

Vastuullisuus kotimaisissa pk-yrityksissä

Kasvu Open ja Suomalaisen työn liitto

26.10.2023



SUOMALAISEN
TYÖN LIITTO





Sisältö

■ JOHDANTO

■ TIIVISTELMÄ

■ VASTAAJAT

■ Vastuullisuus kotimaisissa pk-yrityksissä

■ Vastuullisuuden olennaisuusanalyysi

■ Vastuullisuuteen arvotukseen vaikuttavat sidosryhmät

■ Vastuullisuuden asettamat haasteet

■ Vastuullisuuden arvotus toimialoittain

■ Henkilöstömäärän vaikutus yrityksen vastuullisuuteen

■ Liikevaihdon vaikutus vastuullisuuden arvotukseen ja vastuullisuuden asettamat haasteet

■ Vastuullisuuden arvotus Uusimaa vrt. muut maakunnat

■ JOHTOPÄÄTÖKSIÄ

■ Lisätietoja kyselystä (yhteystiedot)

Johdanto

Vastuullisuus kotimaisissa pk-yrityksissä -kysely toteutettiin vuonna 2023.

Kyselyn menetelmiä olivat *Survaypal*-lomakekysely ja verkkotyökalu *Kasvuyritysanalyysi*. Kyselyyn vastasi 104 yritystä. Kasvuyritysanalyysin kautta kyselyyn vastauksia saatiin 60 yritykseltä.

Yritykset, joille kysely lähetettiin ja yritykset, joiden vastaukset kerättiin Kasvuyritysanalyysin vastauksista, valittiin mukaan kyselyyn kriteereillä:

- Yrityksen liikevaihto on > 10 miljoona euroa.
- Yritys työllistää vähintään 5 henkilöä.

Yritysjoukko valittiin Kasvu Openin sparrausohjelmiin vuosina 2021-2023 osallistuneiden yritysten joukosta ja Suomalaisen työn liiton jäsenistä.

Kyselyn tavoite on selvittää vastuullisuuteen liittyvien toimenpiteiden vaikutuksia pk-yrityksille. Kyselyyn vastasi 164 pk-yritysten johtoryhmätasoisia edustajaa.

Kyselyn toteuttivat Kasvu Open ja Suomalaisen työn liitto.



Tiivistelmä

Lähes kaikki kyselyyn vastanneet yritykset pitävät vastuullisuutta tärkeänä (87 %). Kuitenkin vain pieni osa (18 %) on pyrkinyt tunnistamaan asiakkaiden ja sidosryhmien tarpeet sekä odotukset yrityksen vastuulliselle toiminnalle.

Tieto lisää yritysten tuskaa

Yrityksen vastuullisen toiminnan tunnistaminen eli *vastuullisuuden olennaisuusanalyysin** tekemisen puute johtuu useissa yrityksissä siitä, että yritykset eivät tunne asiaa tai ne kokevat muiden liiketoiminnallisten tekijöiden ajavan vastuullisuuden olennaisuusanalyysin tekemisen ohi.

Yrityksissä, joissa analyysiä ei ole tehty (74 %), voidaan kärjistäen olla autuaan tietämättömiä vastuullisuuden teemoista – mahdollisesti siksi vastuullisuuden haasteita ei tunnisteta. Jos vastuullisuuden teemoja on yrityksessä kartoitettu, myös haasteet tunnustetaan.

Oletukset ohjaavat osaa yrityksistä

Enemmistö yrityksistä (73 %) ei koe, että vastuullisuuden noudattaminen tai -vaatimukset aiheuttavat haasteita yrityksen liiketoiminnalle. Vain kolmannes (27 %) vastanneista yrityksistä kokee vastuullisen liiketoiminnan nostavan tuotteiden ja/tai palveluiden hintaa. Lisäksi osa tästä

joukosta uskoo, että vastuullisuus ei vaikuta asiakkaiden päätöksiin niin paljon, kuin julkisesti annetaan ymmärtää.

Tämä on mielenkiintoinen huomio: Asiakkaat ovat tärkein yritysten vastuullisuuden määrittelyyn vaikuttava sidosryhmä, jonka *oletetut tarpeet ja odotukset* ohjaavat yritysten vastuullisuutta. On pohdinnan paikka, jarruttavatko olettamukset yritysten vastuullisuusajattelun kehitystä.

Ovatko vastuullisuuskriteerit sanahelinää?

