

+



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Milja Himanen

# YMPÄRISTÖVASTUUN LIIKETOIMIN- NALLINEN KANNATTAVUUS

Case: Jämsän alueen yritykset

Liiketalous  
2020

## TIIVISTELMÄ

Tekijä	Milja Himanen
Opinnäytetyön nimi	Ympäristövastuun liiketoiminnallinen kannattavuus
Vuosi	2020
Kieli	suomi
Sivumäärä	43 + 2 liitettä
Ohjaaja	Harri Lehtimäki

---

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia ympäristövastuun liiketoiminnallista kannattavuutta sekä tuen tarvetta ympäristövastuun toteuttamiseen jämsäläisissä pk-yrityksissä. Tavoitteena oli saada selville, miten yritykset kokevat ympäristövastuun vaikuttavan liiketoiminnan kannattavuuteen sekä kilpailuetuun. Opinnäytetyöllä pyrittiin myös saamaan selville, minkälaista tukea yritykset kokevat tarvitsevansa ympäristövastuun toteuttamiseen ja miten erilaisia tuki- ja neuvontapalveluita voidaan kehittää.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään ympäristövastuuta yleisesti sekä kannattavuuden ja kilpailuedun näkökulmasta. Toinen teorian pääluku käsittelee puolestaan erilaisia yritystukipalveluita Suomessa ja minkälaista tukea ympäristövastuuseen on tällä hetkellä saatavilla. Työn empiirisessä osuudessa käydään läpi tutkimuksen toteuttamista ja esitellään toimeksiantajaa. Tutkimuksen aineisto kerättiin kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä käyttäen kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake koostui 20 kysymyksestä ja tutkimukseen vastasi 24 yritystä.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että ympäristövastuulla koetaan olevan pääasiallisesti positiivisia vaikutuksia liiketoimintaan. Vaikutukset kannattavuuteen vaihtelevat yrityskohtaisesti. Kilpailuedun saavuttaminen ympäristövastuun kautta ei ole helppoa ja harva yritys hyödyntää ympäristövastuuta omassa markkinointiviestinnässään. Erilaisia tukipalveluita ympäristövastuuseen liittyen ei ole ahkerasti hyödynnetty ja vaikka tukipalveluista uskotaan olevan hyötyä ei moni yritys koe itse tarvitsevansa tukea. Apua ympäristövastuuseen oltaisiin kuitenkin ottamassa vastaan erilaisten koulutusten ja rahallisten tukien muodossa.

## ABSTRACT

Author	Milja Himanen
Title	Profitability of Corporate Environmental Responsibility
Year	2020
Language	Finnish
Pages	43 + 2 Appendices
Name of Supervisor	Harri Lehtimäki

---

The aim of this thesis was to research the profitability of the corporate environmental responsibility (CER) and the need for support in performing environmentally friendly practises in small and medium size companies in Jämsä. The objective of the thesis was to find out how corporate environmental responsibility affects profitability and competitive advantage. The thesis also aimed at finding out what kind of support companies need for CER and how to develop the existing support systems.

The theory section of this thesis consists of CER generally and from the point of view of profitability and competitive advantage. The second theory chapter, on the other hand, examines different kinds of support systems for companies in Finland and the kind of support currently available for CER. The empirical section of this thesis explains how the research was made and gives more information about the employer. The research material was gathered quantitatively by using a survey. The survey consisted of 20 questions and 24 companies took part in the research.

Based on the research it can be said that CER is thought to have mainly positive effects on companies. The effects on profitability vary from company to company. Gaining competitive advantage through CER is not easy and only few companies are currently taking advantage of CER in their marketing communications. Different kinds of support systems for CER are not widely used and even though support systems are believed to be useful generally, many companies do not feel the need for support themselves. However, help would be accepted through different trainings and financial aid.

---

Keywords corporate environmental responsibility, profitability, support systems

# SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO .....	8
	1.1 Tutkimusaiheen tausta .....	8
	1.2 Tutkimuksen tavoite ja rajaus .....	9
	1.3 Tutkimusmenetelmät.....	10
	1.4 Tutkimuksen rakenne.....	10
2	YMPÄRISTÖVASTUU .....	12
	2.1 Ympäristövastuu liiketoiminnassa .....	12
	2.2 Ympäristövastuu ja kannattavuus .....	14
	2.3 Ympäristövastuu kilpailuetuna .....	16
3	YRITYSTEN TUKIPALVELUT .....	19
	3.1 ELY-keskukset.....	19
	3.2 Suomen Yrittäjät .....	21
	3.3 Suomi.fi.....	22
	3.4 Yritysten välinen yhteistyö .....	23
	3.5 Rahoituspalvelut .....	23
	3.6 Muut tukipalvelut.....	24
4	TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO .....	26
	4.1 Toimeksiantaja .....	26
	4.2 Jämsä.....	26
	4.3 Tutkimusmenetelmien valinta.....	29
	4.4 Aineiston keruu ja tutkimuksen toteutus.....	29
5	TUTKIMUSTULOKSET .....	31
	5.1 Yrityskoko ja toimiala.....	31
	5.2 Ympäristövastuun toteuttaminen .....	32
	5.3 Kannattavuus ja kilpailuetu.....	34
	5.4 Yritysten tukipalvelut.....	36
6	YHTEENVETO .....	41

6.1 Keskeiset tutkimustulokset .....	41
6.1.1 Ympäristövastuun vaikutukset liiketoimintaan.....	42
6.1.2 Ympäristövastuu kilpailuetuna .....	43
6.1.3 Tuki ympäristövastuun toteuttamiseen .....	43
6.2 Tutkimuksen luotettavuus .....	44
6.3 Jatkotutkimusehdotukset.....	46
LÄHTEET.....	47

## LIITTEET

**KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO**

<b>Kuvio 1</b> Yrityksen kehityspalvelut ELY-keskuksissa (ELY-keskus 2018.) .....	21
<b>Kuvio 2</b> Jämsä kartalla. (Jämsä 2020.) .....	27
<b>Kuvio 3</b> Vastaajayritysten henkilöstömäärä. ....	31
<b>Kuvio 4</b> Vastaajien toimiala lukumäärinä. ....	32
<b>Kuvio 5</b> Syyt ympäristövastuun toteuttamiselle. ....	33
<b>Kuvio 6</b> Kilpailuetua ympäristövastuun avulla. ....	35
<b>Kuvio 7</b> Taloudellisen tuloksen tavoittelu on vastuullisuutta tärkeämpää. ....	36
<b>Kuvio 8</b> Oletteko hakeneet apua yritystoimintaanne? .....	37
<b>Kuvio 9</b> Mistä lähteistä olette hakeneet apua? .....	38

**LIITELUETTELO****LIITE 1.** Saatekirje**LIITE 2.** Kyselylomake

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimusaiheen tausta

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia ympäristövastuun toteuttamisen liiketoiminnallista kannattavuutta. Lisäksi tarkoituksena on selvittää, millaista tukea yritykset kokevat tarvitsevansa ympäristövastuun toteuttamisessa. Elämme maailmassa, jossa ilmastonmuutos ja ympäristöasiat ovat jatkuvasti median huomion kohteena ja saamme lukea lähes päivittäin aiheeseen liittyviä uutisia ja julkaisuja sosiaalisessa mediassa. Vaikka ympäristövastuu onkin aiheena paljon tutkittu, on aihe silti edelleen ajankohtainen ja sen merkitys nyky-yhteiskunnassa on suurempi kuin koskaan ennen.

Ilmastonmuutos asettaa paineita niin yksityishenkilöille kuin yrityksillekin toimia ympäristön kannalta vastuullisesti. Kuluttajat ovat yhä kiinnostuneempia yritysten vastuullisuudesta ja vaativat yrityksiltä sekä toiminnan läpinäkyvyyttä että vastuullisia valintoja. Tämä uusi trendi ohjaa asiakaskeskeisiä yrityksiä parantamaan omaa ympäristövastuutaan ja vastuullisuusviestintäänsä.

Yhä useammat yritykset ottavat vastuuta ympäristöstä ja pyrkivät toimimaan vastuullisesti. Tätä muutosta vastuullisuuden toteuttamisessa ja vastuullisuuskysymysten huomioonottamisessa ohjaa kasvava huomio ympäristöongelmia kohtaan sekä yrityksen sidosryhmien toiveet. (Epstein 2008, 33.) Etenkin suuret yritykset ovat panostaneet vastuullisuusviestintäänsä ja erilaisia vastuullisuusraportteja on luettavissa yritysten kotisivuilla. Ympäristövastuun toteuttaminen ei kuitenkaan ole yrityksille ilmaista ja aiheuttaa yrityksille mahdollisesti lisäkustannuksia. Ympäristöystävällinen toiminta voi kuitenkin myös tuoda kustannusvähennyksiä esimerkiksi vähentyneen veden tai sähkön kulutuksen myötä. Tämän takia on mielenkiintoista tutkia, miten yritykset itse kokevat ympäristövastuun vaikuttavan omassa toiminnassaan ja millaista tukea ne kokevat tarvitsevansa ympäristövastuuta toteuttaessaan.

Opinnäytetyön aihe syntyi oman mielenkiinnon pohjalta ympäristövastuuta kohtaan, minkä jälkeen tarjosin aihetta toimeksiantajalle. Toimeksiantaja on Jämsän

kaupunki. Tästä tutkimuksesta on hyötyä toimeksiantajalle sekä yrityspalveluita tarjoaville toimijoille. Tutkimuksen tulosten avulla voidaan kehittää yritysten tukipalveluita niin että ne paremmin palvelisivat yrityksiä ympäristövastuun toteuttamisessa. Tutkimuksen avulla saadaan myös tietoa siitä, miten yritykset tällä hetkellä kokevat ympäristövastuun ja sen kannattavuuden liiketoiminnassa.

## **1.2 Tutkimuksen tavoite ja raja**

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää Jämsän alueella toimivien pienten ja keski suurten yritysten ympäristövastuuta, sen kannattavuutta sekä yritysten tarvitsemia tukipalveluita. Tutkimuskysymyksiä, joihin tutkimuksessa pyritään vastaamaan ovat

- Miten yritys kokee ympäristövastuun toteuttamisen vaikuttavan liiketoimintaan ja sen kannattavuuteen?
- Miten ympäristövastuu toimii kilpailuetuna?
- Minkälaista tukea yritykset kokevat tarvitsevansa ympäristövastuun toteuttamisessa?

Lisäksi tutkimuksessa tarkastellaan hieman motivaatiotekijöitä ympäristövastuun toteuttamiseen ja sitä millaiseksi yritykset mieltävät tällä hetkellä tarjotut yritystukipalvelut.

Pienet ja keskisuuret yhtiöt eli pk-yritykset on valittu tutkimuksen kohderyhmäksi sen takia, että suurin osa Suomessa toimivista yrityksistä on pk-yrityksiä, joten niiden ympäristövaikutusten voidaan olettaa olevan suuret. Pk-yrityksellä tarkoitetaan yritystä, jonka henkilöstömäärä on alle 250 työntekijää ja jonka vuosiliikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma enintään 43 miljoonaa euroa (Tilastokeskus 2020). Pk-yritysten resurssit isoihin yrityksiin verrattuna ovat usein pienemmät, minkä takia ympäristövastuun toteuttaminen voi olla näille yrityksille haastavampaa ja siihen voidaan tarvita enemmän tukea kuin suurissa yrityksissä.

### 1.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus toteutetaan määrällisiä eli kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä hyödyntäen. Tutkimuksen aineisto kerätään kyselylomakkeen avulla, joka on määrällinen aineistonkeruumenetelmä. Kyselylomake on valittu aineistonkeruumenetelmäksi sen takia, että näin tutkimukseen tavoitetaan suurempi joukko yrityksiä ja saadaan suurempi otanta. Suuremman otannan myötä tutkimuksen pohjalta voidaan tehdä yleistyksiä ja johtopäätöksiä.

Kyselylomake laaditaan teorian pohjalta, minkä jälkeen tutkimuspyynnöt lähetetään sähköpostitse kohdeyrityksille. Tutkimuspyyntöjen lähettämisessä hyödynnetään toimeksiantajan laajaa yrityshakemistoa ja tutkimuspyynnöt lähetetään toimeksiantajan kautta.

### 1.4 Tutkimuksen rakenne

Opinnäytetyö alkaa johdannolla, jossa kuvataan aiheen taustaa ja perustellaan sen valintaa. Lisäksi lukijalle avataan tutkimuskysymykset, joihin tutkimuksella pyritään vastaamaan sekä tutkimuksessa käytetyt tutkimusmenetelmät. Johdannon viimeinen ja neljäs alaluku kertoo opinnäytetyön rakenteesta.

Johdannon jälkeen avataan tutkimuksen kannalta keskeisiä käsitteitä. Ensimmäisessä teorialuvussa käsitellään ympäristövastuuta ja toisessa teorialuvussa yritysten tukipalveluita. Pääluku kaksi, joka käsittelee ympäristövastuuta, koostuu kolmesta alaluvusta. Alaluvut käsittelevät ympäristövastuuta liiketoiminnassa, ympäristövastuun ja kannattavuuden suhdetta sekä ympäristövastuuta kilpailuetuna.

Teoriaosuuden toinen luku käsittelee yritysten tukipalveluita. Luvussa käsitellään ELY-keskuksia, Suomen Yrittäjiä ja Suomi.fi -verkkopalvelua. Lisäksi käydään läpi yritysten välistä yhteistyötä ja rahallisia tukipalveluita. Luvun viimeinen alaluku käsittelee muita tarjolla olevia tukipalveluita.

Teoriaosuutta seuraa tutkimusmenetelmien ja tutkimuksen toteuttamisen kuvaaminen. Luvussa kerrotaan, miten tutkimuksen aineisto on kerätty ja mistä tutkimusaineisto koostuu. Tätä ennen kuitenkin kerrotaan tarkemmin opinnäytetyön

toimeksiantajasta sekä Jämsästä kaupunkina. Tutkimuksen tuloksia esitellään tutkimuksen kuudennessa luvussa. Tutkimuksen viimeinen luku avaa tutkimuksesta tehtyjä johtopäätöksiä ja aiheita tulevaisuuden tutkimuksille. Lisäksi viimeisessä luvussa arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta.

## 2 YMPÄRISTÖVASTUU

Tässä luvussa käsitellään ympäristövastuuta, joka on yksi yritysvastuun osa-alue taloudellisen ja sosiaalisen vastuun rinnalla. Luvussa käsitellään ympäristövastuuta liiketoiminnassa sekä ympäristövastuun ja kannattavuuden välistä suhdetta. Luvun lopuksi käsitellään vielä tarkemmin ympäristövastuuta kilpailuetuna. Käytettäessä käsitettä vastuullinen toiminta, sisältää tämä niin taloudellisen ja sosiaalisen vastuun kuin ympäristövastuunkin.

### 2.1 Ympäristövastuu liiketoiminnassa

Yrityksen ympäristövastuu on ympäristölakien ja erilaisten viranomaismääräysten noudattamista. Se tarkoittaa vesien, ilmaperän ja maaperän suojelua, ilmastonmuutoksen torjuntaa ja luonnon monimuotoisuuden turvaamista. Määritettäessä yrityksen ympäristövastuuta, on tärkeää määritellä se koko toimintaketjun tasolla, eli tuotekehityksestä aina kierrätykseen ja jätehuoltoon asti. Yrityksen tulee suunnitella toimintansa ja toteuttaa se tavalla, jossa aineellisia resursseja kuten raaka-aineita ja energiaa käytetään tarkoituksenmukaisesti. Jätteiden määrä tulisi myös pyrkiä minimoimaan. (Pohjola 2003, 16.)

