



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Olga Vartiainen

Kestävä kehitys Suomen pk-yrityksissä: Case innovatiiviset ja kansainvälistyvät pk-yritykset

Kestävän kehityksen taso, liiketoimintahyödyt ja haasteet

Laskentatoimen ja rahoituksen yksikkö
Taloustieteen maisteriohjelma
Taloustieteen pro gradu -tutkielma

Vaasa 2022

VAASAN YLIOPISTO**Laskentatoimen ja rahoituksenyksikkö**

Tekijä:	Olga Vartiainen		
Tutkielman nimi:	Kestävä kehitys Suomen pk-yrityksissä: Case innovatiiviset ja kansainvälistyvät pk-yritykset : Kestävän kehityksen taso, liiketoimintahyödyt ja haasteet		
Tutkinto:	Kauppätieteiden maisteri		
Oppiaine:	Taloustieteen maisteriohjelma		
Työn ohjaaja:	Carita Eklund		
Valmistumisvuosi:	2022	Sivumäärä:	78

TIIVISTELMÄ:

Kestävä kehitys on noussut valtiota, yrityksiä, ja yksilöitä koskettavaksi megatrendiksi. Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jolla pyritään turvaamaan nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Suomalaisilla yrityksillä on yleisesti ottaen kansainvälisesti hyvä maine kestävän kehityksen saralla. Suomen yrityksistä suurin osa on alle 250 henkeä työllistäviä pieniä ja keskisuuria yrityksiä, mutta tällä hetkellä kestävän kehityksen vaatimukset koskettavat pääosin suuria yrityksiä.

Tutkimuksessa tutkitaan kestävää kehitystä suomalaisissa kansainvälistyvissä ja innovatiivisissa pk-yrityksissä: mikä on kestävän kehityksen taso yrityksissä, mitä kestävän kehityksen liiketoimintahyötyjä yritykset tunnistavat ja mitä haasteita yritykset tunnistavat kestävän kehityksen toimille. Metodina käytetään monimenetelmällistä case-tutkimusta: kvantitatiivista nettikyselylomaketta sekä kvalitatiivisesti syvähaastatteluja. Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen aineisto koostuu Business Finlandilta rahoitusta saaneista yrityksistä, jotka ovat suomalaisia, kansainvälistyviä ja innovatiivisia pk-yrityksiä. Kestävää kehitystä tarkastellaan erityisesti ympäristöllisen, sosiaalisen ja taloudellisen näkökulman kautta. Tutkimuksessa käydään läpi kestävää kehitystä pk-yrityksissä, liiketoimintahyötyjä ja haasteita olemassa olevien tutkimuksien avulla.

Tutkimuksen tuloksena havaitaan, että suurin osa suomalaisista kansainvälistyvistä ja innovatiivisista yrityksistä on huomionut kestävän kehityksen liiketoiminnassaan ja yritysjoukko jakautuu tasaisesti kestävän kehityksen tason eri vaiheisiin. Valtaosa tunnistaa kestävän kehityksen tuovan yritykselle liiketoimintahyötyjä, joita ovat kilpailukyvyyn tai -edun saaminen, tulevaisuuden toimintaedellytysten varmistaminen sekä myynnin ja maineen kasvattaminen. Yritykset kohtaavat haasteita kestävän kehityksen vaikutusten mittaamisessa ja seurannassa, hallinnollisen taakan lisääntymisessä ja henkilöstön ja muiden resurssien riittämättömyydessä. Lisäksi vaikeutena on varmistua sidosryhmien toiminnan kestävydestä. Tutkimuksen tulokset ovat pääosin linjassa muiden yritysten kestävää kehitystä käsittelevien tutkimusten kanssa. Kestävän kehitysten vaatimuksen ja toimien painottuminen suurempiin yritysisiin näkyy myös tutkimuksen tuloksissa, joiden mukaan keskisuuret yritykset kohtaavat pienempiä yrityksiä enemmän kestävän kehityksen haasteita.

AVAINSANAT: Pienet ja keskisuuret yritykset, kestävä kehitys, yritysvastuu, kyselytutkimus, haastattelututkimus

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Kestävä kehitys pk-yrityksissä	9
2.1	Kestävän kehityksen tausta	12
2.2	Yritysvastuu	15
2.3	ESG-viitekehys	17
2.3.1	Ympäristövastuu	19
2.3.2	Sosiaalinen vastuu	20
2.3.3	Taloudellinen vastuu ja hyvä hallinto	21
2.4	Kestävän kehityksen tuotto	22
2.5	Kestävän kehityksen liiketoimintahyödyt	25
2.6	Kestävän kehityksen haasteet	28
2.7	Kestävän kehityksen vaiheiden malli	31
3	Metodologia	37
3.1	Kyselytutkimuksen toteutus	38
3.2	Haastattelujen toteutus	41
4	Tulokset	45
4.1	Kestävän kehityksen taso	46
4.2	Kestävän kehityksen liiketoimintahyödyt	49
4.3	Kestävän kehityksen haasteet	54
5	Johtopäätökset	60
	Lähteet	64
	Liitteet	76
	Liite 1. Kyselylomake	76
	Liite 2. Haastattelukysymykset	78

Kuvat

Kuva 1. Yritysvastuun iso kuva ”talo” (Liappis, Pentikäinen ja Vanhala, 2019 s. 7).	16
Kuva 2. Kestävän kehityksen vaiheiden malli (Willard, 2012; UN Global Compact, 2022)	32
Kuva 3. Vastaajien yrityskoko	45
Kuva 4. Kestävän kehityksen vaiheiden malli ja kyselyn vastaajat	47

Taulukot

Taulukko 1. Kestävä kehitys yritysten liiketoiminnassa	46
Taulukko 2. Kestävän kehityksen liiketoimintahyödyt	50
Taulukko 3. Kestävän kehityksen haasteet	55

1 Johdanto

Kestävä kehitys korostuu yhä enemmän koko yhteiskuntaa; valtiota, yrityksiä, sijoittajia, yksilöitä ja kansalaisryhmiä koskevana tekijänä. Kehittyneiden maiden tapa mitata hyvinvointia ei ole kestävällä pohjalla, vaan perustuu kuluttamisen jatkuvaan kasvuun. Yritysten arvонуonti ja talouskasvu ovat tulosta modernista orjuuttamisesta ja luonnonvarojen liikakäytöstä. Globalisaation myötä ihmisten välinen eriarvoisuus on kasvanut ja yritysten toimintaketjut ovat leviittyneet laajalle ympäri maapalloa, ja samalla niiden seuraaminen on hankaloitunut.

Ihmisen toimista aiheutuneet globaalit kriisit kuten ilmasto- ja biodiversiteettikriisi kohtelevat ihmisiä epäoikeudenmukaisesti ja uhkaavat elämää maapallolla. Hallitusten välisen ilmastopaneelin IPCC:n (2022), mukaan maapallon lämpenemisen rajoittaminen turvallisena pidettyyn 1,5 asteeseen suhteessa esiteolliseen aikaan ei erittäin todennäköisesti ole enää saavutettavissa. Rajan ylittämisen seuraukset tulevat olemaan ihmiselle ja luonnolle monin tavoin dramaattisemmat. Ympäristöongelmat eivät ole irrallisia sosiaalisista ja taloudellisista ongelmista.

Ilmastonmuutoksen hillitsemiseen ja sopeutumiseen vaadittavat kuluttajien, yhteisöjen ja yritysten vastuullisiin valintoihin linkittyvät motivaatiotekijät ovat nousseet esille (IPCC, 2022). Yritysten sidosryhmät ovat alkaneet vaatia yrityksiltä kestäviä toimia ja läpinäkyvyyttä. Mikäli yrityksen toiminnoissa tai toimintaketjusta paljastuu ihmisoikeuksia ja ympäristöä vahingoittavia toimia, on riskinä sosiaalisen toimintaluvan menettäminen. Kolonialismin taakka ja alkuperäiskansojen kohtelu ovat taustalla siihen, miten tänä päivänä myös ympäristöön liittyvien tekijöiden lisäksi ihmisoikeudet, tasa-arvoon ja rasismiin vastaisuuteen liittyvät liikkeet, kuten esimerkiksi Black Lives Matter -liike, muuttavat yritysten toimintaympäristöä ja lisäävät yrityksiin kohdistuvia vaatimuksia.

Kestävä kehitys nähdään erityisesti sijoittajamaailmassa trendikkäänä ja yrityksen arvoa kasvattavana tekijänä. Osakkeenomistajien voiton maksimointia kyseenalaistetaan ja

yri­tysten velvollisuudet kaikkia sidosryhmiä kohtaan korostuvat entisestään. Päätöksenteko perustuen lyhyen aikavälin tähtäimeen ei ole kestävä­ä, vaan on otettava pidemmän aikavälin tähtäin huomioon. Suurien yrityk­si­en kohdalla kestä­vän kehityksen kriteerit ovat tiukentuneet viime vuosien aikana ja nämä kriteerit ovat valumassa suuryritysten arvoketjujen kautta myös pieniin ja keskisuuriin yrityksiin mm. EU:n yritys­v­astuulain myötä.

Suomalaisilla yrityksillä on yleisesti ottaen hyvä maine kestä­vän kehityksen saralla. Suomi on listattu eri maiden vertailussa kestä­vän kehityksen johtajamaaksi (Robeco, 2022). Keskeiset suorituskyvyn tekijät, joilla Suomi erottautuu muista listauksen kärkimaista ovat ympäristö ja hallinto. Kestävässä kehityksessä ei olla koskaan valmiita, vaan tehtävää riittää aina ja erityisesti tällä hetkellä. Venäjän hyökkäys Ukrainaan 24.2.2022 ja siitä seurannut epävakaa turvallisuustilanne Euroopassa ja Euroopan riippuvuus Venäjän fossiilista energianlähteistä on nostanut keskusteluun kestä­vän kehityksen tärkeyden entisestään. Vihreä siirtymä ja sosiaalinen oikeudenmukaisuus nostavat yhä enemmän merkitystään tulevaisuudessa.

Suomen suurimpina haasteina ovat ilmastonmuutoksen torjunta, kestävämmät kulutus- ja tuotantotavat sekä luonnon monimuotoisuuden köyhtymisen pysäyttäminen (Valtioneuvosto, 2021). Suomalaisten yritysten liiketoimintamahdollisuudet vihreässä siirtymässä sekä vaadittavissa kiertotalousratkaisuissa ovat merkittävät. Suomalaisista yrityksistä suurin osa (99,8 %) on pieniä ja keskisuuria yrityksiä, jotka työllistävät alle 250 henkilöä (Elinkeinoelämän Keskusliitto A, 2019). Pk-yritysten merkitys Suomen yritys­kannassa on siis huomattava, mutta tällä hetkellä kestä­vän kehityksen vaatimukset koskettavat pääosin suuria yrityksiä.

Sijoittajat, liikekumppanit ja asiakkaat vaativat nykyään yritys­v­astuullisesti enemmän kuin laissa vaaditaan. Tämä johtaa tilanteeseen, jossa kestävyys on osittain vaatimustenmukaisuutta ja osittain ennakoivaa strategista liiketoiminnan kehittämistä, sillä kestävien liiketoimintamallien on yhä useammin osoitettu tuovan yrityksille etua

markkinoilla (Sætra, 2021). Kestävän kehityksen toimia ei voida jättää vain suuryritysten vastuulle, vaan toimia vaaditaan yhä enenevässä määrin myös pk-yrityksiltä ja siksi on tärkeää ymmärtää pk-yritysten valmiudet kestävän kehityksen toimien integroinnille.

Tutkimuksessa tutkitaan kestävästä kehitystä suomalaisissa kansainvälistyvissä ja innovatiivisissa pk-yrityksissä: mikä on kestävän kehityksen taso yrityksissä, mitä kestävän kehityksen liiketoimintahyötyjä yritykset tunnistavat ja mitä haasteita yritykset tunnistavat kestävän kehityksen toimille. Metodina käytetään monimenetelmällistä case-tutkimusta: kvantitatiivista nettikyselylomaketta sekä kvalitatiivista syvähaastattelua. Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen aineisto koostuu Business Finlandilta rahoitusta saaneista yrityksistä, jotka ovat suomalaisia, kansainvälistyviä ja innovatiivisia pk-yrityksiä. Kestävää kehitystä tarkastellaan erityisesti ympäristöllisen, sosiaalisen ja taloudellisen näkökulman kautta. Tutkimuksessa käydään läpi kestävästä kehitystä pk-yrityksissä olemassa olevien tutkimuksien avulla: tutkimuksessa käsitellään kestävän kehityksen määritelmää ja viitekehyksiä, kuvataan kestävän kehityksen ja vastuullisuuden tuottoa sekä liiketoimintahyötyjä ja haasteita. Lisäksi avataan yrityksen kestävän kehityksen vaiheiden malli, jota on hyödynnetty tutkimuksen metodeissa.

Tutkimuksen tuloksena havaitaan, että suurin osa suomalaisista kansainvälistyvistä ja innovatiivisista yrityksistä on huomionnut kestävän kehityksen liiketoiminnassaan ja yritysjoukko jakautuu tasaisesti kestävän kehityksen vaiheiden mallin eri vaiheisiin. Valtaosa tunnistaa kestävän kehityksen tuovan yritykselle liiketoimintahyötyjä, joita ovat kilpailukyvyyn tai -edun saaminen, tulevaisuuden toimintaedellytysten varmistaminen, myynnin ja maineen kasvattaminen. Yritykset kohtaavat haasteita kestävän kehityksen vaikutusten mittaamisessa ja seurannassa, hallinnollisen taakan lisääntymisessä ja henkilöstön ja muiden resurssien riittämättömyydessä. Lisäksi vaikeutena on varmistua sidosryhmien toiminnan kestävydestä. Tutkimuksen tulokset ovat pääosin linjassa muiden yritysten kestävästä kehitystä käsittelevien tutkimusten kanssa. Kestävän kehitysten vaatimuksen ja toimien painottuminen suurempiin yrityksiin näkyy myös

tutkimuksen tuloksissa, joiden mukaan keskiuuret yritykset kohtaavat pienempiä yrityksiä enemmän kestäväen kehityksen haasteita.

2 Kestävä kehitys pk-yrityksissä

Tavanomaiset kestävän kehityksen ja vastuullisuuden mittaamisen ja raportoinnin käytännöt eivät aina sovellu pienemmille yrityksille, sillä ne ovat yleisesti suunniteltu suurten yritysten käyttöön (Spence, 1999). Suomen yritys kentässä pk-yritykset kattavat suurimman osan yrityksistä, joista 93 % on alle 10 henkeä työllistäviä mikroyrityksiä (EK, 2019). Pienet ja keskisuuret yritykset, eli ”pk-yritykset”, määritellään yrityksiksi, joiden palveluksessa on vähemmän kuin 250 työntekijää ja joiden joko vuosiliikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma enintään 43 miljoonaa euroa (Tilastokeskus, 2022).

Silvoja ja Landau (2019, s. 11) toteavat kestävän kehityksen ja vastuullisuuden nousseen globaaliksi kaikkia koskettavaksi megatrendiksi. Ympäristöministeriön (2021) mukaan kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jolla pyritään turvaamaan nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Kestävän kehityksen määrittelyn mukaisesti kaiken ihmisen toiminnan tulee pysyä planeetan ekologisen kantokyvyn rajoissa ja luonnonvaroja ei tule kuluttaa ekosysteemien uusiutumisrajojen yli (Suomen YK-liitto, 2022). Nykyinen kuluttamisen kasvuun perustuva talousmalli ei ole kestävän kehityksen määritelmän mukaista ja siksi uhkaa ihmisen olemassaoloa. Maiden hallitukset eivät ole kyenneet tekemään tarpeeksi nopeasti riittäviä päätöksiä kestävän kehityksen edistämiseksi.

Kestävän kehityksen kannattajiksi mielletään helposti kansainväliset järjestöt, poliitikot ja kuluttajat, mutta myös yhä useammin yritykset harjoittavat vastuullista liiketoimintaa (Silvoja ja Landau, 2019, s. 11). Bridges ja Eubank (2021, s. 26) määrittelevät kestävän kehityksen olevan organisaatiolle jatkuva prosessi, jossa se pyrkii vähentämään ja lopulta poistamaan aiheuttamansa kielteiset vaikutukset yhteiskunnallisiin ja ympäristöllisiin resursseihin. Samalla organisaatio pyrkii lisäämään hyötyjä, joita se tarjoaa yhteiskunnalle kaupallisella toiminnallaan samanaikaisesti ylläpitäen tai parantaen kannattavuuttaan ja suorituskykyään markkinoilla.

Yritysten kohdalla kehitystä hidastaa vastuullisuuden perustuminen vapaaehtoisuuteen sekä se, että säännöt ja yhtenäiset toimintatavat ovat suurelta osin vasta kehittymässä (Silvola ja Landau, 2019, s. 19). Euroopan komission mukaan yritysten vapaaehtoisuuteen perustuvilla yritys vastuutoimilla ei ole saavutettu tarpeeksi myönteistä kehitystä laajassa mittakaavassa (Valtionneuvosto, 2022). Yritys- ja rahoitusmaailman roolin korostuminen tapahtuu Sætran (2021) mukaan osittain lain ja sääntelyn muodossa olevan pakottamisen kautta, mutta osittain myös epävirallisempien prosessien vuoksi, jotka liittyvät yritysten sosiaalisen toimiluvan tarpeeseen.

Maailman suurimmat yritykset vertautuvat nykyään talouden mittareilla maailman suurimpiin valtioihin: esimerkiksi vähittäiskauppaketju Walmartin liikevaihto on suurempi kuin monien valtioiden kansantalous (Liappis, Pentikäinen ja Vanhala, 2019, s. 15). Mikäli yritykset toimivat sosiaalisesti ja ympäristöllisesti tiedostavasti ja vastuullisesti, ovat ne tarpeeksi suuria vaikuttamaan ja johtamaan kestävän kehityksen muutosta (Willard, 2012). Burke ja Gaughranin (2007) mukaan suurten yritysten alihankintaketjuissa on yleensä mukana pienempiä yrityksiä, joihin suuriin yrityksiin kohdistuvat vaatimukset tulevat myös tulevaisuudessa vaikuttamaan.

Vastuullisuusraportointi ei ole pk-yrityksille pakollista, kun taas yleisesti suurimmat pörssiyritykset tekevät yritys vastuuraportin taustalla olevan olennaismäärittelyn, jonka avulla selvinneet olennaiset yritys vastuuasiat kuten ympäristöä, työntekijöitä ja sosiaalisia asioita, ihmisoikeuksia sekä korruption ja lahjonnan torjunnan toimintalinjat sisällytetään vuosiraportoinnin osaksi (Hyrskke ja muut, 2020, s. 69; Työ ja elinkeinoministeriö, 2022a). Työ- ja elinkeinoministeriö (2009) on laatinut pienten ja keskisuurten yritysten tueksi yritys vastuun raportointiohjeet. Niiden oletuksena on, että vähintään listatut, mutta myös listaamattomat pienet ja keskisuuret yritykset hyödyntävät ohjeita oman liiketoiminnan tukena ja keskeisille sidosryhmille viestittäessä yhä enemmän.

Nykyisten vastuullisuuden mittaamisen ja raportoinnin käytäntöjen soveltumattomuus pk-yrityksille johtuu Aragón-Correan, Hurtado-Torresin, Sharman ja García-Moralesin, (2008) mukaan pienempien yritysten rakenteiden epämuodollisuudesta ja suoraviivaisuudesta verrattuna suurempien yritysten rakenteisiin. Laajamittaiset yhteiskuntavastuun toimet eivät ole yleensä tarpeen tai kustannustehokkaita pk-yritysten ylläpidettäviksi (Jenkins, 2004). Yhteiskuntavastuun proaktiivisuuden tutkimus painottuu suurelta osin suuriin yrityksiin, ja pk-yritysten tarkastelu on jäänyt vajaammalle huomiolle (Aragón-Correa ja muut, 2008; Spence, 1999).

Jenkinsin mukaan (2004) pk-yritysten vähempi aktiivisuus vastuullisuudessa verrattuna isompiin yrityksiin liittyy yrityksen sisäisiin tekijöihin, kuten niukkoihin resursseihin ja epäsoviviin raportointimalleihin. Verrattuna isoihin yrityksiin pk-yrityksillä on yleensä vähemmän resursseja kuten pääomaa, aikaa, tietotaitoa ja henkilökuntaa (Jenkins, 2004). Brammer (2012) näkee resurssien rajallisuuden yhtenä pääsyyntä sille, miksi pk-yritykset eivät toteuta kestävän kehityksen toimenpiteitä proaktiivisesti. Hillaryn (2004) mukaan epäsovivat resurssit ja implementoinnin ongelmat ovat pääesteitä kestävän kehityksen implementoinnille.

Sidosryhmät eli sijoittajat, liikekumppanit ja asiakkaat vaativat nykyään yritys vastuullisesti enemmän kuin laissa vaaditaan (Sætra, 2021). Ulkoisesti pk-yrityksiin kohdistuu myös vähemmän painetta ulkoisilta sidosryhmiltä, kuten sijoittajilta rahoituksellisen rakenteen vuoksi (Jørgensen & Knudsen, 2006). Sidosryhmien aiheuttama maineriski on myös pienempi pk-yrityksille, sillä yhteiskunnallisen tarkkailun kohteena ovat yleensä suuret yritykset (Jørgensen & Knudsen, 2006; Spence & Lozano, 2000).