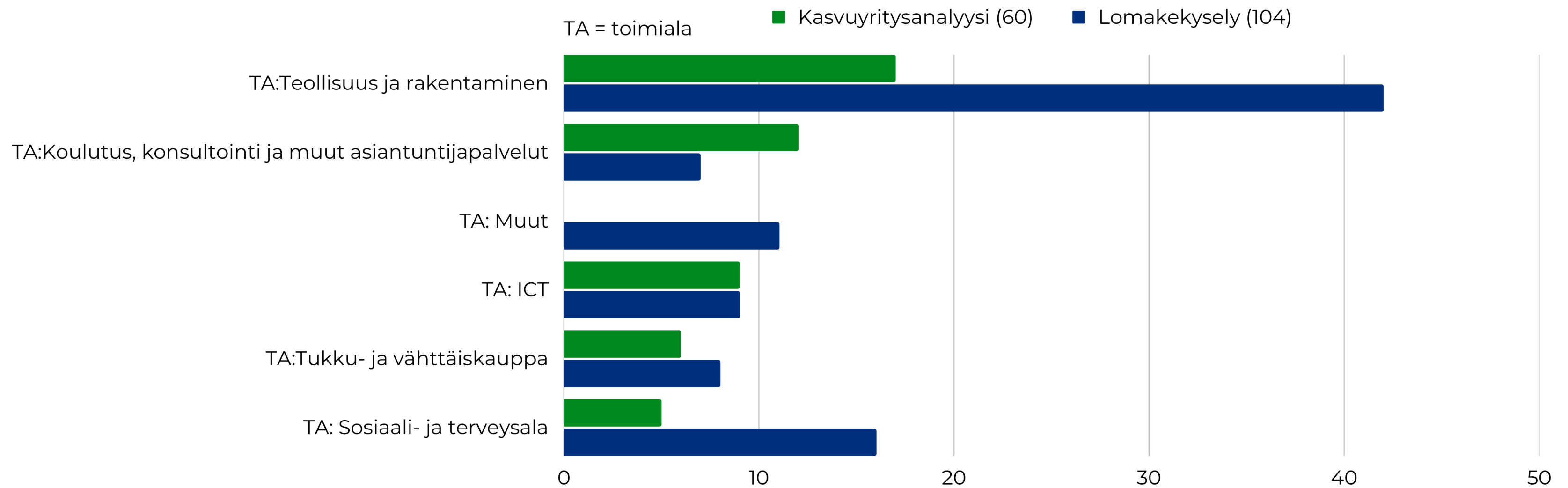
Toinen kiinnostava huomio on, että media ja rahoittajat vaikuttavat vähiten yritysten vastuullisuuteen, vaikka julkisuudessa puhutaan vastuullisuuskriteereistä, joita investoivat tahot yrityksille asettavat. Julkinen viesti ja oletama on, että rahoituksen saanti vaikeutuu yrityksillä, jotka eivät huomioi vastuullisuutta omassa liiketoiminnassaan.

Vastuullisuudessa ei ole alueellisia eroja

Vastuullisuuden kokemuksessa ei yrityksillä ole alueellisia eroja. Kokemukseen ei vaikuta myöskään yrityksen toimiala tai tiimin koko.

**Vastuullisuuden olennaisuusanalyysi kartoitus, jolla tunnustetaan asiakkaiden ja sidosryhmien tarpeet sekä odotukset yrityksen vastuulliselle toiminnalle.*

Vastaajat



Kasvuyritysanalyysin kautta kyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdon mediaani oli 1,2 milj. € ja tiimin koko 12 henkilöä.

Lomakyselyn kautta kyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdon mediaani oli 1,5 milj. € ja tiimin koko 14 henkilöä.

Vastuullisuus kotimaisissa pk-yrityksissä

Yrityksistä 87 % koki, että vastuullisuus on liiketoiminnan kannalta vähintään tärkeää. Erittäin tärkeänä vastuullisuutta piti 51 % yrityksistä.

Vain 13 % ei kokenut vastuullisuuden olevan tärkeää liiketoiminnan kannalta.

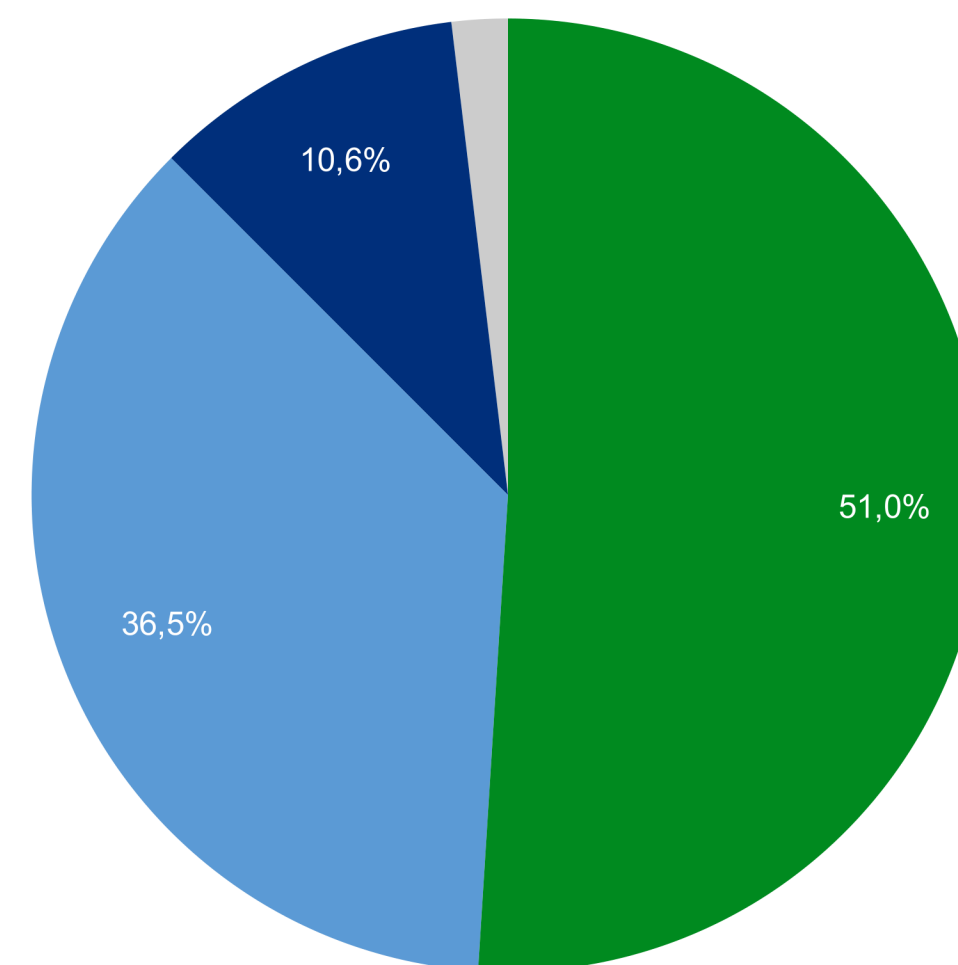
Vastuullisuuden merkitys korostuu erittäin tärkeänä tuotteita valmistavilla yrityksillä (58 %), kun vertaillaan vastuullisuuden arvotusta 1) palveluita tuottavia, 2) tuotteita valmistavia ja 3) palveluja/tuotteita tuottavien yritysten kesken.

