

# TOIMINTOJA RATIONALISOIMASSA

Diskurssianalyttinen tutkimus tuotannon muutosten perusteluista  
Perloksen tiedotteissa 1999–2007

JARVANNE KIMMO  
Tampereen yliopisto  
Sosiaalipolitiikan ja sosiaalityön laitos  
Sosiaalipolitiikan pro gradu -tutkielma  
Helmikuu 2007

Tampereen yliopisto

Sosiaalipolitiikan ja sosiaalityön laitos

JARVANNE, KIMMO: Toimintoja rationalisoimassa - Diskurssianalyttinen tutkimus tuotannon muutosten perusteluista Perloksen tiedotteissa 1999–2007

Pro gradu -tutkielma, 78 s., 4 liites.

Sosiaalipolitiikka

Helmikuu 2007

---

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten monikansallinen yritys Perlos perustelee tuotantonsa muutoksia pörssitiedotteissaan. Tutkimusaineistoksi on valittu vuosien 1999–2007 väliseltä ajalta ne yrityksen julkaisemat pörssitiedotteet, joissa käsitellään tuotannon tai henkilöstön muutoksia. Tutkimusmenetelmänä on diskurssianalyysi. Tiedotteita analysoidaan etsien niistä retorisia vakuuttelun keinoja. Tutkimuskysymys on *miten Perlos tiedotteissaan perustelee tuotannon muutoksiaan*. Teoreettinen konteksti pohjautuu globalisaatioon (yrityksen toimintaympäristöön ja niihin rajoitteisiin, joissa yritys joutuu toimimaan), yhteiskuntavastuuseen (niihin toiminnan mahdollisuuksiin ja näkemyksiin tai moraalisiin kannanottoihin, joita yritys tuo julki, erityisesti suhteessa siihen, mitä sidosryhmää yritys pitää tärkeänä) sekä tiedottamiseen (keinoihin, joilla yritys näitä edellä mainittuja osa-alueita käsittelee, ja min-kälaisia viestintästrategioita se käyttää). Analyysissa on tarkasteltu myös erityisesti negatiivista uutista (yrityksellä on jotain puolusteltavaa maineensa säilyttämiseksi) koskevia tiedotteita pyrkimyksenä löytää niissä käytettäviä apologiastrategioita.

Tutkimuksen tulosten mukaan Perlos ottaa julkaisemissaan tiedotteissa harvoin kantaa päätöstensä yhteiskunnalliseen vaikutukseen. Tiedotteista piirryneen kuvan mukaan yritys sijoittuu siten yhteiskuntavastuun teorioista omistajälähtöisen vastuukäsityksen piiriin. Käyttämistään perusteluista suurin osa viestittää päätösten taustalla olleen markkinoiden tai asiakkaiden toiminnan. Tällöin yritys passivoi omaa rooliin, mikä voidaan nähdä toimijuuden häivyttämisenä ja vastuun karttamisena. Tiedotteissa, jotka koskevat positiivista uutista, yrityksen käyttämä diskurssi on aktiivisempi. Tällöin päätökseen on vaikutettu itse omalla toiminnalla. Negatiivisen uutisen yhteydessä käytetyistä apologiastrategioista useimmiten on käytetty kontrolloimattomuuden strategiaa, jonka mukaan asiat ovat omien vaikutusmahdollisuuksien ulottumattomissa.

Avainsanat: diskurssianalyysi, yrityksen yhteiskunnallinen vastuu, yhteiskuntavastuu, globalisaatio, yrityksen viestintä

# SISÄLTÖ

<b>1. JOHDANTO .....</b>	<b>4</b>
<b>2. YRITYSTEN MUUTTUVA TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....</b>	<b>7</b>
2.1 NÄKEMYS GLOBALISAATIESTA YHTEISKUNNAN RAKENTEELLISENA MUUTOKSENA.....	8
2.2 TALOUDELLISEN GLOBALISAATION MERKITYS YRITYKSILLE .....	11
<b>3. YRITYKSEN YHTEISKUNTAVASTUU .....</b>	<b>16</b>
3.1 MITÄ YHTEISKUNTAVASTUULLA TARKOITETAAN .....	16
3.2 YHTEISKUNTAVASTUUN ERI NÄKÖKANNAT.....	21
3.3 VIESTINTÄ YHTEISKUNTAVASTUUN SÄÄNTÖJEN VÄLITTÄJÄNÄ.....	26
<b>4. TIEDOTTAMINEN YRITYKSEN STRATEGISENA KILPAILUKEINONA.....</b>	<b>29</b>
4.1 VIESTINNÄN MERKITYS YRITYKSELLE.....	29
4.2 PUOLUSTAUTUMINEN NEGATIIVISEN UUTISEN YHTEYDESSÄ .....	32
<b>5. PÖRSSITIEDOTTEET DISKURSSIANALYYTTISESTÄ NÄKÖKULMASTA .....</b>	<b>35</b>
5.1 AINEISTONA YRITYKSEN JULKAISEMAT PÖRSSITIEDOTTEET .....	35
5.2 METODINA DISKURSSIANALYYSI.....	38
<b>6. ”...TOIMINTAA KEHITETÄÄN PITKÄJÄNTEISESTI” .....</b>	<b>42</b>
6.1 KOTIMAAN VAHVA TUOTANTO.....	43
6.2 GLOBAALIN LAAJENEMISEN AIKA.....	45
6.3 HYVÄSTIT KOTIMAALLE? .....	51
<b>7. TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>60</b>
7.1 TULOKSET .....	60
7.2 TUTKIMUKSEN MERKITYS .....	66
7.3 POHDINTA .....	68
7.4 EPILOGI .....	70
<b>8. LÄHTEET .....</b>	<b>72</b>
<b>LIITE 1. VIITTEET PERLOKSEN TIEDOTTEISIIN .....</b>	<b>79</b>

# 1. JOHDANTO

Viime vuosien aikana Suomessa on kuultu yhä enenevässä määrin uutisointia siitä, kuinka kotimaiset yritykset ovat siirtäneet toimintojaan edullisemman kustannustason maihin. Tätä taloudellisen globalisaation mukanaan tuomaa muutosprosessia on luonnehdittu yksinkertaistaen myös Kiina-ilmiöksi. Tutkimukseni aiheena on erään tällaisen suomalaisen monikansallisen yrityksen, Perloksen, irtisanomiset ja muut tuotantorakenteessa tapahtuneet muutokset. Perlos on viime vuosien aikana tehnyt Suomessa mittavia henkilöstösaneerauksia ja lakkauttanut kokonaisia tehtaita samaan aikaan laajentaen toimintojaan ulkomailla. Tässä tutkimuksessa tarkoitukseni on analysoida Perloksen näistä tuotannonmuutoksista julkaisemia tiedotteita. Tutkimuksen avulla pyrin saamaan selvyyttä siihen, miten yritys tällaisia muutoksia perustelee, eli mitkä syyt siihen yrityksen mielestä johtavat. On mielenkiintoista yrittää selvittää sitä, näkeekö yritys itse nämä muutokset ongelmattomina tai oikeutettuina. Suhteutan tätä yrityksen näkökantaa globalisaation, yrityksen yhteiskuntavastuun ja yrityksen viestinnän teorioihin.

Tutkimuskysymyksenäni on siis näiden tiedotteiden sisältämien perusteluiden analysointi niin, että tarkastelen myös yrityksen roolia yhteiskunnallisena toimijana, erityisesti yhteiskuntavastuun näkökulmasta.

Perlos on maailman johtava mekaanisten ja elektronisten moduulien toimittaja telekommunikaatioteollisuudelle, terveydenhuoltoalan teollisuudelle ja autoteollisuudelle ([www.perlos.fi](http://www.perlos.fi)). Yritys on tunnettu erityisesti matkapuhelimien kuoria valmistavana Nokian alihankkijana. Yrityksellä on tuotantoa 11 maassa, esimerkiksi Kiinaan Perlos perusti tehtaan vuonna 2000. Yritys laajensi tuotantoaan 1990-luvun kasvun saattelemana kotimaassaan ja avasi myös uusia tehtaita. Esimerkiksi Ylöjärvellä

sijaitseva tehdas perustettiin vuonna 1995. Tullessa 2000-luvulle uusia tehdasinvestointeja alettiin kuitenkin suunnata enemmän ulkomaille ja kotimaassa sijaitsevia toimintoja ryhdyttiin supistamaan. Perlos ilmoitti tiedotteessaan 27.4.2005 käynnistävänsä yt-neuvottelut Ylöjärvellä sijaitsevalla tehtaalla: ”Perlos aloittaa välittömästi selvitykset Ylöjärven tehtaan toiminnan lakkauttamisesta yhtenä vaihtoehtona tuotantokapasiteetin sopeuttamiseksi. Mahdollinen lakkauttaminen toteutettaisiin viimeistään vuoden 2006 ensimmäisen neljänneksen aikana.”

Tuotantokapasiteetin sopeuttamisella tarkoitetaan tässä yhteydessä markkinoiden kasvun painopisteen siirtymistä Euroopasta Aasiaan. Tuotannon lakkauttamista koskeva esitys herätti kuitenkin Ylöjärvellä etenkin tehtaan työntekijöissä ihmetystä, sillä Perloksen ja myös Ylöjärven tehdasyksikön tuotanto oli ollut voitollista. Kyseisen ristiriita herätti myös itsessäni kysymyksiä ja sitä kautta mielenkiinnon tutkia tarkemmin tapausta. Miksi liikevaihdoltaan ja -tulokseltaan kasvava ja voitollinen yritys aikoo lopettaa tuottavan yksikön, ja ennen kaikkea, miten tätä lakkauttamista perustellaan yrityksen tiedotteissa?

Globaaleiden markkinoiden avautuminen ja erilaisten sääntelyjärjestelmien purkaminen on aiheuttanut viime vuosien aikana yhä laajenevassa määrin yritysten tuotannon siirtymistä halvempien tuotantokustannusten maihin. Monien suomalaisyritysten tuotannon siirtäminen esimerkiksi Kiinaan on tehnyt asiasta myös yhteiskunnallisen keskustelun aiheen ja herättänyt kysymyksiä yritysten yhteiskuntavastuusta. Yrityksiä voidaan usein syystä kritisoida tällaisesta tuotannon vähentämisestä kotimaassaan, ja tämän myötä niille on tullut tärkeäksi perustella päätöksiään myös julkisesti. Tämän vuoksi on mielenkiintoista tutkia niitä perusteluita, joita yritykset tällaisessa tilanteessa käyttävät. Perlos toimii yhtenä esimerkkinä laajemmasta kehityskulusta, työ- ja tuotantojärjestelmien globaaleista muutoksista, joiden vaikutukset ovat merkittäviä myös paikallisella tasolla. Pidän tutkimustani tärkeänä sen vuoksi,

että globaalin talouden muutokset ovat suuria ja niiden syistä ja seurauksista on vaikea luoda kattavaa kokonaisnäkemystä. Vaikka on olemassa makrotason teoreettisia esityksiä globaaleista muutoksista, tarvitaan myös yksittäisten tapausten tutkimusta. Näiden tutkimusten kautta voidaan luoda kuva siitä, mitkä syyt muutoksiin johtavat ja minkälaisia motiiveja tai ehtoja näiden taustalta löytyy. Uusi tieto voi myös mahdollisesti avata arvokeskustelua ja uusia yhteiskunnallisia puheenvuoroja.

Tutkimuskysymykseni on, *miten Perlos tiedottamisessaan perustelee tuotannon muutokseen*. Miten Perlos positioi itseään yhteiskunnallisena toimijana suhteessa sidosryhmiinsä, ja mihin se päätöstensä yhteydessä vetoaa? Millaisena toimijana yritys itsensä näkee, ja minkälaiset ehdot se asettaa oman toimintansa ja päätöstensä rajoitteiksi? Kyse on globaaleista markkinatilanteiden ja tuotannon rakenteellisista muutoksista, mutta myös yksittäisen yrityksen päätöksistä tuotantokapasiteettinsa suhteen ja yritysten yhteiskuntavastuukäsityksestä tämän hetken yhteiskunnassa. Tutkimukseni teoreettinen tausta rakentuu talouden globalisaatiosta, yrityksen yhteiskuntavastuusta sekä yrityksen viestinnästä. Tutkimusaineistonani ovat yrityksen pörssitiedotteet 21.5.1999–15.1.2007 väliseltä ajalta. Tutkimusmenetelmänä on diskurssianalyysi. Diskurssianalyysiä käytän erityisesti retoristen vakuuttelun keinojen analysoinnissa, eli siinä miten yritys faktuaalistaa perustelunsa tietystä yhteiskunnallisesta asemasta käsin. Kysymys on siis myös sosiaalisesta konstruktivismista.

## 2. YRITYSTEN MUUTTUVA TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Globalisaatio on käsitteenä melko nuori, mutta jos globalisaatio ymmärretään kansainvälistymiseksi ja kansakuntien vuorovaikutusprosessiksi, niin se on pitkän kansainvälistymiskehityksen jatkumo. Väyrynen (1999, 3) esittää tälle kansainvälistymiskehitykselle kolme Suomea koskevaa murroskohtaa, joista ensimmäinen tapahtui jo 1860-luvulla kapitalismin ja ulkomaankaupan kehittymisen myötä. Toinen murroskohta sijoittuu 1950- ja 1960-luvuille, jolloin vallitseva teollinen tuotanto suuntasi markkinoita yhä enemmän vientimarkkinoiden ja kansainvälistymisen suuntaan. (Väyrynen 1999, 5–12)

Viimeisin näistä kansainvälistymisen aalloista alkoi 1990-luvulla (Väyrynen 1999, 5). Nyt käynnissä olevassa, globalisaatioksi kutsutussa muutoksessa, kansainvälistymisen tahti on yhä enenevässä määrin kiihtynyt, ja täten globalisaatiosta keskusteleminen on lisääntynyt ja globalisaatio käsitteenä arkipäiväistynyt. Globalisaation merkitys talouselämälle on ollut suuri, ja se on asettanut uusia mahdollisuuksia, mutta myös haasteita kansainvälisesti toimiville yrityksille. Kansainvälisen kaupan merkitys on myös Suomen talouselämän ja yhteiskunnan taloudellisen hyvinvoinnin kannalta merkittävä, esimerkiksi vuonna 1998 viennin suhde bruttokansantuotteeseen oli jyrkän nousujakson jälkeen jo 40% (Väyrynen 1999, 88). Leimallista 1990-luvun vientimarkkinoiden kasvulle Suomessa oli myös sen rakenteellinen muutos painotuen yhä enemmän korkean teknologian tuotteisiin (Väyrynen 1999, 89).

## *2.1 Näkemys globalisaatiosta yhteiskunnan rakenteellisena muutoksena*

Globalisaatiosta on prosessina olemassa useita erilaisia teoreettisia määrittelyjä joihin tuen tämän prosessin laajuudesta ja abstraktisuudesta. Ietto-Gilliesin (2003, 139) mukaan useimmat määrittelyt<sup>1</sup> päätyvät tulokseen jonka mukaan globalisaatio on sekä tilallisen laajenemisen prosessi että lisääntyneitä keskinäistä yhteyttä ja riippuvuutta ihmisten, ryhmien ja instituutioiden kesken. Meneillään olevaa globalisaatioprosessia luonnehtivat sekä kvantitatiiviset että kvalitatiiviset puolet. Prosessi on kumulatiivinen ja sen eri piirteet ja mekanismit vahvistavat näin toisiaan. (Ietto-Gillies 2003, 139)

Globalisaatiota voidaan jaotella useisiin eri osa-alueisiin, ja globalisaation tutkijoilla on osin poikkeaviakin näkemyksiä siitä, mitä on laskettavissa globalisaatio-nimikkeen alle. Globalisaatiokehitys vaikuttaa laajasti yhteiskunnan eri osa-alueisiin, kuten talouteen, politiikkaan, ympäristöön ja kulttuuriin. Globalisaatioprosessien analysointia hankaloittaa se, että sen eri osa-alueet ovat joillakin tavoin sidoksissa toisiinsa, mikä monimutkaistaa sen vaikutusmekanismeja. Yksi merkittävimpiä globalisaation osa-alueita tai paremminkin sen liikkeellepanijoita on teknologinen muutos, erityisesti viestintäteknologioiden kehittyminen. Tämä on mahdollistanut niin taloudellista kuin kulttuuristakin muutosta. Taloudellista globalisaatiota on vauhdittanut myös poliittinen deregulaatio ja talouspolitiikan liberalisointi useimmissa maissa (Cable 1999, 15). Vastaavasti taloudellista globalisaatiota ja maailmanlaajuista

---

<sup>1</sup> Ietto-Gilliesin tarkoittamia määrittelyjä ovat McGrew, 1992; Oman, 1996; Castells, 2000; Giddens, 1999; Held ym. 1999



kauppaa voidaan käyttää perusteina poliittisille muutoksille. Yhteiskunnallisessa keskustelussa talouden rooli onkin kasvanut merkittävästi. Keskityn myös tässä tutkimuksessa tutkimuskysymyksen kannalta keskeisimpään globalisaation ulottuvuuteen eli talouteen.

Globalisaatio on historiallinen prosessi, mutta se ei etene lineaarisesti eikä ole sosiaalisen muutoksen lopullinen päätepiste (Gray 1998, 55). Henderson (2000) näkee, että yksityisten yritysten ja laajenevien markkinoiden vastakkainasettelu valtion kanssa ulottuu historiassa ainakin 1400-luvulle saakka. Tässä viitekehyksessä nyt meneillään oleva globalisaatiokehitys on siis nähtävissä jatkumona yhteiskunnallisille muutosliikkeille, joita on ollut käynnissä kiihtyvällä tahdilla länsimaiden modernisaation ajan. On huomattava, että nämä muutosliikkeet eivät ole mitenkään kontrolloimattomia, vaan kysymys on myös erilaisten yhteiskunnallisten ohjausjärjestelmien muutoksista ja yhteiskuntapoliittisista valinnoista. Tosin tällä hetkellä on olemassa eräänlaista regulatiivista vajetta, kuten Cable (1999, 72) asian ilmaisee. Tämä tarkoittaa, että kansainväliset, lähinnä talouden, hallintajärjestelmät eivät ole kovin voimakkaita, ja näin ollen globalisaation säätely (eli globaali hallinta) ei ole kovinkaan voimakasta.

Globalisaatiokeskustelussa on esitetty erilaisia näkökantoja globalisaation laajuudesta ja vaikuttavuudesta sekä ennusteita sen kehityksestä. Osapuolet voidaan tiivistää kahteen eri näkökantaan: globalisteihin ja epäilijöihin (Held & McGrew 2005, 83). Ietto-Gillies (2003, 142) viittaa Ohmaen hyperglobalistiseen teesiin, joka näkee monikansalliset yritykset globalisaation keskeisimpinä toimijoina sekä tehokkuuden ja kasvun lähteinä. Globalisaatioprosessia itsessään tulee vahvistaa ja kaikki sen rajoitteet on poistettava. Traditionaaliset kansallisvaltiot ovat vahvojen sääntelyjärjestelmiensä ja epätasaisen alueellisen kehityksensä vuoksi globalisaation esteiden joukossa. Ietto-Gillies (2003, 142) viittaa myös vastakohtaiseen näkemykseen ja siihen sisäl-

tyvään skeptikko-teesiin, jonka mukaan globalisaatioprosessia on liioiteltu ja todellisuudessa useimmilla monikansallisten yhtiöiden toimilla on vahva kotimaaperusta. Myös Väyrynen (2006) muistuttaa suuren osan kaupasta olevan edelleen kauppalueiden sisäistä, esimerkiksi Länsi-Euroopassa luku on 70 prosenttia. Samoin suurin osa suomalaisyritysten ulkomaisista investoinneista ei kohdennu tällä hetkellä esimerkiksi Kiinaan, vaan Euroopan Unionin jäsenmaitiin (Väyrynen 2006, 14). Globaalidenkaan toimijoiden kohdalla lähimarkkinoiden tärkeyttä ei sovi aliarvioida. Tämä osoittaa sen, että globalisaatiosta ja sen laajuudesta puhuttaessa on vaarallista tehdä liian laajoja yleistyksiä. Sen etenemisen laajuus riippuu pitkälti tarkastelukulmasta ja alasta, josta puhutaan. Suomalaisyritysten kansainvälistyminen on kuitenkin ollut viimeisen 10–15 vuoden aikana poikkeuksellisen nopeaa, johtuen osittain siitä, että ennen tätä ajanjaksoa Suomessa suhtauduttiin ulkomaille investoimiseen hyvin kriittisesti (Väyrynen 1999, 92–93).

Perraton (2003, 38) esittääkin edellä mainittujen hyperglobalistien ja globalisaatioskeptikkojen ongelmana olevan niiden käsitys globalisaatiosta lopputilana (end-state). Tämän perusteella Perraton (2003, 38) luo globalisaatiosta transformationalisen näkökannan, joka korostaa globalisaation prosessimaisia piirteitä. Myös tässä tutkimuksessa tärkeintä on globalisaation todellisuus ja sen prosessimaiset piirteet, ei niinkään se millaisena sen laajuus tai päämäärä nähdään. Tämän vuoksi on hyödyllistä seuraavassa summata tämän tutkimuksen kannalta kaksi olennaista taloudelliseen globalisaatioon liittyvää asiaa, joista tutkijoilla on melko vahva yksimielisyys:

- a. Globalisaation kasvuvauhti on viimeisen kahden vuosikymmenen aikana ollut rajusti kiihtyvä;
- b. Suomesta on tapahtunut viime vuosien aikana mittavaa tuotannon siirtoa edullisempien tuotantokustannusten maihin

Nämä ovat myös tämän tutkimuksen perusolettamuksia, ja niiden kautta voidaan nähdä globalisaation tämän tutkimuksen kohteen kannalta merkitykselliset rakenteelliset piirteet. Näiden asioiden valossa voidaan perustella myös tutkimuskysymyksen merkittävyyttä, sillä jos globalisaation rakenteelliset muutosvoimat vaikuttavat yhteiskuntaan näin laajalti, on olennaista myös pyrkiä selvittämään sitä kuinka toimijat kuten yksittäinen yritys tällaisessa tilanteessa reagoi.