Burke ja Gaughran (2007) korostavat kestävään kehitykseen liittyvien huolenaiheiden ja ongelmien lisääntyvän nopeasti, mikä näkyy vapaaehtoisten standardien, eurooppalaisten direktiivien ja paikallisen lainsäädännön muutoksissa. Suuret yritykset ovat jo ottaneet käyttöön asianmukaisia johtamisjärjestelmiä ja lähestymistapoja kuten laatu- ja ympäristövaatimukset toimitusketjuissa.

Sætra (2021) korostaa kuinka sidosryhmien vaatimukset koskien yritysvastuuta ylittävät nykyisten yritysvastuulakien vaatimukset. Tämä johtaa tilanteeseen, jossa kestävyys on osittain vaatimustenmukaisuutta ja osittain ennakoivaa strategista liiketoiminnan kehittämistä, sillä kestävien liiketoimintamallien on yhä useammin osoitettu tuovan yrityksille etua markkinoilla. Burken ja Gaughranin (2007) mukaan on vain ajan kysymys, että pk-yrityksille asetetaan sosiaalisia ja eettisiä vaatimuksia. Kilpailuedun saavuttamiseksi ennakoiva ja proaktiivinen asenne kestävään kehitykseen olisi järkevää myös pk-yrityksiltä.

2.1 Kestävän kehityksen tausta

Kestävä kehitys ja ajatus kestävästä kehityksestä juontuu Gro Harlem Brundtlandin johtaman Yhdistyneiden Kasakuntien (YK) komission vuoden 1987 raporttiin ”Our Common Future” (Liappis, Pentikäinen ja Vanhala, 2019). Raportissa täsmennetään, että taloudellinen kehitys ei ole mahdollista ilman sosiaalista ja ekologista kestävyttä (Sætra, 2021). Raporttia seurasivat kansainväliset ympäristökonferenssit Rioissa vuonna 1992, Kiotossa vuonna 1997 ja Pariisissa vuonna 2015, joiden pyrkimyksenä on kansainvälisten sopimusten kautta ilmastonmuutoksen hidastaminen (Liappis, Pentikäinen ja Vanhala, 2019, s. 14).

Ajan kuluessa on kehitetty erilaisia kansainvälisiä yritysvastuun sisältöä muovaavia viitekehyksiä konkretisoimaan yritysvastuun muuttuneita odotuksia. Liappis ja muut (2019, s. 20) korostavat viitekehystistä muun muassa YK:n Global Compactia ja Agenda 2030 kestävä kehityksen tavoitteita. Yritysvastuuta koskeva lainsäädäntö on myös kehittynyt. Tästä esimerkkinä on EU:ssa pakollinen muiden kuin taloudellisten tietojen raportointi suurille yrityksille (Liappis ja muut, 2019 s. 20). Tänä päivänä kestävä kehitys liike-elämässä ja politiikassa on yhtä useammin linjassa kestävä kehityksen tavoitteiden kanssa, jotka YK esitteli asiakirjassa: ”Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development” (Sætra, 2021).

YK:ssa vuonna 2015 sovittu kestävän kehityksen globaalitoimintaohjelma, Agenda 2030, sisältää 17 kestävän kehityksen tavoitetta (Sustainable development goals, SDG's), jotka maiden tulisi saavuttaa yhdessä vuoteen 2030 mennessä (Suomen YK-liitto, 2021). Universaalit eli kaikkia maita sitovat tavoitteet astuivat voimaan vuoden 2016 alussa (Sætra, 2021). YK:n kestävän kehityksen tavoitteet tähtäävät äärimmäisen köyhyyden poistamiseen sekä kestävään kehitykseen kattaen ympäristötavoitteet, sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen liittyvät tavoitteet sekä talouskasvuun, terveyteen ja työhön liittyvät tavoitteet (Suomen YK-liitto, 2021). Sætran (2021) mukaan YK:n kestävän kehityksen tavoitteet liittyvät selvästi useisiin perusihmisoikeuksiin, mutta erona Brutlandin ja muiden viitekehitykseen on se, että kestävän kehityksen tavoitteet sisältävät laajemman keskittymisen niin sanottuun viiteen P:hen: ihmisiin, planeettaan, vaurauteen, rauhaan ja kumppanuuksiin (People, Planet, Profit, Peace & Partnership).

Kestävä kehitys (sustainable development) on yläkäsite. Juutisen ja Steinerin (2010, 20–22, s. 30) mukaan yritysten toimien lisäksi kestävä kehitys sisältää julkisen sektorin, valtioiden hallitusten ja kansalaisjärjestöjen toimet. Kestävä kehitys omilla toimissaan toteuttava ja edistävä yritys kantaa yritysvastuuta. Vastuullisen liiketoiminnan alueella ensimmäisiä käytettyjä käsitteitä on ollut yhteiskuntavastuu eli corporate social responsibility (CSR), joka on lyhentynyt monien toimijoiden käytössä muotoon yritysvastuu corporate responsibility (CR) (Juutinen & Steiner, 2010, 20–22, 30; Liappis ja muut, 2019).

Keskusteluissa käytetään useita termejä kuten vastuullisuus, vastuullinen liiketoiminta, vastuullinen yritystoiminta, hyvä yrityskansalaisuus, eettinen yritystoiminta, kestävä yritystoiminta ja kestävyys (Werther & Chandler 2006, 6–7; Liappis ja muut, 2019 s. 6). Yrityksen käytännön toimina kaikki edellä esitetyt termit tarkoittavat lähes samaa (Juutinen & Steiner, 2010, 20–22, 30). Sijoittajien keskuudessa ESG-lyhenne on erittäin näkyvä. Lyhenne tulee sanoista environmental, social ja governance (Liappis ja muut, 2019 s. 6). ESG, CSR ja CR eivät kaikki tarkoita aivan samaa asiaa, mutta ne ovat riittävän

lähellä sisällyttämään kestävän kehityksen yhteisen olemuksen. Seuraavissa kappaleissa käymme läpi yritysvastuu- ja ESG-termejä tarkemmin.

YK julkaisi vuonna 2011 yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevat periaatteet (UN Guiding Principles), jotka rakentuvat kolmeen eri pilariin: valtioiden velvollisuuteen suojella ihmisoikeuksia, yritysten vastuuseen kunnioittaa ihmisoikeuksia ja korjaavien toimenpiteiden saatavuuteen (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2022b). Toimenpiteet ovat valtioille osoitettuja suosituksia hyvistä vähimmäistoimenpiteistä. Suomessa hallitus hyväksyi periaatteiden kansallisen toimeenpanosuunnitelman vuonna 2014. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2022b). YK:n ohjaavien periaatteiden jälkeen on syntynyt painetta yritys vastuulain ja taksonomian laadinnalle.

Tällä hetkellä EU:ssa valmisteltavan EU-tason yritys vastuulainsäätelyn, tavoitteena on edistää ihmisoikeuksien kunnioittamista ja siirtymää kohti hiilineutraalia taloutta. Sääntelyn tavoitteena on myös luoda yhtenäinen toimintaympäristö ja yhdenmukaiset vaatimukset unionissa toimiville yrityksille. Komission ehdotuksena on, että yrityksille säädetään asianmukainen huolellisuuden velvoite. Tällä tarkoitetaan sitä, että yrityksellä tulee olla selkeät prosessit oman, tytäryhtiöiden ja vakiintuneiden kumppaneiden toiminnan aiheuttamista haitallisista ihmisoikeus- ja ympäristövaikutusten tunnistamiseen, ehkäisemiseen, lieventämiseen ja korjaamiseen sekä toteutettujen toimenpiteiden seuranta. Seuraamukset yritys vastuulainsäädännön rikkomisesta kuuluivat myös direktiiviin. (Valtioneuvosto, 2022)

Kestävä kehitys näkyy myös rahoitusmaailmassa. Sætra, (2021) korostaa, että vaikka kestävä kehitys ja ympäristönsuojelua voidaan pitää hallitusten tehtävänä, yritys- ja rahoitusmaailmalla on yhä aktiivisempi rooli kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttamisessa. Elinkeinoelämän keskusliiton (2021a) mukaan EU:n Kestävän rahoituksen luokittelujärjestelmän eli taksonomian avulla rahoitus ja ilmastotavoitteiden toimeenpano kytketään yhteen rahoitus- ja investointikohteiden kestävyden määrittelyn avulla. Tavoitteena on, että kestävämmät hankkeet, jotka tukevat ilmasto- ja

ympäristövaikutuksia ja myöhemmin myös muita vastuullisuuden ulottuvuuksia saavat helpommin ja edullisemmin rahoitusta. Taksonomian ensi vaihe vuoden 2022 alussa vaikuttaa yli 500 henkeä työllistäviin pörssiyrityksiin, pankkeihin ja vakuutusyrityksiin kohdistuviin sijoituksiin. Jatkossa taksonomia tulee kattamaan myös muuta elinkeinoelämää (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2021a).

2.2 Yritysvastuu

Yritysvastuulla (corporate responsibility, CR) tarkoitetaan liiketoiminnan vastuullisuuden ja lainsäädännön vaatimusten ylittävien toimien suorittamista. Liappis ja muut (2019) painottavat yritysvastuun olevan laaja kokonaisuus, jonka painopisteet ja osa-alueet ovat muuttuneet ja täsmentyneet ajan kuluessa. Yritysvastuu pitää sisällään yrityksen taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset, joita sen liiketoiminta aiheuttaa yhteiskunnalle ja sidosryhmille (Juutinen & Steiner, 2010, 20–22, 30). Yhteiskuntavastuu (corporate social responsibility, CSR) termiä käyttävät yritykset, joilla on myös lakisääteisiä yhteiskunnallisia tehtäviä (Liappis ja muut, 2019, s.7-8). Termiä käytetään käsitellessä yritysvastuun historiallisista kehitysvaiheista, joissa yritysvastuutoiminta ei ollut vielä nyky muodossaan (Juutinen & Steiner, 2010, 20-22).

Liappis ja muut (2019, s.7–8) konkretisoivat yritysvastuun kokonaisuutta Yritysvastuun iso kuva ”talo”-mallilla ja siihen liittyvien elementtien avulla. Kuva 1. kuvaa kuinka yritysvastuu rakentuu yrityksen arvoista, sisältöelementeistä, viestinnästä ja keskeisistä sidosryhmistä. Perustana yritysvastuulle ovat yrityksen arvot ja yrityskulttuuri, joita kirjoitetut ja kirjoittamattomat toimintatavat ja päätöksentekorakenteet täsmentävät. Talon seinät ovat yritysvastuun varsinaiset sisältöelementit, jotka jaotellaan yleisesti taloudelliseen, ympäristö- ja sosiaaliseen vastuuseen. Sisältöelementtejä vahvistetaan kattorakenteilla, joita ovat aktiivinen sidosryhmätyö ja viestintä. Ilman ulkoista ja sisäistä viestintää yritysvastuu ei konkretisoidu (Liappis ja muut, 2019 s. 9).



Kuva 1. Yritysvastuun iso kuva "talo" (Liappis, Pentikäinen ja Vanhala, 2019 s. 7).

Liappis ja muut (2019 s. 11) korostavat, että eri osa-alueiden lisäksi on tärkeää nähdä iso kuva yritysvastuusta ja eri osa-alueiden keskinäisyhteydet. Kaikki kolme tekijää ovat vahvasti yhteydessä toisiinsa ja esimerkiksi hyvä sosiaalinen ympäristö on kannattavan liiketoiminnan mahdollistaja. Keskinäis- ja riippuvuussuhteet alueiden välillä, sekä pitkän tähtäimen arvojärjestys jäävät usein huomaamatta. Yrityksen strategiaan, johtamiseen ja viestintään yritysvastuu liittyy keskeisesti (Liappis ja muut, 2019 s. 12). Bridgesin ja Eubankin mukaan (2019) yritysvastuun asiantuntijoita pyydetään yhä useammin osallistumaan yrityksen ydintoimintoihin kuten strategiaan, rahoitukseen ja markkinointiin.

2.3 ESG-viitekehys

Yritysten yhteiskuntavastuun mittaamiseen on kehitetty erilaisia ei-taloudellisia mittareita, joista yksi yleisimmistä on niin kutsuttu ESG-viitekehys (Hyrskke ja muut, 2020, s. 22). Suuryritysten mittaamista ja raportointia toteutetaan erilaisilla standardeilla, kehyksillä ja mittareilla, jotka liittyvät ESG-viitekehykseen (Sætra, 2021). YK:n määritelmän mukaan ESG antaa talouden ulkopuolista informaatiota yrityksen toiminnasta ja käytännöistä liittyen ympäristö-, sosiaalisiin- ja hallinnollisiin näkökulmiin. Sijoittamisen kontekstissa vastuullisuus ilmenee ESG-tekijöiden huomioon ottamisessa sijoitusprosessissa (Hyrskke ja muut, 2020, s. 22). Tästä johtuen sijoittamisen mittareita käytetään arvioimaan yrityksen yhteiskuntavastuullisia ominaisuuksia (PRI Association, 2021).

ESG-viitekehys perustuu vuonna 1994 John Elkingtonin julkaisemaan ”Triple Bottom Line” -termiin eli TBL-termiin (Henriques & Richardson, 2004). Elkington viittaa konseptiin ”People, Planet and Profit” termillä eli ”ihmiset, planeetta ja tuotto” (Bridges ja Eubank, 2019). Konsepti vaatii yrityksiä raportoimaan taloudellisen puolen lisäksi ympäristöllisistä ja sosiaalisista tekijöistä sekä ottamaan tekijät huomioon yritysten suoriutumista arvioidessa (Bridges ja Eubank, 2019; Gray & Milne, 2004).

Triple Bottom Linen avulla kestävä kehitys ajattelu muuttui kahdella merkittävällä tavalla. Yrityksen osakkeenomistajien tuoton maksimoinnista yrityksen muiden Elkington yritti siirtää painopistettä pois ymmärrykseen siitä, miten arvoa luodaan kaikille yrityksen sidosryhmille, joihin kuuluvat myös osakkeenomistajat. Toiseksi Triple Bottom Line loi pohjan uudelle kirjanpidolle, integroidulle raportoinnille, vaikutusten mittaukselle ja vaikutusinvestoinneille (Bridges ja Eubank, 2019). Kerryn (2007) mukaan termin avulla pyrittiin saamaan keskustelu liiketoiminnallisen kielen kanssa. Termi korostaa tarvetta tasapainottaa talouspolitiikkaa ja -käytäntöjä tasapuolisesti ympäristön ja sosiaalisten tarpeiden kanssa.

Organisaatioiden ja yhdistyksien, jotka tukevat kestävästä kehityksestä tieteenalana kuten Sustainability Accounting Standards Board, Global Impact Investing Network, Global Reporting Initiative ja Dow Jones Sustainability Index alkuperänä on toiminut Elkingtonin Tripple Bottom Line (Bridges ja Eubank, 2019). Monet Tripple Bottom Linen synnyttämistä käsitteistä ja kokonaisuuksista ovat nyt kestävästä kehityksen työn ydin (Kerry, 2007).

ESG-viitekehystä on kuvattu eritavoin. Hyske ja muut (2020, s. 71) painottavat kuinka nykyinen käytetty ESG-viitekehys kuvaa kaikkien kolmen ulottuvuuden yhtenäisyyttä ja vaikutusta toisiinsa. Kun taas aiemmassa kuvauksessa ulottuvuudet on kuvattu erillisinä tai toisiaan leikkaavina ulottuvuuksina (Willard, 2012, s. 8). Hyske ja muut (2020, s. 71) korostavat ESG-asioiden olevan hyvin eri luontoisia ja lisäksi niihin liittyvän monitahoisuuden. ESG-asioiden laajuutta, hallittavuutta ja vaikutusmahdollisuuksia on hankala vertailla keskenään (Kerry, 2007). Monitahoisuudessa korostuvat sektorikotaisuus ja maantieteellisyys (Hyske ja muut, 2020, s. 71).

ESG-viitekehyksessä korostuu lyhyen aikavälin tarkastelun sijaan pidempi aikajänne. Boffon ja Patalanon (2020) mukaan jotkut sijoittajat käyttävät ESG:tä riskinhallintavälineenä ja toiset käyttävät sitä parantaakseen asemaansa kestävästä rahoituksen alalla sovittaakseen yhteen yhteiskunnallisten ja vaikuttavuuskysymysten kanssa. ESG:n avulla sijoittaminen sisältää pitkän aikavälin ympäristöön, sosiaaliseen ja hallintatapaan liittyvien haasteiden riskin ja kehityksen arvioinnin (Boffo ja Patalano, 2020). ESG:tä voidaan käyttää analysoimaan yritysten toimintoja myös ilman sijoitus näkökulmaa. Hyskeen ja muiden (2020, s. 69) mukaan analyysissä arvioidaan yleensä ESG-asioiden merkitystä yrityksen liiketoiminnalle sekä yrityksen liiketoiminnan vaikutusta kyseisiin asioihin. Tavoitteena on selvittää yritykselle keskeiset ESG-asiat eri sidosryhmien kuten johdon, hallituksen, työntekijöiden ja asiakkaiden näkökulmasta. ESG-asioiden olennaisuus ja sidosryhmien vaatimukset vaihtelevat yritysten toimialoista riippuen (Hyske ja muut, 2020, s. 70). Seuraavaksi avataan eri ESG-osa-alueita tarkemmin.

2.3.1 Ympäristövastuu

Ympäristövastuu tarkastellee yrityksen toiminnan vaikutuksia ympäristöön, luontoon ja luonnonvaroihin. Toimiakseen vastuullisesti tulisi yrityksen tiedostaa ja ottaa huomioon toiminnastaan ympäristölle aiheutuvat haitat ja pyrkiä niiden minimointiin (Semenova, 2011, s. 9). YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden, akateemisen tutkimustiedon (Planetary boundaries) ja World Economic Forumin ”globaalien riskien” tunnistamia ympäristömegatrendejä ovat ilmastonmuutos, luonnonmonimuotoisuus, luonnonvarojen riittävyys ja maapallon kestävyys (Hyrskke ja muut, 2020, s. 85).

Yritykset tarkastelevat tyypillisesti osana yritysvastuun seuraavia vakiintuneita ympäristövastuun asioita:

- Standardit ja sertifikaatit, ympäristöperiaatteet ja tavoitteet,
- ilmastonmuutos,
- energiatehokkuus,
- päästöt,
- jätteet,
- erilaiset ympäristöongelmat,
- ympäristöteknologiat,
- luonnon monimuotoisuus,
- sijoitusten ja yritysten vaikutukset ympäristöön (Hyrskke, Lönnroth, Savilaakso, Sievänen, 2020, s. 68; Silvoja ja Landau, 2019, s. 18).

Jussilan (2010, s. 79–80) mukaan ympäristövastuu on näkökulmana hyvin laaja kokonaisuus, joka on otettava huomioon yrityksen kaikessa toiminnassa. Tämä tarkoittaa, että myös yhteistyökumppaneilta ja verkoston muilta toimijoilta edellytetään ekologisesti vastuullista toimintaa. Tätä odotetaan myös yrityksen tuotteen/palvelun elinkaareltä, kattaen elinkaaren lopussa asianmukaisen hävittämisen (Rohweder, 2004, s. 99). Yrityksen toiminnan osa-alueet tulee ottaa huomioon mukaan lukien toimintalaitosten, työntekijöiden ja rakennusten ympäristön resursseja kuluttavat toimet (Jussila, 2010, s. 79–80; Rohweder, 2004, s. 99).

2.3.2 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuu kattaa vastuun, joka yhteisöillä ja yrityksillä on jäseniinsä ja eri sidosryhmiinsä (Rohweder, 2004, s. 100–103). Toimiakseen vastuullisesti yrityksen odotetaan panostavan inhimilliseen pääomaan ja suhteisiin sekä sisäisten että ulkoisten sidosryhmien kanssa. Tiettyjen ihmisoikeudellisten periaatteiden kuten tasa-arvon, kulttuurien monimuotoisuuden, hyvien työolosuhteiden ja turvallisuuden toteutumista edellytetään (Hyrskke ja muut, 2020, s. 85). Lisäksi yritys kiinnittää huomiota työntekijöidensä hyvinvointiin lain asettamien vaatimuksien yli esimerkiksi koulutuksen ja terveyden kautta (Rohweder, 2004, s. 100–103). YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden ja World Economic Forumin tunnistamia sosiaalisia megatrendejä ovat rauha, tasa-arvoisuus ja oikeudenmukaisuus ja yhteiskunnan kestävyys (Hyrskke ja muut, 2020, s. 85).

Osana yritysvastuutaan yritykset tarkastelevat seuraavia vakiintuneiksi katsottuja sosiaalisen vastuun asioita:

- standardit ja sertifikaatit,
- sosiaalisen vastuun periaatteet ja tavoitteet,
- ihmisoikeudet,
- työelämän oikeudet,
- henkilöstöpolitiikka ja työhyvinvointi,
- tasa-arvo ja monimuotoisuus,
- tuotevastuu,
- lasten oikeudet
- ja yhteisöt, joihin yrityksillä on vaikutusta (Hyrskke ja muut, 2020, s. 68; Silvoja ja Landau, 2019, s. 18).