Vain 40 % tuotteita/palveluita tuottavista yrityksistä näkee vastuullisuuden erittäin tärkeäksi.

Palveluita tuottavista yrityksistä noin 51 % pitää vastuullisuutta erittäin tärkeänä.

Kuinka tärkeää vastuullisuus on liiketoiminnallenne?

● Erittäin tärkeä ● Tärkeä ● Jonkin verran tärkeä ● Ei tärkeä lainkaan



Vastuullisuuden olennaisuusanalyysi



Vastuullisuuden olennaisuusanalyysi on kartoitus, jolla tunnistetaan asiakkaiden ja sidosryhmien tarpeet sekä odotukset yrityksen vastuulliselle toiminnalle.

Vastuullisuuden olennaisuusanalyysin on tehnyt vain 18 % vastanneista yrityksistä. Neljä viidestä (74 %) vastanneesta yrityksestä ei ole tehnyt vastuullisuuden olennaisuusanalyysia.

Kahdeksan prosenttia yrityksistä ei osannut sanoa, ovatko he tehneet vastuullisuuden olennaisuusanalyysin.

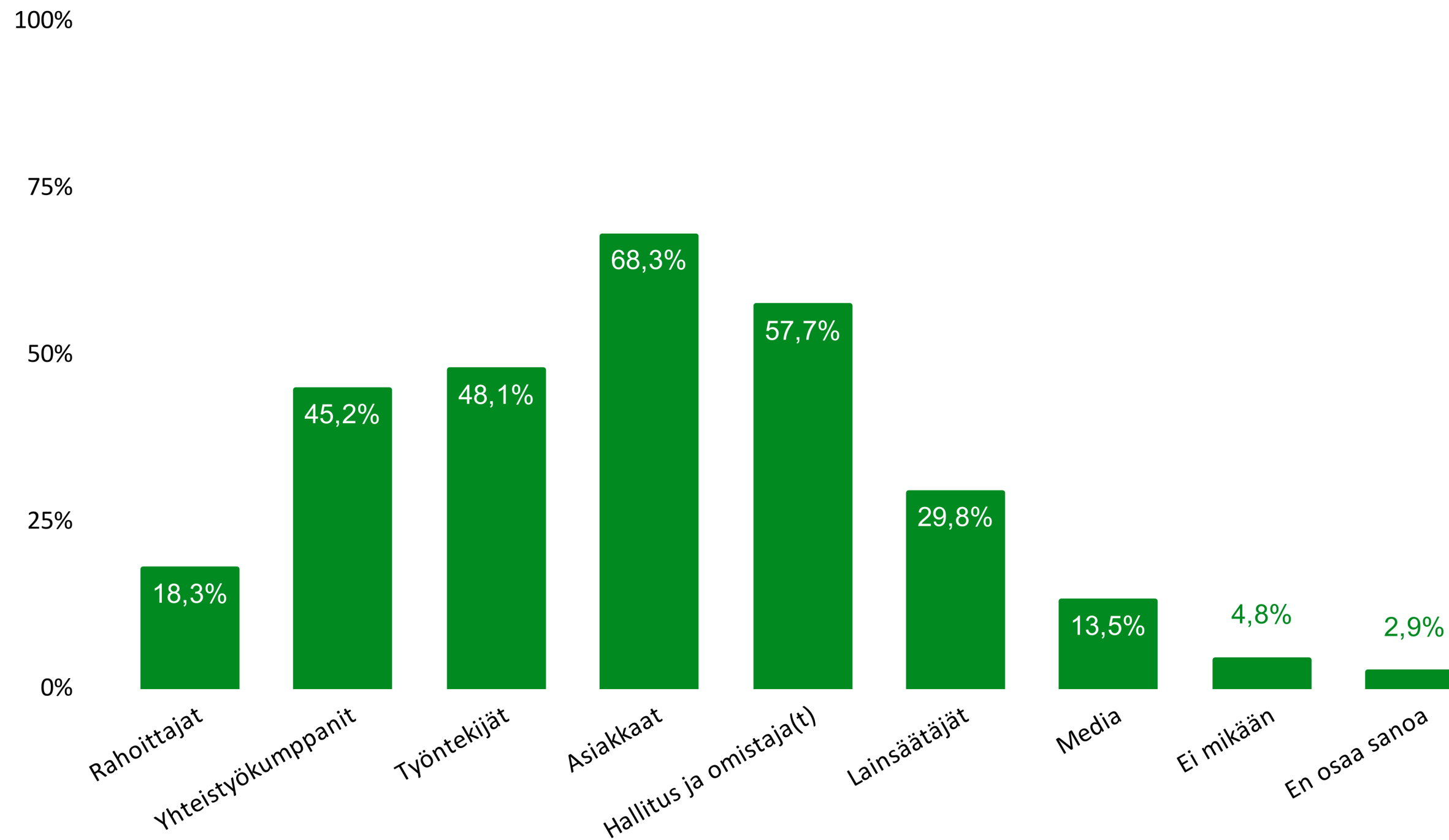
SYITÄ MIKSI ANALYYSI ON TEHTY:

- Asiakkaiden ja muiden sidosryhmien vaatimusten takia
- Regulaatiovaatimukset ja halu olla edelläkävijäyritys