## *2.2 Taloudellisen globalisaation merkitys yrityksille*

Puhuttaessa globalisaatiosta sillä tarkoitetaan usein juuri markkinoiden ja talouden globalisaatiota. Beckin (1999, 199) mukaan ”kaikki muut ulottuvuudet (ekologinen globalisaatio, kulttuurinen globalisaatio, polysentrinen politiikka, ylikansallisten tilojen ja identiteettien syntyminen) tematisoidaan, mikäli niitä ylipäättään tematisoidaan, pelkästään taloudellisen globalisaation oletetun hallitsevan aseman kautta.” Näin ollen erityisesti yritykset ovat globalisaatiossa keskeisessä asemassa niiden taloudellisen merkityksen kautta. Väyrysen (1999, 83) mukaan olennainen piirre meillä olevassa globalisaatiokehityksessä on yritysten tekemien suorien sijoitusten kasvu, johon on vaikuttanut pääomaliikkeiden vapauttaminen, mutta vähintäänkin yhtä paljon tekninen kehitys ja yritysstrategioiden muutokset. Castells (2000, 107) erittelee kansainvälisen kaupan kehittymistä leimanneen viime vuosikymmenen loppupuolella seuraavat neljä keskeistä trendiä:

- a. Sektoraalinen transformaatio (teknologiaintensiivisten alojen osuuden kasvu kansainvälisessä kaupassa);
- b. Sen suhteellinen diversifioituminen, kasvavan osan suuntautuessa kehitysmaihin;

- c. Kansainvälisen kaupan vapautumisen ja maailmantalouden alueellistumisen vuorovaikutus;
- d. Yritysten välisten kauppasuhteiden verkon muodostuminen ylittäen alueet ja maat

(Castells 2000, 107)

Globalisaation aiheuttamia tuotannonmuutoksia on tapahtunut tuotannon hajauttamisen kautta, kun yritykset etsivät halvempaa työvoimaa ja resursseja, yrittävät paeta ay-liikkeitä tai tyydyttää toivetta siitä, että tuotanto tapahtuu siellä missä kulutuskin (Daniels & Lever 1996, 37).

Yritysten kansainvälisen kaupan ja tuotannon ulkomaille siirtämisen helpottumisen myötä Perloksen kaltaisista tapauksista on tullut yleisiä. Väyrynen (1999, 85) toteaa yritysten kilpailumenestyksen ja tuotannon kansainvälisen sijainnin riippuvan entistä vähemmän maakohtaisista perustuotannontekijöihin perustuvista suhteellisista eduista ja yhä enemmän yritysکوhtaisista kilpailueduista. Yrityskohtaiset kilpailuedut liittyvät yrityksen omaan teknologiaan ja osaamiseen ja näitä on helppoa liikuttaa kansainvälisesti yrityksen sisällä. Tämän merkitys on kasvanut, ja yrityksen sijainti määritetään suhteellisen edun ja kilpailuedun yhteisvaikutuksena. (Väyrynen 1999, 85)

Perloksen osavuosikatsauksessa (28.10.2005) sanotaan: "Liikevoitto jäi silti lähes neljänneksen pienemmäksi kuin vuotta aiemmin kireän hintakilpailun sekä käynnissä olevan alan rakennemuutoksen vuoksi. Perlos on parhaillaan sopeuttamassa tuotantokapasiteettiaan kysyntää vastaavaksi ja investoi voimakkaasti uuteen kapasiteettiin kasvavilla markkinoilla Kiinassa ja Etelä-Amerikassa." Tämä tarkoittaa sitä, että yritysten on entistä helpompaa siirtää tuotantoaan kilpailun sitä vaatiessa ja yritykset eivät ole enää niin sidottuja tietylle tuotantoalueelle kuin aiemmin. Erityisen selkeästi

tämä näkyy uuden teknologian aloilla, joissa tuotteen valmistukseen vaadittavat raaka-aineet ja tuotantokoneistot ovat suhteellisen helposti siirrettäviä, eikä niihin ole sidottu niin paljon yrityksen pääomaa kuin vanhemmilla perustuotannon aloilla. Tuotannon siirto maasta toiseen tulee erityisen houkuttelevaksi tilanteessa, jossa kohdemaassa tuotanto voidaan muuten järjestää samantasoisena, mutta esimerkiksi palkkakustannusten alemmasta tasosta johtuen tuotannon taloudellinen tehokkuus on suurempaa.

Yrityksen kilpailukyvyn varmistamiseksi tuotannon joustavuus on olennaista. Fleischman (1996) esittää mm. Stiglerin tutkimukseen perustuen, että yritykset jotka kohtaavat suurempaa vaihtelua tuotteiden kysynnässä valitsevat joustavampia tuotantoprosesseja kuin yritykset joille tämän kysynnän vaihtelu on pienempää. Joustavuuden muotoja on erilaisia riippuen siitä mille aikavälille näitä tuotannon muutoksia suunnitellaan. Lyhyen aikavälin muutoksia voi olla esimerkiksi ylityön lisääminen, keskipitkällä aikavälillä tuotantolaitosta tai -välineitä voidaan muuttaa ja ainoastaan pitkän aikavälin muutosten on katsottu sisältävän uusien tuotantolaitosten avaamisen sekä mahdollisesti myös vanhojen sulkemisen (Krumme). Tätä uusien tuotantolaitosten avaamista ja vanhojen sulkemista tuotannon joustojen saavuttamiseksi voidaan kuvata myös Stiglerin vuonna 1939 esittämällä sijaintijoustavuuden (locational flexibility) käsitteellä (Krumme). Globaalien korkean teknologian yritysten kohdalla sijaintijoustavuuden merkitys on kasvanut ja näihin muutoksiin käytetty aikajänne lyhentynyt. Muutoksia voi tapahtua hyvin lyhyellä aikavälillä.

Juho Saaren (2004, 220) mukaan "Globaalin talouden epävakaus yhdistyy pörssi-kurssien ja valuuttojen arvon nopeisiin muutoksiin. Valuuttojen arvot ja pörssikursseihin liittyvät vaihtelut ylittävät moninkertaisesti "reaalitaloudessa" tapahtuvat muutokset. ... Sinänsä hyvin menestyvä yritys saattaa menettää huomattavan osan arvostaan vain siksi, että markkinoilla on toinen, parempaa tuottoa lupaava yritys."

Perloksen ollessa julkinen osakeyhtiö sen täytyy jatkuvasti tehostaa tuotantoaan, jota voidaan toteuttaa tuotantokustannusten minimoimisen kautta. Tuottavuuden jatkuvan parantumisen ja voittojen maksimoimisen myötä yritys voi pysyä kasvavana ja houkuttelevana kohteena sijoittajille. Lyhyen aikavälin tulosten parantamiseksi yrityksellä on Castellsin (2000, 95) jaottelun mukaan käytettävänä neljä keinoa voittojen lisäämiseen:

- a. Tuotantokustannusten alentaminen (lähtien työvoimakustannuksista);
- b. Tuottavuuden parantaminen;
- c. Markkinoiden laajentaminen;
- d. Myynnin lisääminen suhteessa käytettyyn pääomaan

Yritykset etsivät kannattavuuden parantamista ja voittojen maksimointia, ja yksi tehokas keino tämän saavuttamiseen on tuotantokustannusten alentaminen. Väyrysen (1998, 83) mukaan suorat kansainväliset sijoitukset ohjaavat kauppaa aikaisempaa enemmän. Näillä investoinneilla perustetaan muihin maihin tuotannon keskuksia, jotka suuntautuvat sekä paikallisille että kolmansien maiden markkinoille. 1990-luvulla sijoitusten kasvu suuntautui erityisesti Aasian maihin (Väyrynen 1998, 104). Länsimaiset yritykset ovat siis siirtäneet kasvavalla vauhdilla tuotantoaan kehittyviin teollisuusmaihin, joissa palkkakustannukset voivat olla vielä nykyään murto-osa länsimaisesta tasosta.

Vaikka yrityksistä on tullut globaaleja toimijoita siinä mielessä, että niillä voi olla tuotantoa useassa eri maassa (esimerkiksi Perloksella on toimintoja 11 maassa), eivät monikansalliset yritykset kuitenkaan ole persoonattomia ja abstrakteja toimijoita. Vain harvat yritykset ovat siinä mielessä globaaleja, että niiden toiminnot olisivat jakautuneet tasaisesti moniin eri maihin. Suuri osa monikansallisista yrityksistä säilyttää vahvat taloudelliset ja kulttuuriset juuret kotimaahansa (Gray 1998, 63). Yri-

tyksillä on näin ollen myös tärkeä yhteiskunnallinen rooli etenkin kotimaassaan, vaikka viimeaikaisissa tutkimuksissa ja yhteiskunnallisissa keskusteluissa on ollut viitteitä siitä, ettei yritysten oma näkemys yhteiskunnallisesta roolistaan ja etenkin yhteiskuntavastuukysymyksistä ole kovin selkeä.

### 3. YRITYKSEN YHTEISKUNTAVASTUU

Seuraavassa luon katsauksen yrityksen yhteiskuntavastuuta koskeviin kysymyksiin. Edellisessä luvussa käsitelty tuotannon tehostaminen tuottaa osaltaan yritykselle ris-tiriitaisia tilanteita, joiden vuoksi sen täytyy ottaa huomioon näiden toimenpiteiden aiheuttamia muutoksia työntekijöilleen ja yhteiskunnalle. Näitä vaatimuksia ja ky-symyksiä voidaan tarkastella suhteutettuna yrityksen yhteiskuntavastuun teoreetti-siin näkemyksiin. Perloksen tapauksessa tällaisia vastuukysymyksiä voidaan tarkas-tella esimerkiksi henkilöstön irtisanomistilanteissa.

#### *3.1 Mitä yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan*

Yhteiskunnassa ja yritysmaailmassa yritysten yhteiskuntavastuu on tunnettu käsit-teenä vasta muutaman vuoden ajan (Juholin, 2003). Käsitteen tunnettavuudella tar-koitetaan tässä yhteydessä sitä, miten se on siirtynyt julkiseen diskurssiin tunnustet-tuna yritysten toimintaan kuuluvana seikkana. Käsitteen teoreettinen historia ulot-tuu aina parin vuosikymmenen taakse. Kallion ja Nurmen (2006, 5) mukaan 1980-luvulla vastaavaa keskustelua käytiin erityisesti yritysetiikan käsitteen ympärillä (business ethics). Sittemmin 1990-luvulla yritysetiikan käsitteen rinnalle tuli yritysten yhteiskuntavastuu (corporate social responsibility). Myöhemmin tämä on korvannut kokonaan yritysetiikan käsitteen (Kallio & Nurmi 2006, 5). Vastuullisuuden ja yh-teiskunnallisen oikeudenmukaisuuden moraalifilosofiset juuret ulottuvat tätä yhteis-kuntavastuun teorian modernia historiaa huomattavasti kauemmas. Moraalisia oike-an ja väärän kysymyksiä on käsitelty jo antiikin filosofiassa, ja myös kristinuskon vaikutus länsimaiseen etiikan syntyyn on ollut merkittävä. (Juholin 2003)



Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun, tai yhteiskuntavastuun, käsite merkitsee sitä, että taloudellisessa päätöksenteossa otetaan huomioon myös moraalisia näkökohtia. Tässä tutkimuksessa puhuttaessa yhteiskuntavastuusta rajaan sen tarkoittamaan nimenomaan yrityksen yhteiskuntavastuuta, vaikka yhteiskuntavastuulla käsitteenä on olemassa laajempiakin merkityksiä. Yhteiskuntavastuu voidaan ajatella janana, jonka toisessa ääri laidassa on talouden ensisijaisuutta korostava näkemys ja toisessa laajan sosiaalisen vastuun näkemys. Talouden ensisijaisuutta korostavan näkemyksen mukaan yrityksen perimmäinen tehtävä on tuottaa maksimaalinen voitto osakkeenomistajilleen. Tätä tehtävää toteuttaessaan sen on noudatettava niiden maiden lakeja, joissa se toimii (Juholin 2003, 23). Toiminnan laillisuus ei kuitenkaan ole riittävä edellytys vastuullisuudelle johtuen yhteiskuntasopimuksen epätäydellisyydestä (Vihanto 2006, 16). Esimerkiksi ympäristövastuun kysymyksissä lainsäädännön epäonnistuminen näkyy tuotantotoiminnan ympäristöhaitoissa (Mises 1966; Vihannon 2006, 17 mukaan). Sosiaalisen vastuun kysymykset ovat usein vielä tällaista esimerkkiä monimutkaisempia.

Yhteiskuntavastuuta jaotellaan useimmissa tämänhetkisisissä teoreettisissa määrittelyissä kolmeen eri pilariin: taloudelliseen vastuuseen, sosiaaliseen vastuuseen ja ympäristövastuuseen. Yrityksen yhteiskuntavastuun käsittelyssä en tämän tutkimuksen yhteydessä keskity niinkään kaupan tai talouden osa-alueisiin, vaan tarkastelen yrityksen toimijuutta yhteiskunnallisena osapuolena. Tämä tarkoittaa siis yrityksen sosiaalisen vastuun aluetta (corporate social responsibility). Vihannon (2006, 15–16) mukaan yksi tapa määrittää yrityksen vastuuta ja sen rajoja on yhteiskuntasopimus, jossa yhteiskunnan jäsenet sopivat keskenään pelisäännöistä. Yritys voidaan nähdä sopimusjärjestelmänä, jonka sidoshenkilöitä ovat rahoittajat, johtajat ja työntekijät (Vihanto 2006, 16). Yritysten sosiaalinen vastuu voidaan määritellä McWilliamsin ja Siegelin (2001, 117) mukaan ”toimiksi jotka luovat jotain sosiaalista hyvää, yrityksen intressien ja sen minkä laki on määrännyt, ylittäviksi toimiksi.”

Suuri osa keskustelusta, jota tällä hetkellä käydään yritysten sosiaalisen vastuun alueella, liittyy yleiseen yhteiskuntaetiikkaan sekä yritykseen työnantajana. Yhteiskuntavastuun periaatteiden mukaisesti on olemassa yrityksen, työntekijöiden ja ympäröivän yhteisön muodostama keskinäinen suhde. Tärkeänä osana yritysten yhteiskunnallisen vastuun ja yhteiskunnallisen toimijuuden kehitystä on ollut henkilöstön ja yrityksen muodostama suhde ja sen eri muodot. Osaltaan sitä muodostamassa ovat olleet eri lainsäädännölliset keinot. Työntekijöiden organisoituminen ja oikeuksien turvaaminen järjestäytymisen kautta on muodostanut työntekijöistä ja työnantajista tasavertaisia sopimusosapuolia. Työntekijöiden oikeuksista on olemassa myös kansainvälisiä julistuksia, esimerkiksi ILO:lla (International Labour Organisation).

Yhteiskuntavastuun ja erityisesti yritysten sosiaalisen vastuun kysymykset ovat muuttuneet hankalammiksi yritysten kansainvälistäessä toimintaansa. Kallio ja Nurmi (2006, 9) toteavat yrityksen toimien olevan valittavissa ja seurausten arvioitavissa niin kauan, kuin yritystä hallinnoi omistaja-yrittäjä. Kansainvälisen pörssiyhtiön tapauksessa, jossa johtajille maksetaan suuria optioita osakkeen arvon kohoamisesta, toimijat eivät kykene arvioimaan tai eivät halua arvioida toiminnan vaikutuksia laajemmin. Näin yrityksen toiminta ei välttämättä aina vastaa sen omistajien eettistä käsitystä. (Kallio & Nurmi 2006, 9)

Monikansalliset yritykset toimivat usein hyvinkin kaukana toisistaan sijaitsevilla mailla ja erilaisissa kulttuuriympäristöissä. Tämä asettaa myös yrityksen toiminnalle haasteita, kuinka sovittaa toimintaansa vastuulliseksi eri ympäristöihin. Yritykset ovat yhteiskunnallisina ja juridisina toimijoina velvoitettuja ensinnäkin noudattamaan paikallista lainsäädäntöä, mutta myös erilaiset eettiset toimintanormit sitovat yrityksiä. Se, minkälaiset toimintanormit yritystä sitovat, riippuu paljon sen maan kulttuurista, jossa yritys toimii, ja ennen kaikkea siitä yhteiskunnan yrityskulttuuris-

ta, mistä se on lähtöisin. Monikansallisten yritysten kohdalla niiden toiminta voi olla erilaista kotimaassa ja muualla. On olemassa tiettyjä kansainvälisiä eettisiä koodistoja ja toimintanormeja monikansallisille yrityksille. Esimerkiksi OECD:llä on ohjeistuksia monikansallisille yhtiöille. On olemassa myös kansainvälinen yritysjohtajien verkosto nimeltään *Caux Round Table*, jonka päämääränä on ”moraalisen kapitalismin” edistäminen. Ensimmäisenä periaatteenaan *Caux Round Table* edellyttää seuraavanlaista vastuuta yrityksiltä:

#### Beyond Shareholders toward Stakeholders

The value of a business to society is the wealth and employment it creates and the marketable products and services it provides to consumers at a reasonable price commensurate with quality. To create such value, a business must maintain its own economic health and viability, but survival is not a sufficient goal. Businesses have a role to play in improving the lives of all their customers, employees, and shareholders by sharing with them the wealth they have created. Suppliers and competitors as well should expect businesses to honor their obligations in a spirit of honesty and fairness. As responsible citizens of the local, national, regional and global communities in which they operate, businesses share a part in shaping the future of those communities.

([www.cauxroundtable.org](http://www.cauxroundtable.org))

Yritysten julkilausumat yhteiskuntavastuun osalta ovat vielä varsin vaihtelevia. Monet yrityksen ovat julkaisseet esimerkiksi internet-sivuillaan yhteiskunnallisen koodiston, joka ohjaa yrityksen toimintaa. Osalla yrityksistä, kuten Perloksella, tällaista koodistoa ei ole.

Monikansallisillakin yrityksillä on aina kotimaa (ainakin pääkonttori ja verotuloja kotimaahan), jonka lähtökohdista käsin ne toimivat. Yrityksen arvot rakentuvat

usein sen pohjalle, minkälaisesta toimintaympäristöstä yritys on kotoisin (Takala 2004, 212). Yritysten toimintojen hajauttaminen ympäri maailmaa voi tosin aiheuttaa myös kysymyksen siitä, mihin yhteiskuntaan yritys itsensä samaistaa ja kenelle se lopulta on vastuussa. Tuotannon siirtäminen kauas kotimarkkinoista on aiheuttanut myös monia kritisoituja tuotantotapoja ja jopa skandaaleja suuryrityksille. Esimerkkinä tästä voidaan käyttää Enronin kirjanpitoskandaalia, jossa yritys korosti toiminnassaan myös eettistä koodistoa ja vastuullisia arvoja, kuten kunnioitusta, rehellisyyttä, viestintää ja laadukkuutta (Kuhn & Ashcraft 2003). Yrityksen puhuessa vastuullisuudesta voi todellisuus olla siis myös mainospuhetta, jota toiminnassa ei välttämättä toteuteta.

On muistettava, etteivät yritykset koskaan ole täysin itsenäisiä toimijoita, vaan ne toimivat yhteistyössä eri ryhmien kanssa, jotka täytyy ottaa huomioon. Yritys ei toimi omassa maailmassaan eristyksissä, vaan on jatkuvassa vuorovaikutuksessa muun yhteiskunnan kanssa. Yrityksen sidosryhmät (stakeholder) voidaan määritellä sellaisiksi tahoiksi, joihin organisaation toiminta jollain tavalla vaikuttaa tai jotka ovat tämän toiminnan seurauksena mahdollisen riskin kohteena (Donaldson & Dunfee 1999, 235). Määritelmiä siitä, mitä kaikkia tahoja sidosryhmiin kuuluu, on olemassa useita. Erään määritelmän mukaan sidosryhmät voidaan jakaa primäärisiin ja sekundäärisiin ryhmiin. Primääriseen ryhmään kuuluvat kuluttajat, tavarantuottajat, levittäjät, luotonantajat sekä työntekijät. Muut kaukaisemmat sidosryhmät, kuten kuluttajaryhmittymät, media, paikallisyhteisöt ja jopa ympäristö, kuuluvat sekundääriseen ryhmään. (Donaldson & Dunfee 1999, 238–239). Tällainen vuorovaikutussuhde yrityksen ja eri sidosryhmien välillä luo myös vastuuta ja velvollisuuksia molemmille osapuolille. Yritys on yhteistoiminnassa yhteiskunnan (valtio ja kunnat) kanssa esimerkiksi seuraavien liiketoimintaan liittyvien seikkojen kanssa: yhteiskunnallinen infrastruktuuri, tehdas- tai liiketilojen hankinta, työntekijöiden koulutus sekä erilaiset taloudelliset tukimuodot. Kujalan (2001) mukaan yrityksen moraalialue on

mahdollista tutkia sidosryhmääjattelun kautta. Sidosryhmänäkemys mahdollistaa liiketoiminnan moraalisten kysymysten konkretisoinnin (Kujala 2001, 174). Tähän pohjaan myös omassa tutkimuksessani sen analyysin osan, jossa tutkin, minkälaisia sidosryhmiä Perlos tiedotteissaan tuo esille.

