

Pohjoissavolaisten pk- yritysten valmiudet ilmastonmuutokseen ja vastuullisuuteen

Selvitystyön loppuraportti

Juuso Hartikainen

Kuopiossa 28.2.2026

Sisällys

1.	JOHDANTO	3
1.1	Tavoitteet	4
1.2	Käytännön toteutus: kyselyt ja haastattelut	4
1.3	Vastausmäärät, vastaajien profiilit ja alueellinen kattavuus	6
1.4	Suosituksset ja hankkeen omat tuotokset	9
2	Vastuullisuus ja ilmastonmuutoksen torjunta Pohjois-Savon pk-yrityksissä	11
2.1	Ympäristövastuullisuus.....	12
2.2	Sosiaalinen vastuullisuus.....	14
2.3	Taloudellinen ja hallinnollinen vastuullisuus	16
2.4	Koulutustarpeet	17
2.5	Koetut hyödyt	20
2.6	Haasteet vastuullisuustyön toteuttamisessa	23
2.7	Tulevaisuuden näkymät	25
3	Toimialakohtaiset eroavaisuudet	27
3.1	Ympäristövastuullisuus.....	27
3.2	Sosiaalinen vastuullisuus.....	30
3.3	Taloudellis-hallinnollinen vastuullisuus.....	32
3.4	Toimialakohtaiset motivaattorit vastuullisuustyölle	35
4	Toimialakohtaiset vinkit vastuullisuuden hyödyntämiseen	39
4.1	Rakentaminen	39
4.2	Teollisuus.....	40
4.3	Palvelut.....	41
4.4	Kauppa	43
4.5	Maa-, metsä-, ja kalatalous	45
5	Vastuullisuustyön suunnannäyttäjät Pohjois-Savossa	47
6	Vastuullisuustyössä aktivointia tarvitsevat yrittäjäprofiilit	51
7	Johtopäätökset.....	55
	LIITTEET:	57
	LÄHTEET	57

1. JOHDANTO

Kestävyyttä kohti – pk-yritysten valmiudet ilmastonmuutokseen ja vastuullisuuteen - hankkeessa tavoitteena oli selvittää pohjoissavolaisten pienten ja keskisuurten yritysten valmiuksia ja nykytilannetta vastata ilmastonmuutoksen ja muiden vastuullisuuteen liittyviin teemoihin.

Hankkeen tavoitteena oli kartoittaa Pohjois-Savon pk-yritysten tarpeet, haasteet ja mahdollisuudet ilmastonmuutokseen sopeutumisessa sekä vastuullisuusteemoissa. Selvityksessä keskitytään tunnistamaan erityisesti ne alat ja yritykset, joilla on suurin tarve kehittää kestävä kehityksen mukaisia toimintatapoja sekä ilmastoriskien hallintaa. Lisäksi hanke tuottaa tietoa siitä, millaisia resursseja, osaamista ja työkaluja yritykset kaipaavat vastataksaan vastuullisuusvaatimuksiin.

Hankkeen avulla pyrittiin tukemaan pk-yrityksiä kehittämään vastuullisia ja ilmastokestävyyttä vahvistavia toimintamalleja, jotka vastaavat sekä lainsäädännön kiristymisiin vaatimuksiin että kasvavaan asiakas- ja markkinapaineeseen. Samalla tavoitteena oli lisätä tietoisuutta ilmastonmuutoksen ja vastuullisuuden taloudellisista vaikutuksista sekä kannustettiin yrityksiä näkemään vastuullisuuteen liittyvät haasteet myös mahdollisuuksina liiketoiminnan kehittämiseksi ja kilpailuedun saavuttamiselle.

1.1 Tavoitteet

Selvityshankkeen konkreettisten toimien osalta tavoitteena oli selvittää Pohjois-Savon pk-yritysten nykytilanne, valmiudet ja suurimmat haasteet liittyen ilmastonmuutokseen ja vastuullisuuteen. Tavoitteena on tunnistaa yritysten lähtötaso ja erityiset tarpeet, jotka liittyvät kestäväan kehityksen ja ilmatoriskien hallinnan vahvistamiseen, johon tämä raportti vastaa.

Raporttiin on kirjattu myös toimialakohtaisia eroavaisuuksia, jotta niin selvityksen kohderyhmät, kuin muut sidosryhmät voivat kohdistaa jatkossa viestintää entistä tehokkaammin oikeille tahoille. Hankkeen aikana selvitystyön lisäksi on pyritty lisäämään yritysten tietämystä niin vastuullisuuden, kuin ilmastonmuutoksenkin taloudellisista vaikutuksista ja konkreettisista hyödyistä muodostamalla konkreettisia työkaluja näiden asioiden tueksi ja lisäämään alueellista verkostoitumista saman tematiikan parissa toimivien sidosryhmien, sekä myös asiasta kiinnostuneiden yritysostonajien kesken.

1.2 Käytännön toteutus: kyselyt ja haastattelut

Kestävyyttä kohti – pk-yritysten valmiudet ilmastonmuutokseen ja vastuullisuuteen selvityshankkeen toimenpiteinä on selvittää pohjoissavolaisten yritysten nykyiset valmiudet, käytännön teot, motivaattorit ja tulevaisuuden näkemykset ilmastonmuutoksen torjuntaan ja vastuullisuuteen. Kohderyhmänä olivat pohjoissavolaiset pk-yritykset ja näissä toimivat yrittäjät, sekä toissijaisesti niissä toimivat yritysostonajät.

Selvityksessä toteutettiin kaksi määrällisin metodein toteutettua yritysostonkyselyä, sekä puolistrukturoidulla mallilla toteutetut yrittäjähaastattelut. I yritysostonkyselyssä keskityttiin ensisijaisesti selvittämään yrittäjien omien taustojen merkitystä vastuullisuustyöhön suhtautumiseen. Haastatteluissa haettiin vastauksia, että mitä alueen yrityksissä oikeasti tehdään, mitä hyötyjä yrittäjät ovat kokeneet näistä ja miten he näkevät lähitulevaisuuden tämän teeman osalta ja II yritysostonkysely keskittyi selvittämään yrittäjien mielipiteitä ja asenteita syventäen kahden aiemman osion osalta saatujen vastausten osalta.

I yritysostonkyselyssä paneuduttiin vahvasti yrittäjän omaan taustaan ja sen merkitykseen vastausten takana. Kyselyrunko sisälsi yhteensä 51 kysymystä sisältäen monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä, sekä Kyllä/Ei/En osaa sanoa -kysymyksiä.

Vastauksista analysoitiin niin toimialakohtaisia eroavaisuuksia, kuin tekijöitä, jotka vaikuttavat tulosten perusteella vaikuttavan positiivisesti/negatiivisesti ilmastonmuutoksen torjuntaan ja vastuullisuuden jalkauttamiseen pohjoissavolaisissa pk-yrityksissä. I yritysostonkyselyn tulosten analysoinnin keskityttiin luomaan stereotyyppisen vastuullisuuden

suunnannäyttäjän ja eniten vastuullisuustyössään tukea tarvitsevien yrittäjien arvopohjaa. Arvopohjalle peruste luotiin kysymällä yrittäjiltä laajasti taustatietoja heidän omasta elämästään, demografisista tiedoistaan, perhesuhteistaan ja muun muassa poliittisesta suuntautumisestaan. Näitä tietoja yhdistelemällä ja ristiintaulukoimalla tavoitteena oli tunnistaa positiivisesti ja negatiivisesti vastuullisuustyöhön suhtautumiseen vaikuttavia tekijöitä, sekä luomaan viisi kappaletta maakunnan vastuullisuustyön suunnannäyttäjien profiileja ja viisi kappaletta eniten tukea tarvitsevia yrittäjäprofiileja. Vastauksia saatiin kyselyyn yhteensä 347kpl ja vastaajien kotipaikkakuntien osalta kyselyyn vastasi yrittäjiä kaikista Pohjois-Savon kunnista. Kyselyn pohja liitteenä (LIITE 1)

I yrityskyselyn jälkeen hankkeessa toteutettiin haastatteluvaihe, jossa käsiteltiin yritysten vastuullisuustoimia, käytännön onnistumisia, negatiivisia tekijöitä vastuullisuuteen liittyen, sekä näkemystä koulutustarpeisiin. Haastattelurungon suunnittelussa käytettiin hyödyksi I yrityskyselyn vastauksia, tavoitteena puolistrukturoidun haastattelun avulla hakea laajempaa ymmärrystä vastuullisuuden toteutumiseen liittyen. Haastattelut toteutettiin Teams-yhteyden välityksellä, sekä puhelinhaastatteluina.

Yrittäjiä haastateltiin yhteensä 70kpl ja haastatteluiden kestot vaihtelivat noin 20 minuutista yhteen tuntiin. Haastattelukysymyksistä yhdessä oli näkyvillä vastuullisuustoimien avainsanoja vastausten helpottamiseksi. Puhelinhaastatteluissa nämä avainsanat käytiin sanallisesti läpi. Kaikki haastattelut nauhoitettiin ja vastaukset litteroitiin jälkikäteen Webropol -järjestelmään. Haastatteluiden yhteydessä vastauksia teemoiteltiin asiakokonaisuuksien perusteella ja teemoittelun perusteella on luotu vastauksista visuaalisia taulukoita, haastatteluiden litteroidun raakatekstin lisäksi. Haastatteluja toteutettiin 70kpl ja vastaajia oli jokaisesta Pohjois-Savon kunnasta. Haastatteluissa haettiin ensisijaisesti kysymyksiä käytännön vastuullisuustoimiin. Kysymysten avulla selvitettiin muun muassa, että: mitä tehdään, miten se näkyy käytännössä, mitä hyötyä on koettu saatavan, missä haasteet ovat, miten koetaan koulutustarpeet. Haastatteluiden analysoinnissa keskityttiin tunnistamaan niin koko maakunnan tilannetta, kuin toimialakohtaisia eroavaisuuksia. Haastattelurunko liitteenä (LIITE 2)

II yrityskysely keskittyi selvittämään yrittäjien mielipiteitä vastuullisuuteen liittyen. Kysely toteutettiin määrällisin metodein esittämällä väittämiä kaikkien ESG:n kolmen osa-alueen osalta (Ympäristövuullisuus, Sosiaalinen vastuullisuus, Taloudellinen/hallinnollinen vastuullisuus), lisättynä vastuullisuuteen liittyvien yleisten kysymysten osalta. Vastaajilla oli mahdollisuus valita itseään parhaiten koskeva vastaus vaihtoehtoista: ”Täysin eri mieltä, Melko eri mieltä, Ei samaa eikä eri mieltä, Melko samaa mieltä, Täysin samaa mieltä”. Vastauksia II yrityskyselyyn saatiin 87 kpl. Kyselyssä oli myös 4-5 toimialakohtaista kysymystä, joilla tavoiteltiin syvempää ymmärrystä haluttuihin tekijöihin. Kyselyn tavoitteena oli kokonaisuudessaan syventää ymmärrystä I yrityskyselystä ja yrittäjähaastatteluista saatujen vastausten pohjalta. Kyselyn pohja liitteenä (LIITE 3)

1.3 Vastausmäärät, vastaajien profiilit ja alueellinen kattavuus

Selvitystyö sisälsi kolme eri osiota, jotka olivat nimettynä I Yrityskysely, II Yrityskysely ja Haastattelut. Selvitystyön aikana tavoitettiin vastaajia kaikista Pohjois-Savon kunnasta. Alla selvityksen taustana Tilastokeskuksen tilasto vuodelta 2023 kaikista työssäkäyvistä, sekä yrittäjistä.

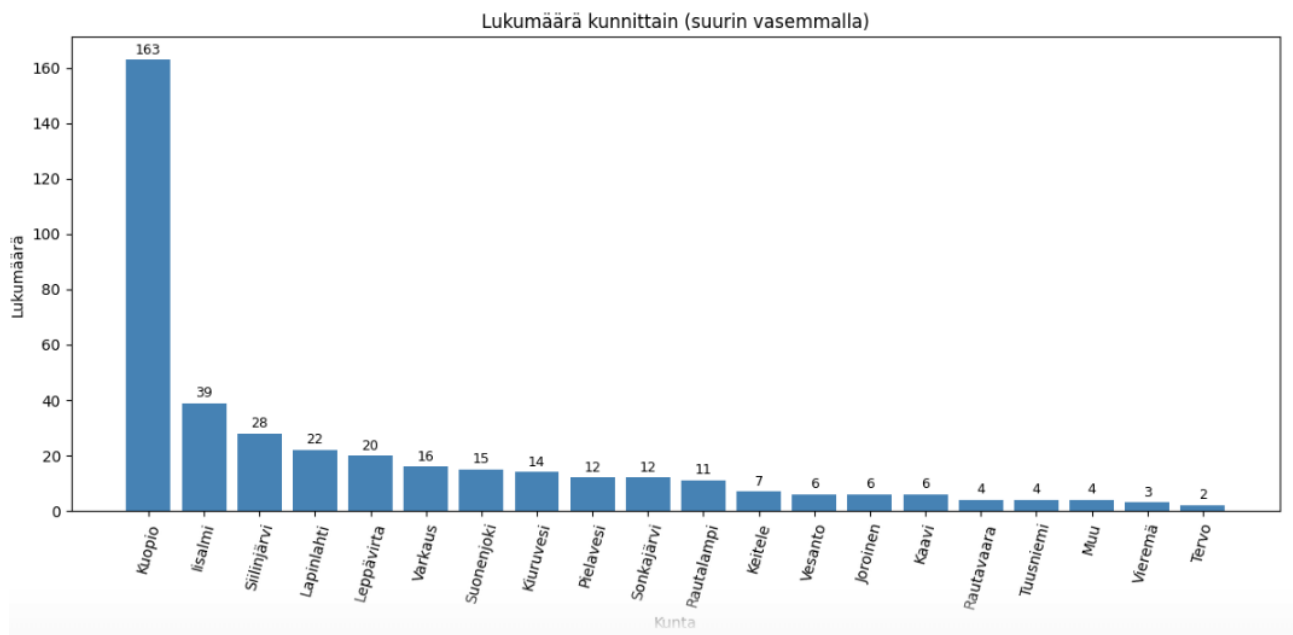
	Yrittäjät	Kaikki työssäkäyvät
MK11 Pohjois-Savo	10463	98655
Iisalmi	812	8667
Joroinen	247	1287
Kaavi	134	718
Keitele	120	912
Kiuruvesi	607	2231
Kuopio	4535	55391
Lapinlahti	547	2648
Leppävirta	382	2746
Pielavesi	284	1085
Rautalampi	197	833
Rautavaara	82	392
Siilinjärvi	744	7145
Sonkajärvi	243	1054
Suonenjoki	316	2280
Tervo	93	341
Tuusniemi	135	579
Varkaus	565	7924
Vesanto	122	486
Vieremä	298	1936

Tilastokeskus 2024, [115j -- Alueella työssäkäyvät \(työpaikat\) alueen, työnantajasektorin, sukupuolen ja vuoden mukaan, 1987-2023](#).

Hankkeen aikana toteutettuihin kyselyihin saatiin vastauksia I yrityskyselyn osalta 347kpl ja II yrityskyselyn osalta 87kpl. Yhteensä 434kpl. Myös haastatteluiden osalta määrälliset tavoitteet täyttyivät hankesuunnitelman mukaisesti (tavoite 70kpl ja toteutus 70kpl).

Kyselyissä ja haastattelujen osalta hanke tavoitti koko Pohjois-Savon maakunnan, sillä niin I yrityskyselyyn ja haastattelujen vastaajissa oli edustajia jokaisesta Pohjois-Savon kunnasta. II yrityskyselyssä ei vastaajien kotipaikkaa selvitetty.

Kuntakohtaiset vastaajamäärät jakautuivat seuraavasti (I Yrityskysely, haastattelut):



Kuntakohtaiset vastaajatilastot (I Yrityskysely & Haastattelut)

Vastaajamäärät yhteensä per kunta (I yrityskysely & haastattelut):

Kunta	Lukumäärä
Kuopio	163
Iisalmi	39
Siilinjärvi	28
Lapinlahti	22
Leppävirta	20
Suonenjoki	15
Varkaus	16
Kiuruvesi	14
Pielavesi	12
Sonkajärvi	12
Rautalampi	11
Keitele	7
Vesanto	6
Joroinen	6
Kaavi	6
Rautavaara	4
Tuusniemi	4
Vieremä	3
Tervo	2
Muu	4

Vastaajien roolit yrityksissä jakaantuivat seuraavanlaisesti (I & II Yrityskyselyt ja Haastattelut):

Rooli	Yhteensä
Yrittäjä	449
Hallituksen puheenjohtaja	13
Hallituksen jäsen	9
Osakas / Vähemmistöosakas	7
Muu rooli	25

Vastaajamäärä oli yhteensä 504. ”Muu rooli” -vastaajat ilmoittivat muun muassa seuraavat nimikkeitä: Toimitusjohtaja, CEO, Johtaja / johtoryhmän jäsen, Työntekijä / toimistotyöt, Omistaja, Konsultti, Trainee. Yrittäjien määrä vastaajista on noin 89%, eli 449 kappaletta. Yrittäjävastaajien lisäksi 47 vastaajaa ilmoittamaa toimivansa ainakin jossain määrin päättävässä asemassa omassa organisaatiossaan (hallituksen puheenjohtaja, hallituksen jäsen, toimitusjohtaja).

