



# Pienyrittäjien vastuullisuus liiketoiminnassa ja sen raportoinnissa

Johanna Lemmelä & Julia Taka-aho

2025 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Pienyrittäjien vastuullisuus liiketoiminnassa ja sen raportoinnissa

Johanna Lemmelä, Julia Taka-aho  
Liiketalouden koulutus  
Opinnäytetyö  
Huhtikuu 2025

Johanna Lemmelä, Julia Taka-aho

**Tutkimus pienyritysten vastuullisuuskäytännöistä ja -raportoinnista**

Vuosi

2025

Sivumäärä

34

Tutkimus " pienyritysten vastuullisuuskäytännöistä ja -raportoinnista " keskittyy pienyrittäjien ennakkotietoihin ja -asenteisiin liittyen yritysvastuuseen ja sen raportointiin. Kyseinen aihe on ajankohtainen, sillä vastuullisuusraportointi tulee lähitulevaisuudessa koskemaan myös pienempiä yrityksiä Suomessa. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka hyvin pienyrittäjät ovat perillä vastuullisuusvaatimuksista ja kuinka ne vaikuttavat heidän liiketoimintaansa.

Tutkimus on kvantitatiivinen ja toteutettu VALIOT-hankkeen toimeksiannosta. Hankkeessa pyritään vahvistamaan vastuullisuus- ja liiketoimintaosaamista pk- ja startup-yrityksissä. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta, johon vastasi 20 Uudenmaan alueen yrittäjää. Kyselyn tulokset paljastivat, että vaikka suurin osa yrittäjistä pitää vastuullisuutta tärkeänä liiketoiminnassaan, konkreettisia toimia ja raportointia on vielä vähän.

Vastuullisuus käsitetään tutkimuksessa laajasti sisältäen taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset. Keskeisiä teemoja ovat eettinen liiketoiminta, ympäristövastuu ja sosiaalinen vastuu. Näiden teemojen kautta vastuullisuus ilmenee muun muassa eettisessä päätöksenteossa, ympäristöystävällisissä toimintatavoissa ja työntekijöiden hyvinvoinnin edistämisessä. Tutkimuksessa tarkasteltiin myös vastuullisuuden historiallista kehitystä, sen nykytilaa ja tulevaisuuden näkymiä.

Yksi tutkimuksen keskeisistä löydöksistä oli, että vaikka vastuullisuus onkin kasvava trendi ja yritykset tunnistavat sen merkityksen, pienyritykset kokevat usein haasteita vastuullisuustoimien implementoinnissa ja raportoinnissa. Syitä tähän ovat muun muassa resurssien puute ja tietämättömyys siitä, miten vastuullisuutta tulisi käytännössä harjoittaa ja raportoida. Tämän seurauksena monet pienyritykset eivät vielä aktiivisesti raportoivastuullisuustoimistaan, vaikka tunnistavatkin niiden merkityksen liiketoimintansa kannalta.

Tutkimus toi esille myös sen, että tulevaisuudessa pienyrittäjiltä odotetaan yhä enemmän vastuullisuuden näyttämistä ja raportointia, mikä voi olla sekä haaste että mahdollisuus. Vastuullisuuden edistäminen voi auttaa pienyrittäjiä erottumaan kilpailijoistaan, parantamaan yrityskuvaansa ja houkuttelemaan investointeja sekä asiakkaita, jotka arvostavat vastuullista toimintaa.

Tutkimuksen lopuksi ehdotetaan toimenpiteitä, joilla pienyrittäjät voivat parantaa vastuullisuusosaamistaan ja -toimiaan. Näitä ovat muun muassa koulutuksen ja tietoisuuden lisääminen vastuullisuudesta, selkeiden vastuullisuusstandardien ja -käytäntöjen kehittäminen sekä tukiverkostojen rakentaminen, jotka auttavat pienyrittäjiä vastuullisuusraportoinnissa. Lisäksi tutkimus korostaa, että pienyritysten on hyvä ottaa proaktiivinen asenne vastuullisuusraportointiin, jotta ne voivat pysyä mukana tulevaisuuden liiketoimintavaatimuksissa ja hyötyä niistä.

Asiasanat: vastuullisuus, vastuullisuusraportointi, pienyrittäjät

Johanna Lemmelä, Julia Taka-aho

**Responsibility of Small Entrepreneurs in Business**

Year 2025 Pages 34

---

The study " Sustainability Practices and Reporting of Small Businesses " focuses on small entrepreneurs' preliminary information and attitudes regarding corporate responsibility and its reporting. This topic is timely, as responsibility reporting is expanding to include smaller businesses in Finland. The aim of the study is to investigate how well small entrepreneurs are aware of responsibility requirements and how they affect their business.

The study is quantitative and carried out on behalf of the VALIOT project. The project aims to strengthen responsibility and business competence in SMEs and startups. The research method used was a survey, with 20 entrepreneurs from the Uusimaa region responding. The survey results revealed that although most entrepreneurs consider responsibility important in their business, concrete actions and reporting are still limited.

Responsibility is broadly understood in the study, including economic, social, and environmental impacts. Key themes include ethical business, environmental responsibility, and social responsibility. Through these themes, responsibility manifests in ethical decision-making, environmentally friendly practices, and promoting employee well-being. The study also examines the historical development, current state, and future prospects of responsibility.

One of the key findings of the study is that although responsibility is a growing trend and companies recognize its importance, small businesses often face challenges in implementing and reporting responsibility actions. Reasons for this include lack of resources and ignorance of how responsibility should be practiced and reported in practice. As a result, many small businesses are not yet actively reporting on their responsibility actions, although they recognize their importance for their business.

The study also highlights that in the future, small entrepreneurs are expected to demonstrate and report responsibility increasingly, which can be both a challenge and an opportunity. Promoting responsibility can help small entrepreneurs stand out from their competitors, improve their company image, and attract investments and customers who value responsible behavior.

Finally, the study proposes measures by which small entrepreneurs can improve their responsibility knowledge and actions. These include increasing education and awareness of responsibility, developing clear responsibility standards and practices, and building support networks to help small entrepreneurs with responsibility reporting. Additionally, the study emphasizes that small businesses should take a proactive approach to responsibility reporting to stay abreast of future business requirements and benefit from them.

Keywords: Responsibility, responsibility reporting, small entrepreneurs

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Pienyrittäjien vastuullisuus ja VALIOT -hanke .....	6
3	Vastuullisuuden merkitys pk-yrityksissä.....	8
3.1	Vastuullisuus käsitteenä yritys- ja liiketoiminnassa .....	8
3.2	Vastuullisuutta kuvaavat standardit.....	10
3.3	Vastuullisuus pien- ja suuryrityksissä .....	11
4	Tutkimuksen lähestymistapa ja aineistonkeruumenetelmät.....	12
4.1	Tutkimusasetelma.....	12
4.2	Tutkimuksen toteutus .....	14
5	Tulokset.....	16
5.1	Tulosten taustatiedot.....	16
5.2	Yleinen vastuullisuuden asenne .....	16
5.3	Tulevaisuuden tahtotila .....	21
6	Pohdinta .....	26
7	Jatkotutkimusehdotukset .....	29
	Lähteet .....	32
	Kuviot.....	34

## 1 Johdanto

Vastuullisuus liiketoiminnassa on tänä päivänä tärkeä osa kestävästä yritystoimintaa. Se kattaa muun muassa ympäristövaikutukset, sosiaalisen vastuun ja eettiset näkökulmat. Tulevaisuudessa yhä pienemmiltä yrityksiltä vaaditaan vastuullisuusraportointia ja tämän tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa pienyrittäjien ennakkokäsityksiä ja -tietoa vastuullisuudesta ja siihen liittyvästä raportoinnista. (Lindell 2022, 2-4)

Suomen FIBS (Finnish Business & Society) julkaisi uusimman yritysvastuututkimuksen tulokset, jotka osoittavat, että kestävyys on nousevassa roolissa, kun yrityksissä pohditaan uusia innovaatioita ja investointeja. Edelleen monet yritykset pitävät kiinni kestävästä liiketoimintakäytännöistä, vaikka uusimpien tutkimustulosten varjolla kestävyden huomiointi on pitkällä juoksulla kannattavampaa uusissa ja investoinneissa ja toimintamalleissa. (FIBS 2023)

Kirjanpitolaki velvoittaa tällä hetkellä vain yrityksiä, jotka työllistävät yli 500 henkeä, laatimaan ESG vastuullisuusraportin, mutta lähitulevaisuudessa tämän uskotaan muuttuvan lakisääteiseksi veloitteeksi pienemmille yrityksille. Välillisesti jo nyt satunnaisissa tapauksissa pienyritysten on tuotettava jonkunlainen vastuullisuusraportti omasta liiketoiminnastaan. Suuryritykset velvoittavat alihankintaketjunsä yritykset raportoimaan vastuullisuudesta omien sitoumustensa perusteella. Tässä prosessissa pääyritys käytännössä edellyttää alihankkijoitaan raportoimaan merkittävistä vastuullisuuskysymyksistä, jotka liittyvät heidän toimintaansa. (Talouhallintoliitto 2023)

Tulevaisuuden liiketoiminnan kilpailukyvyyn kannalta yritysten on elintärkeää kehittää ja johtaa omaa vastuullisuusosaamista. Opinnäytetyö tarkastelee pienyrittäjien ennakkotietoja ja -asenteita vastuullisesta liike- ja yritystoiminnasta. Tavoitteena on kyselytutkimuksen avulla luoda ymmärrys Uudenmaan alueen pk-yrityksien yritystoiminnan vastuullisuuden tilasta, toiveista ja tavoitteista sekä antaa saaduista tuloksista kehitysjatoksia VALIOT-hankkeelle.

Opinnäytetyö on kvantitatiivinen tutkielma, joka toteutetaan toimeksiantona VALIOT- Vastuullisuus- ja liiketoimintaosaamisen vahvistaminen pk- ja startup-yritysten henkilöstölle hankkeelle.

## 2 Pienyrittäjien vastuullisuus ja VALIOT -hanke

Tutkimuskohteena on Uusimaalaisten pienyrittäjien tiedot ja asenteet liittyen yritysvastuuseen ja sen raportointiin. Lisäksi haluttiin selvittää kuinka paljon ja millä tavoin pienyrittäjät

jo raportoivat yritysvastuutoimistaan ja mitä tekijät vaikuttavat siihen, että pienyrittäjät joko sitoutuvat tai eivät sitoudu yritysvastuuseen ja sen raportointiin.

Opinnäytetyö toteutettiin yhteistyössä VALIOT- hankkeen kanssa. VALIOT - Vastuullisuus- ja liiketoimintaosaamisen vahvistaminen pk- ja startup-yritysten henkilöstölle -hanke julkaisee aiheeseen liittyvät yritysten henkilöstölle suunnatut käytännön vastuullista tekemistä ja liiketoimintaa tukevat opinnot 2024.

Opinnäytetyö on tehty osana kyseistä hanketta ja sen tavoitteena on tarjota arvokasta tietoa, joka tukee yritysten vastuullisuuden ja liiketoimintaosaamisen vahvistamista. Hankkeen tavoitteena on tukea pienyrittäjiä vastuullisuusraportoinnin ja eettisten liiketoimintakäytäntöjen kehittämisessä, jotta ne voivat vastata tuleviin lainsäädännön vaatimuksiin ja parantaa kilpailukykyään vastuullisuuden avulla. Tämä opinnäytetyö tukee suoraan hankkeen päämääriä, sillä sen avulla kartoitetaan Uudenmaan alueen pk-yritysten vastuullisuusnäkömystyksiä ja -käytäntöjä. Työn tavoitteena on selvittää kuinka hyvin pienyrittäjät tuntevat vastuullisuusvaatimukset ja kuinka ne vaikuttavat heidän liiketoimintaansa.