Jos yritys asettaa itsensä riippumattomaksi toimijaksi, jolla ei ole velvollisuuksia muuta yhteiskuntaa kohtaan, millaiseksi se asettaa yrityksen yhteiskuntasuhteen? Yritystä ei nykyään pidetä omistajiensa yksityisasiana, vaan se nähdään laajemmin yhteiskunnan asiana, jolloin toiminnassa tulee huomioida taloudellisen puolen lisäksi myös sen sosiaalinen ja yhteiskunnallinen toiminta (Manifesti sosiaalisesta Euroopasta 1996, 93). Yritykset ovat yhteiskunnan tärkeä selkäranka sekä tarjoamiensa työpaikkojen että luomansa taloudellisen hyvinvoinnin kautta. Tämän vuoksi myös yhteiskunta tukee yrityksiä mittavasti. Esimerkiksi Perloksen tapauksessa yritykselle on myönnetty TEKESin rahoitusta vuoden 1992 jälkeen yhteensä 2,7 miljoonaa euroa ([www.tek.fi](http://www.tek.fi)). Tapauksissa joissa yritys lopettaa tuotannon kotimaassaan lyhyen ajan kuluessa tukien vastaanottamisesta on tällaisia tukia pyritty myös perimään yrityksiltä takaisin. Tällaisia tukien takaisinperimiskäytäntöjä on perätty etenkin julkisessa keskustelussa. Nähdäkseni taustalla on olemassa pelko siitä, että yritys ulkoistaa osan tuotantokustannuksistaan yhteiskunnalle, ja lopettaa tuotantonsa sen ollessa voitollista. Tällöin yhteiskunnan investoinnit yritykseen jäävät realisoitumatta.

### ***3.2 Yhteiskuntavastuun eri näkökannat***

Yhteiskuntavastuusta ei ole olemassa kovinkaan yhtenäistä ja kattavaa teoriapohjaa, sillä sitä on tutkittu eri tieteenaloilla ja erilaisilla tutkimusmetodeilla (Takala 1985, 2). Tutkimusta on ollut lähinnä liiketaloustieteissä, mutta myös esimerkiksi sosiologiassa ja filosofiassa. Yhteiskunnallisen merkittävyyden vuoksi myös poikkitieteellisen ja

eri yhteiskuntatieteiden lähestymistavoista lähtevän tutkimuksen tulisi yleistyä (Kallio & Nurmi 2006, 10). Yhteiskuntavastuun tutkimuksesta suuri osa on vastuun teoreettista tutkimusta, ja koen itse empiirisen tutkimuksen aiheesta tärkeänä. Tässä mielessä pidän myös omaa tutkimustani perusteltuna empiirisenä näkökulmana tähän aihepiiriin.

Parin viime vuosikymmenen aikana on kuitenkin pyritty luomaan jonkinlainen synteesi näistä erilaisista tutkimussuuntauksista, Suomessa erityisesti Tuomo Takalan tutkimuksissa. Takala (1985b) tarkastelee modernia yhteiskuntavastuukysymystä moraalisen toimijan kysymyksenä. Historiallisesti vastuu voidaan etiikassa jakaa altruistiseen ja egoistiseen käyttäytymiseen. Tätä voidaan havainnollistaa ympyräkuviolla, jonka keskiössä on brutaali egoisti, seuraavalla kehällä valistunut egoisti sekä uloimmalla kehällä altruisti (Takala 1985b, 7). Myös yritysten yhteiskuntavastuun näkökantoja tarkasteltaessa ne voidaan jakaa vastaaville kehille. Takala (2004) on nimennyt suuntauksia seuraaviksi ideologioiksi lueteltuna suppeasta vastuusta laajimpaan päin:

- a. Omistajälähtöinen näkemys yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta;
- b. Sidosryhmälähtöinen näkemys yhteiskunnallisesta vastuusta: yritys yhteiskunnassa aktiivisena toimijana;
- c. Laajan sosiaalisen vastuun ideologia

*Omistajälähtöinen yhteiskuntavastuun näkemys* pohjaa perinteiseen markkinamalliin, jonka taustalla on Adam Smithin näkemys ”näkyvästä kädestä” markkinoiden ja resurssien ohjaajana sekä Milton Friedmanin näkemys yrityksen yhteiskunnallisesta roolista. Friedmanin tunnetun näkemyksen mukaan yrityksen ainoa yhteiskunnallinen vastuu on voittojen lisääminen niin, että toiminta tapahtuu pelisääntöjen edellyttämällä tavalla (Vihanto 2006, 15). Tämä näkemys edustaa talousliberaalia ääri-

taa. Useimmissa maissa yrityksiltä on totuttu tämän lisäksi odottamaan myös jotain yhteisön hyväksi. Omistajalähtöinen malli korostaa tehokkuutta ja resurssien mahdollisimman tehokasta allokointia. Sen mukaan yhteiskunnallinen hyvä tai muualle kuin tuotannon tehokkuuteen kohdistettavat resurssit ovat aina pois tuottavuudesta eli ne pienentävät yrityksen tuottavuutta ja heikentävät markkinoiden toimintaa. Tällöin voiton maksimointi ei toteudu ja tämä on traditionalistien mielestä haitallista myös yhteiskunnan kannalta.

Tätä omistajalähtöistä mallia voidaan kutsua myös traditionalistiseksi tai fundamentalistiseksi näkemykseksi (Takala 1985). Takala (1985, 6) näkee traditionalistisen vastuun mallin pohjautuvan legalistiseen perustaan, jonka mukaan esimerkiksi osakeyhtiön yhtiöjärjestys määrittäisi koko yhteiskunnallisen vastuun alan. Legalistisen näkemyksen mukaan yritys hoitaa yhteiskunnallisen velvoitteensa toimimalla lakien ja asetusten mukaisesti ja maksamalla veroja sekä olemalla vastuussa omistajilleen (Takala 1985, 6). Johtajistolla on tällöin lailliset velvollisuudet toimia aina ensisijaisesti yhtiön etua ajatellen. Osakeyhtiölaki ei siis anna johdolle mahdollisuutta valita, tuleeko yrityksen pyrkiä mahdollisimman suureen voittoon, vaan ainoastaan toimintaja harkintavallan siitä, millä keinoin tähän yritetään päästä. (Takala 1985, 6-7)

Edellä esitettyä omistajalähtöistä näkemystä vastaan on esitetty laajalti kritiikkiä. Fundamentalistien kritiikin mukaan esimerkiksi perustettaessa vastuu pelkästään lain määräämiin velvollisuuksiin on näitä velvollisuuksia mahdollisuus muuttaa. Yhteiskunnassa lait säädetään yhteiskuntapoliittisen keskustelun perusteella tehden erilaisia arvovalintoja. Takala (1985, 16) viittaa Arrow'n käsitykseen, jonka mukaan sosiaalinen vastuullisuus on välttämätöntä koko taloudellisen systeemin tehokkuuden kannalta. Takala huomauttaa näkymättömän käden periaatteeseen viitaten markkinamekanismin ohjausvirheestä, joka tapahtuu yrityksen laskiessa tehokkuutta ainoastaan omien kustannusmittareidensa mukaisesti. Kaikkia muuttujia ei tällöin

voida ottaa huomioon, sillä yritykset eivät maksa kaikkia tuotannosta aiheutuvia kustannuksia. Yhteiskunta rakentaa joko kokonaan omalla kustannuksellaan infrastruktuurin tai osallistuu ainakin kustannusten jakamiseen, kuten esimerkiksi työntekijöiden kouluttamiseen. Talous ei voi toimia vapaasti ja tehokkaasti pelkkien markkinoiden varassa (Väyrynen 2006, 12).

*Sidosryhmälähtöinen näkemys* on omistajalähtöistä mallia laajemman vastuunäkemyksen teoria. Se korostaa yrityksen yhteiskunnan ja yrityksen välisen sidoksen merkitystä (Takala 2004, 225). Tätä sidosryhmälähtöistä näkemystä voidaan kutsua myös moderniksi yrityksen yhteiskuntavastuun ideologiaksi (Takala 1985c). Modernin yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologian mukaan yritys ottaa hoidettavakseen toimia, jotka ylittävät lain määräämät velvollisuudet. Yrityksen tavoitteena on tietysti tuottaa aina voittoa, mutta se voi tehdä myös asioita, jotka eivät (ainakaan lyhyellä tähtäimellä) ole voiton maksimoinnin kannalta kannattavia. Yhteiskunnallisen vastuun laajennettu moderni versio korostaa moraalisten aspektien huomioimista mutta vain silloin, kun tämä ei vaaranna voitontavoittelufunktiota (Schreuder; Takalan 1985 mukaan).

Yrityksen valta ja toiminta ulottuu myös markkinamekanismin ulkopuolelle, josta seuraavan vastuun myötä yrityksellä on muitakin velvoitteita kuin voiton maksimointi. Toiminta tulee toteuttaa yhteiskunnan määrittämässä sosiaalisissa ja eettisissä puitteissa, jonka myötä toiminta on legitiimiä. (Takala 2004, 226) Yrityksen kannattavuus ja sosiaalinen vastuullisuus voivat olla keskenään ristiriidassa. Tämän ristiriidan ratkaisemiseksi on tarjottu yrityksen "valistuneen itsekkyyden" käsitettä (Takala 2004, 226). Se sisältää ajatuksen, jonka mukaan yrityksen kannattaa rajoittaa oman edun tavoitteluaan ja osallistua tiettyihin jopa voittoa pienentäviin sosiaalisiin toimiin, sillä tämä strategia takaa sille ympäröivän yhteiskunnan hyväksymisen (Takala 1985, 22). Tämän valistuneen itsekkyyden strategian lisäksi modernissa ideologiassa



on myös toinen pääperiaate, yrityskansalaisuuden näkemys (corporate citizenship), jossa yrityksen velvollisuuksiin kuuluu arvoympäristöön vaikuttaminen positiivisesti (Takala 1985, 23). Yrityskansalaisuuden käsitettä voidaan käyttää myös hieman laajemmassa merkityksessä tarkoittamaan laajaa sidosryhmäajattelua vastaavaa yhteiskuntavastuunäkemyttä, kuten World Economic Forumin määrittelyssä, joka käsittelee yhteiskuntavastuuta yrityskansalaisuutena:

“The greatest contribution we can make to development is to do business in a manner that obeys the law, produces safe and cost effective products and services, creates jobs and wealth, supports training and technology cooperation and reflects international standards and values in areas such as the environment, ethics, labour and human rights. To make every effort to enhance the positive multipliers of our activities and to minimize any negative impacts on people and the environment, everywhere we invest and operate. A key element of this is recognizing that the frameworks we adopt for being a responsible business must move beyond philanthropy and be integrated into core business strategy and practice.”

(World Economic Forum 2005, 13)

Edellä mainittujen vastuun näkemysten lisäksi on olemassa *laajan sosiaalisen vastuun ideologia* (Takala 2004). Sen taustalla vaikuttavan näkemyksen mukaan yritysten on otettava huomioon ympärillään olevan maailman ja arvojen muutoksia vaikka se merkitsisi taloudellisten voittojen laskemista (Takala 2004, 228). Tätä näkemystä voidaan kutsua myös erittäin laajan, tai vaihtoehtoisen yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiaksi (Takala 1985c, 12). Se korostaa erityisesti taloudellisen toiminnan eettistä luonnetta. Hyvinvoinnin lisäämisen tulisi olla voittojen maksimoinnin edellä. (Takala 1985c, 13) Tässä vastuun näkemyksessä eettiset periaatteet ja yhteiskunnallinen vastuu ovat kiinteä osa yrityksen toimintastrategiaa. Tällöin vastuun hoitamisesta tulee myös yrityksen olemassaolon oikeutus. (Takala 2004, 228–229)

Tämä Takalan esittämä yhteiskuntavastuun jaottelu on yksi mahdollinen teoreettinen malli siitä, millä tavoin yhteiskuntavastuuta voidaan lähestyä. Käytän sitä tutkimuksessani sen vakiintuneisuuden ja havainnollisen lähestymistavan vuoksi. Lähestyn analyysissä yhteiskuntavastuukysymystä erityisesti Kujalan (2001) käyttämän sidosryhmäajattelun kautta. Tämän viitekehyksen mukaan liiketoiminnan moraalit on yhteydessä sidosryhmäsuhteisiin liittyviin konkreettisiin ja jokapäiväisiin kysymyksiin (Kujala 2001, 175). Tutkimalla erityisesti mitä sidosryhmiä Perlos tuo tiedotteissaan esille pyrin luomaan kuvaa Perloksen sijoittumisesta edellä esitetylle Takalan yhteiskuntavastuun näkemysten kartalle.

### ***3.3 Viestintä yhteiskuntavastuun sääntöjen välittäjänä***

Näkökulmasta, jossa yritys nähdään moraalisen toimijana, sen on mahdollista toteuttaa primäärifunktiotaan eli voitontavoittelua ainoastaan silloin, kun sen toimet ovat moraalisesti hyväksyttäviä. Tätä kautta yritys on sosiaalisesti legitiimi (Kuhn & Ashcraft 2003). Juholin (2003, 34) viittaa Pearsonin intersubjektivisuuden käsitteeseen. Sen mukaan moraal säännöt ovat intersubjektiveja ja niistä päästään sopimukseen osapuolten välillä viestinnän keinoin. Täten kommunikaatioprosessi on Pearsonin mukaan yritysetiikan avain, sillä sen kautta syntyy yritysten käyttäytymisen perusta. Tällaisen mallin avulla voidaan siis ymmärtää se, miksi yritykset pyrkivät antamaan viestinnän toiselle osapuolelle (kuten tuotteen kuluttajalle) sellaisen kuvan, jonka se hyväksyy. Moraalinen sopimus syntyy siis vain osapuolten yksimielisyydestä. Juholin (2003, 35) viittaa tässä yhteydessä myös Fawkesiin, joka korostaa todellisen kaksisuuntaisen symmetrian syntyvän vain silloin, kun molemmat osapuolet voivat vaikuttaa toisiinsa yhtä vahvasti. Yritysten ja muiden suurten organisaatioiden kohdalla niiden valta voikin kasvaa suuremmaksi kuin viestin vastaanottajan. Todellista tasapainotilaa lieneekin mahdoton saavuttaa, sillä yrityksellä on olemassa

myös monia eri sidosryhmiä. Tosin työntekijöillä ja kuluttajillakin on kanavansa saada viestistään riittävän voimakas, esimerkkinä ammattiyhdistysliikkeet ja erilaiset kuluttajajärjestöt. Nyt käsillä olevan tutkimusaiheen kannalta osuva esimerkki tällaisesta viestinnästä tapahtui Perloksen ilmoittaessa Ylöjärven tehtaan lakkauttamisesta. Kemianliitto, Toimihenkilöunioni ja Ylempien toimihenkilöiden neuvottelujärjestö YTN julkaisivat lakkauttamiseen 26.5.2005 seuraavan kannanoton:

Yhteiskunnan tuet voitava periä takaisin, jos yritys lopettaa tuotantoansa

Yt-neuvottelut pörssiyhtiö Perloksen Ylöjärven tehtailla ovat käynnissä. Yhtiö ilmoitti 9. toukokuuta aloitettujen neuvottelujen tavoitteeksi tuotannon lopettamisen Ylöjärven tehtailla. Pahimmillaan neuvottelujen tuloksena on 600 ihmisen jääminen työttömäksi.

Ylöjärven tehdas on ollut kannattava yksikkö ja Perloksen ilmoituksen mukaan yhtiön ensimmäinen vuosineljännes meni suunnitelmien mukaan. Ilmoitus neuvottelujen aloittamisesta tulikin tehtaan henkilöstölle täytenä yllätyksenä. Reilu viikko neuvottelujen aloittamisesta yritys avasi kolme uutta tehdasta Kiinassa. Suomalainen henkilöstö sai lukea uutisen lehdestä.

Perlokselle on vuoden 1992 jälkeen myönnetty Tekesistä kaikkiaan yli 2,7 miljoonan euroa avustuksia ja reilu 1,1 miljoonaa euroa lainaa. Tietävästi noin neljännes avustuksista on kohdistunut Ylöjärvelle. Työhallinto on vuosien 1996-2002 aikana kouluttanut työvoimakoulutuksella 18 eri kurssilla työntekijöitä suoraan Perloksen Ylöjärven tehtaan tarpeisiin. Yritys on maksanut kuluista puolet, yhteiskunta, eli veronmaksajat, puolet. Veronmaksajien osuus on noin 126 000 euroa. Sen lisäksi Perlos on hyötynyt muusta yhteiskunnan tarjoamasta koulutuksesta, jonka johdosta se on saanut osaavaa henkilökuntaa.

Me allekirjoittaneet järjestöt kysymme jälleen kerran yritysten yhteiskuntavastuun perään. Vaadimme järjestelmän luomista, jolla yhteiskunnan tukia voidaan periä takaisin yrityksiltä, jotka tuet nostettuaan siirtävät tuotantoaan pois Suomesta. Ei voi

olla veronmaksajien tehtävä rahoittaa tutkimus- ja tuotekehitystä, jos se ei tuo työtä Suomeen. Palkansaajaliikkeen on mahdotonta hyväksyä, että yrityksiin suunnatut veronmaksajien rahat hyödyttävät vain osinkojen saajia.

Perloksen toiminnasta yhteiskuntavastuu tuntuukin olevan kaukana. Näyttää siltä, että yrityksen hyvä tulos, yksikön kannattava toiminta ja veronmaksajien rahoista maksetut tuet eivät paina vaakakupissa, kun ahneus iskee. Silloin otetaan ja lähde-tään.

([www.tek.fi](http://www.tek.fi))

Kannanotto on selkeä ilmaus siitä, miten yhteiskuntavastuukysymykset ovat nousseet yritysten toiminnassa kritiikin kohteeksi. Käsiteltäessä yhteiskuntavastuuta tässä tutkimuksessa on mielenkiintoista se, millä lailla yritys tällaisiin viesteihin vastaa, millaista keskustelua se itse omasta yhteiskuntavastuustaan käy ja millaisia näkökulmia asiaan luo. Yrityksen virallisten kannanottojen eli sen julkaisemien tiedotteiden voidaan näin ollen katsoa olevan se puolueeton foorumi, jonka sisältöä tutkimala on mahdollista päästä yrityksen näkemyksistä selville. Näiden tiedotteiden voidaan katsoa edustavan yrityksen kantaa puhtaimmillaan, verrattuna esimerkiksi sanomalehtien uutisointiin. Tämän vuoksi olen valinnut Perloksen pörssitiedotteet tutkimusaineistokseni.

## 4. TIEDOTTAMINEN YRITYKSEN STRATEGISENA KILPAILUKEINONA

Tässä luvussa teen katsauksen siihen, millaista yrityksen tiedottaminen on luonteeltaan, miksi sitä harjoitetaan ja mitä yritys voi tiedottamisellaan tavoitella.

### *4.1 Viestinnän merkitys yritykselle*

Julkisella osakeyhtiöllä on olemassa juridinen velvollisuus tiedottamiseen. Arvopaperimarkkinalaki ja pörssin oma säännöstö edellyttävät pörssiyrityksen tiedottavan kaikista yhtiön osakkeen arvon vaikuttavista muutoksista (Aittapelto & Koljonen 2006, 89). Arvopaperimarkkinalaki edellyttää yhtiöltä mm. seuraavia velvollisuuksia: velvollisuus julkistaa esite, osavuosikatsaus, vuosikatsaus, tilinpäätös sekä arvopaperin arvoon vaikuttavat tiedot ([www.finlex.fi](http://www.finlex.fi)). Yrityksen on julkistettava ilman aiheutonta viivytystä kaikki sen arvopaperin arvoon vaikuttavat päätökset ja seikat. Tämä tiedotusvelvollisuus jakautuu säännölliseen ja jatkuvaan tiedottamiseen. Säännölliseen tiedottamiseen kuuluvat esimerkiksi tilinpäätökset ja osavuosikatsaukset. Jatkuva tiedottaminen on puolestaan uutisluontoista ja muutoksista kertovaa. (Ikävalko 1994, 132–133)

Aittapelto ja Koljonen (2006, 102) toteavat pörssiyrityksien tiedottamisen eroavan talousjournalismista siinä, että yritys pyrkii korostamaan myönteisiä asioita. Kielteisiä asioita pyritään siirtämään taka-alalle, niin että uskottavuus kuitenkin pystytään säilyttämään. Yrityksen tiedottaminen on osa yrityskuvan luomista. Yrityskuvalla tarkoitetaan yrityksen imagoa, eli sitä mielikuvaa joka sidosryhmillä ja muilla yleisöillä yrityksestä on (Kortetjärvi-Nurmi ym. 1999, 13). Yrityskuva koostuu viestinnän lisäk-

si myös sen sisäisestä toiminnasta ja maineesta. Hyvä maine on yritykselle tärkeä strateginen etu. Yritykset käyttävät paljon resursseja pitääkseen yllä ja kehittääkseen hyvää kuvaa itsestään. Erityisen selvästi tämä on nähtävissä kuluttajatuotteita valmistavien yritysten kohdalla, joissa sellaisiin osa-alueisiin kuten mainontaan ja sponsorointiin kohdennetaan eniten varoja. Alihankkijayritysten, kuten Perloksen, kohdalla painotukset ovat hieman toisenlaisia. Kuitenkaan yhdelläkään yrityksellä ei ole varaa antaa itsestään huonoa kuvaa, sillä kuluttajien eettisen valvetumisen kasvun johdosta koko tuotantoketjun on syytä olla kunnossa. Aula ja Mantere (2005, 27) esittävät hyvän yrityksen maineen perustuvan kolmeen eri asiaan: hyvien tekojen, hyvien suhteiden ja hyvän viestinnän varaan. Yrityksen viestintää tarkasteltaessa on esimerkiksi yhteiskuntavastuun yhteydessä olemassa myös kriittisyyden vaatimus, sillä yritys saattaa käyttää mainontaa ainoastaan imagonsa parantamiseen, jolloin sisäisessä toiminnassa ei kaikkia viestittyjä seikkoja toteuteta.