Vastaajien toimialakohtainen jakauma oli seuraava:

I Yrityskysely:

Toimialaryhmä*	
Palvelut	191
Teollisuus	32
Rakentaminen	43
Kauppa	28
Maa-, metsä- ja kalatalous	16

(*Jaottelusta poistettu vaihtoehto ”Muu toimiala”)

Haastattelut:

Toimialaryhmä	
Palvelut	24
Teollisuus	15
Rakentaminen	13
Kauppa	12
Maa-, metsä- ja kalatalous	6

II Yrityskysely:

Toimialaryhmä	
Palvelut	50
Teollisuus	16
Rakentaminen	11
Kauppa	5
Maa-, metsä- ja kalatalous	5

Kaikki yhteensä:

Toimialaryhmä*	
Palvelut	265
Teollisuus	63
Rakentaminen	67
Kauppa	45
Maa-, metsä- ja kalatalous	27

(*Jaottelusta poistettu vaihtoehto ”Muu toimiala”)

1.4 Suositukset ja hankkeen omat tuotokset

Raportin loppuosiossa esitellään kerättyjen tulosten ja niiden analysoinnin lisäksi myös erilaisia suosituksia, työkaluja ja muita omalla toiminnalla saatuja tuotoksia. Tuotosten

rakentamisessa on käytetty aina kulloinkin määritettyjä osioita hankkeen aikana kerätyistä tiedoista, sekä käytetty myös hanketiimin omaa harkintaa ja substanssiosaamista asiaan liittyen.

Suosittelujen, työkalujen ja vinkkien on tarkoitus olla suuntaa antavia ehdotuksia, jotka antavat alueen pk-yrityksille valmiita vinkkejä vastuullisuuden hyödyntämiseen osana omaa liiketoimintaansa.

2 Vastuullisuus ja ilmastonmuutoksen torjunta Pohjois-Savon pk-yrityksissä

Pohjoisavolaisten yritysten osalta vastuullisuus nähdään vastauksien perusteella koskettavan ainakin jollain tavalla heidän liiketoimintaansa ja osa vastaajista näkee vastuullisuustyön kilpailuvalttina markkinoilla. 83% I Yrityskyselyn vastaajista kertoo, että heidän yrityksessään on kiinnitetty ainakin jollain tavalla huomiota vastuullisuuteen, mutta vain noin joka kymmenes vastaaja ilmoitti heillä olevan käytössään erillinen vastuullisuusohjelma.

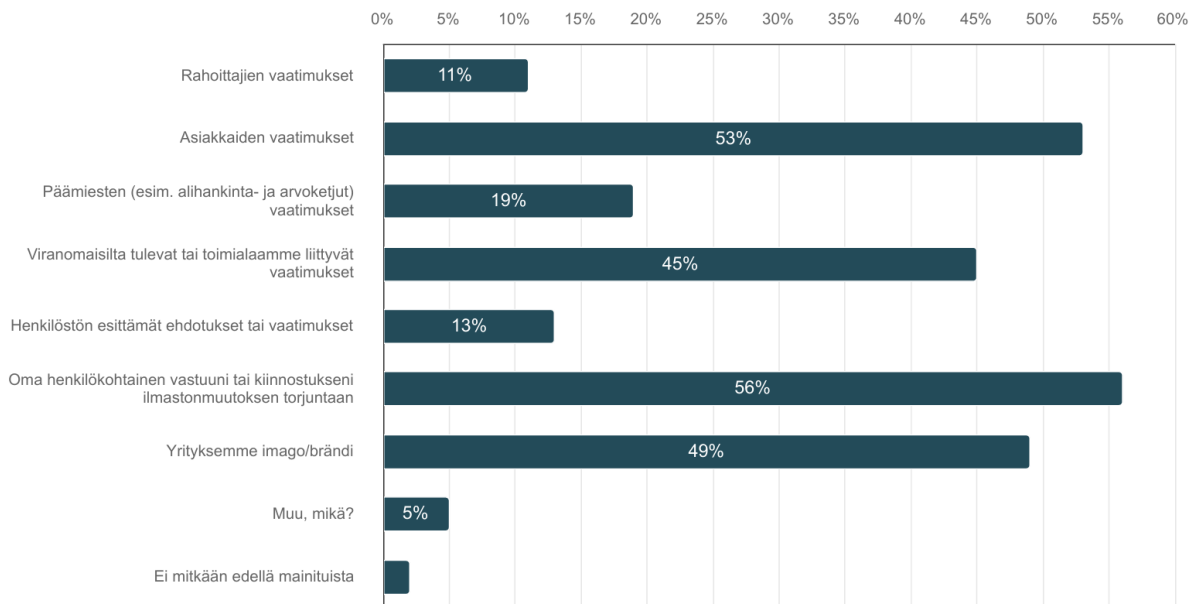
Osa vastaajista ei välttämättä tunnista omia vastuullisuustekojaan, vaan he kokevat nämä enemmänkin normaaliksi yrityksen kehittämistyöksi. Tulosten perusteella alueen yrityksissä on myös paljon hyödyntämätöntä potentiaalia esimerkiksi vastuullisuudesta viestimisen suhteen.

Maakunnan yrittäjien parissa vahvuudet vastuullisuuden hyödyntämiseen liittyvät erityisesti muutamaa eri tekijään. Yrittäjien parissa tehdään paljon konkreettisia toimia ympäristövastuun toteuttamisen suhteen, jossa varsinkin kierrätys ja jätteiden käsittely on vastausten perusteella erittäin hyvällä tasolla ja energian säästöön liittyviä investointeja tehdään. Laajennettaessa tuloksia muihin vastuullisuustoimiin, työturvallisuuden korostaminen ja henkilöstön hyvinvointiin on selkeästi kiinnitetty huomiota alueen yrityksissä ja paikallisuus ja kotimaisuus ovat alueella vahvoja arvoja.

Tulosten perusteella alueen yrittäjiä ohjaavat vastuullisuustyön osalta ensisijaisesti yrittäjien oma motivaatio toimia tehdä toimenpiteitä asioiden suhteen. Haastatteluiden osalta 68% vastaajista ilmoitti, että suurin vaikutte tehdä vastuullisuuteen liittyviä asioita on lähtöisin heistä itsestään. Niin haastatteluiden kuin I yrityskyselyn osalta tämä näyttäytyi kaikista suurimpana motivaattoritekijänä. Toiseksi suurin motivaattori toteuttaa vastuullisuuteen liittyviä tekoja tuli asiakkaiden vaatimuksista. Asiakkaiden vaatimuksia syventäen, erityisesti yritysten välistä liiketoimintaa harjoittavat yrittäjät kokevat, että vastuullisuustyöhön tulee heille painetta myös asiakkaiden puolelta:

Mitkä ovat omalle yrityksellesi kannusteita panostaa vastuullisuuteen? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 280 , valittujen vastausten lukumäärä: 707



Kuvankaappaus. | Yrityskysely.

Vastuullisuuden tuomien hyötyjen osalta herää vastaajien keskuudessa myös epäilyksiä. Vastauksista ilmenee, että kaikki yritysedustajat eivät suoraan näe vastuullisuudesta koituvan heille konkreettisia hyötyjä eikä välttämättä uusia liiketoimintamahdollisuuksia asiaan liittyen tunnisteta kovin hyvin pohjoissavolaisten yrittäjien keskuudessa. Kerätyn aineiston perusteella vastuullisuustoimiin panostetaan usein silloin kuin ne ovat taloudellisesti kannattavaa toimintaa.

Käytännössä vastuullisuuden toteutuminen näyttäytyy pohjoissavolaisissa yrityksissä monin eri tavoin. Seuraavassa tuloksia tarkastellaan ESG:n kolmen osa-alueen mukaisesti, jotka ovat ympäristövastuullisuus, sosiaalinen vastuullisuus ja taloudellinen/hallinnollinen vastuullisuus.

2.1 Ympäristövastuullisuus

Ympäristövastuullisuuden toimia on jalkautettu alueen yrityksissä laajasti käyttöön. Vastausten perusteella ympäristövastuu on ainakin jollain tasolla laajasti tunnistettu vastuullisuustoimi ja sen toteutumisen suhteen on yrityksissä tehty toimenpiteitä. Yrityksissä tehtävissä käytännön toimissa korostuvat konkreettiset, kustannustehokkaat ja helposti mitattavissa olevat ympäristövastuullisuuden teot.

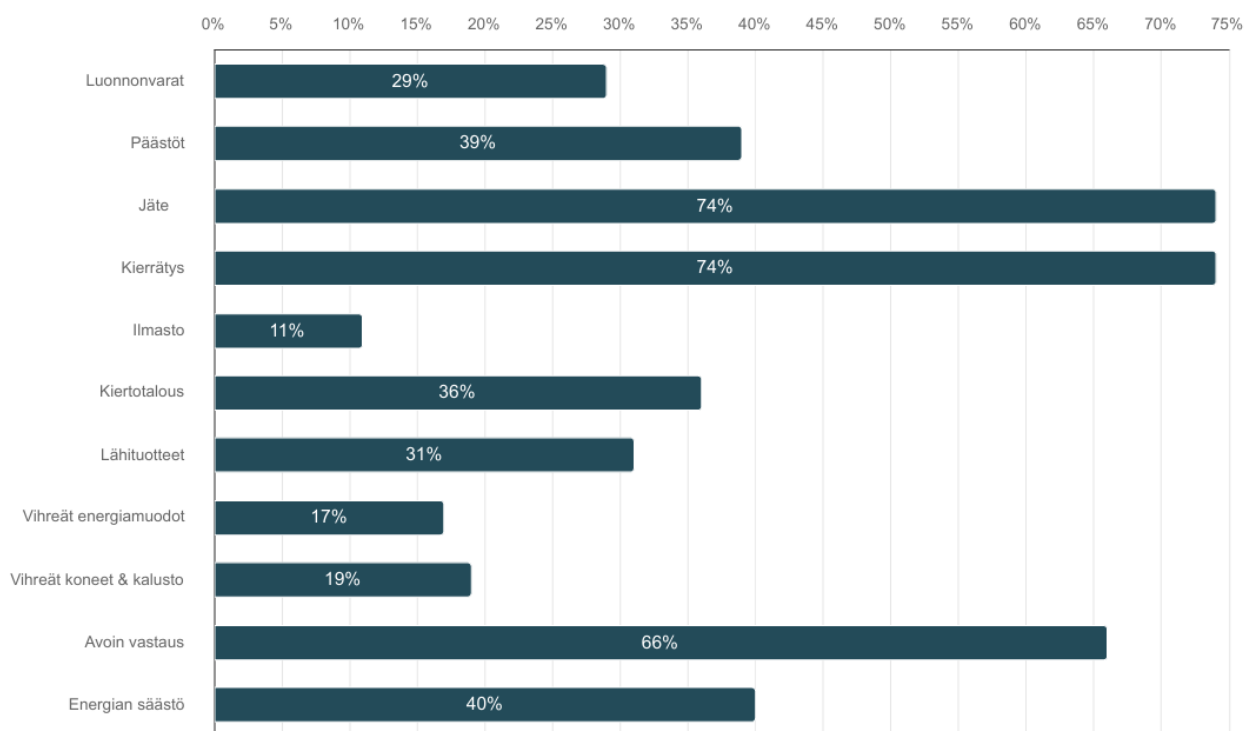
Ilmastonmuutoksen torjuntaan liittyvissä kysymyksissä vastaajat olivat vahvasti sitä mieltä, että jokaisen yrityksen tulee ottaa ilmastoasiat ja kestävä kehitys vakavasti. Yrityskyselyn osalta 71% vastaajista oli tästä väitteestä samaa mieltä ja 57% vastaajista valitsi vaihtoehdon, jossa väitettiin, että ilmastonmuutoksen vaikutuksista ei vielä kukaan tiedetä Suomessa tarpeeksi.

Käytännön toimista useimmiten esille nousivat asiat, kuten

- Kierrätykseen ja jätteiden vähentämiseen liittyvät toimet (materiaalin lajittelu, metallin kierrätys, puu- ja pakkausjätteet)
- Energiatohokkuuteen liittyvät investoinnit (LED-valaistus, ilmanlämpöpumput, maalämmön käyttö, aurinkopaneelit), päästöjen vähentämiseen liittyvät toimet (sähkö- ja biokaasuaajoneuvot, ajoreittien optimointi, etäpalaverit),
- Kiertotalouteen liittyvät toimet (sivuvirtojen hyödyntäminen, lasin, metallin ja puun uusiokäyttö, paistorasvan ja puutavaran hyödyntämisen suunnitelmat)
- Lähi tuotteiden suosiminen (etenkin elintarvike- ja palvelualoilla laajasti esillä)

Ympäristövastuu

Vastaajien määrä: 70 , valittujen vastausten lukumäärä: 305



Kuvankaappaus. Haastattelut.

Haastatteluissa kierrätyksen ja jätteiden vähentämisen osuus mainitaan yleisesti yrittäjien vastauksissa. Jätteiden kierrätyksen osalta yrittäjät mainitsevat kierrättävänsä ainakin metallia, muovia, pahvia, kartonkia, lasia, biojätettä ja ongelmajätettä. Osa yrittäjistä mainitsee omaksi kierrätysasteekseen jopa 99% ja vastausten perusteella

kierrätysmateriaaleja hyödynnetään jossain määrin myös uusiokäytössä. Sivumateriaalien hyödyntämisen osalta vastauksista mainitaan muun muassa metallilastut, lasinkäsittelyn prosesseissa syntyvät hukkamateriaalit ja puumateriaalien hukkamateriaalin hyödyntäminen.

Maakunnan yrittäjien keskuudessa on tehty myös investointeja energiatehokkuuden parantumiseen. Käytännön esimerkkejä energiankäytön tehostamisesta on muun muassa investoinnit LED-valaistukseen tai aurinkopaneeleihin. Motivaattorit investointien taustalla vaikuttavat vahvasti olevan taloudelliset, sillä vastausten yleisenä trendinä voi pitää ajatusta, jossa vastuullisuuteen liittyvien investointien tulee olla pitkällä aikavälillä itsensä takaisin maksavia ja tuottosuhteen on oltava positiivinen. Vain harva yrittäjä mainitsee tekevänsä investointeja pelkästään vastuullisuuden takia. Muita motivaattoreita kone- tai laiteinvestointien takana ovat muun muassa viranomaisilta, toimialalta tai EU-tasolta tulevat säädökset, jotka velvoittavat alueen yrittäjiä täyttämään kriteerit. Osa yrittäjistä seuraa myös aktiivisesti omaa energiankulutustaan ja hyödyntää tuloksia päivittäisessä toiminnan johtamisessaan, mutta tämä osio ei nouse suurempana trendinä esille vastausten perusteella.

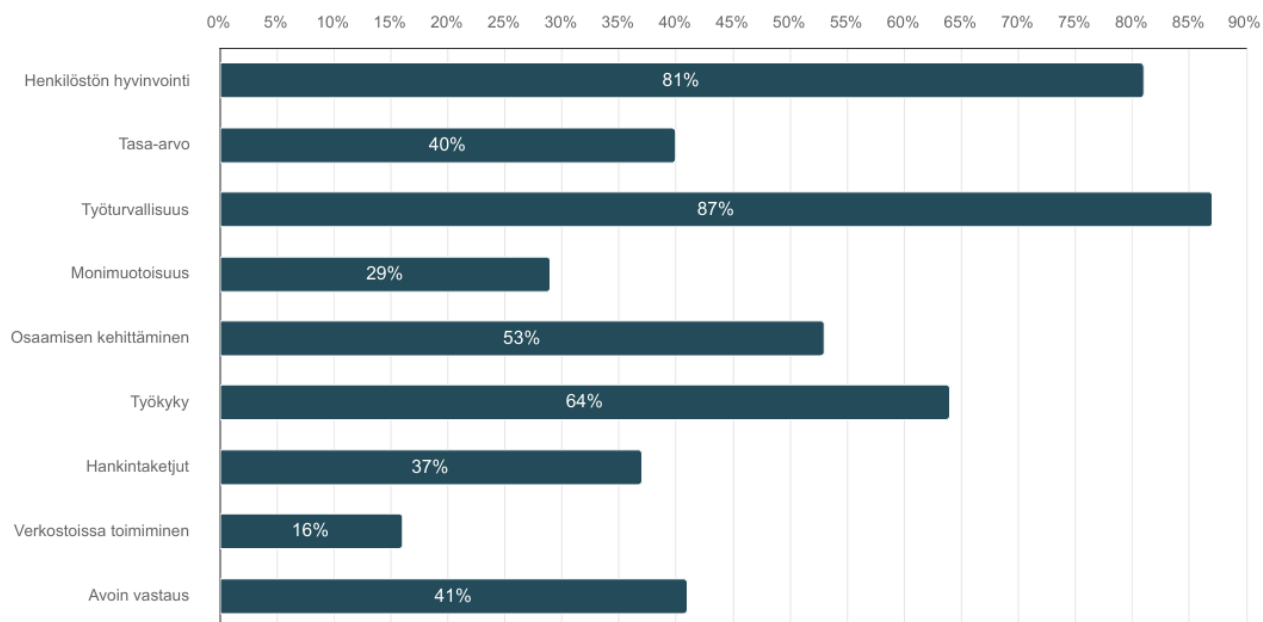
2.2 Sosiaalinen vastuullisuus

Tulosten perusteella sosiaalinen vastuullisuus on vahva osa pohjoissavolaisten yritysten kulttuuria. Yleisimmät teemat vastausten perusteella ovat:

- Työturvallisuus
- Henkilöstön hyvinvointiin liittyvät tekijät (tykytoiminta, työterveys, työaikajoustot, virkistystoiminta, perehdytys)
- Osaamisen kehittäminen (koulutuksia tarjotaan vaihtelevasti, mutta varsinkin esihenkilöitä koulutetaan alueen yrityksissä aktiivisesti)
- Tasa-arvo ja monimuotoisuus (työn luonne voi vaikuttaa tietyillä aloilla sukupuolijakaumiin, kielitaitovaatimukset nousevat esille)
- Hankintaketjujen vastuullisuus (korostuivat erityisesti elintarvikealan, rakentamisen ja teollisuuden parissa)

Sosiaalinen vastuu

Vastaajien määrä: 70 , valittujen vastausten lukumäärä: 314



Kuvankaappaus. Haastattelut.

