijoittajia. Tässä myös valtioilla on oma roolinsa. Valtio voi jakaa riskiä sijoittajien kanssa tai tehdä suoria sijoituksia. Valtio voi omilla toimillaan toimia markkinoiden rakentajana, yhteiskunnallisten tulosten ostajana sekä markkinoiden hoitajana, poistaen mahdollisia esteitä ja varmistuen, että yhteiskunnalliset organisaatiot ajavat lupaamiaan positiivisia vaikutuksia (Social Impact Investment Taskforce, 2014). Toisaalta myös EU:n tasoisilla toimenpiteillä, esimerkiksi EuSEFin kaltaisilla lakimuutoksilla, pyritään edesauttamaan toimivien rahoitusmarkkinoiden syntymistä.

Tietoisku 9

Sitran puheenvuoro:

Vaikuttavuusinvestoiminen – yhteiskunnallista hyötyä ja taloudellista tuottoa

Vaikuttavuusinvestoimisen kansainväliset markkinat ovat vahvassa kasvussa. Sitra rakentaa kyseiselle toimintamallille ekosysteemiä Suomeen. Ensimmäiset käytännön hankkeet ovat jo lähtökuopissa.

Yksi vaikuttavuusinvestoimisen toteutusmuodoista on tulosperusteinen rahoitus sopimus eli Social Impact Bond (SIB), jossa sijoittaja kantaa hankkeen taloudellisen riskin ja julkinen sektori maksaa vain tuloksista. Suomen ensimmäinen SIB-hanke edistää työhyvinvointia: julkisen sektorin työnantajille tarjotaan palvelukokonaisuus, joka tukee työntekijöiden hyvinvointia ja vähentää mm. sairauspoissaoloja. Yhteistyöneuvottelut hankkeesta ovat käynnissä useiden julkisen sektorin organisaatioiden sekä sijoittajien kanssa. Sitran hallitus on jo tehnyt päätöksen enintään 1,5 miljoonan euron sijoituksesta.

Valmisteluvaiheessa on myös muita SIB-hankkeita. Esimerkiksi Tampereella ja Hämeenlinnassa on tekeillä taloudellinen ja toiminnallinen mallinnus lasten huostaanottojen ja nuorten syrjäytymisen ehkäisyn näkökulmasta. Lappeenrannassa ja Lahdessa vastaava mallinnus kohdistuu osatyökykyisten työllistymisen edistämiseen.

Markkinoita vauhdittaakseen Sitra on rakentanut koulutusohjelman niille yrityksille ja järjestöille, jotka tukevat palveluillaan suomalaista hyvinvointia. Vaikuttavuuskiihdyttämön tavoitteena on vahvistaa osallistujien ansainta- ja vaikuttavuusosaamista, kasvua ja mahdollisuuksia hankkia ulkopuolista rahoitusta. Ohjelma toteutetaan kiihdyttämömallilla kolmessa jaksossa vuosien 2015–2016 aikana. Jokaiselle jaksolle valitaan noin 10 vaikuttavuustoimijaa.

Lisäksi Sitra selvittää, olisiko Suomessa tarvetta vaikuttavuusinvestoimisen rahastolle. Jos tarve löytyy, Sitra on tarvittaessa valmis viemään hanketta eteenpäin.

Lähde: Sitra.

5.3 Rahoitusmuotoja

Tuottoa todennetusta vaikuttavuudesta – sosiaalinen vaikuttavuusjohdannainen eli social impact bond (SIB)