Pietilä (1997, 134) viitaten R.E. Parkiin toteaa yhteiskunnan taloudellisen järjestyksen olevan epävakaa. Jotta tätä epävakautta hallitsevat organisaatiot pystyisivät toimimaan, tarvitsevat ne raportteja taloudellisten olojen muutoksista kaikkialta maailmasta. Nykyisen taloudellisen järjestyksen ja informaatioteknologian vallankumouksen myötä osakemarkkinoiden tärkeys on noussut suuremmaksi kuin koskaan aiemmin. Castells (2000, 98) sanoo uuden talouden maailmassa kilpailukyvyyn merkitsevän yrityksille yksinomaan kykyä voittaa itselleen markkinaosuuksia.

Yrityksen viestintä voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Yrityksen kommunikointi muiden toimijoiden kanssa on olennainen keino hoitaa sekä liikesuhteita asiakkaisiin että yhteiskunnallisia suhteita kuluttajiin ja yhteiskunnallisiin instituutioihin, joiden kanssa yritys on kanssakäymisessä tuotantokoneistonsa kautta. Harcourt ym. (1987, 4) esittävät liiketoiminnalliselle viestinnälle neljä tavoitetta:

- a. Vastaanottaja ymmärtää viestin siten kuin lähettäjä tarkoittaa;
- b. Vastaanottaja tuottaa tarvittavan vastauksen lähettäjälle;
- c. Lähettäjä ja vastaanottaja säilyttävät hyvän suhteen;
- d. Lähettäjän organisaatio saavuttaa goodwill-arvoa

Takala (1991, 29) esittää yrityksen yhteiskuntavastuun diskursiivisena ilmiönä eli osana organisatorista puhetta. Tämän puheen avulla yritys voi kommunikoidessaan eri yleisöjen kanssa saada oikeutuksen toimilleen. Se on siis eräänlainen vakuuttelun muoto, jota käytetään myös yrityksen liiketoiminnan muilla tasoilla sekä sisäisessä että ulkoisessa puheessa.

Organisatoriset uskomusjärjestelmät ovat kiinteänä osana tavoitteiden saavuttamisessa. Ne sanelevat sääntöjä, tavoitteita ja yksilöiden käsitystä ympäristöstään (Takala 1991, 31). Osa tällaista uskomusjärjestelmää voidaan katsoa olevan myös yrityksen tapa käsitellä rooliaan yhteiskunnallisena toimijana, minkä myötä se on luomassa toimintamalleja ja ideologioita yhteiskuntavastuukysymyksissä yhteistoiminnassa ympäröivän yhteiskunnan kanssa. Yritys tarvitsee siis myös hyväksynnän tai oikeutuksen näkemyksilleen ja toimilleen muilta sen kanssa kosketuksissa olevilta tahoilta säilyttääkseen sisäisen ja ulkoisen eheydensä. Luottamus on yrityksille tärkeää myös tuottavuuden ja voittojen saavuttamiseksi (Leeper 2001, 101). Osakeyhtiön kannalta, jonka rahoitus ja kasvun edellytykset perustuvat siihen, että sijoittajat uskovat yritykseen, viestintä on oleellinen tapa luoda tätä uskoa. Kuhn ja Ashcraft (2003) esittävät viestinnällisen mallin, joka korostaa ”numeroita” organisatorisen kuvan tärkeänä tekijänä. Erilaisten kasvulukujen ja tilinpäätöstietojen julkaiseminen voidaan tämän mukaan nähdä diskursiivisena käytäntönä.

## *4.2 Puolustautuminen negatiivisen uutisen yhteydessä*

Cheneyn ja Vibbertin (1989) mukaan yrityksen julkinen diskurssi palvelee kolmea eri funktiota: retorista, poliittista ja identiteetin hallinnan funktiota. Retorisella funktiolla tarkoitetaan arvojen vahvistamista ja luomista, yritys yrittää luoda symbolisia linkkejä, joiden avulla se saa paikannettua itsensä tiettyyn asemaan julkisessa diskurssissa. Viestinnän kohteena ovat sisäiset ja ulkoiset yleisöt. Identiteetin hallinnassa yritys pyrkii erottumaan ja luomaan itselleen tietyn identiteetin poikkeamatta liikaa kulttuurista; tässä yrityksen tulee ottaa huomioon mahdolliset ristiriidat sisäisen ja ulkoisen yrityskuvan välillä. Poliittisella funktiolla yritys pyrkii saamaan poliittista vaikutusta viestinnän keinoin tulematta kuitenkaan suoraan leimatuksi poliittiseksi vaikuttajaksi. (Cheney & Vibbert 1989, 182–191)

Yrityksen tai muun organisaation on siis mahdollista tietoisesti viestinnän keinoin pyrkiä rakentamaan mainettaan. Pörssiyhtiön kohdalla positiivisten uutisten kertominen nostaa sekä kiinnostavuutta sijoittajien silmissä että hyväksyttävyyttä yhteiskunnallisesti. Yhtiölle on tärkeää olla ”hyvä yritys” niin sisäisesti työntekijöiden silmissä kuin ulkoistenkin osakkaiden ja kumppanien kohdalla. Huonojen uutisten kohdalla on olemassa keinoja, joilla negatiivista julkisuutta voidaan yrittää pehmentää.

Hearit (2001) on tutkinut organisaation viestintää negatiivisten viestien käsittelyn kautta. Nimitän tässä tutkimuksessa tätä ”apologiaa” puolustuspuheeksi. Yritysten apologiat ovat vastaus eettisiin syytöksiin. Organisaatioiden päämotiivina on maineensa puolustaminen, mikä toteutuu itsepuolustuksen kautta. Itsepuolustus selittää, kieltää tai oikeuttaa niiden teot (Hearit 2001, 502). Puolusteleavassa viestissä voidaan käyttää erilaisia strategioita. Hearit (2001, 503–504) viittaa Benoit’n sekä Brinsonin ja Benoit’n tutkimuksiin ja jakaa käytettävissä olevat puolustukselliset strategiat



kieltämiseen, vastuun karttamiseen, teon merkityksen vähättelyyn, korjaavaan toimintaan ja alentuvaan anteeksipyyntöön. Tästä puolustusstrategioiden jaottelusta tämän tutkimuksen kannalta olennaisin on vastuun karttaminen. Hearit määrittelee vastuun karttamisessa organisaatiolle neljä erilaista keinoa. Ensinnäkin yritys voi väittää olleensa yllytetty johonkin toimeen. Toisena strategiana on kontrolloimattomuus (defeasibility) eli yritys väittää tapahtumien olleen sen vaikutusmahdollisuuksien ulottumattomissa. Kolmantena voidaan vedota vahinkoon. Viimeisenä yritys voi väittää aikomustensa olleen hyviä, vaikka lopputulos olikin huono.

Varsinaisessa apologisessa diskurssissa näitä strategioita voidaan soveltaa eri tavoin. Tämän diskurssin ymmärtämiseksi Hearit (2001) analysoi erilaisia asenteita (postures), jolla syytökseen voidaan vastata. Ensimmäinen puolustuksellisista asenteista on kieltäminen. Toinen on vastahyökkäys. Kolmas ja useimmin käytetty asenne on differentiaatio. Tämän asenteen kautta käytetään yleensä strategiaa, jolla syyllisyys saadaan suunnattua jonnekin toisaalle. Neljäs asenteista on anteeksipyyntö, jota pyritään käyttämään niin, että organisaatiosta muodostuu kuva vastuullisesta toimijasta, pyytähän se anteeksi vahinkoa. Viides asenteista on laillisuuteen vetoava, jossa yleensä asiasta pyritään mahdollisimman pitkään vaikenemaan. (Hearit 2001, 504–507)

Pohjaan tutkimukseni aineiston analyysin näihin apologiastrategioihin siltä osin, kuin aineiston tiedote käsittelee negatiivista uutista (yrityksellä on jotain puolusteltavaa maineensa säilyttämiseksi). Olen valinnut analyysissä käytettäviksi strategialuokiksi seuraavat:

- Vastuun karttaminen (yllytys, kontrolloimattomuus, vahinko, hyvät aiheet)
- Kieltäminen
- Merkityksen vähätteleminen

- Korjaava toiminta
- Alentuva anteeksipyyntö

(Hearit, 2001)

Tutkimukseni teoreettinen konteksti pohjautuu näin globalisaatioon (yrityksen toimintaympäristöön ja niihin rajoitteisiin, joissa yritys joutuu toimimaan), yhteiskuntavastuuseen (niihin toiminnan mahdollisuuksiin ja näkemyksiin tai moraalisiin kannanottoihin, joita yritys tuo julki, erityisesti suhteessa siihen, mitä sidosryhmää yritys pitää tärkeänä) sekä tiedottamiseen (keinoihin, joilla yritys näitä edellä mainittuja osa-alueita käsittelee, ja minkälaisia viestintästrategioita se käyttää).

## 5. PÖRSSITIEDOTTEET DISKURSSIANALYYTTISESTÄ NÄKÖKULMASTA

Tarkoitukseni on löytää vastaus tutkimuskysymykseeni *miten Perlos tiedottamisessaan perustelee tuotannon muutoksiaan* tutkimalla Perloksen julkaisemia tiedotteita. Tiedotteet päädyin valitsemaan tutkimusaineistoksi sen takia, että katson niiden edustavan yrityksen omia näkökantoja puhtaimmillaan verrattuna esimerkiksi sanomalehtien uutisointeihin tai lehtihaastatteluihin. Näin ollen tiedotteista on parhaiten löydettävissä se näkemys, joka yrityksellä itsellään on tuotannonmuutoksista ja niihin johtaneista syistä.

### *5.1 Aineistona yrityksen julkaisemat pörssitiedotteet*

Pörssiyhtiönä Perlos on velvoitettu julkaisemaan pörssitiedotteita. Näitä on julkaistu vuodesta 1999 saakka, jolloin yritys listautui Helsingin pörssin päälistalle. Ensimmäinen tiedote on julkaistu 21.5.1999. Lähdeaineistona on siis tiedotteita 21.5.1999 lähtien aina 15.1.2007 saakka. Tiedotteita on julkaistu tällä aikavälillä yhteensä 204 kappaletta. Tiedotteet ovat muodoltaan lähinnä pörssitiedotteita, ja ne on jaettu Helsingin pörssille ja keskeisille tiedotusvälineille. Tiedotteiden pituus on melko lyhyt; tiedote koostuu yleensä vajaasta sivusta, lukuun ottamatta osavuosikatsauksia, jotka ovat tyypillisesti useamman sivun mittaisia. Tiedotteet ovat vapaasti saatavissa Perloksen internet-sivujen kautta ([www.perlos.fi](http://www.perlos.fi)). On huomautettava, että tiedotteissa esiintyy jonkin verran kirjoitusvirheitä. Olen kuitenkin jättänyt ne korjaamatta, joten analyysiluvussa käytetyt aineisto-otteet ovat suoria lainauksia, jotka on liitetty muuttamatta Perloksen tiedotteista.

Aineiston käsittelyn aloitin käymällä kaikki julkaistut tiedotteet läpi. Luettuani tiedotteet läpi jätin niistä aineiston ulkopuolelle sellaiset tiedotteet, jotka käsittelivät jotain muuta kuin tuotannollisia muutoksia. Tällä aineistoon luotavalla silmäyksellä ja havaintojen muistiin merkitsemisellä on mahdollista ryhtyä luokittelemaan aineistoa eteenpäin. Alasuutari (1994, 31) kutsuu tätä vaihetta havaintojen pelkistämiseksi. Tämän vaiheen avulla on ollut mahdollista löytää niitä kriteereitä, joilla aineiston lopullinen valinta tapahtuu. Aineiston käsittely on jatkunut valitsemalla tiedotteista tutkimusaineistoksi ne tiedotteet, jotka tavalla tai toisella käsittelevät seuraavia asioita:

- Tuotannonmuutokset (tehtaan/tuotannon perustaminen, laajentaminen, lakauttaminen tai muut tuotannon muutokset)
- Henkilöstömuutokset (irtisanomiset tai yt-neuvottelut)

Taulukkoon 1 on merkitty vuosittain aineistoon näillä perusteilla valitut tiedotteet.

**Taulukko 1. Aineistoon valitut tiedotteet vuosittain.**

<b>vuosi</b>	<b>tiedotteiden määrä</b>	<b>aineistoon valitut tiedotteet</b>
2007	1 (15.1.2007 mennessä)	1
2006	22	11
2005	30	9
2004	27	8
2003	34	12
2002	28	8
2001	25	8
2000	21	4
1999	16 (21.5.1999 lähtien)	3
<b>yhteensä</b>	<b>204</b>	<b>64</b>

Tämän aineiston lopullisen valinnan jälkeen aineisto on luokiteltu niiden perustelujen mukaan, joita yritys tuotannon- ja henkilöstömuutoksia koskevien tiedotteiden yhteydessä käyttää. Perusteluluokat olen koostanut tietoisesti neljään luokkaan pyrkimyksenä saada kokonaiskuva siitä, miten perustelut jakautuvat. Luokat on määritelty seuraavasti:

- ei perusteluja (19 tiedotetta)
- asiakkaat (11 tiedotetta)
- markkinat/rakennemuutos (23 tiedotetta)
- muut perustelut (11 tiedotetta)

Perusteluluokat ovat melko väljät johtuen siitä, että usein tiedotteissa käytetyissä perusteluissa saatetaan vedota esimerkiksi sekä rakennemuutokseen että asiakkaisiin. Perustelujen erottaminen toisistaan ei myöskään ole aina kovin selkeää: asiakkailla ja markkinoilla voidaan tarkoittaa samaa asiaa. Tällainen luokittelu on kuitenkin auttanut tiedotteiden jakamisessa analysoitavaksi ja poisjätettäväksi luokaksi ja sen avulla on myös saatu alustava kuva siitä, millaisia perusteluja yritys käyttää. Ei

perusteluja -kohdan tiedotteet on analyysivaiheesta jätetty pois, sillä tarkoitus on nimenomaan tutkia niitä perusteluja, joita yritys näiden tuotanto- ja henkilöstömuutosten yhteydessä käyttää.

Lopullinen analyysimateriaali koostuu siis kaikkiaan 45 tiedotteesta. Viitteet kaikkiin näihin analyysissa käytettyihin tiedotteisiin löytyvät liitteestä. Analyysivaiheessa yrityksen käyttämästä diskurssista löytyi selvä aktiivisen ja passiivisen roolin korostaminen. Luokittelin aineiston tiedotteita sen mukaan, milloin yritys tuottaa itsestään kuvaa aktiivisena toimijana ja milloin taas passiivisena. Tästä kehittämästäni jaottelusta muodostui analyysin yksi keskeinen sisältö, jonka kautta on mahdollista saada kuva yrityksen rakentamasta yhteiskunnallisen riippuvuuden ja vastuun roolista. Analyysin raportointia ei kuitenkaan ole jaoteltu tätä aktiivisuus/passivisuus - jaottelua käyttäen. Tämä johtuu siitä, että tiedotteiden sisällä on paikoin käytetty molempia ja analyysin rakenteen ja luettavuuden kannalta on ollut selkeintä esittää aineisto kronologisessa järjestyksessä. Tällä tavoin saadaan myös kuva siitä, miten nopealla aikavälillä globaalin yrityksen tuotannossa tapahtuu muutoksia. Tämän kehittämäni aktiivisen ja passiivisen toimijuuden analysoinnin kautta pyrin löytämään ne tilanteet, joiden yhteydessä yritys tekee itsestään tiettyyn kategoriaan kuuluvan.

## *5.2 Metodina diskurssianalyysi*

Diskurssilla tarkoitetaan yleisesti kielenkäyttöä sosiaalisessa kontekstissa. Diskurssianalyysi ei ole tarkkaan rajattu tutkimusmetodi. Jokinen ym. (1993, 17–18) määrittelevät diskurssianalyysista seuraavat viisi teoreettista lähtökohtaa: kielen käytön sosiaalista todellisuutta rakentava luonne, useiden rinnakkaisten merkityssystemien olemassaolo, merkityksellisen toiminnan kontekstisidonnaisuus, toimijoiden kiinnittyminen merkityssystemeihin sekä kielen käytön seurauksia tuottava luonne. Näi-

den painottuminen vaihtelee tutkimuksen mukaan. Sosiaalisessa konstruktivismissa nähdään kielenkäyttö todellisuuden rakentajana, ei pelkästään sen kuvaajana. Tutkimuksessani näkyy sosiaalisen konstruktivismin merkityksiä korostava luonne, sillä pidän yritystä merkittävänä yhteiskunnallisena toimijana, ja yritys on julkisella puheellaan mukana luomassa kuvaa vallitsevista yhteiskunnallisista olosuhteista ja vaikuttamassa valinnoillaan osaltaan yhteiskunnan kehityssuuntiin. Faircloughin (1997, 76) mukaan tekstillä rakennetaan aina yhtäaikaisesti *sosiaalisia identiteettejä, sosiaalisia suhteita, sekä tieto- ja uskomusjärjestelmiä*. Yritys tuottaa kuvaa taloudellisista toimintaolosuhteistaan, globalisaatiosta sekä itselleen tärkeistä sidosryhmistä.

Tulkinnan yleisenä analyttisenä välineenä toimii diskurssianalyysi. Tämän yleisemmän analyysin lisäksi se sivuaa myös diskurssianalyysin osa-alueen eli faktuaalistamisstrategioiden käyttöä. Yrityksen puheesta on löydettävissä yksipuolisia vakuuttelun elementtejä. Juhila (1993, 152) määrittelee nämä faktuaalistamisstrategiat sellaisiksi vakuuttelun muodoiksi, joita käyttämällä jonkin tiedon totuusarvosta tulee niin suuri, että kyseinen versio vaikuttaa itsestään selvältä ja ainoalta oikealta. Sano-tulla ja totuudella ei näytä olevan eroa vaan asiat saadaan näyttämään kiistattomilta tosiasioilta. Tässä diskurssianalyysin lähestymistavassa faktuaalisia kertomuksia ei ymmärretä ainoastaan kertomuksina tapahtumista ja toimista, jotka tapahtuvat sosi-aalisessa maailmassa. Sen sijaan ne ymmärretään ja niitä tutkitaan tapahtumina ja toimina itsessään (Dunmire 1997). Tutkimuksessani faktuaalistamisstrategiat kytkeytyvät Perloksen tapaukseen nimenomaisesti yrityksen ”puheessa” ilmenevän vaihto-ehdottomuuden kautta. Yrityksellä voi olla päätöksensä taustalla monia vaikuttimia, liiketaloudellisia strategisia linjauksia ja sidosryhmiä kuten asiakasyritykset ja osak-keenomistajat. Näitä vaikuttimia ei kuitenkaan tässä ole mahdollista sen tarkemmin analysoida, ja keskitynkin tutkimuksessani yrityksen ”puheeseen” ja niihin seikkoi-hin, joilla yritys tällaista päätöstään perustelee.

Retorinen diskurssianalyysi keskittyy merkitysten tuottamisen siihen puoleen, kuinka jokin todellisuuden versio saadaan vakuuttavaksi ja kuinka yleisö saadaan siihen sitoutettua (Jokinen 1999, 126). Perelmanin (1996, 16) mukaan argumentaatiolla pyritään hankkimaan tai vahvistamaan yleisön kannatusta esitetyille väitteille. Se, että jonkin väitteen puolesta täytyy esittää argumentteja, vihjaa ettei se ole ilmeinen eikä välttämättä vakuuta kaikkia (Perelman 1996, 156). Tässä tutkimuksessa keskityn erityisesti puolustusellisen argumentaation retoriikkaan. Tätä puolustusellisen retoriikan teoriaa edustavat myös käyttämäni Hearitin apologiapuheen puolustusstrategiat. Vakuutteleva retoriikka nähdään diskurssianalyysissä usein faktan konstruointina (Jokinen 1999, 129). Argumentaation vahvistamiseksi voidaan käyttää useita eri retorisia keinoja. Tutkimusaineistoni kannalta keskeisin on faktojen tuottaminen.

Yrityksellä on tietty asema yhteiskunnassa, ja yrityksen puhe rakentuu näistä lähtökohdista käsin. Se on merkityksellistä, sillä tätä kautta myös luodaan yhteiskunnallista todellisuutta. Lausumat siis sekä väittävät jotain todellisuuden luonteesta että samalla rakentavat tuota todellisuutta (Jokinen ym. 1993, 41). On huomattava, että argumentin teho on aina suhteessa sen yleisöön (Perelman 1996, 156–157). Yrityksen pörssitiedotteiden on annettava yrityksen toimista ja tilanteesta julkisuuteen (ja erityisesti sille yleisölle, jolle se on suunnattu) varma ja vaihtoehdoton kuva. Sijoittajien näkökulmasta yrityksen päätösten ja niiden perusteluiden on oltava selkeää, ei moniselitteistä tai epävarmaa.