SYITÄ MIKSI ANALYYSIA EI OLE TEHTY:

- Ei ole tarvetta, ei ole kuullut asiasta
- Kiire ja resurssien puute (yritys on pieni)
- Vastuullisuus on koko liiketoiminnan perusta (ei nähdä tarvetta tehdä vastuullisuuden olennaisuusanalyysia)
- Ei ole vielä tehnyt, mutta ollaan tekemässä

Vastuullisuuden arvotukseen vaikuttavat sidosryhmät



Vastuullisuuden arvotukseen vaikuttavat sidosryhmät

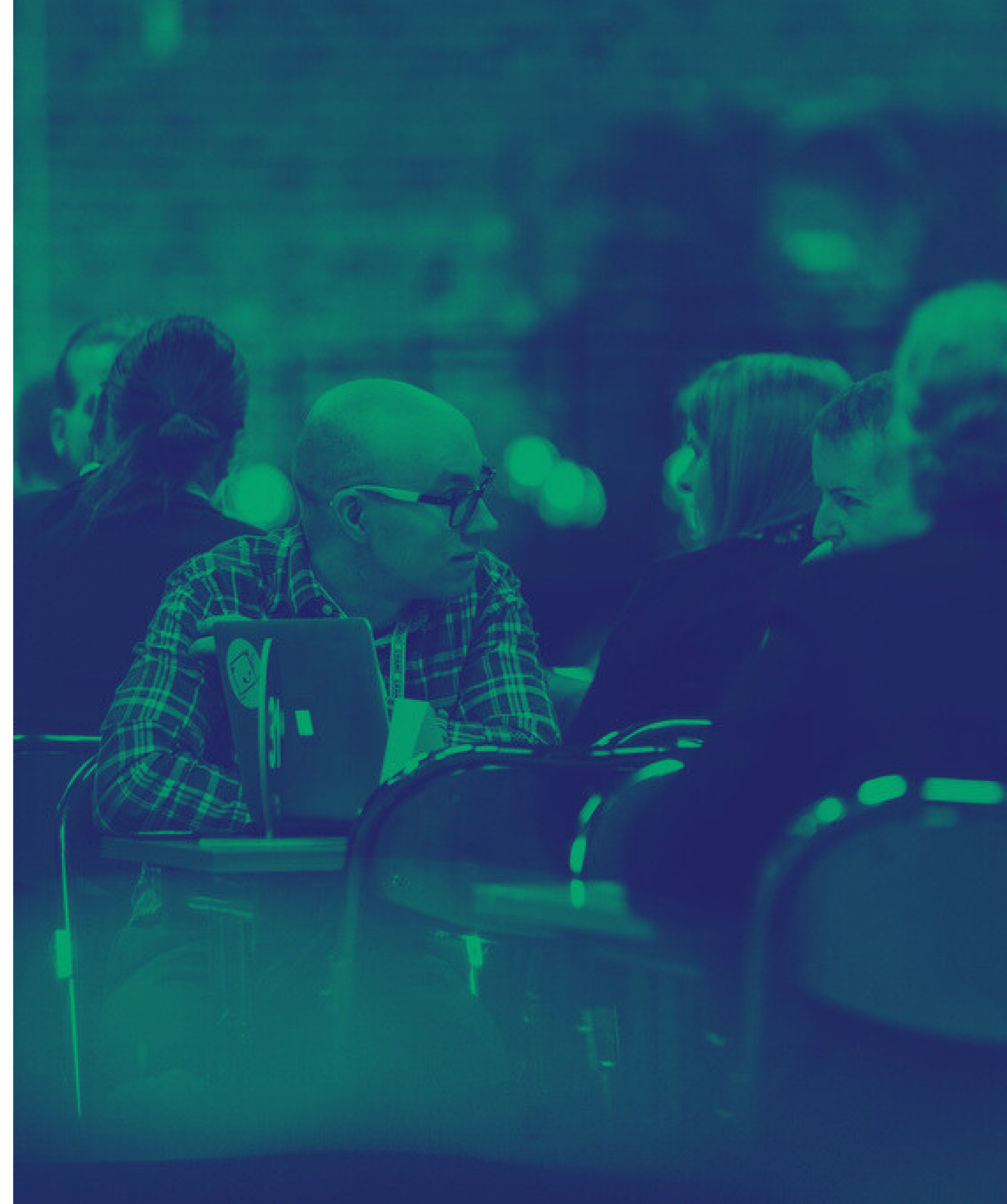
Vastuullisuuteen vaikuttavista sidosryhmistä kolme tärkeintä ovat 1) asiakkaat 68 % 2) hallitus ja omistajat 58 % sekä 3) työntekijät 48 %.

Vähiten yritysten vastuullisuuteen vaikuttavat 1) media 14 %, 2) rahoittajat 18 % ja 3) lainsäätäjät 30 %.

Yhteistyökumppanien merkitys korostuu vastuullisuuteen vaikuttavana sidosryhmänä* 1) tuotteita valmistavilla ja 2) tuotteita/palveluita tuottavilla yrityksillä.