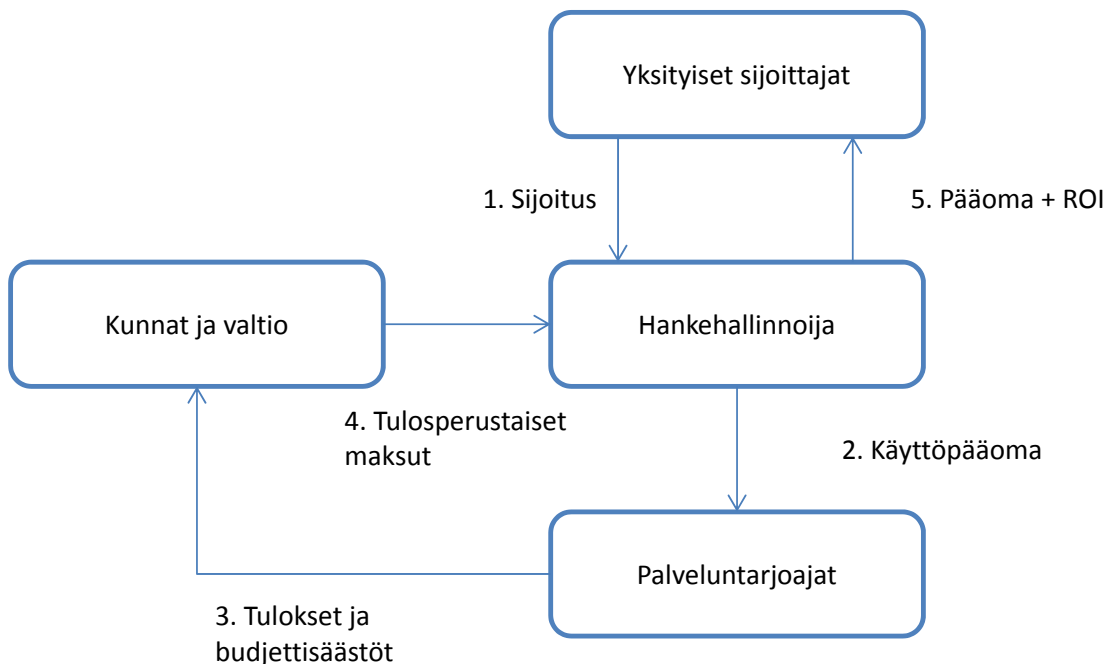
Social impact bond (SIB) on paljon käytetty vaikuttavuusinvestoinnin muoto. SIB-mallissa tilaaja maksaa voittoja ainoastaan tavoiteltujen vaikutusten toteutuessa. Käytännössä tämä tarkoittaa, että suurin osa taloudellisesta riskistä siirtyy tilaajalta sijoittajalle. Etenkin tämän tyyppisissä malleissa vaikuttavuuden mittaaminen on ensiarvoisen tärkeää, jotta mahdolliset voitot maksetaan vain, kun projekti saa aikaan todellisen parannuksen yhteiskunnassa.

Palvelun tilaajalla, eli esimerkiksi kunnalla tai valtiolla on jokin ongelma, johon se haluaa ratkaisun. Yksityiset sijoittajat tekevät sijoituksen rahastoon, joka rahoittaa yhteiskunnallista ongelmaa ratkaisevan yrityksen toimintaa. Jos yritys pääsee sovittuihin tavoitteisiin, tilaaja maksaa sijoitetun pääoman lisäksi tuottoa. Toisaalta jos tavoitteisiin ei päästä, valtio ei maksa mitään (Disley et al., 2011). Esimerkiksi aikaisemmin esitetyssä HMP Peterboroughin tapauksessa valtio haluaa säästää vankeinhoitokustannuksissa. Käyttämällä SIB-mallia projektin taloudellinen riski siirtyy valtiolta sijoittajille. Jos projekti onnistuu ja valtiolle on koitunut säästöjä, maksaa se osan näistä rahastonhoitajalle, joka taas jakaa edelleen voittoja sijoittajille.

Sitra kokeilee tulosperusteista rahoitusmallia Suomessa

Sitra julkisti kesäkuussa 2015 pilottihankkeen, jonka tavoitteena on parantaa julkisen sektorin työntekijöiden työhyvinvointia ja kasvattaa näin julkisen sektorin tuottavuutta. Hankkeessa kunta-alan työntekijöille tarjotaan palvelupaketti, jolla pyritään esimerkiksi vähentämään sairauspoissaolojen määrää.

Kuvio 17 Tulosperusteisen rahoitussopimuksen (SIB) osapuolet



Lähde: Sitra.