Aineiston alustavan analyysin ja sen luokittelun myötä oli löydettävissä monia tutkimuskysymystä tarkentavia kysymyksiä. Näitä analyysille asettamiani alakysymyksiä ovat seuraavat:

- Milloin yritys tekee itsestään muutoksen edessä aktiivisen ja vastuullisen tai vastaavasti passiivisen ja yhteiskunnallisesti eristäytyneen toimijan?



- Minkälaisena yritys näkee vastuunsa - mille sidosryhmälle tuota vastuuta on ja millaisia seikkoja yritys korostaa päätöksensä perusteena?
- Minkälaista apologiastrategiaa yritys käyttää negatiivisen uutisen yhteydessä? (Negatiivinen uutisointi käsittelee irtisanomisia, yt-neuvotteluita, lomautuksia tai tehtaan lakkauttamista)

## 6. ”...TOIMINTAA KEHITETÄÄN PITKÄJÄNTEISESTI”

Tässä analyysiluvussa raportoin aineiston analyysin tiedotteita kronologisessa järjestyksessä, sillä mielestäni tällä tavalla on mahdollista luoda selkein katsaus niihin lukuisiin muutoksiin, joita kansainvälistyvä pörssiyhtiö on tehnyt. Tällä tavoin saadaan kuvaava esimerkki kansainvälisten yritysten nykyisestä toimintaympäristöstä ja siitä, kuinka nopeasti muutokset tapahtuvat. Tuotannon laajentamisesta ja myöhemmästä tehostamisesta syntyy jälkeinpäin tarkasteltuna jopa juonellinenkin kertomus työpaikkojen syntymisestä ja häviämisestä. Aineisto voidaan nähdä joukkoviestinnän muotona, joka koostuu viestintätilanteiden sarjasta (Fairclough 1997, 54). Analyysiosiossa on mukana aineisto-otteita tiedotteista, viitteet alkuperäisiin tiedotteisiin löytyvät liitteestä.

Jo analyysivaiheen alkaessa aineistosta erottui selkeitä teemoja, jotka tiedotteissa toistuvat. Yhteiskunnallisen vastuun näkökulmasta on tärkeä huomio, että yrityksen puheessa mainitsemat toimijat ovat lähinnä yritys itse sekä sen asiakkaat. Sidosryhmistä tunnustetaan tärkeimpänä asiakkaat, kun taas työntekijöihin viitataan lähinnä ulkopuolisena resurssina. Sellaiseen moderniin yhteiskuntavastuuta korostavaan malliin, jossa yritys nähtäisiin vastuullisena yhteiskunnallisena toimijana, ei juuri-kaan viitata. Puhe on retorisesti hyvin vahvaa, mikä tarkoittaa, että vaihtoehtoja tehdyille ratkaisuille ei yleensä esitetä. Puheen yleisöksi voi tulkita erityisesti osakkeenomistajat, mutta koska tiedotteet on jaettu myös keskeisille tiedotusvälineille, ovat yleisöä myös kaikki muut yrityksen toimintaan liittyvät tahot yhteiskunnassa. Näin ollen yritys on myös yksi yhteiskunnallisen keskustelun toimijoista, sillä tässä tutkimuksessa tarkasteltavat yrityksen tekemät ratkaisut herättävät myös laajempaa kritiikkiä ja keskustelua eri medioissa. Yrityksen osaksi näissä keskusteluissa tosin näyttää jäävän faktapitoisten lausuntojen ja tiedotteiden antaminen, ja varsinaista aktii-

vista ja responsiivista keskustelijan roolia se ei ota. Mielenkiintoista analysoitavissa tiedotteissa on niissä käytettyjen perusteluiden samankaltaisuus. Samankaltaisuudesta ja toistuvuudesta johtuen huomio kiinnittyykin niihin poikkeuksiin, joilla esimerkiksi otetaan kantaa toimien yhteiskunnallisiin vaikutuksiin sekä paikoin ilmeviin ristiriitaisuuksiin.

Positiivista ja negatiivista uutista käsittelevistä tiedotteista tarkastellaan sitä kuinka kiinteästi yritys liittyy oman toimintansa tähän tiedotteen uutiseen. Tutkimuksellisenä hypoteesina voitaisiin pitää positiivisessa uutisessa oman toiminnan korostamista ja negatiivisessa uutisessa toiminnan häivyttämistä perustuen yrityksen tavoitteeseen ylläpitää hyvää mainetta. Analyysissa on nähtävissä selkeitä valintoja, joilla yritys näkee itsensä joko aktiivisena tai passiivisena toimijana. Jokinen (1999, 141) pitää passiivimuodon käyttämistä ja aktiivisen tekijän puuttumista retorisenä keinona, jonka tarkoituksena on toimijuuden kadottaminen. Puheessa itse tuotettu rooli aktiivisena tai passiivisena toimijana voidaan nähdä valta-aseman käyttämisenä. Valta-asetat määrittyvät sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ja diskurssissa, ja myös yhteiskunnallisten valtasuhteiden paikat määrittyvät tässä puheessa. Tässä tutkimuksessa pyrin aktiivisuus/passiivisuus -jaottelulla löytämään tilanteet, joissa asiat objektivoidaan, sillä se voidaan nähdä kielenkäyttöön liittyvänä vallankäytön muotona (Fairclough 1992, 158–160; Jokisen 1999, 141 mukaan).

### ***6.1 Kotimaan vahva tuotanto***

Perloksen tiedotteita on julkaistu vuodesta 1999, jolloin se listautui Helsingin pörssin päälistalle. Tuolloin yritys tavoitteli vahvaa kasvua ja Suomessa olikin tuohon aikaan käynnissä voimakas vientiteollisuuden noususuhdanne (Valtiovarainministeriö,

2001). Perlos tiedotti 28.10.1999 Kontiolahdella sijaitsevan tehtaan laajennuksesta korostaen sen merkitystä yritykselle.

Tehtaan laajennus on yhteensä 10 700 m<sup>2</sup> ja sen uskotaan vastaavan asiakasryhmän kasvavia tuotantotarpeita myös lähitulevaisuudessa. Lääketeollisuuden tuotannolle tärkeää puhdastilaa neliöistä on noin neljännes ja loput muotin- ja muun valmistuksen tilaa.

- Pohjois-Karjala ja Kontiolahti on Perlokselle merkittävä toimipaikka Suomessa. Pohjois-Karjalassa sijaitsevat suurimmat tuotantolaitoksemme, joiden henkilöstömäärä on tällä hetkellä noin 1300. Siellä käytämme edistyksellisintä tuotantoteknologiaa ja osaamista, joita viemme myös Perloksen ulkomaisiin yksiköihin, painottaen Perlos Oyj:n toimitusjohtaja Timo Leinilä harjannostajaispuheessaan Kontiolahdella 28.10.1999.

Puheessa yritys luo aktiivisen yhteiskunnallisen suhteen itsensä ja tehdaspaikkakuntansa välille. Pohjois-Karjalan tehtaat yritys tuottaa puheessaan suurimmiksi ja edistyksellisimmiksi. Tästä huippuosaamisesta voidaan olla ylpeitä ja sitä voidaan viedä myös ulkomaille. Laajennuksen yhteiskunnallinen ulottuvuus on huomattava: tehtaat tarjosivat työpaikan noin 1300 henkilölle, tätä tiedotteessa ei kuitenkaan enempää korosteta. Koska tiedotteet ovat yleisemminkin ottaen melko lyhyitä ja niissä käytetty kieli on ytimekästä, voisi jopa sanoa taloudellista, luodaan niissä huomiota vain rajattuihin yrityksen kannalta tärkeisiin asioihin. Toisin sanoen niissä merkityksellistetään tiettyjä asioita. Tiedotteen kohdeyleisön voidaan olettaa olevan lähinnä osakkeenomistajat ja potentiaaliset sijoittajat. Tätä tulkintaa tukee se, että yrityksestä luodaan menestyvä ja dynaaminen kuva.

## 6.2 Globaalin laajenemisen aika

26.1.2001 laajennukset suuntautuivat jo ulkomaille, kotimaan kasvun rajat oli ehkä jollain tavalla saavutettu. Samaan aikaan kun ulkomaille investoidaan, *sopeutetaan* Suomessa toimivaa tehdasta.

Kasvun painopiste ulkomailla

Perlos sopeuttaa yhden Suomen tehtaansa toimintaa

Perloksen asiakkaiden toiminta painottuu yhä selkeämmin Pohjoismaiden ulkopuolelle. Tästä syystä Perlos sopeuttaa yhden Suomessa toimivan tehtaansa toimintaa. Tavoitteena on jatkossa keskittää Suomen toimintoja Ylöjärvellä ja Pohjois-Karjalassa sijaitseville tuotantolaitoksille, joihin on viime vuosina investoitu voimakkaasti. Nurmijärvellä sijaitsevassa Technical Plastics -yksikössä on aloitettu YT-neuvottelut 26.1.2001. Kyseisessä yksikössä työskentelee noin 200 työntekijää ja toimihenkilöä.

Perlos käyttää kotimaan tehtaan lakkauttamisen perusteena ulkomaille suuntautuvia investointeja ja asiakkaidensa toiminnan suuntautumista muualle. Viestistä käy ilmi yt-neuvottelujen olevan yrityksen mielestä negatiivinen asia, sillä oman päätöksen yhteyttä asiaan ei haluta korostaa maineen säilyttämiseksi. Yritys toteaa asiakkaidensa toiminnan olevan se seikka joka johtaa oman tehtaan *sopeuttamiseen*. Perlos tekee näin itsestään passiivisen toimijan: se ei ole tehdasta lopettamassa, vaan asiakkaat tekevät sen. Negatiivista toimenpidettä puolustetaan vastuun karttamisen strategialla, jossa vetoamalla pakkoon olla asiakkaita lähellä yritys tekee omasta tuotannollisesta päätöksestään ei-kontrolloitavissa olevan asian. Tämän puolustusstrategian (Hearit, 2001) lisäksi tiedotteessa on myös itse todettu fakta, jonka mukaan yrityksen on pakko olla asiakkaitaan lähellä. Yritys ei erittele vaihtoehtoja, kuten sitä tulisiko

tuotannosta tappiollista, jos logistinen etäisyys asiakkaihin hieman kasvaisi. Tarve olla asiakkaita lähellä perustellaan siten vaihtoehdottomalla retoriikalla.

Puheessaan investoinneista muihin tehtaisiin yritys tekee itsestään taas aktiivisen toimijan, näiden investointien ei nimittäin kerrota johtuvan asiakkaista. Aktiivinen toimijuus näyttäytyy tässä positiivisen toiminnan yhteydessä, toisin sanoen, Ylöjärven ja Pohjois-Karjalan tehtaiden *voimakkaiden investointien* yhteydessä. Näiden investointien kohdalla on nähtävissä Hearitin puolustusstrategioista korjaavan toiminnan strategiaa. Ikävän uutisen yhteydessä tuodaan esiin positiivisia seikkoja, joiden pyrkimyksenä on vähentää huonon uutisen vaikutusta. Tässä tiedotteessa on faktuaalis-tettu asiakkaiden merkitys yrityksen toiminnan suuntaajana.

Tiedotteen uutiset olivat hyviä Ylöjärven ja Pohjois-Karjalan työntekijöiden kannalta, tarkoittihan investointien keskittäminen niihin lisääntyneitä työmahdollisuuksia. Mutta kuinka pitkäjänteistä ja suunnitelmallista yrityksen investoinnit ja tuotannon keskittäminen ovat? Globaalin markkinatalouden nopeasta muutosvauhdista saadaan esimerkki jo kahden vuoden kuluttua. 28.2.2003 yhtiö kertoo aloittavansa yt-neuvottelut Kontiolahden Lehmonharjun tehtaalla. Tiedotteen sisältö keskittyy kuitenkin enimmäkseen muuhun kuin Lehmonharjun tehtaaseen.

Perloksen toimintaympäristössä on tapahtunut viimeisen vuoden aikana merkittäviä muutoksia, jotka edellyttävät yhtiön arvioivan uudelleen toimintansa tehokkuutta. Perlos on käynnistänyt tehokkuuden ja kannattavuuden parantamisohjelman kuluvan vuoden alusta koko konsernissa. Yhtiön kilpailukyvyyn kannalta keskeistä on myös varmistaa mahdollisimman joustava ja kustannustehokas valmistus asiakkaiden tarpeiden mukaisesti eri puolilla maailmaa.

Toimintaympäristön muutokset *edellyttävät* toimia. Yritys joutuu näkemyksensä mukaan siis passiivisena toimijana ottamaan muutokset vastaan (vastuun karttamisen

strategia, ei-kontrolloitavissa olevat toimet). Asiakkaiden tarpeet aiheuttavat yhtiön toimintaan muutoksia. Negatiivisen uutisen yhteydessä vastataan puhumalla kilpailukyvyistä, joustavuudesta ja kustannustehokkuudesta.

Toimitusjohtaja Timo Leinilä korostaa, että Perloksen asiakkaat tarvitsevat kumppania, joka pystyy toimittamaan komponentteja ja osakokoonpanoja maailmanlaajuisesti, ja että yhtiön panostukset ulkomaisiin yksiköihin eivät ole vaikuttaneet negatiivisesti Suomen yksiköiden toimintaan. "Päinvastoin, kansainvälisten panostustemme avulla olemme pystyneet turvaamaan tuotannon myös Suomessa. Suomen tehtailla on Perloksen kansainvälisessä tuotantolaitosten verkostossa keskeinen rooli ja niiden toimintaa kehitetään pitkäjänteisesti. Jatkossa Suomen tehtaot erikoistuvat erityisesti vaativampien tuotteiden valmistukseen", Leinilä toteaa.

Tiedote kuulostaa ristiriitaiselta. Asiakkaat tarvitsevat *kumppania*. Kumppani on hyvin voimakkaasti latautunut sana, joka kertoo läheisestä suhteesta yrityksen ja sen asiakkaiden välillä. Asiakkaat mainitaan yritykselle tärkeänä ryhmänä, asiakkaille ollaan myös vastuussa. Tiedotteessa yritys perustelee yt-neuvotteluja puheella toimintaympäristönsä muutoksista. Tämän perustelemisen tarpeen voi tulkita olevan osoitus siitä, että yritys näkee olevansa yhteiskunnallisessa vastuussa ainakin näiden yt-neuvottelujen osalta. Tehtaita pidetään tuotantoyksikköinä merkittävinä, mutta työntekijöihin, jotka ovat yrityksen tuottavuudenkin kannalta olennaisessa osassa, ei kiinnitetä huomiota. Kansainvälisten investointien kerrotaan turvaavan myös Suomen tuotantoa. Tiedotteen alussa yritys on puhunut itsestään passiivisena toimijana, joka joutuu pakon edessä vain toimimaan toimintaympäristön muutosten mukaisesti, mutta lopussa toimet muuttuvatkin yhtäkkiä aktiivisiksi. *Kansainvälisten panostusten* avulla yritys kertoo pystyneensä turvaamaan toiminnan myös Suomessa. Toisin sanoen yritys on ollut vapaa tekemään jonkin ratkaisun, ja tällä ratkaisulla se on turvannut kotimaista tuotantoa. Tosin tässä tapauksessa kotimaisen tuotannon turvaamisen korostaminen antaa hieman kömpelön vaikutelman, sillä viesti koskee nimen-

omaan kotimaisen toiminnan lopettamista ulkomaisten panostusten vuoksi. Tässä tiedotteessa käytetään selkeästi negatiivisen viestin yhteydessä korjaavan toiminnan strategiaa.

Suomen tehtaiden erikoistuminen yhä vaativampien tuotteiden valmistukseen luo kuvaa, jossa ainoastaan vaativien tuotteiden tekeminen on arvokasta. Tätä kautta yritys merkityksellistää Suomeen vielä jäävän tuotannon arvokkaaksi ja pois siirtyvän arvottomaksi, joka "joutaakin mennä". Tällä tavoin luodaan myös työmarkkinoiden ja taloudellisen tuotannon arvoja, eli yritys osaltaan määrittää sitä mikä on tärkeää ja säilyttämisen arvoista. Yhteiskunnallisesta näkökulmasta jokainen työpaikka on kuitenkin tärkeä.

Lupaus toiminnan pitkäjänteisestä kehittämisestä sisältää viestin yrityksen panostamisesta myös työpaikkojen luontiin kotimaassa ja sitä kautta yhteiskunnallisen hyvän luomiseen. Kunnes sitten melko tarkalleen puolen vuoden kuluttua (26.8.2003) on Kontiolahden vuoro kuulla huonoja uutisia:

Perlos aloittaa yt-neuvottelut Kontiolahden tehtaalla Pohjois-Karjalassa

Lääketeollisuus-liiketoimintaryhmän kasvunäkymät odotettua heikkommat

Perlos Oyj:n lääketeollisuus-liiketoimintaryhmän loppuvuoden näkymät ovat heikentyneet aiemmin ennakoidusta. Ennusteet lääketeollisuutta palvelevan Kontiolahden tehtaan loppuvuoden tuotantomäärästä ovat alentuneet, ja tehtaan henkilöstömäärä on liian suuri vallitsevaan tilanteeseen nähden.

Edellä mainituista syistä Perlos joutuu käynnistämään tänään koko Kontiolahden tehtaan henkilöstöä koskevat yhteistoimintaneuvottelut henkilöstön määrän sopeuttamiseksi muuttuneeseen tilanteeseen. Vähennystarve on tämän hetken arvion mukaan noin 70 henkilöä, ja se joudutaan todennäköisesti toteuttamaan lomautusten li-



säksi myös irtisanomisin. Tehdas työllistää tällä hetkellä lähes 400 henkilöä tuotanto- ja toimihenkilötehtävissä.

Näkymien heikentymisen vuoksi Perlos alentaa lääketieteellisyysliiketoimintaryhmän liikevaihdon kasvuennustettaan kuluvalle vuodelle aiemmasta noin 10 prosentista. Tämän hetken arvion mukaan lääketieteellisyysliiketoimintaryhmän liikevaihto jää vuonna 2003 samalle tasolle kuin vuonna 2002.

Kannattavuuden osalta koko Perlos-konsernin kuluvan vuoden näkymät eivät ole muuttuneet. Osakekohtaisen tuloksen ennakoidaan yhä paranevan edellisestä vuodesta.

Irtisanomisia perustellaan markkinatilanteen ja sitä kautta tuotantomäärien muutoksilla. Tämä on hyvä esimerkki yhteiskunnallisessa keskustelussa kvartaalitaloudeksiinkin kutsutusta ilmiöstä, jossa muutoksia tuotannossa ja työntekijöiden kannalta työsuhteissa joudutaan tekemään hyvin lyhyen aikavälin muutosten perusteella. Yritys sanoo joutuvansa tekemään näin, vaikka se olisi niin halutessaan myös voinut olla tekemättä lomautuksia ja irtisanomisia huonon *ennusteen* vuoksi, sillä kannattavuuden ei todeta heikkenevän. Toimijuutta häivytetään passivoimalla oma rooli ainoastaan muutoksiin reagoijaksi.

25.11.2003 julkaistussa tiedotteessa jo otsikossa toteutetaan aktiivista toimintaa:

Perlos panostaa Kiinaan: Pekingin tehtaan avajaisia vietetään tänään

Perloksen toimitusjohtaja Timo Leinilä korostaa Kiinan markkinoiden merkitystä Perloksen liiketoiminnassa.

- Pekingin tehdas toisena investointinamme Kiinassa konkretisoi Kiinan matkapuhelinmarkkinoiden merkityksen myös globaalista näkökulmasta, onhan Kiina ainoa maa, jossa Perloksella on useampi tehdas kotimaamme Suomen lisäksi. Investointi

myös osoittaa Perloksen halukkuuden olla mukana Kiinan talouden kehityksessä, Leinilä toteaa.

Tässä yritys tuo selkeästi ilmi muita motiiveja toiminnalleen kuin toimintansa taloudellisen tehostamisen tai asiakkaiden tarpeet. Halukkuus olla mukana Kiinan talouden kehityksessä on selvä ilmaisu siitä, että yritys ymmärtää myös oman roolinsa ja merkityksensä yhteiskunnallisesti vastuullisena ja aktiivisena toimijana. Kun aiemmin yritys on ilmoittanut vain toimineensa markkinatilanteen muutosten mukaan eli luonut kuvan olevansa vain tietyllä tapaa passiivinen toimija, tuo tämä *halukkuus* selvän aktiivisen näkökulman siihen, että vaihtoehtoja on ollut oikeasti olemassa ja tietyillä perusteilla yksi niistä on valittu. Tässä yritys käyttää siis positiivisessa yhteydessä itsestään yhteiskunnallisesti merkittävän rakentajan roolia. Tässä tiedotteessa nähdään siis hyvin olennainen viesti siitä, että yritys ymmärtää toimillaan olevan vaikutusta myös muuhun yhteiskuntaan. Yrityksen oma näkemys yhteiskuntavastuusta sijoittuu tämän uutisen yhteydessä omistajalähtöisyyden sijasta kohti laajempaa sosiaalisen vastuun näkemystä.

Kansainvälisen yrityksen ollessa kyseessä on selvää, että *toimintoja kehitetään* ulkomailla, kuten tiedotteiden diskurssissa asia ilmaistaan. 15.9.2004 laajennus suuntautui Meksikoon.