Tutkimuksen tulokset tarjoavat arvokasta tietoa VALIOT-hankkeelle siitä, mitkä ovat pk-yritysten suurimmat haasteet vastuullisuuden toteuttamisessa ja raportoinnissa, sekä minkä osa-alueen koulutusta ja tukea ne erityisesti tarvitsevat. Vaikka suuri osa yrittäjistä pitää vastuullisuutta tärkeänä, konkreettiset toimet ja vastuullisuusraportointi ovat edelleen vähäisiä. Tämä tutkimus tuo esiin, että vaikka yrittäjät tunnustaisivat vastuullisuuden merkityksen, monilla ei ole selkeitä käytäntöjä tai resursseja toteuttaa vastuullisuusstrategioita käytännössä. Tulokset auttavat VALIOT-hanketta kehittämään koulutuksia ja käytännön työkaluja, jotka tukevat yrittäjiä vastuullisuusraportoinnin ja -toimien kehittämisessä.

Opinnäytetyön tulokset myös korostavat pk-yritysten tarvetta lisääntyneelle tiedolle ja tuelle vastuullisuusraportoinnin käytännöissä. VALIOT-hankkeen tavoitteena on tarjota yrittäjille konkreettisia välineitä, jotka auttavat heitä kehittämään vastuullisuusosaamistaan. Tämä tutkimus tukee hankkeen tavoitteita, sillä sen tulokset voivat toimia apuna koulutusten ja tukipalvelujen suuntaamisessa pk-yrityksille, jotka tarvitsevat tukea vastuullisuuden integroimisessa liiketoimintaansa. Opinnäytetyö tarjoaa siten suoraa hyötyä VALIOT-hankkeelle ja sen tulokset voivat vaikuttaa pk-yritysten vastuullisuuskäytäntöjen kehittymiseen ja parantamiseen.

### 3 Vastuullisuuden merkitys pk-yrityksissä

#### 3.1 Vastuullisuus käsitteenä yritys- ja liiketoiminnassa

Vastuullisuus on toimintaa, jossa otetaan huomioon taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset. Se kattaa eettisen liiketoiminnan, ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun näkökulmat. Vastuullisuus ilmenee esimerkiksi eettisessä päätöksenteossa, ympäristöystävällisissä käytännöissä, työntekijöiden hyvinvoinnin edistämisessä ja yhteisöllisessä osallistumisessa. Tavoitteena on luoda kestävää arvoa kaikille sidosryhmille. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2023)

Vastuullisuuden juuret johtavat jo 1970-luvulle asti. Yhteiskuntavastuullisuus syntyi alun perin vastauksena vaatimuksiin, joita media ja erilaiset kansalaisjärjestöt vaativat. Alkujaan vastuullisuudessa keskityttiin lähinnä sosiaalisiin ja humanitäärisiin asioihin, mutta nykypäivänä useimmat yritykset lähtevät vastuullisuuteen ympäristöasiat edellä. Vaatimusten kasvaessa vastuullisuuden mittarit ovat kehittyneet ja tänä päivänä tarjolla on lukuisia erilaisia malleja vastuullisuuden mittaamiseen, raportointiin ja yritysvertailuun. Vaikka vastuullisuus alkaa olla jo hyvinkin yleistä, siihen liittyviä lakisääteisiä vaatimuksia on kuitenkin asetettu vielä suhteellisen vähän. (Hellström & Parkkonen 2022, 14-15)

Vastuullisuus korostuu kilpailukeinona tulevaisuudessa ja sen merkitys tunnistetaan jo Suomen pk-sektorin yrityksissä. Kuitenkin vielä puolet 10-250 hengen yrityksistä ei ole asettanut min-käänlaisia vastuullisuuteen liittyviä tavoitteita. EK:n teettämästä Pk-vastuullisuusbarometristä ilmenee, että vastuullisuustyö on sitä pidemmällä mitä isommasta ja vientivoimaisemmasta yrityksestä on kysymys. Yritysten kiinnostus vastuullisuuteen liitetään voimakkaasti yrityksen arvomaailmaan ja kilpailukykyyn ja vastuullisuus nähdään yhä useammin investointina. (Elinkeinoelämän Keskusliitto 2023)

Ympäristövastuu tarkoittaa yksilön tai organisaation velvollisuutta ottaa vastuuta omista toimistaan ympäristön kannalta. Se sisältää pyrkimyksen vähentää negatiivisia ympäristövaikutuksia, kestävän kehityksen edistämistä ja resurssien tehokasta käyttöä. Yritykset voivat toteuttaa ympäristövastuuta monin eri tavoin. Esimerkkeinä päästöjen vähentäminen, kierrättäminen ja ympäristöystävällisten tuotteiden kehittäminen. Yritykset voivat sitoutua läpinäkyvyyteen ja raportointiin ympäristötoimistaan sekä esimerkiksi osallistua yhteiskunnallisiin aloitteisiin, jotka omalta osaltaan tukevat ympäristön säilyttämistä. (Stobierski 2021)

Liiketoimintaa, joka painottaa ympäristövastuullisuutta ja kestävä kehitystä voidaan kutsua vihreäksi yrittäjyydeksi. Vihreän yrittäjyyden lähestymistapa yhdistää taloudellisen menestyksen ja ympäristövastuullisuuden edistämisen. (Renfors & Ruoho 2020)

Vastuullisuus on saanut alun perin alkunsa juuri sosiaalisen vastuun ensimuodoista. Yritykset halusivat esiintyä luotettavina kuluttajien ja sijoittajien silmissä. (Hellström & Parkkonen 2022, 14) Sosiaalinen vastuu liiketoiminnassa liittyy velvollisuuteen edistää yhteiskunnallista hyvinvointia ja positiivisia vaikutuksia yhteiskunnassa. Tämä pitää sisällään työntekijöiden oikeudenmukaisen kohtelun, monimuotoisuuden tukemisen, työympäristön turvallisuuden, yhteisöön panostamisen ja eettisen toiminnan edistämisen. Sosiaalinen vastuu korostaa yritysten roolia yhteiskunnan jäsenenä ja tämän vaikutusta laajempaan ympäristöön. Sitten sosiaalinen vastuu on muodostunut yhdeksi palaseksi suurempaa vastuullisuuden kokonaisuutta ja monesti vastuullisuudesta puhuttaessa ajatellaan ensisijaisesti ympäristöön liittyviä kysymyksiä. (Stobierski 2021)

Vastuullinen hallintotapa viittaa organisaation johtamiskäytäntöihin, jotka erilaisin keinoin pyrkivät edistämään avoimuutta, läpinäkyvyyttä ja eettistä päätöksentekoa. Se edellyttää tehokkaan hallituksen, asianmukaisen sisäisen valvonnan ja avoimen viestinnän sidosryhmien kanssa. Lisäksi se auttaa varmistamaan organisaation vastuullisen liiketoiminnan ja kestävä kasvun. (Renfors & Ruoho 2020)

Vastuullinen hallintotapa kattaa vastuullisen liiketoiminnan johtajuuden, joka merkitsee organisaatioiden johtajien sitoutumista vastuullisuuden edistämiseen. Se vaikuttaa päätöksenteon, strategian ja arkikäytäntöjen suuntaamisen kohti kestävä kehitystä, sosiaalista vastuuta ja ympäristövastuuta. Johtajien rooli on merkittävä, kun yritykselle ja sen sidosryhmille luodaan kestävä arvoa. (Stobierski 2021)

Eeva Hellström ja Pinja Parkkonen ovat selvityksessään: Vastuullisuuden tulevaisuus, pohtineet erilaisia kysymyksiä nykyisestä maailmantilanteesta ja sen merkityksestä vastuullisuuden ja sen tulevaisuuden näkyymiin. Selvityksessä on otettu huomioon jo pidempään pinnalla olleet aiheet kuten ilmastonmuutos, digitalisaatio ja yhdenvertaisuus, mutta selvitys ottaa kantaa myös uudempaan maailmaan vaikuttaviin tapahtumiin kuten koronapandemia ja Venäjän hyökkäys Ukrainaan keväällä 2022.

Tulevaisuusajattelu on väistämättä tärkeää, kun puhutaan vastuullisuudesta ja sen vaikutuksista. Tulevaisuustietoiset organisaatiot ja yritykset kantavat vastuuta siitä, millaisena tulevaisuus esitetään ja ennen kaikkea millaisin toimin siihen vaikutetaan. Vastuullisuuden ja kestävyys tulkinnat muuttuvat jatkuvasti ja sen myötä se, kenellä on vastuullisuuden osalta määrittelyvaltaa, muuttuu. Vastuullisuusajattelua ja sitä tukevaa työtä on kehitettävä yhteisöllisempään suuntaan, joka perustuu tulevaisuudessa useiden eri toimijoiden yhteistyöksi. (Hellström & Parkkonen 2022, 41)

### 3.2 Vastuullisuutta kuvaavat standardit

Vastuullisuutta kuvaavilla standardeilla tarjotaan yrityksille ja organisaatioille erilaisia suuntaviivoja vastuullisen liiketoiminnan toteuttamiseen. Tarjolla on useita erilaisia raportointimalleja ja on yritysten itse päätettävissä minkä viitekehyksen tai standardin ne valitsevat. Toistaiseksi vastuullisuusraportointi perustuu vielä suurimmilta osin yritysten vapaaehtoisuuteen. Tilanne tulee muuttumaan tulevaisuudessa. (Hellström & Parkkonen 2022, 6)

ESG-raportointi (Environmental, Social, Governance) viittaa yrityksen tai organisaation tiedonantoon liittyen sen ympäristö-, sosiaalisiin ja hallinnollisiin näkökohtiin. Raportointi tarjoaa sidosryhmille, sijoittajille ja muille kiinnostuneille tietoa yrityksen vastuullisuustoiminnasta ja kestäväen kehityksen strategioista. Se sisältää tietoa hiilijalanjäljestä, työntekijöiden hyvinvoinnista, hallinnollisista käytännöistä ja muista vastuullisuuteen liittyvistä näkökohdista. ESG-raportoinnin tavoitteena on lisätä läpinäkyvyyttä ja vastuullisuutta liiketoiminnassa. (Fredman 2022)

Nykyisellään ESG-raportointiin perustuva tilinpäätöksessä esitettävä raportointi velvoittaa vain yli 500 työntekijän yrityksiä ja yrityksillä on edelleen käytännössä miltei vapaat kädet sen suhteen, mitä raportti pitää loppujen lopuksi sisällään. Euroopan komissiolla on paraikaa työnalla ESG-raportointiin liittyvä sääntely. (Hellström & Parkkonen 2022, 16)

ISO26000 on kansainvälinen standardi, joka tarjoaa ohjeita sosiaaliseen vastuun periaatteista ja käytännöistä organisaatioille. Se kattaa laajan kirjon aiheita, kuten ihmisoikeudet, työolosuhteet, ympäristö, eettiset käytännöt ja sidosryhmien osallistaminen. ISO26000:n päätavoitteena on auttaa organisaatioita integroimaan sosiaalinen vastuu osaksi liiketoimintaansa. Se toimii viitekehyksenä kestäväen ja vastuullisen liiketoiminnan edistämiseksi. ISO26000 tarjoaa yksityiskohtaisia ohjeita sen jokaisessa seitsemässä ydinaiheessa ja 37 ongelmassa, kuvailemalla niihin liittyvät ”toimet ja odotukset”. ISO26000 tarjoaa lisäksi taustatietoa, ja tarvittaessa yksityiskohtaisempaa tietoa ja apua jokaisen ongelman kohdalla. (ISO26000 and OECD Guidelines- Practical Overview of the Linkages)

ISO26000:n kanssa samalla asialla on OECD, joka on Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö. Se on perustettu vuonna 1961 ja keskeisenä tavoitteena on edistää taloudellista kasvua, vakautta ja korkeampaa elintasoja jäsenmaissa sekä muissa maissa. Jäsenmaihin kuuluu pääasiassa teollisuusmaat, mutta sen pyrkimyksenä on tukea ja tehdä yhteistyötä myös muiden maiden kanssa. Organisaatio tuottaa tutkimuksia, raportteja ja suosituksia erilaisista taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristöön liittyvistä kysymyksistä. Sen lisäksi se pyrkii koordinoimaan kansainvälistä talousyhteistyötä ja tukemaan kestäväen kehitystä. (ISO26000 and OECD Guidelines - Practical Overview of the Linkages)