Palvelu tuotetaan SIB-rahoituksella, jossa rahoittajille maksetaan tuottoa tulosperusteisesti. Kokonaisuutta hallinnoi hankehallinnoija Epiqus Oy. Jos hankkeella saadaan aikaan tavoiteltu vaikuttavuus, maksaa tilaaja, eli tässä tapauksessa kunta, rahastolle osan syntyneistä säästöistä. Tämä tuotto taas maksetaan edelleen sijoittajille tuottona.

Tietoisku 10

SIB-pilottihanke Peterboroughin vankilassa

Maaillan ensimmäinen SIB-pilottihanke käynnistettiin syyskuussa 2010 HMP Peterboroughin vankilassa Englannissa. Hankkeeseen osallistui sijoittajina 17 säätiötä ja hyväntekeväisyysjärjestöä yhteensä 5 miljoonalla punnalla. Pilottihankkeen kesto on seitsemän vuotta, ja sen tarkoituksena on tarjota tukea 3 000:lle lyhyestä tuomiosta vapautuneelle miehelle. Sijoittajat saavat tuottoa sijoitukselleen, mikäli vankien uusien tuomioiden määrä vapautumista seuraavan vuoden aikana laskee vähintään 7,5 % suhteessa vertailuryhmään. Mikäli asetettu tavoite ylitetään, sijoitukselle saatavan tuoton määrä kasvaa. Jos asetettu minimivaatimus ei täyty, sijoittajat eivät saa mitään takaisin. Tällöin sijoitus muuttuu lahjoitukseksi hyväntekeväisyyteen. (Disley et al., 2011) Vuonna 2014 julkaistun arvioinnin mukaan rikoksen uusimisen todennäköisyys oli laskenut kohderyhmässä 8,4 % suhteessa vertailuryhmään. (Ministry of Justice, 2014)

Tietoisku 11

Bridges Social Impact Bond -rahasto

Bridges Ventures perusti vuonna 2012 ensimmäisen SIB rahastonsa, tarkoituksenaan kerätä 25 miljoonaa puntaa SIB projektien rahoittamiseksi. Rahasto on tukenut tähän mennessä 22 organisaatiota yhteensä 14 SIB:n kautta, viimeisin näistä on vuodelta 2015.

Rahaston yhteensä 14 SIB-hanketta jakautuvat kuuteen ryhmään: nuorisotyöttömyyttä vähentävät hankkeet (5 hanketta), huostaanottojen vähentämiseen pyrkivät hankkeet (1 kpl), adoptioita tukevat hankkeet (1 kpl), lastenhoito (3 kpl), nuorten kodittomuutta vähentävät hankkeet (3 kpl) ja pitkäaikaisairaita auttavat hankkeet (1 kpl).

Sijoittajia SIB-rahastossa on yhteensä 15, joista suurin osa on säätiötä. Mukana on myös esimerkiksi sosiaalisia investointirahastoja.

Lähde: <http://www.bridgesventures.com/social-sector-funds/social-impact-bond-fund>

Yhteiskunnallisiin yrityksiin erikoistunut rahasto

”Perinteinen” vaikuttavuusinvestoinnin malli on yhteiskunnallisiin yrityksiin erikoistunut rahasto. Koska yhteiskunnallisten yritysten tunnistaminen on toistaiseksi varsin työlästä, on rahastojen kokoaminen yhä pitkälti käsityötä. Euroopan komission tavoitteena on laajentaa vaikuttavuussijoittamisen markkina-aluetta koko EU:n laajuisesti luomalla yhteisiä aihepiirin standardeja.

Toistaiseksi vaikuttavuusinvestointeihin keskittyneet rahastot sijoittavat varoja pääosin kehittyviin maihin, sillä taloudellisesti kannattavien kohteiden löytäminen kotimaan tai Euroopan markkinoilta on haastavaa. Pioneerityötä vaikuttavuusinvestointien osalta on tehnyt esimerkiksi omaa vaikuttavuusrahastoaan hallinnoiva norjalainen eläkevakuutusyhtiö Storebrand.

Tietoisku 12

EU:n yhteiskunnallisten yritysten rahastot: EuSEF-rahastot (European Social Entrepreneurship Funds)

EuSEF-sääntelyn keskeinen tavoite on helpottaa rajat ylittävää varainkeruuta sekä yhdenmukaistaa raportointivelvollisuuksia sijoitettaessa pk-yrityksiin ja yhteiskunnallisiin yrityksiin yli jäsenmaiden rajojen.