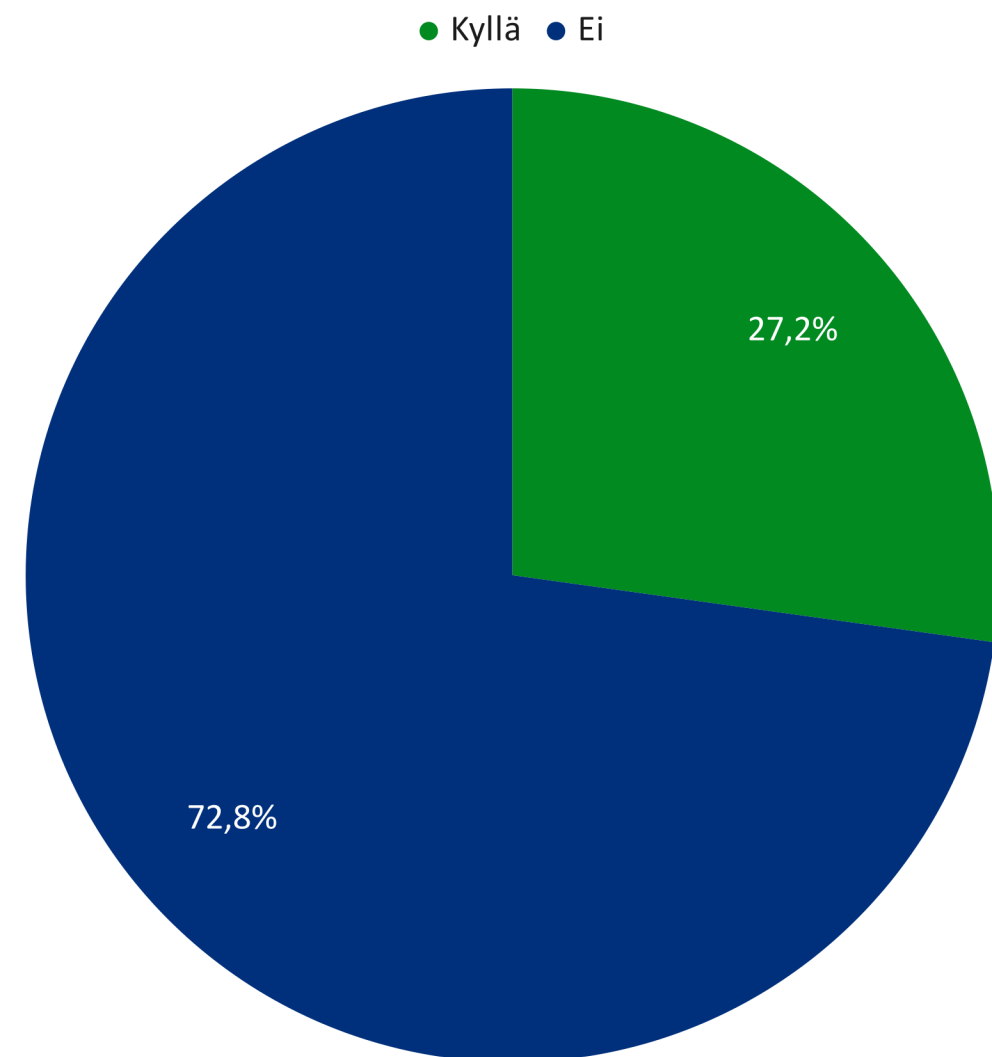
Palveluita tuottavilla yrityksillä eniten vaikuttavien sidosryhmien lista on samat kolme, kuin kaikilla vastaajilla, mutta eri järjestyksessä (hallitus ja omistajat 70 %, asiakkaat 60 % ja työntekijät 58 %).

**Alihankintaketjujen merkitys korostuu näissä kahdessa ryhmässä.*



Vastuullisuuden asettamat haasteet

Aiheuttaako vastuullisuuden noudattaminen tai -vaatimukset jotain haasteita yrityksenne liiketoiminnalle?



Vastuullisuuden asettamat haasteet

Suurin osa yrityksistä (73 %) ei koe, että vastuullisuuden noudattaminen tai vastuullisuuden asettamat vaatimukset aiheuttavat haasteita yrityksen liiketoiminnalle.

Hieman yli neljännes (27 %) kokee, että vastuullisuuden noudattaminen tai sen asettamat vaatimukset aiheuttavat haasteita yrityksen liiketoiminnalle. Suurimmat haasteet liittyvät tuotteiden/palveluiden osto- ja/tai myyntihintaan.

Haasteita tunnistavissa yrityksissä ei uskota, että vastuullisuudella on merkitystä asiakkaalle tai tuotteen/palvelun loppukäyttäjälle. Siksi vastuullisuuteen ei kannata panostaa.