Reynosan tehdas on tarpeen Amerikoiden markkinan kasvun takia. Ensisijainen tavoitteemme on taata nopeat toimitukset asiakkaillemme. Etenkin telekommunikaatioteollisuudessa operaatioidemme sijainti lähellä asiakkaiden tehtaita on tärkeää, Perloksen toimitusjohtaja Isto Hantila toteaa.

Tässä korostetaan jälleen asiakkaan merkitystä, asiakkaiden lähellä olo on tärkeää. Tämä voidaan ymmärtää sitä taustaa vasten, että se on nimenomaan yrityksen taloudellisen menestymisen ja voittojen maksimoimisen kannalta tärkeää. Mitään syytä

tiedotteissa ei tuoda esille, mutta on oletettavaa, että taloudellinen hyvinvointi on se, joka yrityksen kannalta on tärkeintä. Asiakkaita kuvataan ensisijaisena sidosryhmänä yrityksen prioriteettien määrittelyn kautta (*ensisijainen* tavoite on nopeat toimitukset asiakkaille).

### 6.3 Hyvästit kotimaalle?

Vähitellen ulkomaisten investointien lisääntyessä on alkanut näyttää myös siltä, että kotimaahan näitä investointeja ei juurikaan enää suunnata. Päinvastoin, sillä 27.4.2005 ilmoitettiin Ylöjärven tehtaan yt-neuvotteluiden käynnistämisestä:

Perloksen toimitusjohtajan Isto Hantilan mukaan käynnistettävän selvityksen taustalla on niin kustannuskilpailukyky-, joustavuus- kuin logistiikkatekijöitäkin.

- Ylöjärven tehdas on toiminnoiltaan tehokas, mutta se sijaitsee maantieteellisesti erillään Suomen tehdaskeskittymästämme Joensuussa. Mikäli Suomen toiminnot keskitettäisiin Joensuuhun, saisimme mm. logistisia etuja ja tuotannon tehostaminen olisi helpompaa jatkossakin.

Perustelut kuulostavat tässä ristiriitaisilta. Miksi lopettaa tehdasyksikkö, jos se on toiminnoiltaan tehokas? Maantieteellistä etäisyyttä Ylöjärven ja Joensuun välillä käytetään perusteena. Näin negatiivisen uutisen yhteydessä käytetyt perustelut jäävät heikoiksi, kun yritys samaan aikaan toteaa toimintojen olevan tehokkaita. Abstrakteihin ulkoisiin syihin, kuten *kustannuskilpailukyky-, joustavuus- ja logistiikkatekijöihin* vetoaminen jättää yrityksen sidosryhmien kannalta monia kysymyksiä avoimeksi, varsinkin kun viestiä ei juurikaan monille sidosryhmille kohdenneta. Tiedotteen tyyli onkin lähinnä sijoittajille suunnattua diskurssia, ja sen kohderyhmäksi voidaan siten tulkita sijoittajat.

22.6.2005 julkaistussa tiedotteessa kerrottiin Ylöjärven tehtaan yt-neuvottelujen saamisesta päätökseen. Tehdas päätettiin lakkauttaa vaiheittain viimeistään vuoden 2006 ensimmäisen neljänneksen aikana. Yritys käyttää korjaavan toiminnan puolustusstrategiaa kertoessaan tuesta henkilöstöään kohtaan:

Perlos haluaa työnantajana tukea Ylöjärven henkilöstöä muutostilanteessa monin tavoin. Yhdessä henkilöstön edustajien kanssa Ylöjärveltä irtisanottaville on sovittu mm. ylimääräisestä, lakisääteisen irtisanomisturvan päälle tulevasta sosiaalipaketista. Eläkeikää lähestyvien työntekijöiden osalta halutaan varmistaa ns. eläkeputkeen pääsy.

Ylimääräiset, yrityksen vapaaehtoisesti järjestämät sosiaalipaketit luovat kuvaa vastuullisesta yrityksestä, joka valitettavan tapahtuman kohdatessa haluaa tehdä parhaansa henkilöstönsä eteen. Perlos tiedotteessaan *haluaa* tukea henkilöstöään, toiminta on siis aktiivista ja vapaaehtoista. Tehtaan lakkauttaminen perustellaan samassa tiedotteessa ulkoisilla, kontrolloimattomilla syillä. Tässä negatiivisessa yhteydessä yritys näkee itsensä siis passiivisena toimijana:

Perusteena yt-menettelyn käynnistämiseksi oli pysyvä rakennemuutos Perloksen palvelujen kysynnässä. Perloksen valmistaman matkapuhelinmekaniikan kysyntä painottuu aiempaa voimallisemmin kehittyville markkinoille Aasiaan, Keski-Eurooppaan sekä Amerikkaan. Suomessa on pysyvä ylikapasiteettitilanne. Kaikkiaan Ylöjärven tehtaalla työskenteli yt-neuvottelujen alkaessa noin 600 henkilöä.

Tiedotteessa 23.2.2006, joka koski työnseisausta, säästötoimenpiteitä perusteltiin kysynnän rakennemuutoksella:

Mielenilmaus liittyy Perloksen Suomessa 14.2.2006 käynnistämiin yhteistoiminta-neuvotteluihin, jotka koskevat koko Suomen henkilöstöä. Neuvottelut liittyvät rationalisointiohjelmaan, jolla tavoitellaan noin 25 miljoonan euron kustannussäästöjä

vuoden 2007 alusta lähtien. Säästötavoite pyritään saavuttamaan tehostamalla toimintoja, ja myös henkilöstömäärän vähentämistä selvitetään yhtenä vaihtoehtona. Alustavan arvion mukaan vakituudessa työsuhhteessa olevan henkiloston vähennystarve on noin 600 henkilöä.

Käynnistyvien yt-neuvottelujen perusteena on rakennemuutos Perloksen valmistaman matkapuhelinmekaniikan kysynnässä. Kuluvan vuoden alussa on käynyt selväksi, että palvelujemme kysyntä on keskittynyt pysyvästi edullisemmän kustannustason maihin ja lähelle nopeimmin kasvavia markkinoita Aasiaan, Keski-Eurooppaan ja Väli-Amerikkaan. Korkean kustannustason maissa vallitsee pysyvä ylikapasiteetti ja toiminta näissä maissa on tappiollista.

Ilmausta toimintojen tehostamisesta säästöjen saavuttamiseksi käytetään jälleen. Yritykset pyrkivät tietysti voittojen maksimoimiseksi minimoimaan kustannuksia. Kyseessä on siis eräänlainen "race to the bottom" -efekti. Henkilöstömäärän vähentämistä *selvitetään yhtenä vaihtoehtona*. Muita vaihtoehtoja ei eritellä. Yritys passivoi itsensä ja vähentää omaa autonomista rooliaan päätöksentekijänä. Rakennemuutos ja palvelujen muualle suuntautunut kysyntä ajavat kyseiseen ratkaisuun. Puolustuspuheen strategialuokkana on siis kontrolloimattomuus. Yhteiskuntavastuunäkemyks sijoittuu lähelle omistajalähtöisyyttä.

6.4.2006 yt-neuvottelut on saatu päätökseen. Neuvotteluiden tuloksena vähennetään 573 vakituista työpaikkaa.

Perloksen 7.2.2006 julkistamat, koko Suomen henkilöstöä koskeneet yhteistoimintaneuvottelut on saatettu päätökseen tänään. Neuvottelujen tavoitteena oli saavuttaa 25 miljoonan euron vuotuiset säästöt vuoden 2007 alusta lukien. Neuvotteluissa sovittiin, että säästötavoite pyritään saavuttamaan sekä toimintoja rationalisoimalla että henkilöstömäärää sopeuttamalla.

Pohjois-Karjalan alueella toiminta on päätetty keskittää kolmeen tehtaaseen. Joensuuun tehtaalle perustetaan Perloksen osaamiskeskus, johon keskitetään metallituotteiden valmistus, ruiskuvalumuottien ja muiden tuotantotyökalujen valmistus sekä kokoonpanoteknologia. Lehmonharjun tehtaasta tulee komponenttivalmistuskeskus, johon keskitetään ruiskuvalu, maalaus ja kokoonpano. Kontiolahden tehtaalla säilyvät Terveystuotteen asiakkaita palvelevat toiminnot.

Perloksen maalaustoimintoiminnot keskitetään Lehmonharjun tehtaalle ja tuotantonnollinen toiminta Nurmijärvellä päättyy viimeistään maaliskuussa 2007. Nurmijärvellä työskentelee tällä hetkellä noin 120 vakituudessa työsuhhteessa olevaa henkilöä.

Perlos tukee henkilöstöään muutostilanteessa monin tavoin. Irtisanottaville on sovittu muun muassa ylimääräisestä, lakisääteisen irtisanomisturvan päälle tulevasta sosiaalipaketista, kuten koulutustuesta, erilaisista työllistymistä tukevista palveluksista sekä työsuhteen pituuden mukaan määräytyvästä erorahasta.

Tässä otetaan kantaa myös työntekijöiden asemaan ja irtisanomisten aiheuttamiin yhteiskunnallisiin muutoksiin. Yritys luo kuvaa itsestään vastuullisena yhteiskunnallisena toimijana. Se kertoo tukevansa henkilöstöään ja vähentävänsä näin ”pakon” edessä toteutettujen irtisanomisten haittoja. Aktiivisuutta korostetaan positiivisten seikkojen kohdalla, kuten ylimääräisen sosiaalipaketin, palvelujen ja eropaketin. Tämä on siis selkeää korjaavan toiminnan strategian korostamista. Osaamiskeskuksen perustaminen tehtaan lakkauttamisen yhteydessä on selkeää korjaavaa toimintaa. Tosin se toimii lähinnä diskurssin tasolla, sillä kyse on paljolti toimintojen uudelleenjärjestelyistä, eikä tämä perustettava osaamiskeskus työllistä 573 irtisanottua henkilöä.

Perusteena yt-menettelyn käynnistämiseksi oli pysyvä rakennemuutos Perloksen palvelujen kysynnässä. Matkapuhelinmekaniikan valmistuspalveluiden kysyntä keskittyy edullisemman kustannustason maihin ja lähelle nopeimmin kasvavia

markkinoita Aasiaan ja Väli-Amerikkaan. Arvio henkilöstön vähennystarpeesta oli yt-neuvottelujen alkaessa noin 600 henkilöä.

Rakennemuutoksen kerrotaan olevan pysyvä. Aiemmin tulevaisuuden arvioiminen ja markkinatilanteen kehitys on ollut vaikeaa, ja tehtaiden elinkaari on jäänyt suhteellisen lyhyeksi ja pysyvyyden toteaminen tuntuukin melko rohkealta ennustukselta. Globaalissa taloudessa muutosten nopeus ja niiden jatkuvuus on noussutkin korostuneeseen asemaan. 7.2.2006 julkaistiin tiedote otsikolla "Perlos jatkaa toimintojensa rationalisointia korkean kustannustason maissa".

Keväällä 2005 alkanut voimakas rakennemuutos telekommunikaatioteollisuuden valmistuspalveluissa jatkuu. Matkapuhelinmekaniikan valmistuspalveluiden kysyntä keskittyy edullisemman kustannustason maihin ja lähelle nopeimmin kasvavia markkinoita Aasiaan ja Väli-Amerikkaan.

Perlos on säilyttänyt asemansa maailman suurimpana matkapuhelinmekaniikan toimittajana sopeuttamalla kapasiteettiaan kysynnän kehityksen mukaisesti. Vuoden 2005 aikana toimintaa on laajennettu Unkarissa ja Kiinassa sekä käynnistetty uuden tehtaan rakentaminen Meksikoon. Samaan aikaan käynnistettiin kapasiteetin sopeuttaminen Suomessa.

Perlos jatkaa tuotantonsa sopeuttamista kysyntää vastaavaksi ja aloittaa toimenpiteet tappiollisten liiketoimintojen tervehdyttämiseksi korkean kustannustason maissa Yhdysvalloissa ja Suomessa.

Yritys joutuu sopeuttamaan tuotantoaan ulkoisten olosuhteiden eli markkinoiden kysynnän vuoksi. Perustelu käyttää siis puolustuspuheen kontrolloimattomuuden strategiaa. Tässä muuten negatiivisen uutisen yhteydessä tuodaan esiin myös positiivinen seikka, eli oman aseman pysyminen maailman suurimpana matkapuhelinmekaniikan toimittajana. Tämän positiivisen seikan kerrotaan johtuvan omasta aktiivisesta toiminnasta, eli on itse sopeutettu kapasiteettia. 2.6.2006 julkaistiin tiedote

otsikolla "Perloksen Suomen toimintojen rationalisointi etenee suunnitelmien mukaan":

Perlos Oyj:n käynnissä oleva koko Suomen toimintoja koskeva rationalisointiohjelma on edennyt suunnitelmien mukaan. Yhtiö tavoittelee vuoden 2007 alusta lukien kaikkiaan noin 25 miljoonan euron säästöjä, jotka on tarkoitus saavuttaa sekä toimintoja rationalisoimalla että vähentämällä henkilöstömäärää.

Suomen tuotannollinen toiminta keskitetään Pohjois-Karjalan alueelle, jossa toimipaikkoja samalla yhdistetään. Telekommunikaatioteollisuuden tuotantotoiminta keskitetään Lehmonharjun tehtaalle ja tukitoiminnot Joensuun tehtaalle, ja tehtaiden organisaatiot yhdistetään lokakuun loppuun mennessä. Terveystuoteteollisuuden tuotanto jatkuu Kontiolahden tehtaalla. Myös Perloksen maalaustoiminnot keskitetään Pohjois-Karjalaan, jonka seurauksena Nurmijärven maalaamon toiminnot pyritään päättämään vuoden 2006 loppuun mennessä.

Perusteena Perloksen Suomen toimintojen rationalisoinnille on pysyvä rakennemuutos Perloksen palvelujen kysynnässä. Matkapuhelinmekaniikan valmistuspalveluiden kysyntä keskittyy edullisemman kustannustason maihin ja lähelle nopeimmin kasvavia markkinoita Aasiaan ja Väli-Amerikkaan.

Tässä korostetaan jälleen perusteena ulkoista rakennemuutosta, jonka edessä yritys on vaihtoehdottomassa tilanteessa. Kyse on siis kontrolloimattomuuden puolustusstrategiasta. Oman roolin passivoimisella rakennemuutoksen edessä pyritään häivyttämään omaa toimijuutta. Yhteiskuntavastuunäkemyksensä sijoittuu melko lähelle omistajalähtöisyyttä, työntekijät mainitaan vain taloudellisten säästötoimenpiteiden kohteena. Yritys haluaa siis kysynnän rakennemuutoksen myötä olla lähellä *nopeimmin kasvavia markkinoita*. Euroopassa valmistetaan kuitenkin matkapuhelimia, joten olisi ko toimintaa mahdollista ylläpitää Suomessakin edullisemman kustannustason maiden toimintojen laajentamisesta huolimatta? Retorisesti vaihtoehdottomassa puhees-



sa tämä muutos kuitenkin faktuaalistetaan. Nopea kasvu näyttääkin siis näin ollen olevan tämän alan yrityksen kannalta tärkeää ja tämä osaltaan vahvistaa ideologiaa, jonka mukaan globaalin pörssiyrityksen kohdalla nimenomaan *kasvu* ja *nopeus* ovat tärkeitä. Tämän perusteella tiedotteen kohdeyleisöksi voidaan tulkita osakkeenomistajat.

15.1.2007 Perlos julkaisi tiedotteen, jossa se ilmoittaa aloittavansa yhteistoimintaneuvottelut koko Suomen henkilöstön kanssa:

Perlos on viime vuosina käynyt läpi rakennemuutosta, jossa yhtiön toimintoja on rationalisoitu matkapuhelinteollisuuden kysynnän mukaisesti. Tehdyistä muutoksista huolimatta yhtiön kannattavuus ei ole tyydyttävällä tasolla.

Yhtiön hallitus on tänään tehnyt päätöksen tulosparannusohjelmasta, jonka tavoitteena on parantaa merkittävästi Perloksen jatkuvien toimintojen liiketulosta ennen kertaluonteisia eriä vuoteen 2006 verrattuna. Tämä tavoite on tarkoitus saavuttaa yhtiön operatiivista toimintaa tehostamalla sekä pienentämällä vuositason kustannuksia yli 100 miljoonalla eurolla vuoden 2007 loppuun mennessä. Tulosparannusohjelma koskee yhtiön kaikkia toimintoja niin Euroopassa, Aasiassa kuin Pohjois- ja Etelä-Amerikassakin.

Yhtiö kertoo pyrkineensä aktiivisena toimijana parantamaan kannattavuutta toimintojen rationalisoinnin kautta. Kannattavuus ei kuitenkaan ole ilmoituksen mukaan tyydyttävällä tasolla. Tässä yhteydessä voidaan siis tulkita käytetyn osittain hyvien aikeiden apologiastrategiaa: yritys on kyllä tehnyt parhaansa kannattavan toiminnan aikaansaamiseksi, mutta ikävä kyllä epäonnistunut. Mitään perusteluja epäonnistumisen, eli kannattavuuden heikkouden taustalle ei tässä yhteydessä ilmoiteta.

Kustannusrakenteen muutoksessa keskeisiä toimenpiteitä ovat tuotantoprosessien, ostotoiminnan ja alihankintojen tehostaminen sekä laatuun liittyvien kustannusten

pienentäminen yhtiön toiminnan laatua parantamalla. Koko yhtiön organisaatiota virtaviivaistetaan ja Suomen tuotantoa sopeutetaan kysyntää vastaavaksi. Näiden toimenpiteiden seurauksena Perlos-konsernin henkilöstötarpeen arvioidaan olevan noin 4 000 henkilöä nykyistä pienempi vuoden 2007 loppuun mennessä.

Tiedotteessa mainittuja seikkoja ovat toimintojen *tehostaminen*, *laatu* sekä organisaation *virtaviivaistaminen*. Tiedotteen perusteella yrityksestä muotoutuva kuva on varsin menestyksenkäs ja dynaaminen, eli varsin ristiriitainen tiedotteen sisällön, tappioiden ja lakkauttamisten, kanssa. Näin ollen tiedotteen yleisöksi voisi tässä yhteydessä tulkita osakkeenomistajat.

Perlos arvioi matkapuhelinmarkkinoiden kasvun jatkuvan Aasiassa edelleen ja yhtiön käynnissä olevat tehdasinvestoinnit Kiinassa ja Intiassa toteutetaan suunnitelmien mukaisesti.

Perloksen toimitusjohtaja Matti Virtasen mukaan tulospäätösohjelman tavoitteena on uudistaa yhtiön toimintatapoja perusteellisesti.

- Perlos on ydinliiketoiminnaltaan terve ja kilpailukykyinen yhtiö, jonka kustannusrakenne ei kuitenkaan vastaa nykyistä liikevaihtotasoa. Olen vakuuttunut siitä, että tämän muutosprosessin myötä tulokuntomme kohenee ja samalla parannamme kilpailukykyämme, jotta pystymme yhä paremmin ja nopeammin vastaamaan asiakkaidemme muuttuviin tarpeisiin, Virtanen toteaa.

Kilpailukykyyn parantamisella pyritään vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. Tämän sidosryhmän lisäksi muiden toimijoiden asemaa ei oteta huomioon. Tiedotteessa kerrottiin myös tarkemmin Suomen toimintojen lakkauttamisesta:

Suomessa käynnistetään yhteistoimintaneuvottelut

Suomessa Perloksen palvelujen kysyntä on pienentynyt edelleen, eikä tuotannollisen toiminnan jatkamiselle nykymuodossaan ole edellytyksiä. Vielä viime vuonna

Suomen valmistustoiminnan osuus konsernin jatkuvien liiketoimintojen liikevaihdosta oli lähes 30 prosenttia.

Perlos käynnistää tuotannollisista, taloudellisista ja toiminnan uudelleenjärjestelyistä johtuvista syistä koko Suomen henkilöstöä koskevat yhteistoimintaneuvottelut. Neuvottelujen piiriin kuuluu noin 1 400 henkilöä. Neuvotteluissa etsitään aktiivisesti erilaisia vaihtoehtoja kannattavuuden parantamiseksi ja yhtenä vaihtoehtona selvitetään tuotannollisen toiminnan lakkauttamista Suomessa. Alustava arvio vakituisen henkilöstön vähennystarpeesta on noin 1 200 henkilöä. Kutsu yhteistoimintaneuvotteluihin on annettu henkilöstön edustajille tänään.

Palvelujen kysyntä on pienentynyt niin, ettei tuotantoa kannata tiedotteen mukaan pitää Suomessa yllä enää lainkaan. Tässä tiedotteessa on siis käytetty myös kontrolloimattomuuden puolustusstrategiaa. Tämän päätöksen ilmoittamisen jälkeen yritys korostaa aktiivista rooliaan yt-neuvotteluissa, joissa selvitetään erilaisia vaihtoehtoja. Negatiivisen uutisen yhteydessä yritys siis pyrkii toimimaan parhaalla mahdollisella tavalla ja etsimään aktiivisesti vaihtoehtoja tuotannon lakkauttamiselle. Päätös tuotannon lakkauttamisesta Suomessa (vaikkakin siitä tässä yhteistoimintaneuvottelujen vaiheessa puhutaan vain yhtenä vaihtoehtona) on hämmästyttävää, ottaen huomioon sen että tiedote on julkaistu 15.1.2007. Vain noin puoli vuotta aiemmin, eli 2.6.2006 julkaistussa tiedotteessa yritys ilmoitti keskittävänsä Suomen toimintoja Pohjois-Karjalan tehtaille.