Haastatteluissa työturvallisuus korostuu eniten sosiaalisen vastuullisuuden osuudessa. Käytännön toimenpiteitä, joita yrittäjät mainitsevat työturvallisuuden osalta ovat muun muassa keskittyminen tapaturmien ehkäisyyn erilaisilla kouluttautumismalleilla ja perehdyttämishajelmilla. Työtapaturmia pyritään estämään myös esimerkiksi asianmukaisilla suojavarusteilla, riskiarvioilla ja henkilöstölle osoitetuilla säännöllisillä turvallisuuskoulutuksilla. Henkilöstön hyvinvointiin panostetaan myös yli neljässä viidestä vastaajan yrityksessä. Käytännön konkreettisia toimia, joilla näihin pyritään ovat muun muassa kattavat työterveyspalvelut. Vastauksissa nousee esille myös työterveyden rooli hyvinvoinnin ennaltaehkäisevänä voimana. Eräs yrittäjä mainitsee haastatteluvastauksessaan: ”*Huippuluokan työterveyshuolto on paras yrittäjän kumppani. Hoitavat kaikki työpaikkakyselystä lähtien. On hoidettu monenlaisia vaivoja. Maksetaan myös reilu määrä vuodessa hammashoittoon. Reissutöissä on sääntö, että ei saa lähteä kun vasta kuudelta aamulla ja työmaa aukeaa vasta sitten kun ovat paikalla.*”. Muita käytännön sosiaalisen vastuullisuuden toimia ovat muun muassa työaikajoustot henkilöstölle ja keskustelevat johtamistapa, jossa pyritään puuttumaan mahdollisiin ongelmakohtiin jo hyvissä ajoin organisaation sisällä.

77% alueen yrittäjistä on II yritys kyselyn perusteella valmiita panostamaan oman henkilöstönsä kouluttautumiseen myös taloudellisesti ja 53% vastaajista mainitsee henkilöstön osaamisen kehittämisen tärkeänä teemana. Haastatteluiden avoimissa vastauksissa osaamisen kehittämiseen liittyviä teemoja nousee esille muun muassa lisäkoulutusten, oppisopimuskoulutusten ja osaamiskartoitusten kautta.

Tasa-arvoa ja monimuotoisuutta mainitsee olevan osa omaa yritystoimintaansa 40% ja 29% vastaajista. Tasa-arvotoimista mainitaan muun muassa syrjittämättömyyden, palkkatasa-arvon eri ikäryhmien ja kansallisuuksien huomioimisen ja tasapuolisen kohtelun.

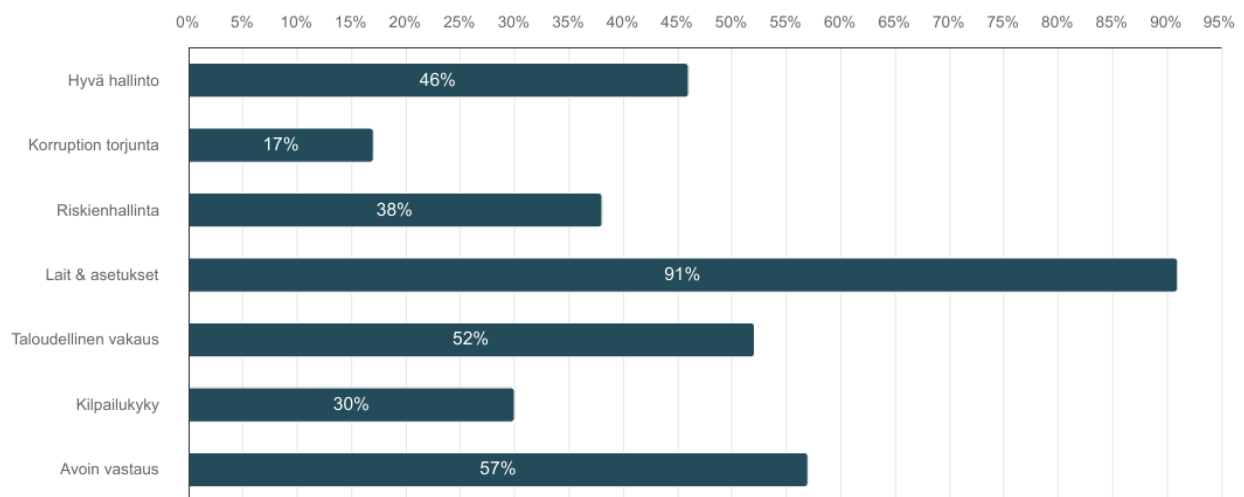
2.3 Taloudellinen ja hallinnollinen vastuullisuus

Haastatteluvastausten perusteella taloudellinen ja hallinnollinen vastuullisuus on alueen yrittäjien parissa käsitteenä vieraampi kuin ympäristövastuullisuuteen ja sosiaaliseen vastuullisuuteen toimet. Yrittäjät korostavat vastauksissaan seuraavia asioita:

- Viranomaisvaatimusten täyttäminen (työaika, kirjanpito, lait & asetukset)
- Hyvä hallinto ja läpinäkyvä päätöksenteko (tilintarkastukset, ulkopuoliset hallitusten jäsenet, laatujärjestelmät, avoin talousraportointi)
- Harmaan talouden ja korruption ehkäisy (käteisen rahan välttäminen, rahanpesulain noudattaminen, laskutuksen läpinäkyvyys)
- Taloudellisesti kannattava toiminta (investointien tarkka arviointi, velkaantumisen hallinta, kuukausittainen talouden seuranta)
- Riskienhallinta (vakuutukset, varasuunnitelmat, vaihtoehtoiset toimittajat)

Taloudellinen vastuu

Vastaajien määrä: 69 , valittujen vastausten lukumäärä: 229



Kuvankaappaus. Haastattelut.

Lakien ja asetusten noudattamisesta haastatteluvastaajat mainitsivat muun muassa seuraavia lausahduksia: *”Toiminta kestää minkä tahansa viranomaisen tarkastuksen”* ja *”Noudattaminen on itsestäänselvyys. Se ei ole neuvoteltavissa”*. *”Kilpailutuksissa tai tarjouspyynnöissä pitää myös raportoida. Meiltä kysyttiin juuri esimerkiksi venäläissuhteista ja ymmärrän kyllä, että näitä on. Raaka-aineiden alkuperästä pitää myös dokumentteja myös.”*

Päämiehille ja kilpailutuksissa pitää tehdä myös raportointia laskutuksesta ja muista taloudellisen vastuun osa-alueista”

Haastatteluiden avoimissa vastauksissa byrokratian mainitaan vievän paljon aikaa, velvoitteiden määrän kasvavan ja dokumentoinnin raskaaksi, mutta toisaalta osassa vastauksissa sääntely nähdään reilun kilpailun edellytyksenä, ne nähdään tärkeäksi asiakassuhteiden ja oman yrityksen luotettavuuden kannalta. II Yrityskyselyn väitteestä: ”Viranomaiset säätelevät liikaa, kuinka meidän tulisi tehdä yritystoimintaamme” on samaa mieltä yli puolet vastaajista.

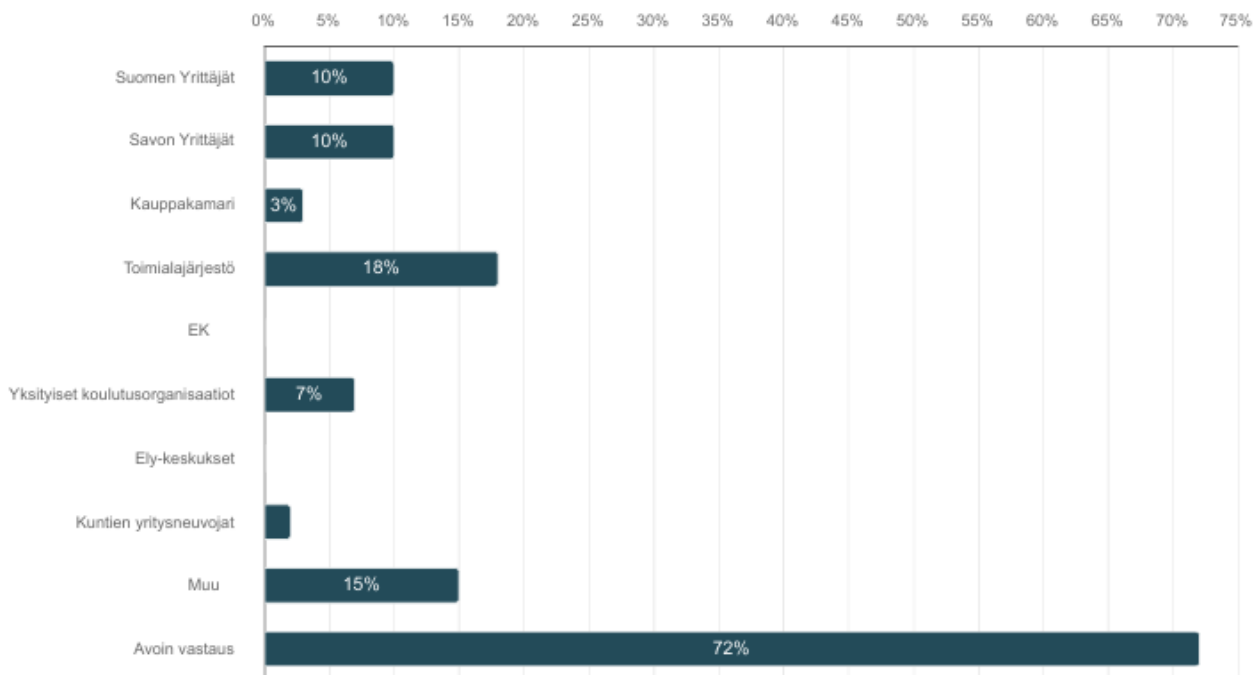
2.4 Koulutustarpeet

Selvitystyön osana kartoitettiin yrittäjiltä myös koulutustarpeita vastuullisuuteen liittyen. Vastauksissa nousi esille seikkoja, joiden perusteella koulutusten tulisi olla lähtökohtaisesti helposti ymmärrettävää, ajallisesti kevyttä ja edullista.

Haastatteluiden perusteella yrittäjät toivoivat koulutukseen liittyvissä vastauksissaan mahdollisimman paljon konkretiaa. Ylätasolla asioiden käsittelyä ei koettu hedelmälliseksi, vaan toiveissa oli mahdollisimman paljon saada heidän omaa liiketoimintaansa koskettavaa tietoa. I Yrityskyselyn vastausten perusteella toiveissa oli niin pienille yrityksille räätälöityjä vastuullisuusohjelmia tai -koulutuksia, tai mikäli koulutus olisi yleisluoteista, niin tämän tulisi koskettaa omaa toimialaa, jolloin toimialan erityispiirteet tulisivat ymmärretyksi mahdollisimman korkealla tasolla. Vain harva yrittäjä vastasi kaipaavansa esimerkiksi ulkopuolisen konsultin tekemää vastuullisuuskoulutusta, jossa asioita käsitellään yleisellä tasolla.

Minkä koet luontevimpana tietolähteenä yrityksesi vastuullisuuskoulutukseen liittyen?

Vastaajien määrä: 60 , valittujen vastausten lukumäärä: 82

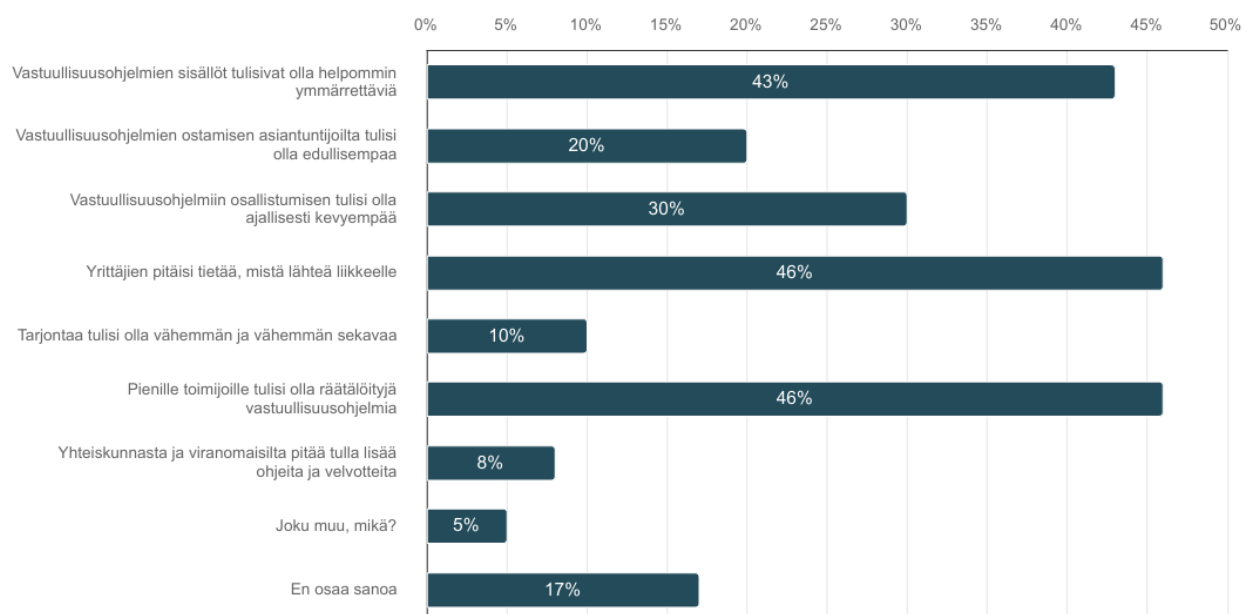


Kuvankaappaus. Haastattelut.

I yrityskyselyn vastausten perusteella yrittäjät kokivat keinot, joilla vastuullisuusohjelmat saataisiin määrälliseen kasvuun seuraavalla tavalla:

Miten mielestäsi pk-yritysten vastuullisuusohjelmat saataisiin määrälliseen kasvuun Pohjois-Savossa? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

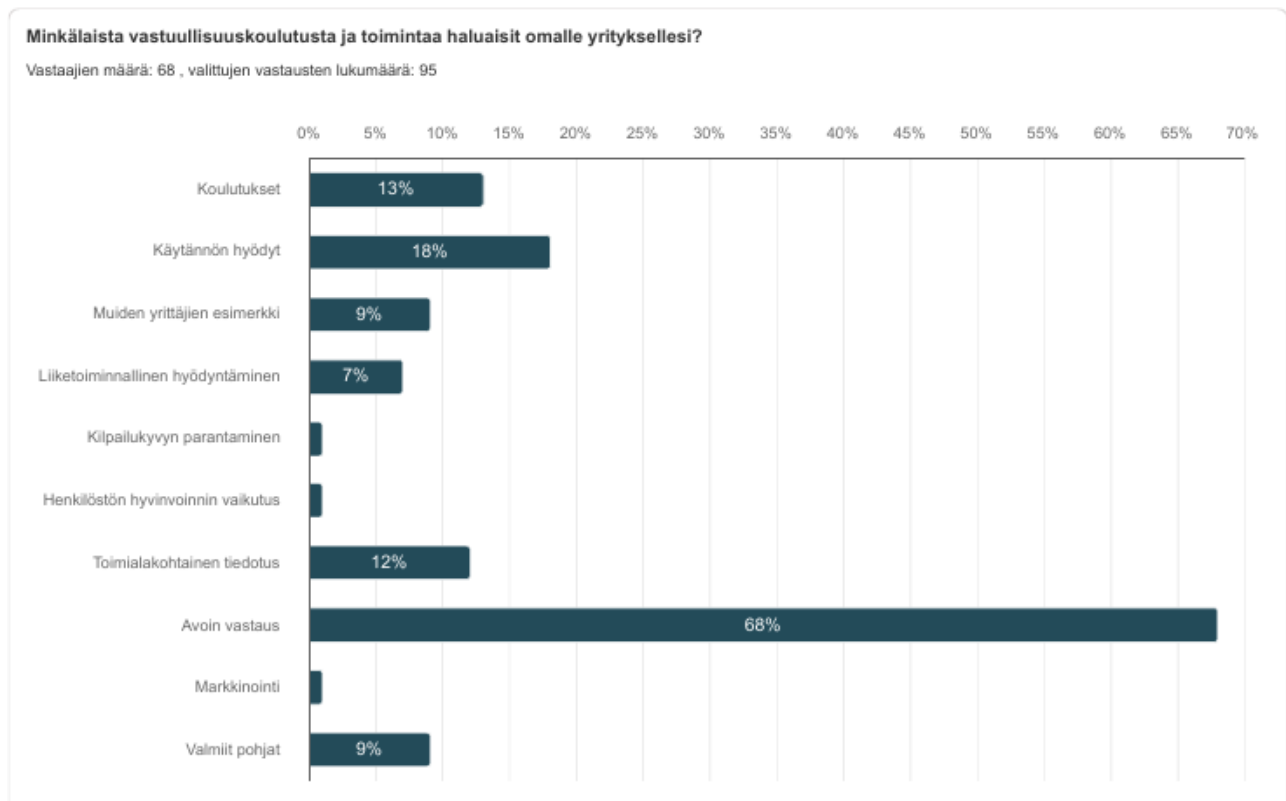
Vastaajien määrä: 338 , valittujen vastausten lukumäärä: 765



Kuvankaappaus. I Yrityskysely.

Kyseisten vastausten perusteella käy ilmi, että yrittäjät toivoivat pienten yrittäjien tarpeisiin räätälöityjä vastuullisuusohjelmia, sekä tietotaitoa vastuullisuusohjelmien rakentamisen ja toteuttamisen suhteen, mutta viranomaisten roolia asian suhteen ei nähty tarpeellisenä.