Yrityksen sidosryhmät odottavat ihmisoikeuksien toteutumista yrityksen koko tuotantoketjun osalta ja tarkastelu keskittyy lähtökohtaisesti tuotantoketjun vaiheisiin, jotka sijoittuvat ihmisoikeuksien toteutumisen ongelmallisiin maihin (Rohweder, 2004, s. 99). Vaikka Suomessa ja muissa kehittyneissä länsimaissa koetaan ihmisoikeuksien

toteutumisen olevan verrattain hyvää, Liappis ja muut (2019) korostavat ihmisoikeusongelmia ja rikkomuksia tapahtuvan yritysten toimesta myös Suomessa.

Yrityksen on kyettävä osoittamaan tuotantoketjunsä osalta, ettei yritys itse tai verkostoon kuuluvat yritykset käytä lapsityövoimaa, maksa alle reiluksi katsottua palkkiota tai vaaranna työntekijöiden turvallisuutta olosuhteilla (Semenova, 2011, s. 9). Rohwederin (2004, s. 103) mukaan ulkoisiin sidosryhmiin vastuullisuus kohdistuu suhtautumisella kuluttajiin, asiakkaisiin tai muihin yrityksen ulkopuolisiin verkostoihin. Lainsäädännön alaisena yrityksen on oltava tietoinen mahdollisista riskeistä ja vaikutuksista, mitä yrityksen tuotteilla tai palveluilla on (Rohweder, 2004, s. 103).

2.3.3 Taloudellinen vastuu ja hyvä hallinto

Jussila (2011) korostaa pitkän tähtäimen toimintaedellytysten varmistamisen kuuluvan yrityksen taloudelliseen vastuuseen. Sidosryhmille kannetaan vastuu toiminnan jatkuvuuden olettamuksesta. Lisäksi rahavirtojen ja hyödyn tasapuolinen jakautuminen sidosryhmille työpanoksiin suhteutettuna kuuluu taloudelliseen vastuuseen (Jussila, 2011: 60–65). YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden tunnistamia hyvään hallintotapaan liittyviä megatrendejä ovat talous ja rahoitus, hallintojärjestelmien onnistuminen ja digitalisaatio (Hyrskä ja muut, 2020, s. 85).

Niskalan ja Tarnan (2003) mukaan vastuullisesti toimivan yrityksen tulisi edesauttaa yhteiskunnan taloudellista hyvinvointia tuottamalla esimerkiksi tarvittuja tuotteita tai palveluja, töitä sekä maksamalla toiminnastaan veroja. Taloudellisesti tehoton yritys ei kykene täyttämään velvollisuuksiaan yhteiskuntaan, ympäristöön ja sosiaalisiin ulottuvuuksiin liittyen, joten toiminnan riittävän taloudellisen tuloksen tuottaminen on yrityksen vastuulla (Rohweder, 2004, s. 98). Epäeettiset varojen hankkimiskeinot, korruptio, lahjukset ja väärennetty informaatio eivät ole katsottavissa vastuulliseksi toiminnaksi (Niskala ja Tarna, 2003; Rohweder, 2004).

Hyvän hallintatavan kohdalla vakiintuneita asioita, joita yritykset tarkastelevat osana yritysvastuutaan ovat:

- hallintotapakoodit,
- omistajaohjausperiaatteet,
- hallituksen valinta, koostumus,
- riippumattomuus ja palkitseminen,
- toimitusjohtaja ja johtoryhmä,
- yhtiökokoukset,
- vaikuttaminen,
- veronmaksu,
- korruption ja lahjonnan vastaiset toimet
- ja digitalisaatio mukaan lukien tietoturva (Hyrskke ja muut, 2020, s. 68; Silvoja ja Landau, 2019, s. 18).

2.4 Kestävän kehityksen tuotto

Silvola ja Laundaun (2019, s. 11) mukaan vastuullisuus tuo yhtiölle mahdollisuuksia kilpailuedun synnyttämiseen. FIBS:n (2021) yritysvastuukyselyn mukaan valtaosa suomalaisista suurista yrityksistä, 84 % vastaajista, kokee vastuullisuudesta saatavan liiketoimintahyödyn olevan nykyään suurempaa kuin sen varmistamiseen kuluvat resurssit. Myös Sætran (2021) korostaa yritysten kestävien liiketoimintamallien on yhä useammin osoitettu tuovan yrityksille etua markkinoilla.

Yritysvastuukyselyn mukaan jo yli kolmannelle suomalaisista pörssiyrityksistä osakkeenarvon kasvattaminen on yksi tärkeimmistä vastuullisuuden kautta tavoiteltavasta liiketoimintahyödyistä (FIBS, 2021). Silvola ja Landau (2019, s. 14) painottavat vastuullisuuden ja kestävä kehityksen olevan nouseva teema, jossa yhteiskunnan odotukset myös sijoittajia kohtaan kasvavat ja muuttuvat jatkuvasti. Sijoittajalla on mahdollisuus ylituoton saamiseen vastuullisuuden kautta. Ylituotolla

viitataan siihen, että sijoitus tuottaa riskin huomioon ottaen yleistä markkinakehitystä paremmin (Silvola ja Landau, 2019).

Yhä suurempi rahamäärä sijoitetaan vastuullisen sijoittamisen periaatteiden mukaisesti. Global Sustainable Investment Alliance (2021) raportoi, että vuonna 2020 ammattisijoittajien maailmanlaajuisesti hallinnoimista varoista (AUM, assets under management) 36 prosenttia on sijoitettu jonkin vastuullisuusstrategian mukaisesti. Euroopan sijoitusvarallisuudesta on sijoitettu vastuullisesti 34 prosenttia ja Yhdysvalloissa 48 prosenttia (Global Sustainable Investment Alliance, 2021). Silvola ja Landaun (2019, s. 19) mukaan vastuullisesti sijoitettujen varojen osuuden odotetaan kasvavan jatkossa nopeasti. Vastuullisuuskysymykset ovat vahvistuneet myös pääomasijoittajien keskuudessa, jossa laajalti tiedostetaan, mikäli toiminta ei ole vaikuttavaa ja kestäväällä pohjalla, tulee se heijastumaan tuotto-odotuksiin ajan kuluessa (Liappis ja muut 2019, s. 30).

Silvolan ja Landaun mukaan (2019, s. 20) tutkimusaineistojen ja -mittareiden kehityksen myötä yhä useampi tutkimus osoittaa vastuullisen sijoituksen tuottavan paremmin pitkällä aikavälillä ja sen riskin olevan pienempi, sillä vastuulliselle yhtiölle lainarahan saaminen on helpompaa ja pääoman kustannus on pienempi. Puttonen ja Puttonen (2021) korostavat vastuulliseen sijoittamiseen liittyvien tutkimuksien olevan lukuisia ja niiden perustuloksen olleen, että vastuullisen sijoittaminen on tuottavaa sijoittajan näkökulmasta. Silvola ja Landau (2019, s. 205) toteavat vastuullisuudella ja taloudellisella kannattavuudella olevan tilastollisesti merkittävä positiivinen yhteys ja useat laajojen julkaistujen tiedeartikkeleiden yhteenvetoanalyysien johtopäätökset tukevat tätä väitettä.

Margolisin, Eflenbeinin ja Walshin (2007) artikkelissa tutkijat kokosivat yhteen 167 tutkimusta ajanjaksolta 1972–2007. Tutkimuksissa tarkasteltiin usein yhtiön taloudellisen suorituskyvyn ja yhtiöiden raportoimien vastuullisuusnäkökohtien yhteyttä. Tutkijat esittävät lopputuloksena, että yhtiöiden taloudellisen suorituskyvyn ja

vastuullisuuden välillä on havaittavissa pieni positiivinen korrelaatio. Friede, Busch ja Bassen (2015) analysoivat suuremman otoksen ja kattavammat näkökulmat ja mittausmenetelmät vastuullisuuteen kuin Margolis ja muut (2007). Heidän havaintojensa mukaan merkittävä enemmistö tutkimuksista raportoi positiivisia tuloksia vastuullisuusnäkökohtien ja taloudellisen suorituskyvyn välisestä yhteydestä.

Silvolan ja Landaun (2019, s. 14) mukaan vastuullisilla sijoittajilla on muita enemmän ESG-tietoa. Perinteisten talouslukujen analysoinnin lisäksi huomioon otetaan yhtiön ympäristönäkökohtia, sosiaalista vastuuta ja hyvää hallintotapaa. Tekijöiden vaikutuksia analysoidaan sijoituskohteiden (yli)tuoton muodostumiseen. ESG-tekijöiden vaikutus yhtiön synnyttämään lisäarvoon pitkällä aikavälillä ja yhtiön arvostukseen arvopaperimarkkinoilla on se mistä on tuottojen näkökulmasta kyse. Paremman tuoton syy on kuitenkin Puttosen ja Puttosen (2021) mukaan epäselvä. He kyseenalaistavat johtuuko parempi tuotto vastuullisuudesta itsestään, vai yrityksen muista kuin ESG-faktoreista eli ihan yrityksen muista yksinkertaisista ominaisuuksista. He kyseenalaistavat vastuullisen sijoittamisen markkinoinnin paremman tuottavana tapana, sillä he näkevät tuoreiden tutkimusten perusteella vastuullisella sijoittamisella olevan odotettavissa alhaisempia tuotto-odotuksia.

Tällä hetkellä kirjallisuudessa on nähtävillä, kuinka suuret yritykset tekevät yhteiskuntavastuutoimia tavanomaisina käytäntöinään. Pk-yritysten kohdalla tilanne on toisenlainen johtuen Maldonado-Erazon, Álvarez-Garcían, de la Cruzin, del Río-Raman ja Correa-Quezadan mukaan (2020) pk-yritysten heterogeenisyydestä. Oduro, Adhal Nguar, De Nisco, Alharthi, Maccario, ja Bruno (2022) hyödynsivät olemassa olevia yhteiskuntavastuun ja pk-yritysten suorituskyvysuhdetta koskevia instrumentaalisia ja eettisiä teorioita kvantitatiivisessa katsauksessaan. Oduro ja muut (2022) toteavat sosiaalisesti ja taloudellisesti suuntautuneella ja ympäristölähtöisellä yritysvastuutoimilla olevan myönteinen ja merkittävä vaikutus pk-yritysten yleiseen taloudelliseen ja ei-taloudelliseen suorituskykyyn.

Maldonado-Erazo ja muut (2020) tarkastelivat kuinka ”yhteiskuntavastuu ja sosiaalinen suorituskyky pk-yrityksissä” näkyy kirjallisuudessa. Sisältöanalyysistä nousee neljä eniten tutkittua linjaa pk-yritysten kohdalla: ”yhteiskuntavastuukäytännöt ja institutionalisointi”, ”kestävä kehitys, hallinto ja ympäristötietoisuus”, ”Yrityksen etiikka” ja ” suorituskyky, saavutus ja yritysten kilpailukyky”. Oduron ja muut (2022) katsovat sosiaalisesti suuntautuneen yhteiskuntavastuun vaikutuksen olevan vahvin ja yhteiskuntavastuun ulottuvuuksien vaikutuksen ei-taloudelliseen tulokseen olevan suurempi kuin taloudelliseen tulokseen. Lisäksi Oduro ja muut (2022) korostavat yhteiskuntavastuun ja pk-yritysten suorituskyvyn väliseen yhteyteen vaikuttavan positiivisesti ja merkittävästi asiayhteyteen liittyvät tekijät, kuten toimiala ja tutkimusalue, ja metodologiset tekijät kuten suorituskyvyn mittaaminen, tutkimuksen tyyppi ja otoskoko.

Taloudellisen tilanteen parantaminen voi toimia niukkojen resurssien näkökulmasta motivaatiotekijänä vastuullisuustoimille. Tällöin vastuullisuustoimien tavoitteena on tehokkuuden parantuminen, kulujen pienentyminen ja maineen parantuminen (Martinez-Martinez, Madueno, Jorge & Sancho, 2017; UNIDO, 2002). Hörischin, Johnsonin ja Schalteggerin (2015) mukaan kun yrityksillä on tietoisuutta kestävästä kehityksistä ja siihen liittyvistä toimista, yritysten koolla ja kestävä kehityksen toimien käyttöönotolla ei ole merkittävää eroja. He korostavat pk-yritysten tietoisuuden lisäämistä implementoinnin ja kestävä kehityksen johtamisen hyödyistä eritoten taloudellisista hyödyistä.

2.5 Kestävän kehityksen liiketoimintahyödyt

Aiemmin ajateltiin, että vastuullisuus on yrityksille vain kustannuserä ilman selkeitä hyötyjä. Nykypäivänä yritysvastuu nähdään kasvavissa määrin osana kannattavaa ja kestävä liiketoimintaa (Liappis ja muut, 2019, s. 25–26) ja tutkimuksiin ja selvityksiin pohjautuvaa näytön mukaan kestävä kehityksen avulla saavutettavat liiketoimintahyödyt ovat mitattavissa ja todellisia (Willard, 2012). Pitkällä tähtäimellä

vastuullisesti toimivat yritykset suoriutuvat monella mittarilla paremmin kuin vastuullisuutta heikommin toteuttavat kilpailijansa (Liappis ja muut, 2019, s. 25–26).

Halme ja Laurila (2009) luokittelevat yritysvastuun toteutuksen mukaan yritysvastuun kolmeen tyyppiin, jotka ovat integrointi, innovointi ja hyväntekeväisyys. Liiketoimintaan integroidussa yritysvastuussa yritysvastuu on jalkautettu laajasti yrityksen toimintoihin. Innovoivassa yritysvastuussa yrityksen tuotteilla ja palvelulla tuotetaan ratkaisuja ympäristö- tai yhteiskunnallisiin ongelmiin. Hyväntekeväisyyteen perustuvassa yritysvastuussa yritys tekee muun muassa lahjoituksia, sponsorointia ja työntekijöiden vapaaehtoistyötä.

Vastuulliset yritykset yleensä toteuttavat eri muotoja ja niitä usein yhdistellään. Parhaimmat liiketoimintahyödyt saadaan Halmeen ja Laurilan (2009) mukaan integrointi- ja innovointityyppisellä yritysvastuulla, sillä ne tuottavat hyötyjä sekä yritykselle että yhteiskunnalle laajemmin. Hyväntekeväisyystyö jää yrityksen ydintoimintojen ulkopuolelle eikä kehitä liiketoimintaa vastuullisempaan suuntaan. Motivaatiotekijänä saattaa olla myös brändin rakentaminen ja maineenhallinta (Halme ja Laurila, 2009).

Elinkeinoelämän keskusliiton (2021b) mukaan pk-yrityksistä yhdeksän kymmenestä kokee yritysvastuun merkittävänä kysymyksenä oman liiketoiminnan kannalta. Perheyrittäjien liiton (2019) yritysvastuu selvityksen vastaajajoukossa painottuivat suuret ja keskisuuret yritykset. Vastaajista yli 80 %:lla on kestävän kehityksen tavoitteita strategiassaan. FIBS:n (2021) suuryritysten yritysvastuu 2021-tutkimuksen mukaan vastuullisuus on kaikille kyselyyn vastanneille olennaista ja kestävän kehityksen tavoitteita löytyy jo lähes jokaisen yrityksen strategiassa.

Suomalaisen työn liiton (2018) tekemän tutkimuksen mukaan suomalaisten kuluttajien mielestä vastuullisen yrityksen tärkeimmät tunnusmerkit ovat ympäristövastuu, suomalaisen työn arvostus ja toiminnan avoimuus. Sitran (2013) mukaan suomalaiset

kuluttajat ovat erityisen kiinnostuneita tuotteiden terveys- ja ympäristövaikutuksista, mikä edesauttaa tuotteiden kehittämistä myös kansainvälisille markkinoille. Pk-sektorin yleisimpinä motiiveina vastuullisuustyölle mainitaan yrityksen arvot ja asiakasvaatimukset, jotka kannustavat panostamaan yritysvastuuseen (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2021b).

Perheyrietykset näkevät vastuullisuustoiminnan ajurina maineenrakennuksen ja brändin arvon kasvattamisen, asiakastyytyvyyden lisäämisen sekä tulevaisuuden toimintaedellytysten varmistamisen (Perheyrietysten liitto, 2019). Elinkeinoelämän keskusliiton (2021b) tutkimuksen mukaan keskeisimpinä vastuullisuuden kautta saavutettavina hyötyinä pk-yrietykset näkevät työnantajamielikuvan vahvistumisen, jolla myös ratkaistaan suurinta aiheeseen liittyvää ongelmaa: osaajapulaa.

Sitra (2013) kokosi esimerkkejä strategisesta vastuullisuudesta 20 keskisuuresta suomalaisesta yrietyksistä. Esimerkkien mukaan suomalainen regulaatio on kohtuullisen tiukkaa mutta myös ennakoitavaa ja pitkäjänteistä ympäristö- ja sosiaalisissa kysymyksissä. Tämä on johtanut edelläkävijäyrietysten strategisen vastuullisuuden kehityksiin, joista on tullut yrietysten vahvuuksia. Kehitykset ovat perustuneet hyvään ympäristön ja työntekijöiden kohteluun, joiden hyöty on vasta vähitellen realisoitunut globaalistuvilla markkinoilla.

Sitran (2013) mukaan Cleantech-osaaminen on Suomessa huipputasolla. Bossle, de Barcellos, Vieira ja Sauvée (2016) tekivät kirjallisuusarvion ekoinnovaatioihin ajavista tekijöistä. Yrietysten ominaisuudet - kuten koko - korreloi ekoinnovaatioiden kehityksessä ja käyttöönottossa, sillä suuremmilla yrietyksillä voi olla paremmat rahoitusmahdollisuudet. Sitran (2013) mukaan korkeat työvoimakustannukset Suomessa kannustavat tehokkuutta lisääviin innovaatioihin, kuten esimerkiksi materiaalitehokkuuteen.

Yrityksen koon lisäksi yritykset voivat kokea eritasoista painetta asiakkailta toimialasta riippuen (Bossle ja muut, 2016). Weng, Chen ja Chen (2015) tutkivat vihreiden innovaatioiden vaikutuksia ja tunnistivat merkittävän eron erityisesti teollisuus- ja palvelutoimialojen välillä. Bosslen ja muiden (2016) mukaan toimialat, jotka ovat eniten kestävästä kehitystä koskevien kysymysten tarkastelun alla, ovat halukkaampia ottamaan käyttöön ekoinnovatiivisia ratkaisuja. Sitran (2013) mukaan Suomessa työpaikkojen matala hierarkia edistää työntekijöiden ratkaisuehdotuksien esiin pääsemistä, mikä myös edistää innovaatiotoimintaa.

2.6 Kestävän kehityksen haasteet

Yritykset, jotka jättävät kestävästä kehityksestä huomiotta jäävät ilman saavutettavissa olevia hyötyjä ja vastuuttomien toimien seurausten vaikutukset ovat usein negatiiviset (Willard, 2012). Silvolan ja Landaun (2019, s. 18.) mukaan esimerkiksi ympäristövahinkojen aiheuttaminen voi tulla kalliiksi, lahjomalla hankitut toimitukset voi menettää, epäeettinen ja vastuuton liiketoiminta voi viedä kuluttajat ja sijoittajat yritykseltä nostaen samalla yrityksen rahoituskustannuksia. Negatiivinen tieto leviää nykyisin internetin ja sosiaalisen median avulla nopeasti. Yritysten liiketoimintaan ja taloudellisiin tunnuslukuihin vaikuttavat vastuullisuusnäkökohdat (Silvoja ja Landau, 2019, s. 18).

Elinkeinoelämän keskusliiton (2021b) pk-sektorin vastuullisuusbarometrin mukaan pk-yrityksistä löytyy tahtotilaa suuremmille teoille, mutta pk-yritysten resurssit eikä osaaminen riitä tarpeelliselle vastuullisuustyölle. Perheyrittäjien liiton (2019) yritys vastuusestävyyden mukaan yritysten suurimpana haasteena suuret ja keskisuuret perheyrittäjät pitävät vastuullisuuden strategisesta integrointia liiketoimintaan. Liikekumppanien ja alihankkijoiden sitouttamista pidettiin vaikeana. Perheyrittäjien ylimmän johdon sitouttaminen vastuullisuuteen aiheuttaa vähiten huolta. Suuriin yrityksiin verrattuna perheyrittäjissä on vähemmän vastuullisuuden johtamiskäytäntöjä ja ne raportoivat myös vähemmän vastuullisuudesta.

Elinkeinoelämän keskusliiton (2021b) pk-sektorin vastuullisuusbarometrin mukaan vastuullisuustyön prioriteettina tärkeimpinä nousevat oman henkilöstön hyvinvointi, työturvallisuus ja osaamisen kehittäminen. Vastuullisuusteemoista tärkeimpinä perheyrietykset pitävät ilmastonmuutosta, kiertotaloutta, eettisyyttä ja työntekijöiden oikeuksia Perheyrietysten liitto (2019). Suomalaisen työn liiton (2018) tekemän tutkimuksen mukaan vastaajista nuoria ja naisvastaajia ärsyttää erityisesti yritystoiminnan välinpitämättömyys henkilöstöä ja ympäristöä kohtaan sekä työpaikan epätasa-arvo.