## 7. TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Olen analysoinut tutkimusaineistoani diskurssianalyysin lähtökohdista käsin. Tutkimusta taustoittavina teorioina ovat toimineet globalisaatio yritysten toimintaympäristön muokkaajana, viestintä yrityksen näkökulmasta sekä yrityksen yhteiskuntavastuun teoria. Tässä päätösluvussa luon katsauksen tutkimuksessa saamiini tuloksiin näistä lähtökohdista käsin.

### *7.1 Tulokset*

Aineiston perusteella piirtyy kuva yrityksestä, joka positioi itseään yhteiskunnassa eri tavoin muuttuvien tilanteiden myötä. Yritys nähdään usein luonnollisista syistä oman toimintaympäristönsä parhaana asiantuntijana, ja tästä johtuen sen tekemien päätösten arvioiminen kriittisesti hankaloituu. Yritys ei tiedotteissaan esittele eri vaihtoehtoja ja perustele niistä yhtä, vaan esittelee tekemänsä päätöksen mukaisen vaihtoehdon ainoana mahdollisena. Hearitin (2001, 503–504) puolustusstrategioiden jaottelusta (kieltäminen, vastuun karttaminen, merkityksen vähättely, korjaava toiminta, alentuva anteeksipyyntö) tässä tapauksessa käytetyin on vastuun karttaminen. Vastuun karttaminen voidaan siis jakaa neljään käytäntöön (yllytys, kontrolloimattomuus, vahinko, hyvät aikomukset). Näistä vastuun karttamisen strategioista Perloksen tiedotteissa käytetyin on kontrolloimattomuus eli kyvyttömyys vaikuttaa tapahtumiin. Kontrolloimattomuus liittyy useimmiten tilanteisiin, jossa Perlos perustele ratkaisujaan markkinoiden tai asiakkaiden vaatimuksilla. Muista strategioista myös korjaavan toiminnan strategiaa on käytetty useasti. Tapahtumien kontrolloimattomuuteen vedottaessa kyseessä voidaan nähdä olevan myös Juhilan (1993) ku-

vaamien faktuaalistamisstrategioiden käyttö ja tätä kautta myös yhteiskunnallisen vallan tai valta-aseman käyttäminen omien tarkoitusten mukaisesti.

Aineiston kaikkiaan 45 tiedotteesta negatiivista tapahtumaa (irtisanomisia, tehtaan lakkauttamista, yt-neuvotteluja, lomautuksia) koskevia oli 27 kappaletta. Nämä 27 negatiivista tiedotetta on jaettu Hearitin (2001) mukaisiin puolustuspuheen strategialuokkiin seuraavasti:

**Taulukko 2. Apologioiden strategialuokkien jakautuminen negatiivista uutista koskevis-  
sa tiedotteissa.<sup>2</sup>**

vastuun kattami- nen: yllytys	vastuun karttaminen: kontrolloimattomuus	vastuun kartta- minen: hyvät aiheet	merkityksen vähätteleminen	korjaava toiminta
1	17	4	3	6

Puolustuspuheen runsas esiintyminen on mielenkiintoista sikäli, että anteeksipyynn-  
töä esiintyy perinteisen käsityksen mukaan silloin, kun osapuolista toisen toiminta  
kyseenalaistetaan ja tästä seuraa itsensä puolustaminen julkisen puheen kautta, joka  
määritellään apologiaksi (Hobbs 1995). Tämä pätee niin yksilöiden kuin organisaati-  
oiden ja muiden yhteiskunnallisten instituutioidenkin kohdalla. Tässä tapauksessa  
voidaan siis olettaa yrityksen tietävän toimineensa joissakin tapauksissa väärin tai

---

<sup>2</sup> Tiedotteista kolmessa käytettiin sekä korjaavan toiminnan, että kontrolloimattomuuden strategiaa joten nämä kolme tiedotetta on laskettu mukaan molempiin luokkiin. Yhdessä tiedotteessa käytettiin sekä hyvien aikeiden, että kontrolloimattomuuden strategiaa ja myös tämä tiedote on laskettu molempiin luokkiin. Luokat joiden strategiaa ei yhdessäkään tiedotteessa ole käytetty on jätetty taulukosta pois (Vastuun karttaminen: vahinko, kieltäminen, alentuva anteeksipyyntö).

ainakin sidosryhmiensä toiveiden vastaisesti. Puolustuspuheen käyttämisen kannalta on huomattavaa, että julkaistaessa tiedotetta kukaan ei ole vielä syyttänyt yritystä mistään. Puolustuksellisen asenteen käyttäminen voikin viestiä siitä, että yritys itse tietää toimiensa olevan joihinkin yleisesti ymmärrettyihin periaatteisiin nähden ristiriitaisia. Parhaana esimerkkinä voidaan käyttää tapausta, jossa tuotantoa lopetetaan sen ollessa voitollista. Yritys varmastikin tietää sen olevan ristiriitaista sekä sisäisten (työntekijät) että ulkoisten sidosryhmien kannalta.

Tiedotteista muodostunut kuva vastaa hyvin sitä käsitystä, joka globalisaatiosta makrotasolla on olemassa, eli tuotantokustannusten alentamista siirtämällä lopputuotantoa mahdollisuuksien mukaan edullisemmän kustannustason maihin (Castells 2000). Lisäksi muutosten nopeus on huomattava, muutaman vuoden aikavälillä taloudellisten investointien kasvu on suuntautunut ensin Eurooppaan, sitten Kiinaan ja lopulta Kiinasta jo osin Intiaan. Yrityksen käyttämä asiakkaan korostaminen on luettavissa alihankkijayrityksen tapauksessa niin, että toimintoja on suunnattava asiakkaan perässä aina samalle markkina-alueelle. Pärjätäkseen globaaleilla markkinoilla yritykselle on oleellista jatkuva kasvu ja voittojen lisääntyminen pysyäkseen houkuttelevana kohteena sijoittajilleen. Mielenkiintoista on se, että yritys ei kuitenkaan usein tuotantorakenteensa muutosten yhteydessä perustele muutoksia suoraan esimerkiksi taloudellisilla tappioilla. Taloudelliset syyt ovat kuitenkin ymmärrettävissä tehokkuuden ja kilpailukyvyn diskurssien taustalta. Kokonaisuutena tiedotteista voidaan sanoa se, että perustelut ovat melko ylimalkaisia eivätkä kovinkaan yksityiskohtaisia perusteluja esimerkiksi tietyn yksikön tuloksen suhteen lakkautuksen tai tuotannon vähentämisen yhteydessä.

Tavoitteenani on ollut tutkia niitä perusteluja, joita Perlos on tuotannon muutoksien yhteydessä käyttänyt. Tulokseksi olen saanut sen, että yritys faktuaalista puheessaan pakon olla asiakkaitaan lähellä ja vierittää näin osan yhteiskunnallisesta vas-

tuustaan pois irtisanomisten ja tehtaiden lakkauttamisten yhteydessä passivoimalla omaa rooliaan. Yritys pyrkii täten luomaan kuvaa siitä, että se on asiakkaiden ja markkinoiden pakottamana joutunut tekemään epämieluisia ratkaisuja. Silloin, kun se on luonut kuvaa itsestään aktiivisena toimijana, on puheen kohde ollut yleensä positiivisempi, esimerkkinä uuden tehtaan perustaminen. Puheessa toistuvasti käytetyt sanat, kuten tehokkuus, ovat yritykselle selkeitä keinoja luoda itsestään tietynlainen hyvä ja menestyvä kuva sijoittajille. Tilanteet, joissa yritys näkee itsensä aktiivisena toimijana, jolla on mahdollisuus vaikuttaa, tai passiivisena, joissa se joutuu toimimaan, voidaan nähdä myös yhteiskuntavastuullisen position liikkumisena. Silloin, kun kyseessä on tehtaan lakkauttaminen tai henkilöstön irtisanominen, yritys mielellään näkee roolinsa passiivisena ja ”piiloutuu” asiakkaidensa ja markkinoiden taakse. Tämä voidaan nähdä eristäytyneenä tai suppeana yhteiskuntavastuun näkökulmana. Kun taas kysymyksessä on tuotannon laajentaminen, esittäytyy yritys aktiivisena toimijana, jolla on laajempi yhteiskunnallinen rooli ja vastuu. Aktiivisen ja passiivisen roolin valinta on mielenkiintoista, sillä analysoidun puheen kautta on syntynyt näkemys siitä, että kyseessä on tosiaankin ollut valintatilanne. Tämä oman toimintamallin ja roolin valinta esittäytyy täten mielenkiintoisena kontrastina itse puheeseen, joka on poikkeuksetta vaihtoehdotonta. Tiivistettynä positiivisten ja negatiivisten uutisten suhde siihen kuinka kiinteästi yritys oman toimintansa vaikutukset tähän uutiseen sisältyvään muutokseen liittää voidaan tulkita seuraavasti: jos asia on yrityksen maineen kannalta positiivinen, omaa toimintaa sen saavuttamisen taustalla halutaan korostaa. Vastaavasti negatiivisen asian kohdalla omaa toimintaa asian taustalla halutaan häivyttää hyvän maineen säilyttämiseksi.

Miltä Perloksen tiedotteista syntynyt näkemys siitä itsestään yhteiskunnallisesti vastuullisena toimijana sitten näyttää? Jos yritämme sijoittaa sitä Takalan (1985b, 7) muodostamalle altruistisen (laaja vastuu) ja egoistisen (suppeampi vastuu) vastuun kehille, niin tulosteni perusteella yrityksen paikka näillä yhteiskuntavastuun kehillä

sijoittuu enimmäkseen omistajälhtöisyyden kehälle. Paikka ei kuitenkaan ole staat-  
tinen, vaan yrityksen luomassa näkemyksessä on nähtävissä hienoista vaihtelua.  
Tämä liittyy nähdäkseni myös aktiivisen ja passiivisen toimijuuden näkemykseen.  
Sijoitan passiivisen toimijuuden suppean vastuun kehälle, aktiivisen toimijuuden  
sijoituessa puolestaan hieman laajemmalle ja vastuullisemmalle alueelle. Kujala  
(2001, 178) huomauttaa, että mikäli johtajat toimivat ainoastaan taloudellisen tuoton  
maksimoimiseksi, he samalla rajoittavat moraalista vastuutaan sulkemalla muut  
vaihtoehdot pois. Tällainen ”shareholder value” -ajattelu korvaa tällöin sidosryhmä-  
ajattelua (Kujala 2001, 178–179).

Yrityksen toimijuuden muoto aktiivisena ja passiivisena subjektina vaihtelee siis sen  
mukaan, ovatko uutiset luonteeltaan positiivisia vai negatiivisia. Myös yhteiskunta-  
vastuun sidosryhmät vaihtelevat, muita sidosryhmiä kuin asiakkaat mainitaan lä-  
hinnä tuotannon laajentamisen yhteydessä (esimerkiksi uudet työpaikat). Seuraavas-  
sa taulukossa havainnollistan näiden seikkojen yhteyttä:

**Taulukko 3. Positiivisen ja negatiivisen uutisen yhteys aktiivisuusrooliin ja yhteiskunta-  
vastuunäkemykseen**

	<b>Positiivinen uutinen</b>	<b>Negatiivinen uutinen</b>
<b>Toimijuuden luonne diskurssissa</b>	<i>Aktiivinen</i>	<i>Passiivinen</i>
<b>Yhteiskuntavastuun näkökulma</b>	<i>Laaja vastuu (laajat sidos- ryhmät)</i>	<i>Suppea vastuu (suppeat sidos- ryhmät)</i>

Kujala (2001, 175) määrittää liiketoiminnan keskeisimmiksi sidosryhmiksi asiakkaat,  
työntekijät, omistajat, kilpailijat, tavarantoimittajat ja jakelijat, julkisen vallan, rahoit-  
tajat ja ympäristön. Perloksen tiedotteissa mainitaan sidosryhmistä kuitenkin vain  
asiakkaat sekä joissain tapauksissa työntekijät. Lienee epärealistista ajatella, etteikö  
Perloksella olisi liiketoiminnassaan muita sille tärkeitä sidosryhmiä kuin tiedotteissa  
on mainittu. Olisi kuitenkin yrityksen sekä sen sidosryhmien kannalta tärkeää, että



nämä ryhmät tuotaisiin myös esiin niiden asioiden yhteydessä, jotka sidosryhmien kannalta ovat merkityksellisiä. Tällä tavalla yrityksen toiminnasta syntyisi moraalisesti vastuullinen kuva, mikä tällä hetkellä jää lähes täysin toteutumatta. Pelkkä näiden ryhmien mainitseminen ei tietysti tee toiminnasta sidosryhmiä kohtaan moraalisesti vastuullista, vaan tällainen vastuullisuus täytyisi olla nähtävissä myös tekojen kautta.

Miltä tulokset sitten näyttävät verrattaessa niitä aiempaan yritysten yhteiskuntavastuuta käsittelevään tutkimukseen? Vehkaperän (2002) pro gradu -tutkielmassa 1990-luvun *Talouselämä*-lehtien yhteiskuntavastuudiskursseista selvästi suosituin diskurssi oli kaikkien sidosryhmien edun mukainen (Vehkaperä 2002, 78). Tätä vasten tarkasteltuna Perloksen omistajalähtöinen diskurssi on erottuvaa. Juholinin (2003, 100) tutkimuksessa suomalaisten yritysten vastuusta kävi ilmi, ettei suomalaisten yritysten käsitys viestinnän roolista yhteiskuntavastuun yhteydessä ole kovin vahva. Tämän tutkimuksen tuottamat tulokset tuntuivat tukevan tätä näkemystä sikäli, että Perlos ei juurikaan viestinnässään tuo yhteiskuntavastuun näkökulmia esille. Toisaalta Juholinin tutkimuksessa yritysten todettiin pitävän globaalin kilpailukyvyn yhteydessä monia sidosryhmiä tärkeinä, usein mainittuja olivat senhetkiset ja tulevat työntekijät, asiakkaat, senhetkiset ja potentiaaliset osakkeenomistajat, sijoittajat, yhteistyökumppanit, tavarantoimittajat, talousorganisaatiot, yhteiskunta ja viranomaiset, paikallisyhteisöt ja viranomaiset, järjestöt, kansalaisjärjestöt ja media (Juholin 2003, 74). Globaalin kilpailukyvyn yhteydessä yritykset toivat siis nimenomaan sidosryhmiä kaikkein voimakkaimmin esiin (Juholin 2003, 73). Näihin tuloksiin suhteutettuna tämän tutkimuksen tuottamat tulokset Perloksen yhteiskuntavastuusta ovat siis varsin poikkeavia.

Eräs huomionarvoisimpia seikkoja on se muutosvauhti jolla globaali pörssiyhtiö tekee investointeja, perustaa uusia tehtaita ja lakkauttaa vanhoja. Muiden yhteiskun-

nallisten instituutioiden kannalta yrityksen tekemät nopeat muutokset ovat ristiriitaisia. Yhteiskunnallista sopimuskumppania, joka tekee muutoksia jopa puolen vuoden aikajänteellä, on hankala seurata. Pitkän aikavälin investoinnit kuten infrastruktuuri, työntekijöiden koulutus tai investointituet ovat hankalia sovittaa lyhyellä aikavälillä tapahtuviin tuotannollisiin muutoksiin. Yritys ilmoitti 15.1.2007 päätöksensä lopettaa tuotannollinen toiminta Suomessa. Vain puoli vuotta aiemmin, eli 2.6.2006, oli ilmoitettu Suomen tuotannon keskittämisestä Pohjois-Karjalaan. Perinteisen yritysten tuotannollisen muutoksen näkemyksen mukaan uusien toimipaikkojen avaamista ja vanhojen sulkemista voidaan toteuttaa ainoastaan pitkän aikavälin suunnitelmien mukaisesti (Krumme). Näin suurten investointien tekeminen ainoastaan puolen vuoden aikavälillä tarkoittaa sitä, että yrityksen tuotannollista tehokkuutta haetaan yhä enemmän sijaintijoustavuuden (Stigler 1939; Krummen mukaan) kautta. Tätä voidaan toteuttaa tämän tutkimuksen luoman kuvan perusteella hyvinkin lyhyen aikavälin päätöksillä.

## *7.2 Tutkimuksen merkitys*

Nyt käsillä oleva tutkimus on mielestäni luonut mielenkiintoisen katsauksen yhden yrityksen näkökulmasta tilanteeseen, jossa globaalisti toimivat yritykset tänä päivänä markkinoilla toimivat. Oli yrityksen motiivina sitten aito yhteiskuntavastuullinen huoli työttömiksi jäävistä työntekijöistään ja muusta yhteiskunnasta, tai vain tapa yrittää säilyttää kasvonsa sijoittajien silmissä, on sen negatiivisten toimien yhteydessä runsaasti käyttämä puolustusellinen puhe joka tapauksessa mielenkiintoista. Se kertoo tilanteesta, jossa yritykset nykyisillä markkinoilla toimivat: menestyäkseen on pakko seurata markkinoiden kutsua, ja pärjätäkseen kilpailussa edullisempien tuotantokustannusten perässä on pakko mennä. Tai ainakaan ei uskalleta toimia niin rohkeasti, että kotimaan tehdasta ei markkinavaihteluiden takia lakkautettaisikaan.

Tutkimustulosteni tärkeimpänä antina pidän sitä kuvaa, jonka se on luonut yhteiskuntavastuukysymysten puutteesta ja vastuusopimusten käsittelemättä jättämisestä yrityksen taholta. Tutkimuksessa olleen yrityksen sijoittuminen yhteiskuntavastuun omistajalähtöiselle osa-alueelle ei ollut täysin staattinen, vaan yrityksen vastuunäkemyksessä vaihteli hieman uutisoinnin positiivisuuden ja negatiivisuuden mukaan. Aktiivisuus- ja passiivisuusdiskurssien löytyminen ja niiden liittyminen niin vahvasti positiivisen ja negatiivisen uutisoinnin yhteyteen oli erityisen mielenkiintoista. Apologiastrategioiden käyttäminen analyysissä toi aktiivisuuden ja passiivisuuden diskurssien lisäksi katsannon niihin puolustuskeinoihin, joita yritys voi negatiivisen uutisoinnin yhteydessä käyttää. Pidän onnistuneena myös tapaa esittää aineiston analyysi kronologisessa järjestyksessä. Se nostaa havainnollisesti esiin sen muutosvauhdin, jolla investointipäätöksiä tehdään. Tällöin esille tulee sijaintijoustavuuden merkitys yrityksen tuotannon kannattavuuden parantamiseksi. Tätä toteutetaan lyhyellä aikavälillä, ja se luo myös ristiriidan muiden yhteiskunnallisten toimijoiden pitkäjänteisempien investointien kanssa. Lisäksi tutkimukseni valotti sitä miten kansainvälistyvä pörssiyhtiö tiedottaa ja kenelle tiedotteet kohdennetaan.

Kuten Kallio ja Nurmi (2006, 11) toteavat, yritysten yhteiskuntavastuun tutkimuksessa sovelletaan laajasti erilaisia tieteellisiä menetelmiä ja eri tieteenalojen lähtökohtia. He pitävät tätä myös toivottavana aihepiirin erityisen problemaattisuuden vuoksi. Tässä kontekstissa pidän omaa tutkimustani tarpeellisena osana luomassa kuvaa yrityksestä yhteiskunnallisena osapuolena. Yhteiskuntavastuun teoreettisten esitysten ja kansainvälisten eettisten julistusten, jotka eittämättä ovat tarpeellisia, lisäksi pidän arvokkaana juuri empiiristä tutkimusta jonka avulla voidaan saada näkökulmia siihen kuinka tämä paljon puhuttu termi käytännössä yhteiskunnassa toteutuu. Näen yhteiskuntavastuun tutkimuksen soveltuvan hyvin yhteiskuntatieteeseen. Aiheesta olisikin toivottavaa tehdä myös lisätutkimuksia. Mahdollisia jatkotutkimuksen kan-

nalta mielenkiintoisia aiheita voisivat olla muiden yritysten toiminta vastaavanlaisissa tilanteissa ja tiedotteiden kautta syntyvien erilaisten diskurssien vertailu.