Haastatteluissa yrittäjät kertoivat koulutustarpeistaan seuraavalla tavalla:



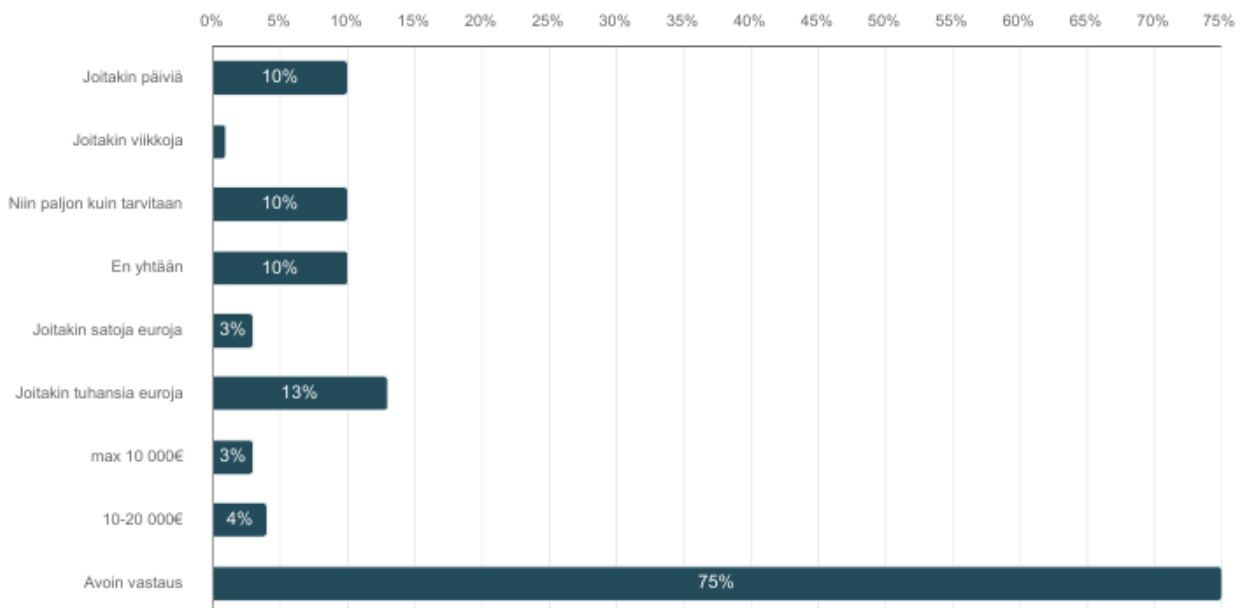
Kuvankaappaus. Haastattelut.

Haastatteluiden osalta avoimet vastaukset jakaantuivat tasaisesti, mutta yleisenä trendinä vastausten osalta voi mainita, että näissä painottuivat konkreettiset hyödyt. Haastatteluiden avoimien vastausten perusteella oltiin sitä mieltä, että osa vastaajista voisi osallistua jonkinlaiseen vastuullisuuteen liittyvään koulutukseen, mikäli tästä olisi saatavilla myös konkreettista hyötyä. Toisaalta kysymyksen avointen vastausten osalta oli myös henkilöitä, jotka eivät kokeneet koulutusta asiaan liittyen tarpeelliseksi.

Kysyttäessä mahdollista halua panostaa aikaa rahaa vastuullisuuden kehittämiseen, olivat yrittäjät pääsääntöisesti sitä mieltä, että he olisivat valmiita panostamaan taloudellista ja ajallista resurssia, mikäli tästä olisi vain konkreettisia hyötyjä saatavilla, joka näkyy myös seuraavan kysymyksen ”avoimet vastaukset” -osiossa. Yrittäjät eivät yleisellä tasolla kokeneet järkeväksi määritellä rahallista tai ajallista panostusta, vaan he kokivat yleisellä tasolla, että näitä tulisi verrata saavutettaviin hyötyihin, jolloin myös taloudelliset tai ajalliset panostukset olisivat mahdollisia.

Paljonko aikaa ja rahaa olisit valmis panostamaan yrityksesi vastuullisuuden kehittämiseen?

Vastaajien määrä: 69 , valittujen vastausten lukumäärä: 90



Kuvankaappaus. Haastattelut.

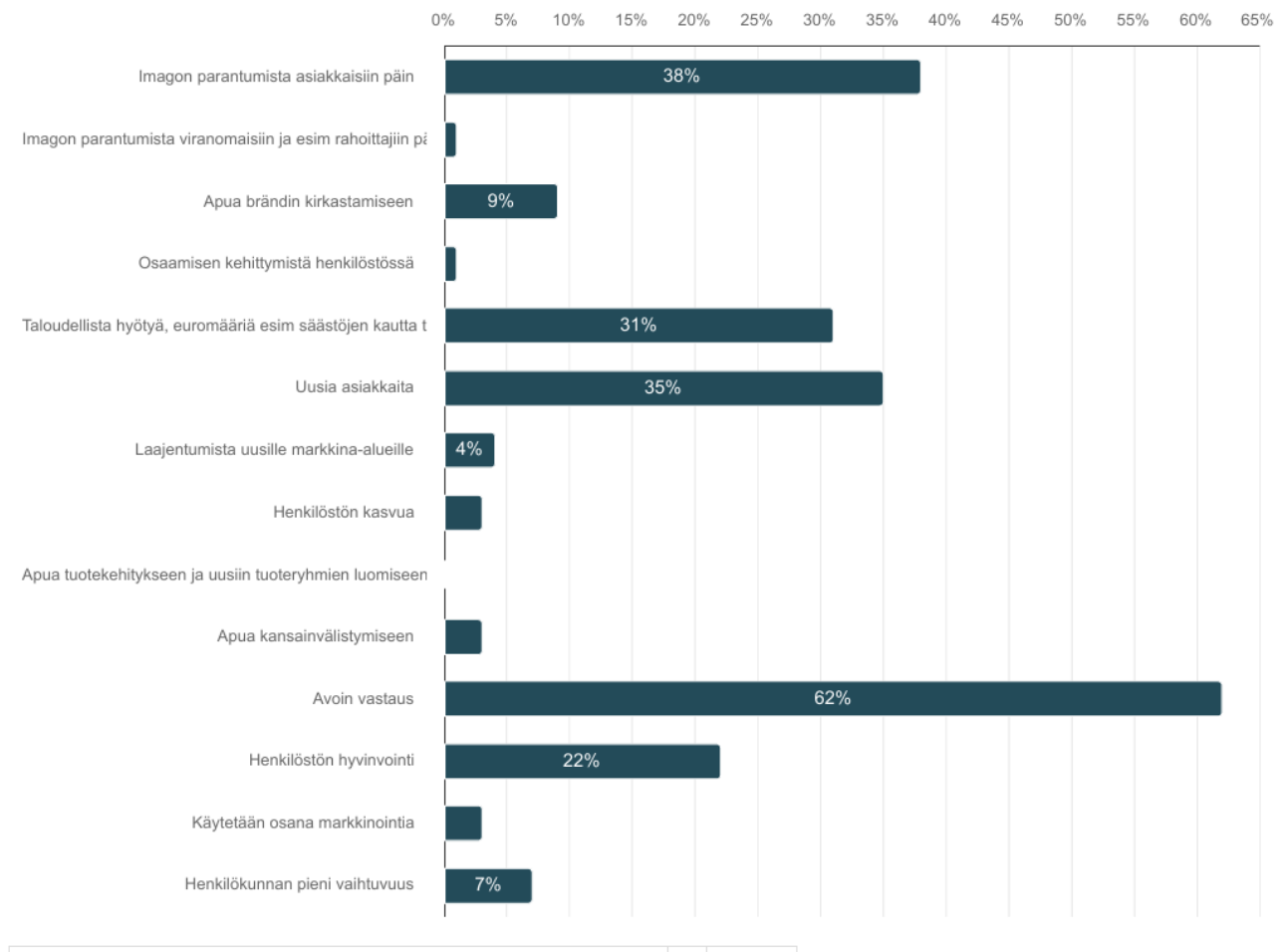
Kyseisen kysymysten vastausten perusteella osa yrittäjistä koki myös, että heidän rahallinen panostuksensa oli kymmenissä tuhansissa euroissa esimerkiksi tehtyjen investointien kautta, kun taas noin kymmenesosa vastasi, ettei olisi valmis panostamaan ollenkaan aikaa ja rahaa kyseiseen asiaan.

2.5 Koetut hyödyt

Selvitystyön tulosten perusteella yrittäjät kokevat saavansa myös konkreettisia hyötyjä vastuullisuustoimistaan. Haastatteluosion vastauksista on erotettavissa muutamia eri tekijöitä.

Oletteko kokeneet saavanne käytännön tasolla hyötyjä tekemistänne vastuullisuustoimista?

Vastaaajien määrä: 68 , valittujen vastausten lukumäärä: 150



Kuvankaappaus. Haastattelut.

Haastatteluvastausten perusteella koettuja hyötyjä saadaan niin imagon & brändin ja asiakashankinnan ja kilpailutusten kautta, kuin taloudellisten hyötyjen ja henkilöstön hyvinvoinnin kautta.

Vaikutus imagoon ja brändiin esiintyy vahvasti haastatteluiden avoimissa ja sanallisissa vastauksissa. Vastuullisuuden koetaan parantavan asiakasluottamusta, antavan kilpailuetua ja parantavan heidän mainettaan esimerkiksi asiakkaiden silmissä. Vastuullisuustoimilla on tulosten perusteella myönteisiä vaikutuksia myös uusien asiakkaiden saavuttamisessa ja heidän vaatimuksiinsa vastaamisessa. Osa vastaajista kokee, että kilpailutuksissa, joihin he osallistuvat vastuullisuutta myös vaaditaan ja esimerkiksi alihankintaketjuissa tulee täyttää tietyt kriteerit myös vastuullisuuden osalta. Kilpailutusten osalta konkreettisena esimerkkinä mainitaan esimerkiksi ajoneuvojen päästöluokat, jotka yritysten tulee täyttää. Uusien asiakkaiden hankinnassa ja saavuttamisessa mainitaan myös erilaisien sertfikaattien merkitys vastuullisuuden todentamisen apuna, joista on koettu saatavan myös hyötyä käytännössä.

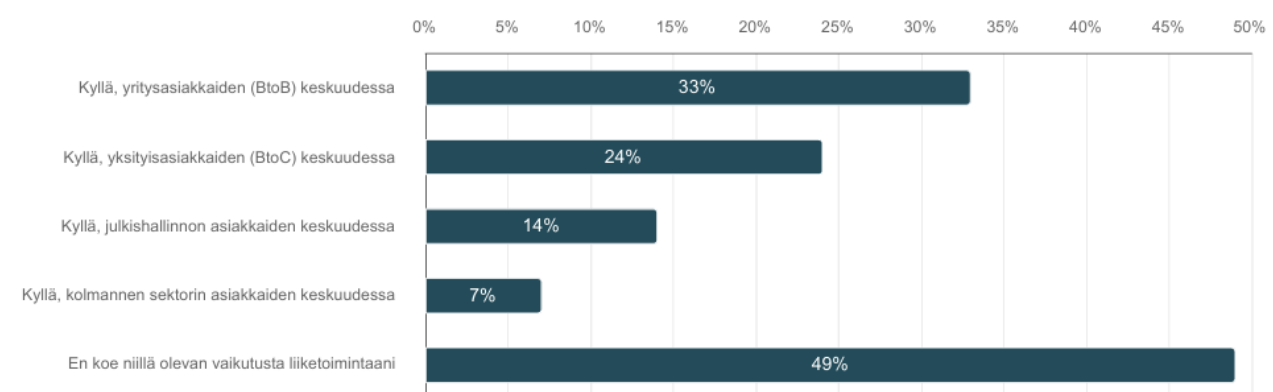
Brändimielikuvan lisäksi yrittäjät kokevat saavansa vastuullisuustoimien kautta taloudellisia hyötyjä. Konkreettisia hyötyjä syntyy vastausten perusteella muun muassa ympäristövastuun toimista, joissa optimoidaan energiankulutusta esimerkiksi vähentämällä sen käyttöä tai investointien kautta, joista esimerkkinä sanallisissa vastauksissa mainittiin muun muassa aurinkopaneelit ja led-valaistukset. Taloudellisia hyötyjä eri toimialojen yrittäjät kertovat saaneensa muun muassa edellä mainitusta energian säästöstä, polttoainekustannusten laskusta esimerkiksi reittioptimoinnin avulla, jätteenkäsittelykulujen pienenemisestä ja materiaalihukan pienenemisestä.

Muita mainittuja konkreettisia hyötyjä ovat muun muassa henkilöstöön hyvinvointiin liittyvät seikat. Henkilöstön hyvinvointiin liittyvät tekijät parantavat sanallisen vastausten perusteella käytännön tasolla esimerkiksi työilmapiiriä, työturvallisuutta, henkilöstön sitoutumista yritykseen, sekä työnantajamielikuvaa esimerkiksi rekrytointien yhteydessä. Käytännön hyötyinä yksittäiset vastaajat mainitsevat esimerkiksi seuraavia seikkoja: *“Vähemmän sairaspoissaoloja, kun henkilöstö voi hyvin.”*, *“Henkilöstö on ollut tyytyväistä ja on hyvin saatu työntekijöitä. Hyvä maine siellä puolella.”*. Sanallisten vastausten perusteella hyvinvoivalla henkilöstöllä on vaikutusta myös asiakastyytyvyyden osalta esimerkiksi parantuneen asiakaspalvelun kautta.

Avoimista vastauksista poimittuja konkreettisia esimerkkejä hyödyistä olivat muun muassa seuraavat tekijät: *” Jos esim. vastuullisuusraportointia esim. hiilijalanjäljen osalta ei tee, niin työmaata ei saa valmiiksi.”*, *”Asiakastoiveisiin vastaamiseen on auttanut”* *”Määräykset ja esg:n osa-alueet pitää täyttää, että toiminta ylipäättään on mahdollista”*

Uskotko saavasi liiketoiminnallista hyötyä panostamalla vastuullisuuteen ja puhtaaseen siirtymään? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 341 , valittujen vastausten lukumäärä: 434



Kuvankaappaus. | Yrityskysely.

I Yrityskyselyssä selvitettiin, että kenen asiakasryhmän keskuudessa vastaajat kokevat saavansa eniten hyötyä. Vastausten perusteella hyötyä nähdään yritysten välisessä (BtoB)

kaupankäynnissä. Toisaalta noin puolet vastaajista koki, että he eivät saa panostamalla vastuullisuuteen ja puhtaaseen siirtymään liiketoimintahyötyä.

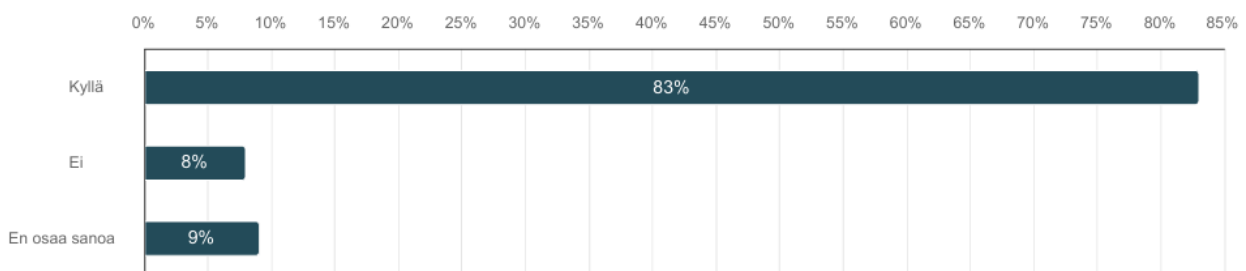
2.6 Haasteet vastuullisuustyön toteuttamisessa

I yrityskyselyssä & haastatteluissa selvitettiin, miksi yrittäjät eivät ole aktivoituneet nykyistä enempää esimerkiksi vastuullisuusohjelmien käyttöön yrityksissään. Vastauksien perusteella eniten esille nousseiden tulosten valossa moni yrittäjä ei koe vastuullisuudesta koituvan konkreettista hyötyä heille. Myös taloudelliset tekijät, sekä ajan, sekä henkilöstöressurssien puute nousivat esiin.

I Yrityskyselyssä selvitettiin, kokivatko vastaajat, että heidän yrityksessään oli ainakin jollain tavalla kiinnitetty huomiota vastuullisuuteen:

Koetko, että yrityksessäsi on kiinnitetty huomiota vastuullisuuteen?

Vastaajien määrä: 341

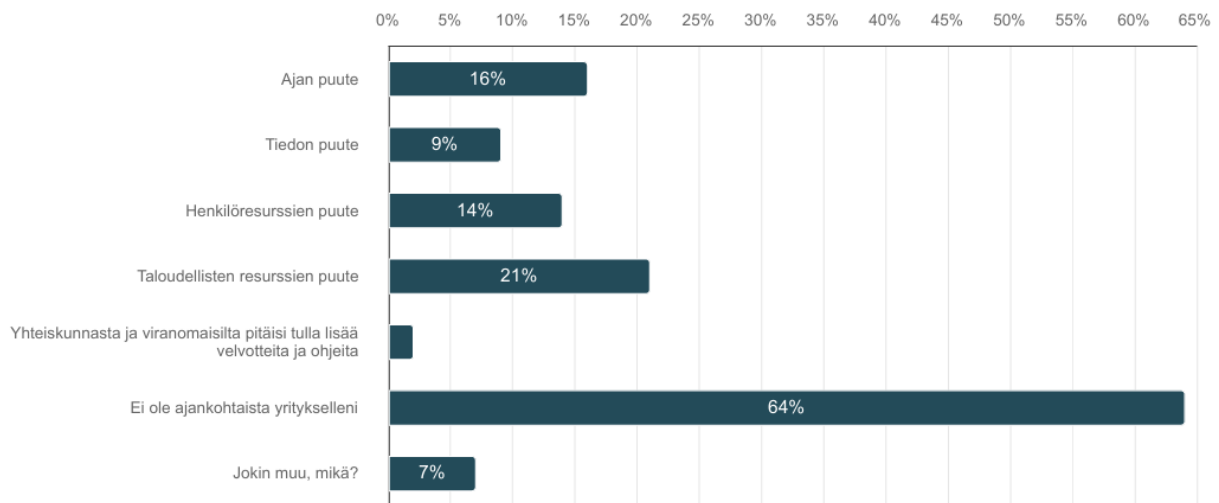


Kuvankaappaus. I Yrityskysely.

”Ei” ja ”En osaa sanoa” -vastauksen perusteella kyselyssä kerättiin lisätietoa syistä, joiden perusteella vastaajat olivat valinneet kyseisen vaihtoehdon:

Mikä on mielestäsi syy siihen, että yrityksesi ole aktivoitunut nykyistä enempää vastuullisuusasioihin tai puhtaasti siirtymään tavoitteisiin?