Vuonna 2013 annetussa asetuksessa määritellään EuSEF-merkin kriteerit täyttävän salkunhoitajien rahaston rakenne siten, että vähintään 70 % sen pääomasijoituksista kohdistuu yhteiskunnallisiin yrityksiin. Lisäksi sijoituskohde ei saa olla listattu yhtiö ja sen päätavoitteen tulee olla mitattavissa oleva yhteiskunnallinen päämäärä. Lisäksi sijoituskohteen on käytettävä voitot pääasiassa yhteiskunnallisen hyvän edistämiseen, eikä mahdollinen voittonjako saa haitata tätä tavoitetta.

Sijoituskohteen katsotaan olevan yhteiskunnallinen yritys, jos se i) tarjoaa palveluita tai tuotteita vähäosaisille tai syrjäytyneille; ii) käyttää tuotantomenetelmää, joka edistää yhteiskunnallisen ongelman ratkaisemista tai iii) antaa rahallista tukea yhteiskunnallisille yrityksille.

EuSEF-määritelmien mukaan yhteiskunnalliseksi missioksi katsotaan

1. Työllisyys ja työmarkkinat
2. Työn laatuun liittyvät standardit ja oikeudet
3. Erityisryhmien auttaminen ja suojeleminen
4. Tasa-arvoinen kohtelu, mahdollisuudet ja syrjimättömyys
5. Terveys ja hyvinvointi
6. Pääsy terveys- ja sosiaalihuoltoon sekä koulutukseen

Rahastojen tulee raportoida esimerkiksi saavutetuista yhteiskunnallisista tuloksista sekä tulosten mittaamiseen käytetyistä keinoista. Raportoitaviin tietoihin kuuluvat mm. seuraavat:

- Tavoiteltu vaikutus
- Sijoitusten valintaan liittyvät kriteerit
- Riskiprofiili
- Arvotus- ja hinnoittelutavat
- Menetelmät, joilla yhteiskunnallinen vaikuttavuus arvioidaan.

Lähteet: Lähde: Euroopan parlamentin asetus (EU) No 346/2013 ja OECD (2015).

Yhteisöbondi eli community bond

Yhteisöbondilla tarkoitetaan joukkovelkakirjaa, jonka ensisijainen tarkoitus on taloudellisen tuoton sijaan tukea liikkeellelaskijan tavoitetta. Puhdasverisestä hyväntekeväisyydestä yhteisöbondin erottaa lainalle maksettava maltillinen korko. Erona tavalliseen joukkovelkakirjaan on matalamman tuottovaatimuksen lisäksi jälkimarkkinoiden puute.

Suomessa Ehta-osuuskunta on laskenut onnistuneesti liikkeelle kaksi yhteisöbondia. Ensimmäisen yhteisöbondin tavoitteena on ehkäistä tyttöjen ja naisten syrjäytymistä ja toisella perustetaan luomukylä. Kansainvälisesti yhteisöbondeja on toteutettu muun muassa Kanadasa. Torontolaisella yhteisöbondilla onnistuttiin keräämään yli 3 miljoonaa dollaria (CAD 4,3 milj.) talohankkeeseen, jolla pyritään pelastamaan vanha talo ja kunnostamaan se käyttöön (www.socialinnovation.ca).

Tietoisku 13**Vantaan Niceheartsin yhteisöbondi**

Vantaan Nicehearts ry toimii alueellisena Naisresurssikeskuksena, joka tukee tyttöjen ja naisten yhteisöllistä omaehtoista toimintaa. Yhteisöbondilla kerättiin rahoitusta Niceheartsille, jonka tavoitteena on tyttöjen ja naisten hyvinvoinnin lisäämisen ja syrjäytymisen estämisen lisäksi tukea aluekehitystä.

Nicehearts laski liikkeelle yhteensä 250 kappaletta 100 euron arvoisia velkakirjoja. Kerätyllä rahoituksella katetaan Qutomo III -hankkeen kustannuksia sekä rahoitetaan yhdistyksen toimintaa.