ISO26000 ja OECD ovat kaksi erillistä toimijaa, mutta niillä on yhteyksiä vastuullisen liiketoiminnan ja kestävän kehityksen kontekstissa. Ne käyttävät erilaista terminologiaa kuvaillessaan vastuullisuutta, mutta tavoitteet ovat lähtökohtaisesti hyvin samankaltaiset. Yhtymäkohtana näiden kahden toimijan välillä on siinä, että yritykset ja organisaatiot voivat hyödyntää ISO26000:n periaatteita ja suosituksia osana liiketoiminnan strategiaansa ja näitä periaatteita voidaan siten soveltaa myös OECD:n suosituksiin liittyvissä konteksteissa. Molemmat toimijat korostavat sosiaalisen vastuun merkitystä liiketoiminnassa, mutta myös laajemmin yhteiskunnassa. (ISO26000 and OECD Guidelines - Practical Overview of the Linkages)

GRI on hieman myöhemmin, vuonna 2000 perustettu voittoa tavoittelematon organisaatio, joka kehittää ja ylläpitää maailmanlaajuisesti käytettyjä ohjeistuksia vastuullisuuden ja kestävän kehityksen raportointiin. GRI-standardit ovat käytössä organisaatioiden ja yritysten ympäristö-, sosiaalisen vastuun- ja taloudellisen suorituskyvyn raportoinnissa. GRI on vahvistanut asemansa johtavana vastuullisuusraportoinnin alustana ja se mahdollistaa myös EU-direktiivien mukaisen raportoinnin. (Hellström & Parkkonen 2022, 16-17)

GRI-ohjeisto on laaja ja kattaa hyvin erilaiset kestäväan kehitykseen liittyvät näkökulmat. Organisaatiot ja yritykset voivat käyttää GRI:n tarjoamia standardeja rakentaakseen kattavia ja vertailukelpoisia raportteja, jotka huomioivat niiden vaikutukset ja toiminnan useilla eri tasoilla. Tämä lähestymistapa edistää muun muassa läpinäkyvyyttä yritystoiminnassa. Jo yli 10 000 yritystä yli 100 eri maassa käyttää GRI standardeja osana liiketoimintaansa. (Global Reporting)

### 3.3 Vastuullisuus pien- ja suuryrityksissä

Keskisuurille- ja suurille yrityksille vastuullisuus on jo keskeinen ja tärkeä osa toimivaa ja kannattavaa liiketoimintaa. Sen lisäksi, että suuremmilla yrityksillä on vastuullisuuteen liittyviä lakivelvoitteita, on niillä myös usein enemmän resursseja ja mahdollisuuksia toteuttaa laajempimittaisia vastuullisuusohjelmia. Tämä puolestaan johtaa siihen, että pienten ja suurten yritysten välillä voi olla suuriakin eroja vastuullisuuden toteuttamisessa. Pienyritysten etuna voi kuitenkin olla ketteryys ja sopeutuvuus, mikä mahdollistaa nopeammat muutokset kohti vastuullisempaa liiketoimintaa. Ensisijaisesti on kuitenkin tärkeintä, että kaiken kokoiset yritykset pyrkivät ottamaan huomioon ympäristö- ja sosiaaliset näkökulmat sekä toimimaan eettisesti liiketoiminnassaan. (Innanen & Lippanen 2022)

Vastuullisuus ei tarkoita kannattavuudesta luopumista tai edes sen kompromisoimista. Se on jo tänä päivänä keino kasvattaa yrityksen taloudellista tulosta ja parantaa kilpailuetua markkinoilla. Digitalisaation myötä tieto ja vaatimukset ovat kaikkien nähtävillä ja odotukset näiden saralta vain kasvavat. Vaikka pienemmiltä yrityksiltä ei vielä vaadita samanlaista läpinäkyvyyttä ja raportointia vastuullisuuden suhteen, on hyvä muistaa, että etupainotteinen

toiminta ja siihen pyrkiminen on tehokkain ja nopein tapa sopeutua muutoksiin ja varmistaa kilpailukyky tulevaisuudessa. (Lindell 2022, 6)

Vastuullisuuteen pyrkiminen, sen eteenpäin vieminen ja siitä viestiminen toimii yrityksille kilpailuetuna monin eri tavoin. Asiakkaat ja sidosryhmät arvostavat yhä enemmän vastuullista liiketoimintaa, joka puolestaan parantaa brändimainetta. Lisäksi se voi houkuttaa sijoittajia, edesauttaa työntekijöiden sitoutumista ja vähentää riskejä, kuten mainehaittoja. (Laitala 2023)

## 4 Tutkimuksen lähestymistapa ja aineistonkeruumenetelmät

### 4.1 Tutkimusasetelma

#### 4.1 Tutkimusasetelma

Opinnäytetyön tutkimusongelma on keskeinen kysymys tai haaste, johon työ pyrkii löytämään vastauksen. Tutkimusongelma määrittelee tutkimusasetelman ja ohjaa aineiston keruuta, analysointia ja tulkintaa. Selkeästi rajattu ja tarkasti muotoiltu tutkimusongelma varmistaa, että tutkimusprosessi etenee loogisesti ja tarkoituksenmukaisesti. Ilman hyvin määriteltyä tutkimusongelmaa tutkimus voi haarautua ja tutkimustulokset voivat jäädä epätarkaksi. Tämän vuoksi on tärkeää varmistaa, että tutkimusongelma on selkeä ja siihen liittyvät tavoitteet ovat hyvin asetettuja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 122-123)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten pienyrittäjät kokevat vastuullisuuden liiketoiminnassaan, mitkä ovat heidän nykyiset valmiutensa vastuullisuuden toteuttamiseen sekä mitä odotuksia heillä on vastuullisuuden kehittämisen suhteen tulevaisuudessa. Keskeinen tutkimuskysymys on: Miten pienyrittäjät kokevat vastuullisuuden merkityksen ja nykytilan liiketoiminnassaan?

Tätä pääkysymystä tarkastellaan kahden alatavoitteen kautta. Ensimmäinen alatavoite on selvittää, millaisia tarpeita ja toiveita pienyrittäjillä on vastuullisuuden kehittämiseen liittyen. Toinen alatavoite on tutkia, miten pienyrittäjät ymmärtävät vastuullisuuden käsitteen ja mitä motiiveja heillä on sen toteuttamiseen. Näiden kysymysten avulla pyritään saamaan syvälinen ja kokonaisvaltainen käsitys siitä, kuinka pienyrittäjät näkevät vastuullisuuden roolin liiketoiminnassaan ja mitä he kokevat tarpeelliseksi tulevaisuudessa vastuullisuuden kehittämiseksi.

Tutkimus tuottaa tietoa siitä, miten pienyrittäjät kokevat vastuullisuuden ja mitkä tekijät vaikuttavat heidän päätöksentekoonsa vastuullisuuden suhteen. Näin ollen tutkimus ei

ainoastaan vastaa tutkimuskysymyksiin vaan myös avaa näkökulmia siihen, miten vastuullisuus voi kehittyä pienyrityksissä ja mitä haasteita yrittäjät kokevat vastuullisuuden toteuttamisessa.

Opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, sillä tämä lähestymistapa soveltuu hyvin tutkimuksen tavoitteisiin ja tutkimuskysymyksiin. Kvantitatiivinen tutkimus on tehokas menetelmä silloin, kun halutaan kerätä suuria määriä dataa, joka on helposti analysoitavissa ja vertailtavissa. Menetelmän etuna on sen mahdollisuus tuottaa tilastollista dataa, joka voi paljastaa ilmiöiden yleisiä lainalaisuuksia ja riippuvuuksia. (Vilkkä 2021, 45-46) Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan myös analysoida laajojen otosten vastauksia ja tehdä yleistyksiä koko väestöön. Tämä tekee siitä erityisen hyödyllisen silloin, kun halutaan saada laaja kuva tietyn ilmiön esiintyvyydestä ja vaikutuksista.

Kvantitatiivinen tutkimus perustuu strukturoituihin kysymyksiin ja vastausvaihtoehtoihin, jotka vähentävät tulkinnanvaraisuuksia. Tämä on erityisen tärkeää, jotta tutkimus voi olla mahdollisimman objektiivinen ja luotettava. Tämän lähestymistavan avulla tutkija voi tarkastella laajaa otosta ja saada numeerista dataa, joka mahdollistaa tilastollisten analyysien tekemisen. Kvantitatiivinen tutkimus on erityisen hyödyllinen silloin, kun pyritään mittaamaan ilmiöiden määrällisiä piirteitä, kuten asenteita ja käyttäytymismalleja. (Metsämuuronen 2002, 133-135)

Kvantitatiivinen tutkimus on usein teoriapohjaista, sillä sen pohjana käytettävät teoriat ja aiemmat tutkimustulokset auttavat määrittämään tutkimuskysymykset ja muuttujat. Teoreettinen tausta ei ainoastaan ohjaa tutkimusprosessia, vaan se myös selittää, miksi tietyt ilmiöt ilmenevät ja miten niitä voidaan mitata. Vahva teoreettinen pohja on tärkeä, sillä se takaa, että kerätty aineisto on oikein tulkittavissa ja se voidaan liittää olemassa olevaan tutkimustietoon. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2019, 78)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa teoriapohjalla on erityinen merkitys, sillä se ohjaa tutkimuksen suunnittelua ja tulosten tulkintaa. Teoriat eivät ainoastaan auttavat luomaan tutkimuskysymykset, vaan ne myös tarjoavat viitekehyksen, jonka avulla voidaan ymmärtää ilmiöiden taustalla olevia tekijöitä. Ilman vahvaa teoreettista taustaa tutkimuksen tulokset voivat jäädä pinnallisiksi ja niiden yleistettävyyks voi heikentyä. Teoriapohjainen lähestymistapa mahdollistaa myös ilmiöiden syvällisemmän ymmärtämisen, sillä se auttaa tunnistamaan, mitkä tekijät vaikuttavat tutkimuksessa käsiteltäviin ilmiöihin. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 122-123)

Tutkimus toteutettiin sähköisellä kyselylomakkeella, joka jaettiin pienyrityksille osana VALIOT-hanketta. Kysymykset johdettiin tutkimusongelmasta ja teoriaan pohjautuen. Kyselyn avulla saatiin kerättyä laaja aineisto pienyrityksien näkemyksistä vastuullisuuteen liittyen.

Aineisto analysoitiin tilastollisesti, jotta voitiin tehdä luotettavia yleistyksiä ja vastata tutkimuskysymyksiin.

Kvantitatiivinen tutkimus mahdollistaa ilmiöiden vertailemisen ja analysoimisen suuremmissa mittakaavassa. Se tarjoaa tärkeää tietoa siitä, miten laajasti tietty ilmiö, kuten vastuullisuus, esiintyy ja miten se liittyy eri tekijöihin, kuten pienyrittäjien asenteisiin ja toimintatapoihin. Tämä lähestymistapa on erityisen hyödyllinen, kun pyritään saamaan laaja kuva ilmiöiden esiintyvyydestä ja vaikutuksista, kuten tässä tutkimuksessa, jossa keskitytään vastuullisuuden kehittämiseen pienyrittäjien keskuudessa. (Metsämuuronen 2002, 133-135)

#### 4.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin yhteistyössä ja toimeksiantona VALIOT-hankkeen kanssa. Opinnäytetyön aineisto kerättiin kyselytutkimuksella, joka laadittiin teoreettisen viitekehyksen ja tilaajan toiveiden mukaisesti. Kysymykset jäsenneltiin vastaamaan yritystoiminnan vastuullisuudesta nyt, tulevaisuudessa ja taustatietona selvittämään jo toteutetut toimenpiteet. Kyselylomake tehtiin e-lomakkeella ja se piti sisällään 3 nominaaliasteikko-, 31 strukturoitua- ja yhden ordinaaliasteikon kysymyksen.