Vastaajien määrä: 58 , valittujen vastausten lukumäärä: 76



Kuvankaappaus. I Yrityskysely.

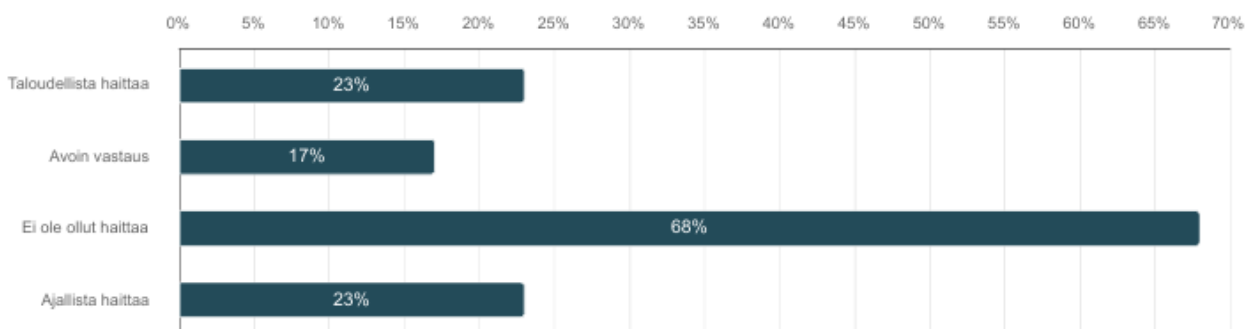
64% vastaajista valitsi vaihtoehdon ”Ei ole ajankohtaista yritykselleni”, joka näyttäytyy selvästi suurimpana tekijänä vastauksissa.

II Yrityskyselyn vastausten perusteella yli puolet vastaajista oli myös sitä mieltä, että heidän asiakkaansa eivät ole valmiita maksamaan korkeampia hintoja vastuullisesti tuotetuista tuotteista/palveluista, joka voi selittää osan yrittäjien kielteistä suhtautumista asiaan liittyen.

Selvitystyön haastatteluvaiheessa kysyttiin yrittäjiltä, onko vastuullisuustyön osalta koitunut heidän yritykselleen haittaa joissain tapauksissa. Yrittäjät olivat keskimäärin sitä mieltä, että varsinaista haittaa ei ole tullut, mutta nämä asiat ovat vieneet ajallista ja taloudellista resurssia. Suurin osa vastaajista koki kuitenkin, että kokonaisuuden vaikutus nähdään positiivisena vaikutuksena ja osa yrittäjistä koki vastuullisuustoimien huomioimisen olevan osa normaalia yrityksen kehittämistyötä, johon kuuluukin käyttää niin aikaa kuin rahaakin.

Koetko, että vastuullisuustyön osalta on koitunut yrityksellesi haittaa jossain tapauksessa?

Vastaajien määrä: 69 , valittujen vastausten lukumäärä: 91

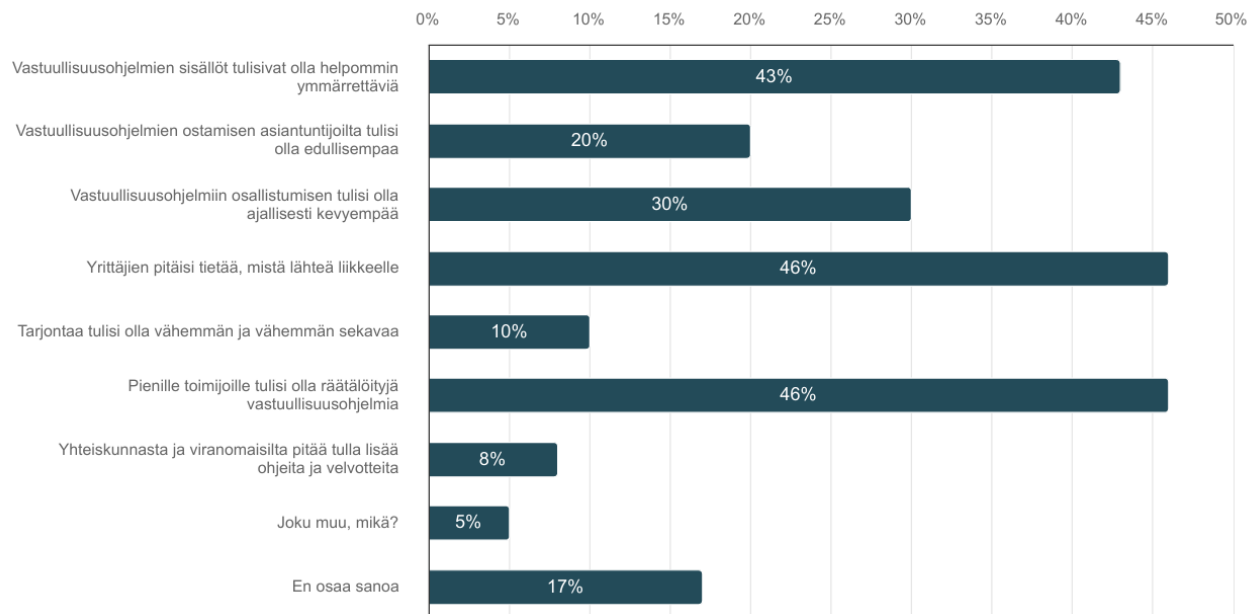


Kuvankaappaus. Haastattelut.

Yrittäjiltä kysyttiin myös I Yrityskyselyssä, miten pk-yritysten vastuullisuusohjelmat saataisiin määrälliseen kasvuun Pohjois-Savossa:

Miten mielestäsi pk-yritysten vastuullisuusohjelmat saataisiin määrälliseen kasvuun Pohjois-Savossa? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 338 , valittujen vastausten lukumäärä: 765



Kuvankaappaus. I Yrityskysely.

Kyseisistä vastauksista ilmenee, että yrittäjien keskuudessa ei ole täysin selvää, mistä lähteä liikkeelle vastuullisuusohjelmien toteuttamisen kanssa, vaan tarjonta koetaan ainakin jossain määrin sekavaksi. Myös vastuullisuusohjelmien sisällöt koettiin ainakin jossain määrin haastaviksi ymmärtää. Toisaalta yrittäjät toivoivat pienille yrityksille räätälöityjä vastuullisuusohjelmia. Haastatteluvaiheen vastausten perusteella vastaajat kokivat, että vastuullisuusohjelmien tai koulutusten olisi hyvä vastata juuri heidän toimialansa ja käytäntöjensä erityispiirteisiin, eikä jäädä pelkästään yleistasolle, josta ei koettu olevan juuri hyötyä konkretian tasolla.

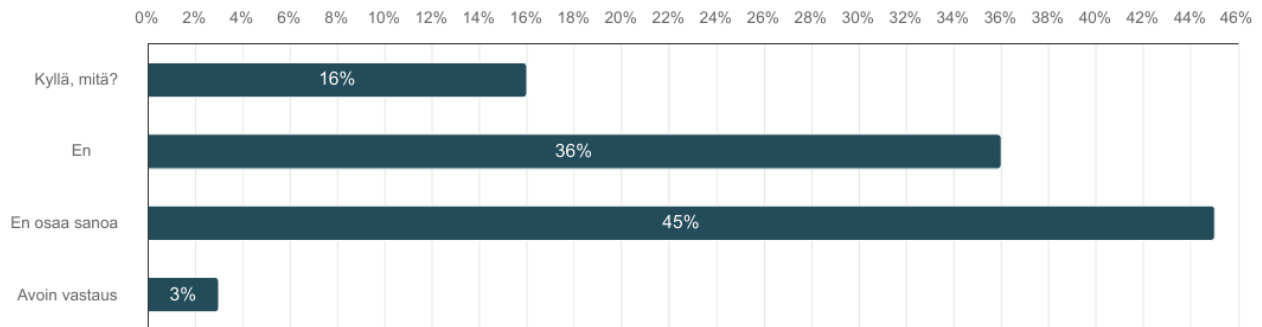
Muita esille nousseita haasteita, jotka nousevat esille vastuullisuustyön toteuttamisessa oli muun muassa tasapainoilun kannattavuuden ja vastuullisuuden välillä. Kaikki vastuullisuustoimet eivät tuo suoraa taloudellista hyötyä lyhyellä aikavälillä, ja osan vastaajien mielestä asiakkaat vaativat vastuullisuutta myös esimerkiksi tuotteiden kohdalta, mutteivat välttämättä ole valmiita maksamaan lisähintaa niistä. II Yrityskyselyn väittämän ”Asiakkaani ovat valmiita maksamaan korkeampia hintoja vastuullisesti tuotetuista tuotteista tai palveluista” keskiarvo oli 2,5/5, joka näyttää epäilyksiä vastaajajoukon keskuudessa.

2.7 Tulevaisuuden näkymät

Vain 16% vastaajista oli sitä mieltä, että vastuullisuus ja puhdas siirtymä avaa heille suoraan uusia liiketoimintamahdollisuuksia (I Yrityskysely). Toisaalta noin puolet vastaajista ei osaa sanoa kantaansa asiaan.

Uskotko puhtaan siirtymän ja vastuullisuuden avaavan uusia liiketoimintamahdollisuuksia yrityksellesi tulevaisuudessa?

Vastaajien määrä: 344



Kuvankaappaus. I Yrityskysely.

Hyödyt näkyvät haastatteluvastausten perusteella enemmän vaatimusten täyttämisen ja uusien asiakkaiden saavuttamisen kautta. Liiketoiminnallisen hyödyn osalta vastaajat mainitsevat I Yrityskyselyssä, että niiden merkitys korostuu erityisesti BtoB-liiketoiminnassa. Vajaa 40% vastaajista oli samaa mieltä väitteestä, että ”Vastuullinen yritystoiminta tulee olemaan lähitulevaisuudessa hintaa tärkeämpi kriteeri kilpailutuksissa, joihin yritykseni osallistuu” (II Yrityskysely).

Uusista liiketoimintamahdollisuuksista vastuullisuuteen liittyen yrittäjät mainitsivat muun muassa palvelut ja tuotteet liittyen energiansäästöön, konsultointiin ja asiakkaiden vaatimuksiin vastaamisen muun muassa kilpailutusten ja tarjouspyyntöjen kautta.

3 Toimialakohtaiset eroavaisuudet

Selvitystyön kaikissa kolmessa eri osiossa selvitettiin vastaajayritysten toimiala, jota he edustivat. Tulosten analysoinnissa on hyödynnetty niin tarkempaa toimialajakoa, kuin jakoa viiteen eri toimialaryhmään. Yrityskyselyssä toimialavaihtoehtoja olivat seuraavat:

- Maa-, metsä- ja kalatalous
- Kaivostoiminta ja louhinta
- Teollisuus
- Sähkö-, kaasu-, lämpö- ja jäähdytyspalvelut
- Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto, jätehuolto
- Rakentaminen
- Tukku- ja vähittäiskauppa
- Kuljetus ja varastointi
- Majoitus- ja ravitsemustoiminta
- Informaatio ja viestintä
- Rahoitus ja vakuutustoiminta
- Kiinteistöalan toiminta
- Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta
- Hallinto- ja tukipalvelutoiminta
- Julkinen hallinto ja maanpuolustus
- Koulutus
- Terveys- ja sosiaalipalvelut
- Taiteet, viihde ja virkistys
- Muu palvelutoiminta
- Kotitalouksien toiminta työnantajana
- Kansainvälisten organisaatioiden ja toimielinten toiminta
- Muu

Toimialakohtaisten analyysien osalta tarkemmat toimialat on jaettu viiteen eri ryhmään, jotka ovat: **Palvelut, Kauppa, Rakentaminen, Teollisuus ja Maa-, metsä- ja kalatalous.** Seuraavassa osiossa toimialakohtaisia eroavaisuuksia käsitellään näiden viiden toimialan puitteissa.

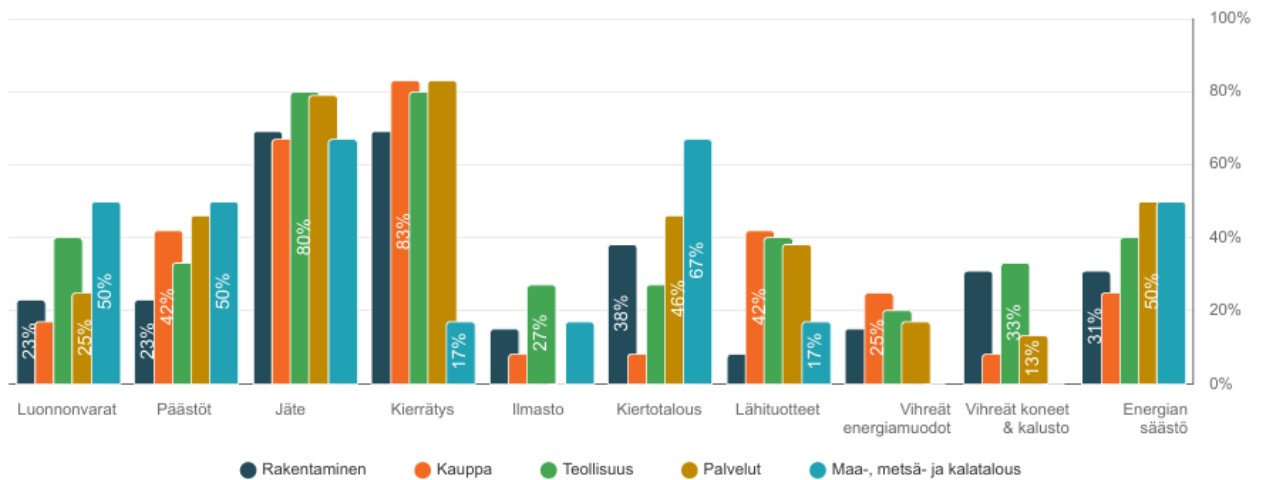
3.1 Ympäristövastuullisuus

Toimialojen keskinäisessä vertailussa syntyy eroavaisuuksia muutamissa eri tekijöissä.

Ympäristövastuullisuuden osalta yrittäjät painottivat haastatteluissa seuraavia asioita:

Ympäristövastuu

Vastaajien määrä: 70 , valittujen vastausten lukumäärä: 305



Kuvankaappaus. Haastattelut.

Rakentaminen:

Keskittyy erityisesti jätehuoltoon ja kierrätykseen. Rakennustyömailla syntyvien jätteen lajittelu ja hyödyntäminen nähdään arkipäiväisenä vastuullisuutena, joka näkyy myös käytännön tasolla, josta koetaan tulevan myös taloudellista hyötyä. Työmaiden ympäristövaatimukset ohjaavat myös toimintaa vastuullisempaan suuntaan.

Ilmastonmuutoksen hillintään tai vihreään energiaan liittyvät toimet eivät korostu yhtä paljon. Harva rakennusalan vastaajista mainitsee päästöt tai energiansäästön vastauksissaan, mikä on alempi osuus kuin palveluiden tai teollisuuden parissa toimivien yrittäjien parissa. Myöskään lähtuotteiden käyttö ei ole rakennusalan yrittäjille merkittävä vastuullisuustekijä, mikä erottaa heidät esimerkiksi kaupan alasta.

Toisaalta rakennusalan vastaajista 31% kertoo osana ympäristövastuutaan investoineensa ainakin jollain tavalla vihreisiin koneisiin tai kalustoon, joka on toiseksi korkein lukema vertailutoimialoista teollisuuden jälkeen.

Teollisuus:

Teollisuuden parissa toimivien yrittäjien vastauksien perusteella 80 % huolehtii jätevirtojen käsittelystä ja materiaalien kierrätyksestä, ja noin kolmannes teollisuuden parissa toimivista yrittäjistä kiinnittää erityistä huomiota päästöjen vähentämiseen osana ympäristövastuullisuustoimiaan.

Teollisuusyritykset kehittävät tuotantoprosessejaan vastuullisemmiksi muun muassa energiatehokkuuden kautta. 56 % teollisuusvastaajista on samaa mieltä väittämästä "Olemme kehittäneet tuotantoprosessejamme vastuullisuuden näkökulmasta" (II Yrityskysely). Sen sijaan lähtuotteiden hyödyntäminen ei teollisuusyrityksille useinkaan ole

ajankohtaista, jonka mainitsi alle joka kymmenes vastaaja. Teollisuuden parissa toimivien yrittäjien vastauksissa nousee esille myös ympäristöön liittyviä sertifikaatteja, kuten ISO14001. Teollisuuden parissa toimivat yrittäjät ilmaisivat haastatteluissa kaikista vertailutoimialoista useimmin tehneensä investointeja vihreisiin koneisiin tai kalustoon ja toimialan vastaajien keskuudessa päästöjen tehdään päästöjen seurantaa muita toimialoja useammin.

Palvelut:

Ottaa ympäristövastuussa laajasti eri osa-alueita huomioon. Palvelualan yritykset ovat haastatteluiden perusteella kärjessä kierrätyksessä ja jätehuollossa, jolloin noin 83 % mainitsi jätteen vähentämisen ja kierrätyksen omissa vastauksissaan. Myös energian säästö (50 % palveluyrityksistä) ja lähituotteiden käyttö (37,5 %) ovat palvelualalla suhteellisen yleisiä ympäristötoimia verrattuna muihin toimialoihin.

Palveluyritysten ympäristövastuu näkyy konkreettisesti asiakkaille tarjotuissa palveluissa. II yrityskyselyssä palvelualan vastaajat antoivat väitteelle "Vastuullisuus näkyy asiakkaille tarjoamissamme palveluissa" keskiarvon 4,3/5, eli vastuullisuustoimet näyttäytyvät myös käytännössä. Kokonaisuutena palvelualan ympäristötoimet ovat monipuolisempia kuin vaikkapa rakentamisen alalla, missä toimet keskittyvät harvempiin tekijöihin.