Laina-aika on yhteensä kolme vuotta ja lainaa maksetaan takaisin kerran vuodessa, siten että ensimmäisenä vuonna maksetaan 20 % lainasummasta ja seuraavina kahtena 40 %. Lainalle maksetaan vuosikorkoa, jonka sijoittaja saa itse valita. Vuosikorko on sijoittajan valinnan mukaan joko 0 %, 1 %, 2 % tai 3 %.

Lähde: http://www.pankki2.fi/sites/default/files/Vantaan_niceheartsin_yhteisobondi_esite_0.pdf

6 Lopuksi

Tämä raportti ja sen keskeiset tulokset voidaan tiivistää neljään pääkohtaan:

1. Yhteiskunnallisen yrityksen määritelmä on epäselvä ja tapauskohtainen.

Jotta ilmiötä voisi tarkastella ja seurata yli ajan, tulisi Suomessa tehdä selkeä määrittely siitä millainen yritys on yhteiskunnallinen. Tämän hetken Suomessa keskeisimpiin rajauksiin kuuluu sen määrittely, voiko julkisomisteinen yritys olla yhteiskunnallinen yritys.

2. Yhteiskunnalliseksi itsensä määritteleviä yrityksiä on Suomessa kymmeniä tuhansia ja ne ovat merkittäviä työllistäjiä.

Yhteiskunnallinen yrittäminen on kaikilla mittareilla mitattuna vakavasti otettavaa liiketoimintaa, jossa on puhtaan taloudellisen potentiaalin lisäksi merkittävää yhteiskunnallista potentiaalia. Yhteiskunnallisten yritysten heikko tunnettuus ja niukka poliittinen näkyvyys lienee osin seurausta hajanaisista määrittelyistä ja piilotetusta vaikuttavuudesta.

3. Yritysten yhteiskunnallinen vaikuttavuus ei ole tällä hetkellä todennettavissa: sitä ei käytännössä juuri mitata tai raportoida.

Kentän kasvun, tunnettuuden, rahoituksen ja poliittisen näkyvyyden näkökulmasta keskiössä on toiminnan vaikuttavuuden mittaaminen. Todennetun vaikuttavuuden tulisi olla kilpailuetu sekä haettaessa rahoitusta että osallistuttaessa julkisista hankinnoista järjestettäviin kilpailutuksiin. Ilman todennettua ja konkretisoitua vaikuttavuutta yhteiskunnallinen yritys on kuin mikä tahansa yritys – paitsi että se väittää olevansa yhteiskunnallinen. Visioiden mukaan yhteiskunnallinen vaikuttavuus ei ole jatkossa vain yhteiskunnallisille yrityksille varattu etuoikeus, vaan siitä syntyy yleinen yritysten käyttämä ja viestimä mittari – kuten vaikkapa hiilijalanjälki, energiatehokkuus tai panostus kestävään kehitykseen.

4. Julkinen sektori on yritysten merkittävin rahoittaja – yksityinen raha kaipaa todennettua vaikuttavuutta.

Vaikuttavuuden mittaaminen on keskeinen edellytys haettaessa yksityistä rahoitusta. Vaikuttavuusinvestointi on kansainvälisesti kasvava ilmiö, jossa tilanne on tällä hetkellä nurinkurinen suhteessa moniin muihin aloihin – pääomaa on runsaasti, mutta potentiaalisia sijoituskohteita on vaikea löytää Euroopasta tai Pohjoismaista, Suomesta puhumattakaan.