Yritystoiminta vaikuttaa aina jollain tapaa ympäristöön, joko suorasti tai epäsuorasti. Suorasti liiketoiminta voi vaikuttaa esimerkiksi päästöjen ja syntyvien jätteiden kautta. Epäsuoria tai välillisiä ympäristövaikutuksia ovat esimerkiksi materiaalien hankinnasta aiheutuneet vaikutukset sekä energiankäytön ja liikkumisen aiheuttamat vaikutukset. Yrityksillä on paineita ottaa paremmin huomioon näitä erilaisia aiheuttamia ympäristövaikutuksia kiristyvän ympäristölainsäädännön, kuluttajien asenteiden muutoksen ja markkinoiden kilpailutilanteen takia. (Eko-kompassi 2020.)

Ympäristöasioiden vastuullinen hoitaminen edellyttää sitä, että toimintaan liittyvät ympäristöasiat ovat sisällytetty yrityksen visioon ja strategiaan (Pohjola 2003, 14). Pienet ja keskisuuret yritykset ovat usein tietoisempia ympäristöstä ja vastuullisuudesta, mutta kovan kilpailun takia ympäristöasiat saattavat jäädä toiminnassa usein taka-alalle. Pk-yritysten rooli yhteiskunnassa on kuitenkin suuri, min-

kä takia pk-yritykset olisi myös saatava toimimaan vastuullisesti. (Hawkins 2006, 155.)

Yrityksen ympäristövastuu esiintyy monissa muodoissa riippuen yrityksen tarpeista sekä prioriteeteista. Yrityksen tarpeisiin sekä prioriteetteihin vaikuttavat muun muassa yrityksen koko, sen tuotteet sekä toiminta. Yrityskoon vaikutukset näkyvät ympäristövastuun toteuttamisessa monin tavoin. Pk-yritykset voivat olla tietoisempia paikallisista tarpeista ja kuuluvat tiukemmin yhteisöön, jossa ne toimivat. Tämä antaa ympäristövastuun toteuttamiselle uusia mahdollisuuksia. Lisäksi pk-yritysten kyky nopeampaan toimintansa muuttamiseen sekä yksinkertaisemmat yritysrakenteet helpottavat ympäristövastuun ottamista mukaan jokapäiväiseen toimintaan. (Jamison, Raynolds, Holroyd, Veldman & Tremblett 2005.)

Pk-yritykset kokevat kuitenkin myös haasteita ympäristövastuun toteuttamisessa. Pienempien yritysten resurssit ovat usein rajalliset ja tällaisilta yrityksiltä usein puuttuu ympäristövastuuseen erikoistunutta henkilökuntaa. Tämän takia pk-yritykset voivat kokea tarvitsevansa apua ympäristövastuussa isoja yrityksiä enemmän. Tämän opinnäytetyön neljännessä luvussa käydään tarkemmin läpi eritukipalveluita ja avunlähteitä Suomessa. Rajallisten resurssien lisäksi pk-yritykset ovat joissakin tapauksissa vähemmän huolissaan omasta maineestaan ja ne joutuvat isoja yrityksiä harvemmin julkisen tarkkailun kohteeksi. Nämä tekijät voivat vaikuttaa yritysten haluun ottaa ympäristövastuu mukaan omaan liiketoimintaansa. (Jamison ym. 2005.)

Ympäristönsuojelua ohjaa lainsäädäntö, jolla on keskeinen merkitys ympäristönsuojelun tavoitteiden saavuttamisessa. Lainsäädäntöä kehitetään jatkuvasti vastaamaan yhteiskunnassa tapahtuvia muutoksia ja yhteiskunnan tarpeita. Kansallinen ympäristönsuojelulaki on sidoksissa EU-lainsäädäntöön. Lainsäädännön ohella ympäristöministeriö antaa ohjeita ja järjestää koulutuksia, joiden avulla pyritään saavuttamaan ympäristönsuojelun tavoitteita. Ympäristöön liittyviä lakeja ovat muun muassa ympäristönsuojelulaki, vesilaki ja jätelaki. (Ympäristöministeriö 2019.)

## 2.2 Ympäristövastuu ja kannattavuus

Osakeyhtiölain (624/ 2006) 1 luvun 5 § todetaan, että yhtiön tarkoituksena on tuottaa voittoa omistajilleen, ellei yhtiöjärjestyksessä todeta toisin (L 21.7.2016/624). Jokainen yritys pyrkii siis toimimaan kannattavasti ja tuottamaan toiminnallaan voittoa. Yrityksen kannattavuus koostuu yrityksen toiminnan tuottojen ja aiheuttamien kustannusten suhteesta. Tuottojen tulisi olla kustannuksia suuremmat ja mitä enemmän voittoa yritys tuottaa, sen kannattavampana toimintaa voidaan pitää. (Tomperi 2016, 8, 15.)

Ympäristövastuulla ja vastuullisella toiminnalla on yhteys yritysten liiketoiminnan kannattavuuteen. Vastuullinen toiminta voi luoda taloudellista arvoa yrityksille kasvaneen liikevaihdon ja pienentyneiden kustannusten kautta. Kun yritys toimii vastuullisesti, sen maine markkinoilla paranee, mikä johtaa usein suurempaan liikevaihtoon. Vastuullisen liiketoiminnan taloudelliset hyödyt eivät kuitenkaan näy useimmiten saman tien, vaan tulosten heijastuminen liikevaihtoon vie aikaa. Tämä vaikeuttaa yritysten ympäristötoimien vaikutusten mittaamista. (Epstein 2008, 22–23.) Vastuullisuustoimilla voidaan vähentää kustannuseriä esimerkiksi pakkausmateriaalin vähentämisen tai energiankäytön pienentämisen kautta. Toiminnan tehokkuuden kautta kustannuseriä saadaan pienemmiksi. Vastuullistimet vaikuttavat myös yrityksen imagoon saamalla positiivisia reaktioita yrityksen asiakkailta. On siis monenlaisia keinoja, joiden kautta yritys pystyy parantamaan sekä kannattavuuttaan että vastuullisuustoimiaan. (Epstein & Rejc Buhovac 2014, 178.)

Vastuullisen toiminnan hyödyt tulevat yleensä myös sen kautta, että suhteet sidosryhmiin muuttuvat paremmiksi. Esimerkiksi pääoman saaminen voi helpottaa rahoitussyhteisön kiinnittäessä enemmän huomiota yritysten ympäristötoimiin ja sosiaaliseen vastuuseen. Yrityksen johto usein asettaa tavoitteita vastuullisuudelle ja toivoo alemman johdon saavuttavan tavoitteet. Tämä luo paineita alemmalle johdolle, sillä johto korostaa vastuullisuuden tärkeyttä, mutta samalla painostaa lyhyen aikavälin voittoihin. Päätösten tekeminen niin, että ne ovat erinomaisia sekä vastuullisuuden että taloudellisen suorituksen kannalta on joissain tapauksissa

vaikeaa. Useat yritykset kohtaavat näitä ongelmia päätöksenteossaan, koska toisaalta halutaan toimia vastuullisesti, mutta toisaalta taas voiton tavoittelu koetaan myös tärkeäksi ja välillä näiden yhdistäminen osoittautuu hankalaksi. (Epstein & Rejc Buhovac 2014, 178.)

Asiakkaiden odotukset yritysvastuun toteutumisesta ovat viime vuosina tutkimusten ja selvitysten mukaan nousseet. Vastuullisuus ei kuitenkaan välttämättä heijastu siihen, että tuotteista saisi myytyä paremmalla hinnalla vaan siitä on tullut joissakin tapauksissa yksi kaupan perusedellytyksistä. (Juutinen 2016, 68.)

Taloudellisen tehokkuuden parantaminen ympäristövastuulla lähtee siitä, että yritys luo ensin selkeän tavan hallita ja dokumentoida toimintansa ympäristötekijöitä. Näiden ympäristötekijöiden ympäristövaikutuksia tulee arvioida ja etsiä vaikutuksista merkittävimpiä. Tämän jälkeen tulisi laatia suunnitelma ympäristösuorituskyvyn tehostamiselle. Ympäristösuorituskyvyllä tarkoitetaan ympäristöasioiden hoidon tehokkuutta. Sen avulla mitataan tuotannollisen tehokkuuden ja ympäristöasioiden tason välistä suhdetta. Kustannustehokkuutta voidaan sitten parantaa joko säästämällä kustannuksissa tai kasvattamalla markkinoita. Kustannussäästöjen löytäminen ja toteuttaminen on näistä usein helpompi vaihtoehto lähes kaikilla toimialoilla. Toimivien ympäristöasioiden hallinta- ja raportointiohjelmien luominen on tärkeää, sillä ilman niitä yritys ei voi lähteä tavoittelemaan liiketaloudellisia hyötyjä. (Pohjola 2003, 25, 28, 34.)

Ympäristövastuun toteuttamisen tai vastuullisen toiminnan yleensäkin ei siis tarvitse olla lisäkustannus liiketoiminnassa, vaikka näin joskus ajatellaankin. Ympäristövastuun avulla voidaan säästää kustannuksissa ja parantaa omaa markkina-asemaa. Sekä erilaiset kustannussäästöt että markkina-aseman parantaminen heijastuvat suoraan yrityksen kannattavuuteen. Yrityksen tavoitellessa arvoa liiketoiminnalleen pitkällä aikavälillä on yrityksen otettava vastuullisuus keskeiseksi osaksi toimintaansa. (Hawkins 2006, 43, 193.)

Ekologiseen ja sosiaaliseen suorituskykyyn investoiminen tarkoittaa liiketoimintojen tehostamista, järjeistämistä ja optimointia. Toiminnan ympäristövastuullisempaan suuntaan muuttamisen alkuinvestoinnit voivat olla merkittävät, mutta näiden

alkuinvestointien jälkeen ne alkavat kuitenkin tuottaa säästöjä ja kustannushyötyjä. Näin on esimerkiksi jätteiden hyötykäytön, vedenkulutuksen, kuljetusreittien optimoinnin, valaistuksen vähentämisen ja monen muun operatiivisen toiminnon kanssa. (Bärlund & Perko 2013, 34.)

Vain osa yrityksistä ottaa käyttöönsä ympäristön kannalta vastuullisia toimintatapoja. Vaikka asenteet olisivat myönteisiä ympäristövastuuta kohtaan, ei se silti suoraan johda proaktiiviseen toimintaan. Tällaiset yritykset usein kuitenkin tukevat vapaaehtoisesti aktivistiorganisaatioita, mutta eivät toteuta ympäristövastuuta omassa toiminnassaan. Pk-yritysten suuri este ympäristövastuun toteuttamiselle on puuttuvat resurssit ja rahan puute. On myös mahdollista, että yritysten omistajat erottavat omat uskomuksensa liiketoiminnasta, eivätkä tämän takia ota vastuullisia toimintatapoja käyttöönsä. Todennäköisempää on kuitenkin, että joko he eivät ole tietoisia aiheuttamistaan ympäristövaikutuksista tai eivät tiedä miten voisivat parantaa toimintaansa. (Gadenne, Kennedy & McKeiver 2009.)

Yritykset kohtaavat vastuullisuustoimissaan ongelmia, eikä vastuullisuuden hyötyjä koeta aina riittävän suuriksi. Vastuullisuudesta saadut hyödyt koetaan joissain tapauksissa panoksia pienemmiksi, mikä vaikuttaa myös halukkuuteen ryhtyä vastuullisuustoimiin. Esimerkiksi matkailualan yrityksissä omat vastuullisuusteot tuntuvat pieniltä verrattuna kansainvälisten matkailijoiden ja asiakkaiden aiheuttamista lentopäästöihin. (FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy 2018.)

### **2.3 Ympäristövastuu kilpailuetuna**

Kilpailuedulla tarkoitetaan etua, joka syntyy yrityksen toteuttaessa lisäarvoa tuottavaa strategiaa, jota kukaan nykyinen tai potentiaalinen kilpailija ei toteuta (Barney 1991). Kilpailuedun saavuttamista ympäristövastuun kautta ei saisi aliarvioida. Useat tutkimukset ovat nimittäin osoittaneet, että kuluttajat mielellään tukevat yrityksiä, joilla on hyvä imago ja, jotka ajavat heille tärkeitä asioita kuten ympäristöasioita. (Epstein 2008, 21, 55.) Näin ollen yritykset voivat hyötyä siitä, että he toimivat ympäristön kannalta vastuullisesti ja viestivät asiasta tavalla, joka tavoittaa kuluttajat.

Kilpailuetua vastuullisen toiminnan avulla voidaan tavoitella monin keinoin. Voidaan parantaa yrityksen mainetta, vastata sidosryhmien odotuksiin ja kehittää kestävän kehityksen mukaisia innovaatioita ja tehokkaampia prosesseja. Myös vastuullisuudesta viestimällä voidaan tavoitella kilpailuetua. Kuluttajat eivät kuitenkaan ole aina valmiita kiinnostuksesta huolimatta maksamaan vastuullisuudesta enemmän. Vastuullisella toiminnalla on kuitenkin mahdollista parantaa yrityksen toiminnan tehokkuutta, kannattavuutta ja tuotteiden laatua, mutta ennemminkin pitkällä aikavälillä. (Liimatainen 2019.)

Markkinointiviestintä on tärkeää hyvän imagon ja maineen ylläpitämisessä. Viestimällä vastuullisuudesta voidaan myös ylläpitää vastuullisuuden kautta saavutettua kilpailuetua. Kuluttajien kiinnostus eettisiä tuotteita kohtaan on viime vuosina kasvanut, minkä takia on tärkeää kommunikoida vastuullisuudesta sidosryhmien kanssa. (Jahdi & Acikdilli 2009.) Tehokas yritys vastuusta kommunikointi voi parantaa sidosryhmien käsitystä yrityksestä. Sen lisäksi yritys hyötyy yritys vastuun esille tuomisesta markkinointiviestinnässä, koska se voi auttaa myös yritystä itseään ymmärtämään vastuullisuusohjelmien merkityksen ja näin ollen motivoi myös tulevaisuudessa ottamaan osaa vastuullisuustoimiin. (Wang & Huang 2018.)

Vastuullinen yritys on usein halutumpi yhteistyökumppani kuin sen kilpailijat, etenkin niiden yritysten keskuudessa, jotka yrittävät muuttaa omaa toimintaansa vastuullisempaan suuntaan. Yritykset, jotka tehostavat omaan toimintaansa suosivat yrityksiä, jotka toimivat myös vastuullisesti, koska ne edellyttävät toimintaketjultansa tietynlaisia niin ekologisia kuin sosiaalisestikin vastuullisia toimintatapoja. Myös kuluttajat, jotka vertailevat eri yrityksiä ennen ostopäätöksen tekemistään, päätyvät monissa tapauksissa valitsemaan vastuullisia yrityksiä. Panostamalla vastuullisuuteen yritykset pystyvät vastaamaan asiakkaiden arvomaailmaan ja tarpeisiin. Näin vastuullisesti toimiva yritys erottuu kilpailijoistaan markkinoilla ja saa vastuullisella toiminnallaan itselleen kilpailuetua. (Bärlund ym. 2013, 34.)

Jos yritys ei osaa ottaa asiakkaiden toiveita huomioon toiminnassaan vastuullisuuden osalta, voi se vaikuttaa negatiivisesti yrityksen myyntiin ja kannattavuuteen. Jos taas vastuullisuus osataan ottaa mukaan liiketoimintaan sidosryhmien

toivomalla tavalla voi yritysvastuu toimia kilpailukykyyn positiivisesti vaikuttavana tekijänä. Yritysvastuu liittyy myös osaltaan brändin muodostumiseen. Hyvä brändi antaa edellytykset entistä paremman brändin ja yrityskuvan luomiseen. Positiiviset vastuullisuuteen liittyvät mielikuvat vaikuttavat myönteisesti esimerkiksi myyntiin ja yrityksen kykyyn houkuttaa työntekijöitä töihin. (Juutila 2016, 68–69.)