Kauppa:

Ympäristövastuu kaupan alan pk-yrityksillä painottuu sekä myymälän omiin toimintoihin että tuotevalikoimaan. Valtaosa kaupan alan vastaajista huolehtii kierrätyksestä (83 %) ja jätteen lajittelusta (67 %) osana omaa toimintaansa.

Muista toimialoista erottuva piirre on lähituotteiden suosiminen, jolloin 42 % kaupan yrityksistä mainitsee lähituotteet ympäristövastuutoimenaan, mikä on selvästi korkeampi osuus kuin muilla toimialoilla (palvelut 37 %, teollisuus 8 %, rakentaminen 8 %).

Kaupan alan yritykset myös seuraavat aktiivisesti kuluttajien vastuullisuustrendejä, jolloin 60 % oli vähintään osin samaa mieltä, että he seuraavat asiakkaidensa vastuullisuuteen liittyviä odotuksia. Kaupan alan erityispiirteenä hävikin torjunnassa mainitaan useissa vastauksissa esimerkiksi -50% alennustuotteet, sekä elintarvikelahjoitukset.

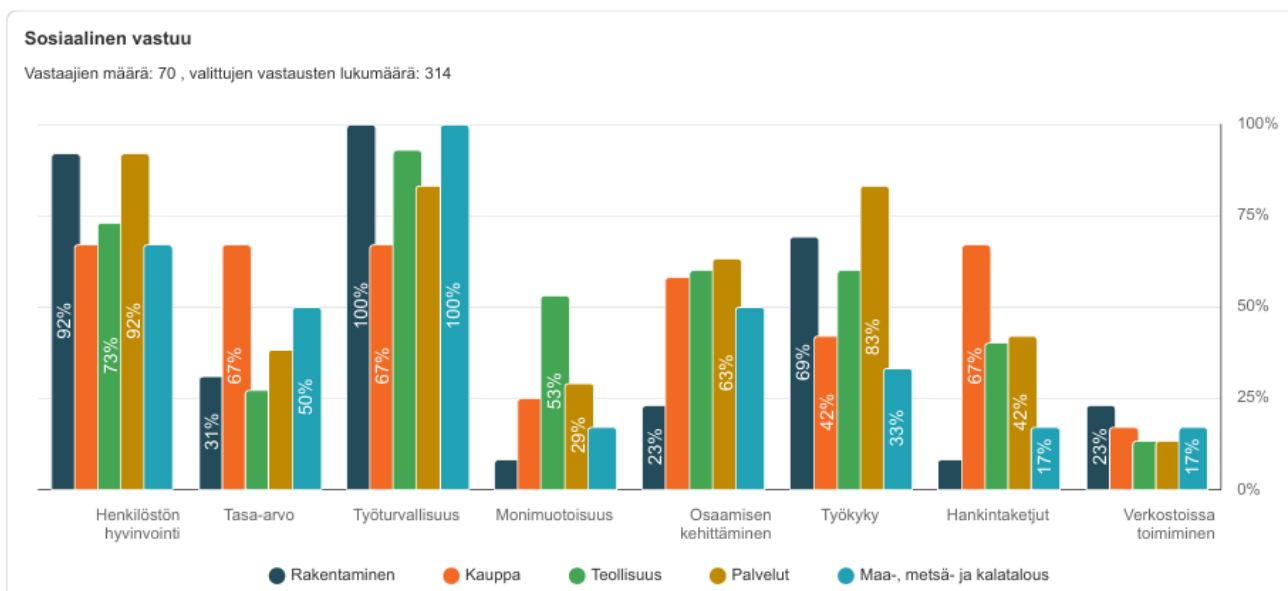
Maa-, metsä- ja kalatalous:

Ympäristövastuu on vastausten perusteella luonteva ja käytäntöön viety osa arkea maa- ja metsätalousyrityksissä. Alan vastaajat esimerkiksi kertoivat hyödyntävänsä luonnonvaroja mahdollisimman tehokkaasti, muun muassa kierrättämällä sivuvirtoja ja panostamalla kiertotalouteen. 67 % alan vastaajista mainitsi kiertotaloustoimet, joka on korkein osuus kaikista tarkastelun alla olleista toimialoista.

Ympäristöasioista viestiminen on myös maa- ja metsätalousyrittäjille tärkeää. Vastaajat olivat keskimäärin vahvasti samaa mieltä, että he viestivät arvoistaan aktiivisesti (60 % melko samaa mieltä, 40 % täysin samaa mieltä) (II Yrityskysely). Lisäksi ympäristömerkit ja -sertifikaatit ovat heille tärkeitä. Keskimääräinen II Yrityskyselyn kanta “Hyödynnämme vastuullisuuteen liittyviä merkkejä/sertifikaatteja” oli 4,6/5, eli erittäin positiivinen. Nämä erottavat alan esimerkiksi rakentamisesta, jossa sertifikaatit eivät nousseet esiin yhtä vahvasti. Maa- ja metsätalousyrityksillä ympäristövastuu on usein sekä liiketoiminnan edellytys että omakohtainen arvovalinta. Avoimista vastauksista erään vastaajan mukaan “*Ei tietoisesti pilata ympäristöä. Se on itsestään selvää.*”

3.2 Sosiaalinen vastuullisuus

Sosiaalisessa vastuussa toimialojen eroja on nähtävissä seuraavalla tavalla:



Kuvankaappaus. Haastattelut.

Rakentaminen:

Rakentamisen alan pk-yritykset painottavat haastatteluissa ennen kaikkea työturvallisuutta osana sosiaalisen vastuullisuuden toimiaan. Kaikki alan vastaajat (100 %) ilmoittivat työturvallisuuden olevan olennainen vastuullisuusteema, ja 92 % mainitsi henkilöstön hyvinvoinnin. Sen sijaan monimuotoisuus ei rakentamisessa korostu, jolloin vain noin 8 % rakennusalan vastaajista mainitsi monimuotoisuuden käytännössä toteutettavana vastuullisuustoimenaan.

Vastuulliset hankintaketjut jäävät rakentamisessa vähälle huomiolle, jolloin vain 8% haastatteluun vastanneista mainitsee tämän ja kyseinen lukema on matala verrattuna

esimerkiksi kaupan alan vastaajiin. Rakennusalan yrittäjät siis keskittyvät sosiaalisessa vastuussa oman henkilöstönsä turvallisuuteen ja työkykyyn (69 % mainitsi työkyvyn ylläpidon), kun taas laajemmat yhteiskunnalliset aiheet, kuten hankintaketjujen vastuullisuus eivät ole yhtä näkyviä ja päivittäisessä toiminnassa näkyviä asioita.

Teollisuus:

Haastatteluissa työturvallisuus nousee myös teollisuuden osalla keskeiseksi sosiaalisen vastuun teoksi. 93% vastaajista mainitsee tämän osana vastuullisuustoimiaan. Esimerkkinä teollisuusalojen vastaajien työturvallisuusteoista mainittiin muun muassa kone- ja laiteriskien hallinnan olevan arkipäivää ja joihin tehdään käytännön toimia muun muassa koulutuksen ja suojavälineiden kautta.

Henkilöstön osaamisen kehittäminen ja työkyvyn tukeminen ovat teollisuudessa myös vahvasti esillä, joka mainittiin noin 60 % alan vastaajien osalta. Merkillepantavaa on, että monimuotoisuus saa teollisuudessa selvästi enemmän huomiota (53 %) kuin muilla aloilla. Hankintaketjun vastuullisuus on teollisuudessa tärkeämpää kuin rakentamisessa, mutta ei yhtä korostettua kuin kaupalla (40 % teollisuusvastaajista huomioi toimitusketjut). Päämiesten roolista kyselyssä mainittiin “päämiehet ja rahoittajat vaativat vastuullisuuteen liittyvää läpinäkyvyyttä toiminnassa” (keskiarvo 3,6/5), jota voi pitää korkeana lukemana.

Palvelut:

Haastatteluissa palvelualan pk-yritysten sosiaalinen vastuu keskittyy vahvasti henkilöstön hyvinvointiin. Lähes kaikki (92 %) palveluyritysten vastaajat pitivät työntekijöiden hyvinvointia olennaisena vastuullisuuden osana. Työkyvyn ylläpito (83 %) ja henkilöstön osaamisen kehittäminen (62,5 %) ovat laajasti esillä palvelualojen vastaajien keskuudessa. Sen sijaan työturvallisuus ei korostu aivan yhtä paljon kuin rakentamisessa, jolloin 83 % kuitenkin mainitsi sen vastauksissaan.

Tasa-arvo ja monimuotoisuus saavat palvelualan vastaajien keskuudessa huomiota, jolloin 29 % mainitsi monimuotoisuuden, mutta eivät yhtä paljon kuin esimerkiksi teollisuudessa. Ulkoinen sosiaalinen vastuu (esim. verkostoituminen tai vastuullisuus kumppaniverkostoissa) on palvelualojen vastaajien parissa vähäisempää, jossa vain noin 12 % mainitsi yhteistyön verkostoissa osaksi omaa toimintaansa. Palveluyritykset panostavat ennen kaikkea omaan henkilöstön hyvinvointiin ja osaamisen kehittämiseen ja pitävät sitä keskeisenä vastuullisuutekijänä. Vastaajajoukolle vastuullisuus on “ihmisissä kiinni” enemmän kuin toimitusketjuissa. Tämä erottaa heitä esim. kaupasta, jossa painopiste on myös ulkoisissa vastuullisuustekijöissä.

Kauppa:

Kaupan alan pk-yrityksillä sosiaalinen vastuu jakautuu sekä henkilöstöön että asiakkaisiin liittyviin asioihin. Tasa-arvo ja yhdenvertaisuus korostuvat kaupan alalla enemmän kuin

yhdelläkään muulla tarkastelluista toimialoista: 66,7 % kaupan vastaajista piti tasa-arvoa tärkeänä vastuullisuuskysymyksenä, joka näkyy myös heidän yrityksensä käytännön toiminnassa. Myös vastuulliset hankintaketjut ovat kaupan alalla tärkeitä. 66,7 % mainitsi toimitusketjun vastuullisuuden, mikä on selvästi enemmän kuin muilla tarkastelluilla toimialoilla.

Haastatteluvastauksissa henkilöstön hyvinvointi on tärkeää myös kaupan alalla (67 %), mutta se jää hieman vähemmälle huomiolle kuin palveluissa ja rakentamisessa. Työturvallisuus, jonka 67% vastaajista mainitsi, on kaupan alalla oleellista, josta esimerkkinä mainittiin muun muassa myymälän ergonomia ja mahdolliset väkivallan uhat. Lukema on kuitenkin alhaisempi kuin muilla vertailussa olevilla toimialoilla. Verkostoissa toimimisen, mainitsi vain noin 17 % vastaajista, eli kaupan alan vastuullisuus keskittyy vastausten perusteella työntekijöihin ja asiakkaisiin. Teollisuuteen verrattuna työvoiman monimuotoisuus sai enemmän huomiota, mutta kaupassa korostuu tasapuolisuus asiakas- ja henkilöstöpuolella sekä vastuulliset hankintaketjut.

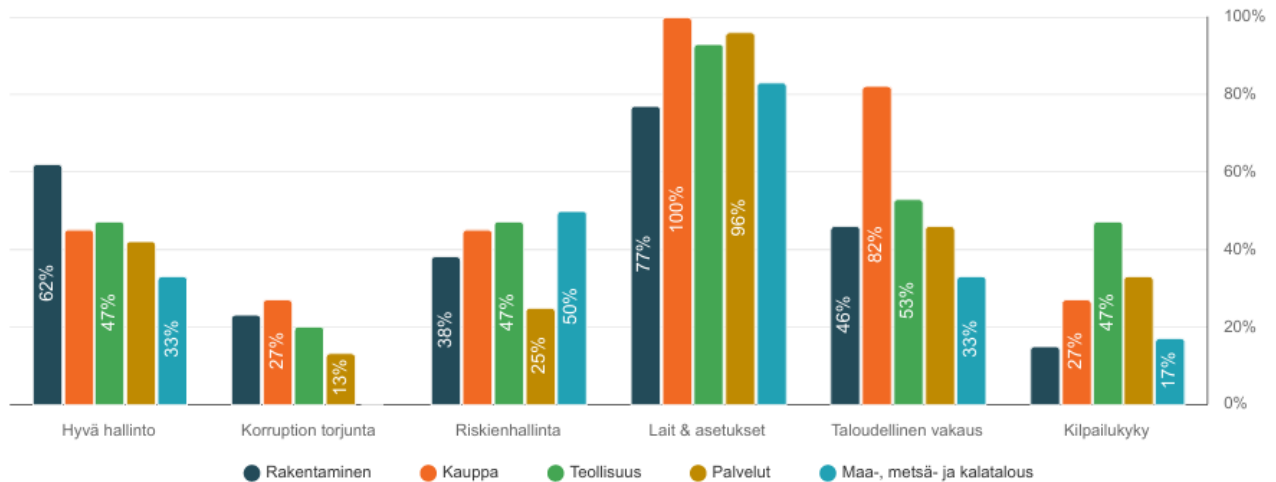
Maa-, metsä- ja kalatalous:

Haastatteluiden perusteella maa-, metsä- ja kalatalouden parissa sosiaalinen vastuullisuus näkyy vahvasti työturvallisuuden ja henkilöstön hyvinvoinnin kautta. Kuten rakentamisen alan yrittäjillä, haastatteluissa myös 100 % maa- ja metsä- ja kalatalousyrittäjistä mainitsi työturvallisuuden sosiaalisen vastuun tekonaan. Työturvallisuuden käytännön esimerkkinä mainittiin esimerkiksi maatalouskoneiden turvallisen käytön yhteydessä. Henkilöstön hyvinvointi mainittiin 66,7 % vastauksista ja tasa-arvo nousi esiin 50 %:lla vastaajista. Sen sijaan toimitusketjun vastuullisuus (17 %) ja verkostoissa toimiminen (17 %) eivät näyttele vastausten perusteella merkittävää roolia.

3.3 Taloudellis-hallinnollinen vastuullisuus

Taloudellinen vastuu

Vastaajien määrä: 69 , valittujen vastausten lukumäärä: 229



Kuvankaappaus. Haastattelut.

Teollisuus:

Haastatteluiden osalta teollisuusyrittäjien parissa nousevat eniten esille lakien ja asetusten noudattaminen, taloudellinen vakaus ja riskien hallintaan liittyvät toimet. Vastaajayrittäjät tunnistavat, että sidosryhmät, kuten päämiehet vaativat läpinäkyvyyttä ja vastuullisuutta, mutta monet epäilevät, tuoko kirjallinen ESG-ohjelma suoraa taloudellista hyötyä. II Yrityskyselyn väittämästä “Vastuullisuuteen liittyvä sertifikaatti, auditointi tai ESG-ohjelma tuo meille taloudellista hyötyä” teollisuuden vastaajat olivat enimmäkseen eri mieltä (38 % täysin eri mieltä, vain 19 % samaa mieltä). Kilpailukykyyn jatkuva kehittäminen nousee vastauksissa muita vertailutoimialoja enemmän esille haastatteluvastauksissa.

Kauppa:

Taloudellinen vakaus nousee muita vertailutoimialoja useammin esille kaupan alan yrittäjien vastauksissa, jossa haastattelujen osalta noin neljä viidestä vastaajasta on maininnut tähän liittyviä toimia osana vastuullisuustyötään. Asiakkaiden odotusten seuraaminen, jota 60% II Yrityskyselyn vastaajista ilmoitti tekevänsä, on myös keino varmistaa kaupan alan yrityksen kilpailukykyä.

Palvelut:

Korruption torjunta ja riskien hallinta nousevat verrokkiryhmien keskinäisessä vertailussa vähiten esille palvelualojen yrittäjien vastauksissa ja vain 13% ja 25% kyseisistä yrittäjistä on maininnut tähän liittyviä toimia omissa vastauksissaan. Palvelualojen vastaajat korostavat erityisesti lakien ja asetusten täsmällistä noudattamista osana omina taloudellisen vastuun toiminaan.

Rakentaminen:

Rakennusalan vastaajien keskuudessa nostetaan haastattelujen vastauksissa hyvään hallintapaan liittyviä toimia muita toimialoja useammin esille, mutta toisaalta kilpailukykyyn liittyvät vastaukset mainittiin kaikkia muita vähemmän. Toisaalta II Yrityskyselyn väittämästä: “Haluaisin yritykseni hallitukseen lähipiirin ulkopuolelta tulevia henkilöitä laajalla osaamispohjalla”, rakennusalan vastaajat suhtautuvat toisiksi kielteisimmin, jolloin vain 11% oli samaa mieltä.

Muita muihin toimialoihin verrattuna korostuvia tekijöitä haastatteluiden osalta olivat muun muassa riskienhallintaan, korruption torjuntaan ja taloudelliseen vakauteen liittyvät tekijät.

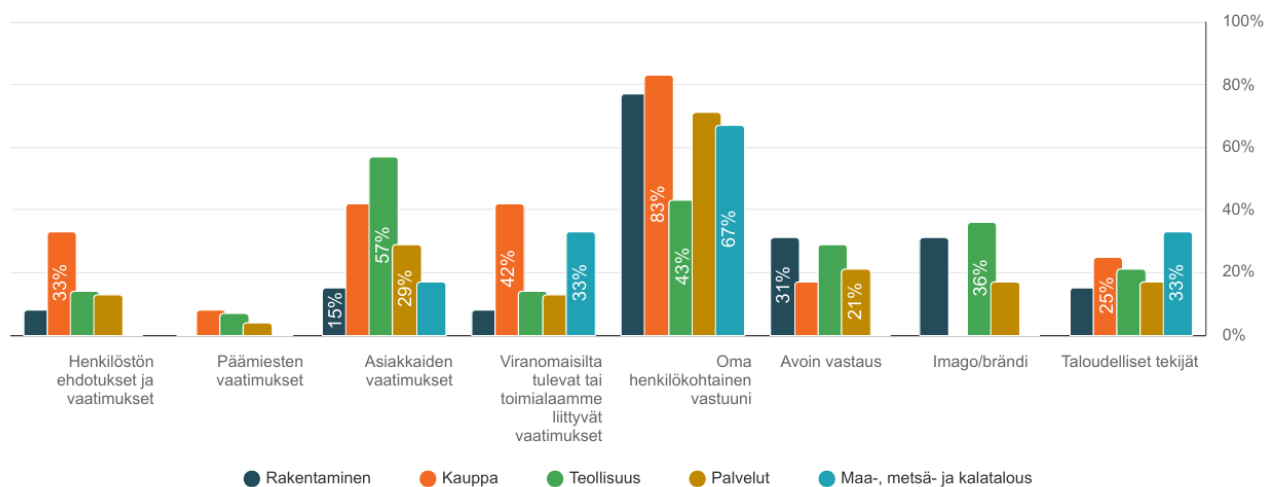
Maa- ja metsä- ja kalataloudessa taloudellinen vastuu liittyy vastausten perusteella valvonnan täyttämiseen. Avoimissa vastauksissa mainitaan muun muassa tukiehdot, sekä valvonta, joita varten yritykset tekevät raportointia. Taloudellinen vakaus koetaan vastaajien keskuudessa vertailujoukon matalimmaksi ja kilpailukykyyn osalta toisiksi matalimmaksi.