Sitran (2013) mukaan Suomessa on vahva usko lainsäädännön voimaan siitä, mikä on eettistä ja vastuullista. Tällöin ratkaisut jätetään usein politiikan varaan eikä yritysten edelläkävijyyttä pidetä niin tärkeänä muutoksen edistämisessä. Lisäksi suomalaiset suuryrietykset toimivat pääasiallisesti b-to-b-markkinoilla, joten kuluttajien paine ei kohdistu kyseisiin yrityksiin yhtä nopeasti kuin kuluttajamarkkinoilla. Kilpailun ollessa vähäistä, osalla toimialoista ei vastuullisuudella tai kestävyydellä tarvitse myöskään erottautua (Sitra, 2013).

Syitä kestäväen kehityksien huomiotta jättämiselle on tutkittu. Burch (2018) havaitsi, että yritysillä on halu toteuttaa kestäväen kehityksen toimia, mutta heillä ei ole riittäviä kykyjä toimien toteuttamiseen. Cassels ja Lewis (2011) havaitsivat yrityksen johdossa toimivien omistajien asenteissa ja toimissa. Kaksi kolmasosaa yritysistä ilmoittivat, että eivät odottaisi uutta sääntelyä parantaakseen ympäristötoimiensa tasoa. Kyseisten yritysten toimet eivät kuitenkaan ole linjassa heidän ilmoituksensa kanssa ja yritysillä ei ole sopivaa osaamista toteuttaakseen ympäristöaloitteita.

Brammer, Hojmosen ja Marchant (2012) esittävät resurssien ja tiedon puutteen lisäksi pääsyyksi pk-yritysten kestäväen kehityksen proaktiivisen toimien puutteelle sen, että yritys eivät koe saavuttavansa taloudellista lisähyötyä kestäväen kehityksen käytäntöjen toteuttamisesta. Revel, Stokes ja Chen (2010) tunnistivat tietoisuuden ja

kestävän kehityksen ympäristötoimien kasvaneen Iso-Britannian pk-yritysten keskuudessa, mutta kuitenkin suuri osa pk-yrityksistä ei ole vakuuttunut kestävän kehityksen ympäristötoimien johtavan taloudellisen tuoton kasvuun. Hillaryn (2004) mukaan yksi pääeste pk-yritysten ympäristöasioiden hallintajärjestelmien integroinnin osalta on se, että yritykset eivät ole vakuuttuneita taloudellisen tuoton kasvusta.

Hillary (2004) väittää pk-yritysten kestävän kehityksen pääesteinä olevan yrityskulttuurin sekä negatiiviset asenteet kestävästä kehityksestä kohtaan. Tästä johtuen tutkimuskenttä on vahvasti fokusoitunut tutkimaan pk-yritysten omistajien ja johdon asenteita ja arvoja kestävästä kehityksestä nähdessä (Burke ja Gaughran, 2007; Cassels ja Lewis, 2011). Jansson, Johnson ja Schaltegger (2017) tutkivat pk-yritysten sitoutumista kestävästä kehityksestä. Tutkimuksessa tutkittiin pk-yritysten kestävästä kehityksestä toimia selittäviä muuttujia. Tutkimuksessa tunnistettiin markkinasuuntautuneisuuden, yrittäjyyden ja kestävästä kehityksestä toimien olevan yhteydessä kestävästä kehityksestä sitoutuneisuuteen. Tutkimus ei kuitenkaan tunnistanut tilastollista merkitystä korkean tason ympäristötoimia edistävien arvojen ja kestävästä kehityksestä sitoutuneisuuden välillä.

Jansson, Nilsson, Modig ja Vall (2017) korostavat pk-yrityksillä olevan vähemmän jäsenmalli organisaatiomalli verrattuna isoihin yrityksiin. Tarkoittaen, että pk-yritysten johdolla tai omistajalla on valtaa kontrolloida ja johtaa operaatioita vain heidän toimestaan. Suurilla yrityksillä on osakkeenomistajat ja hallitus, jotka johtavat yritystä kollektiivisesti. Bos-Brouwers (2010) korostaa pk-yritysten keskittyvän enemmän lyhyen aikavälin suoritukseen, kun taas isommat yritykset keskittyvät keskipitkään ja pitkään aikaväliin.

Pk-yrityksessä saatetaan myös kokea liiketoiminnan olevan vastuullista, mutta sen raportoinnille ei kuitenkaan nähdä tarvetta (Lee, Herold & Yu 2016). Barry & Milnerin (2002) mukaan yrityksen toiminnan ollessa epämuodollista ja henkilökohtaiseen kanssakäymiseen perustuvaa, muodollisen raportoinnin tarpeellisuus saattaa olla kyseenalaista. Ajalliset rajoitukset sekä resurssien puute ovat myös raportoinnin esteenä.

Resurssien niukkuus näkyy henkilökunnan koulutuksen tai teknisen osaamisen puutteena (Barry & Milner, 2002). Pk-yritysten rakenne voi olla myös etuna vastuullisuudelle. Torgusa, O'Donohue & Hecker (2012) näkevät vastuullisuuden pk-yritysten rakenteen vuoksi myös helpommin hallittavana, jolloin resurssipula ei olekaan niin suuri haaste kuin se helposti oletetaan olevan.

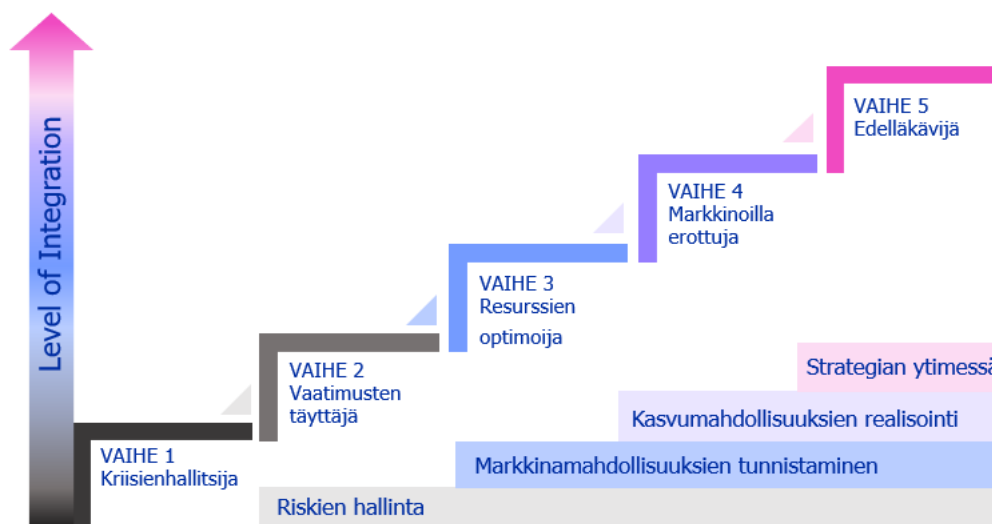
Lisäksi pk-yritykset saattavat olla vastuullisia tiedostamatta itse asiaa (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2006, s. 6). Mattenin & Moonin (2008) mukaan vastuullisuus voi näkyä pk-yrityksen toimintaan sisäistettynä ilman erityistä suunnittelua ja tavoitteiden asetantaa. Lisäksi omistajan ja/tai johdon henkilökohtainen arvomaailma voi tiedostamatta heijastua yrityksen päätöksentekoon. Tällöin vastuullisuuden erittely voi olla haastavaa. Yrityksen kannalta olisi hyvä tunnistaa myös tällöin vastuullisuus, jotta etujen saavuttaminen on mahdollista. Viestiminen eri sidosryhmille tuo vastuullisuudesta etua silloin kun vastuullisuus koetaan arvokkaana tekijänä sidosryhmien keskuudessa (Matten & Moon, 2008; Spence, 1999).

2.7 Kestävän kehityksen vaiheiden malli

Kestävän kehityksen vaiheiden malli kuvaa viisitasoisen tyypilliseksi katsotun matkan kestävän kehityksen integroitumisesta yritykseen (UN Global Compact, 2022). Tutkimuksessa yritykset jaoteltiin kyselylomakkeen avulla mallia mukailleen kestävän kehityksen eri vaiheisiin. Syvähaastatteluissa haastateltiin kestävän kehityksen mallin eri vaiheessa olevia yrityksiä. Haastatteluihin sisällytettiin mallin toisessa, neljännessä ja viidennessä vaiheessa olevat yritykset. Haastatteluissa haluttiin tuoda esiin esimerkki eri mallin vaiheissa olevista yrityksistä ja tunnistaa erityisesti eri vaiheissa yrityksiä kestävän kehityksen toimiin motivoivia ja haastavia tekijöitä.

UN Global Compactin (2022) ja Willardin (2012) kestävän kehityksen vaiheiden mallin mukaan yritykset aloittavat tyypillisesti pääosin reaktiivisesta tilasta, jossa kestävä kehitys suojelee yrityksen brändiä ja minimoi riskejä. Mallin vaiheissa edetessä yritys

siirtyy proaktiiviseen ja strategiseen tilaan, jossa kestävästä kehityksestä tulee yrityksen optimoinnin ja arvon luonnin lähde. Kuvassa 2. on kuvattu mallin eri kehityksen vaiheet, joita käymme läpi seuraavaksi tarkemmin läpi.



Kuva 2. Kestävän kehityksen vaiheiden malli (Willard, 2012; UN Global Compact, 2022)

Mallissa yritykset tyypillisesti etenevät ajan kuluessa ylöspäin iteratiivisesti eri vaiheiden läpi. Monilla yrityksistä on omat liiketoimintonsa, projektinsa tai toimintonsa, jotka asettuvat yleensä kahden tai useamman vaiheen ympärille, mutta ne voidaan sijoittaa keskiarvoisesti johonkin tiettyyn mallin vaiheeseen. Monesti yritysten keskiarvoa edellä olevat esimerkkiyritykset voidaan katsoa yksilöllisiksi johtajiksi, jotka ovat erityisen inspiroituneita kestävästä kehityksestä liiketoiminnan veturina. (UN Global Compact, 2015)

Mallin avulla voidaan tarkastella yrityksen nykyistä kestävästä kehityksen integraation tilaa ja toivottua kestävästä kehityksen tilaa. Erityisesti tiekarttatyössä malli auttaa tunnistamaan yrityksen toimintoja, jotka ovat tärkeimpiä yrityksen etenemiseen mallin eri tasoilla (UN Global Compact, 2015). Willardin (2012, s. 20) mukaan yritysten liiketoiminta kehittyi ensimmäisen kolmeen vaiheeseen kestävästä tilasta kahteen

viimeiseen kestäväen liiketoimintamallin tilaan, joissa johdon ajattelutapa muuttuu radikaalisti. Mallin alkuvaiheessa yritysjohto näkee kalliita ja byrokraattisia "vihreitä, "ympäristöystävällisiä" ja "kestäviä" aloitteita, jotka yritysjohto kokee menestyksen esteenä oleviksi hidasteiksi. Mallin viimeisissä vaiheissa johto kehittyy tunnistamaan nämä aloitteet investoinneiksi, joilla saavutetaan merkittävää kilpailuetua (Willard, 2012, s. 20).

UN Global Compactin (2015) mukaan ensimmäinen vaihe mallissa on "Kriisienhallinta". Tässä vaiheessa yritys rikkoo ympäristö-, terveys- ja turvallisuusmääräyksiä, lakia, yritysten kansainvälisiä sitomattomia minimivaatimuksia, sosiaalisia normeja ja/tai sidosryhmien odotuksia. Rikkomuksen myötä yrityksen toimintalupa on väliaikaisesti tai pysyvästi uhattuna oikeudellisista täytäntöönpanotoimista tai julkisesta paheksunnasta johtuen. Tässä vaiheessa yrityksillä on täysin reaktiivinen lähestymistapa kestäväen kehitykseen. Vaiheessa yritykset keskittyvät ongelmien ratkaisuun, oikeudellisen vastuun minimointiin ja suojelemaan yrityksen brändiä ja mainetta siinä määrin kuin se on mahdollista (UN Global Compact, 2015). Willard (2012, s. 20) kuvailee ensimmäisen vaiheen olevan normi korruptoituneissa maissa ja korruptoituneilla markkinoilla. Muissa maissa ja markkinoilla toimivat yritykset siirtyvät yleensä nopeasti vaiheeseen 2 välttääkseen sakot, syytteet ja julkisen häpeän.

Toinen vaihe on "Vaatumusten täyttäminen" (UN Global Compact, 2015). Willardin (2012, s. 21) mukaan vaihe kaksi on perustaso, jolla yritykset toimivat. Yritys hoitaa vastuunsa noudattamalla lainmukaisia työ-, ympäristö-, terveys- ja turvallisuusmääräyksiä. Yrityksellä on ympäristöasioiden hallintajärjestelmä ja yrityksen ympäristönsuojelua ja ihmisoikeuksia koskevat linjaukset (UN Global Compact, 2015). Se tekee reaktiivisesti sen, mitä laki velvoittaa: esimerkiksi asentaa saasteiden suodatuslaitteita jälkiasennuksena. Samalla yritys ulkoistaa liiketoimintansa ekologisia ja sosiaalisia sivuhaittoja esimerkiksi toimintaketjunsä kautta (UN Global Compact, 2015; Willard, 2012, s. 21).

Kolmas vaihe on "Resurssien optimointi" (UN Global Compact, 2015). Yritys siirtyy vapaaehtoisesti kolmanteen vaiheeseen ymmärtäessään, että voi säästää rahaa ennakoivilla toimilla, kuten toiminnan resurssitehokkuudella tai mediakriisin välttämällä. Liappis ja muut (2019, s. 27, 115) kuvaavat resurssitehokkuuden pienentävän ympäristövaikutuksia, vähentävän työmäärää, säästävän rahaa, ja parantavan kilpailukykyä. Willard (2012, s. 21) kuvaa vaiheessa yrityksen keräävän "matalalla roikkuvia hedelmiä" vähentäen kustannuksiaan ja kasvattamalla tuottavuuttaan esimerkiksi materiaali- ja energiatehokkuuden avulla samalla hiilijalanjälkeään pienentäen.

Willardin (2012, s. 21) mukaan kolmannessa vaiheessa kestävän kehityksen aloitteet keskitetään panostuksiin, jotka ovat yleensä hyvin yksityiskohtaisia ja kohdistuvat sinne missä voidaan tuottaa nopeasti suurimpia säästöjä ja/tai tuloksia. Panostukset ovat marginalisoituja tekoja sen sijaan, että ne olisivat integroitu osaksi yrityksen hallintoa ja strategiaa (UN Global Compact, 2015). Willard (2012, s. 21) painottaa kolmannen vaiheen yrityksiä olevan vähemmän vastuuttomia, mutta ei kuitenkaan vielä vastuullisia.

Kolmannen vaiheen Willard (2012, s. 21) luokittelee neljään omaan välivaiheeseen, jotka yritykset ottavat käyttöön eri nopeudella ja erilaisissa järjestyksissä.

- Vaihe 3.0: Yritys parantaa yrityksen ekotehokkuutta ja kestävän kehityksen brändiä.
- Vaihe 3.1: Yritys parantaa toimitusketjun olosuhteita ja jalanjälkeä.
- Vaihe 3.2: Yritys luo uusia ekotehokkaita tuotteita ja palveluita.
- Vaihe 3.3.: Yritys ottaa käyttöön kestävän hallintotavan, jossa vastuullisuus on mukana päätöksenteossa, toiminnoissa ja kulttuurissa.

Willardin (2012, s. 21, 25) mukaan monilla kolmannen vaiheen yrityksillä on vuosittaiset tavoitteet jätteen ja sähkönkulutuksen vähentämiseksi sekä valmistuksessa käytettävien myrkyllisten aineiden poistamiseksi. Kyseisten tavoitteiden saavuttaminen

käy yhä vaikeammaksi ajan kuluessa, sillä alenevan rajatuoton laki estää lisäsäästöjen saamista resurssitehokkuudesta, joten yrityksen on siirryttävä neljänteen vaiheeseen.

Neljäs vaihe on ”Markkinoilla erottuminen”, jossa yrityksen suhtautuminen kestäväan kehitykseen muuttuu fundamentaalisesti. Kustannusten ja riskien sijaan kestävä kehitys nähdään investointeina ja mahdollisuuksina. Painotus on kestävässä innovaatioissa, erottautumisessa ja kasvussa. Tuotteissa ja liiketoimintamalleissa eteenpäin vievät innovaatiot tulevat jatkuvan parantamisen ja kustannuksissa säästämisen tilalle. Yritys pyrkii suoriutumaan jatkuvasti kilpailijoitaan paremmin kestävämmillä materiaaleilla, puhtaammilla tuotteilla ja kattavammilla liiketoimintamalleilla siirtymällä uusille markkinoille tai luomalla niitä esimerkiksi saniteetti-, terveys, ja turvallisuusratkaisuilla. Yritys etsii kumppanuuksia monimuotoisista sidosryhmistä ja politiikan edunvalvojista innovaatioiden ja markkinoiden luomisen lähteeksi. (UN Global Compact, 2015)

Viides vaihe on ”Tarkoituksenmukaisuus”, jossa kestäväan kehityksen asiat ovat erottamattomia yrityksen ydin visiosta, missiosta ja brändistä. Vaiheen yritykset ovat arvopohjaisesti sitoutuneita ratkaisemaan osaltaan olennaisia sosiaalisia tai ympäristöhaasteita (UN Global Compact, 2015). Kuviossa 2. vaihetta kuvataan edelläkävijäksi. Kuten neljännen vaiheen yritykset, myös viidennen vaiheen yritykset käyttävät kestäväan kehitystä kilpailuedun, markkinoiden luomisen ja kasvun välineenä.

Willardin (2012, s. 22) mukaan suurin osa neljännen ja viidennen vaiheen yritysten käyttäytymisestä näyttää samalta ulospäin. Ero vaiheiden välillä on yritysten motivaatiossa. Neljännen vaiheen yritykset integroivat kestäväan kehityksen ydinstrategioihin tehdäkseen menestyksestä liiketoimintaa pitkällä aikavälillä. Viidennen vaiheen yritykset kokevat kestäväan kehityksen itsessään tavoitteena. Yritykset haluavat menestyä liiketoiminnassa samalla tuottaen sosiaalista arvoa laajemmassa mittakaavassa (UN Global Compact, 2015). Liappis ja muut (2019, s. 192) painottavat kuinka arvopohjaisessa yritysvastuutyössä ei välttämättä kiinnitetä huomiota liiketaloudellisiin perusteisiin, vaan perusteeksi riittää vastuullisuuden olevan oikea tapa

toimia ja tuloksellisuuden luotetaan seuraavan oikein toimimisen kulttuuria. Willard (2012, s. 22) korostaa kahden viimeisen vaiheen yritysten olevan kestäviä yrityksiä, jotka eivät tee pahaa, vaan hyvää ja samalla tuottavat enemmän voittoa.

3 Metodologia

Monimenetelmällinen tutkimus (mixed methods research) on kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimusmetodin yhdistelmä (Jyväskylän yliopisto, 2022). Seppänen-Järvelän, Åkerbladın ja Haapakosken (2019) mukaan yleensä yhtä menetelmää soveltamalla voidaan saada tutkimuskohteesta vain yhden osa-alueen käsittävä tulos. Tutkimusta voidaan täydentää käyttäen myös muita menetelmiä. Useita eri menetelmiä hyödyntämällä voidaan saada monipuolisia ja kattavia tuloksia tutkimuskohteesta (Seppänen-Järvelä, 2019). Molemmat kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimusmetodi sisältävät vahvuutensa ja heikkoutensa. Monimenetelmäisyydellä on mahdollista vähentää metodien heikkouksia ja yhdistelmänä metodit täydentävät toisiaan (Jyväskylän yliopisto, 2022; Seppänen-Järvelä ja muut, 2019).

Monimenetelmällinen tutkimusote on joissakin tapauksissa perusteltua, sillä sen avulla tuotetaan rikasta ja moniulotteista kuvaa tutkittavasta kohteesta (Tierney 2013, 113–114). Hirsjärven ja muiden (2009, s. 135–137) mukaan kvantitatiivinen tutkimus käsittelee numeroita ja kvalitatiivinen merkityksiä. Numerot perustuvat käsitteellistämiseen, joka sisältää merkityksiä ja käsitteellisiä asioita. Mittaaminen sisältää myös aina kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen puolen. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimussuuntaus tulisi nähdä kvantitatiivisen tutkimussuuntausta täydentävänä suuntauksena (Hirsjärvi ja muut, 2009, s. 135–137).

Kvalitatiivinen ja kvantitatiivisen tutkimuksen lähestymistavat voivat täydentää toisiaan esimerkiksi niin, että kvalitatiivinen voi toimia kvantitatiivisen tutkimuksen testaavana kokeena. Tällöin varmistetaan esimerkiksi mitattavien seikkojen vastaavan tutkimuksen ongelmia ja niiden ymmärrettävyyttä tutkimushenkilöille. Kvantitatiivinen vaihe voi olla kvalitatiivista tutkimuksen pohjana esimerkiksi sopivien haastatteluryhmien muodostamisen. (Hirsjärvi ja muut, 2009, s. 135–137)

Pk-yritysten kestäväen kehityksen tilan, liiketoimintamahdollisuuksien ja haasteiden selvittämiseksi, kvantitatiivisen aineiston keräämiseksi valikoitui kyselytutkimus.