Kilpailuedun saavuttaminen ympäristövastuun kautta ei ole kuitenkaan aina helppoa. Simpson, Taylor ja Barker (2004) tutkivat ympäristövastuuta pk-yrityksissä ja sitä, että voiko sen avulla saavuttaa kilpailuetua. He tulivat siihen tulokseen, että vaikka osa yrityksistä tekikin sijoituksia ympäristövastuullisiin hankintoihin, ei näiden hankintojen uskottu tuovan säästöjä tai helposti saavutettavaa kilpailuetua. Isolla osalla yrityksistä on ongelmia muuttaa ympäristövastuu kilpailueduksi, vaikeuksia on etenkin palvelualoilla. (Simpson, Taylor & Barker 2004.)

Yritykset, jotka kykenevät saavuttamaan kilpailuetua ympäristövastuullisella toiminnalla, eivät myöskään pysty ylläpitämään kilpailuetua pitkään. Muut yritykset tulevat perässä ja osaavat kopioida toimintatapoja, mikä aiheuttaa lisää kilpailua markkinoilla. Useat pk-yritykset kokevat, ettei ympäristövastuun toteuttamisesta ole merkittävää hyötyä yritykselle, sillä se aiheuttaa kuluja ja kilpailuedun saavuttaminen on hankalaa ilman kalliiksi koettua ammattiapua. (Simpson ym. 2004.) Kilpailuedun ylläpitämistä auttaa kuitenkin selvästi määritellyt markkinointistrategiat. Valitettavan monet yritykset eivät kuitenkaan hyödynnä markkinointiviestinnän keinoja menestyksen ja kilpailuedun saavuttamiseksi. (The Importance of Marketing Strategy: Gaining the Competitive Edge with Integrated Marketing Communications (IMC) 2006.)

### 3 YRITYSTEN TUKIPALVELUT

Suomessa on olemassa monenlaisia yrityksiä ja yhdistyksiä, joiden tehtävänä on tukea yritystoimintaa ja auttaa yrityksiä niin yritysten perustamisessa kuin liiketoiminnan toteuttamisessa. Pk-yritysten rajallisten resurssien takia, ne voivat tarvita tukea ja neuvontaa eri tilanteisiin suurilla yrityksillä enemmän. Julkisia yrityspalveluja ovat:

- tieto- ja neuvontapalvelut
- maksulliset koulutus- ja konsultointipalvelut
- rahoituspalvelut
- verkostoitumispalvelut
- toimintaympäristön kehittämisspalvelut (Työ- ja elinkeinoministeriö 2020b).

Edellä mainittujen palveluiden lisäksi yrityksille tarjotaan erilaisia henkilöstön kehittämiseen, rekrytointiin sekä koulutukseen liittyviä palveluita. Julkisia yrityspalveluita tarjotaan valtakunnallisesti, alueellisesti, seudullisesti ja paikallisesti. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2020b.)

Tässä luvussa käsitellään tarkemmin erilaisia neuvonta- ja tukipalveluita, joita Suomessa tarjotaan yrityksille. Tähän opinnäytetyöhön on valittu tarkasteltavaksi yritysten tukipalveluita, jotka tarjoavat palveluita yritystoiminnan kehittämiseen ja ympäristövastuun toteuttamiseen. Tarkasteltavia tukipalveluiden tarjoajia ovat ELY-keskukset, Suomen Yrittäjät sekä Suomi.fi. Lisäksi yhtenä mahdollisena tuen ja avun lähteenä tarkastellaan yritysten välistä yhteistyötä ja rahallisia tukia. Luvun lopuksi käsitellään muita mahdollisia avunlähteitä kuten koulutusorganisaatioita ja ympäristöviranomaisia.

#### 3.1 ELY-keskukset

Suomessa sijaitsee 15 elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusta eli ELY-keskusta. Ne toimivat valtion aluehallintoviranomaisina yhdessä aluehallintoviranomaisten kanssa. ELY-keskusten toiminnan tavoitteena on edistää oman alueensa alueellista kehittämistä hoitamalla valtiohallinnon toimeenpano- ja kehittä-

mistehtäviä. ELY-keskusten tehtäviä ovat muun muassa yritysten neuvonta- rahoitus- ja kehittämispalvelut, osaamisen edistäminen, työvoiman koulutus sekä erilaiset maahanmuuttoon liittyvät asiat. ELY-keskusten tehtäviin kuuluu myös ympäristöasioista huolehtiminen. Ympäristöasiat sisältävät muun muassa ympäristönsuojelun, alueiden rakentamisen ja käytön ohjaamisen ja luonnonsuojelun sekä ympäristön tilan seurannan. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2020a.)

ELY-keskusten tarjoamat yritysten kehittämispalvelut koostuvat konsultointi- ja koulutuspalveluista, joiden tarkoituksena on tukea pk-yrityksiä kansainvälistymisessä, työllistymisessä sekä kasvussa ja innovoinnissa. Kehittämispalveluiden lisäksi tarjolla on muita palveluja kuten rahoituspalveluita ja TE-palveluita. Kehityspalvelut lähtevät siitä, että yritys täyttää ELY-keskuksen internet-sivuilta löytyvän kartoituslomakkeen, jossa kuvataan yrityksen lähtötilannetta ja kehitystarpeita. Kartoituslomakkeen pohjalta tehdään analyysiä yrityksen nykytilasta ELY-keskuksen konsultin avustuksella. Analyysin pohjalta pyritään löytämään oikeanlaisia kehitystapoja tarpeiden täyttämiseksi. ELY-keskukset tarjoavat konsultointi- ja koulutuspalveluita yritystoiminnan kehittämiseen. (ELY-keskus 2018.) Kuviossa 1 on esitetty yrityksen kehittämispalveluiden etenemisen vaiheet.



**Kuvio 1** Yrityksen kehityspalvelut ELY-keskuksissa (ELY-keskus 2018.)

### 3.2 Suomen Yrittäjät

Suomen Yrittäjät on elinkeinoelämän suurin keskusjärjestö. Sillä on 115 000 jäsentä ympäri Suomea eri toimialoilta. Suomen Yrittäjien toiminta rakentuu noin 400 paikallisyrityksestä, 20 aluejärjestöstä ja 60 toimialajärjestöstä. Sen tavoitteena on yrittäjien aseman ja yrittämisen olosuhteiden parantaminen. Suomen Yrittäjät tarjoaa jäsenilleen monipuolisia palveluja sekä kanavia osallistua niin kunnalliseen kuin valtakunnalliseenkin vaikuttamiseen. (Yrittäjät 2020a.)

Suomen Yrittäjät tarjoaa jäsenyrityksilleen maksutonta lakineuvontapalvelua. Maksuton juridinen puhelinneuvonta avustaa yritystoiminnassa tarjoamalla monipuolista opastusta ja neuvontaa. Neuvontapalvelun aihepiirejä ovat esimerkiksi verotus ja työelämän juridiikka. Myös ympäristöasioihin kuten ympäristönsuojeluun, jätehuoltoon ja viranomaisvelvoitteisiin saa tarvittaessa neuvoja. Kaikille yhteisen lakineuvontapalvelun lisäksi Yrittäjien jäsenet voivat halutessaan ottaa yhteyttä Suomen Yrittäjien maakuntakohtaisiin aluejärjestöihin ja niiden kunta-kohtaisiin paikallisjärjestöihin. (Yrittäjät 2020b.)

Jäsenilleen tarjoamien neuvontapalveluiden lisäksi Suomen Yrittäjät tarjoaa kaikille suomalaisille yrityksille erilaisia koulutuksia. Suomen Yrittäjien internetsivuilla pystyy tutustumaan tarjottaviin koulutuksiin ja osallistumaan niihin. Osa koulutuksista on maksuttomia vain jäsenille ja osa taas kaikille yrityksille. Koulutusten aiheet ovat monipuolisia ja ne koskevat esimerkiksi markkinointia, verotusta ja lainsäädäntöä. Koulutusten lisäksi tarjolla on myös koulutustallenteita, joita yrittäjät voivat ostaa ja kuunnella silloin kun heille itselleen parhaiten sopii. (Yrittäjät 2020c.)

### **3.3 Suomi.fi**

Suomi.fi on verkkopalvelu, jonka kautta voi löytää tietoa eri elämäntilanteisiin ja yrityksen elinkaaren vaiheisiin. Verkkosivuilla voi tutustua tarjottuihin palveluihin ja toimintaohjeisiin erilaisiin tilanteisiin liittyen. Suomi.fi -verkkopalveluissa on palveluita sekä yrityksille että tavallisille kansalaisille. (Suomi.fi 2020a.)

Verkkopalvelun kautta niin vanhat kuin uudetkin yrittäjät voivat etsiä tietoa eri aihealueisiin liittyen. Tietoa ja neuvoja löytyy muun muassa yrityksen perustamiseen, talouden hallintaan ja verotukseen sekä yrityksen vastuisiin ja velvoitteisiin. Otsikon vastuut ja velvoitteet alta löytyy tietoa myös ympäristövastuusta. (Suomi.fi 2020b.) Ympäristövastuu-osioon on kootusti kerätty aiheeseen liittyviä palveluja eri palveluntarjoajilta ympäri Suomea. Lisäksi sivuilla on tietoa muun muassa ympäristövastuusta, ympäristöriskeistä ja jätehuollon järjestämisestä.

Suomi.fi -verkkopalvelusta yrittäjien on mahdollista etsiä tietoa eri tilanteisiin ja tutkia aiheeseen liittyviä palveluita. Sivustolla on myös yhteystiedot Yritys-Suomi-puhelinpalveluun, jonka kautta on mahdollista kysyä neuvoja ja apua mahdollisiin ongelmatilanteisiin liittyen. Puhelinpalvelun kautta ohjataan tarvittaessa myös muihin asiantuntijapalveluihin. Puhelinneuvontaa ylläpitää ELY-keskusten ja TE-toimistojen yhteinen kehittämis- ja hallintokeskus eli KEHA. (Suomi.fi 2020c.)

### 3.4 Yritysten välinen yhteistyö

Erilaisten neuvonta- ja tukipalveluiden lisäksi yritykset voivat auttaa toinen toisiinsa yhteistyötä tekemällä. Yhteistyön tekeminen on hyvä työkalu, etenkin pienyrityksille toimialasta riippumatta. Yhteistyön tekeminen toisten yritysten kanssa ja yhteyksien ja verkostojen luominen auttavat liiketoiminnan kasvattamisessa. (Gregory 2019.)

Yhteistyöllä on monenlaisia hyötyjä. Yritysten välinen yhteistyö inspiroi ja auttaa ajattelemaan uusilla tavoilla. Se helpottaa ongelmien ratkaisemisessa. Lisäksi yhteistyön avulla yritys voi kasvattaa sosiaalisia verkostoja ja oppia uutta. Tekemällä yhteistyötä on myös mahdollista säästää rahaa ja resursseja, kun projekteja toteutetaan yhteisten resurssien avulla. Yhteistyöstä hyötyvät molemmat osapuolet. Voidaan siis todeta, että yhteistyö on työkalu, jota yritysten kannattaa harkita liiketoimintaa toteuttaessaan sen monien hyötyjen takia. (Gregory 2019.)

### 3.5 Rahoituspalvelut

Rahallisia yritystukia vastaanotti 9,0 % koko yrityskannasta vuonna 2015. Vastaanotettuja tukia olivat suorat tuet, lainat ja lainojen takaukset. Tukien hakeminen on kuitenkin laskenut tilastoa edeltävästä vuodesta 2014. Suurin osa tukien vastaanottajista on mikro- tai pienyrityksiä. Lukumäärällisesti eniten tukia saavat palvelualan yritykset, kun taas euromääräisesti metalli- ja teollisuusala. (Suomen virallinen tilasto (SVT).) Rahallista tukea yritykset voivat hakea ELY-keskusten lisäksi muun muassa Finnveralta ja Business Finlandilta.

Finnvera on rahoituspalvelujen tarjoamiseen erikoistunut yritys. Se tarjoaa muun muassa rahoitusta yritystoiminnan aloitukseen, kasvuun ja kansainvälistymiseen. Palvelut ovat suunnattu pk-yrityksille ja tarjolla on lainoja ja lainojen takauksia. Tarkoituksena on vahvistaa yritysten kilpailukykyä. (Finnvera 2020.)

Business Finland on suomalainen julkinen toimija, jonka tarkoituksena on tarjota innovaatorahoitusta ja kansainvälistymispalveluita. Lisäksi Business Finland edistää matkailua ja investointeja Suomeen. Organisaatiolla on 16 toimipaikkaa Suomessa. (Business Finland 2020a.) Rahoitusta Business Finland tarjoaa pk-

yrityksille tutkimukseen, tuotekehitykseen ja liiketoiminnan kehittämistarpeisiin (Business Finland 2020b).

### **3.6 Muut tukipalvelut**

Suomessa on tarjolla myös monia muita tukipalveluita yrityksille niin liiketoiminnan kehittämiseen yleisesti kuin ympäristövastuuta koskien. Monilla paikkakunnilla on omia yritysten tukipalveluja tarjoavia yrityksiä, joiden kautta apua on helppo hakea. Esimerkiksi Jämsässä toimiva Jämsek Oy on tällainen yritys. Se tarjoaa maksuttomia yritysneuvontapalveluita Jämsän alueella toimiville yrityksille ja tiedottaa ajankohtaisista yrittäjien kannalta mielenkiintoisista asioista. (Jämsek 2020.)

Suomessa toimii lisäksi järjestö nimeltä Yrityskummit ry, joka koostuu yrittäjistä, yritysjohtajista ja liike-elämän asiantuntijoista. Järjestö tarjoaa maksuttomasti osaamistaan ja kokemustaan auttaakseen Suomen mikro- ja pienyrityksiä liiketoiminnan haasteissa. Yhdessä yrityskummin kanssa yrittäjän on mahdollista analysoida yrityksensä toimintaa ja asettaa kehitystavoitteita. Yrityskummi toimii keskustelukumppanina päätöksenteossa ja tavoitteiden saavuttamisessa. (Yrityskummit 2020.)

Yksi avunlähde ympäristövastuuseen ja ympäristönsuojeluun liittyen on kunnissa toimiva ympäristösuojeluviranomainen. Ympäristösuojeluviranomaisen tehtävänä on huolehtia ympäristönsuojelun suunnittelemisesta ja kehittämisestä, ympäristöntilan seurannasta ja siihen liittyvistä selvityksistä. Lisäksi toimenkuvaan kuuluu kunnissa järjestettävän ympäristönsuojeluun liittyvän neuvonnan ja ohjauksen järjestämiseen osallistuminen. Ympäristönsuojeluviranomainen pitää myös omalta osaltaan huolen ympäristönsuojeluun liittyvästä tiedottamisesta, valistuksesta ja koulutuksesta kunnissa. (L 5.12.1996/1013.) Ympäristösuojeluviranomaisen tehtävistä on säädetty ympäristösuojelulaissa, jätelaissa, vesihuoltolaissa, maastoliikennelaissa ja vesiliikennelaissa. Tehtävät ovat pääasiallisesti lupa- ja valvontaviranomaistehtäviä. (Kuntaliitto 2017.)