3.4 Toimialakohtaiset motivaattorit vastuullisuustyölle

Toimialojen välillä on eroja siinä, miksi pk-yritykset ryhtyvät vastuullisuustoimiin, eli mitkä ovat tärkeimmät **motivaatiotekijät**.

Minkä näet suurimpana vaikutteena vastuullisuustoimien käyttöönottoon yrityksessäsi? Miten se näkyy käytännössä?

Vastaajien määrä: 69 , valittujen vastausten lukumäärä: 138



Kuvankaappaus. Haastattelut.

Rakentaminen:

Rakennusalan pk-yrityksiä motivoi vastuullisuuteen ensisijaisesti käytännön hyödyt ja vaatimukset, sekä heidän oma halunsa toteuttaa vastuullisuustoimia.

Haastatteluissa 77% rakennusalan vastaajista mainitsi henkilökohtaisen halunsa asiaan liittyen. Turvallisuus- ja laatuvaatimukset tulevat osin lakisääteisinä (työturvallisuus, jätehuoltomääräykset), joten yksi motivaattori näyttää olevan halu noudattaa säädöksiä ja välttää ongelmia.

II Yrityskyselyn vastausten perusteella rakennusalan yrittäjiä motivoi ajatus, että vastuullisuus tuo kilpailuetua, jolloin lähes puolet alan vastaajista kokee saavansa lisäpisteitä tarjouskilpailuissa vastuullisella toiminnalla. Haastattelujen avoimissa vastauksissa nousee esille, että tämä kannustaa panostamaan ympäristöystävällisiin ratkaisuihin ja sertifioituihin laatujärjestelmiin, koska näillä voi olla vaikutusta urakan saamiseen. Rakennusalan yrittäjiä motivoivat myös kustannussäästöt, joka näkyy muun muassa ympäristövastuun toteuttamisessa.

Vastausten perusteella energiatehokkuus ei ole pelkkä ympäristöteko, vaan usealle vastaajalle keino säästää rahaa. Eräässä avoimessa vastauksessa mainittiin esimerkiksi, että polttoainekustannuksia pyritään vähentämään ohjeistamalla ja kouluttamalla henkilöstöä ajamaan taloudellisesti. Haastatteluiden avoimien ja sanallisten vastausten tarkastelussa harva rakennusalan yrittäjä tekee vastuullisuutta aatteen vuoksi, vaan käytännön selkeät syyt ja ulkopuoliset vaatimukset ohjaavat toimintaa.

Teollisuus:

Haastatteluiden tulosten perusteella teollisuuden parissa toimivat yrittäjät korostavat asiakkailta tulevia vaatimuksia muita toimialoja useammin. Kyselyssä teollisuuden vastaajat ilmaisivat myös, että päämiehet ja rahoittajat vaativat heiltä vastuullista toimintaa (Yrityskysely II, keskiarvo 3,6/5). Väittämä "Vastuullisuuteen liittyvä sertifikaatti tai auditointi tuo meille taloudellista hyötyä" näyttää kuitenkin vastauksissa hajontaa. 37,5 % teollisuusvastaajista on täysin eri mieltä, eli he eivät usko suoraan rahalliseen hyötyyn.

Monet teollisuusvastaajat mainitsivat, että esimerkiksi energiansäästötoimet ja tuotantoprosessien kehitys on sekä vastuullista että järkevää taloudellisesti. Tehokkuuden parantaminen ja kustannussäästö ovat isoja syitä. Teollisuuden vastaajat mainitsivat myös maineenhallinnan ja asiakasluottamuksen tärkeinä teemoina heidän omassa vastuullisuustyössään. Tulosten perusteella teollisuusyrityksiä motivoi vastuullisuuteen asiakkaiden odotukset ja rationaaliset hyödyt, kuten kulujen karsiminen ja prosessien tehostaminen.

Palvelut:

Palvelualan yrityksiä ajaa vastuullisuuteen erityisesti yrittäjän oma halu, yrityksen brändi & imago, asiakassuhteet ja henkilöstön hyvinvointiin liittyvät arvot.

Monet palveluyritykset pitävät vastuullisuutta keskeisenä osana brändiään, jota myös haastatteluiden sanallisten vastausten perusteella heidän asiakkaansa arvostavat. II Yrityskyselyn vastausten perusteella palvelualojen yrittäjistä 47% on täysin samaa mieltä vastuullisuuden olevan osa heidän brändiä ja markkinointiaan. Toisin kuin teollisuudessa, palvelualalla markkinointihyöty on selkeä motivaattori.

Toinen iso motivaattori on henkilöstön sitouttaminen ja hyvinvointi, jossa korostuvat käytännön syyt, kuten parantunut asiakaspalvelu henkilökunnan hyvinvoinnin kautta. Palvelualalla näkyy myös kilpailullinen motiivi erottautua. Vastuullisuusraportointi tai -sertifiointi voi tuoda lisähyötyä, josta esimerkkinä mainittiin haastatteluiden osalta tilanne, jossa matkailuyrityksen Sustainable Travel Finland -sertifikaattista on koettu hyötyä uusien asiakkaiden hankinnassa.

Haastatteluiden vastausten perusteella palvelualan yrittäjien motivaattorit liittyvät heidän yrityksensä brändiin ja imagoon, mutta toisaalta he kokevat vastuullisuuden myös

arvotekijäksi, joka ohjaa heitä myös päivittäisessä johtamisessa. Tämä erottaa heitä esim. rakennusalan yrittäjistä, jotka korostavat enemmän ulkoista pakkoa ja hyötyä.

Kauppa:

Kaupan alan pk-yrittäjiä motivoi vastuullisuuteen haastatteluiden perusteella ennen kaikkea heidän oma motivaationsa toteuttaa vastuullisuustoimia, asiakkaiden vaatimukset, sekä viranomaisten vaatimukset. II Yrityskyselyn perusteella 80 % kaupan vastaajista joko osittain tai täysin samaa mieltä, että he seuraavat asiakkaiden odotuksia vastuullisuustrendeistä. Kaupan alan vastaajat ovat myös maininneet haastatteluissa kaikista vertailutoimialoista useammin omaksi motivaattorikseen oman henkilökohtaisen halunsa toteuttaa vastuullisuustoimia.

Käytännön toimista, joita on tehty asiakkaiden vastuullisuustrendien odotusten pohjalta, löytyy mainintoja haastatteluiden avoimista vastauksista, jossa kaupan alan vastaajat ovat laajentaa luomu- ja lähiruokavalikoimaansa juuri asiakaskysynnän vuoksi. Vastauksista tulee ilmi, että vastuullisuuden pitää näkyä myös myymälässä. 60 % II Yrityskyselyssä kaupan alan vastaajista oli sitä mieltä, että se jo näkyy ainakin jollain tavalla ja vastausten perusteella yrittäjät kokevat saavansa tästä myös käytännön asiakashyötyjä.

Kaupan alan vastaajien haastatteluvastauksissa nousee ilmi muita aloja enemmän paikallisuuteen liittyvää ylpeyttä, joka mainitaan muun muassa seuraavissa vastauksissa: *“Pyritään ottamaan läheltä lähituottajien tuottajia. Hiilijalanjälki pienenee, kun otetaan läheltä”, ”(Lähituotteet) Ruokapuolella isossa roolissa”*. Vastausten motivaattorina näyttäytyy kaupan alalla korostuva paikallisuuden korostaminen ja toisaalta kilpailijoista erottautuminen tätä kautta.

Maa-, metsä- ja kalatalous:

Maa-, metsä- ja kalatalouden yrittäjien parissa korostuvat motivaattorit, jotka liittyvät yrittäjien omaan arvomaailmaan ja toisaalta ulkoisiin vaatimuksiin, jotka heidän tulee täyttää.

Haastatteluissa ulkoisista vaatimuksista mainittiin muun muassa viranomaisvaatimuksiin liittyvät tekijät, joista kertoi 33% vastaajista, eli kaupan alan vastaajien jälkeen toiseksi eniten. Käytännön tasolla viranomaisvaatimukset olivat esimerkiksi ympäristölupaan tai eläinten hyvinvointiin liittyviä määräyksiä, joita yrittäjien tulee huomioida osana omaa toimintaansa. Luomuviljelyn parissa toimivat yrittäjät korostavat motivaattorinaan panostamista kestävään viljelyyn, vaikka joissain tapauksissa se vaatii enemmän työtä verrattuna perinteiseen viljelytapaan.

Ympäristön suojelu oman toiminnan edellytyksenä on motivaattori. Haastatteluiden avoimissa vastauksissa otettiin kantaa esimerkiksi maaperän hyvinvointiin ja vesistöjen puhtauteen. Aineistosta käy esimerkiksi ilmi, että *“ravinteiden talteenotto ja hallinta on keskeistä ympäristöluvan puolesta”* maataloilla, eli toimintaa tehdään osin velvoitteiden kautta, mutta teemoiteltujen vastausten osalta oma henkilökohtainen motivaatio nousee

kaikista korkeimmaksi. Maa-, metsä- ja kalatalousalan yrittäjien parissa löytyy mainintoja myös investoinneista uusiutuvaan energiaan (esimerkiksi aurinkopaneelit) sekä taloudellisen hyödyn että ympäristövastuullisuuden takia.

Laadullisten haastatteluvastausten tiivistyksenä maa- ja metsä- ja kalatalousalan motivaatiot kumpuavat motivaatiosta ympäristöä kohtaan, säästäväisyydestä, resurssiviisaudesta muun muassa kiertotalouden hyödyntämisen kautta ja arvostuksesta omaa työtä kohtaan.

4 Toimialakohtaiset vinkit vastuullisuuden hyödyntämiseen

Selvitystyön tulosten perusteella on koostettu viisi vinkkiä toimialoittain vastuullisuuden käytännön hyödyntämiseen parissa. Vinkkien koostamisessa on käytetty kaikkien kolmen selvitysosion tuloksia ja näiden toimialakohtaisia analyysejä.

4.1 Rakentaminen

Vinkki	Dokumentin kohta	Perustelu	Käytännössä
1. Ota käyttöön mitattavia vastuullisuusmittareita (energia, hiilijalanjälki, materiaalihukka)	<i>“Meillä on käytössämme selkeitä mittareita vastuullisuuden mittaamiseen” – keskiarvo 2,8/5, Rakentaminen, s. 7 (Yrityskysely II)</i>	Rakennusyritykset ovat epävarmoja mittareiden käytöstä tulosten perusteella. Mittarit kuitenkin parantavat kilpailukykyä ja vastaavat hankintojen vaatimuksiin.	Tutustu esimerkiksi yritysten vapaaehtoiseen VSME-raportointiin
2. Viesti vastuullisuustoimistasi selkeästi tarjouksissa ja asiakkaille.	Laadulliset vastaukset: jätteiden lajittelu, materiaalien uudelleenkäyttö, murskauksen hyödyntäminen – (Haastattelut, s. 13–17.)	3,1/5 rakennusalan vastaajista on sitä mieltä, että vastuullisuudesta saa lisäpisteitä tarjouskilpailuissa.	Tee yrityksesi verkkosivuille erikseen vastuullisuuteen liittyvä osio ja käytä tätä markkinointisi tukena
3. Hyödynnä kiertotaloutta ja vähennä jätevirtoja työmailla.	Laadulliset vastaukset: jätteiden lajittelu, materiaalien uudelleenkäyttö, murskauksen hyödyntäminen – (Haastattelurunko, s. 13–17.)	Rakennusalan yrittäjät kuvaavat jätteiden määrää ja lajittelua arjen haasteeksi. Konkreettinen kehityskohde.	Rakenna suunnitelma pakkausmateriaalien, puun, metallin, yms. hyödyntämiseen

4. Siirry vähäpäästöisiin koneisiin ja optimoi ajoreittejä.	Vastaukset: “Vihreät koneet & kalusto”, “päästöjen vähentäminen vaikuttanut investointeihin” – s. 14–18. (Haastattelut)	Energiatehokas kalusto & reittien optimointi säästää kustannuksia	Ota toimintasi tueksi esimerkiksi ajotapaa tai reittisuunnitelun mahdollistava järjestelmä
5. Kouluta henkilöstöä vastuullisista työmenetelmistä.	Useat kohdat: työmaaturvallisuus, ympäristötoimet, lajittelu – s. 17–21. (Haastattelut)	Työntekijöiden osaaminen on keskeisin este tai mahdollistaja työn vastuullisuudelle. Vastauksissa korostuu koulutuksen tarve.	Kouluta itseäsi ja henkilöstöäsi. Vastuullisuuteen liittyvät hankkeet tarjoavat maksutta tai kohtuullisella kustannuksella koulutusta

4.2 Teollisuus

Vinkki	Dokumentin kohta	Perustelu	Käytännössä
1. Dokumentoi ja raportoi toimitusketjun vastuullisuus.	“Päämiehet ja rahoittajat vaativat meiltä vastuullisuuteen liittyvää läpinäkyvyyttä” – keskiarvo 3,6/5, s. 8. (Yrityskysely II)	Teollisuudessa asiakkaat/päämiehet vaativat läpinäkyvyyttä.	Tutustu ja täytä tietosi esimerkiksi vapaaehtoiseen VSME-raporttipohjaan
2. Tee materiaalivirta-analyysi ja vähennä hukkaa.	“Olemme kehittäneet tuotantoprosessejamme vastuullisuuden näkökulmasta” –	Yritykset ovat jo tehneet muutoksia ja vastausten perusteella se säästää kustannuksia	Mieti, miten yrityksesi voi hyödyntää eri hukkamateriaaleja entistä paremmin

	keskiarvo 3,6/5, s. 9. (Yrityskysely II)		
3. Hyödynnä sertifikaatteja liiketoiminnan tukena.	<i>Sertifikaatti/auditointi tuo taloudellista hyötyä</i> – keskiarvo 2,3/5, s. 8. (Yrityskysely II)	Vaikka hyöty koetaan epävarmaksi teollisuuden parissa, sertifikaatit ovat kilpailuedellytys päämielle ja asiakkaille, mikä tekee vastuullisuudesta myös myynnin työkalun.	Tutustu esimerkiksi ISO14001 ympäristösertifikaatin vaatimuksiin.
4. Panosta energiatehokkuusinvestointeihin.	Laadulliset vastaukset: energian säästö, hukkalämpö, koneinvestoinnit – s. 14–17. (Haastattelut)	Yrittäjät kertovat konkreettisesti säästöistä energiankulutuksen vähenemisen kautta.	Käy läpi yrityksesi energiankulutus, lämmöntalteenotto, koneet ja mieti, tulisiko näitä vaihtaa energiatehokkaampiin.
5. Suunnittele tuotteet ja prosessit kiertotalouden ehdoilla.	Useat laadulliset maininnat: metallilastujen kierrätys, sivuvirrat, kiertotalouspalvelut – s. 13–17. (Haastattelut)	Teollisuudessa sivuvirrat ovat merkittävä taloudellinen ja vastuullinen voimavara.	Voisiko kiertotalous synnyttää uusia tuotteita yrityksellesi?

4.3 Palvelut

Vinkki	Dokumentin kohta	Perustelu	Käytännössä
1. Rakenna vastuullisuus osaksi asiakaslupausta ja palvelun laatua.	<i>“Vastuullisuus näkyy asiakkaille tarjoamissamme palveluissa”</i> –	Palveluissa vastuullisuus on suoraan osa	Ota vastuullisuus osaksi markkinointistrategiaasi. Mieti, miten erotut

	keskiarvo 4,3/5, s. 10. (Yrityskysely II)	asiakkaan kokemaa arvoa.	tämän kautta kilpailijoistasi.
2. Panosta henkilöstön hyvinvointiin.	<i>“Henkilöstön hyvinvointi on olennainen osa vastuullisuutta”</i> – keskiarvo 4,5/5, s. 10–11. (Yrityskysely II)	Yrittäjät korostavat hyvinvointia vahvemmin kuin muilla toimialoilla. Kilpailuetu.	Palkitse henkilöstöäsi, rakenna hyvää työilmapiiriä. Olisiko lakisääteistä laajemmasta työterveydestä sitouttamaan henkilöstöä?
3. Tee vastuullisuudesta markkinointivaltti.	<i>“Vastuullisuus on osa brändiä ja markkinointia”</i> – keskiarvo 3,9, s. 11. (Yrityskysely II)	Palvelualoilla brändimielikuva vaikuttaa ostoon enemmän kuin muilla toimialoilla.	Viesti vastuullisuusteostasi aktiivisesti. Tekojen ei tarvitse olla suuria, mutta näillä erotut positiivisessa mielessä.
4. Kehitä henkilöstön osaamista vastuullisuusaiheissa.	<i>“Olemme hyödyntäneet koulutuksia”</i> – s. 10. (Yrityskysely II)	Osaamisen taso vaikuttaa suoraan palvelun vastuullisuuteen.	Kouluta itseäsi ja henkilöstöäsi aktiivisesti. Esimerkiksi alueella toimivat hankkeet tarjoavat pienillä kustannuksissa tietoa vastuullisuuden hyödyntämisestä.
5. Hyödynnä ekologisia toimintamalleja (jäte, energia, digitalisaatio).	Laadulliset esimerkit: kierrätys, vähäjätteisyys, energiatehokkuus – s. 13–20. (Haastattelut)	Palveluyrityksissä pienetkin toimintatavat vaikuttavat asiakaskokemukseen ja kustannuksiin.	Pienistä puroista syntyy vuositasolla suuria säästöjä. Hyödynnä digitaalisia työkaluja, panosta kierrätykseen.