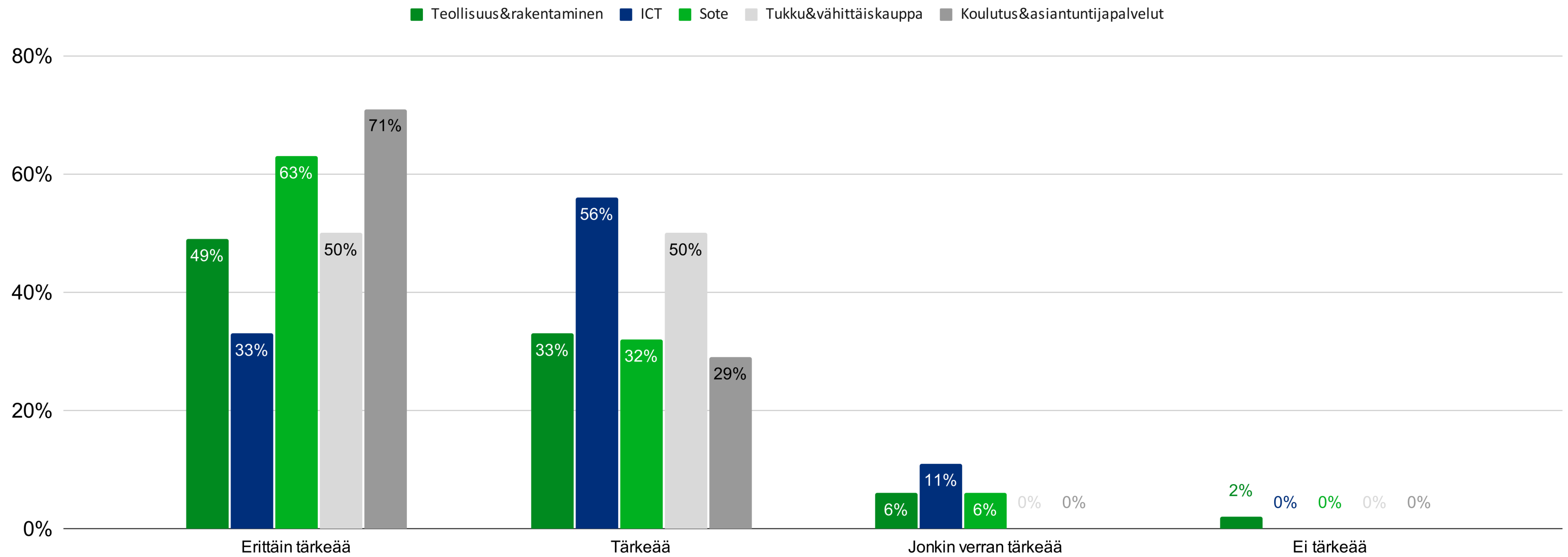
Hinta ratkaisee aina, uskoo osa haasteita tunnistavista yrityksistä – ne uskovat, että vastuullisesti tuotettujen palveluiden/tuotteiden korkeat kustannukset ja myyntihinta vs. kilpailijoiden halvemmat hinnat vaikuttavat asiakkaiden ostopäätöksiin.

Yritysten resurssit, vastuullisemmat toimittajat tai materiaalit aiheuttavat myös haasteita.

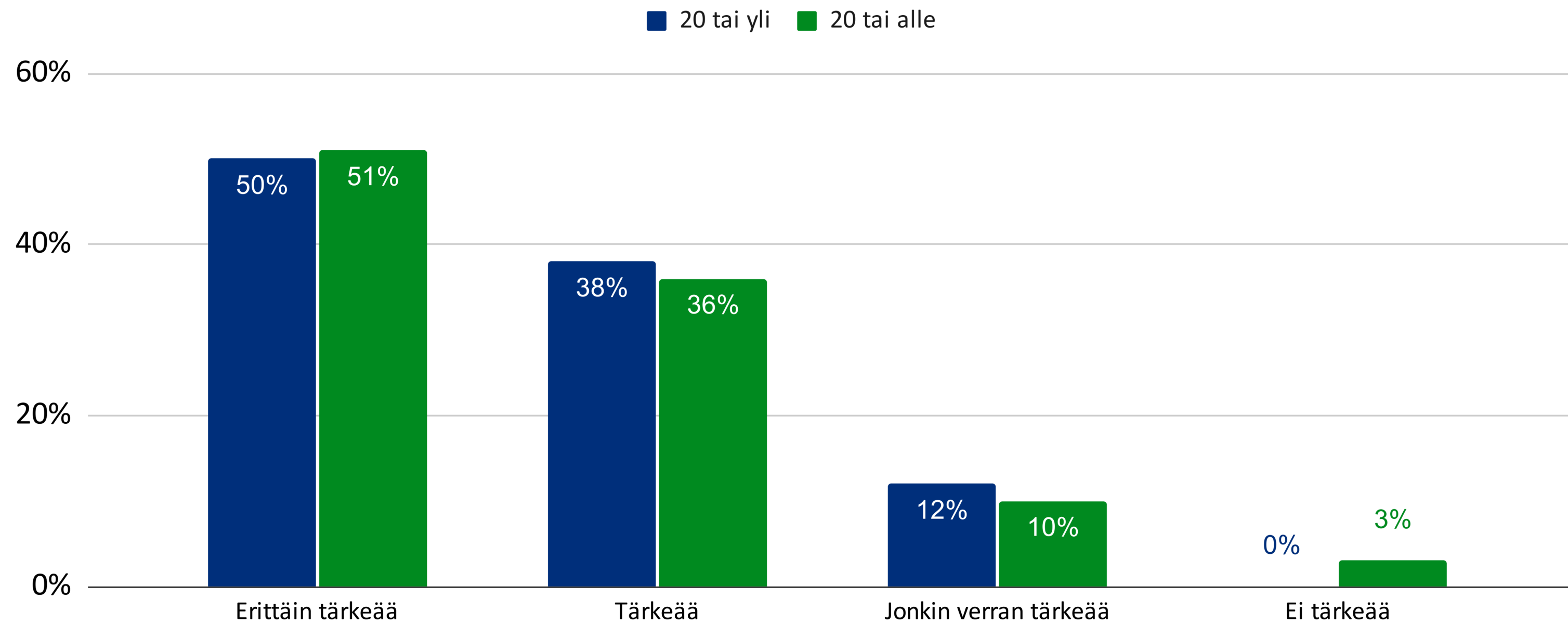
Osalle yrityksistä haasteet liittyvät lisääntyvään työhön (selvitykset/raportit) tai siihen, että ei ole tarjolla toimijoita/raaka-aineita, jotka täyttävät yrityksen asettamat vastuullisuuden vaatimukset.

- Tuotteita valmistavista yrityksistä yksi kolmasosa (33 %) kokee, että vastuullisuuden noudattaminen tai vastuullisuuden vaatimukset aiheuttavat haasteita yrityksen liiketoiminnalle. Palveluita tuottavat yrityksistä näin kokee 30 %.
- Palveluita/tuotteita tuottavista yrityksistä ainoastaan 10 % näkee, että vastuullisuuden noudattaminen tai vastuullisuuden vaatimukset aiheuttavat haasteita yrityksen liiketoiminnalle.