Nominaaliasteikko on mittaustapa, jossa mitattavat ominaisuudet luokitellaan nimettyihin luokkiin, jotka eivät ole suuruus- tai järjestyssuhteessa toisiinsa. Esimerkiksi vastaajien yrityksen toimialan tai koon selvittäminen perustuu nominaaliasteikon käyttöön. (Vehkalahti 2020, 45-46) Ordinaaliasteikossa luokat voidaan asettaa järjestykseen sen mukaan, kuinka paljon mitattava ominaisuus on läsnä, mutta luokkien väliset erot eivät ole tarkasti määriteltävissä. Tämä sopii esimerkiksi arvioimaan asteikolla, kuinka tyytyväisiä vastaajat ovat tiettyyn väittämään. (Vehkalahti 2020, 46-47) Strukturoitu asteikko viittaa tarkasti muotoiltuihin, ennalta määritettyihin vastausvaihtoehtoihin, jotka mahdollistavat aineiston systemaattisen analysoinnin. (Metsämuuronen 2021, 74-75)

Tutkimuslomakkeeseen valittiin mittausmenetelmäksi ordinaali- eli järjestyksasteikkoisia mittareita. Lomakkeessa esitettiin 18 Likertin asteikon väittämää, jossa vastausvaihtoehdot olivat nimettynä; täysin eri mieltä, osittain eri mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, osittain samaa mieltä, täysin samaa mieltä ja en osaa sanoa. Likertin asteikko on laajasti käytetty tutkimusmenetelmä, jolla mitataan vastaajien asenteita ja mielipiteitä. Asteikolla voidaan arvioida esimerkiksi, kuinka vahvasti vastaaja on samaa mieltä annetun väittämän kanssa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 135) Likertin asteikko soveltuu erityisesti mielipidemittausten ja arvioiden keräämiseen, sillä se tarjoaa selkeät ja systemaattiset vastausvaihtoehdot. (Metsämuuronen 2021, 79-80) Koska asteikossa kysyttiin mielipidettä, lisättiin vielä vastausvaihtoehto "en osaa sanoa", eli neutraaliluokka, joka toimii vastausvaihtoehtona siinä tapauksessa, että vastaajalla ei ole mielipidettä tai vastaaja ei ymmärrä kysymystä. Tällä vältetään myös

pakkovastaaminen, joka voisi omalta osaltaan vääristää tuloksia. (Hirsjärvi, Remes & Saja-vaara 2009, 135)

Tutkimuksessa haluttiin tutkia Uusimaalaisia yrittäjiä, jotka ovat tutkimuksen perusjoukko. Koska kysely toteutettiin verkkokyselynä, emme voineet valita erillistä satunnaisotosta ennalta määrätystä perusjoukosta. Sen sijaan kyselyyn vastasivat siihen halukkaat yrittäjät, jotka olivat saaneet kutsun kyselytutkimukseen. (Vehkalahti 2020, 84) Kysely teetettiin Uusimaalaisille yrittäjille joulukuussa 2023. Vastauksia saatiin 20 kappaletta. Aineisto kerättiin kutsumalla yrittäjiä vastaamaan linkin kautta avoimeen verkkokyselyyn eri kanavien välityksellä. Tähän sisältyi muun muassa paikallisten yrittäjäyhteisöjen, suoran yhteydenoton ja olemassa olevien verkostojen hyödyntäminen

Opinnäytetyössä käytimme e-lomake-ohjelmistoa aineiston keräämiseen ja sen tilastolliseen käsittelyyn. Ohjelmisto kokosi kyselylomakkeen vastaukset yhteen ja tuotti niistä tilastollisen yhteenvedon, joka sisälsi muun muassa vastausten jakaumat sekä perusluvut, kuten keskiarvot ja prosenttiosuudet. Tämä mahdollisti aineiston systemaattisen käsittelyn ja tulosten analysoinnin. Kerättyä aineistoa hyödynnettiin Excel-ohjelmistolla, jossa luotiin kuvaajia ja taulukoita tutkimuskysymysten tarkempaa tarkastelua varten.

Aineistosta muodostettiin havaintomatriisi, joka on tilastollisen analyysin perusyksikkö. Havaintomatriisi koostuu vaakariveistä, joilla esitetään yksittäisen vastaajan tiedot, sekä pysty-riveistä, jotka kuvaavat kutakin tietoa tai muuttujaa kaikkien vastaajien osalta. Tämä rakenne mahdollisti tulosten selkeän analyysin ja esittämisen graafisessa muodossa, kuten kaavioina ja taulukoina. Kerätyn aineiston avulla selvitettiin tutkimuskysymyksiin liittyviä vastauksia, kuten pienyritysten kokemuksia vastuullisuudesta, heidän nykyisiä valmiuksiaan ja tulevaisuuden odotuksiaan vastuullisuuden kehittämisessä. (Kuusela 2021, 111)

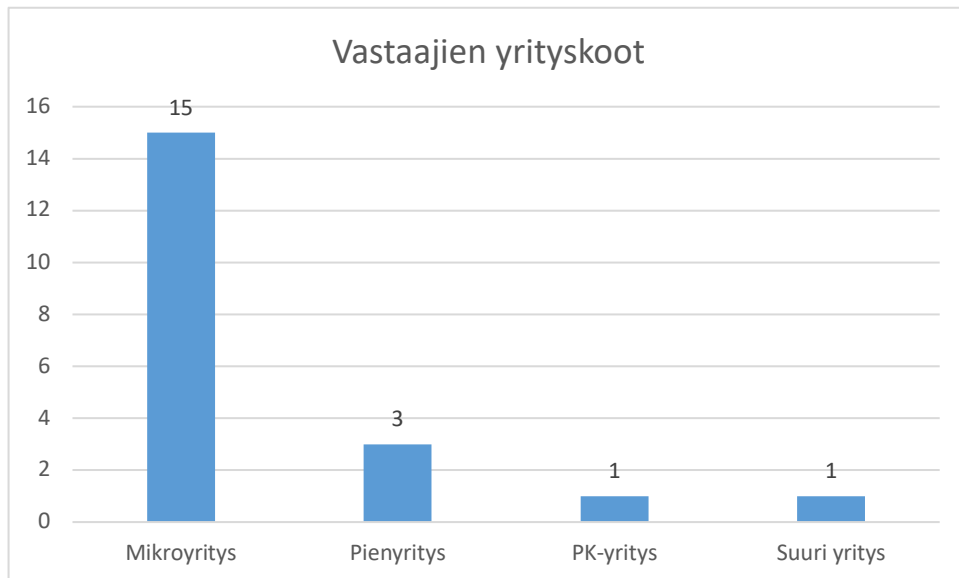
Tutkimuksen kaikki kysymykset analysoitiin määrällisin menetelmin. Lisäksi kyselylomakkeessa oli nominaaliasteikko, joka selvitti vastaajien yrityksen liiketoiminta-alaa, kokoa ja henkilöstömäärää. Tuloksia esitetään erilaisten kaavioiden avulla, jotka on tuotu havaintomatriisista. Lukijalle on selkeintä esittää numerotieto taulukossa, vaikka tämä esitystapa ei olekaan rajoiton. Liiallinen ja turhan yksityiskohtainen numerotieto saattaa heikentää taulukon selkeyttä ja informaatioarvoa. Taulukon luomisessa on olennaista varmistaa, että lukija ymmärtää, mitä tietoja taulukko esittää, sekä milloin ja mistä tieto on peräisin. (Kuusela 2021, 136) Taulukko koettiin analysointia hyvin selventävänä tekijänä.

## 5 Tulokset

### 5.1 Tulosten taustatiedot

Vuoden 2018 Tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaisesti kyselyyn vastasi 20 toimialansa yrittäjää. Euroopan unionin komissio määrittelee yrityskoot henkilöstömäärän ja vuosiliikevaihton mukaisesti. Mikroyritys alle 10 henkilöä, vuosiliikevaihto  $\leq 2$  M€, pieni yritys alle 50 henkilöä, vuosiliikevaihto  $\leq 10$  M€, pk -yritys alle 250 henkilöä, vuosiliikevaihto  $\leq 50$  M€ (Tilastokeskus 2018).

Kyselyyn vastanneista yrityksistä 15 oli mikroyrityksiä, kolme pienyrityksiä, yksi pk -yritys ja yksi suuryritys. Yritysten liikevaihto oli pääosin alle miljoona euroa (kuvio 1).

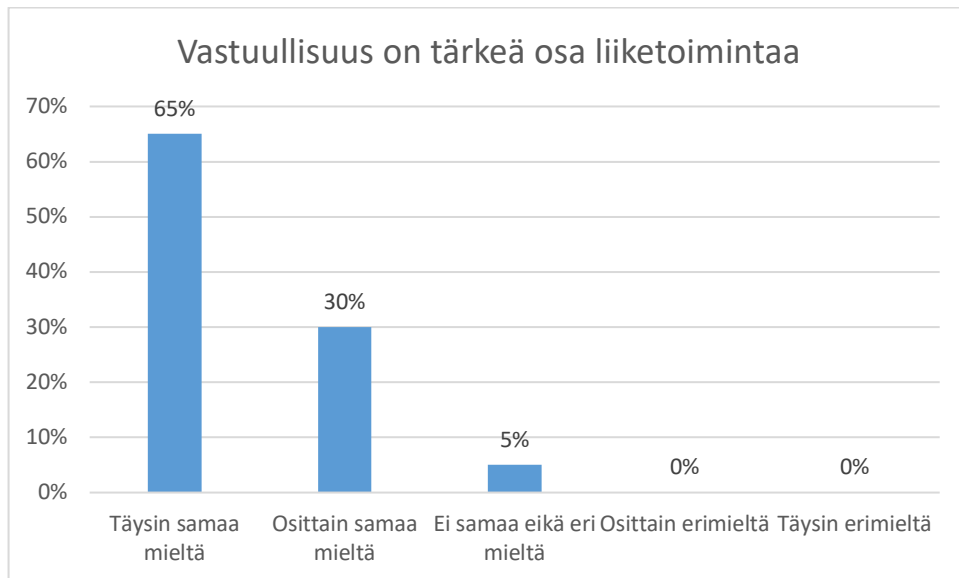


Kuvio 1: Yrityskoot

Kyselyyn vastanneista yrityksistä neljä kertoi teettäneensä vastuullisuusraportin omasta liiketoiminnastaan. Tämä osoittaa, että vaikka vastuullisuusraportoinnin käyttöönotto ei ole tämän otannan perusteella vielä kovin yleistä, on osa yrityksistä jo ottanut askeleen kohti avoimempaa ja läpinäkyvämpää liiketoimintaa.

### 5.2 Yleinen vastuullisuuden asenne

Vastuullisuuden merkitys liiketoiminnassa on tunnustettu laajasti, sillä 95 % vastaajista piti vastuullisuutta tärkeänä osana liiketoimintaa (Kuvio 2). Tämä tulos viittaa siihen, että vastuullisuus on tärkeä osa yritysten toiminnan strategiaa, eikä sitä enää pidetä vain eettisenä valintana. Vastaajista 75 % koki, että vastuullisuutta tulisi mitata yrityksessä jollain tavalla, mikä tarkoittaa, että yritykset haluavat arvioida vastuullisuuden toteutumista ja sen vaikutuksia liiketoiminnan tuloksiin.



Kuvio 2: Vastuullisuus on tärkeä osa liiketoimintaa

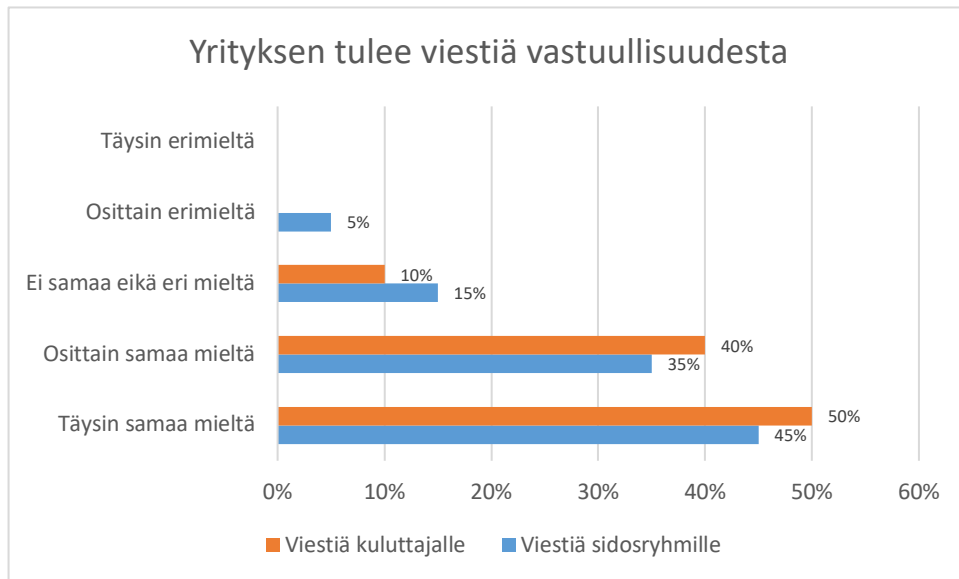
Tutkimuksen mukaan suomalaiset yritykset viestivät vastuullisuudestaan ja kokevat saavansa siitä suuremman liiketoimintahyödyn kuin siihen käytettävät resurssit. Nykyään vastuullisuuden panostaminen nähdään investointina, ei kuluna (Vastuullisuuden tulevaisuus 2022). Tämä ajattelutapa toistui myös tutkimuksen tuloksissa, sillä 85 % vastaajista kertoi haluavansa käyttää kohdennettuja resursseja vastuullisten toimenpiteiden toteuttamiseen. Tämä viittaa siihen, että vastuullisuus nähdään liiketoiminnan kilpailukyvyyn ja pitkän aikavälin kestävyys tukijana.