Tukea liiketoimintaan on myös mahdollista saada oppilaitoksilta ja koulutusorganisaatioilta. Yhteistyö eri koulutusasteiden kanssa on avuksi yrityksille liiketoiminnan ja henkilöstön osaamisen kehittämisessä. Myös tulevien osaajien rekrytointiin yhteistyöstä on apua. Elinkeinoelämän keskusliiton teettämän henkilöstö- ja koulutustiedustelun mukaan vuonna 2011 kaksi kolmesta EK:n jäsenyrityksestä teki jonkinlaista yhteistyötä oppilaitosten kanssa. Vuonna 2017 tehdyssä kyselyssä jo yli 70 % yrityksistä oli tehnyt yhteistyötä ammattikoulujen ja yliopistojen kanssa. Yhteistyötä tehdään useimmiten työelämäjaksoihin, opinnäytetöihin, oppisopimukseen ja erilaisiin vierailuihin liittyen. Korkeakoulujen kanssa tehtävä tutkimus- ja kehittämistoiminta on arvokasta yritysten liiketoiminnan vahvistamisessa. (Hannula 2020.)

## 4 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO

Tämä luku käsittelee valittuja tutkimusmenetelmiä ja aineiston keräämisprosessia. Luvun alussa esitellään toimeksiantaja sekä tutkimusympäristönä toimiva Jämsän kaupunki. Tämän jälkeen esitellään valittu tutkimusmenetelmä ja kerrotaan aineistonkeruumenetelmästä ja sen valinnasta. Luvun lopuksi käsitellään tutkimuksen toteuttamista ja aineistonkeruuprosessia.

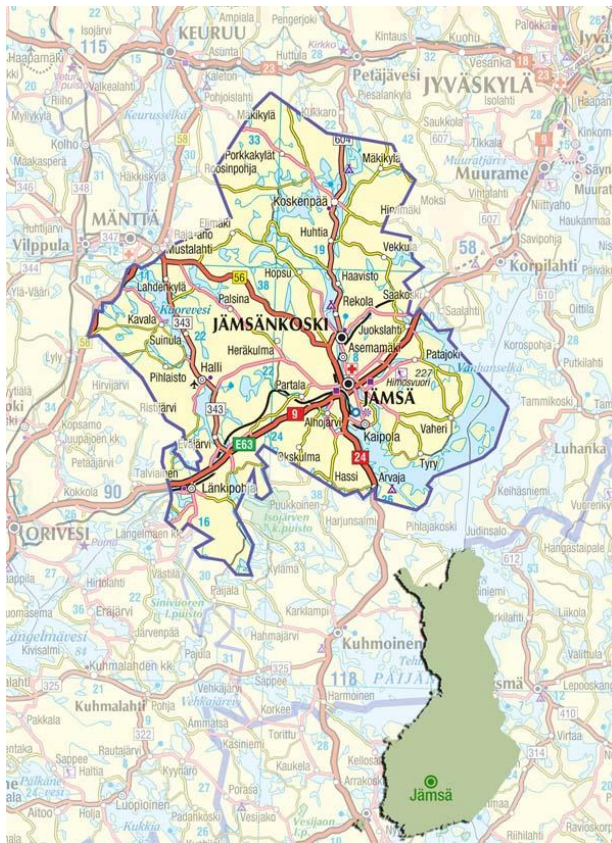
### 4.1 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Jämsän kaupunki. Jämsän kaupunki on Jämsän suurin työllistäjä työllistäen vuoden 2016 lopussa yhteensä 806 työntekijää. Tähän on luettu mukaan liikelaitokset, joita ovat Jämsän Vesi, Jämsän Jätehuolto ja Jämsän Ateria-, Puhtaus ja Tekstiilipalvelut. Puolet Jämsän kaupungin työntekijöistä työskentelee sivistystoimessa. (Jämsä 2020b.)

Opinnäytetyö tehtiin yhteistyössä myös Jämsekin kanssa. Jämsek Oy eli Jämsän kehittämissyhtiö on Jämsän kaupungin omistama osakeyhtiö. Jämsekin tehtävänä on Jämsän elinvoiman kehittäminen. Yhtiö perustettiin vuonna 1994 aluekehittämisen-, elinkeino- ja matkailupalveluyhtiöksi. Yhtiön hallitus koostuu Jämsän kaupungin lisäksi Jämsän seudun teollisuuden ja pk-yritysten edustajista. Jämsek tarjoaa maksuttomia neuvontapalveluita Jämsään sijoittuville yrityksille. (Jämsek 2020.)

### 4.2 Jämsä

Jämsä on Keski-Suomessa Päijänteen rannalla sijaitseva kunta. Jämsän asukasluvu vuonna 2018 oli noin 20 000 asukasta. Jämsän rajanaapureita ovat muun muassa Jyväskylä, Orivesi, Keuruu ja Mänttä-Vilppula. Jämsä on tunnettu Päijänteen, Himos-laskettelukeskuksen ja luonnon ohella myös teollisuudestaan. Siellä sijaitsee UPM:n Jokilaakson tehtaot ja Patrian ilmailu- ja komposiittiteollisuus. Näiden yritysten ympärille on rakentunut paljon muutakin yritystoimintaa. (Jämsä 2020a.) Kuviossa 2 on kuvattu Jämsä ja sen sijainti kartalla.



**Kuvio 2** Jämsä kartalla. (Jämsä 2020.)

Jämsän elinkeinorakenne on teollisuusvaltainen niin liikevaihdon ja henkilöstönkin suhteen. Teollisuus on Jämsässä merkittävin työllistäjä ja tulonmuodostaja. Teollisuus työllistää tällä hetkellä noin 40 % työvoimasta. Teollisia toimipaikkoja on kuitenkin vain 106, joka on noin 6,6 % kaikista Jämsän toimipaikoista (1592 kpl). Teollisuuden jälkeen merkittävin työnantaja on kaupan ala, mutta yhä enenevässä määrin jämsäläiset suuntaavat maakuntakeskuksiin ja nettikauppaan paikallisia palveluja enemmän. (Jämsek 2019, Invest in Jämsä 2020a.)

Matkailuun liittyvät palvelut ovat teollisuuden ohella vahva toimiala Jämsässä. Himoksen alueesta on tullut eteläisen Suomen merkittävin matkailukeskus, josta löytyy toimintaa ympäri vuoden. Talvisin Himos tarjoaa laskettelupalveluita Etelä- ja Keski-Suomen suurimmissa rinteissä ja kesäisin Himoksessa järjestetään erilaisia festivaaleja kuten Himos Juhannus -festivaali. Vuosittain Himoksessa vieraillee noin 350 000 vierailijaa päiväkävijät mukaan lukien. (Invest in Jämsä 2020a, Invest in Jämsä 2020b.)

Jämsän kaupunki on asettanut monenlaisia tavoitteita kaupungin kehittämiseksi. Etenkin yritysten toimintaympäristöjen sekä matkailun kehittäminen nousevat tärkeiksi teemoiksi eri strategioissa. Tulevaisuudessa halutaan panostaa siihen, että yritykset tulevat kuulluiksi ja Jämsästä tulee houkutteleva ja kannattava toimintaympäristö yrityksille. Matkailu on kasvava toimiala ja Jämsässä on paljon potentiaalia kestävän matkailun kehittämiseksi. HimosJämsä-matkailubrändin kehittäminen on yksi tärkeimmistä strategisista tavoitteista. (Jämsän kaupunki 2020.)

Jämsän kaupungin strategia ”Jämsä 2025” hyväksyttiin Jämsän kaupunginvaltuustolla vuonna 2019. Strategiassa asetetaan tavoitteita Jämsän tulevaisuudelle. Jämsän kaupungin arvoja ovat yhteistyökykyisyys, palveluhenkisyys ja avoimuus. Viisioksi strategiassa on määritelty vetovoimainen, ja luonnonläheinen asumisen, yrittämisen ja matkailun kaupunki. Jämsä 2025 strategiassa on asetettu tavoitteita kilpailukykyyn ja vetovoimaan, asukkaiden peruspalveluiden, hyvän asumisen sekä lasten, nuorten ja lapsiperheiden arkeen liittyen. Strategiassa on asetettu tavoitteita myös ympäristöön liittyen. Jämsälle halutaan ympäristöohjelma, jonka mukaisiin ympäristötekoihin kaupunki sitoutuu. Tarkoituksena on muun muassa lisätä kuntalaisten ympäristötietoisuutta ja -tekoja sekä ottaa ilmastovaikutuksia mukaan päätöksentekoon. Tavoitteisiin pyritään pääsemään strategisen ympäristöohjelman avulla, jota toteutetaan talousarvioissa ja toimintasuunnitelmissa. (Jämsä 2019.)

Jämsä 2025 -strategian yhtenä tavoitteena on kilpailukykyyn ja vetovoiman parantaminen sekä yrittäjyyden lisääminen. Yrittäjyyttä halutaan lisätä parantamalla yritysten toimintaympäristöä sekä panostamalla työllisyyteen. Elinvoiman ja yrittäjyyden kehittämiseksi Jämsän kaupunki on vuonna 2020 laatinut elinvoimaohjelman ja valinnut elinvoimalle neljä kärkiteemaa. Teemat ovat elinvoimainen yhteisö, yritysten toimintaympäristö, lumovoima ja matkailu. Teemat on valittu vuonna 2019 toteutetun elinvoimakyselyn sekä sidosryhmien toiveiden perusteella. Elinvoimaohjelman tarkoituksena on operatiivisen toiminnan ja kaupungin resurssien ohjaaminen siten, että ne kasvattavat elinvoimaa. Yritysten toimintaedellytyksiä halutaan tukea kaupungin, yhteistyön sekä osaavan työvoiman kautta. (Jämsä 2020c, Jämsän kaupunki 2020.)

### 4.3 Tutkimusmenetelmien valinta

Tutkimuksessa käytetään määrällisiä eli kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Käytetty aineistonkeruumenetelmä on kysely. Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä usein käytetään niin sanottua survey-tutkimusta, jossa tietoa kerätään käyttäen kyselylomaketta tai strukturoitua haastattelua. Aineistonkeruu suoritetaan standardoidussa muodossa, mikä tarkoittaa sitä, että aineisto kerätään samalla tavalla kaikilta vastaajilta. Kyselytutkimuksen etuna on se, että sen avulla saadaan yleensä laaja tutkimusaineisto. Kyselytutkimus on tehokas menetelmä, sillä se säästää aikaa ja vaivaa aineiston helpon tallentamisen ja analysoimisen kautta. Kyselytutkimuksen heikkoutena on kuitenkin kysymysten muodostaminen. Kysymykset tulisi laatia niin, että ne olisivat mahdollisimman helposti ymmärrettäviä väärinymmärrysten ja kysymysten monitulkintaisuuden takia. Toinen kyselyihin liittyvä heikkous on mahdollinen kato, tutkimukseen vastaavien määrä voi jäädä pieneksi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 193, 195.)

Tämän tutkimuksen kohderyhmänä ovat Jämsän alueella toimivat pk-yritykset. Tutkimuksen kohderyhmän ollessa laaja, koettiin kysely ja määrällinen tutkimus parhaiksi valinnoiksi tutkimuksen toteutukseen. Näin saadaan tavoitettua useampi yritys ja mahdollisuus laajempaan aineistoon on parempi kuin esimerkiksi haastatteluilla.

### 4.4 Aineiston keruu ja tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin yhteistyössä Jämsän kaupungin sekä Jämsek Oy:n kanssa. Tutkimuksen kyselylomake tehtiin Jämsän kaupungin hallussa olevalla Webropol 3.0 -ohjelmistolla. Webropol 3.0 on kotimainen kysely- ja raportointityökalu. Se tarjoaa monipuolisen tavan kyselylomakkeiden laatimiseen ja onkin pohjoismaiden laajimmin käytetty kyselytyökalu. (Webropol 2020.) Kyselylomakkeen laatimisen jälkeen se lähetettiin kohdeyrityksille toimeksiantajan laajaa yrityshakemistoa hyödyntäen. Kyselypyynnöt lähetettiin toimeksiantajan kautta saatekirjeen kanssa (Liite 1). Lähetettäessä lomake jonkin organisaation, instituutin tai yhteisön kautta on vastausprosentti yleensä muodostunut korkeammaksi kuin tavallisesti (Hirsjärvi ym. 2009. 196).

Kyselylomake koostuu kolmesta osasta ja se on luettavissa opinnäytetyön liitteissä (Liite 2). Ensimmäinen osa keskittyy taustakysymyksiin koskien esimerkiksi yrityksen toimialaa ja yrityskokoa. Kyselylomakkeen toinen osa koskee ympäristövastuuta ja sen kannattavuutta ja kilpailuetua. Kolmas osa käsittelee yritysten tukipalveluita, niiden käyttöä sekä kehittämistä.

Kyselylomakkeessa on kaiken kaikkiaan 20 kysymystä ja kysymykset on muotoiltu kolmella eri tavalla. Lomakkeessa on avoimia kysymyksiä, joissa vastaajalle jätetään tilaa vastaamiseen omin sanoin. Osa kysymyksistä on muotoiltu monivalintakysymyksiksi, joissa on annettu valmiit vastausvaihtoehdot kysymyksiin. Kyselylomakkeesta löytyy myös asteikkoihin perustuvia kysymyksiä, joissa vastaaja valitsee väittämiin vastauksen sen mukaan, miten voimakkaasti hän on samaa tai eri mieltä annetun väittämän kanssa. (Hirsjärvi ym. 2009. 198.)

Kyselylomake on laadittu opinnäytetyön teorian pohjalta. Laatimisen jälkeen kyselylomake lähetettiin arvioitavaksi opinnäytetyön ohjaajalle, toimeksiantajan yhteyshenkilölle, Jämsekin työntekijöille ja Jämsän kunnan ympäristövastaavalle. Saadun palautteen myötä kyselylomake muokattiin lopulliseen muotoonsa.

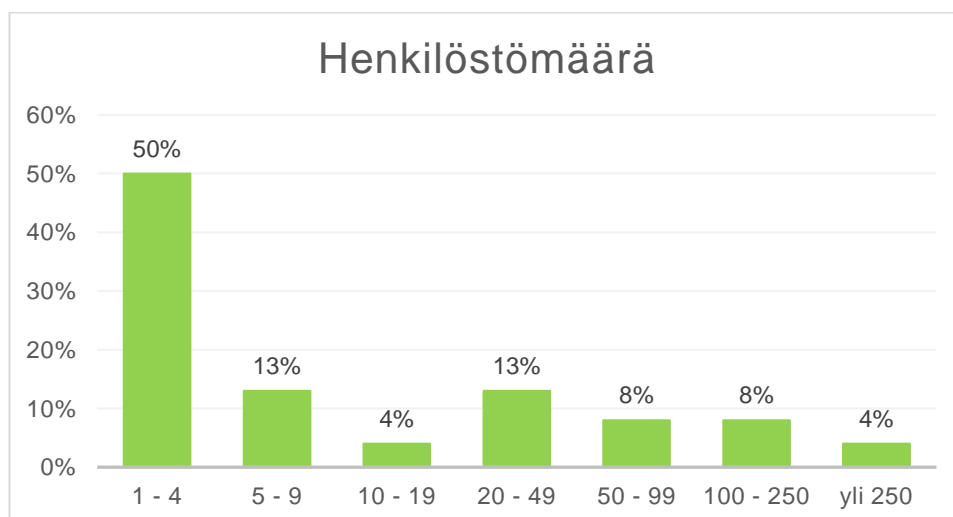
Kyselylomake julkaistiin nettilinkkinä ja tutkimuksesta tiedotettiin Jämsän kaupungin internetsivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Lisäksi tutkimuspyynnöt lähetettiin vielä yrityksille sähköpostin kautta. Tutkimuspyynnöt lähetettiin kaikille Jämsän alueen yrityksille, joiden yhteystiedot löytyivät yrityskannasta. Tutkimus avattiin 3.8.2020 ja suljettiin 31.8.2020. Tutkimus oli auki noin 3,5 viikkoa.