Lähteet

- Alegre, I. (2015). Social and economic tension in social enterprises: Does it exist? *Social Business*, 5(1), 17–32.
- Austin, J., Stevenson, H. ja Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, (30.1).
- Bagnoli, L. ja Megali, C. (2011). Measuring Performance in Social Enterprises. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(1), 149–165. <http://doi.org/10.1177/0899764009351111>
- Bland, J. (2010). *Yhteiskunnallinen yritys – ratkaisu 2000-luvun haasteisiin: Ison-Britannian malli ja sen kokemukset. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 22/2010.*
- Bugg-Levine, A. ja Emerson, J. (2011). Impact Investing: Transforming How We Make Money while Making a Difference. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*. http://doi.org/10.1162/INOV_a_00077
- CSI Community Bond. <http://socialinnovation.ca/communitybond>
- Disley, E., Rubin, J., Scraggs, E., Burrowes, N., Culley, D. ja Europe, R. (2011). *Lessons learned from the planning and early implementation of the Social Impact Bond at HMP Peterborough. Research Series (Vol. 5).*
- Emerson, J. ja Cabaj, M. (2000). Social return on investment. *Making Waves*, 11(2). http://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_734
- Euroopan komissio (2011). *Ehdotus: Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukset eurooppalaisista yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen erikoistuneista rahastoista. Euroopan talous- ja sosiaalikomitean lausunto.*
- Euroopan parlamentti (2013). Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukset (EU) N:o 346/2013.
- GECEs Sub-group on Impact Measurement (2014). Proposed Approaches to Social Impact Measurement in European Commission legislation and in practice relating to EuSEFs and the EaSI.
- Grönberg, V. ja Kostilainen, H. (2012). *Sosiaalisten yritysten tila ja tulevaisuus. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja.*
- Herenberger, L., Harling, A.-M. ja Scholten, P. (2013). *A Practical Guide To Measuring and Managing Impact.* European Venture Philanthropy Association (EVPA).
- Karjalainen, A. ja Syrjänen, E. (2009). *Onko Suomessa yhteiskunnallisia yrityksiä?*
- Karjalainen, J. ja Kostilainen, H. (2013). *Yhteiskunnalliset yritykset ja liiketoiminnan kasvu.*
- Kostilainen, H. ja Tykkyläinen, S. (2013). The Characteristics of Finnish Social Enterprise. *4th EMES International Research Conference on Social Enterprise. July 1st – 4th 2013, University of Liege, Belgium.*
- Laiho, U.-M., Grönberg, V., Hämäläinen, P., Stenman, J. ja Tykkyläinen, S. (2011). *Yhteiskunnallisen yrityksen toimintamallin kehittäminen.*
- Lilja, I. ja Mankki, J. (2010). *Yhteiskunnallinen yritys – luova ja yhdistävä toimintatapa. Yhteinen yritys -hanke.*
- Martin, M. (2013). *Status of the Social Impact Investing Market: A Primer. Impact Economy.*
- Ministry of Justice. (2014). *Peterborough Social Impact Bond, HMP Doncaster. Official Statistics.*

OECD (2015). *Social impact investment: Building the evidence base*.

Pöyhönen, E., Hänninen, E., Merenmies, J., Lilja, I., Kostilainen, H. ja Mankki, J. (2010). *Sosiaaliset ja yhteiskunnalliset yritykset – Uuden talouden edelläkävijöitä? Yhteinen yritys -hanke*.

Reeder, N. ja Colantonio, A. (2013). Measuring Impact and Non-financial Returns in Impact Investing: A Critical Overview of Concepts and Practice. *EIBURS Working Paper*, (2013/01).

Russell, S., Pättiniemi, P. ja Koivuneva, L. (2014). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Country Report: Finland.

Saltuk, Y. ja El Idrissi, A. (2015). *Eyes on the horizon: The Impact Investor Survey*.

Social impact investment taskforce (2014). *Impact Investment: the Invisible Heart of Markets*, (September).

Wilkinson, C. (2014). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe.

World Economic Forum (2013). *From the Margins to the Mainstream Assessment of the Impact Investment Sector and Opportunities to Engage Mainstream Investors*, (September), 40.

Liitteet

Lyhyet käsitteen määrittelyt

Yhteiskunnallinen yritys

Yksi yhteiskunnallisen yrityksen määritelmä on, että yhteiskunnalliset yritykset ratkovat liiketoiminnallaan yhteiskunnallisia tai ympäristöongelmia. Yhteiskunnallinen yritys voi olla oikeudelliselta muodoltaan mikä tahansa muu paitsi julkinen osakeyhtiö. Valtaosa yhteiskunnallisista yrityksistä on osakeyhtiöitä, rekisteröityjä yhdistyksiä, säätiöitä, osuuskuntia ja toimimisiä.