### *7.3 Pohdinta*

Huolimatta siitä, että tietyt ratkaisut saattavat olla yritystoiminnan rationaliteetin mukaisia, kuten tässä tapauksessa tuotannon siirtämisen kannattavuuden näkökulmasta väitetään olevan, ei tämä kuitenkaan tee asiasta sellaista, mitä ei kannattaisi tutkia. Nyky-yhteiskunnassa yrityksillä on myös muita velvoitteita ja sidoksia kuin ensisijainen voitontavoittelun mukainen taloudellinen velvoite. Yhteiskunnan arvojen ja tavoitteiden tulee ohjata myös talouden toimintaa, sillä markkinoilla ei ole omaa etiikkaa, vaan sen on noustava yritysten tekemistä ratkaisuksista ja yhteiskunnasta yleensä (Väyrynen 2006, 12). Tässä tutkimuksessa ei siten olekaan ollut tarkoituksena selvittää sitä, ovatko yrityksen tekemät ratkaisut olleet "oikeita" taloudelliselta tai joltakin muulta näkökannalta, sillä tällaiseen vastaaminen ei olisi edes mahdollista. Sen sijaan on ollut tarkoituksena selvittää sitä, miten yritys toimii yhteiskunnassa suhteessa siihen, millaisen kuvan se itse toiminnastaan antaa, tässä tapauksessa pörssitiedotteidensa kautta. Kytkeytyä yrityksen yhteiskuntavastuun näkemys voidaan todeta, että tämä yhteys on yrityksen usein tarkoituksenmukaisesti valitsema ja että tiedotteita voidaan käyttää välineenä oman yrityskuvan parantamiseen. Tilanne on sinällään yrityksille vaikea: olla samaan aikaan vastuussa omistajilleen ja pyrkiä tuottamaan mahdollisimman suurta voittoa ja kuitenkin säilyttää samaan aikaan tietynlainen hyväksyttävyyys ja sosiaalisesti vastuullisen yrityksen kuva yhteiskunnassa. Liikaa taloudellisia uhrauksia yrityskuvan vuoksi ei varmasti yksikään yritys halua tehdä, ja tästä syystä voidaan käyttää myös muita keinoja kuin tuotannollisia päätöksiä tämän roolin määrittämiseen ja ylläpitämiseen. Tässä nyt kyseessä olleessa tapauksessa tiedotteilla on ollut vahva merkitys yritykselle, sillä nii-

den kautta sen on ollut mahdollista luoda itsestään ja toimintansa perusteista tietynlainen kuva. Samalla se on pyrkinyt perustelemaan sijoittajiensa lisäksi myös työntekijöilleen ja muulle yhteiskunnalle niitä syitä, jotka päätöksiin ovat johtaneet. Näin ollen se on ollut mukana myös luomassa kuvaa globalisaatiosta yksittäisen yrityksen näkökulmasta ja niistä tuotannollisista lainalaisuuksista, jotka yritys joutuu kohtaamaan, olkoonkin, että osasta asioita on vaiettu joko tarkoituksellisesti tai tarkoituksettomasti. Ongelmaksi voi muodostua myös se milloin viestintä yhteiskuntavastuusta on toiminnan arvojen todellista viestintää, ja milloin vain imagon ylläpitämiseksi tarkoitettua mainospuhetta jolla ei ole riittävästi yhteyttä tosiasialliseen toimintaan.

Aiemmin on todettu yrityksen vastuun olevan vastuuta aina jollekin toiselle taholle. Yrityksen sidosryhmäajattelun mukaisesti yrityksen tulisi siten ottaa päätöksissään eri sidosryhmät huomioon. Tämän tutkimuksen perusteella syntynyt käsitys on ollut kuitenkin ristiriitainen tällaisen sidosryhmäajattelun tai yhteiskuntasopimuksen kanssa. Yritys ei juurikaan perustele asioita muiden kuin itsensä tai asiakkaidensa kannalta. Yhteiskunnan taholta tulleet reaktiot esimerkiksi irtisanomisiin ovatkin olleet sen mukaisia, kuten vaatimukset investointitukien takaisinperimisestä. Työllistämisen- ja investointitukia voidaan vaatia perittäväksi takaisin, mutta kuinka tällaiseen tilanteeseen tulisi suhtautua työntekijöiden. Minkälaisia keinoja irtisanotuilla työntekijöillä on käytettävänä tällaisessa tilanteessa? Voitaisiinko asiaa tulkita myös yrityksen taholta tehtynä sopimusrikkomuksena työntekijöitä kohtaan? Jos sosiaalisen vastuun kysymyksiä pidetään yhtenä yhteiskuntasopimuksen muotona (Vihanto 2006), olisi tällaisen sopimuksen pelisäännöistä hyvä myös ajoittain neuvotella. Yritys ei voi toimia sellaisena yksipuolisena sopimuskumppanina, joka esimerkiksi ottaa taloudellista tai muuta tukea vastaan, muttei tilaisuuden tullen yritä mahdollisuuksien mukaan säilyttää olemassa olevia työpaikkoja. Se, että yksi sopimusosapuoli näin selvästi jättää oman osuutensa huomioimatta, voitaisiin tulkita

sopimusyhteiskunnan rapautumisena tältä osin. Tulisiko yrityksen kanssa päästä näistä asioista vuorovaikutukselliseen keskusteluun, ja miten tämä olisi toteutettavissa? Se on jätettävä yhteiskunnallisen keskustelun selvitettäväksi, johon toivon tämän tutkimukseni tuovan oman pienen näkökulmansa.

## *7.4 Epilogi*

Viimeistellessäni tätä tutkimusta Perlos ilmoitti 15.1.2007 Suomen toimintojensa lakauttamisesta. Suunnilleen samoihin aikoihin yritys oli julkaissut myös uudet internet-sivunsa, jotka sisälsivät nyt myös yritysvastuu-osion (vrt. sivu 19 jossa tuotiin tutkimuksen aikana esille tällaisen puuttuminen). Tämä yhteiskuntavastuun julistus on esimerkkinä siitä vaarasta, että käsitys yhteiskuntavastuusta muuttuu sisällöltään mainospuheeksi jota yritykset käyttävät imagonsa parantamiseksi tai menetetyn maineensa kirkastamiseksi. Tämän tutkimuksen tuottama kuva yrityksen toiminnan sijoittumisesta omistajalähtöisen yhteiskuntavastuun piiriin on melko kaukana tästä yrityksen julkaisemasta julistuksesta:

### Yritysvastuu

Perlos on sitoutunut noudattamaan yhtenäisiä toimintaperiaatteita kaikkialla, missä yrityksellämme on toimintaa. Toimintaperiaatteisiimme sisältyy vastuullisena yrityskansalaisena toimiminen sekä sosiaalisen vastuun kantaminen. Nämä periaatteemme pohjautuvat kansainvälisiin suosituksiin, sopimuksiin ja standardeihin, kuten ISO 9001:2000-laaturjestelmään, ISO 14001:2004-ympäristöjärjestelmään ja SA8000--eettisiin toimintaperiaatteisiin.

Tavoitteenamme on, että toimintamme vaikutukset luonnolle, ihmisille ja yhteiskunnalle ovat ekologisesti ja eettisesti hyväksyttäviä. Edellyttämme, että myös yhteistyökumppaniemme toiminta on kestävä kehityksen mukaista, noudattaen sa-

mankaltaista hyvän toimintatavan mukaista säännöstöä ja eettisiä periaatteita, kuin mitä mekin yrityksenä noudatamme.

Perlos noudattaa kansallisia ja kansainvälisiä lakeja, eettisiä toimintaperiaatteita ja yleisesti hyväksyttäviä käytäntöjä. Emme hyväksy työntekijöiltämme mitään lain vastaista toimintaa, mukaanlukien osallistumisen laittomiin tekoihin tai epäeettiseen liikkeenharjoittamiseen. Kohtelemme työntekijöitämme tasa-arvoisesti ja noudatamme voimassa olevaa työlainsäädäntöä kaikkialla, missä meillä on toimintaa.

Yritysvastuuta on huolehtia myös yritystoiminnan kannattavuudesta. Vain kannattava yritys voi työllistää, kantaa sosiaalista vastuuta ja pitää huolta ympäristöstä.

([www.perlos.fi](http://www.perlos.fi))

## 8. LÄHTEET

Aittapelto, Antti & Koljonen, Kari (2006) Vakiintumisen aika, Elcoteq ja talousjournalismin suhdanteet 2002–2005. Tampere: Journalismien tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto

Alasuutari, Pertti (1994) Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino

Aula, Pekka & Mantere, Saku (2005) Hyvä yritys - strateginen maineenhallinta. Helsinki: WSOY

Beck, Ulrich (1999) Mitä globalisaatio on? Tampere: Vastapaino

Cable, Vincent (1999) Globalization and Global Governance. New York: The Royal Institute of International Affairs

Castells, Manuel (2000) The Information Age: Economy, Society and Culture Volume 1 - The Rise of the Network Society, Second Edition. Oxford: Blackwell Publishers

Cheney, George & Vibbert, Steven L. (1989) "Corporate Discourse: Public Relations and Issue Management" teoksessa Jablin, Fredric M. et al. (toim.) (1989) Handbook of Organizational Communication. Newbury Park: Sage Publications, Inc.

Caux Round Table. Saatavilla www-muodossa: <<http://www.cauxroundtable.org>>. Viitattu 10.1.2007

Daniels, P.W. & Lever, W.F. (1996) The Global Economy in Transition. Essex: Addison Wesley Longman Limited



Donaldson, Thomas & Dunfee Thomas W. (1999) *Ties That Bind - A Social Contracts Approach to Business Ethics*. Boston: Harvard Business School Press

Dunmire, Patricia L. (1997) "Naturalizing the Future in Factual Discourse: A Critical Linguistic Analysis of a Projected Event", *Written Communication*, vol. 14, no. 2, 221–264, April 1997

Fairclough, Norman (1997) *Miten media puhuu?* Tampere: Vastapaino

Finlex, Arvopaperimarkkinalaki 26.5.1989/495. Saatavilla [www-muodossa:<http://www.finlex.fi>](http://www.muodossa:<http://www.finlex.fi>). Viitattu 17.1.2007

Fleischman, Charles A. (1996) "The Endogeneity of Employment Adjustment Costs: The Tradeoff between Efficiency and Flexibility", Division of Research and Statistics, Board of Governors of the Federal Reserve System, December 1996

Giddens, A. (1999) Reith Lectures 1999 "Runaway World", Lecture 1: Globalisation. Saatavilla [www-muodossa: <http://news.bbc.co.uk/hi/english/static/events/reith\\_99/week1/week1.htm>](http://news.bbc.co.uk/hi/english/static/events/reith_99/week1/week1.htm)

Gray, John (1998) *False Dawn, The Delusions of Global Capitalism*. London: Granta Books

Harcourt, Jules & Krizan, A.C. "Buddy" & Merrier, Patricia (1987) *Business Communication*. Cincinnati: South-Western Publishing Co.

Hearit, Keith Michael (2001) "Corporate Apologia. When an Organization Speaks in Defence of Itself." teoksessa Heath, Robert L. (toim.) (2001) *Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D. & Perraton, J. (1999) *Global Transformations*. Cambridge: Polity Press

Held, David & McGrew, Anthony (2005) *Globalisaatio puolesta ja vastaan*. Tampere: Vastapaino

Henderson, Hazel (2000) "Transnational Corporations and Global Citizenship", *American Behavioral Scientist*, vol. 43, no. 8, 1231–1261, May 2000

Hobbs, Jeffrey D. (1995) "Treachery by any Other Name: A Case Study of the Toshiba Public Relations Crisis", *Management Communication Quarterly*, vol. 8, no. 3, 323–346, February 1995

Ietto-Gillies, Grazia (2003) "The role of transnational corporations in the globalisation process" teoksessa Michie, Jonathan (toim.) (2003) *The Handbook of Globalisation*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited

Ikävalko, Elisa (1994) *Käytännön tiedottaminen - yhteisöviestinnän käsikirja*. Helsinki: Tietopaketti Oy

Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1993) *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino

Jokinen, Arja (1999) "Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen" teoksessa Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1999) *Diskurssianalyysi liik- keessä*. Tampere: Vastapaino

Juhila, Kirsi (1993) "Miten tarinasta tulee tosi? Faktuaalistamisstrategiat viranomais- puheessa." teoksessa Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1993) *Diskurssi- analyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino

Juholin, Elisa (2003) "Born Again" A Finnish Approach to Corporate Social Responsibility. Jyväskylä: University of Jyväskylä Department of Communication

Kallio, Tomi J. & Nurmi, Piia (2006) "Vastuullisen liiketoiminnan tutkimus" teoksessa Kallio, Tomi J. & Nurmi, Piia (toim.) (2006) Vastuullinen liiketoiminta - peruskäsitteitä ja esimerkkejä, Keskusteluja ja raportteja 10:2005. Turku: Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja

Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Kuronen, Marja-Liisa & Ollikainen, Marja (1999) Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita

Kuhn, Timothy & Ashcraft, Karen Lee (2003) "Corporate Scandal and the Theory of the Firm", Management Communication Quarterly, Vol. 17, No. 1, August 2003, 20–57

Kujala, Johanna (2001) Liiketoiminnan moraalialueita etsimässä - Suomalaisien teollisuusjohtajien sidosryhmänäkemykset ja moraalinen päätöksenteko. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto

Krumme, Günter "Economic & Business Geography and the Knowledge-Based Space Economy". Saatavilla www-muodossa: <<http://faculty.washington.edu/krumme/ebg/contents.html>>. Viitattu 12.2.2007

Leeper, Roy (2001) "In Search of a Metatheory for Public Relations: An Argument for Communitarianism" teoksessa Heath, Robert L. (toim.) (2001) Handbook of Public Relations. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

Manifesti sosiaalisesta Euroopasta (1996) Helsinki: Stakes

McGrew, A.G. (1992) "Conceptualising Global Politics" teoksessa A.G. McGrew & P.G Lewis (toim.) Global Politics: Globalisation and the Nation-State, Cambridge: Polity Press, 83–117

McWilliams, Abigail & Siegel, Donald (2001) "Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective," Academy of Management Review, Vol. 26, No. 1, January 2001, 117–127

Mises, Ludwig von (1966) Human Action. A Treatise on Economics. Chicago: Contemporary books

Oman, C. (1996) "The Policy Challenges of Globalisation and Regionalisation", Policy Brief no.11, OECD: OECD Development Centre

Perlos, tiedotteet. Saatavilla www-muodossa: <<http://www.perlos.fi>>. Viitattu 27.2.2007

Perelman, Chaïm (1996) Retoriikan valtakunta. Tampere: Vastapaino

Perraton, Jonathan (2003) "The Scope and Implications of Globalisation" teoksessa Michie, Jonathan (toim.) (2003) The Handbook of Globalisation. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited

Pietilä, Veikko (1997) Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä. Tampere: Vastapaino

Saari, Juho (2004) Globaali hallinta, Historiallinen tutkimus globalisaation tulevaisuudesta. Helsinki: Yliopistopaino

Schreuder, H. (1978) "The Social Responsibility of Business" teoksessa Van Dam, C. & Stallaert L. (1978) Trends in Business Ethics. Boston: Leiden

Takala, Tuomo (1985) "Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun kaksi ideologiaa", working paper n:o 56/1985. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston taloustieteen laitos

Takala, Tuomo (1985b) "Vastuun käsite - yrityksen yhteiskunnallisen vastuun filosofinen perusta", working paper n:o 58/1985. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston taloustieteen laitos

Takala, Tuomo (1985c) "Values, Ethical Theories and Three Ideologies of the Social Responsibility of the Firm", working paper n:o 59/1985. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston taloustieteen laitos

Takala, Tuomo (1991) Managerial Beliefs Concerning Social Responsibility of the Firm. Jyväskylä: University of Jyväskylä

Takala, Tuomo (2004) "Yrityksen yhteiskuntavastuu globalisoituvassa maailmassa" teoksessa Kauppinen, Ilkka (toim.) (2004) Moraalitalous. Tampere: Vastapaino

TEK Tekniikan akateemisten liitto, tiedote. Saatavilla www-muodossa: <<http://www.tek.fi/uutiset/Perlos260505.html>>. Viitattu 6.10.2006

Valtiovarainministeriö (2001) Suomen kilpailukyky ja sen kehittämistarve. Helsinki: Edita

Vehkaperä, Meri (2002) "Sydämen ääni hiipii ahneuden valtakuntaan" - Yritysetiikka ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Vihanto, Martti (2006) "Vastuullinen liiketoiminta taloustieteessä" teoksessa Kallio, Tomi J. & Nurmi, Piia (toim.) (2006) Vastuullinen liiketoiminta - peruskysymyksiä ja

esimerkkejä, Keskusteluja ja raportteja 10:2005. Turku: Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja

Väyrynen, Raimo (1998) Globalisaatio, Uhka vai mahdollisuus? Jyväskylä: Atena kustannus

Väyrynen, Raimo (1999) Suomi avoimessa maailmassa, Globalisaatio ja sen vaikutukset. Helsinki: Gaudeamus Kirja

Väyrynen, Raimo (2006) "Globalisaation ja sen hallinnan ongelmia" teoksessa Kolanen, Risto (toim.) (2006) Työtä! Hyvinvointi globaalissa murroksessa. Työväen Sivistysliitto TSL Ry

World Economic Forum (2005) Global Corporate Citizenship Initiative - Partnering for Success.

## LIITE 1. VIITTEET PERLOKSEN TIEDOTTEISIIN

28.10.1999 13:00:00 Perlos laajentaa tuotantotilojaan Kontiolahdella

17.12.1999 08:00:00 Perlos suunnittelee tuotantotilojensa laajennuksia Pohjois-Karjalassa ja Ylöjärvellä

22.2.2000 13:31:17 Perloksen liikevaihto kasvoi 38,7 % ja kannattavuus parani merkittävästi

31.5.2000 08:00:00 Perloksen liikevaihto kasvoi voimakkaasti

4.10.2000 08:00:00 Osavuosikatsaus tammi-elokuu 2000 (tilintarkastamaton)

26.1.2001 14:00:00 Kasvun painopiste ulkomailla

16.2.2001 08:00:00 Perloksen liikevaihto kasvoi 61 %

9.5.2001 08:00:00 Osavuosikatsaus tammi-maaliskuu 2001 (tilintarkastamaton)

25.7.2001 09:00:00 Perlos lomauttaa Suomessa

20.12.2001 16:50:00 Perlos ostaa Moteco Ab:n

17.1.2002 16:30:00 Perlos lomauttaa Ylöjärvellä

13.2.2002 08:00:00 Perloksen kassavirta voimakkaasti positiivinen vuonna 2001

4.3.2002 12:30:00 Perlos laajentaa toimintaansa Brasiliaan

3.5.2002 08:00:00 Osavuositarkastus tammi-maaliskuu 2002

8.11.2002 10:00:00 Perlos vahvistaa asemaansa Kiinan markkinoilla

19.12.2002 09:00:00 Perlos kaksinkertaistaa tuotantotilansa Kiinassa perustamalla uuden tehtaan Pekingiin

21.1.2003 10:00:00 Perlos ja ACE vetäytyvät yrityskauppaneuvotteluista

30.1.2003 13:49:00 Perloksen Pohjois-Karjalan tehtailla ulosmarssi

28.2.2003 14:00:00 Perlos aloittaa yt-neuvottelut Kontiolahden Lehmonharjun tehtaalla

26.8.2003 13:30:00 Perlos aloittaa yt-neuvottelut Kontiolahden tehtaalla Pohjois-Karjalassa

25.11.2003 07:33:00 Perlos panostaa Kiinaan: Pekingin tehtaan avajaisia vietetään tänään

29.1.2004 15:00:00 Perlos investoi maalausteknologiaan Lehmonharjun tehtaalla

26.5.2004 15:00:00 Perlos laajentaa Unkarin tehdastaan

5.8.2004 08:00:00 Osavuositarkastus tammi-kesäkuu 2004: Perloksen vahva kasvu jatkui toisella vuosineljänneksellä

15.9.2004 14:00:00 Perlos perustaa tehtaan Meksikon Reynosaan

27.10.2004 08:00:00 Osavuositarkastus tammi-syyskuu 2004: Perloksella jälleen vahva vuosineljännes



20.1.2005 09:45:00 Perlos aloittaa yt-neuvottelut lomautuksista Kontiolahden Lehmonharjun tehtaalla

9.2.2005 08:00:00 Tilinpäätöstiedote 2004: Perloksella vahva vuosi 2004, kuluva vuoden kasvu painottuu toiseen vuosipuoliskoon

27.4.2005 08:00:00 Osavuositarkastus tammi-maaliskuu 2005

27.4.2005 08:02:00 Perlos käynnistää yt-neuvottelut Ylöjärven tehtaalla

29.4.2005 09:15:00 Perloksen Ylöjärven tehtaalla työnseisaus

22.6.2005 08:00:00 Perloksen Ylöjärven tehtaalla yt-neuvottelut päätökseen

27.7.2005 08:00:00 Osavuositarkastus tammi-kesäkuu 2005: Perloksen alkuvuosi tappiollinen

28.10.2005 08:00:00 Osavuositarkastus tammi-syyskuu 2005: Perloksen liikevaihto kasvoi heinä-syyskuussa

7.2.2006 08:00:00 Tilinpäätöstiedote 2005: liikevaihto kasvoi odotetusti vuonna 2005

7.2.2006 08:00:00 Perlos jatkaa toimintojensa rationalisointia korkean kustannustason maissa

7.2.2006 08:00:00 Perlos perustaa tehtaalla Intian Chennaihin

23.2.2006 20:32:00 lehdistötiedote: Perloksen Suomen tehtailla laitton työtaistelutoimenpide

31.3.2006 08:00:00 Perloksen Ylöjärven tehtaan toiminta päätökseen suunnitelmien mukaan

6.4.2006 09:00:00 Perloksen yt-neuvottelut päätökseen

25.4.2006 08:00:00 Osavuositiedote Q1 2006: Perloksen liikevaihto kasvoi voimakkaasti alkuvuonna

2.6.2006 17:10:00 Lehdistötiedote: Perloksen Suomen toimintojen rationalisointi etenee suunnitelmien mukaan

29.6.2006 17:15:00 Lehdistötiedote: Perlokselle uusi diagnostiikkateollisuuden asiakkuus

27.7.2006 08:00:00 Osavuositiedote tammi-kesäkuu 2006: Perloksen liikevaihto kasvoi ja kannattavuus parani toisella vuosineljänneksellä vuotta aiemmasta

15.1.2007 10:00:00 Perlos käynnistää mittavan tulosparannusohjelman sekä antaa ennakkotietoja tuloksesta 2006