Kyselytutkimus on hyvä aineistonkeruumenetelmä silloin kun tavoitteena on selvittää mielipiteitä laajalta joukolta (Heikkilä, 2014, s. 15,17). Tutkimuksessa kvantitatiivisen osuuden perusteella valittiin kvalitatiivisen tutkimuksen haastateltavat. Kvalitatiivinen osuus tutkimuksesta toteutettiin kyselyyn vastanneiden validoitujen yritysten syvähaastatteluilla, joilla pyrittiin lisäämään ymmärrystä Suomen pk-yritysten kestävä kehityksen nykytilasta: miten yritykset kokevat kestävä kehityksen liiketoimintahyödyt ja haasteet omassa liiketoiminnassaan ja toimintaympäristössään.

3.1 Kyselytutkimuksen toteutus

Kyselytutkimus on kvantitatiivista tutkimusta, jossa hyödynnetään tilastollisia menetelmiä (Vehkalahti, 2008, s. 12–13). Kyselytutkimus toimii aineistonkeruumenetelmänä, kun tavoitteena on selvittää mielipiteitä laajalta joukolta. Kyselyn suunnittelu ja osoittaminen tietyille kohderyhmälle on ominaista kyselytutkimukselle (Heikkilä, 2014, s. 15,17). Kysely suunnattiin Business Finlandin pk-yrityksiä, jotka olivat saaneet rahoitusta Business Finlandilta vuoden 2010 jälkeen. Kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa Business Finlandin asiakkaiden kestävä kehityksen tilaa ja kestävään kehitykseen liittyviä tarpeita palveluiden kehittämiseksi.

Kyselytutkimus aloitettiin suunnittelemalla tutkimuksen tutkimustehtävät ja valitsemalla tutkimusmenetelmä (Vehkalahti, 2008, s. 25). Aluksi mietittiin mikä on kyselyn tarkoitus ja minkälaista tietoa on tarkoituksena tuottaa. Kyselyn tarkoituksiksi määriteltiin Business Finlandin asiakkaiden kestävä kehityksen tilan ja kestävään kehitykseen liittyvien tarpeiden kartoittaminen. Business Finland on julkinen toimija, joka tarjoaa innovaatorahoitusta ja kansainvälistymispalveluita sekä edistää matkailua ja investointeja Suomeen. Business Finland on globaalin kasvun kiihdyttämö, joka luo edellytyksiä kestävä kasvulle auttaen yrityksiä kansainvälistymään sekä rahoittamaan tutkimusta ja innovaatioita (Business Finland, 2022a).

Tärkeää oli kohderyhmän valinta, sillä kohderyhmä vaikuttaa kyselyn kielelliseen muotoiluun ja ammattisanaston käyttöön (Vehkalahti, 2008, s. 25; Ronkainen, Karjalainen & Mertala, 2008, s. 31). Kohderyhmäksi valittiin Business Finlandin asiakkaista pk-yritykset, sillä suurin osa Suomen yrityksistä ja Business Finlandin asiakkaista on pk-yrityksiä. Business Finlandin rahoituksesta on myönnetty vuosien 2010–2020 aikana pk-yrityksille 72,6 prosenttia. Pk-yrityksistä mikroyrityksille myönnetty eniten 35,9 %, suurille 27,4 %, pienille 25,9 % ja keskisuurille 10,8 % (Business Finland, 2022b).

Tilastokeskuksen (2022) mukaan pienet ja keskisuuret yritykset, eli 'pk-yritykset', määritellään yrityksiksi, joiden palveluksessa on vähemmän kuin 250 työntekijää ja joiden joko vuosiliikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma enintään 43 miljoonaa euroa. Pk-yritykset ovat riippumattomia yrityksiä, tarkoittaen, että niiden pääomasta tai äänivaltaisista osakkeista 25 prosenttia tai enemmän ei ole sellaisen yrityksen tai yritysten omistuksessa, joihin ei voida soveltaa tilanteen mukaan pk-yrityksen tai pienen yrityksen määritelmää. (Tilastokeskus, 2022)

Kyselylomakkeen teossa lomakkeen pituus ja kysymystyyppit otettiin huomioon. Lyhyemmät kyselyt saavat yleensä pidempiä enemmän vastauksia (Ronkainen ja muut, 2008, s. 31.). Kyselyyn sisällytettiin 13 kysymystä, joista tähän tutkimukseen valittiin viisi tämän tutkimuksen kannalta tärkeimmäksi koettua. Pituuden lisäksi kysymystyyppi vaikuttaa vastausprosenttiin (Vehkalahti, 2008, s. 25). Kysymystyyppinä on kolme erilaista: avoimet kysymykset, valmiit vaihtoehdot sisältävät valintakysymykset, joista voidaan valita useampi vaihtoehto tai poissulkevat kysymykset, joista valitaan vain yksi monista vaihtoehdoista (Ronkainen ja muut, 2008, s. 33–35).

Kyselyyn sisällytettiin monia kysymyksiä, joten kysymykset pidettiin strukturoituina väärinymmärrysten syntymisen välttämiseksi (Ronkainen ja muut, 2008, s. 33–35). Paremman vastausprosentin saamiseksi ja tilastollisen käsiteltävyyden vuoksi kysymysvaihtoehdoista suurin osa muotoiltiin monivalintakysymyksiksi, jotka sisälsivät

valmiit vaihtoehdot, joista vastaaja pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon. Kyselyssä oli myös yksi poissulkeva kysymys. Lisäksi avoimia kysymyksiä sisällytettiin monivalintakysymyksiin syventävän ja selittävän analyysin saamiseksi. Tällöin vastaaja pystyi vastaamaan omin sanoin, jos vastaajalla oli lisättävää tai vaihtoehtoista ei löytynyt sopivaa vaihtoehtoa. Vastaajien annettiin olla anonyymeja, sillä se nostaa todennäköisesti vastausprosenttia (Vehkalahti, 2008, s. 25; Ronkainen ja muut, 2008, s.31). Vaikka vastaajat pidettiin anonyymeinä, tietyt taustatiedot, kuten yrityksen koko ja toimiala ovat saatavilla vastaajista.

Kysymykset määriteltiin etukäteen lomakkeelle ja tutkimusaineisto muodostui vastausten jälkeen kohteiden vastauksista (Laaksonen, 2013). Kyselyn kysymykset muotoiltiin perustuen Business Finlandin tarpeisiin ja olemassa olevaan tietoon perustuen kesä-elokuun 2021 aikana. Muotoilussa otettiin huomioon kohderyhmä Business Finlandilta rahoitusta saaneet suomalaiset pk-yritykset. Tukena käytettiin aiempia suomessa tehtyjä julkisesti saatavilla olevia yritys vastuukyselyitä: FIBS:n (Finnish Business & Society) (2019) yritys vastuututkimusta, Valtioneuvoston kanslian (2020) Suomalaisyrittäjien ihmisoikeussuoriutumisen tila (SIHTI) -hankkeen tuloksia, Elinkeinoelämän keskusliiton (2018) PK-Pulssia, PwC:n (2018) yritys vastuubarometriä ja Perheyrittäjien liiton (2019) yritys vastuukyselyä. Muotoilusta päävastuussa oli Olga Vartiainen ja kommentoimassa ja täydentämässä olivat Business Finlandin asiantuntijat¹.

Kyselyyn sisällytettiin kaksi demograafista taustakysymystä, jotka liittyivät vastaajaan ja tämän asemaan yrityksessä ja kaksi demografista taustakysymystä, jotka liittyivät yrityksen kansainvälisyyden asteeseen ja toimialaan. Kyselyyn sisällytettiin yhdeksän kysymystä, jotka liittyivät kestäväan kehitykseen. Tähän tutkimukseen sisällytettiin kyselyn kolme kysymystä, jotka käsittelevät kestävan kehityksen tilaa yrityksessä, kestävan kehityksen avulla tavoiteltuja liiketoimintahyötyjä ja kohdattuja haasteita kestäväan kehitykseen liittyen.

¹ Kyselyn tekoon osallistuneet Business Finlandin asiantuntijat olivat Annu Kotiranta, Christopher Palmberg ja Kaisa Hernberg.

Tutkimukseen valittiin tutkittavat tietyin perustein; Business Finlandilta rahoitusta saaneet yritykset vuosien 2010–2020 aikana. Otanta voidaan pitää edustavan otoksena innovaatioihin ja kansainvälistymiseen orientoituneista yrityksistä Suomessa. Otanta sisältää innovaatio- ja kansainvälistymisrahoituksen lisäksi Covid-19 pandemian aikana häiriörahoitusta saaneita yrityksiä, joista merkittävä osa on poikkeavia perinteisestä Business Finlandin rahoittamista yrityksistä.

Kyselytutkimukseen vastanneiden yritysten lukumäärä on tutkimuksen otoskoko. Otokoko on merkittävä tekijä kyselytutkimuksessa ja siihen vaikuttavat usein tutkimusvarat ja aikataulun asettamat rajat (Pahkinen, 2012, s. 91,97). Aineiston keruu toteutettiin Taloustutkimuksen kautta syyskuussa 2021. Kyselylomake lähetettiin yhteensä 3271 yritykselle. Otostavoite oli 500 vastaajaa. Otokseksi saatiin yhteensä 510, jolloin vastausprosentti on 15,56 prosenttia ja tavoite ylitettiin. Yleisesti ottaen mitä isompi otoskoko on, sitä luotettavampi tutkimus on, sillä tällöin sattumanvaraisuuden todennäköisyys ja virhemarginaali pienenevät.

Kyselystä hyödynnettiin tässä tutkimuksessa monivalintakysymyksiä ja monivalintakysymyksiin sisällytettyjä avoimia kohtia ja niiden vastauksia. Tässä tutkimuksessa esitetään kysymysten osalta vain suorat jakaumat sekä jakaumat pk-yritysten eri kokoihin mikroyrityksiin, pieniin ja keskisuuriin yrityksiin. Taulukot on tuotu Excel-tiedostosta, joka on saatu kyselyn tekniseltä toteuttajalta Taloustutkimukselta. Kyselyiden avoimia vastauksia on sisällytetty vastausten selittämiseksi mukaan tuloksiin, osa suorina lainauksina.

3.2 Haastattelujen toteutus

Kvalitatiivisen tutkimuksen pääasiallinen aineistonkerukeino on haastattelu, joka on erinomainen ja joustava tapa tiedon hankkimiseen vuorovaikutuksena avulla suoraan valitulta kohteelta (Hirsjärvi ja muut, 2009, s. 204–205). Verrattuna kyselyyn

haastattelun etuna on joustavuus. Haastattelijalla voi toistaa kysymyksen tai selventää sitä. Kirjallisessa kyselyssä haastattelijan on tyydyttävä saatuihin kirjallisiin vastauksiin ja toivottava, että vastaajat ovat osanneet ilmaista itseään riittävästi kirjallisesti (Tuomi J. & Sarajärvi A, 2009, s. 72). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa painotetaan mitä- ja mitenkysymyksiä, jotka synnyttävät tärkeitä miksi-kysymyksiä pohdittavaksi ja jatkotutkimuksen aiheiksi (Alasuutari, 2019). Haastattelu valittiin tähän tutkimukseen, jotta kyselytutkimuksen tuloksien analyysiä voitiin syventää ja selittää eri kestävän kehityksen vaiheissa olevien yritysten osalta.

Haastattelun fokuksena oli selvittää, minkälaista tukea yritykset tarvitsisivat kestävään kehitykseen liittyen ja mitä tekijöitä tuen tarpeen taustalla on. Haastattelujen päätavoitteena oli selvittää miten Business Finland voisi auttaa asiakkaitaan kestävän kehityksen haasteissa, eli millaisia palveluita Business Finlandin tulisi tarjota kestävään kehitykseen liittyen. Tarvittavan tuen lisäksi haastatteluissa käsiteltiin myös liiketoimintahyötyjä ja haasteita, joita yrityksen kokevat kestävän kehityksen osalta. Näin ollen pienellä varovaisuudella voidaan todeta haastattelujen täydentävän kyselylomakkeen tuloksia erityisesti kestävän kehityksen haasteiden osalta.

Syvähaastattelut toteutettiin joulukuun 2021 aikana. Syvähaastateltavat olivat vastanneet Kestävä kehitys -kyselyyn syyskuun 2021 aikana. Haastateltavat yritykset valikoitiin kestävän kehityksen eri vaiheista. Vaihe määriteltiin kyselyvastausten perusteella tai yrityksiin tutustumalla nettisivujen kautta ja arvioimalla, mikäli lupaa vastauslomakkeen vastausten läpikäymiseen ei ollut saatu yritykseltä. Vaihe tarkistettiin haastattelun aikana haastateltavalta. Haastateltavat olivat ilmaisseet kiinnostuksensa osallistua syvähaastatteluun ja toimivat yrityksen johdossa tai operatiivisissa johtotehtävissä.

Haastatellut yritykset ovat kestävän kehityksen vaiheiden mallissa vaiheissa kaksi: ”vaatimusten täyttäjät”, neljä: ”markkinoilla erottuja” ja viisi: ”edelläkävijät”. Yritys Vaiheen kaksi yritys on IT-konsultointia ja palveluita tarjoava ja yritys seuraa kestävään

kehitykseen liittyviä normeja, standardeja ja lainsäädäntöä. Neljännen vaiheen yritys on tuotekehitys, tutkimus- ja suunnittelupalveluyritys ja on tunnistanut laajempaa kestävään kehitykseen liittyvää markkinapotentiaalia ja kehittävät siihen ratkaisuja. Vaiheen viisi yrityksen päätoimiala on kierrätys ja yrityksessä kestävä kehitys on osa yrityksen strategiaa ja liiketoiminnan ydintä.

Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina ja haastateltavia yrityksiä oli kolme. Haastateltavista kaksi antoivat luvan päästä näkemään heidän kyselylomakkeen vastauksensa, joita käytettiin haastattelujen taustatietona. Yritykselle, joka ei antanut lupaa kyselylomakkeen vastausten näkemiseen kysyttiin muutama tarkentava kysymys kyselylomakkeeseen liittyen, jotta voitiin arvioida yrityksen vaihe kestävä kehityksen eri asteissa.

Tutkimusmenetelmän luotettavuutta voi heikentää haastateltavien taipumus antaa tutkijalle suotuisia tuloksia (Hirsijärvi ym. 2009: 206). Tässä tapauksessa luotettavuutta voi heikentää se, että haastateltavat yritykset ovat saaneet rahoitusta Business Finlandilta. Hirsijärvi ja muut (2009: 207) painottavat haastatteluaineiston olevainen sidonnainen kontekstiin ja tilanteeseen. Näin ollen tulosten yleistämistä ei voi liioitella.

Tutkimuksen kvalitatiivisessa osassa käytettiin puolistrukturoitua haastattelumallia, jonka pohjana toimivat valmiiksi asetetut kysymykset. Strukturoidussa ja puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat valmiiksi asetettu ja ne ovat samat kaikille haastateltaville. Erona strukturoidussa ja puolistrukturoidussa haastattelussa on se, että puolistrukturoidussa haastattelussa ei anneta vastausvaihtoehtoja valmiiksi, kuten strukturoidussa kyselyssä (Aaltola Valli, 2010, s. 29). Näin annettiin vastaajalle mahdollisuus muotoilla vastauksensa itse. Haastateltava johdateltiin vastaamaan kysymysten avulla tutkimuksen kohteena oleviin aihealueisiin ja teemoihin. Aineiston teemoittamisen avulla pelkistettiin aineistoa, jotta otettiin esiin olennaisimmat asiat ja jätettiin tarkentaminen haastateltaville (Moilanen ja Rähä, 2015, s. 6). Lisäksi tavoiteltiin keskustelun aikaansaamista haastateltavan ja haastattelijan välille aiheista. Kysymykset

muotoiltiin avoimiksi, jotta saatavat vastaukset olisivat runsaampia ja tuottoisampia tutkimuksen kannalta.

Haastattelututkimuksessa kysymykset olisi hyvä laatia ajoissa ja antaa haastateltavilla tutustuttavaksi ennen haastattelun ajankohtaa, jotta haastateltava saa aikaa perehtyä kysymyksiin ja haastattelun aiheisiin (Tuomi ja Sarajärvi, 2009, 72–73). Haastateltaville ilmoitettiin haastattelun teemat ennen haastattelua sähköpostitse. Haastattelukysymyksiä ei toimitettu haastateltaville etukäteen, sillä haastateltavat olivat vastanneet kyselyyn ennen haastattelua, joten oletettiin haastattelun aihepiirin olevan vastaajille jo ennestään tuttu. Haastattelun teemoiksi valittiin kestävä kehitys yrityksessä, kestävä kehityksen referenssikenttä yritykselle, kestävä kehityksen haasteet ja yrityksen tarvitsema apu kestävään kehitykseen liittyen. Tarkemmin muotoillut kysymykset löytyvät liitteestä 2.

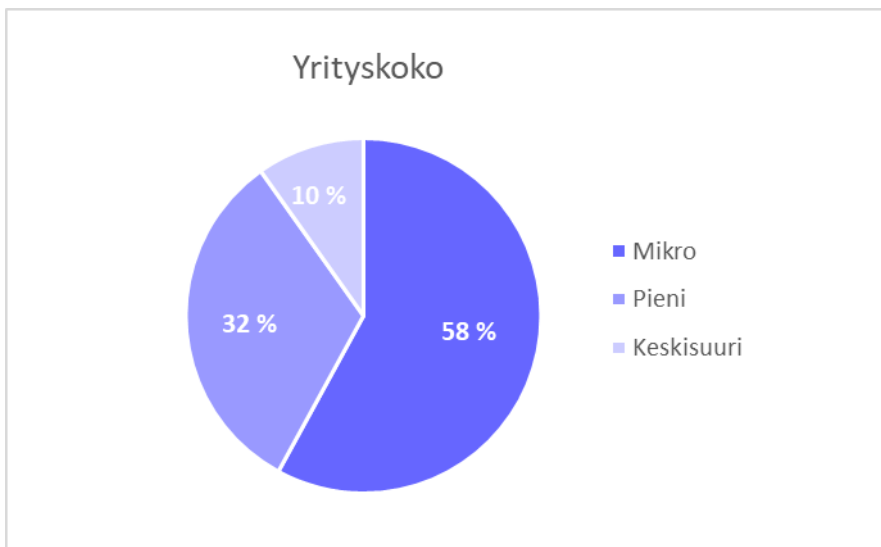
Haastattelut nauhoitettiin jälkitarkastelun ja analysoinnin selkeyden vuoksi. Haastattelunauhoitukset litteroitiin eli muutettiin analysoinnin tueksi tekstimuotoon Word-tiedostoon haastattelijan toimesta ilman erillistä litterointiohjelmaa. Jokaisesta haastattelusta syntyi 2,5–3 sivua tekstiä (Calibri 11 pt, riviväli 1). Aineiston litterointimenetelmänä käytettiin peruslitterointia, joka mahdollistaa aineiston monipuolisen jatkokäytön ja toimii puheen asiasisällön analysointiin (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, 2017).

Tämän jälkeen vastaukset koostettiin teemoittain tulosten esiin tuomisen helpottamiseksi. Sopiva tapa selvittää haastattelujen sisältöä on teemoittelu eli tutkimusongelman kannalta keskeisten aiheiden etsiminen teemahaastatteluaineistosta (Eskola ja Suoranta, 2008). Teemoittelu suoritettiin OneNote-tiedostossa värikoodausten avulla kestävä kehityksen liiketoimintamahdollisuuksiin ja haasteisiin koodaten. Haastateltavat ja yritykset ovat anonyymejä ja anonyymiuden takaamiseksi suoria lainauksia ei käytetä tutkimuksen tulokset-osiossa.

4 Tulokset

Tässä osiossa käydään läpi kvantitatiivisen kyselyaineiston ja kvalitatiivisen haastatteluaineiston tulokset. Tulokset käsitellään yhdessä, jotta kyetään havaitsemaan ovatko tulokset samansuuntaisia isomman otannan kyselyssä ja yksittäisten yritysten haastatteluissa.

Kyselyyn vastasi 510 yritystä. Vastaajat on kuvattu yrityskoon mukaan kuvassa 3. Suurin osa vastaajista 295 on mikroyrityksiä (henkilöstömäärä alle 10) 57,8 prosenttia, toiseksi eniten 164 pienenyrityksiä (henkilöstömäärä alle 50) 32,2 prosenttia ja vähiten 50 keskisuuria yrityksiä (henkilöstömäärä alle 50–249) 9,8 prosenttia.



Kuva 3. Vastaajien yrityskoko

Kyselyyn vastanneista suurin osa, 95 prosenttia, on joko yrityksen johtoon kuuluva henkilö. Vastaajista yrityksen vastuullisuudesta vastaavia on 74 prosenttia. Näin ollen voidaan olettaa vastaajien olevan yrityksissä oikea henkilö vastaamaan kestävän kehityksen kyselyyn.

4.1 Kestävän kehityksen taso

Kyselyssä kerättiin tietoa siitä, miten kestävä kehitys näkyy yritysten liiketoiminnassa. Kysymyksen avulla pyrittiin hahmottamaan miten eri tavoin yritykset huomioivat kestävä kehityksen liiketoiminnassaan. Vastausten avulla voidaan luokitella yrityksiä Willardin (2012) ja UN Global Compactin (2022) kestävä kehityksen mallin mukaisesti eri kestävä kehityksen vaiheisiin, sillä vastaaja on voinut valita kysymyksistä vain yhden parhaiten yrityksen kuvaavan vaihtoehdon. Kysymyksen vaihtoehdot sisältävät kestävä kehityksen mallin viisi vaihetta.