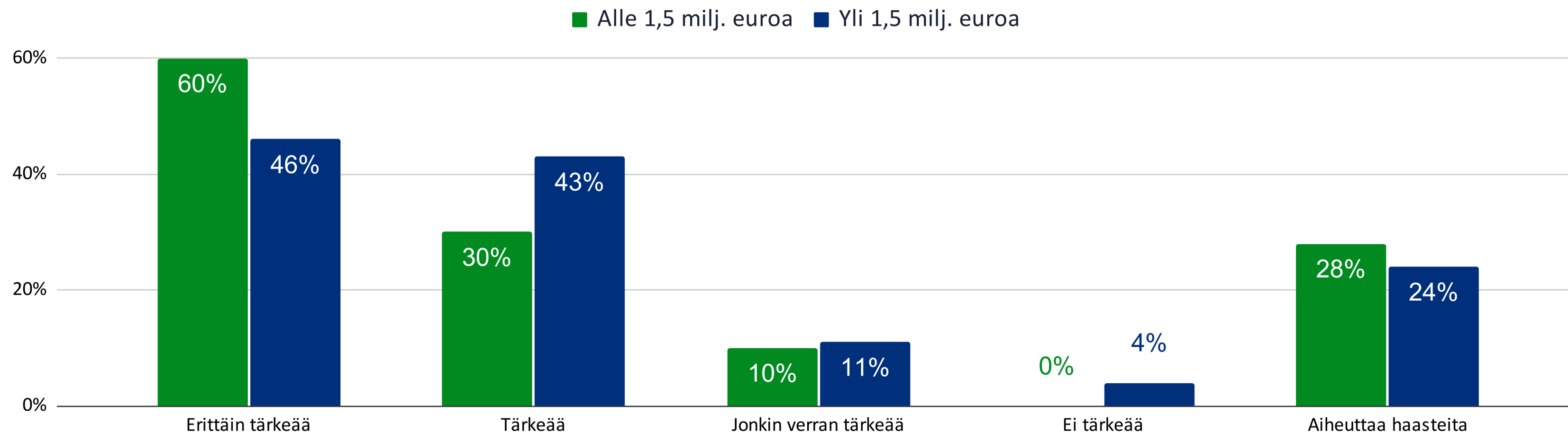
Vastuullisuuden arvotus toimialoittain



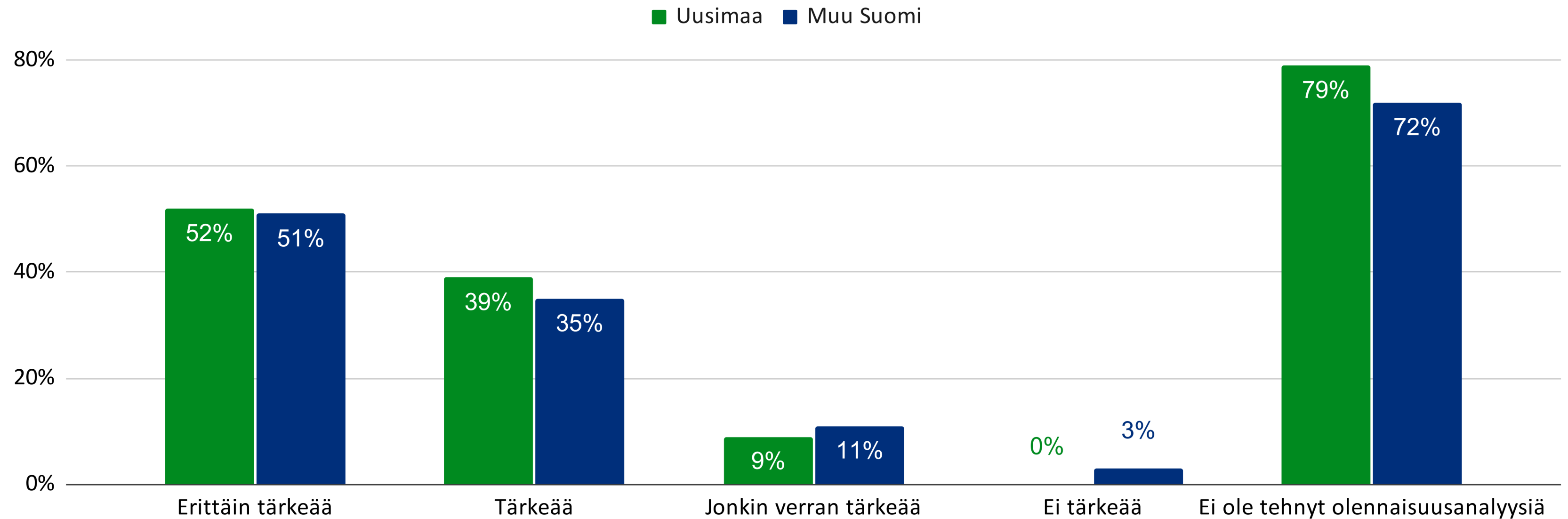
Henkilöstömäärän vaikutus vastuullisuuden merkitykseen



Liikevaihdon vaikutus vastuullisuuden arvotukseen ja vastuullisuuden asettamat haasteet



Vastuullisuuden arvotus Uusimaa vrt. muut maakunnat



Johtopäätöksiä

1 Suomalaiset pk-yritykset pitävät vastuullisuutta tärkeänä, mutta vastuullisen toiminnan tunnistaminen ja toiminta on vielä heikoissa kantimissa.

Vastuullisuuteen vaikuttavista sidosryhmistä tärkein on asiakkaat.