Tunnistautunut yhteiskunnallinen yritys

Tunnistautuneiksi yhteiskunnallisiksi yrityksiksi on tässä hankkeessa luettu ne yritykset, jotka ovat joko Arvo-liiton jäsenyrityksiä ja/tai niillä on Suomalaisen työn liiton Yhteiskunnallinen yritys -merkki. Näitä yrityksiä oli kesällä 2015 yhteensä 77.

Vaikutus

Mitattava ja konkreettinen muutos kohderyhmässä.

Vaikuttavuus

Yhteiskunnan hyöty, esim. työllisyyden parantuminen.

Tulosperusteinen rahoitusmalli

Tulosperusteinen rahoitusmalli (engl. Social Impact Bond (SIB), vaikuttavuusjohdannainen).

Erlaisia määritelmiä yhteiskunnalliselle yritykselle

EMES -tutkijaverkoston kriteerit yhteiskunnalliselle yritykselle

Taloudelliset kriteerit:

1. Aktiivisuus markkinoilla: yrityksellä on jatkuvaa tuotteiden ja/tai palveluiden tuotantoa.
2. Yrityksen päätöksenteko on riippumatonta.
3. Yritystoimintaan sisältyy taloudellinen riski.
4. Toiminta perustuu pääasiallisesti palkkatyöhön, ei esimerkiksi vapaaehtoistyöhön.

Yhteiskunnalliset kriteerit:

1. Pääasiallinen tavoite on auttaa yhteisöä.
2. Yritys on perustettu kansalaisten aloitteen pohjalta.
3. Päätöksenteko ei pohjautu pääomasijoitukseen.
4. Osallistava toimintatapa koskee kaikkia henkilöitä, jotka ovat mukana toiminnassa.
5. Voitonjakoa on rajoitettu.

(Pöyhönen et al., 2010)

Suomalaisen työn liitto, Yhteiskunnallinen yritys -merkin myöntämisen kriteerit

Ensisijaiset kriteerit:

1. Yhteiskunnallisen yrityksen ensisijainen tarkoitus ja tavoite on yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen. Yhteiskunnallinen yritys harjoittaa vastuullista liiketoimintaa.
2. Rajoitettu voitonjako: yhteiskunnallinen yritys käyttää suurimman osan voitostaan liikeideansa mukaisen yhteiskunnallisen hyvän tuottamiseen joko kehittämällä omaa toimintaansa tai lahjoittamalla sen toiminta-ajatuksensa mukaisesti.
3. Liiketoiminnan avoimuus ja läpinäkyvyys.

Toissijaiset kriteerit:

1. Työntekijöiden osallistuminen ja vaikuttaminen yrityksen päätöksentekoon mukaan lukien työntekijäomisteisuus.
2. Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden ja tuotettujen yhteiskunnallisten vaikutusten mittaaminen.
3. Heikossa työmarkkina-asemassa olevien työllistäminen.

(Avainlippu.fi)

Euroopan unionin kolme ulottuvuutta yhteiskunnalliselle yritykselle

1. Yrittäjähenkisyys: yritys on autonominen, sillä on taloudellinen riski ja se tuottaa tavaroita/palveluita.
2. Yhteiskunnallinen ulottuvuus: yrityksen ensisijainen tarkoitus ei ole voiton tekeminen, vaan yhteiskunnallisten ongelmien ratkaiseminen.
3. Hallinnollinen ulottuvuus: rajoitettu voitonjako, itsenäinen julkisesta sektorista sekä osallistava hallintotapa.

(Wilkinson, 2014)

Työ- ja elinkeinoministeriön määritelmä yhteiskunnalliselle yritykselle

”Yhteiskunnallisen yrityksen yleinen tavoite on yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen. Yrityksen toiminnan vaikuttimena on yhteiskunnallisten ongelmien ratkaiseminen ja yhteiskunnallisten tavoitteiden toteuttaminen. Tämän saavuttamiseksi yritys käyttää voitostaan enemmän kuin puolet tavoitteensa ja toiminta-ajatuksensa edistämiseen ja toimintansa kehittämiseen.”