Taulukko 1. Kestävä kehitys yritysten liiketoiminnassa

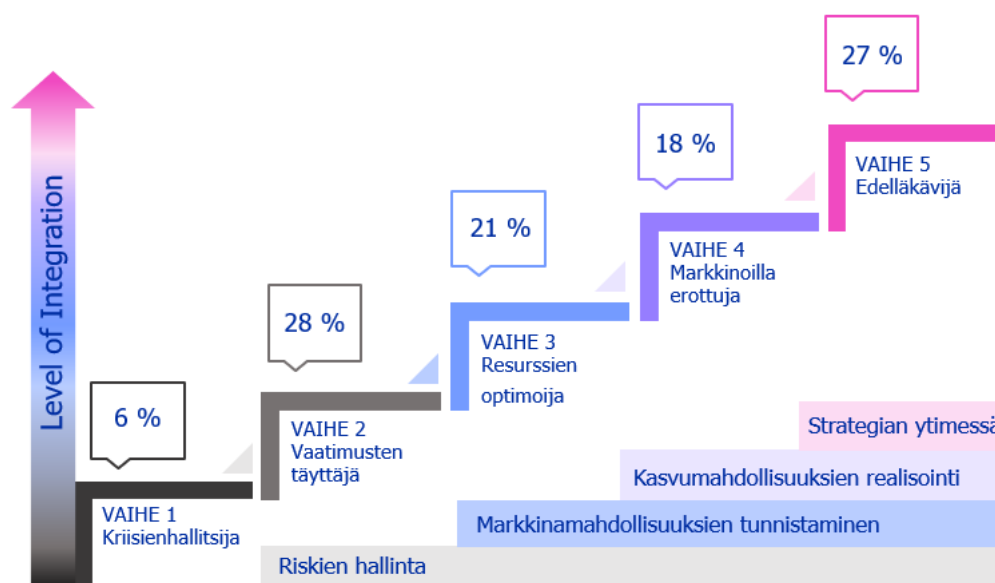
Miten kestävä kehitys näkyy yrityksenne liiketoiminnassa? Valitse parhaiten yrityksenne tilaa kuvaava vaihtoehto.				
	Yhteensä	Yrityskoko		
		Mikro	Pieni	Keskisuuri
	510	295	164	50
Kestävä kehitys ei liity liiketoimintaamme lainkaan	6 %	7 %	6 %	2 %
Seuraamme kestävään kehitykseen liittyviä normeja, standardeja ja lainsäädäntöä	28 %	25 %	31 %	36 %
Yrityksellämme on kestävään kehitykseen liittyviä tuotteita / palveluja	21 %	22 %	23 %	10 %
Olemme tunnustaneet laajempaa kestävään kehitykseen liittyvää markkinapotentiaalia ja kehitämme siihen ratkaisuja	18 %	19 %	13 %	28 %
Kestävä kehitys on osa yrityksemme liiketoimintastrategian ja toiminnan ydintä	27 %	27 %	27 %	24 %

Kestävä kehitys näkyy vastaajista suurimmalla osalla (28 %) siten, että yritys seuraa kestävään kehitykseen liittyviä normeja, standardeja ja lainsäädäntöä. Kyseisistä yrityksistä 25 prosenttia on mikroyrityksiä, 31 prosenttia pieniä ja suurin osa 36 prosenttia keskisuuria. Toiseksi suurimmalla joukolla (27 %) kestävä kehitys on osa strategiaa ja liiketoiminnan ydintä. Tästä joukosta mikroyrityksiä on 27 prosenttia, pieniä 27 prosenttia ja keskisuuria 24 prosenttia, joten joukko jakaantuu melko tasaisesti eri yrityskokojen kesken. Kolmanneksi suurin yritysryhmä (21 %) omaa kestävään

kehitykseen liittyviä tuotteita /palveluja. Tästä joukosta mikroyrityksiä on 22 prosenttia, pieniä 23 prosenttia ja keskisuuria vähiten vain 10 prosenttia.

Neljäs yritysjoukko (18 %) on tunnistanut laajempaa kestävään kehitykseen liittyvää markkinapotentiaalia ja kehittävät siihen ratkaisuja. Joukosta mikroyrityksiä on 19 prosenttia, vähiten pieniä 13 prosenttia ja huomattavasti eniten keskisuuria 28 prosenttia. Viides yritysjoukko ja pienin osa vastaajista (6 %) ei koe kestäväen kehityksen liittyvän liiketoimintaansa lainkaan. Joukosta mikroyrityksiä on 6 prosenttia, pieniä 7 prosenttia ja pienin osa 2 prosenttia keskisuuria yrityksiä. Vastausten perusteella voidaan todeta 94 prosentilla vastaajista kestäväen kehityksen olevan yrityksen agendalla.

Kun ”kestävä kehitys yrityksen liiketoiminnassa” -kysymyksen perusteella asetetaan vastaajat Willardin (2012) ja UN Global Compactin (2022) mallin mukaisesti kestäväen kehityksen vaiheiden mallin eri tasoille, ovat vastaajat jakaantuneet eri vaiheiseen kuvan 4. mukaisesti.



Kuva 4. Kestäväen kehityksen vaiheiden malli ja kyselyn vastaajat

Kun tarkastellaan kuvaa 4. huomataan, että suurin osa yrityksistä on kestävän kehityksen toisessa vaiheessa. Toiseksi eniten yrityksistä on mallin edistyneimmällä vaiheessa viisi. Kolmanneksi eniten vaiheessa kaksi ja neljänneksi eniten vaiheessa neljä. Kaikista vähiten vaiheessa yksi. Mallin vaiheessa yksi olevat yritykset eivät oikeasti todennäköisesti ole Willardin (2012) ja UN Global Compactin (2022) kestävän kehityksen mallin vaiheessa yksi, koska kyseisen mallin mukaan länsimaissa toimivat yritykset ovat automaattisesti mallin mukaisesti vaiheessa kaksi.

Vaiheen kaksi yritys eli ”vaatimusten täyttävä” näkee kestävän kehityksen perusjärjellä ajateltavana asiana, että ei roskata, ei tuhlata eikä matkusteta turhaan. Kestävään kehitykseen liittyy yrityksen mukaan paljon asioita. Yritys edistää kestävän kehityksen sosiaalista puolta tietosuoja-asioilla. Yritys korostaa tiedon avoimuutta ja pyrkii suosimaan kotamaisia tekijöitä.

Vaiheen neljä yritys eli ”markkinoilla erottuja” tuottaa tuotetta/palvelua, joka on ratkaisu kestävän kehityksen ongelmiin. Kestävä kehitys on siis yrityksen toiminnan ytimessä. Yritys haluaa auttaa muita yrityksiä tekemällä tuotantoa siten, että raaka-aineet ja komponentit saadaan talteen, eli uudelleen kierrätykseen. Yritys ei juurikaan mittaa tai seuraa omien toimimensa vaikutuksia, sillä kokee oman toimintansa vaikutuksen olevan suhteellisen pientä. Vaikutus on suurempi heidän tuottaman palvelunsa ja asiakkaiden kautta. Suoraan kestävään kehitykseen liittyviä tavoitteita ei yrityksen toiminnassa suoranaisesti näy. Yritys pyrkii minimoimaan hävikkiä seuraamalla henkilöstön toimintatapoja. Yritys näkee toiminnan tehostumisen olevan yhteydessä siihen, että asioita tehdään oikein. Yritys ei kuitenkaan koe oman toiminnan seuraamisen olevan vielä täydellisellä tasolla.

Kestävän kehityksen sosiaalisen puolen asiat, kuten tasa-arvo ja naisten asema ovat yrityksessä automaatioita. Yritys tekee lisäksi yhteistyötä oppilaitosten kuten yliopistojen, ammattikorkeakoulujen ja ammattikoulujen kanssa harjoittelupaikkojen ja opinnäytteiden kautta. Yritys tekee myös itse tutkimusta. Yritys tekee paljon hankintoja

eurooppalaisilta yrityksiltä jonkin verran myös Kiinan markkinoilta ja pyrkii tekemään kiinalaisten yritysten kohdalla tarkastelua, että yritys on iso, jotta rakenteet ja laadunvalvonta on yrityksen toiminnan taustalla.

Vaiheen viisi yrityksen eli ”edelläkävijän” strategia ja liiketoiminta perustuvat kiertotalouteen ja erityisesti jätteen uusiokäyttämiseen tuotteiden materiaaleina. Yrityksen ideologiana on ekologisuus, eettisyys, esteettisyys, avoimuus, vastuullisuus, joiden taustalla kestävä kehitys on isossa kuvassa. Yritys tekee poistotekstiileistä tuotteita ja pyrkii maksimaaliseen resurssitehokkuuteen. Yritys näkee yritysmaailman olevan edelleen murroksessa kestävän kehityksen suhteen. Kestävän kehityksen periaatteiden noudattaminen on yrityksen mukaan vastuullisuutta.

4.2 Kestävän kehityksen liiketoimintahyödyt

Kyselyssä kysyttiin mitä liiketoimintahyötyjä yritykset tavoittelevat kestävän kehityksen kautta. Kysymyksessä vastaajalle annettiin mahdollisuus valita viisi tärkeimmäksi kokemaansa vastausta vastausvaihtoehdoista. Kysymyksen yhteydessä vastaajalle annettiin mahdollisuus antaa ”Muu”-kohdassa avoin vastaus kysymykseen. Lisäksi vastaaja on voinut halutessaan kertoa esimerkin kestävän kehityksen avulla tavoittelemista liiketoimintahyödyistä. Seuraavassa taulukossa 2. on kuvattu vastaukset ja niiden jakautuminen eri yrityskokojen välillä.

Taulukko 2. Kestävän kehityksen liiketoimintahyödyt

Mitä liiketoimintahyötyjä tavoittelette kestävän kehityksen kautta? Valitse viisi (5) tärkeintä vaihtoehtoa.				
	Yhteensä	Yrityskoko		
		Mikro	Pieni	Keskisuuri
	510	295	164	50
Asiakassuhteiden vahvistaminen	42 %	41 %	40 %	56 %
Riskien hallinta	13 %	12 %	15 %	10 %
Kilpailukyvyyn tai -edun lisääminen	63 %	63 %	65 %	58 %
Sidosryhmien luottamuksen vahvistaminen	23 %	24 %	20 %	26 %
Tulevaisuuden toimintaedellytysten varmistaminen	50 %	47 %	53 %	54 %
Myynnin kasvattaminen	46 %	44 %	51 %	38 %
Maineen rakennus ja brändin arvon kasvattaminen	46 %	45 %	46 %	56 %
Työvoiman sitouttaminen ja houkuttelu	13 %	13 %	14 %	12 %
Innovoinnin, tuotteiden tai palveluiden kehittäminen	37 %	39 %	30 %	46 %
Työtyytyväisyyden lisääminen	9 %	6 %	15 %	8 %
Toiminnan ja prosessien kehittäminen	15 %	13 %	16 %	22 %
Osakkeen arvon kasvattaminen	8 %	8 %	9 %	4 %
Kustannussäästöt	12 %	12 %	12 %	14 %
Liiketoiminnan laajentaminen uusille markkinoille	21 %	22 %	21 %	20 %
Nykyisten tuotteiden / palvelujen sovellusalueen laajentaminen	18 %	18 %	20 %	20 %
Liiketoiminnan jalostusarvon nostaminen	12 %	10 %	13 %	14 %
Uusien kumppanuuksien luominen	16 %	18 %	15 %	14 %
Muu	2 %	2 %	1 %	2 %
Ei mitään liiketoimintahyötyjä	4 %	5 %	4 %	-

Neljä prosenttia vastaajista on vastannut, ettei tavoittele mitään liiketoimintahyötyjä kestävän kehityksen kautta. Kyseisen vastauksen valinneista seitsemän prosenttia on mikroyrityksiä, kuusi prosenttia pieniä ja vain kaksi prosenttia keskisuuria. Vain neljän prosentin vastaajista ollessa sellaisia yrityksistä, jotka eivät tavoittele mitään liiketoimintahyötyjä kestävän kehityksen avulla voidaan todeta, että 96 prosenttia vastaajista kokee kestävän kehityksen kautta saavutettavan liiketoimintahyötyjä.

Kilpailukyvyyn tai -edun lisääminen (63 %) on yritysten eniten tavoittelema liiketoimintahyöty lähes riippumatta yrityskoosta. Myös avoimissa vastauksissa korostuu kilpailukyvyyn ja kestävän kehityksen yhteys. Avoimien vastausten mukaan kestävä kehitys koetaan kansainvälisillä markkinoilla erottautumistekijänä esimerkiksi, kun

verrataan suurempiin kansainvälisiin toimijoihin. Kestävä kehitys nähdään myös vaatimuksena esimerkiksi kansainvälisillä markkinoilla julkisessa kilpailutuksessa pärjäämiselle.

”Asiakkaidemme päämiehet ovat alkaneet vaatia kestävän kehityksen mukaisia selvityksiä tuotteista ja palveluista. Omilla tuotteillamme, jotka ovat kehitettyjä kestävän kehityksen arvoja parantaen, pyrimme nostamaan kilpailukykyämme.”

Tulevaisuuden toimintaedellytysten varmistaminen on toisena (50 %) tasaisesti eri kokoluokkien välillä. Tulevaisuuden toimintaedellytykset ja uudet markkinamahdollisuudet nousevat esiin myös avoimissa vastauksissa.

”Pitkällä tähtäimellä elinehto yritykselle, sillä moni asiakas ei vielä - mutta pian tulee vaatimaan panostamista kestävän kehityksen mukaiseen toimintaan ja tuotteisiin. Me näemme tämän elinehtona, ei vain liiketoimintahyötynä.”

”Kestävään kehitykseen tähtäävillä mm. energiatehokkuustoimenpiteillä saadaan aikaan kustannussäästöjä, osakkeiden arvon kasvua, sidosryhmän strategian noudattaminen parantaa luottamusta yhtiön ja sidosryhmän välillä millä turvataan toimintaedellytyksiä myös jatkossa.”

Kolmantena on myynnin kasvattaminen ja maineen rakennus ja brändiarvon kasvattaminen molemmat 46 prosenttia vastaajista. Myynnin kasvattaminen on vähiten keskisuurten yritysten tavoitteena (38 %), kun taas eniten pienten yritysten tavoitteena (51 %). Maineen ja brändiarvon rakennus on eniten keskisuurten tavoitteena 56 prosenttia ja tasaisesti pienten (46 %) ja mikroyritysten (45 %) tavoitteena. Avoimissa vastauksissa kestävä kehitys mainitaan sekä myyntiä että markkinointia edistävänä tekijänä.

”Vastuullisuus ja kestävä kehitys on myyntiä edistävä erottautumistekijä alallamme.”

Asiakassuhteiden vahvistaminen on viidentenä 42 prosenttia vastaajista, erityisesti keskisuurten tavoitteena 56 prosenttia yrityksistä. Asiakkaiden vaatimukset kestävään kehitykseen liittyen korostuvat avoimissa vastauksissa, sillä asiakkaat alkavat toivoa esimerkiksi ilmastoneutraaleja palveluita.

Innovoinnin, tuotteiden tai palveluiden kehittäminen on kuudentena (37 %), vähiten pienten yritysten tavoitteena (30 %), kun taas eniten keskisuurten (46 %) tavoitteena. Kestävät innovaatiot nousevat esiin myös avoimissa vastauksissa. Esimerkiksi avoimissa vastauksissa mainitaan hiilijalanjäljen vähentäminen yritysten kehittämien ratkaisujen avulla, uudet vaihtoehdot perinteisille ratkaisuille kuten kestävä kehityksen mukaisilla tuotteilla markkinoilla olevien ei kestävä kehityksen mukaisten tuotteiden korvaaminen.

”Yrityksemme kehittämä teknologia tähtää suoraan kestävämmän ruuan tuotantoketjun synnyttämiseen.”

Toiminnan ja prosessien kehittäminen (15 %) ja nykyisten tuotteiden/palveluiden sovellusalueen laajentaminen (18 %) eivät nouse merkittäviksi kyselyssä, mutta avoimissa vastauksissa niihin elementit korostuvat. Avoimissa vastauksissa mainitaan energia- ja materiaalitehokkuus, tuotteiden biohajoavuus ja kierrätettävyys, uusiutuvat raaka-aineet kuten maalämpö ja aurinkoenergia, uudenlaiset käyttöratkaisut kuten yhteiskäyttö ja vuokraaminen sekä tuotteiden huollettavuus ja pitkäikäisyys.

”Tuotamme kestävä kehitystä edesauttavia monitorointiteknologioita, joten kestävä kehityksen trendit ja vaatimukset ovat erittäin oleellisia liiketoiminnallemme.”

”Emme tavoittele pikavoittoja tai tee kertakäyttöisiä tuotteita. Kehitämme tuotteitamme siten, että ne ovat kestäviä ja niillä on pitkä elinkaari. Etänä tehtävillä softapäivityksillä haluamme tarjota asiakkaillemme ja käyttäjille aina uutta sisältöä siten, että asiakkaan ei tarvitse sijoittaa uusiin fyysisiin laitteisiin.”

Kyselytuloksissa sidosryhmien luottamuksen vahvistaminen (23 %) ja työvoiman sitouttaminen ja houkuttelu (13 %) eivät nouse merkittävimpien tavoiteltujen liiketoimintaetujen joukkoon, mutta korostuvat kuitenkin avoimissa vastauksissa. Avoimista vastauksista ilmenee työntekijöiden motivaatio kehittää tuotteita kestävän kehityksen muutoksen edistämiseksi. Kestävän kehityksen mukaiset toimet koetaan työvoiman sitouttamisessa ja houkutuksessa ja sijoittajien kiinnostusta nostavana tekijänä.

”Tänä päivänä myös aloittelevalle teknologia-startupille ESG asiat ovat tärkeitä, koska työntekijät ja sijoittavat kysyvät niitä. Jossain vaiheessa myös asiakkaat.”

”Palveluidemme läpinäkyvyys ja laatu paranee. Yrityksenä luomme samalla työnantajamielikuvaa, joka auttaa meitä hyvien tekijöiden saamiseksi töihin.”

Lisäksi sidosryhmiin liittyen toimitusketju ja päämiesten vaatimukset nousevat esiin avoimissa vastauksissa. Vastauksissa mainitaan tehokkaammat arvoketjut ja niiden kestävän kehityksen edellytykset sekä strategisten kumppanuksien ja suurten päämiesten kestävän kehityksen vaatimukset.

”Kotimainen valmistus on aina ympäristön kestävän kehityksen kannalta parempi kuin maahantuonti. Varsinkaan Euroopan ulkopuolella emme voi olla mitenkään varmoja, että ekologiset sosiaaliset yms. tavoitteet täyttyisivät. Pyrimme pitämään valmistuksen kotimaassa ja vältämme tuontia. erityisesti vältämme tuontia Euroopan ulkopuolelta.”

Syvähaastatelluista yrityksistä vaiheen viisi yritys ”edelläkävijä” kokee, että yritykset, jotka eivät ole kestäviä, eivät ole kohta enää kannattavia. Yritys näkee kustannussäästöt hyvänä motivaatiotekijänä kestävä kehityksen toimille. Sidosryhmien kuten kuluttajien ja yhteistyökumppaneiden vaatimukset yritys kokee eteenpäin ajavana tekijänä, kuten moni kyselyyn vastanneista. Yritys painottaa kestävä kehityksen tietoisuuden lisäämisen merkitystä. Se kokee myös tiedon lisääntyneen 2000-luvun alusta lähtien ja muutoksen näkyvän omalla toimialallaan ja myös toimialan liiton näkevän vastuullisuuden edistämisen kilpailukyvyyn lähteenä.

Vaiheen neljä yritys ”markkinoilla erottuja” on puolestaan huomannut rekrytoinnissaan, että henkilöt pitää valita siten, että he ovat kiinnostuneita ympäristönäkökulmasta ja tietoisuutensa isommasta agendasta on toiminnan taustalla.

Kun taas vaiheen kaksi yritys ”vaatimusten täyttäjä” kokee tärkeänä saada kestävä kehityksen yritysten tietoisuuteen. Yritys kokee omalla alallaan kestävä kehityksen näkyvän ja perustuvan tällä hetkellä eniten valmistukseen ja logistiikkaan. Yrityksen ”vihreys” tulee hankinnoissa esiin. Yritys nostaa digitalisaation työtä vähentävänä tekijänä esiin ja miettii kestävyttä siltä kannalta.

4.3 Kestävä kehityksen haasteet

Kyselyssä kysyttiin vastaajilta mitä haasteita yritykset ovat kohdanneet kestävään kehitykseen liittyen. Kysymyksessä vastaajalle annettiin mahdollisuus valita useita vastauksia vaihtoehtoista. Kysymyksen yhteydessä ”Muu”-kohdassa vastaajalle annettiin mahdollisuus antaa avoin vastaus kysymykseen. Taulukossa 3. on kuvattu vastaukset ja niiden jakautuminen eri yrityskokojen välillä.