Lähes kaikki yritykset pitävät vastuullisuutta tärkeänä (87 %), mutta vain pieni osa 18 % on pyrkinyt tunnistamaan asiakkaiden, sidosryhmien tarpeet ja odotukset yrityksen vastuulliselle toiminnalle.

Osa yrityksistä pitää vastuullisuuden nostavan tuotteidensa ja palveluidensa hintaa sekä kokevat, että vastuullisuus ei loppujen lopuksi vaikuta asiakkaiden päätöksiin niin paljon, kuin annetaan ymmärtää.

Jos yrityksissä uskotaan vastuullisuuden olevan merkityksetöntä asiakkaille, vaikuttaako se haitallisesti yritysten vastuullisuuteen?

Johtopäätöksiä

2 Vähiten yritysten liiketoiminnan vastuullisuuteen vaikuttavat media ja rahoittajat.

Tämä on kiinnostavaa, sillä viime aikoina on puhuttu yhä enenevässä määrin siitä, miten rahoittajat ovat alkaneet kiinnittää huomiota rahoitusta hakevien yritysten liiketoiminnan vastuullisuuteen.

On selvää, että jatkossa rahoituksen saanti vaikeutuu yrityksille, jotka eivät huomioi vastuullisuutta omassa liiketoiminnassaan.

Yhteistyökumppaneiden merkitys korostuu vastuullisuutta vaativissa sidosryhmissä tuotteita sekä tuotteita ja palveluita tuottavissa yrityksissä.

Tähän vaikuttaa isompien yritysten vastuullisuusvaatimukset heidän alihankintaketjussa mukana oleville yrityksille.

Johtopäätöksiä



3 Yritysten toimialalla ei merkittävää vaikutusta siihen, miten vastuullisuus arvotetaan.

Odotetusti sosiaali- ja terveysalalla vastuullisuus on yli 60 prosentille yrityksistä erittäin tärkeää. Vastuullisuus on erittäin tärkeää myös koulutus-, konsultointi- ja asiantuntijapalvelualueiden yrityksille (71,4 %). (Otos tässä toimialassa kuitenkin aika pieni.)

Tulos on ristiriitainen: Palveluita tuottavista yrityksistä – esimerkiksi yllämainitut toimialat – huomattavasti pienempi joukko on tehnyt olennaisuusanalyysin kuin tuotteita valmistavista yrityksistä.

Tulos voi kertoa siitä, että vaikka vastuullisuus koetaan erittäin tärkeänä, yrityksissä ei nähdä tarvetta selvittää ja kuvata vastuullisuutta.

Myös tukku- ja vähittäiskaupan alalla kaikki vastanneet yritykset kokevat vastuullisuuden vähintään tärkeänä. Tällä toimialalla kuluttajien odotukset vastuullisesta liiketoiminnasta näkyvät suorimmin.

Johtopäätöksiä

4 Yritysten henkilöstömäärällä tai liikevaihdolla ei ole merkittävää vaikutusta yritysten vastuullisuuden arvotukseen. Enemmistö yrityksistä ei koe vastuullisuuden aiheuttavan haittaa liiketoiminnalle.

Enemmistö pienimmistä yrityksistä (68 %) ei koe vastuullisuuden aiheuttavan haittaa liiketoiminnalle.

Vastaavasti enemmistö isommista yrityksistä (76 %) ei koe vastuullisuuden aiheuttavan haittaa liiketoiminnalle.

Isommilla yrityksillä voi kuitenkin olla pienempiä yrityksiä enemmän aikaa ja resursseja perehtyä vastuullisuuden arvotukseen. Tämä voi selittää eroa (8 %), jossa isompien yritysten kokemus haitoista eroaa hieman pienemmistä yritysten kokemuksesta.

Johtopäätöksiä



5 Yrityksillä on alueellisesti vain pieni ero vastuullisuuden arvotuksessa.

Pieni osa Uudenmaan yrityksistä pitää vastuullisuutta tärkeämpänä kuin muiden maakuntien yritykset.

Kuitenkin sekä Uudellamaalla että muualla Suomessa reilu 50 % yrityksistä pitää vastuullisuutta erittäin tärkeänä.

Yllättäen muiden maakuntien yritykset ovat tehneet vastuullisuuden olennaisuusanalyysin useammin kuin Uudenmaan yritykset.

Johtopäätöksiä



6 Yrityksen vastuullisen toiminnan tunnistaminen eli vastuullisuuden olennaisuusanalyysin tekemisen puute johtuu pitkälti siitä, että yritykset eivät tunne asiaa tai kokevat muiden liiketoiminnallisten tekijöiden ajavan vastuullisuuden olennaisuusanalyysin tekemisen ohi.

Aiheuttaako vastuullisuus haasteita liiketoiminnalle?

Vastuullisuuden olennaisuusanalyysin ei tehneet (N=77)

- 16 (20,1 %) kyllä aiheuttaa
- 60 (78 %) ei aiheuta

Vastuullisuuden olennaisuusanalyysin tehneet (N= 19)

- 10 (52,6 %) kyllä aiheuttaa
- 9 (47,4 %) ei aiheuta

Tämä on yllättävää. Tästä voi kärjistäen tulkita, että tieto lisää tuskaa. Jos vastuullisuuden teemoja on kartoitettu syvällisemmin, nähdään myös haasteita.

Jos analyysiä ei ole tehty, voidaan olla autuaan tietämättömiä vastuullisuuden teemoista — ja siksi niitä ei koeta haasteina.

Lisätietoja kyselystä

Kasvu Open

Jaana Seppälä,
toimitusjohtaja

jaana.seppala@kasvopen.fi



Suomalaisen Työn Liitto

Katri Viippola,
toimitusjohtaja

katri.viippola@suomalainen.tyo