4.4 Kauppa

Vinkki	Dokumentin kohta	Perustelu	Käytännössä
1. Tee vastuullisuus näkyväksi myymälässä ja verkossa.	<i>“Vastuullisuus näkyy selkeästi myymälässämme/verkkokaupassamme”</i> – keskiarvo 3,6/5 s. 12. (Yrityskysely II)	Kuluttajat tekevät ratkaisuja myös ulkoisten tekijöiden perusteella. Näkyvyys lisää ostoaikomuksia.	Mieti, voiko vastuullisten tuotteiden näkyvyyttä lisätä omassa liikkeessäsi?
2. Nosta lähituotteet esiin ja kerro niiden tarina.	<i>“Hyödynnämme paikallisia tuotteita ja toimittajia”</i> – s. 13. (Yrityskysely II)	Kaupan alan yrittäjät korostavat paikallisuuden arvoa kilpailussa.	Hyödynnä esimerkiksi valmistajilta saatavia markkinointimateriaaleja omassa kaupassasi. Tee nostoja vastuullisista tuotteista
3. Seuraa aktiivisesti asiakkaiden vastuullisuustrendejä.	<i>“Seuraamme asiakkaidemme odotuksia ja trendejä”</i> – keskiarvo 3,8, s. 13. (Yrityskysely II)	Trendien tunteminen auttaa valikoiman suunnittelussa ja kilpailtavuudessa.	Toteuta asiakastyytyväisyyskyselyitä säännöllisin väliajoin ja kerää palautetta asiakkailta.
4. Vähennä hävikkiä suunnitelmallisesti.	Laadulliset vastaukset: hävikin torjunta, alennukset, lahjoitukset – s. 15–18. (Haastattelut)	Hävikkitoimet tuovat sekä taloudellista että imagohyötyä.	Muiden hävikintorjuntatoimien lisäksi, tarvittaessa lahjoita tavaraa hyväntekeväisyyteen
5. Optimoi energia (valaistus, kylmäteknikka,	Laadulliset maininnat: energiatehokkuusremontit, kylmäkalusteet – s. 14–16. (Haastattelut)	Energiakustannukset ovat kaupan suurimpia kustannuseriä.	Varaudu EU/kansallisen tason sääntelyyn esimerkiksi kylmälaitteiden osalta

**lämmöntalteenot
to).**

Tehokkuustoime
t maksavat
itsensä takaisin.

ajoissa. Laske
energiankäyttöä
järjestelmien avulla ja
tee tarvittaessa
investointeja.

4.5 Maa-, metsä-, ja kalatalous

Vinkki	Dokumentin kohta	Perustelu	Käytännössä
1. Hyödynnä sivuvirtoja ja rakenna kiertotalousmalli.	<i>“Hyödynnämme luonnonvarojen kierrätystä ja sivuvirtoja”</i> – keskiarvo 4,0/5 s. 14. (Yrityskysely II)	Yrittäjät tekevät tätä jo, ja se tuottaa taloudellista hyötyä. Vinkki vahvistaa olemassa olevaa toimintaa.	Mieti, mitä sivuvirtoja voit hyödyntää jatkossa entistä paremmin. Tarvittaessa hae lisää vinkkejä esimerkiksi alueen hankkeista
2. Viesti näkyvästi ympäristötoimista asiakkaille ja kumppaneille.	<i>“Viestimme aktiivisesti ympäristöarvoistamme”</i> – keskiarvo 4,4, s. 14–15. (Yrityskysely II)	Selvitystyö osoittaa, että viestintä on toimialalla jo vahvaa ja tuottaa hyötyä.	Viesti aktiivisesti vastuullisuustoimistasi, varsinkin ympäristön osalta. Avaa asiakkaillesi, miksi asioita tehdään.
3. Hyödynnä sertifikaatteja ja merkkejä kilpailuetuna.	<i>“Hyödynnämme vastuullisuusmerkkejä ja sertifikaatteja”</i> – keskiarvo 4,6/5 s. 14–15. (Yrityskysely II)	Sertifikaatit ovat toimialalle selkeä lisäarvon lähde. Korkein arvosana kaikista vastuullisuuskohdist a.	Luomu, ISO-prosessit yms. Tee vastuullisuudestasi myös sidosryhmille näkyvää toimintaa.
4. Korosta paikallisuutta ja kotimaisuutta.	Laadulliset vastaukset: lähiruoka, kotimaisuus, paikalliset tuottajat – s. 18–20. (Haastattelut)	Paikallisuus on keskeinen kilpailuetu ja vahva identiteettitekijä toimialalla.	Viesti aktiivisesti ja muistuta myös kuluttajia toimintanne tärkeydestä myös kansallisella tasolla.
5. Raportoi hiilijalanjälki ja ravinnekierron vaikutukset.	Laadulliset vastaukset: ravinteiden talteenotto, hiilensidonta, ilmastovaikutusten mittaaminen – s. 17–19. (Haastattelut)	Maa- ja metsätaloudessa ympäristöluvut ja vaikutusten todentaminen ovat kriittisiä toiminnan jatkumiselle.	Tutustu sertifikaatteihin ja valmiisiin raporttipohjiin, joilla vakuutat sidosryhmät toiminnastasi

--	--	--	--

5 Vastuullisuustyön suunnannäyttäjät Pohjois-Savossa

Selvitystyön I Yrityskyselyn tuloksista ilmenevät myös vastuullisuustyöhön ja ilmastonmuutoksen torjuntaan positiivisesti vaikuttavat tekijät ja vastaajien arvopohja, joiden perusteella on tehty stereotyyppisiä maakunnan yrittäjien suunnannäyttäjien profiileja. Ensimmäinen yrityskysely paneutui vahvasti yritysedustajien persoonan ja demografisten tietojen vaikutukseen suhtautumiseen vastuullisuustyöhön ja ilmastonmuutoksen torjuntaan.

Positiivisesti vastuullisuustyöhön suhtautumiseen vaikuttavat tekijät I Yrityskyselyn perusteella:

Vastuullisuustyön toteuttamiseen positiivisesti vaikuttavat tekijät:

- Liiketoimintaa kotimaan lisäksi ulkomailla
- Yrityksellä on päivitetty strategia
- Yrityksen voimakas kasvuhalukkuus
- Toimiala kauppa & teollisuus
- Tuore yrittäjä (yritystoimintaa takana 0-5v)
- Liikevaihto yli 1milj.
- Korkeakoulututkinto
- Yrittäjä on itse yhteiskunnallisesti aktiivinen
- Nainen
- Asiakaskunta koostuu yritys- tai kolmannen sektorin asiakkaista
- Seutukunnista Varkauden seutukunta, Kuopio & Siilinjärvi, sekä Koillis-Savo (pienehkö vastaajajoukko)

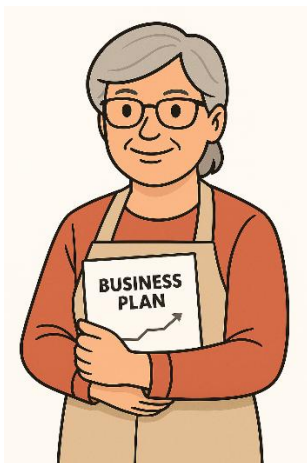
Vastausten pohjalta on koostettu viisi eri yrittäjäprofiilia, jotka ovat koostettu yhdistelemällä vastuullisuustyöhön positiivisesti vaikuttavien tekijöitä (profiilikuvat luotu tekoälyllä):

1. Suunnannäyttäjäprofiili



- Voimakkaasti kasvuhaluinen yrittäjä, jolla on päivitetty liiketoimintasuunnitelma, sekä strategia. Korkeakoulutettu ja yritys toimii informaatio- ja viestintäalalla
- Asiakkaat yritys- ja julkisen sektorin asiakkaita

2. Suunnannäyttäjäprofiili



- Tuore yrittäjä kaupan toimialalla, nainen, iältään yli 55v
- Asiakkaina myös kolmannen sektorin asiakkaita (järjestöt, yhdistykset yms.)

3. Suunnannäyttäjäprofiili



- Yhteiskunnallisesti aktiivinen teollisuusyrittäjä, joka tekee myös ulkomaankauppaa
- Asiakaskunta koostuu yritysasiakkaista

4. Suunnannäyttäjäprofiili



- Koillissavolainen nainen, jonka yritys toimii maa-, metsä- ja kalatalouden alalla
- Yhteiskunnallisesti aktiivinen vaikuttaja omalla alueellaan

5. Suunnannäyttäjäprofiili



- Yli miljoonan liikevaihdon operaiva 35-55v yrittäjä majoituksen ja ravitsemuksen toimialalta
- Kouluttaa itseään aktiivisesti

6 Vastuullisuustyössä aktivointia tarvitsevat yrittäjäprofiilit

Selvitystyön yhtenä tavoitteena oli myös tunnistaa vastuullisuustyössä aktivointia tarvitsevat yrittäjäprofiilit. Yrityskysely paneutui yrittäjän persoonan ja demografisten tekijöiden vaikutukseen vastuullisuustyöhön ja ilmastonmuutoksen torjuntaan suhtautumiseen. Tuloksista käy ilmi, että vastuullisuustyöhön negatiivisesti suhtautumiseen vaikuttavat seuraavat tekijät:

Vastuullisuustyön toteuttamiseen negatiivisesti vaikuttavat tekijät:

- Vastuullisuuteen ja ilmastonmuutoksen torjuntaan suhtautumiseen negatiivisesti vaikuttavat tekijät:
 - Yrityksellä ei strategiaa
 - Yrityksellä ei kasvuhaluutta
 - Yrittäjänä 5-15v
 - Ikä alle 35v
 - Yrittäjä ei koe itseään yhteiskunnallisesti aktiiviseksi
 - Koulutus: Peruskoulu tai toinen aste
 - Toimiala rakentaminen, palvelut
 - Liikevaihto alle 300k
 - Mies
 - Asiakaskunta koostuu kuluttaja-asiakkaista
 - Seutukunnista Sisä-Savo, Ylä-Savo, Varkauden seutukunta

Vastausten pohjalta on koostettu viisi eri yrittäjäprofiilia, jotka ovat koostettu yhdistelemällä vastuullisuustyöhön negatiivisesti vaikuttavia tekijöitä (profiilikuvat luotu tekoälyllä):

1. Aktivointia tarvitseva suunnannäyttäjäprofiili

Varkauden seutukunnassa toimiva miesyrittäjä, jonka yritys ei ole kasvuhaluinen, ammatillisen koulutuksen käynyt, liikevaihto alle 300 000€, toimii rakennusalaalla. Tekee pienremontteja yksityishenkilöiden kiinteistöihin.



2. Aktivointia tarvitseva suunnannäyttäjäprofiili

Alle 35v miesyrittäjä, kuljetusalalta. Toimii Sisä-Savon alueella ja on toiminut yrittäjänä 5-15v.



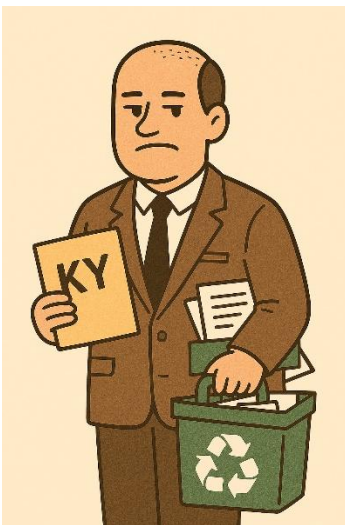
3. Aktivointia tarvitseva suunnannäyttäjäprofiili

Yläsavolainen miesyrittäjä, joka toimii terveys ja sosiaalipalveluiden parissa. Yrityksellä ei kirjattua strategiaa, liikevaihto 300 000€ - 1 milj.



4. Aktivointia tarvitseva suunnannäyttäjäprofiili

Yrittäjä, jota ei yhteiskunnalliset asiat kiinnosta. Yritysmuotona kommandiittiyhtiö ja yritys toimii hallinto- ja tukipalvelutoimien toimialalla. Kierrättää toimistolla paperit ja henkilöstöä vähän.



5. Aktivointia tarvitseva suunnannäyttäjäprofiili

Nykyiseen tilanteeseensa tyytyväinen, ei yrityksen kasvattamista tavoitteleva 35-55v miesyrittäjä. Yritys tarjoaa varastointipalveluita kuluttaja-asiakkaille. Yritys ei toimi päämiestä, joka vaatisi yritystä täyttämään tietyt vastuullisuuskriteerit.



7 Johtopäätökset

Kestävyyttä kohti -selvitystyön tuloksina saaduista materiaaleista käy ilmi, että pohjoissavolaisten pk-yritysten vastuullisuustyön suurimmat hyödyt näkyvät yrityksen imagossa, uusien asiakkaiden saavuttamisessa, sekä taloudellisissa tekijöissä. Maakunnan tasolla vastuullisuuden tarkastelussa voi sanoa, että vastuullisuustekoja tehdään alueen yrityksissä vaihtelevin motivaattorein ja yksittäisten toimien kautta, mutta systemaattisesta vastuullisuusohjelmien tai -strategioiden hyödyntämisestä ei voi puhua maakunnan tasolla asiaa tarkasteltaessa.

Alueen pk-yrityksissä tehdään useita vastuullisuuteen liittyviä toimenpiteitä, mutta näitä ei välttämättä yrittäjät tunnista vastuullisuustoimiksi, vaan näitä pidetään enemmänkin normaalina yrityksen kehittämistyönä. Haastatteluvaiheessa yrittäjiä kontaktoitaessa moni yrittäjä oli sitä mieltä, että heillä ei tehdä vastuullisuuteen liittyviä tekoja, ne ovat enemmänkin suurten yritysten asia, mutta asioiden läpikäynnin yhteydessä useat yrittäjät kokivat myös saaneensa tätä kautta vinkkejä esimerkiksi vastuullisuudesta viestimiseen.

Vastuullisuustoimien motivaattorina näyttäytyy toisaalta aiemmin tässä raportissa mainitut tekijät, kuten oma henkilökohtainen halu tehdä asioita, tai ulkopuolelta tulevat vaatimukset, mutta toisaalta yleistettäessä maakunnan pk-yrittäjien vastuullisuustoimia liikuttava voima, eli taloudelliset tekijät. Selvitystyön tulosten perusteella myös esimerkiksi vihreät investoinnit lasketaan samalla tavalla, kuin mitkä tahansa investoinnit, eli niiden tulee maksaa itsensä takaisin määritetyllä aikavälillä ja vastuullisen yritystoiminnan tulee olla myös kannattavaa. Suuri osa esimerkiksi energiatehokkuuden investoinneista on tehty tulosten perusteella taloudellista hyötyä tavoitellen, ei niinkään ideologisista syistä.

Vastuullisuus nähdään kilpailuetuna ja markkinoilla erottautumiskeinona. Vastuullisuuden merkitys tulee kasvamaan esimerkiksi tarjouspyyntöjen ja kilpailutusten osalta. Osalla toimialoista, kuten teollisuudessa, päämiesten osuus vastuullisuustyön ja raportoinnin osalta korostuu. Sertifikaatit ja auditoinnit koetaan vastaajien keskuudessa ainakin jossain määrin hyödyllisiksi, mutta osan toimialoista vastaajista keskuudessa herää epäilyksiä niiden suoran taloudellisen hyödyn suhteen (Yrityskysely II, teollisuusvastaajat). Vastauksista käy ilmi, että asiakkaat selkeästi arvostavat vastuullista yritystoimintaa, mutta eivät ole kuitenkaan välttämättä valmiita maksamaan ylimääräistä hintaa näiden osalta.

Ilmastonmuutoksen torjunta on vastausten perusteella vielä alueen pk-yrittäjien keskuudessa käytännön ympäristötekojen varassa. Kerätyn datan perusteella yritykset toteuttavat käytännön tekoja esimerkiksi jätteiden lajittelun, kierrätyksen ja energian käytön vähentämisen suhteen, mutta esimerkiksi ilmastoriskit ja ilmastonmuutoksen sopeutuminen ei nouse esille kovin usein.

Asiaan liittyen on hyödyntämätöntä markkinointipotentiaalia. Alueen pk-yritykset eivät välttämättä viesti sidosryhmilleen vastuullisuustoimistaan, vaikka vastausten perusteella käy ilmi, että viestimisestä ja markkinoinnista asiaan liittyen voisivat yrittäjät saavuttaa myös konkreettista hyötyä.

Maakunnan tasolla vastuulliseen yritystoimintaan on myös kielteisesti suhtautuvia yrityksiä. Osa vastaajista ei näytä saatavan siitä konkreettisia hyötyjä ja esimerkiksi koulutukseen liittyvä tarjonta näyttäytyy yrittäjien mielestä sekavalta ja ei heitä koskettavalta toiminnalta. Sanallisten vastausten perusteella varsinkin tietyillä toimialoilla vastaajien mielikuvissa vastuullisuutta arvostetaan asiakkaiden keskuudessa, mutta siitä ei olla valmiita maksamaan välttämättä lisähintaa.

LIITTEET:

LIITE 1 – I Yrityskysely

LIITE 2 – Haastattelut

LIITE 3 – II Yrityskysely

LÄHTEET

Tilastokeskus 2025. Tunnuslukuja väestöstä alueittain, 1990–2024. Tilastokeskus 2024.

Alueella työssäkäyvät (työpaikat) alueen, työnantajasektorin, sukupuolen ja vuoden mukaan, 1987–2023. Viitattu 10.2.2026. Saatavilla:

https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_tyokay/statfin_tyokay_pxt_115j.px/table/tableViewLayout1/