Taulukko 3. Kestävän kehityksen haasteet

Minkälaisia liiketoimintaan vaikuttavia haasteita yrityksenne on kohdannut kestävään kehitykseen liittyen? Voit valita useita vaihtoehtoja.				
	Yhteensä	Yrityskoko		
		Mikro	Pieni	Keskisuuri
	510	295	164	50
Ympäristöongelmista johtuvat saatavuus- tai kustannusongelmat	16 %	15 %	16 %	20 %
Tiukemman lainsäädännön aiheuttamat resursointihaasteet	15 %	14 %	16 %	20 %
Asiakkaiden / päämiesten tiukentuneet kestävyysvaatimukset	21 %	19 %	21 %	36 %
Kestävyyteen liittyvän sääntelyn heikko ennustettavuus	15 %	14 %	13 %	26 %
Rahoituksen saatavuuden vaikeutuminen	13 %	16 %	11 %	6 %
Hallinnollisen taakan (esim. raportointi) lisääntyminen	31 %	25 %	32 %	66 %
Vaikeudet varmistua kumppaneiden / alihankkijoiden toiminnan kestävydestä	29 %	29 %	27 %	32 %
Vastuullisuuden strateginen integrointi koko liiketoimintaan	15 %	12 %	19 %	16 %
Vastuullisuuden vaikutusten mittaus ja seuranta	33 %	29 %	33 %	58 %
Henkilöstön ja muiden resurssien riittävyys	28 %	25 %	32 %	32 %
Korruptio kohdemarkkinoilla	6 %	6 %	9 %	2 %
Yrityksemme brändi ei ole kestävä kehityksen suhteen tarpeeksi vahva	7 %	9 %	5 %	4 %
Muita	2 %	2 %	1 %	-
Emme ole kohdanneet kestävään kehitykseen liittyviä haasteita	19 %	22 %	18 %	4 %

Vastuullisuuden vaikutusten mittaus ja seuranta on suurin haaste, jonka 33 prosenttia vastaajista on valinnut. Erityisesti vaikutusten mittaus ja seuranta ovat haasteena keskisuurille yrityksille 50 prosenttia vastaajista, pienyrityksille 33 prosenttia ja vähiten mikroyrityksille 29 prosenttia. Myös avoimissa vastauksissa mittaamisen ja seurannan haasteet nousevat esiin. Avoimissa mainitaan liiketoimintahyötyjen realisoinnin vaikeus ja mittaaminen sekä esimerkiksi hiilikädenjälkilaskurin puute rakennusteollisuuden alalla.

Hallinnollisen taakan, kuten esimerkiksi raportoinnin lisääntyminen, on toiseksi suurin haaste, jonka 31 prosenttia vastaajista on valinnut. Eniten hallinnollisen taakan kokevat haasteena keskisuuret yritykset 66 prosenttia, toisena pienyrityksistä 32 prosenttia ja mikroyrityksistä vain 25 prosenttia.

Vaikeudet varmistua kumppaneiden/alihankkijoiden toiminnan kestävydestä on vastaajien kolmanneksi suurin haaste (29 %), jakautuen hyvin tasaisesti eri kokoluokkien välille. Kumppaneihin ja sidosryhmiin liittyvät haasteet korostuvat erityisesti avoimissa vastauksissa. Haasteissa korostuu sidosryhmien sitoutumattomuus ja kielteinen suhtautuminen kestäväan kehitykseen ja sen tavoitteisiin, viranomaisten kielteinen suhtautuminen innovatiivisiin uusiin ratkaisuihin, osakkaiden sitoutuminen, asiakkaiden sitoutumattomuus kestäväan kehityksen tavoitteisiin kuten esimerkiksi se, että asiakkaat eivät ole välttämättä vielä lähteneet vahvasti operatiivisessa toiminnassaan mukaan kestäväan kehityksen mukaiseen toimintaan. Lisäksi avoimissa mainitaan haasteena kestäväan kehitykseen liittyvän tutkimuksen hylkääminen Akatemiatasolla.

Neljäntenä merkittävimpänä haasteena on henkilöstön ja muiden resurssien riittävyys vastaajista 28 prosenttia. Resurssien riittävyys on tasaisesti keskiuurten ja pienyrityksien haasteena molemmissa 32 prosenttia vastaajista ja vähiten mikroyrityksillä 25 prosentilla. Avoimissa vastauksissa resurssien riittämättömyyteen liittyen nousee esiin tiedon puutteeseen liittyvät haasteet kuten terminologian haasteellisuus ja suorien liiketoimintahyötyjen realisointi.

”Terminologia on haastavaa, joka vaikeuttaa asian viestintää esim. henkilöstölle ja kumppaneille”

Viidentenä haasteena on asiakkaiden/päämiesten tiukentuneet kestävyysvaatimukset 21 prosentilla vastaajista. Tämä haaste korostuu erityisesti keskiuurilla yrityksillä, 36 prosenttia, ja huomattavasti vähemmän pienillä (21 %) ja mikroyrityksillä (19 %). Avoimissa vastauksissa asiakkaiden vaatimukset eivät nouse esiin, mutta rahoittajien vaatimukset korostuvat.

”Rahoittajat odottavat raportointia ESG-asioista”

Seuraavina tunnistettuina haasteina järjestyksessään ja tasaisesti eri yrityskokojen välille jakautuvat ympäristöongelmista johtuvat saatavuusongelmat (16 %), tiukemman lainsäädännön aiheuttamat resurssihaasteet (15 %), kestävyteen liittyvän sääntelyn heikko ennustettavuus (15 %), vastuullisuuden strateginen integrointi koko liiketoimintaan (15 %), yrityksen brändi ei ole kestävä kehityksen suhteen tarpeeksi vahva (7 %) ja korruptio kohdemarkkinoilla (6 %). Rahoituksen saatavuuden vaikeutuminen (13 %) on eniten mikroyrityksien (16 %) ja vähiten keskisuurten yritysten (6 %) haasteena. Avoimissa vastauksissa erityisesti korruptioon liittyvät haasteet korostuvat. Vastauksissa mainitaan haasteena toimintaympäristön korruptio ja markkina-alueen monopolisointi.

Vastaajista 19 prosenttia ei ole kohdannut kestävään kehitykseen liittyviä haasteita. Näistä yrityksistä mikroyrityksiä ovat 22 prosenttia, pieniä yrityksiä 18 prosenttia ja keskisuuria yrityksiä vain 4 prosenttia. Haasteissa korostuvat keskisuurten yritysten näkemykset. Kaikista kokoluokista keskisuuret yritykset kokevat kyselyn vastausten perusteella eniten haasteita.

Haastatteluissa vaiheen viisi yritys ”edelläkävijä” kokee haasteena jatkuvasti muuttuvan kestävä kehityksen toimintaympäristön. Yrityksen mukaan yritykset ja kuluttajat alkavat vaatia yhä enemmän läpinäkyvyyttä ja vastuullisuutta. Yritys pyrkii läpinäkyvyyteen ja tästä uusina toimina ovat hiili- ja vesijalanjäljen laskenta. Yritys noudattaa GHG-protokollaa, johon ovat päätyneet konsultoinnin, alan liiton ja benchmarkkauksen avulla. Tarve laskentaan on syntynyt kansalaisjärjestön paineesta. Haasteena on, ettei ole olemassa yhtä yhtenäistä laskentatapaa tai -mallia, vaan käytetään eri kaavoja ja eri tekijät otetaan huomioon. Tämä tekee vertailtavuudesta vaikeaa. Yritys uskoo laskennan kehittyvän ja siihen liittyen tulevan standardeja. Tällä hetkellä markkina-aseman saavuttamiseksi on seurattava markkinan kehitystä ja samalla kehitettävä omia laskelmia.

”Edelläkävijä” nostaa esiin myös resurssien ja osaamisen riittämättömyyden. Laskenta maksaa ja vaatii paljon työtä, kanavien etsintää, tekijöiden hankintaa ja opettelua.

Laskentaa varten tarvitaan alihankintaketjusta saatavia tietoja. Alihankintaketjussa ymmärretään tarve erilaisille tiedoille, mutta tietojen perään joudutaan kyselemään. Alihankintaketjussa tahtotila on olemassa ja asian tärkeys ymmärretään. Yritys kokee omaksi vastuukseensa motivoida asian osalta alihankintaketjun jäseniä ja saada jäsenet ymmärtämään tietojen tärkeys.

Yritys kokee hiilikädenjäljen laskennan tärkeäksi kilpailuedun todentamisen kannalta. Kädenjäljen mittaaminen ja laskentatavat kuitenkin mietityttävät yritystä. Yritys toivoo yrityksille rahoitusta ja konsultointia, tukea esimerkiksi mentorointia kestävän kehityksen toimien edistämiseksi ja toteutumisessa. Yritys on Suomen suurimman yritysvastuuverkoston FIBS:n jäsenen ja seuraa verkoston kautta aktiivisesti mitä yritys vastuun kentällä tapahtuu. Se kokee verkostoinnin tärkeänä, sillä verkostosta saa uutta tietoa ja esimerkkejä. Se korostaa myös yhtenäisyyttä viestinnässä ja kielessä, jolla kestävästä kehityksestä puhutaan. Yritys näkee kestävän kehityksen kaikessa yrityksen toiminnassa mukana olevana, ei vain yhtenä osa-alueena.

”Markkinoilla erottuja” yrityksen haasteena on motivoida asiakkaat ja saada tunnistamaan taloudellinen ja ympäristöhyöty heidän tuotteensa avulla. Kustannussäästöillä motivointi on yrityksen mukaan vaikeaa, sillä asiakkaat ovat joko pieniä tai ei yrityksessä ei osata arvioida investoinnin tuomaa kustannushyötyä pidemmällä aikavälillä.

Yritys näkee itse olevansa yksi kestävän kehityksen referenssitoimija asiakasyrityksille, sillä yritys kertoo asiakkaille mitä kannattaa tehdä. Paine toimiin tulee valtiolta ja lainsäädännöstä, jotka päättävät päästöjen luparajoista. Päästöjen aiheuttamisen kustannukset vaikuttavat asiakkaiden päätöksiin ja yrityksen palveluiden tarpeeseen. Yritys painottaa asiakkaiden tarpeiden eroja. Osa toimii ennakoiden ja haluaa ratkaista päästöongelmia etukäteen ja samalla parantaa mainettaan. Osa tulee perässä ja reagoivat vasta, kun päästöluvarajat tulevat vastaan.

Yrityksen mukaan motivaatiotekijänä asiakkailta on kustannussäästöt. Tarve tunnustetaan kuitenkin usein myöhään. Ratkaisu on helpompi toteuttaa etukenossa kuin jälkikäteen kiireessä. Yritys kokee rahoituksen olevan usein ongelmana ja kokee tarvetta pienelle pakolle taustalla vaikuttavana tekijänä. Pienillä yrityksillä ei ole yrityksen mukaan rahaa investointiin. Isoilla taas on, mutta päätöstä ei tehdä. Yritys kokee, että pk-yritykset tarvitsisivat investointitukea. Se tuo esiin myös pienien toimijoiden yhdistymisen ja yhteen tuomisen mahdollisuutena kustannuksien kattamiseen ja palvelun järkevään toteuttamiseen.

”Vaatimusten täyttäjät” yrityksen isompien asiakasyrityksien kohdalla standardien seuraaminen aiheuttaa lisätyötä selvittämisen ja dokumenttien täyttämisen myötä. Suuremmilta toimijoilta on helpompaa saada esimerkiksi todistuksia tuotteista kuin pienemmiltä toimijoilta. EU-määräykset vaikuttavat eniten yrityksen toimintaan. Tilauspuolelta tulee yritykselle vaatimustaso ”vihreydestä” ja kestävän kehityksen edistämisestä. Yritys kokee kestävän kehityksen megatrendinä yrityksille vaatimuksena ja siten, että sen tulee näkyä yrityksen toiminnassa. Yritys kokee hiilijalanjäljen laskemisen olevan melkein mahdotonta ja miettii, miten laskeminen konkreettisesti toteutettaisiin.

5 Johtopäätökset

Yritysten kestävä kehitysaste vaihtelee vahvasti pk-sektorilla. Kansainvälistyvistä ja innovatiivisista pk-yrityksistä reilu neljännes on edelläkävijöitä, joilla kestävä kehitys on yritysten liiketoiminnan ja strategian ytimessä ja koko liiketoiminta perustuu kestäväan kehitykseen tai sen edistämiseen. Suurin osa yrityksistä tunnistaa kestäväan kehitykseen liittyvän markkinapotentiaalin ja mahdolliset liiketoimintahyödyt tai yrityksellä on tuotteita/palveluita, jotka liittyvät kestäväan kehitykseen. Vain 6 % kyselyn vastaajista kokee, että kestävä kehitys ei liity yrityksen liiketoimintaan lainkaan.

Kestäväan kehityksen avulla tavoitellut liiketoimintahyödyt painottuvat kilpailuedun tai -kyvyn saavuttamiseen sekä tulevaisuuden toimintaedellytysten varmistamiseen. Lisäksi myynnin kasvattaminen sekä maineen ja brändiarvon rakentaminen ovat liiketoimintahyötyjä, joita pk-yritykset tavoittelevat. Vain neljä prosenttia vastaajista on yrityksiä, jotka eivät tavoittele mitään liiketoimintahyötyjä kestäväan kehityksen avulla. Näin ollen voidaan todeta suurimman osan vastaajista, 96 prosenttia, kokevan kestäväan kehityksen kautta saavutettavan liiketoimintahyötyjä. Voidaan tulkita, että melkein kaikki pk-yritykset ovat tietoisia kestäväan kehityksen avulla saavutettavista liiketoimintahyödyistä ja osaavat tunnistaa sekä nimetä tavoiteltavat hyödyt.

Tutkimusaineiston mukaan yritykset kohtaavat erityisesti haasteita kestäväan kehityksen mittaamiseen ja arviointiin liittyen. Lisäksi haasteena ovat osaamisen ja resurssien puute yrityksissä sekä lisääntyvät vaatimukset ja tiukentuvat kriteerit erityisesti asiakkailta ja päämiehiltä. Pk-yrityksillä ei ole tarpeeksi resursseja ja osaamista vastata näihin haasteisiin. Tiedon ja osaamisen puute ovat lisäksi merkittäviä tekijöitä kestäväan kehityksen implementoinnille. Mittaamisen ja seurannan haaste liittyy vahvasti myös resurssiongelmahan: kun tietoa ja resursseja ei ole, ei myöskään oman toiminnan arviointi eikä kehityksen mittaaminen ole mahdollista. On selvää, että pk-yritykset tarvitsevat tukea kestäväan kehityksen toimenpiteiden toteuttamiseen.

Tulokset antavat saman suuntaisia vastauksia erityisesti haasteiden osalta kuin mitä pk-yrityksiin kohdistunut tutkimus on havainnut (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2021; Burch, 2018). Myös tutkimuksissa pk-yritysten vähempää aktiivisuutta vastuullisuudessa verrattuna isompiin yrityksiin selitetään yrityksen sisäisillä tekijöillä, kuten resurssien niukkuudella ja lisäksi epäsovivilla raportointi- ja organisaatiomalleilla. Pk-yrityksiin kohdistuu myös vähemmän painetta ulkoisilta sidosryhmiltä, kuten esimerkiksi sijoittajilta, johtuen pk-yritysten rahoituksellisesta rakenteesta (Burch, 2018; Jenkins, 2004; Jørgensen & Knudsen, 2006). Tämä näkyy myös tutkimusaineistossa: pk-yrityksistä keskisuuret yritykset kokevat kyselyn vastausten perusteella eniten haasteita verrattuna mikro- ja pienyrityksiin.

Vastuullisuudella ja taloudellisella kannattavuudella on tilastollisesti merkittävä positiivinen yhteys, jota useat laajojen julkaistujen tiedeartikkeleiden yhteenvetoanalyysien johtopäätökset tukevat (Silvola ja Landau, 2019). Vaikka tutkimuksen mukaan kestävän kehityksen mukaiset toimet koetaan työvoiman sitouttamisessa ja houkutusessa tärkeänä, sekä sijoittajien kiinnostusta nostavana tekijänä, pk-yritykset tunnistavat myös yhä kumppaneihin ja sidosryhmiin liittyvinä haasteina sidosryhmien sitoutumattomuuden ja kielteisen suhtautumisen kestävään kehitykseen ja sen tavoitteisiin. Kestävän kehityksen toimien hitauteen vaikuttaa osaksi sidosryhmien negatiivinen suhtautuminen aiheeseen. Kaikki sidosryhmät eivät ole vielä tietoisia kestävän kehityksen hyödyistä. Voidaan siis tulkita, että kestävän kehityksen liiketoimintahyötyjen tietoisuuden lisäämistä kaivataan yhä merkittävästi.

Läpinäkyvyyden korostuminen ja nopeasti liikkuvan tiedon aikakausi jota elämme, tulee varmasti vaikuttamaan yhä enemmän yrityksiin sidosryhmien kautta kohdistuviin paineisiin. Maineriskin koetaan olevan pienempi pk-yrityksille johtuen siitä, että yhteiskunnallisen tarkkailun kohteena ovat yleensä suuremmat yritykset (Jørgensen & Knudsen, 2006). Suuryrityksistä entistäkin harvemmalle yritykselle vastuullisuus on innovoinnin tai tuotteiden, palveluiden ja toiminnan prosessien kehittämisen lähtökohta (FIBS, 2021). Kun taas tutkimuksen mukaan kansainvälistyvistä ja innovatiivisista pk-

yrityksistä 37 prosenttia, joista erityisesti keskisuuret yritykset, kokevat innovoinnin sekä tuotteiden tai palveluiden kehittämisen merkittäväksi kestäväen kehityksen liiketoimintahyödyn lähteeksi.

On tärkeää, että innovointi ja tuotteiden kehittäminen nähdään liiketoimintahyötynä, sillä kestäväen kehityksen kilpailuedun saavuttamiseksi on innovaatioiden merkitys suuri. Mittaamisen ja seurannan merkitys on tutkimuksen haastattelujen mukaan tapodentaa kestäväen kehityksen kilpailuetua. Tämä voi selittää mittaamisen ja seurannan korostumista merkittävimpänä haasteena. Erityisesti keskisuurten yritysten haasteet korostuvat vastuullisuuden vaikutusten mittaamisessa ja seurannassa sekä raportointitakaan lisääntymisessä. Suuryrityksissä vastuullisuuden mittaaminen on edelleen myös suurin haaste, mutta sen koetaan tehostuneen eikä sitä koeta yhtä suureksi haasteeksi kuin aiemmin (FIBS, 2021). Tästä voidaan tehdä karkeasti tulkinta, jonka mukaan vastuullisuusvaatimukset ovat alkaneet valua suurista yrityksistä jo keskikuuriin yrityksiin. Mikäli suuryritysten mittaaminen on kuitenkin tehostunut, on pk-yrityksillä myös mahdollisuus tehostaa omaa mittaamistaan, mikäli hyvät käytännöt valuvat myös vaatimusten ohella pk-yrityksiin.

Globaalit ongelmat kuten Covid-19-pandemia, ilmasto- ja biodiversiteettikriisi, sota Ukrainassa, geopoliittiset ongelmat kuten ruuan saatavuus ja fossiilisen energian kytkökset Venäjään tulevat lisäämään entisestään kestäväen kehityksen merkitystä. Kriisit ja niiden vaikutukset voidaan kääntää myös liiketoimintamahdollisuuksiksi. Kiertotalouteen siirtyminen ja vihreä siirtymä irti fossiilisista polttoaineista ovat mahdollisuuksia, joihin suomalaisten pk-yritysten kannattaisi tarttua. Unohtamatta kuitenkin valtion ja valtiollisten yhtiöiden kuten Business Finlandin roolia tämän toiminnan edistäjänä. EU:n taksonomia ja yritysvastuulaki tulevat heijastumaan mitä todennäköisimmin suuryrityksen alihankintaketjujen kautta myös pk-yritysten toimintaan raportointivaatimusten kautta. Kilpailuedun saavuttamiseksi ennakoiva ja proaktiivinen asenne kestäväen kehitykseen olisi järkevää myös pk-yrityksiltä.

Tutkimuksen perusteella on selvää, että kansainvälistyvät ja innovatiiviset pk-yritykset tarvitsevat tukea kestäväen kehityksen kilpailuedun saavuttamiseksi. Valtion ja valtiollisten yhtiöiden kuten Business Finlandin tulisi olla tukemassa pk-yrityksiä niiden kestäväen kehityksen haasteissa. Pk-yrityksiä tulisi tukea mittaamisessa ja seurannassa, jotta suomalaisten pk-yritysten kestäväen kehityksen kilpailuetua voidaan todentaa. Tutkimuksen perusteella pk-yritykset tarvitsevat tukea myös rahallisesti esimerkiksi investointituen muodossa. Verkostojen voima korostuu tutkimusten haastatteluissa. Pienempien toimijoiden yhteen tuominen nähdään mahdollisuutena hyvien käytäntöjen jakamiseen ja esimerkiksi investointikustannuksien kattamiseen yhdessä. Lisäksi ohjeistuksille ja työkaluille on tarvetta. Niiden tuottaminen yritysten tueksi edesauttaisi kestäväen kehityksen toimia ja kilpailuedun valjastamista pk-yrityksissä.