Viestiminen vastuullisuudesta on myös elintärkeää yrityksille. 90 % vastaajista oli täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä siitä, että yrityksen tulee viestiä vastuullisuudestaan kuluttajille (Kuvio 3). Sidosryhmille viestiminen vastuullisuudesta oli tärkeää 75 %:lle vastaajista. Tämä korostaa vastuullisuuden merkitystä brändin ja asiakassuhteiden kehittämisessä. Yritykset ymmärtävät vastuullisuuden tärkeyden osana viestintää, jolla voidaan houkuttaa asiakkaita ja rakentaa luottamusta.

Vastuullisuudesta viestiminen ja raportointi on yrityksille pääosin vapaaehtoista. Se mahdollistaa yrityksille tavan toteuttaa sitä haluamallaan tavalla. Suomeenkin on jo rantautunut useita yrityksiä, jotka tarjoavat valmiita raporttimalleja ja -pohjia vastuullisuuden osoittamiseksi, ja niitä voidaan julkaista ja käyttää yritykselle itselleen sopivimmalla tavalla (Vastuullinen tulevaisuus 2022). Tämänhetkinen, jopa liian runsas vastuullisuuden raportointikenttä voi olla yrityksille hankala kahlata ja löytää sieltä tarvitsemansa.

Vastuullisuus tuo myös lisäarvoa yrityksen imagoon ja julkikuvaan. Vastaajista 85 % ajatteli, että vastuullisuus tuo positiivista lisäarvoa yrityksen imagoon, ja kaikki vastaajat pitivät vastuullisuutta kilpailuetuna. Tämä viittaa siihen, että yritykset näkevät vastuullisuuden strategisenä etuna, joka voi erottua kilpailijoista ja parantaa yrityksen houkuttelevuutta

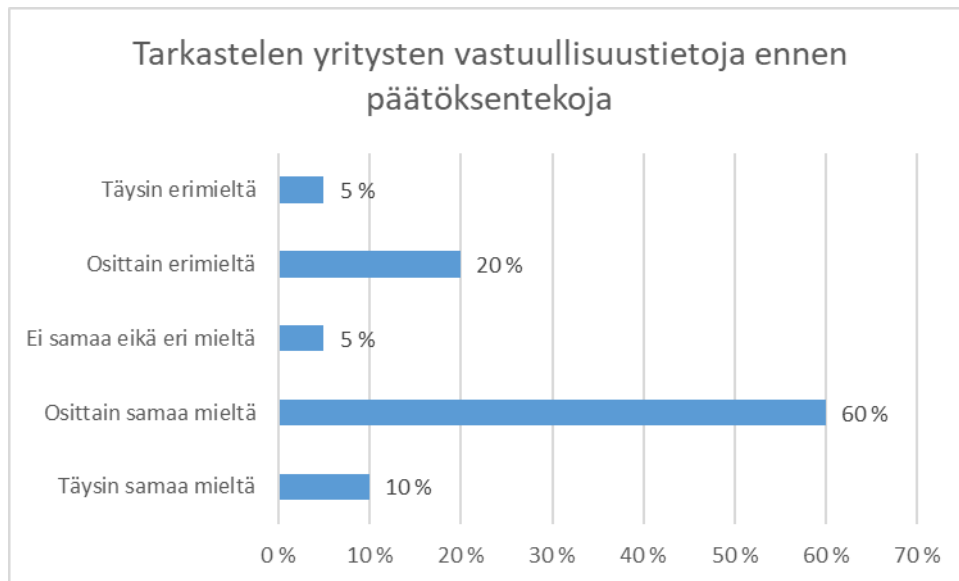
asiakaskunnan ja sidosryhmien silmissä. Yritykset uskovat, että vastuullisuuskäytännöllä on merkitystä asiakkaiden päätöksentekoon ja voivat vaikuttaa ostopäätöksiin.



Kuvio 3: Yrityksen tulee viestiä vastuullisuudesta

Tutkimuksessa selvitettiin myös, tarkasteleeko yritys muiden yritysten vastuullisuustietoja ennen päätöksentekoa. Vastausten perusteella enemmistö (60 %) vastaajista tarkastelee yritysten vastuullisuustietoja ainakin osittain ennen päätöksentekoa (Kuvio 4). Tämä viittaa siihen, että yritykset tekevät päätöksensä osittain myös vastuullisuusperusteiden mukaan ja haluavat varmistaa, että heidän liiketoimintakumppaninsa noudattavat vastuullisia käytäntöjä. Vain 5 % vastaajista ilmoitti, ettei muiden yritysten vastuullisuus vaikuta heidän päätöksentekoonsa. Tämä voi viitata siihen, että yritykset arvioivat vastuullisuustietojen merkitystä tapauskohtaisesti ja sen mukaan, miten relevantteja tiedot ovat suhteessa heidän liiketoimintaansa. On kuitenkin huomioitavaa, että tiedon saatavuus voi vaikuttaa siihen, kuinka helposti yritykset

voivat tarkastella muiden vastuullisuustietoja. Pienyrittäjiä ei tällä hetkellä veloiteta jakamaan vastuullisuustietojaan, joten tiedon jakaminen voi olla epäsystemaattista.



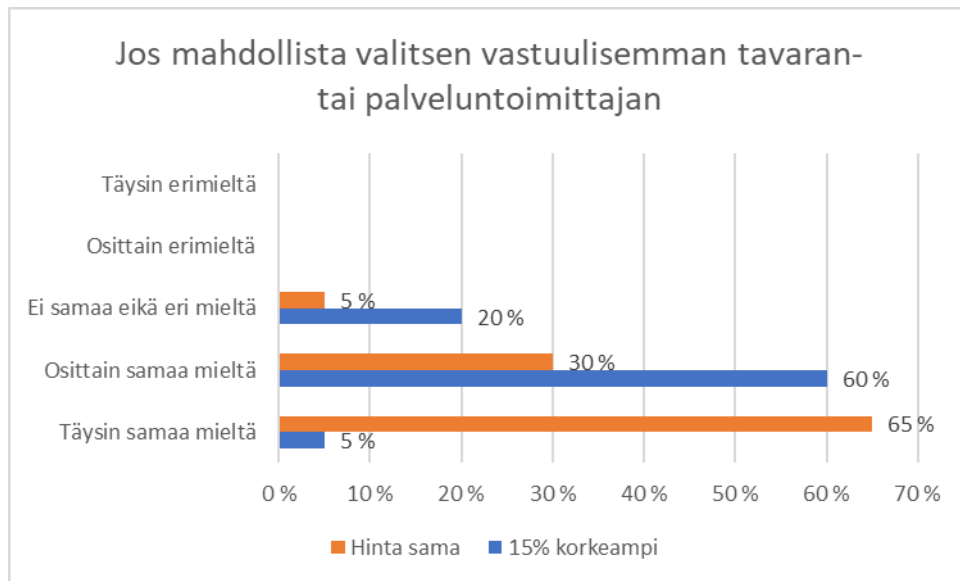
Kuvio 4: Tarkastelen yritysten vastuullisuustietoja ennen päätöksentekoa

Yritykset huomioivat vastuullisuutta entistä enemmän. Se on keino parantaa yrityksen mainetta ja lisätä kilpailukykyä, mutta myös tapa vastata kestävä kehityksen haasteisiin. Pitkäjänteisellä toiminnalla ja vastuullisilla valinnoilla yritykset voivat tukea liiketoimintaansa ja edistää kestävä kehityksen periaatteita (Yrittäjät 2023). Markkinoilla on usein tarjolla useita vaihtoehtoja samalle tuotteelle tai palvelulle, ja niissä voi vaihdella hinta, sisältö ja tapa, jolla tuote tai palvelu on tuotettu. Tällöin vastuullisuus voi olla yksi valinta kriteereistä, jonka perusteella asiakkaat tekevät päätöksensä.

Tutkimuksessa selvitettiin, valitseeko yrittäjä vastuullisemmin tuotetun tavaran- tai palveluntoimittajan kahdella hieman toisistaan eroavalla kysymyksellä. Ensimmäisessä kysymyksessä vastuullisemman tuotteen sai samalla hinnalla, ja toisessa kysymyksessä vastuullisemmasta tuotteesta piti maksaa 15 % enemmän. Jos hinta oli sama, 95 % vastaajista valitsi vastuullisemman tuotteen tai palvelun. Kun hinta nousi 15 % korkeammaksi, enää 65 % vastaajista valitsi vastuullisemman tuotteen tai palvelun (Kuvio 5). Tämä voisi kertoa siitä, että yrittäjät ovat vastuullisuustietoisia ja arvioivat vastuullisuuden vaikuttavuutta tarjotussa tuotteessa tai palvelussa ennen ostopäätöksen tekemistä. Hinta voi kuitenkin vaikuttaa valintaan, jolloin yrittäjät saattavat olla valmiita maksamaan vastuullisuudesta vain silloin, kun se ei merkittävästi nosta tuotteen tai palvelun hintaa.

Tutkimuksen mukaan 80 % vastaajista noudattaa omissa toimitusketjuissaan kestävä kehityksen periaatteita (ympäristö, talous ja ihminen), mikä viittaa siihen, että vastuullisuus ulottuu myös yrityksen sidosryhmiin ja kumppaneihin. Yritykset ovat valmiita noudattamaan

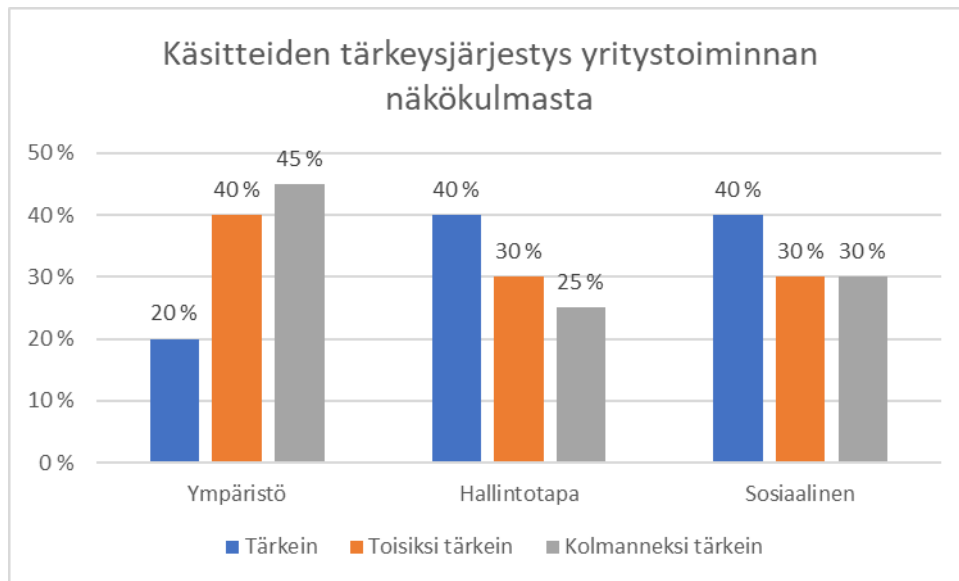
vastuullisuuskäytäntöjä koko arvoketjussaan, mutta tämä saattaa edellyttää enemmän resursseja ja koordinoitua, erityisesti pienemmille yrityksille.