## 5 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa käydään läpi tutkimustulokset. Kysely lähetettiin Jämsekin yrityshakemiston kautta Jämsän alueen yrityksille. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 24 kappaletta. Kysely koostui yhteensä 20 kysymyksestä, jotka käsittelivät kolmea eri aihealuetta. Ensimmäiset kysymykset olivat kyselyn kannalta tärkeitä taustatietoja. Seuraava aihealue käsitteli ympäristövastuuta, sen kannattavuutta ja kilpailuetua. Viimeinen aihealue koski yritysten tukipalveluita. Tutkimustulokset esitetään tässä luvussa sekä sanallisesti että erilaisten kuvioiden avulla.

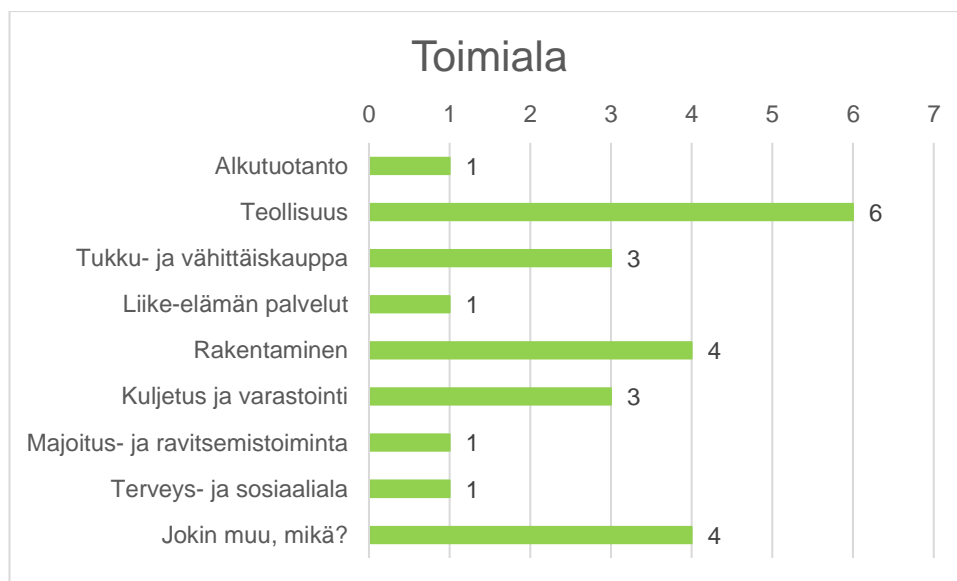
### 5.1 Yrityskoko ja toimiala

Kyselyn ensimmäiset kysymykset koskivat vastaajayritysten kokoa ja toimialaa, jotka ovat tutkimuksen kannalta tärkeitä taustatietoja. Kuten kuviosta 3 näkyy, suurin osa vastanneista yrityksistä oli 1–4 hengen pienyrityksiä. Näiden yritysten osuus kyselyyn vastanneista oli 50 %. Yritykset, joiden henkilöstömäärä oli 5–9 ja 20–49, muodostivat molemmat 13 % vastanneista. Vähiten vastaajia oli yrityksissä, joiden henkilöstömäärä oli välillä 10–19 työntekijää ja joiden henkilöstömäärä ylitti 250 työntekijää. Molemmista henkilöstöluokista tutkimukseen osallistui yksi yritys.



**Kuvio 3** Vastaajayritysten henkilöstömäärä.

Kyselyyn vastasi yrityksiä useilta eri toimialoilta. Vastaajien toimialat löytyvät kuvioista 4. Kuviossa vastaajien toimialat ovat ilmoitettu lukumääräisesti. Kuten kuviossa nähdään, eniten vastauksia saatiin teollisuusyrityksiltä, jotka muodostavat 25 % vastaajista. Jämsä on elinkeinorakenteeltaan teollisuuspainotteinen, mikä selittää teollisuusyrityksien suuren osuuden vastaajista. Toiseksi eniten vastauksia tuli rakennusosalta (17 %). Neljä yritystä oli valinnut toimialakseen vaihtoehtoista ”jokin muu”. Avoimeen tekstikenttään annettuja muita toimialoja olivat seurakunta, jätehuolto, tilitoimisto sekä mainosbrodeeraukset ja lahjatavarat. Kuljetus ja varastointi -vaihtoehdon valitsi kolme vastaajaa samoin kuin vaihtoehdon tukku- ja vähittäiskauppa. Toimialoilta alkutuotanto, liike-elämän palvelut, majoitus- ja ravitsemistoiminta sekä terveys- ja sosiaali- osallistui tutkimukseen kultakin toimialalta yksi yritys.



**Kuvio 4** Vastaajien toimiala lukumäärinä.

## 5.2 Ympäristövastuun toteuttaminen

Vastaajayrityksistä kaikki kertovat toteuttavansa ympäristövastuuta toiminnassaan. Tämä osoittaa sitä, että ympäristövastuuta otetaan nykyään huomioon monilla eri toimialoilla ja se on osa yritysten toimintaa. On kuitenkin huomioitava, että vastaajiksi on saattanut valikoitua vain yritykset, jotka toteuttavat ympäristövastuuta. Sekä saatekirjeessä että opinnäytetyötä koskevassa tiedotteessa mainit-

tiin tutkimuksen käsittelevän ympäristövastuuta. Tämä on voinut johtaa siihen, että yritykset, jotka eivät toiminnassaan huomioi ympäristövastuuta ovat saattaneet jättää vastaamatta kyselyyn.



**Kuvio 5** Syyt ympäristövastuun toteuttamiselle.

Kysymys 5, joka käsittelee syitä ympäristövastuun toteuttamiselle, on jatkokysymys kysymykselle ympäristövastuun toteuttamisesta. Vastaajia pyydettiin valitsemaan vaihtoehdoista se, jonka he kokevat suurimmaksi syyksi sille, että heidän yrityksensä toteuttaa ympäristövastuuta. Vastaustulokset on esitetty prosentteina kuviossa 5. Eniten vastauksia sai vaihtoehto ”Vastuullisuus on osa yrityksemme arvoja ja visiota”. Vastaajista 46 % valitsi kyseisen vaihtoehdon suurimmaksi syyksi ympäristövastuun toteuttamiselle. Toiseksi suosituin vastauksista oli ympäristövastuun yhteiskunnallinen merkitys, lähes 30 % vastaajista valitsi tämän vaihtoehdon. Yksikään yrityksistä ei valinnut syyksi ympäristövastuun toteuttamiselle kilpailukyvyn edistämistä.

Kyselyn kuudennessa kysymyksessä vastaajia pyydettiin omin sanoin kertomaan, millä tavoin heidän yrityksensä toteuttaa ympäristövastuuta toiminnassaan. Lähes puolet vastauksista sisälsi maininnan kierrätyksestä tai lajittelusta. Noin 23 % vastaajista mainitsi noudattavansa toiminnassaan jonkinlaisia sertifikaatteja tai ympäristöohjelmia. Vastaajista 18 % kertoi tekevänsä erilaisia ajojärjestelyjä, jotta toi-

minta olisi ympäristöystävällisempää. Käytössä on niin hybridautoja kuin ajojen suunnittelua niin, että ajokilometrejä tulisi mahdollisimman vähän. Vastaajayrityksistä lähes 32 % kiinnitti huomiota myös hankintoihin ja kalustoon. Hankintoja pyritään tekemään läheltä yritystä ja panostetaan uuteen ympäristöystävälliseen kalustoon ja tekniikkaan. Muutamassa vastauksessa nostettiin esille myös muiden opastaminen ympäristöasioissa sekä tehokkuuden parantaminen. Ympäristövas- tuun toteuttaminen näkyy monin eri tavoin yritysten toiminnassa.

Tutkimuksen kysymys 7 koski ympäristövastuun hyödyntämistä markkinointi- viestinnässä. Kysymys oli avoin kysymys ja vastaajia pyydettiin kertomaan ovat- ko he hyödyntäneet ympäristövastuuta markkinointiviestinnässään. Kysymykseen saatiin 19 vastausta, joista 12 todettiin ettei ympäristövastuuta hyödynnetä mark- kinointiviestinnässä. Kahdessa vastauksista nostettiin esille viestintä sosiaalisessa mediassa ja yksi yrityksistä taas hyödyntää ympäristövastuuta tarjoustilanteissa. Yhdellä yrityksistä on käytössään symbolijärjestelmä, jolla viestitään vastuulli- suudesta. Järjestelmä on otettu hyvin vastaan kuluttajien keskuudessa. Vastauksis- sa nostettiin myös esille se, että viestinnästä ei koeta aina olevan hyötyä, koska kuluttajat tekevät ostopäätöksensä hintojen perusteella.

### **5.3 Kannattavuus ja kilpailuetu**

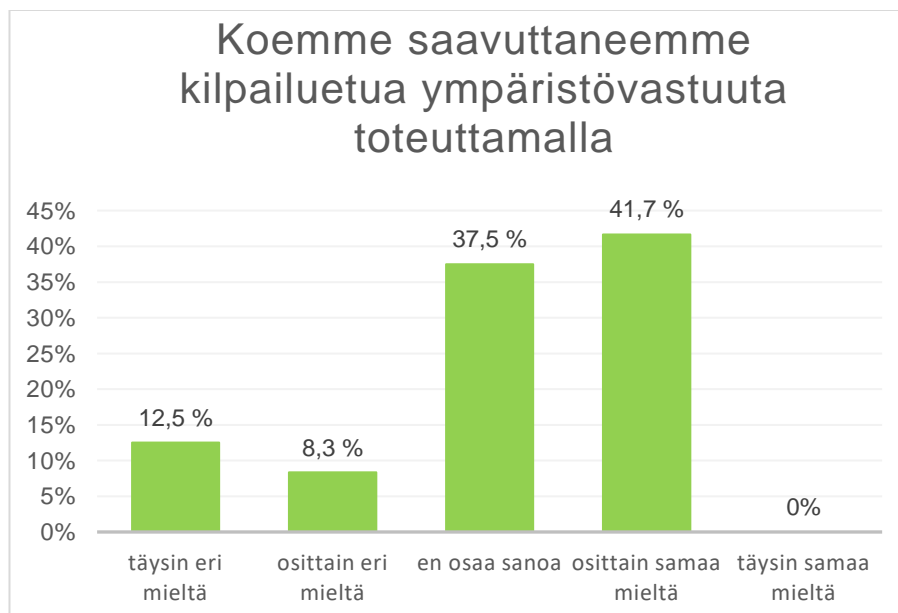
Kannattavuutta ja kilpailuetua koskevan osion ensimmäisessä kysymyksessä ky- syttiin, millaisia vaikutuksia ympäristövastuun toteuttamisella on ollut vastaajayri- tyksen kilpailukykyyn ja kannattavuuteen. Suurin osa vastaajista koki, että ympä- ristövastuulla on ollut positiivisia vaikutuksia. 42 % vastaajista koki vaikutusten olleen pääosin positiivisia ja 21 % vastaajista jokseenkin positiivisia. Vastaajista yksi koki vaikutusten olleen pääosin negatiivisia. Kolmasosa vastaajista vastasi, ettei ympäristövastuun toteuttamisella ole ollut vaikutusta kilpailukykyyn tai kan- nattavuuteen.

Kyselylomakkeen kysymys numero 9 käsitteli sitä, onko ympäristövastuu vaikut- tanut yritysten liiketoiminnan kustannuksiin. Vastaajista 46 % koki, ettei ympäris- tövastuulla ole vaikutusta kustannuksiin. Yrityksistä 29 % raportoi puolestaan

kustannusten nousseen, kun taas 17 % kertoi kustannusten laskeneen. ”En osaa sanoa” vaihtoehdon valitsi vastaajista 8 %.

Kysyttäessä ympäristövastuun toteuttamisen vaikutuksesta hinnoitteluun, yhdenkään vastaajaryityksen hinnat eivät olleet laskeneet ympäristövastuun toteuttamisen ansiosta. Vastaajista 17 % kertoi hintojensa nousseen ja 83 % raportoi, ettei ympäristövastuulla ole vaikutusta hinnoitteluun. Ympäristövastuulla ei ole siis positiivisia vaikutuksia palveluiden ja tuotteiden hintoihin.

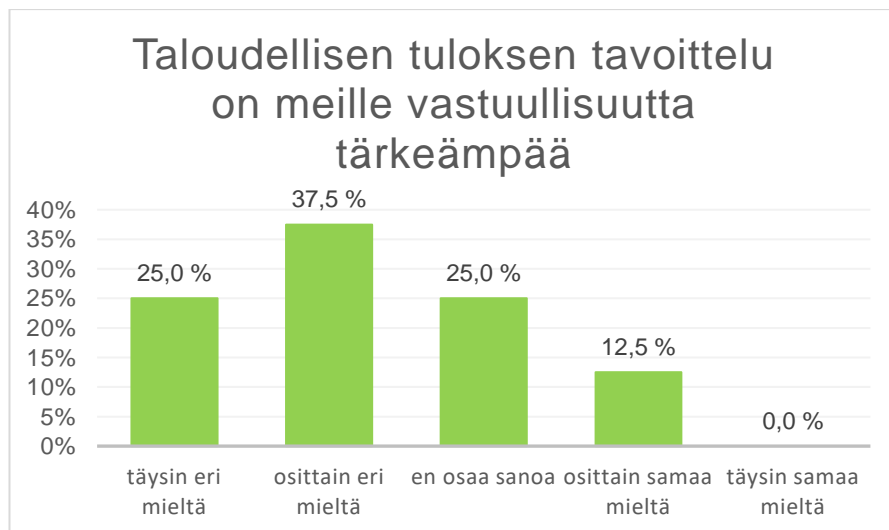
Vastaajia pyydettiin seuraavaksi ottamaan kantaa kahteen väitteeseen. Vastaukset annettiin asteikolla 1–5 Likertin asteikkoa hyödyksi käyttäen. Vaihtoehto 1 valittiin, jos väitteen kanssa oltiin täysin eri mieltä ja vaihtoehto 5, jos oltiin täysin samaa mieltä. Kuviossa 6 on esitetty vastausjakauma väitteeseen ”Koemme saavuttaneemme kilpailuetua ympäristövastuuta toteuttamalla”. Eniten vastauksia tuli kohtaan ”osittain samaa mieltä” (41,7 %), toiseksi eniten vastauksia taas ”en osaa sanoa” (37,5 %). Vastausten keskiarvo on 3,08, mikä viittaa siihen, että keskimäärin ei osata ottaa kantaa siihen, onko ympäristövastuun avulla saavutettu kilpailuetua.



**Kuvio 6** Kilpailuetua ympäristövastuun avulla.

Seuraava väite koski taloudellisen tuloksen tavoittelun tärkeyttä vastuullisuuteen suhteutettuna. Vastaajia pyydettiin ottamaan kantaa väitteeseen ”Taloudellisen tuloksen tavoittelu on meille vastuullisuutta tärkeämpää”. Vastausvaihtoehdot olivat samat kuin edellisessäkin väitteessä eli asteikolla 1–5. Vastausjakauma väitteeseen on esitetty prosentuaalisesti kuviossa 7.