Lähteet

- Aaltola, J., Collin, K., Eskola, J., Heikkinen, H., Herkama, S., Hänninen, V., Ilmonen, K., Kiviniemi, K., Laajalahti, A., Laine, T., Lilja, N., Metsämuuronen, J., Moilanen, P., Niikko, A., Paloniemi, S., Rajala, R., Rähä, P., Suoranta, J. ja Valli, R. (2018). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. PS-kustannus.
- Aaltola, J. & Valli, R. (2010). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2: Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Juva: WS Bookwell Oy.
- Alasuutari, P. (2019). Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.
- Aragón-Correa, J. a., Hurtado-Torres, N., Sharma, S. & García-Morales, V. J. (2008). Environmental Strategy and Performance in Small Firms: A Resource-Based Perspective. *Journal of Environmental Management* 86(1):88-103. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2006.11.022>
- Barry, H. & Milner, B. (2002). SMEs and electronic commerce: a departure from the traditional prioritisation of training? *Journal of European Industrial Training* 26(7), 316-326. <https://doi.org/10.1108/03090590210432660>
- Boffo, R. & Patalano, R. (2020). "ESG Investing: Practices, Progress and Challenges", OECD Paris. Noudettu 14.4.2022 osoitteesta: www.oecd.org/finance/ESG-Investing-Practices-Progress-and-Challenges.pdf
- Bossle, M. B., de Barcellos, M. D., Vieira, L. M., & Sauvée, L. (2016). The drivers for adoption of eco-innovation. *Journal of Cleaner Production*, 113(1), 861-872. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.11.033>

- Bos-Brouwers, E.H.J. (2010). Corporate Sustainability and Innovation in SMEs: Evidence of Themes and Activities in Practice. *Journal of Business Strategy and the Environment*. 19. 417-435. <https://doi-org.ezproxy.jyu.fi/10.1002/bse.652>
- Brammer, S. Hoejmosé, S. Marchant, K. (2012). Environmental Management in SMEs in the UK: Practices, Pressures and Perceived Benefits. *Journal of Business Strategy and the Environment*. 21. 423-434. doi: 10.1002/bse.717
- Bridges, T., Eubank, D. (2021). *Leading Sustainability, The Path to Sustainable Business and how the SDGs Changed Everything*. Routledge London.
- Bridges, T. & Eubank, D. (2019). Everything or Anything How Businesses Can Start with the SDGs. *Journal of Business Administration*, 44(1), 75-103. doi:<http://dx.doi.org/10.3966/102596272019030441004>
- Burch, S. (2018). Small Businesses and Sustainability Innovation: Confronting the Gap between Motivation Capacity. Policy Brief. Centre for International Governance Innovation. Noudettu 7.4.2022 osoitteesta: <https://pdfs.semanticscholar.org/d05a/6f43618261e15d9f54941447cd42c106b68e.pdf>
- Burke, S. & Gaughran, W. (2007). Developing a Framework for Sustainability Management in Engineering SMEs. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing* 23(6):696-703. <https://doi.org/10.1016/j.rcim.2007.02.001>
- Business Finland A (2022). Tietoa Business Finlandista. Noudettu 14.3.2022 osoitteesta: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/tietoa-meista/lyhyesti>
- Business Finland B (2022). Tietopankki. Myönnetty rahoitus.

<https://tietopankki.businessfinland.fi/anonymous/extensions/MyonnettyRahoitus/MyonnettyRahoitus.html>

Cassells, S. & Lewis, K. (2011). SMEs and Environmental Responsibility: Do actions reflect attitudes? *Journal of Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 18 (2011). 186-199. doi: 10.1002/csr.269

Elinkeinoelämän keskusliitto. (2019a). Yritykset. Noudettu 7.4.2022 osoitteesta:
<https://ek.fi/tutkittua-tietoa/tietoa-suomen-taloudesta/yritykset/>

Elinkeinoelämän keskusliitto. (2019b). Vastuullisuuden suunnannäyttäjät. Käytännön työkaluja ja esimerkkejä yritysvastuun johtamiseen. Noudettu 18.4.2022 osoitteesta:
https://ek.fi/wp-content/uploads/EK_Vastuullisuusjulkaisu_final_net_11.9.2019.pdf

Elinkeinoelämän keskusliitto. (2021a). Mikä ihmeen EU-taksonomia – Brysselin toi mistomme vastaa. Noudettu 7.4.2022 osoitteesta:
<https://ek.fi/ajankohtaista/uutiset/mika-ihmeen-eu-taksonomia-brysselin-toimistomme-vastaa/>

Elinkeinoelämän keskusliitto. (2021b). Pk-yritysvastuullisuusbarometrin tulokset. Noudettu 18.4.2021 osoitteesta: <https://ek.fi/ajankohtaista/tiedotteet/pk-sektorin-vastuullisuusbarometri-henkilosto-on-pk-tyonantajien-tarkein-vastuullisuuden-osa-alue/>

Eskola, J. ja Suoranta, J. (2008). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 8. Painos. Vastapaino.

FIBS. (2019). *Yritysvastuu 2019 – Tiivistelmä*. Noudettu 18.4.2022 osoitteesta

<https://www.fibsry.fi/ajankohtaista/yritysvastuu-2019-tiivistelma/>

FIBS. (2021). Yritysvastuu 2021 – tutkimus. Noudettu 18.4.2022 osoitteesta:

<https://www.fibsry.fi/ajankohtaista/yritysvastuu-2021/>

Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*. Volume 5, 2015, 210-233. <https://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/20430795.2015.1118917?scroll=top>

Global Sustainable Investment Alliance. (2021). GLOBAL SUSTAINABLE INVESTMENT REVIEW 2020. <http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2021/08/GSIR-20201.pdf>

Gray, R., & Milne, M. (2004). Towards reporting on the triple bottom line: Mirages, methods and myths. In A. Henriques & J. Richardson (Eds.), *The Triple Bottom Line does it all add up? Assessing the sustainability of business and CSR* (pp. 70-80). London: Earthscan.

Halme, M. ja Laurila, J. (2009). Philanthropy, Integration or Innovation? Exploring the Financial and Societal Outcomes of Different Types of Corporate Responsibility. *Journal of Business Ethics* (2009) 84:325–339. DOI 10.1007/s10551-008-9712-5

Heikkilä, T. (2014). *Tilastollinen tutkimus*. 9. painos. Helsinki: Edita.

Henriques, A., & Richardson, J. (2004). Introduction: The Triple Bottom Line does it all add up? In A. Henriques & J. Richardson (Eds.), *The Triple Bottom Line does it all add up? Assessing the sustainability of business and CSR* (pp. xix-xxii). London: Earthscan.

- Hillary, R. (2004). Environmental management systems and the smaller enterprise. *Journal of Cleaner Production*. 12 (6). 561-569.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2003.08.006>
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2009). Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Hyrskke, A., Lönnroth, M., Savilaakso, A., Sievänen, R. (2020). Vastuullinen sijoittaja. Helsingin kamari Oy.
- Hörisch, J. Johnson, M. Schaltegger, S. (2015). Implementation of Sustainability Management and Company Size: A Knowledge-Based View. *Journal of Business Strategy and the Environment*. 24. 765-779. doi: 10.1002/bse.1844
- IPCC, (2021). Climate Change 2021. The Physical Science Basis. Summary for Policymakers. Noudettu 14.4.2022 osoitteesta:
<https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/#SPM>
- IPCC, (2022). Climate Change 2022. Mitigation of Climate Change Summary for Policymakers. Noudettu 7.4.2022 osoitteesta
<https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/>
- Jansson, J. Nilsson, J. Modig, F. Hed Vall, G. (2017). Commitment to Sustainability in Small and Medium-sized Enterprises: The Influence of Strategic Orientations and Management Values. *Journal of Business Strategy and the Environment*. 26 (2017). 69-83. doi: 10.1002/bse.1901
- Jenkins, H. (2004). A critique of conventional CSR theory: An SME perspective. *Journal of*

General Management 29(4), 37–57.
<https://doi.org/10.1177/030630700402900403>

Jorgensen, A. & Knudsen, J. (2006). Sustainable competitiveness in global value chains: how do small Danish firms behave? *International Journal of Business in Society* 6(4), 449–462. <https://doi.org/10.1108/14720700610689568>

Jussila, M. (2010). *Yhteiskuntavastuu*. Nyt. Markku Jussila ja Infor Oy.

Juutinen, S. & Steiner, M-L. (2010). *Strateginen yritysvastuu*. Helsinki, WSOYpro.

Jyväskylän yliopisto. (2022). *Monimetelmäisyys*. Koppa. Noudettu 7.4.2022 osoitteesta: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimussstrategiat/monimenetelmaisyys>

Kerry, M. L. (2007). So What is the 'Triple Bottom Line'? *International Journal of Diversity in Organisations, communities and nations*, volume 6, 2007

Laaksonen, S. (2013). *Nettikyselyt ovat nykyaikaa*. *Kansantaloudellinen aikakauskirja*-109.vsk.-4/2013. Noudettu 11.4.2022 osoitteesta: https://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/wp-content/uploads/2014/09/KAK4_2013_laaksonen.pdf

Lee, K., Herold, D. M. & Yu, A. (2016). Small and medium enterprises and corporate social responsibility practice: A Swedish perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 23, 88-99. <https://doi.org/10.1002/csr.1366>

Liappis, H., Pentikäinen, M. ja Vanhala, A. (2019) *Menesty yritysvastuulla: käsikirja kokonaisuuteen*. Edita Publishing Oy.

- Niskala, M. & Tarna, K. (2003). Yhteiskuntavastuun raportointi. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Maldonado-Erazo, P., Álvarez-García, J., de la Cruz del Río-Rama, M. ja Correa-Quezada, R. (2020). Corporate Social Responsibility and Performance in SMEs: Scientific Coverage. *Sustainability* 2020, 12(6), 2332; <https://doi.org/10.3390/su12062332>
- Margolish, J., Eflenbein, H. ja Walsh, J. P. (2007). Does it pay to be Good? A Meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. *Academia*.
- Martinez-Martinez, D., Madueno, J. H., Jorge, M. L. & Sancho, M. P. L. (2017). The strategic nature of corporate social responsibility in SMEs: a multiple mediator analysis. *Industrial Management & Data Systems* 117(1), 2-31.
- Matten, D., Moon, J. (2008). 'Implicit' and 'explicit' CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review* 33(2), 404–424. Noudettu 7.4.2022 osoitteesta: <https://doi.org/10.5465/amr.2008.31193458>
- Oduro, S., Adhal Nguar, K.D., De Nisco, A., Alharthi, R.H.E., Maccario, G. and Bruno, L. (2022). Corporate social responsibility and SME performance: a meta-analysis. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 40 No. 2, pp. 184-204. <https://doi.org/10.1108/MIP-05-2021-0145>
- Pahkinen, E. (2012). Kyselytutkimusten otantamenetelmät ja aineistoanalyysi. Jyväskylä: Jyväskylä University Library Publishing Unit 2012.
- Perheyritysten liitto. (2019). Perheyritysten yritysvastuu 2019. Noudettu 18.4.2022 osoitteesta: https://issuu.com/perheyritys/docs/vastuullisuuskyselyn_tulokset_2019

- Revell, A. Stokes, D. Chen, H. (2010). Small Businesses and the Environment: Turning over a new leaf?. *Journal of Business Strategy and the Environment*. 19. 273-288. doi: 10.1002/bse.628
- Ronkainen, S., Karjalainen, A., & Mertala, S. (2008). Graafisen kyselylomakkeen suunnittelu. In S. Ronkainen, & A. Karjalainen (Eds.), *Sähköä kyselyyn! : web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa* (2008 ed., pp. 31-41). Lapin yliopisto.
- PRI Association. (2021). What is the PRI? Noudettu 10.2.2022 osoitteesta: <https://www.unpri.org/about>
- Puttonen, T. ja Puttonen, V. (2021). Vastuullinen sijoittaminen teoriassa ja käytännössä. *Aalto-yliopiston julkaisusarja KAUPPA + TALOUS*, 4/2021. Noudettu 21.3.2022 osoitteesta: <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/110203>
- PwC. (2018). Yritysvastuubarometri 2018. Noudettu 18.4.2021 osoitteesta: <https://www.pwc.fi/fi/julkaisut/yritysvastuubarometri-2018.html>
- Rohweder, L. (2004). *Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatiotasolla*. WSOY.
- Silvola, H., Landau, T. (2019). *Vastuullisuudesta ylituottoa sijoituksiin*. Alma Talent Oy.
- Semenova, N. N. (2011). *Essays on the value relevance of environmental and social performance*. Natalia N. Semenova.
- Seppänen-Järvelä, R., Åkerblad, L., Haapakoski, K. (2019). Monimenetelmällisen tutkimuksen integroivat strategiat. *Julkari. Yhteiskuntapolitiikka* 84 (2019):3. https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/138276/YP1903_Seppanen-Jarvelaym.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Sætra, H.S. (2021). A Framework for Evaluating and Disclosing the ESG Related Impacts of AI with the SDGs. *Sustainability* 2021, 13, 8503. <https://doi.org/10.3390/su13158503>

Sitra. (2013). Strateginen vastuullisuus 20 esimerkkiä keskisuurista yrityksistä 2013. Noudettu 18.4.2022 osoitteesta: <https://www.sitra.fi/julkaisut/strateginen-vastuullisuus/>

Spence, L. (1999). Does Size Matter? The State of the Art in Small Business Ethics. *Business Ethics: A European Review* 8(9), 163–172. Noudettu 7.4.2022 osoitteesta: <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00144>

Spence, L. & Lozano, J. F. (2000). Communicating about Ethics with Small Firms: Experiences from the UK and Spain. *Journal of Business Ethics* 27(1), 43–53.

Suomalaisen työn liitto. (2018). Vastuullinen yritys huolehtii ympäristöstä ja työntekijöistään. Noudettu 18.4.2022 osoitteesta: <https://suomalaintyo.fi/2018/08/07/vastuullinen-yritys-huolehtii-ymparistosta-ja-tyontekijoistaan/>

Suomen YK-liitto. (2021). Agenda2030-julistuksen sisältö. Noudettu 18.1.2022 osoitteesta: <https://www.ykliitto.fi/yk-teemat/kestava-kehitys/agenda2030-julistuksen-sisalto>

Suomen YK-liitto. (2022). Kestävä kehitys. Noudettu 11.4.2020 osoitteesta: <https://www.ykliitto.fi/yk-teemat/kestava-kehitys>

Tilastokeskus. (2022a). Pienet ja keskisuuret yritykset. Noudettu 14.3.2022 osoitteesta: https://www.stat.fi/meta/kas/pienet_ja_keski.html

- Tilastokeskus. (2022b). Tietoa tilastoista. Käsitteet. Otanta. Noudettu 11.4.2022 osoitteesta: <https://www.stat.fi/meta/kas/otanta.html>
- Torgusa, N., O'Donohue, W. & Hecker, R. (2012). Capabilities, Proactive CSR and Financial Performance in SMEs: Empirical Evidence from an Australian Manufacturing Industry Sector. *Journal of Business Ethics*, 2-27. DOI: 10.1007/s10551-011-1141-1
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Työ ja elinkeinoministeriö. (2022a). Vastuullisuusraportointi. Vastuullisuusraportointi velvoittavaksi – mitä vaaditaan ja keneltä?. Noudettu 15.4.2022 osoitteesta: <https://tem.fi/vastuullisuusraportointi>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2022b). Yhteiskuntavastuun ohjeet ja periaatteet. Noudettu 11.4.2022 osoitteesta: <https://tem.fi/yhteiskuntavastuun-ohjeet-ja-periaatteet>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2009). Yritysvastuun raportoinnin ensi askeleet. Tietopaketti pk-yrityksille. Noudettu 15.4.2022 osoitteesta: <https://docplayer.fi/431480-Yritysvastuun-raportoinnin-ensi-askleet-tietopaketti-pk-yrityksille.html>
- Valtioneuvoston kanslia. (2020) Suomalaisyriyten ihmisoikeussuorittumisen tila (SIHTI) -hanke : Selvitys suomalaisyriyten ihmisoikeussuorittumisen tilasta. Noudettu 18.4.2021 osoitteesta: <https://eduskunnankirjasto.finna.fi/Record/ekk.994247432306250>
- Valtioneuvosto. (2021, 14. kesäkuuta). Suomi nousi ykkössijalle kestävän kehityksen

kansainvälisessä maavertailussa. Noudettu 7.4.2022 osoitteesta:
<https://valtioneuvosto.fi/-//10616/suomi-nousi-ykkossijalle-kestavan-kehityksen-kansainvalisessa-maavertailussa>

Valtioneuvosto. (2022, 23. helmikuuta). Euroopan komissio julkaisi ehdotuksen EU:n yritysvastuulainsäädännöstä. Noudettu 11.4.2022 osoitteesta:
<https://valtioneuvosto.fi/-//1410877/euroopan-komissio-julkaisi-ehdotuksen-eu-n-yritysvastuulainsaadannosta>

Vehkalahti, K. (2008). Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Werther Jr., W. B. & Chandler, D. (2006). Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in a Global Environment. Thousands Oaks, Sage.

Wivolin, S. (2019, 2 syyskuuta). Otantamenetelmiä ja otoksen edustavuus, osa 2. Teetutkimus.fi. Noudettu 11.4.2022 osoitteesta:
<https://www.teetutkimus.fi/blogi/otantamenetelmia-ja-otoksen-edustavuus-osa-2>

UN Global Compact. (2015). Sustainability stages model. Roadmap for integrated sustainability. Noudettu 2.3.2022 osoitteesta
issues_doc/lead/roadmap/roadmap-five-sustainability-stages.pdf
(d306pr3pise04h.cloudfront.net)

United Nations Industrial Development Organization. (2002). Corporate Social Responsibility – Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries, United Nations Industrial Development Organization.

Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. (2022). Aineistonhallinnan käsikirja. Tampereen

yliopisto. Noudettu 23.3.2022 osoitteesta: www.fsd.uta.fi/aineistonhallinta/fi/.

Ympäristöministeriö. (2021). Mitä on kestävä kehitys? <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Miten kestävä kehitys näkyy yrityksenne liiketoiminnassa? Valitse parhaiten yrityksenne tilaa kuvaava vaihtoehto.

- Kestävä kehitys ei liity liiketoimintaamme lainkaan
- Seuraamme kestävään kehitykseen liittyviä normeja, standardeja ja lainsäädäntöä
- Yrityksellämme on kestävään kehitykseen liittyviä tuotteita /palveluja
- Olemme tunnustaneen laajempaa kestävään kehitykseen liittyvää markkinapotentiaalia ja kehitämme siihen ratkaisuja
- Kestävä kehitys on osa yrityksemme liiketoiminnanstrategian ja toiminnan ydintä

Kyselyssä kysyttiin ”Mitä liiketoimintahyötyjä tavoittelette kestävä kehityksen kautta?

Valitse viisi tärkeintä vaihtoehtoa.

- Asiakassuhteiden vahvistaminen
- Riskien hallinta
- Kilpailukyvyyn tai -edun lisääminen
- Sidosryhmien luottamuksen vahvistaminen
- Tulevaisuuden toimintaedellytysten varmistaminen
- Myynnin kasvattaminen
- Maineen rakennus ja brändin arvon kasvattaminen
- Työvoiman sitouttaminen ja houkuttelu
- Innovoinnin tuotteiden tai palveluiden kehittäminen
- Työtyytyväisyyden lisääminen
- Toiminnan ja prosessien kehittäminen
- Osakkeen arvon kasvattaminen
- Kustannussäästöt
- Liiketoiminnan laajentaminen uusille markkinoille
- Nykyisten tuotteiden / palvelujen sovellusalueen laajentaminen

- Liiketoiminnan jalostusarvon nostaminen
- Uusien kumppanuuksien luominen
- Muu hyöty, mikä? Avoin kohta
- Ei mitään liiketoimintahyötyjä.

Halutessasi kerro esimerkki kestävän kehityksen avulla tavoittelemistanne liiketoimintahyödyistä. Avoin kohta.

Minkälaisia liiketoimintaan vaikuttavia haasteita yrityksenne on kohdannut kestävään kehitykseen liittyen? Voit valita useita vaihtoehtoja.

- Ympäristöongelmista johtuvat saatavuus- tai kustannusongelmat
- Tiukemman lainsäädännön aiheuttamat resursointihaasteet
- Asiakkaiden/päämiesten tiukentuneet kestävyysvaatimukset
- Kestävyteen liittyvän sääntelyn heikko ennustettavuus
- Rahoituksen saatavuuden vaikeutuminen
- Hallinnollisen taakan (esim. raportointi) lisääntyminen
- Vaikeudet varmistua kumppaneiden/alihankkijoiden toiminnan kestävydestä
- Vastuullisuuden strateginen integrointi koko liiketoimintaan
- Vastuullisuuden vaikutusten mittaaminen ja seuranta
- Henkilöstön ja muiden resurssien riittävyys
- Korruptio kohdemarkkinoilla
- Yrityksemme brändi ei ole kestävän kehityksen suhteen tarpeeksi vahva
- Muita? Avoin kohta
- Emme ole kohdanneet kestävään kehitykseen liittyviä haasteita.

Liite 2. Haastattelukysymykset

Mitä kestävä kehitys tarkoittaa yrityksellenne?

Mitä kestävä kehitys tarkoittaa yrityksellenne?

Seuraatteko tai mittaatteko tehtyjä kestävä kehityksen toimia?

Millainen on kestävä kehitys yrityksenne näkökulmasta?

Miten kestävä kehitys näkyy yrityksenne toimintaympäristössä?

Mitkä toimijat ohjaavat ja vaikuttavat yrityksenne toimintaan kestävä kehityksen kentässä?

Mitä kestävä kehityksen haasteita yrityksenne on kohdannut?

Mihin kestävä kehitykseen liittyviin asioihin tarvitsisitte apua?