Kuvio 5: Jos mahdollista, valitsen vastuullisemman tavarantai palveluntoimittajan

ESG-raportointi on Suomessa yleisesti tilinpäätöksen yhteydessä käytettävä vastuullisuuden raportoinnin työväline, joka on velvoite vain yli 500 työntekijän yrityksille. Se on kuitenkin aihiona ja yleisesti käytetty runko pienemmillä yrityksillä, jotka haluavat tuottaa omasta liiketoiminnastaan vastuullisuusraporttia. (Hellström & Parkkonen 2022, 16-17) Aikaisemmin vastuullisuus käsite miellettiin usein vain ympäristövastuuseen liittyviin teemoihin, mutta tänä päivänä yritykset ja kuluttajat ovat paljon tietoisempia vastuullisuuden monimuotoisuudesta.

Tutkimuksessa pyydettiin vastaajia laittamaan ESG-raportoinnin mukaiset ympäristö- (energiakulutus, hiilijalanjälki, materiaali), sosiaali- (yhteiskunta, paikallistalous, työntekijät) ja hallintotapa (tietoturva, rahanpesu, korruptio) käsitteet tärkeysjärjestykseen. Tärkeimpinä käsitteinä oman yritystoiminnan näkökulmasta pidettiin sosiaalista vastuuta 40 % ja hallintotapaa 40 %. Vain 20 % vastaajista piti ympäristövastuuta tärkeimpänä näistä kolmesta. (Kuvio 6)



Kuvio 6: Käsitteiden tärkeysjärjestys yritystoiminnan näkökulmasta

Suurin osa vastaajista tunnistaa vastuullisuuden merkityksen ja näkee sen oleellisena osana liiketoimintaa. Tämä heijastuu halukkuutena ohjata resursseja yhä enemmän vastuullisuustoimenpiteisiin. Viestinnän merkitys korostuu yritysten vastuullisuusstrategioissa, ja tutkimuksen tulokset viittaavat siihen, että sekä kuluttajille että sidosryhmille suunnattu viestintä koetaan tärkeäksi. Lisäksi vastuullisuus nähdään kilpailutekijänä ja sen uskotaan vaikuttavan asiakkaiden päätöksentekoon. Vaikka vastuullisuuteen panostaminen edellyttää investointeja, se nähdään ennen kaikkea mahdollisuutena kehittää liiketoimintaa pitkäjänteisesti ja mahdollisuutena vastata kestävä kehityksen haasteisiin. On kuitenkin tärkeää huomioida, että vastuullisuuden toteuttaminen ja raportointi voivat olla haastavia pienyrityksille ja tältä osin tarvitaan lisää mahdollisimman helposti saatavilla olevia tuki- ja ohjausmateriaaleja.

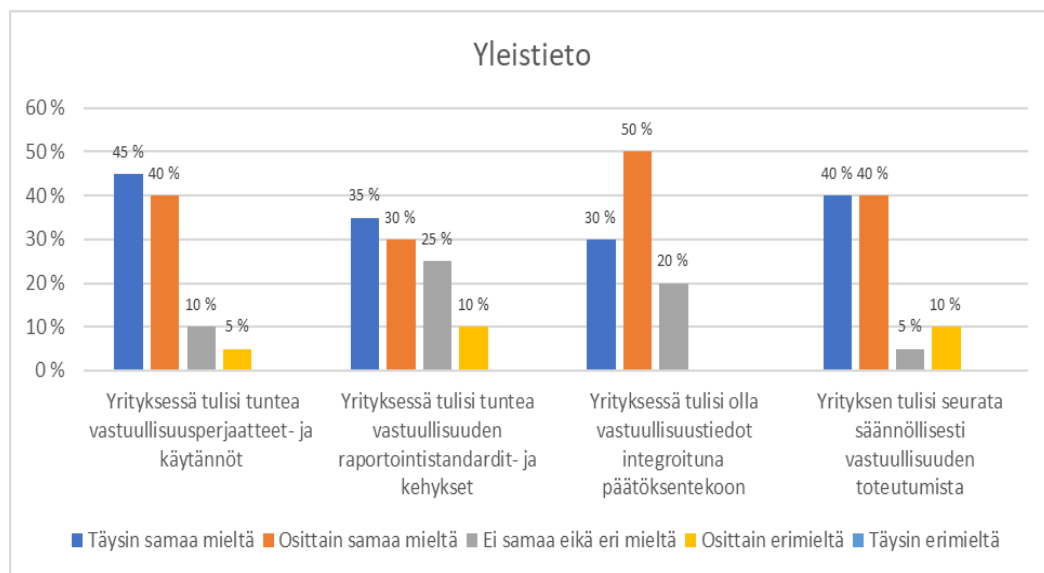
### 5.3 Tulevaisuuden tahtotila

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että yrityksillä on vahva halu ja kiinnostus vastuullisuuden integroimiseksi osaksi liiketoimintastrategiaa. Vastaajista 85 % piti tärkeänä, että omassa yrityksessä tunnettaisiin vastuullisuusperiaatteet ja -käytännöt. Tämä osoittaa, että vastuullisuus on tärkeä osa liiketoiminnan kehittämistä ja sitä halutaan tarkastella osana yrityksen arkea ja päätöksentekoa. Vastuullisuuden integrointi liiketoimintaan on selkeä tavoite, joka auttaa yrityksiä varmistamaan, että vastuullisuus ei jää pelkästään ylimmän johdon tai erillisten hankkeiden tehtäväksi, vaan se on sisällytettävä kaikille tasoille.

Vastuullisuuden toteutumisen seuranta ja sen osaksi ottaminen päätöksentekoon koettiin tärkeäksi. 80 % vastaajista haluaisi nähdä vastuullisuuden olevan osa yrityksen päivittäistä toiminnan seuranta ja päätöksentekoa. Tämä viittaa siihen, että yritykset pyrkivät tekemään vastuullisuudesta osan liiketoiminnan keskeistä johtamista. Vastuu ei ole vain yksittäisten

projektien vastuulla, vaan sen tulisi näkyä kaikessa liiketoimintatoiminnassa ja päätöksenteossa.

Raportointistandardien- ja kehysten tunteminen aiheutti hajontaa vastaajissa. Vain 35 % vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että yrityksessä tulisi tuntea vastuullisuuden raportointistandardit- ja kehukset. 30 % vastaajista oli kuitenkin osittain samaa mieltä. 25 % ei ollut samaa eikä erimieltä ja 10 % vastaajista oli osittain erimieltä. (Kuvio 7). Tämä hajonta voi johtua siitä, että yrityksille on nykyään tarjolla valmiita raportointipohjia ja palveluntarjoajia erilaisten raportointistandardien käyttämiseen. Tällöin yritykset eivät välttämättä itse syvenny raportoinnin rakenteisiin, kun valmiit pohjat tarjoavat helpon tavan ottaa vastuullisuusraportointi osaksi liiketoimintaa.



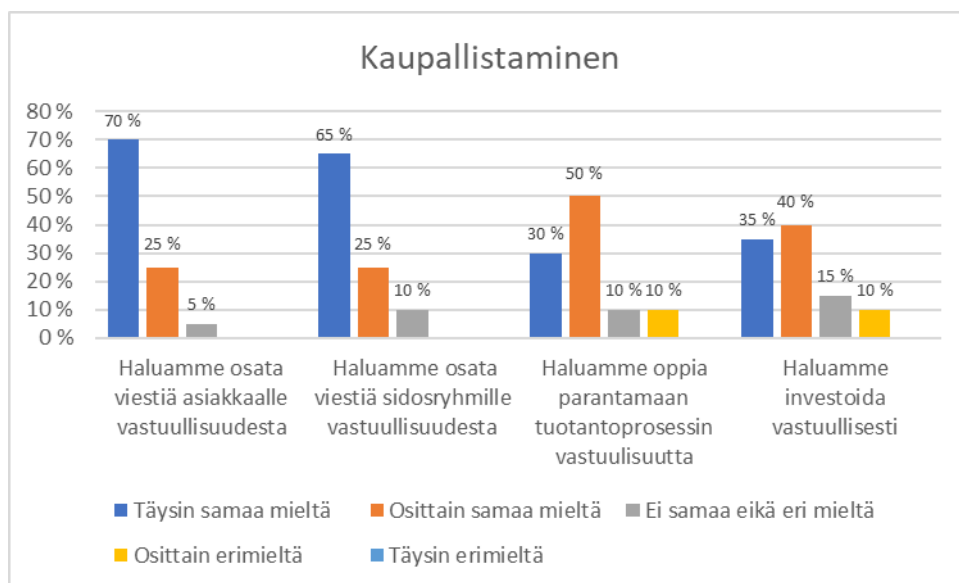
Kuvio 7: Yleistieto

Toisessa osiossa selvitettiin kaupallistamiseen liittyviä asenteita ja toiveita. Kaupallistaminen on prosessi, jossa tuote tai palvelu tuotetaan markkinaa myytäväksi. Prosessi sisältää usein kehittämisen, markkinoinnin, myynnin, viestimisen ja jakelun. Hyvä ja onnistunut kaupallistamisen prosessi yleensä tuottaa taloudellista arvoa liiketoiminnalle. Liiketoimintaa tehdään kumppanien kanssa, eri verkostoissa. (Pelkonen, Toivonen & Kurkijärvi 2022)

Laadukkaiden ja monipuolisten liiketoimintasuhteiden ylläpitäminen on elintärkeää, mutta myös viestinnän sisältö ja toteutustapa ovat oleellisia. Viestiminen nousikin eniten esille, kun 95 % vastanneista haluaa osata viestiä asiakkaille ja 85 % sidosryhmille. Konkreettisiin toimiin suhtauduttiin hieman varautuneemmin. Tämä osoittaa, että yritykset haluavat vahvistaa vastuullisuuden asemaa osana ulkoista ja sisäistä viestintää. Viestintä ei ole pelkästään markkinointiväline, vaan se on olennainen osa liiketoiminnan vastuullisuustavoitteiden toteuttamista ja asiakassuhteiden rakentamista.

Tuotantoprosessi on useista vaiheista koostuva kokonaisuus, joka voisi olla hyödyllinen alusta todentaa yrityksen vastuullisuutta. Vastaajista 80 % haluaisi oppia parantamaan oman yrityksensä tuotantoprosessin vastuullisuutta. (Kuvio 8). Tämä tulos osoittaa, että yritykset haluavat varmistaa, että vastuullisuus on sisällytetty myös käytännön toimenpiteisiin. Vastuullisuus ei ole pelkästään strateginen ajattelutapa, vaan se ulottuu suoraan yrityksen arkeen ja tuote- ja palveluprosessien hallintaan. Toimintatapojen ja prosessien vastuullisuus on keskeinen osa kestävän liiketoiminnan rakentamista.