(Laiho et al., 2011)

Aikaisemmin ilmestynyt ETLA Raportit-sarjassa (ennen ETLA Keskusteluaiheita)
Previously published in the ETLA Reports series (formerly ETLA Discussion Papers)

- No 31 *Joonas Tuhkuri*, Big Data: Google-haut ennustavat työttömyyttä Suomessa. 14.8.2014. 31 s.
- No 32 *Rita Asplund – Pertti Koistinen*, Nuorten työllistyminen ja työllisyys työvoimapolitiikan valossa. 18.9.2014. 37 s.
- No 33 *Terttu Luukkonen*, Universities, Funding Systems, and the Renewal of the Industrial Knowledge Base: UNI Project Findings. 25.9.2014. 64 p.
- No 34 *Aleksandr Peussa*, Yksityisen kulutuksen ennustemalleja. 14.10.2014. 109 s.
- No 35 *Mika Pajarinen – Petri Rouvinen*, Tekesin rahoituksen vaikutus työn tuottavuuteen. 23.10.2014. 18 s.
- No 36 *Jyrki Ali-Yrkkö – Mika Pajarinen – Petri Rouvinen*, Yksityiset palvelut kasvun lähteenä? 31.10.2014. 25 s.
- No 37 *Tuomo Virkola*, Real-Time Measures of the Output Gap and Fiscal Policy Stance. 31.10.2014. 18 p.
- No 38 *Tuomo Virkola*, Fiscal Federalism in Four Federal Countries. 31.10.2014. 40 p.
- No 39 *Paavo Suni*, EMU-eron vaikutukset – Simulointeja NiGEM-mallilla. 14.11.2014. 30 s.
- No 40 *Niku Määttänen – Olli Ropponen*, Listaamattomien osakeyhtiöiden verotus, voitonjako ja investoinnit. 9.12.2014. 24 s.
- No 41 *Tarmo Valkonen – Eija Kauppi – Paavo Suni*, Simulointeja yhteisöveron alennuksen dynaamisista vaikutuksista Suomessa. 11.12.2014. 30 s.
- No 42 *Jari Juhanko (toim.) – Marko Jurvansuu (toim.) – Toni Ahlqvist – Heikki Ailisto – Petteri Alahuhta – Jari Collin – Marco Halen – Tapio Heikkilä – Helena Kortelainen – Martti Mäntylä – Timo Seppälä – Mikko Sallinen – Magnus Simons – Anu Tuominen*, Suomalainen teollinen internet – haasteesta mahdollisuudeksi. Taustoittava kooste. 5.1.2015. 61 s.
- No 43 *Annu Kotiranta – Antti-Jussi Tahvanainen – Peter Adriaens – Maria Ritola*, From Cleantech to Cleanweb – The Finnish Cleantech Space in Transition. 25.3.2015. 61 p.
- No 44 *Juri Mattila – Timo Seppälä*, Laitteet pilveen – vai pilvi laitteisiin? Keskustelunavauksia teollisuuden ja yhteiskunnan digialustojen uusista kehitystrendeistä. 18.5.2015. 16 s.
- No 45 *Juri Mattila – Timo Seppälä*, Blockchains as a Path to a Network of Systems – An Emerging New Trend of the Digital Platforms in Industry and Society. 13.8.2015. 16 p.

Sarjan julkaisut ovat raportteja tutkimustuloksista ja väliraportteja tekeillä olevista tutkimuksista.

Julkaisut ovat ladattavissa pdf-muodossa osoitteessa: www.etla.fi » julkaisut » raportit

Papers in this series are reports on research results and on studies in progress.

Publications in pdf can be downloaded at www.etla.fi » publications » reports

ETLA

Elinkeinoelämän tutkimuslaitos
The Research Institute of the Finnish Economy
Lönnrotinkatu 4 B
00120 Helsinki

Puh. 09-609 900
Fax 09-601 753
www.etla.fi
etunimi.sukunimi@etla.fi

ISSN-L 2323-2447, ISSN 2323-2447, ISSN 2323-2455 (Pdf)