Osittain samaa mieltä väitteen kanssa oli 12,5 % vastaajista, mutta enemmistö oli kuitenkin väitteen kanssa eri mieltä eli vastuullisuus koetaan taloudellista tulosta tärkeämmäksi. Osittain eri mieltä väitteen kanssa oli 37,5 % vastaajista ja täysin eri mieltä taas 25 %. Neljäsosa vastaajista eli 25 % valitsi vaihtoehdon ”en osaa sanoa”. Tässä väitteessä vastausten keskiarvo on 2,25, mikä osoittaa vastuullisuuden olevan keskimääräisesti tärkeämpi tekijä liiketoiminnassa kuin taloudellisen tuloksen tavoittelun.

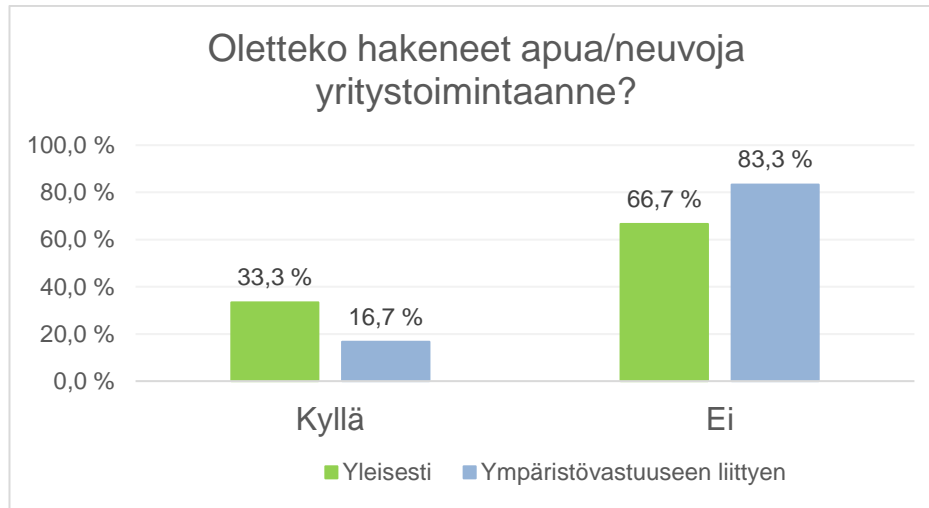


**Kuvio 7** Taloudellisen tuloksen tavoittelu on vastuullisuutta tärkeämpää.

#### 5.4 Yritysten tukipalvelut

Kyselyn viimeisessä osiossa keskityttiin yritysten tukipalveluihin ja niiden kehittämiseen. Yritystukiosion ensimmäisissä kysymyksissä yrityksiä pyydettiin kertomaan ovatko he hakeneet apua tai neuvoja yleisesti liiketoiminnan kehittämiseen tai ympäristövastuuseen liittyen. Asioita kysyttiin erillisillä kysymyksillä, mutta tulokset ovat kootusti kuviossa 8. Yleisesti apua liiketoimintaan liittyen oli

hakenut kolmasosa vastaajista eli 33,3 %, kun taas ympäristövastuuseen liittyen luku oli huomattavasti pienempi, 16,7 % vastaajista.



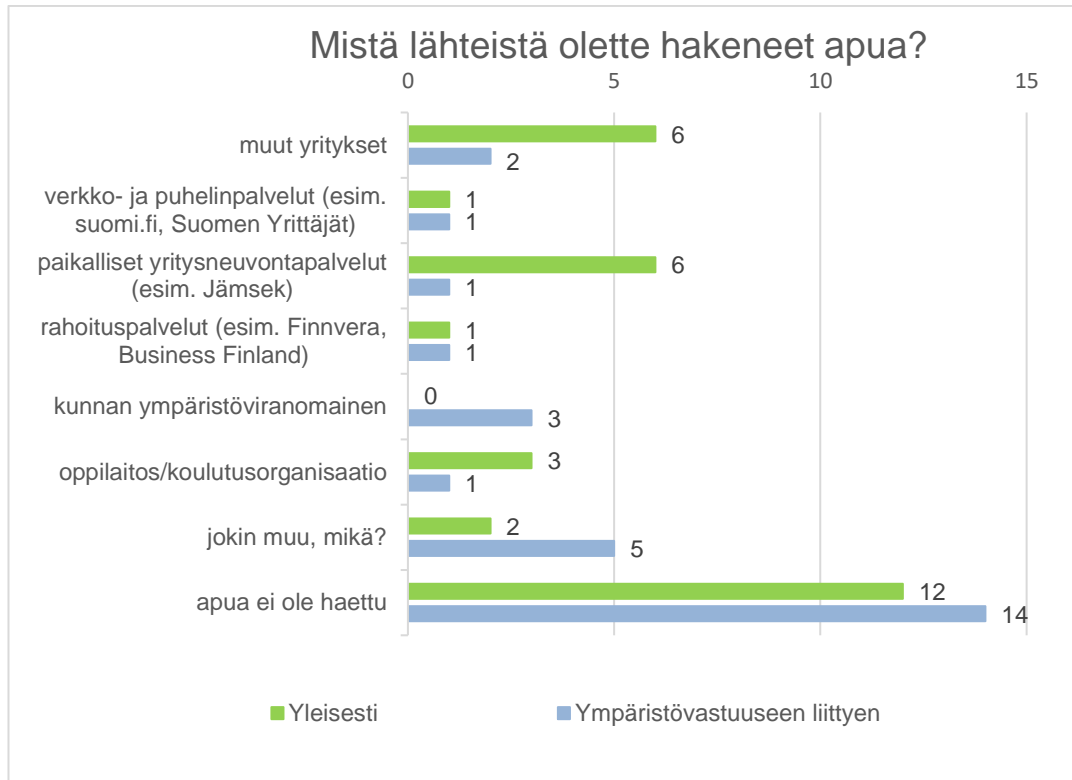
**Kuvio 8** Oletteko hakeneet apua yritystoimintaan?

Seuraavassa kahdessa kysymyksessä vastaajia pyydettiin valitsemaan mistä eri lähteistä he ovat hakeneet apua. Kysymyksessä 16 pyydettiin valitsemaan avunlähteet, joista apua oli haettu yleisesti liiketoimintaan liittyen ja kysymyksessä 17 taas pelkästään ympäristövastuuseen liittyen. Vastaajat pystyivät valitsemaan useamman käyttämänsä avunlähteet. Vastaukset molempiin kysymyksiin on koottu samaan kuvioon (kuvio 9) ja vastaukset ovat raportoitu vastausmäärien mukaan.

Liiketoiminnan kehittämiseen yleisesti liittyen eniten apua ja neuvoja oli haettu paikallisilta yritysneuvontapalveluilta sekä muilta yrityksiltä. Molempiin vaihtoehtoihin tuli kuusi vastausta. Myös vaihtoehto ”oppilaitos/koulutusorganisaatio” sai kolme valintaa. Vastaajista kaksi oli valinnut vaihtoehdon ”jokin muu, mikä?”. Muiksi avunlähteiksi oli nimetty konsulttiyritys, kansainväliset vastuullisuusorganisaatiot sekä -järjestöt ja yritysverkostot pohjoismaissa ja kansainvälisesti.

Ympäristövastuuseen liittyen apua on haettu eniten muista avunlähteistä. Muita avunlähteitä ympäristövastuuseen liittyen olivat aluehallintovirasto, toimialan liitto, valtion teknillinen tutkimuskeskus VTT sekä tavarantoimittajat. Myös jätehuollolta on haettu apua ympäristövastuukysymyksissä. Muiden avunlähteiden

jälkeen toiseksi suosituin apu ympäristökysymyksiin löytyy kunnan ympäristöviranomaiselta, jonka valitsi kolme vastaajaa.



**Kuvio 9** Mistä lähteistä olette hakeneet apua?

Tukipalveluihin liittyen kyselylomakkeessa oli kolme väitettä, joihin vastaajia pyydettiin ottamaan kantaa asteikolla 1-5 (1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä). Ensimmäinen väite käsitteli sitä, kokevatko yritykset tarvitsevansa apua ympäristövastuun toteuttamisessa. Vastausten keskiarvo oli 2,67, mikä viittaa siihen, että yritykset eivät keskimäärin koe tarvitsevansa apua ympäristövastuuseen liittyen. Vastaukset kuitenkin jakautuivat niin, että osa yrityksistä koki (33 %) tarvitsevansa apua, mutta suurin osa kuitenkin ei (50 %), minkä takia keskiarvo jäi alle 3.

Seuraava väittämä oli ”koemme yritysten tuki- ja neuvontapalvelut hyödyllisiksi”. Tähän väittämään vastausten keskiarvo oli 3,74, mikä osoittaa, että suurin osa yrityksistä kokee tukipalveluista olevan jonkinlaista hyötyä liiketoimintaan. Yli puolet vastaajista (56 %) valitsi väittämään vaihtoehdon ”jokseenkin samaa mieltä”.

Kolmas ja viimeinen tukipalveluihin liittyvällä väittämällä haluttiin selvittää vastaajien kantaa siihen, onko tukipalveluista apua ympäristövastuun toteuttamisessa. Tähän väittämään enemmistö vastaajista (58 %) ei ottanut kantaa valitsemalla vaihtoehdon ”en osaa sanoa”. Tätä voi selittää esimerkiksi se, että ympäristövastuun tukipalveluista ei ole kokemusta tai tietoa, mikä hankaloittaa kannan ottamista. Vastaajista 29 % oli kuitenkin väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä, mikä nostaa vastausten keskiarvon 3,42 eli tukipalveluista olisi hyötyä ympäristövastuun toteuttamisessa.

Kyselylomakkeen kaksi viimeistä kysymystä olivat avoimia kysymyksiä, joissa vastaajilla oli mahdollisuus omin sanoin kertoa mielipiteitään ja toiveitaan tukipalvelujen suhteen. Kysymyksessä 19 vastaajayrityksiä pyydettiin kertomaan, minkälaista tukea he toivoisivat ympäristövastuun toteuttamiseen liittyen. Viidesssä vastauksessa nostettiin esille koulutusten järjestämistä. Myös yhteistyö muiden yritysten sekä kunnan kanssa kiinnostaa yrityksiä. Yhteistyö nostettiin esille koulutusten tavoin viidesssä vastauksessa. Taloudellisen tuen mainitsi neljä vastaajaa. Yksi yrityksistä oli valmis ottamaan kaiken mahdollisen avun vastaan, ja toinen taas ei kokenut tarvitsevansa apua ollenkaan.

Osassa vastauksista nousi esille ongelmia ympäristövastuun toteuttamisessa, vaikka halua siihen olisikin. Yksi vastaajista kiteyttää hyvin, kuinka joissain tapauksissa asiakkaat arvostavat alhaisia hintoja, hieman kalliimman ympäristöystävällisen toiminnan sijaan. Joissain tapauksissa asiakkaan arvot eivät kohtaa yrityksen kanssa, mikä voi aiheuttaa vaikeuksia yrityksen halulle toimia ympäristöystävällisesti.

*”Mielestäni ympäristövastuun toteutus lähtee liikkeelle omalla yritysallani tilaajasta ja sen arvoista. Kunnallinen tilaaja valitettavasti arvostaa korkealle ainoastaan suurimmaksi osaksi taloudellisen puolen, alhaisella hinnalla ei saa ympäristövastuullista palveluani. Omalla alallani sopimuksia tehdään huoletta kaukana toimivien matalia hintoja tarjoavien yritysten kanssa, toiminta tulee ympäristöä ajatellen epäeettiseksi mutta raha ratkaisee, kun paikallista toimijaa ei valita.”*

Yksi vastaajista nosti esille myös resurssipulan selvitystyöhön kiireisessä arjessa ja toivoi mahdollista rahallista tukea konsultointipalveluihin.

*”Rahallinen tuki esimerkiksi konsultointipalveluihin voisi auttaa, sillä selvitystyö voi kestää ja viedä lisäksi jo valmiiksi kiireisessä arjessa myös oman projektihenkilökunnan resursseja.”*

Kyselyn viimeisessä kysymyksessä vastaajat pääsivät kertomaan, miten heidän mielestään yritysten tukipalveluita voitaisiin kehittää, jotta ne paremmin palvelisivat ympäristövastuun toteuttamisessa. Kysymykseen saatiin kuusi vastausta, jotka olivat melko erilaisia keskenään. Yhdessä vastauksessa toivottiin, että neuvontapalvelut perehtyisivät paremmin yritysten tavoitteisiin ja ongelmakohtiin. Myös toinen yritys nosti paremman yrityksiin perehtymisen esille.

*”Mielellään viranomaiset tutustuisivat yrityksiin ja antaisivat suoraan neuvoja eri vaihtoehtoista yrityskohtaisesti.”*

Yksi yrityksistä toivoisi uusimman tiedon jakamista liittyen ympäristövastuun tekniseen toteutukseen ja rahoittamiseen. Vastauksissa nousi esille myös toive kuntatasoisesta kannanotosta ympäristövastuuseen.

*”--todellisuudessa Jämsän kaupunki ei ota kantaa ympäristövastuuseen. Siellä ei vaadita tiettyjä ympäristövastuullisuuteen liittyviä asioita yhtään tai ainakin se on hyvin vähäistä.”*

Kunnan siis toivottaisiin ottavan enemmän kantaa ympäristöasioihin ja vaatimaan ympäristövastuun toteuttamista yrityksiltä.

## 6 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia ympäristövastuun liiketoiminnallista kannattavuutta Jämsän alueen yrityksissä sekä yritysten tukipalveluiden käyttöä. Ympäristövastuun toteuttamisesta puhutaan nykyään enemmän ja lisääntyvä kilpailu sekä sidosryhmien lisääntynyt kiinnostus ohjaavat yrityksiä toimimaan ympäristön kannalta vastuullisemmin. Myös ilmastonmuutos ja sen vaikutukset ohjaavat yritystoimintaa. Ympäristövastuun toteuttaminen voi kuitenkin tuntua yrityksistä vieraalta ja se voi aiheuttaa erilaisia kustannuksia yrityksille.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisia menetelmiä käyttäen. Tutkimusaineisto kerättiin kyselylomakkeen avulla, joka koostui 20 kysymyksestä. Tutkimuksesta tiedotettiin toimeksiantajan internet-sivuilla sekä sosiaalisessa mediassa. Kyselylomake lähetettiin myös suoraan yrityksille sähköpostitse toimeksiantajan kautta.

Tämän opinnäytetyön viimeisessä luvussa käydään läpi kyselylomakkeilla saatuja keskeisiä tutkimustuloksia. Tämän jälkeen tarkastellaan tutkimuksen luotettavuutta ja lopuksi pohditaan mahdollisia aiheita tulevaisuuden tutkimuksille.

### 6.1 Keskeiset tutkimustulokset

Tutkimuksella haettiin vastauksia seuraaviin kysymyksiin

- Miten yritys kokee ympäristövastuun toteuttamisen vaikuttavan liiketoimintaan ja sen kannattavuuteen?
- Miten ympäristövastuu toimii kilpailuetuna?
- Minkälaista tukea yritykset kokevat tarvitsevansa ympäristövastuun toteuttamisessa?

Lisäksi tutkimuksella pyrittiin hakemaan vastauksia ympäristövastuun toteuttamisen taustalla vaikuttaviin motivaatiotekijöihin sekä yritysten tukipalveluiden käyttöön. Keskeiset tutkimustulokset käsitellään kysymyskohtaisesti omina alalukuihin.