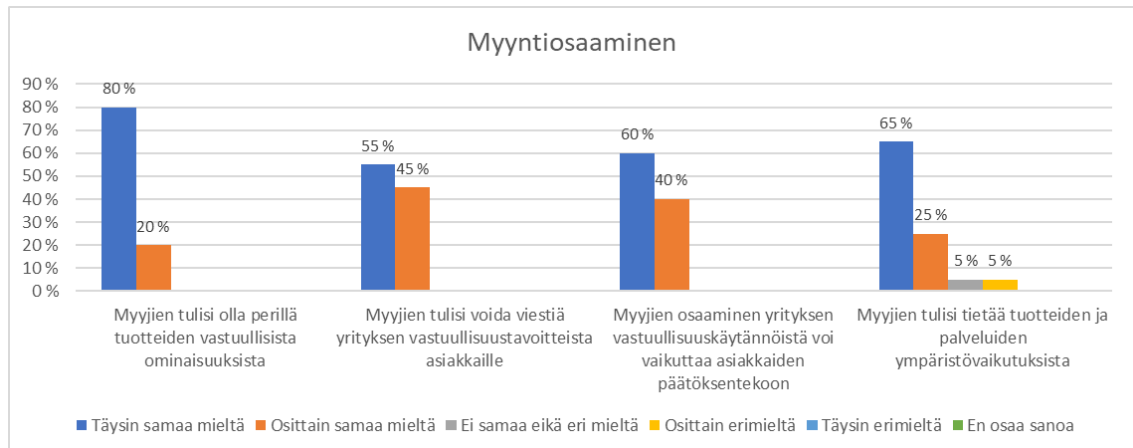
Vastaajat osoittavat varautuneisuutta vastuullisiin investointeihin, sillä 35 % oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa, että he haluaisivat investoida vastuullisesti, 40 % oli osittain samaa mieltä ja 10 % vastaajista oli osittain erimieltä (Kuvio 8). Vastuullisen investoinnin tavoitteena on saavuttaa taloudellista tuottoa samalla, kun edistetään kestävä kehitystä. Yrittäjien on arvioitava huolellisesti investoinnin määrän ja hyödyn välinen riski. Tämä varauksellisuus voi kertoa siitä, että yrittäjät ovat valmiita investoimaan vastuullisesti, mutta he haluavat varmistaa, että investoinnilla on myös taloudellista hyötyä. Vaikka vastuullisuus on kasvava tekijä, joka voi vaikuttaa sijoituspäätöksiin, yrittäjät voivat suhtautua investointeihin varauksellisesti, koska taloudelliset näkökohdat voivat tuntua ensisijaisilta. Sijoittajabarometrin mukaan suurin osa sijoittajista ottaa kuitenkin huomioon yrityksen vastuullisuuden sijoituspäätöksessään (Osakesäästäjien keskusliitto & Pörssisäätiö 2019). Tämä kertoo, että vastuullisuuden merkitys kasvaa myös taloudellisessa päätöksenteossa.



Kuvio 8: Kaupallistaminen

Myös myynnin ja asiakassuhteiden osalta vastuullisuus on tärkeässä roolissa. Vastaajat painottivat myyjien vastuullisuusosaamista ja kykyä viestiä myytävistä tuotteista ja palveluista vastuullisuuden näkökulmasta. 100 % vastaajista toivoi, että myyjät tietäisivät tuotteidensa

ympäristövaikutuksista. (Kuvio 9). Tämä korostaa sitä, että vastuullisuus on viestittävä kaikilla tasoilla organisaatiossa, ei vain ylimmällä johdolla. Vastaaajista suurin osa koki, että myyjien vastuullisuustietoisuus vaikuttaa suoraan asiakkaan ostopäätöksiin ja siten yrityksen liiketoimintatulokseen. Vastuullisuustietoisuuden ei kuitenkaan tulisi rajoittua vain myyjiin, vaan se on tärkeää myös koko organisaation tasolla, jotta asiakkaat voivat tehdä vastuullisia valintoja.

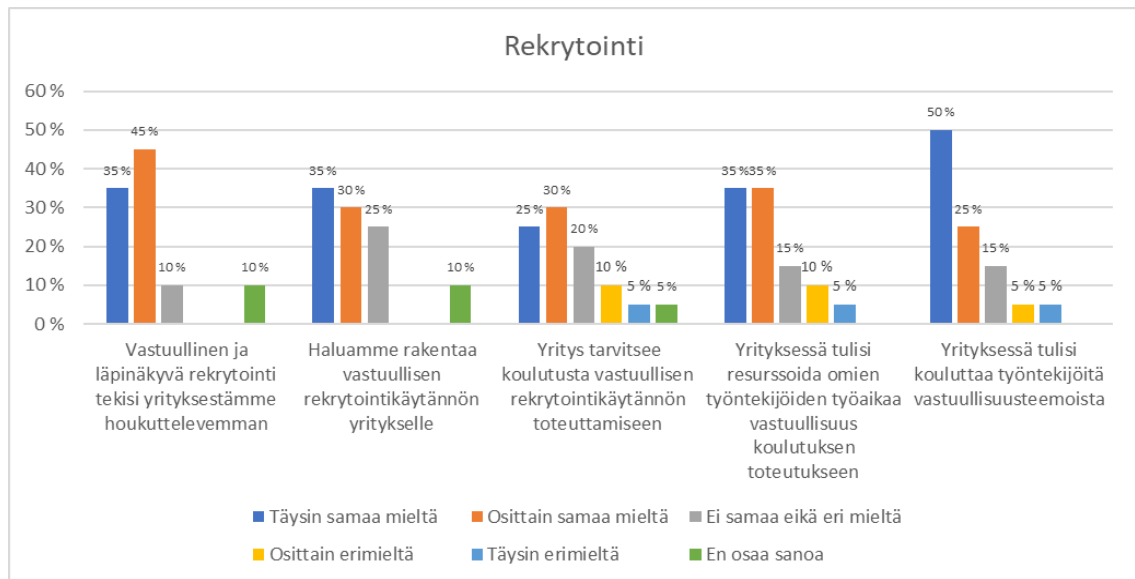


Kuvio 9: Myyntiosaaminen

Vastaaajien näkemykset vastuullisen rekrytoinnin merkityksestä yrityksille ja sen integroimisesta käytäntöihin vaihtelevat. Vastaaajista 80 % koki, että läpinäkyvä rekrytointi parantaa yrityksen imagoa ja tekee siitä houkuttelevamman työnhakijoille, mutta vain 65 % oli valmis kehittämään vastuullisen rekrytointikäytännön yritykselleen. Tämä kertoo siitä, että vaikka vastuullinen rekrytointi on monille yrityksille tärkeä asia, sen käytännön toteutus voi olla haasteellista. Rekrytointikäytännön kehittäminen ja sen viestiminen ulospäin saattavat edellyttää investointeja ja resursseja. 35 % vastaaajista ei osannut vastata tai ei ollut samaa tai erimieltä, mikä viittaa siihen, että monet yritykset ovat ehkä vielä alkuvaiheessa vastuullisen rekrytoinnin toteutuksessa. (Kuvio 10)

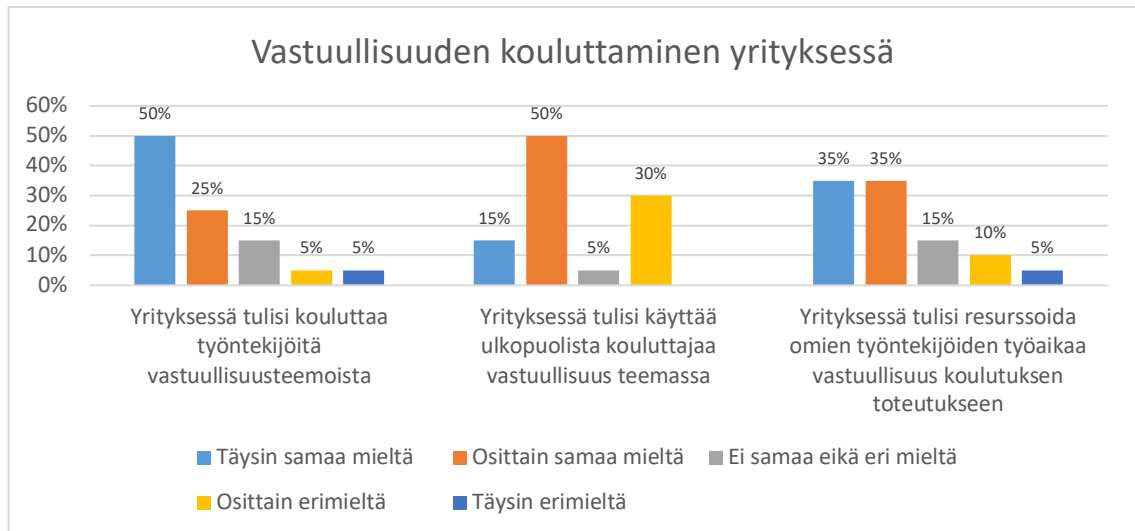
Vastaaajien suhtautuminen vastuullisuuskoulutuksen tarpeellisuuteen ja sen integroimiseen yrityksen toimintaan osoittaa, että yrityksillä on halu kehittää osaamistaan vastuullisuusasioissa. 50 % vastaaajista koki tarvitsevansa koulutusta vastuullisen rekrytointikäytännön toteuttamiseen, mikä viittaa siihen, että yrityksillä ei välttämättä ole tarvittavaa asiantuntemusta tämän osalta. 70 % vastaaajista oli valmiita käyttämään työntekijöiden työaikaa vastuullisuuskoulutukseen, ja 75 % haluaisi kouluttaa työntekijöitään vastuullisuusteemoista (Kuvio 10). Tämä

vahvistaa, että yritykset ymmärtävät vastuullisuuskoulutuksen merkityksen ja haluavat varmistaa, että kaikki työntekijät ovat mukana vastuullisuuden edistämässä organisaatiossa.



Kuvio 10: Rekrytointi

Vastaaajien näkemykset vastuullisuuden koulutuksen roolista yrityksissä kertovat sen tärkeästä asemasta organisaation kehittämisessä tulevaisuudessa. Vastuullisuuden kouluttaminen yrityksissä oli keskeinen osa vastaajien tulevaisuuden tahtotilaa. 75 % vastaajista koki, että yrityksessä tulisi kouluttaa työntekijöitä vastuullisuusteemoista, ja 65 % halusi käyttää ulkopuolista kouluttajaa (Kuvio 11). Tämä osoittaa, että vastuullisuuskoulutus nähdään investointina, joka tuo pitkäaikaisia hyötyjä yritykselle ja sen sidosryhmille. 70 % vastaajista oli valmis resursoimaan omien työntekijöidensä aikaa koulutukseen, mikä kertoo sitoutumisesta vastuullisuuden edistämiseen organisaatiossa. Yrityksissä halutaan varmistaa, että vastuullisuus integroituu osaksi organisaation kulttuuria ja toimintaa.



Kuvio 11: Vastuullisuuden kouluttaminen yrityksessä

Vastuullisuuden integroiminen osaksi organisaation toimintaa ja kulttuuria saa vahvaa tukea niin työntekijöiltä kuin johtajilta. Suurin osa vastaajista on valmis sitoutumaan prosessiin sekä ulkopuolisten asiantuntijoiden avulla, että omien resurssiensa kautta. Tämä viestii siitä, että yrityksissä on tiedostettu vastuullisuuden merkitys ja halutaan varmistaa sen asianmukainen toteutuminen käytännössä. Vastuullisuus ei ole enää irrallinen osa liiketoimintaa, vaan siitä on tullut olennainen osa organisaation perustoimintaa ja strategista suuntaa. Koulutuksen avulla voidaan vahvistaa työntekijöiden osaamista ja ymmärrystä vastuullisuusteemoista, mikä puolestaan voi johtaa entistä eettisempään ja kestävämpään toimintaan organisaatio tasolla. Koulutus myös tukee vastuullisuuden periaatteiden jalkauttamista koko organisaation ja varmistaa, että vastuullisuus ei jää vain strategian tasolle, vaan vakiintuu osaksi jokapäiväistä toimintaa. Näin ollen vastuullisuuskoulutus toimii tärkeänä välineenä yritysten pyrkiessä kohti kestävämpää tulevaisuutta ja positiivista vaikutusta yhteiskuntaan.

## 6 Pohdinta

Opinnäytetyömme aihe on ajankohtainen, mielenkiintoinen ja ajatuksia herättävä. Tutkimuksen tulokset tarjoavat Uudenmaan yrittäjien näkemyksiä, asenteita ja toiveita vastuullisuutta kohtaan. Vastaukset ovat linjassa vallitsevan vastuullisuustrendin kanssa, joka heijastaa kasvavaa ymmärrystä vastuullisuuden ja kestävyden merkityksestä liiketoiminnassa ja laajemmin yhteiskunnassa. Suuri enemmistö vastaajista piti vastuullisuutta tärkeänä osana liiketoimintaa. Tämä osoittaa, että vastuullisuus on jo nyt vahvasti juurtunut yritysten arvomaailmaan.