### 6.1.1 Ympäristövastuun vaikutukset liiketoimintaan

Ympäristövastuu koetaan positiivisena tekijänä yrityksen liiketoiminnassa ja kaikki tutkimukseen osallistuneista yrityksistä kertoivat toteuttavansa ympäristövastuuta toiminnassaan. Ympäristövastuuta toteutetaan monipuolisesti ja etenkin kierrätys ja jätteiden lajittelu on mukana monen yrityksen toiminnassa. Myös erilaisten sertifikaattien noudattaminen sekä erilaiset ajojärjestelyt ovat suosittuja yritysten keskuudessa. Vaikka ympäristövastuu onkin osana yritysten toimintaa, ovat sen vaikutukset kannattavuuteen vaihtelevia yrityskohtaisesti. Tähän voi vaikuttaa esimerkiksi se, että ollaanko ympäristövastuuasioiden toimintaan mukaan ottamisessa vasta alkuvaiheessa. Alkuvaiheessa kustannukset saattavat nimittäin usein olla korkeammat, mutta alkuinvestointien jälkeen toiminnan kannattavuus usein paranee. Pääosin yritykset kuitenkin kokivat ympäristövastuun vaikuttavan positiivisesti kannattavuuteen.

Osalla yrityksistä ympäristövastuun toteuttaminen vaikuttaa tuotteiden ja palveluiden hinnoitteluun kalliimpien tuotteiden muodossa, mutta suurimmalla osalla vaikutusta ei ole näkyvillä. Kuten tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa nostettiin jo esille, asiakas usein kokee ympäristövastuun kaupan perusedellytyksenä eikä näin ollen ole aina valmis maksamaan siitä lisää. Tämän takia on ymmärrettävää, ettei ympäristövastuu juurikaan näy hinnoittelussa.

Suurin osa tutkimukseen osallistuneista yrityksistä oli sitä mieltä, että ympäristövastuu ei aiheuta merkittäviä lisäkustannuksia yrityksille ja osalla liiketoiminnan kustannukset ovat jopa laskeneet. Tämä osoittaa sen, ettei ympäristövastuuta tarvitse ajatella pelkkänä kulueränä liiketoiminnassa, vaan sillä voi olla positiivisia vaikutuksia liiketoiminnan kannattavuuteen. Kuitenkin suurempi osa tutkimukseen osallistuneista oli sitä mieltä, että liiketoiminnan kustannukset olivat ennemminkin nousseet kuin laskeneet. Tästä huolimatta vastuullisuus koetaan tärkeämpänä kuin taloudellisen tuloksen tavoittelu, mikä on merkki siitä, että yritykset ottavat toiminnassaan huomioon yhteiskunnan sekä sidosryhmien toiveet ympäristövastuun toteuttamisesta. Kannattavuuden parantaminen ei ole yritysten pääsyy

ympäristövastuun toteuttamiseen, vaan tärkeämpänä pidetään yrityksen omia arvoja sekä ympäristövastuun yhteiskunnallista merkitystä.

### **6.1.2 Ympäristövastuu kilpailuetuna**

Tutkimuksella pyrittiin saamaan vastauksia myös siihen, miten ympäristövastuu toimii kilpailuetuna. Ympäristövastuun muuttaminen kilpailueduksi ei ole aina helppoa, mikä heijastuu myös tutkimustuloksiin. Kilpailuedun edistäminen ei ole ensisijainen syy ympäristövastuun toteuttamiseen, eikä suurin osa tutkimukseen osallistuneista yrityksistä osaa ottaa kantaa siihen, onko kilpailuetua ympäristövastuulla saavutettu. Osa yrityksistä kuitenkin koki kilpailukyvyn parantuneen vastuullisen toiminnan kautta.

Kilpailuedun saavuttamiseen vaikuttaa myös se, että kuluttajien ostopäätöksissä joissain tapauksissa raha ratkaisee, jolloin mahdollisesti kalliimmat ympäristövaustuulliset tuotteet ja palvelut saattavat jäädä hankkimatta. Ongelma nousi myös esille tutkimuksessa. Kuluttajille joissain tapauksissa raha on ratkaiseva tekijä hankintoja tehdessä, alhaisin hinta ratkaisee. Tämä vaikeuttaa ympäristövastuun ottamista mukaan liiketoimintaan mahdollisten lisäkustannusten takia, vaikka halua vastuulliseen toimintaan olisikin. Lisäksi kuluttajien päätös valita tuotteita vain taloudellisesta näkökulmasta vaikeuttaa ympäristövastuun kautta saatavaa kilpailuetua.

Kilpailuetuun liittyy myös markkinointiviestintä. Tutkimuksen perusteella suurin osa yrityksistä ei hyödynnä ympäristövastuuta omassa markkinointiviestinnässään, vaikka tutkitusti tästä on apua kilpailuedun saavuttamisessa parantuneen imagon ansiosta. Osalla yrityksistä kuitenkin ympäristövastuu on otettu mukaan markkinointiviestintään esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

### **6.1.3 Tuki ympäristövastuun toteuttamiseen**

Tuen hakeminen ympäristövastuuseen liittyen ei ole yritysten keskuudessa kovin yleistä. Huomattavasti yleisempää on tuen hakeminen muihin yritystoimintaa koskeviin asioihin liittyen. Tukipalveluista koetaan olevan yleisesti hyötyä ympäristövastuun toteuttamiseen, vaikka keskimäärin yritykset eivät koekaan itse tar-

vitsevansa apua ympäristövastuussa. Ympäristövastuuseen liittyen eniten apua on haettu kunnan ympäristöviranomaiselta. Tukipalveluista ei välttämättä olla tietoisia, vaikka niitä tarjolla onkin. Tarjonta tuesta ympäristövastuuseen liittyen on kuitenkin vielä melko vähäistä tai mahdollisesti hankalasti löydettävissä, minkä takia kunnan ympäristöviranomainen koetaan helposti lähestyttäväksi avunlähteeksi ympäristökysymyksissä.

Vaikka yritykset eivät olekaan ahkerasti hakeneet apua ympäristövastuuasioissa, tukea oltaisiin kuitenkin avoimesti ottamassa vastaan etenkin rahallisten tukien ja koulutusten muodossa. Myös yhteistyöhön niin kunnan kuin muidenkin yritysten kanssa ollaan valmiita ja halukkaita.

Erilaisille koulutuksille ja rahalliselle tuelle olisi siis tarvetta. Myös kunta voisi enemmän ottaa kantaa ympäristöasioihin ja asettaa säädöksiä, joita yritysten tulisi noudattaa. Ympäristöasioita olisi mielekästä kehittää tutun konsultin kanssa, joka olisi perillä yrityksen omista tavoitteista ja erityispiirteistä. Henkilökohtaisille konsulttipalveluille olisi siis kysyntää, tämä kuitenkin taas aiheuttaisi lisäkustannuksia yrityksille, jolloin mahdollisille tukieuroille olisi tarvetta. Koulutusten järjestäminen ja tiedottaminen ympäristövastuuasioista tukisi myös ympäristövas-  
tuun toteuttamisessa.

## **6.2 Tutkimuksen luotettavuus**

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan mitata erilaisin mittaus- ja tutkimustavoin. Keskeisiä käsitteitä luotettavuutta arvioitaessa ovat reliaabelius ja validius. Reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta ja tutkimuksen kykyä tuottaa eissattumanvaraisia tuloksia. Tulosta voidaan pitää reliaabelina esimerkiksi, jos useampi arvioija päätyy samanlaiseen tulokseen tai jos samaa henkilöä eri tutkimuskerroilla testataan ja tulokset ovat samanlaisia. (Hirsjärvi ym. 2009. 231.)

Tämän opinnäytetyön tutkimustulosten luotettavuutta arvioitaessa tulee ottaa huomioon kyselyn hyvin pieni vastausprosentti. Sähköpostitse lähetetty kyselylomake tavoitti 768 jämsäläisyritystä, joka on lähes puolet Jämsän yrityksistä, joita on kaiken kaikkiaan 1592 kappaletta. Vastauksia saatiin määrällisesti vain 24, jo-

ka on 3,1 % kyselypyynnön vastaanottaneista. Vastausprosentti jäi hyvin pieneksi, minkä takia tutkimuksen luotettavuus jää heikoksi. Pieneen vastausprosenttiin on voinut vaikuttaa esimerkiksi se, että yritykset, jotka eivät toteuta ympäristövastuuta toiminnassaan ovat saattaneet jättää vastaamatta kyselyyn. Myös yritysten ongelmat koronaviruksen ja sen aiheuttamien rajoitusten kanssa on voinut vaikuttaa niin yritysten mielenkiintoon kyselyä kuin ympäristövastuutakin kohtaan. Etenkin matkailu- ja ravitsemusalan sekä liike-elämän palveluiden osuus vastaajista jäi hyvin pieneksi, vaikka näiden merkitys Jämsälle onkin suuri. Pienen vastausprosentin takia tutkimustuloksista ei voida tehdä yleistyksiä. Tästä huolimatta tutkimustuloksista on silti varmasti hyötyä toimeksiantajalle, koska tutkimuksen kautta saatiin kuitenkin yritysten ajatuksia ympäristövastuusta sekä tukipalveluista ja niiden kehittämistä.

Luotettavuuteen vaikuttaa myös heikentävästi se, että lähdemateriaali on jäänyt yksipuoliseksi ja teoria on kerätty pääasiassa erilaisista Internet-lähteistä. Kirjallisuus lähdemateriaaleina on jäänyt vähäiseksi koronan suljettua kirjastot. Tulosten luotettavuutta kuitenkin parantaa se, että tutkimustulokset saatiin suoraan noudettua Webropol-ohjelmistosta prosentteina ja kuvioina. Vastauksia ei tarvinnut manuaalisesti siirtää itse, mikä minimoi virheiden määrän. Vastausprosentin jäätyä niin alhaiseksi, on reliabiliteetti kuitenkin matala. Tutkimustulokset jäivät sattumanvaraisiksi, koska niistä ei voida tehdä yleistyksiä.

Reliaabeliuksen eli luotettavuuden ohella tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa on huomioita myös validius eli tutkimuksen kyky mitata juuri sitä, mitä oli tarkoituskin mitata. Tutkijan kuvitelmista huolimatta joskus käy niin, että käytetyt mittarit ja menetelmät eivät vastaa sitä mitä tutkimukselta haluttiin. Esimerkiksi kyselylomakkeen vaarana on se, että vastaajat ymmärtävät kysymyksiä eri tavoin. (Hirsjärvi ym. 2009. 231.)

Tutkimuksella saatiin vastauksia kaikkiin opinnäytetyöprosessin alussa asetettuihin tutkimuskysymyksiin, mikä tekee tutkimuksesta validin. Validiutta tukee myös se, että, kyselylomakkeen kysymykset hyväksyttiin useammalla taholla ennen tutkimuksen varsinaista toteuttamista. Palautteen perusteella kysymyksiä

pystyttiin muokkaamaan ymmärrettävämmiksi, jotta kysymysten väärinymmärrysten riski saatiin minimoitua. Tästä huolimatta kyselylomakkeissa on kuitenkin aina vaarana, että väärinymmärryksiä voi tapahtua.

### 6.3 Jatkotutkimusehdotukset

Ympäristövastuun ja yritysten tukipalveluiden saralla tutkittavaa löytyy vielä paljon. Ympäristövastuun merkitys nousee koko ajan ja vaikka aiheita onkin tutkittu jo paljon, lisätutkimuksille on silti tarvetta. Yritysten tukipalveluita ei puolestaan ole tutkittu paljon, mikä avaa aiheita tutkimuksille tällä aihealueella. Yritystukipalveluiden näkökulmasta palveluiden kehittämistä voitaisiin tarkastella yleisellä tasolla, sillä tutkimus erilaisten tukipalveluiden käytöstä on vielä vähäistä.

Tämän tutkimuksen vastausprosentti jäi alhaiseksi, minkä takia yleistyksiä ei tutkimuksen perusteella voida tehdä. Tästä syystä uusi vastaavanlaisen tutkimus olisi hyvä tehdä, jotta saataisiin lisätietoa aiheesta. Tutkimuksen voisi toteuttaa vastaavanlaisena uudestaan tai keskittyä johonkin tiettyyn toimialaan, koska toimialojen kesken on paljon eroja ympäristövastuun toteuttamisessa. Esimerkiksi teollisuusalalla ympäristövastuun toteuttaminen on selvemmin näkyvässä jokapäiväisessä toiminnassa energiatehokkuuden ja materiaalin käytön muodossa, kun taas palvelualoilla ympäristövastuu saattaa vielä olla vieraampi käsite eikä sen toteuttaminen ole niin näkyvää. Tämän takia esimerkiksi tutkimus palvelualojen ympäristövastuusta olisi mielenkiintoinen.

Tässä tutkimuksessa keskityttiin kannattavuudessa sen subjektiiviseen mittaamiseen eli siihen, miten yritykset itse kokevat ympäristövastuun vaikuttavan kannattavuuteen. Tämä voi kuitenkin erota ympäristövastuun todellisista, objektiivisista vaikutuksista kannattavuuteen. Tulevaisuuden tutkimuksessa kannattavuutta voitaisiin tutkia objektiivisesti eri numeroiden ja tilastojen avulla. Toinen vaihtoehto olisi tehdä sekä laadullinen että määrällinen tutkimus aiheesta tutkien ensin ympäristövastuun objektiivisiä vaikutuksia ja sen jälkeen yrityksen ajatuksia aiheesta ja vertailla näitä keskenään.

## LÄHTEET

- Barney, J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management* 99–120.
- Business Finland 2020 a. Tietoa Business Finlandista. Viitattu 25.4.2020.  
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/tietoa-meista/lyhyesti/>
- Business Finland 2020 b. Rahoituspalvelut. Viitattu 25.4.2020.  
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/>
- Bärlund, A. & Perko, S. 2013. *Kestävä johtajuus*. Helsinki. Talentum.
- Ekokompassi 2020. Taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristövastuu. Viitattu 17.3.2020. <https://ekokompassi.fi/yritysvastuu/>
- ELY-keskus 2018. Kehittämispalvelut-yleisesittely. Viitattu 15.3.2020.  
<https://www.ely-keskus.fi/web/yritystenkehittamispalvelut/kehittamispalvelut>
- Epstein, M. J. 2008. *Making Sustainability Work: Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impacts*. Sheffield. Greenleaf Publishing Limited.
- Epstein, M. J. & Rejc Buhovac, A. 2014. *Making Sustainability Work: Best Practices in Managing and Measuring Social, Environmental and Economic Impacts*. Sheffield. Greenleaf Publishing Limited.
- FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy 2018. *Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet*. Viitattu 22.4.2020.  
[https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti\\_selvitys\\_kestavan\\_matkailun\\_nykytila\\_ja\\_kehittamistarpeet-.pdf](https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti_selvitys_kestavan_matkailun_nykytila_ja_kehittamistarpeet-.pdf)
- Finnvera 2020. Finnvera lyhyesti. Viitattu 20.4.2020.  
<https://www.finnvera.fi/finnvera/tietoa-finnverasta/finnvera-esittely>
- Gadenne, D.L., Kennedy, J. & McKeiver, C. 2009. An Empirical Study of Environmental Awareness and Practices in SMEs. *Journal of Business Ethics* 84. 45 – 63. Saatavilla <https://search-proquest-com.ezproxy.puv.fi/abicomplete/docview/198115813/D27B54F476E742D4PQ/2?accountid=27304>
- Gregory, A. 2019. 6 Reasons Collaboration Can Help You Grow Your Business. *The Balance Small Business*. Viitattu 15.4.2020.  
<https://www.thebalancesmb.com/collaboration-grows-your-business-2951718>

Hannula, M. 2020. Lisäarvoa yritystoimintaan yhteistyöllä oppilaitosten ja korkeakoulujen kanssa. Elinkeinoelämän keskusliitto. Viitattu 9.9.2020.

<https://ek.fi/mita-teemme/innovaatiot-ja-osaaminen/osaaminen-ja-koulutuspolitiikka/yritys-oppilaitos-yhteisty/>

Hawkins, D. E. 2006. Corporate social responsibility. New York. Palgrave Macmillan.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15., uudistettu painos. Hämeenlinna. Kariston kirjapaino Oy.

Invest in Jämsä 2020a. Yrittämään Jämsään. Viitattu 22.9.2020.

<https://investinjamsa.fi/yrittamaan-jamsaan/>

Invest in Jämsä 2020b. Himos. Viitattu 22.9.2020.

<https://investinjamsa.fi/yrittamaan-jamsaan/himos/>

Jahdi, K. S. & Acikdilli, G. 2009. 3 Marketing Communications and Corporate Social Responsibility (CSR): Marriage of Convenience or Shotgun Wedding? Journal of Business Ethics Vol. 88, Iss. 1. 103-113. Saatavilla <https://search-proquest-com.ezproxy.puv.fi/abicomplete/docview/198025417/EFF86619C5414FD3PQ/3?accountid=27304>

Jamison, A., Reynolds, M., Holroyd, P., Veldman, E. & Tremblett, K. 2005. Defining Corporate Environmental Responsibility. Viitattu 11.3.2020.

[https://www.pembina.org/reports/CER\\_Final\\_print.pdf](https://www.pembina.org/reports/CER_Final_print.pdf)

Juutila, S. 2016. Strategisen yritysvastuun käsikirja. Helsinki. Talentum Pro.

Jämsek 2019. Elinkeinorakenne ja työpaikat Jämsässä. Viitattu 14.9.2020.

<https://www.jamsek.fi/tutustu-toimintaamme/tilastot/elinkeinot/>

Jämsek 2020. Mikä on Jämsek. Viitattu 14.9.2020. <https://www.jamsek.fi/tutustu-toimintaamme/>

Jämsä 2019. Jämsä 2025 – arvot, visio ja toiminta-ajatus, strategiset tavoitteet ja toimenpiteet. Viitattu 7.9.2020.

[https://www.jamsa.fi/images/hallinto/strategia\\_2025.pdf](https://www.jamsa.fi/images/hallinto/strategia_2025.pdf)

Jämsä 2020a. Kuntainfo. Viitattu 3.4.2020. <https://www.jamsa.fi/info-ja-asiointi/kuntainfo>

Jämsä 2020b. Kaupunki työnantajana. Viitattu 14.9.2020.

<https://www.jamsa.fi/palvelut/tyo-ja-elinkeino/jamsa-tyonantajana>

Jämsä 2020c. Yrittäjyyden ja elinvoiman kehittämisen painopisteet. Viitattu 23.9.2020. <https://www.jamsa.fi/yrittaminen/kehittaminen/painopisteet>

Jämsän kaupunki 2020. Jämsän elinvoimaohjelma. Viitattu 23.9.2020.  
<http://jamsa.oncloudos.com/kokous/20201361-12-1.PDF>

Kuntaliitto 2017. Kunnan ympäristönsuojeluviranomainen. Viitattu 20.7.2020.  
<https://www.kuntaliitto.fi/yhdyskunnat-ja-ymparisto/ymparisto/ymparistonsuojelu/kunnan-ymparistonsuojeluviranomainen>

L 5.12.1996/1013. Laki kuntien ympäristönsuojelun hallinnosta. Säädös säädös-tietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 24.6.2020.  
<https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1986/19860064>

L 21.7.2016/624. Osakeyhtiölaki. Säädös säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 9.4.2020. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624#O1L1P5>

Liimatainen, M. 2019. Vastuullisuuden strateginen merkitys ja painopisteet suomalaisissa elintarviketeollisuusyrityksissä. Pro gradu. Viitattu 23.3.2020.  
[https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/299942/Liimatainen\\_Minna\\_Pro\\_gradu\\_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/299942/Liimatainen_Minna_Pro_gradu_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Pohjola, T. 2003. Johda ympäristöasioita tehokkaasti. Helsinki. Talentum Media Oy.

Simpson, M., Taylor, N. & Barker, K. 2004. Environmental Responsibility in SMEs: Does It Deliver Competitive Advantage? Business Strategy and the Environment 13. 156 – 171. Saatavilla <https://search-proquest-com.ezproxy.puv.fi/abicomplete/docview/213772380/67C89F58C67488APQ/1?accountid=27304>

Suomen virallinen tilasto (SVT). Yritystukitilasto (verkkójulkaisu). ISSN=1798–3355. 2015. Suorien tukien määrä kääntyi laskuun. Helsinki. Tilastokeskus. Viitattu 22.4.2020. [http://www.stat.fi/til/yrtt/2015/yrtt\\_2015\\_2016-12-01\\_kat\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/yrtt/2015/yrtt_2015_2016-12-01_kat_001_fi.html)

Suomi.fi 2020a. Suomi.fi – tietoja ja palveluja elämäsi tilanteisiin. Viitattu 2.4.2020. <https://www.suomi.fi/etusivu>

Suomi.fi 2020b. Oikotiesi tietoon ja palveluihin. Viitattu 2.4.2020.  
<https://www.suomi.fi/yritykselle>

Suomi.fi 2020c. Tietoa Yritys-Suomi -puhelinpalvelusta. Viitattu 3.4.2020.  
<https://www.suomi.fi/ohjeet-ja-tuki/tuki-ja-neuvonta/tietoa-yritys-suomi-puhelinpalvelusta>

The Importance of Marketing Strategy: Gaining the Competitive Edge with Integrated Marketing Communications (IMC) 2006. Strategic Direction; Bradford. Vol. 22, Iss. 8. 23-25. Saatavilla <https://search-proquest-com.ezproxy.puv.fi/abicomplete/docview/218606737/DE50BAE111054012PQ/1?accountid=27304>

Tilastokeskus 2020. PK-yritys. viitattu 9.9.2020.  
[https://www.stat.fi/meta/kas/pk\\_yritys.html](https://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html)

Tomperi, S. 2016. Kannattavuus- ja kustannuslaskenta. Yrityksen taloushallinto 3. Helsinki. Edita.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2020a. ELY-keskukset. Viitattu 15.3.2020.  
<https://tem.fi/ely-keskukset>

Työ- ja elinkeinoministeriö 2020b. Yrityspalvelut. Viitattu 25.4.2020.  
<https://tem.fi/yrityspalvelut>

Wang, R. & Huang, Y. 2018. Communicating Corporate Social Responsibility (CSR) on Social Media. Corporate Communications; Bradford Vol. 23, Iss. 3. 326-341. Saatavilla <https://search-proquest-com.ezproxy.puv.fi/abicomplete/docview/2056712569/E784EED11C134DD5PQ/1?accountid=27304>

Webropol 2020. Tuotteemme. Viitattu 9.9.2020. <https://webropol.fi/tuotteemme/>

Ympäristöministeriö 2019. Lainsäädäntö ja ohjeet ympäristönsuojelussa. Viitattu 3.4.2020. [https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Lainsaadanto\\_ja\\_ohjeet](https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Lainsaadanto_ja_ohjeet)

Yrittäjät 2020a. Tätä on Suomen Yrittäjät. Viitattu 18.3.2020.  
<https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/tata-suomen-yrittajat-316180>

Yrittäjät 2020b. Neuvontapalvelut yrittäjille. Viitattu 18.3.2020.  
<https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/jasenille/neuvontapalvelut-208060#>

Yrittäjät 2020c. Koulutukset yrittäjille. Viitattu 19.03.2020.  
<https://www.yrittajat.fi/jasenille/koulutukset>

Yrityskummit 2020. Yrityskummit. Viitattu 25.4.2020.  
<https://www.yrityskummit.fi/fi/etusivu>

LIITE 1

## **SAATEKIRJE**

Hei!

Olen Milja Himanen ja opiskelen liiketaloutta Vaasan ammattikorkeakoulussa. Teen opinnäytetyötä ympäristövastuun liiketoiminnallisesta kannattavuudesta.

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia ympäristövastuun kannattavuutta ja yritysten tukemista ympäristövastuun toteuttamisessa. Opinnäytetyö tehdään yhteistyössä Jämsän kaupungin kanssa ja tutkimuksen kohderyhmänä ovat Jämsän alueen yritykset.

Tutkimuksen onnistumisen takaamiseksi pyydän teitä vastaamaan alla olevasta linkistä löytyvään kyselyyn. Kyselyyn vastaaminen vie noin 10 minuuttia ja vastaukset käsitellään anonyymisti.

Tutkimus on auki osoitteessa

<https://link.webpolsurveys.com/S/452AA9667FF6B274> ja vastausaika on 30.08.2020 asti. Kiitos jo etukäteen vastauksistanne. Jokainen vastaus on arvokas tutkimuksen kannalta.

Ystävällisin terveisin

Milja Himanen

## LIITE 2

### KYSELYLOMAKE



### **Ympäristövastuun liiketoiminnallinen kannattavuus**

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää Jämsän alueen yritysten ympäristövastuuta ja ympäristövastuun liiketoiminnallista kannattavuutta. Tutkimuksella pyritään myös kartoittamaan, minkälaista tukea yritykset kokevat tarvitsevansa ympäristövastuun toteuttamiseen.

Ympäristövastuu on yksi yritysvastuun kolmesta osa-alueesta taloudellisen ja sosiaalisen vastuun rinnalla. Ympäristövastuulla tarkoitetaan vesien, ilman ja maaperän suojelua, ilmastonmuutoksen torjuntaa sekä luonnon monimuotoisuuden turvaamista.

Tämä tutkimus koostuu kolmesta aihekokonaisuudesta: taustatiedoista, ympäristövastuusta ja sen kannattavuudesta sekä yritysneuvontapalveluista. Tutkimukseen vastaaminen vie noin 10 minuuttia.

Tutkimuksen toteuttaa Vaasan ammattikorkeakouluun opinnäytettään tekevä Milja Himanen.

### **Taustatiedot**

#### **1. Yrityskoko \***

- 1 - 4 työntekijää
- 5 - 9 työntekijää
- 10 - 19 työntekijää
- 20 - 49 työntekijää
- 50 - 99 työntekijää
- 100 - 250 työntekijää
- yli 250 työntekijää

#### **2. Yrityksenne toimiala \***

- Alkutuotanto
- Teollisuus
- Tukku- ja vähittäiskauppa
- Liike-elämän palvelut
- Rakentaminen
- Kuljetus ja varastointi
- Majoitus- ja ravitsemistoiminta
- Terveys- ja sosiaali-ala
- Jokin muu, mikä?

**3. Ovatko matkailijat merkittävä asiakasryhmänne? \***

Asiakasryhmää voidaan pitää merkittävänä, jos se edustaa vähintään 50 % asiakaskunnastanne.

- Kyllä
- Ei

**4. Toteuttaako yrityksenne ympäristövastuuta toiminnassaan? \***

- Kyllä
- Ei

**5. Mikä on suurin syy siihen, että ympäristövastuuta toteutetaan? (valitkaa yksi vaihtoehto)**

- Vastuullisuus on osa yrityksemme arvoja ja visiota
- Ympäristövastuun yhteiskunnallinen merkitys
- Kannattavuuden parantaminen
- Kilpailukyvyn edistäminen
- Sidosryhmiltä/lainsäädännöstä/yhteiskunnasta tulevat paineet
- Jokin muu syy, mikä?

**6. Millä tavoin ympäristövastuuta toteutetaan yrityksessänne?**


**7. Oletteko hyödyntäneet ympäristövastuuta markkinointiviestinnässänne? Miten?**


## **KANNATTAVUUS JA KILPAILUETU**

**8. Millaisia vaikutuksia ympäristövastuun toteuttamisella on yritystoimintanne kannattavuuteen ja kilpailukykyyn?**

- Pääosin positiivisia
- Jokseenkin positiivisia
- Jokseenkin negatiivisia
- Pääosin negatiivisia
- Ei vaikutusta

**9. Onko ympäristövastuun toteuttaminen vaikuttanut liiketoimintanne kustannuksiin?**

- Kyllä, kustannukset ovat laskeneet
- Kyllä, kustannukset ovat nousseet
- Ei vaikutusta
- En osaa sanoa

**10. Arvioikaa ympäristövastuun kustannuksia yrityksellenne**

- Ympäristövastuun toteuttaminen on yrityksille liian kallista
- Ympäristövastuun toteuttaminen ei aiheuta merkittäviä lisäkustannuksia
- En osaa sanoa

**11. Vaikuttaako ympäristövastuun toteuttaminen hinnoitteluunne?**

- Kyllä, hinnat ovat korkeammat
- Kyllä, hinnat ovat alhaisemmat
- Ei vaikutusta

**12. Ottakaa kantaa seuraaviin väitteisiin \***

Vastaukset annetaan asteikolla 1-5 (1 = täysin eri mieltä, 2 = osittain eri mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = osittain samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

	1	2	3	4	5
Koemme saavuttaneemme kilpailuetua ympäristövastuuta toteuttamalla *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taloudellisen tuloksen tavoittelu on yrityksellemme vastuullisuutta tärkeämpää *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. Mikä on suurin syy siihen, että ympäristövastuuta ei toteuteta? (valitkaa yksi vaihtoehto)**

- Tiedon/vaaditun ammattitaidon puute
- Heikko taloudellinen tilanne
- Hyödyt eivät ole riittävän suuret kustannuksiin nähden
- Ympäristövastuuta ei koeta tärkeäksi yritystoiminnassa
- Jokin muu syy, mikä?

**YRITYSTUKIPALVELUT**

**14. Oletteko hakeneet apua / neuvoja yritystoimintanne kehittämiseen?**

- Kyllä
- Ei

**15. Oletteko hakeneet apua / neuvoja ympäristövastuuseen liittyen?**

- Kyllä
- Ei

**16. Mistä lähteistä olette hakeneet apua yritystoimintaan yleisesti?**

(valitkaa kaikki käyttämäanne avunlähteet)

- muut yritykset
- verkko- ja puhelinpalvelut (esim. suomi.fi, Suomen Yrittäjät)
- paikalliset yritysneuvontapalvelut (esim. Jämsek)
- rahoituspalvelut (esim. Finnvera, Business Finland)
- kunnan ympäristöviranomaisen
- oppilaitos/koulutusorganisaatio
- jokin muu, mikä?
- apua ei ole haettu

**17. Mistä lähteistä olette hakeneet apua ympäristövastuuseen liittyen?**

(valitkaa kaikki käyttämäanne avunlähteet)

- muut yritykset
- verkko- ja puhelinpalvelut (esim. suomi.fi, Suomen Yrittäjät)
- paikalliset yritysneuvontapalvelut (esim. Jämsek)
- rahoituspalvelut (esim. Finnvera, Business Finland)
- kunnan ympäristöviranomaisen
- oppilaitos/koulutusorganisaatio
- jokin muu, mikä?
- apua ei ole haettu

**18. Ottakaa kantaa seuraaviin väitteisiin**

Vastaukset annetaan asteikolla 1-5 ( 1 = täysin eri mieltä, 2 = osittain eri mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = osittain samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

	1	2	3	4	5
Koemme tarvitsevamme apua ympäristövastuun toteuttamiseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koemme yritysten tuki- ja neuvontapalvelut hyödyllisiksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tukipalveluista on apua ympäristövastuun toteuttamisessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**19. Minkälaista tukea haluaisitte/tarvitsisitte ympäristövastuuseen liittyen?**

(esimerkiksi koulutuksia, lisää tietoa, yritysten välistä yhteistyötä, rahallista tukea...)


**20. Miten yritysten tuki- ja neuvontapalveluita voitaisiin kehittää, jotta ne paremmin tukisivat ympäristövastuun toteuttamisessa?**