Yrittäjät pitävät elintärkeänä viestiä vastuullisuudestaan kuluttajille ja sidosryhmille. He näkevät vastuullisuuden investointina, ei kuluna. Suurin osa vastaajista uskoi, että se tuo lisäarvoa yrityksen imagoon ja julkikuvaan. Tämä voi vaikuttaa myönteisesti asiakkaiden päätöksentekoon. Tutkimuksesta ilmenee, että kun vastuullisuus ei aiheuta lisäkustannuksia, lähes jokainen vastaajista valitsisi vastuullisemman vaihtoehdon. Kun hinta nousi 15 %, yli puolet vastaajista teki siitä huolimatta vastuullisemman valinnan. Tämä kertonee siitä, että vastuullisuus on tärkeää, mutta korkeampi hinta voi vaikuttaa päätökseen jonkin verran.

ESG-raportointi on yksi käytetyimmistä välineistä vastuullisuuden kuvaamisessa ja raportoinnissa. Yrittäjien näkemykset ESG-raportoinnin tärkeydestä ja sisällöstä vaihtelevat. Hieman yllättävänä tuloksena ESG käsitteistä yrittäjät pitivät tärkeimpänä sosiaalista vastuuta ja hallintotapaa, kun taas ympäristövastuu asetettiin viimeiseksi näiden kolmen käsitteen joukossa. Tämä kuvanee ihmisten valistuneisuutta, ymmärrystä ja tietoisuutta vastuullisuuden teemoista. Nykyään vastuullisuus käsitetään laajemmin, kun pelkästään ympäristövastuun mukaisesti.

Tutkimuksen yksi tavoitteista oli selvittää Uudenmaan yrittäjien tulevaisuuden tahtotilaa vastuullisuuden näkökulmasta. Yritykset toivoivat, että heidän yrityksissään tunnettaisiin vastuullisuuden peruseriaatteen ja nähtäisiin vastuullisuus integroituna päätöksentekoon. Läpinäkyvän rekrytoinnin uskottiin parantavan yrityksen imagoa ja yli puolet haluaisi osata rakentaa ja kouluttaa kohti vastuullisempaa rekrytointikäytäntöä omassa yrityksessään. 75 % vastaajista katsoi, että yrityksessä tulisi kouluttaa työntekijöitä vastuullisuusteemoista ja suurin osa oli valmis resursoimaan aikaa koulutuksen toteutukseen.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että vastuullisuus on merkittävä tekijä suomalaisten yritysten toiminnassa ja siihen halutaan panostaa. Vaikka monet yritykset ovat vastuullisuuden kannalla, löytyy sieltä myös haasteita: korkeamman hinnan vaikutus vastuullisempaan päätöksentekoon, näkemyserot vastuullisuus raportoinnissa ja tulevat säädökset. Tulevaisuuden suunta näyttää kuitenkin vahvasti kohti vastuullisempaa liiketoimintaa, kun yritykset haluavat integroida vastuullisuuden päivittäiseen toimintaansa ja parantaa niin imagoaan kuin rekrytointikäytäntöjään.

Opinnäytetyömme oli kokonaisuudessaan onnistunut. Tulosten perusteella voimme todeta työmme onnistuneen tutkimuskysymysten valossa. Valiot hankkeelle saatiin hyödyllistä tutkimustietoa Uudenmaan yrittäjien vastuullisuus käytänteistä, asenteista ja toivomuksista. Lisäksi kysely oli toimiva ja saimme tarvittavat vastaukset tutkimuskysymyksiimme.

Teoreettisen viitekehyksen sekä keräämämme aineiston avulla tiedämme, ja voimme olettaa millaisille vastuullisuusteema koulutuksille on kysyntää ja mitä yritykset toivovat koulutuksilta.

Työmme sujui lähes aikataulussa sekä aineistokeruu onnistui jouhevasti, mutta otanta jäi valitettavan pieneksi. Haasteellisinta työssämme oli vastausten saaminen ja yritysten ajan ansaitseminen. Valitettavasti vastauslomakkeeseen vastaaminen ajoittui joulun ja uudenvuoden pyhien kanssa päällekkäin, mikä lisäsi haastetta entisestään. Sen lisäksi teoreettisen viitekehyksen luominen oli haastavaa, kun kyseessä on erittäin voimakkaasti kehittyvä aihe, josta on nykyisellään saatavilla melko vähän painettua kirjallisuutta.

Vastuullisuus tulee ottamaan yhä suurempaa roolia tulevaisuuden yritystoiminnassa ja pienille yrityksille on elintärkeää pysyä kilpailukykyisenä isojen yritysten rinnalla vastuullisuuden saralla. Työ lisää ymmärrystä yleisesti vastuullisuuden teemoista, mutta myös Uudenmaan yritysten tahtotilasta toimia sen edistämiseksi.

Tradenomin työtehtävä painottuu aina jollain tavalla liiketoimintaan, jossa tulee huomioida, suunnitella ja toteuttaa vastuullista kehitystä ja kasvua. Se voidaankin katsoa yhdeksi tradenomin tulevaisuuden ydinosaamisen osa-alueista.

Tämä opinnäytetyö auttoi omalta osaltaan meitä tutkimuksen tekijöitä ymmärtämään vastuullisuuden nykytilaa ja tulevaisuuden volyyymia. Työmme on askel kohti ammatillista kasvua. Vastuullisuuden teemat ja käytännöt tulevat kehittymään isoin harppauksin ja Suomenkin lainsäädäntöön on kaavailtu lisää vastuullisuusteemaan liittyviä säädöksiä jo lähitulevaisuudessa.

Tutkimustamme ohjasivat useat eettiset periaatteet ja luotettavuuden kulmakivet. Tutkimustulokset tuli esitellä selkeästi ja oman pätevyysalueemme sisällä ja lähestyä yrityksiä ammatillisesti. Tutkimuksen tarkoituksena oli hyödyttää sekä tutkimuksen tilaajia että tekijöitä. Myös lähdemerkintöjen tuli olla asianmukaiset. (Vilkkä 2014, 90-92.)

Tutkimusprosessi altistuu aina erilaisille virheille, jotka voivat johtua sekä tutkijasta että tutkittavista. Nämä virheet voivat olla tietoisia tai tiedostamattomia. Mahdolliset virhelähteet, jotka johtuvat tutkijasta, liittyvät usein aineiston keruuseen ja tulosten tulkintaan. Koska työmme oli kvantitatiivinen, se on kvalitatiivista työtä objektiivisempi, mikä tarkoittaa, että tutkijoiden vaikutus saatuun tulokseen oli vähäisempi. Tutkittavista johtuvat mahdolliset virheet voivat liittyä esitettyihin kysymyksiin; onko tutkittavilla ymmärrys esitetystä kysymyksestä samanlainen kuin tutkijoiden toivoma (Kananen 2015, 337-338, 345).

Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan validiteetilla, joka kuvaa tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä, sekä reliabiliteetilla, joka kuvaa tutkimuksen toistettavuutta (Tilastokeskus 2018). Validi tutkimus mittaa tarkasti sen, mitä sen on tarkoitus mitata, ja tuottaa keskimäärin oikeita tuloksia. Tutkimuksen validiteetti edellyttää huolellisesti suunniteltua ja harkittua tiedonkeruuta. Tämä puolestaan vaatii kunnollisia tutkimuskysymyksiä, edustavaa otosta, joka on valittu perusjoukosta asianmukaisella otantamenetelmällä, sekä korkea

vastausprosenttia. Reliaabeli tutkimus tuottaa tarkkoja tuloksia ja on toistettavissa samanlaisin tuloksin. Tämän varmistamiseksi tutkimuksessa on oltava riittävän suuri ja edustava otos, ja tiedonkeruun, tulosten syöttämisen ja käsittelyn on oltava huolellista ja virheetöntä (Heikkilä 2014).

Eettisten näkökulmien osalta työmme onnistui. Pyrimme monipuolisesti ottamaan huomioon kohderyhmän työssämme ja aineistonkeruu toteutettiin selkeällä ja lyhyellä kyselyllä. Uskomme, että tutkimusaiheestamme ja tuloksistamme on hyötyä Valiot-hankkeelle sekä muille lukijoille. Yrityksille suunnitellun kyselylomakkeen tavoitteena oli tehdä se mahdollisimman yksinkertaiseksi, jotta vastaaminen olisi nopeaa ja vaivatonta.

Kohderyhmälle kerrottiin tutkimuksemme motiivit, selvennettiin sen tavoitteet ja tarkoitus. Tutkimuksemme perustui vapaaehtoisuuteen, joten osallistumiseen ei liittynyt pakkoa. Kysely toteutettiin täysin anonyymisti, mikä tarkoittaa, että tutkittavia ei voida tunnistaa vastausten perusteella. Vastauksia käytettiin ainoastaan tutkimustulosten analysointiin.

Luotettavuuden näkökulmasta työmme osoittautui onnistuneeksi. Tutkimme tarkasti ja täsmällisesti sitä, mitä tarkoituksemme oli tutkia. Se edellytti selkeää ja tarkkaa määrittelyä tutkimusongelmasta. Kohderyhmä valittiin tutkimusongelman mukaisesti, ja heille valittiin sopiva tiedonkeruumenetelmä, e-kyselylomake. Kysymysten laadinnassa pyrimme saamaan vastauksia tutkimusongelmaamme ja valitsemaan neutraalin tyylin, jotta kysymykset eivät ohjaisi vastaajia. Strukturoitujen kysymysten avulla vastaaminen ja tulosten tulkinta olivat joustamatonta, eikä omilla mielipiteillämme ja asenteillamme ollut mahdollisuutta vaikuttaa vastausten analysointiin. Kyselylomake oli etukäteen testattu ja tarkistettu.

Teorian näkökulmasta työmme luotettavuutta vahvistavat monipuolisesti ja kriittisesti valitut lähteet sekä aiheeseen syvälinen paneutuminen. Mainitut seikat todistavat tutkimuksemme olevan sekä validi että reliaabeli.

Aineistonkeruuseen osallistui 20 vastaajaa. Otanta oli työllemme vähimmäismäärä, mutta yleistääksemme tuloksia suuremmissa mittakaavassa, olisi otannan pitänyt olla suurempi. Tässä suhteessa työmme reliabiliteetti jäi hieman puutteelliseksi.

## 7 Jatkotutkimusehdotukset

Tutkimus on tuonut esiin, että vastuullisuus on vahvasti juurtunut monien yritysten arvomaailmaan ja se nähdään tärkeänä osana liiketoimintaa. Kuitenkin tutkimus keskittyi pääasiassa vain yleiskuvaan yritysten vastuullisuuden nykytilasta, eikä syventynyt yritysten käytännön toimiin. Jatkotutkimuksessa olisi tärkeää tarkastella syvällisemmin, millaisia konkreettisia vastuullisuushankkeita yritykset ovat toteuttaneet ja miten ne ovat vaikuttaneet

liiketoimintaan. Tämä voisi sisältää esimerkiksi kysymyksiä siitä, miten vastuullisuustoimenpiteet ovat parantaneet yritysten mainetta, asiakassuhteita tai taloudellista tulosta. Vastuullisuuden vaikutus ei ole aina suora ja se saattaa ilmetä pitkällä aikavälillä, joten tutkimuksessa tulisi huomioida myös ajallinen ulottuvuus, kuten toimenpiteiden pitkäaikaisvaikutukset.

Erityisesti pk- ja pienyritysten osalta tarvitaan syvempää ymmärrystä niiden vastuullisuuskäytännöistä ja niiden toteuttamiseen liittyvistä haasteista. Pienyrityksillä voi olla rajalliset resurssit, mikä saattaa hankaloittaa vastuullisuuden täysipainoista toteuttamista. Jatkotutkimuksessa voisi tarkastella, mitkä ovat pk- ja pienyritysten suurimmat esteet vastuullisuuden täysimittaisessa omaksumisessa. Esimerkiksi, onko kyse resursoinnista, tiedon puutteesta vai asenteista? Tällaiset kysymykset voisivat auttaa tunnistamaan erityisiä tukitarpeita, joita pienyritykset kokevat vastuullisuuden toteuttamisessa.

Lisäksi tutkimusta voisi tulevaisuudessa laajentaa käsittelemään täsmennettyjä aiheita, kuten: miten pienet yritykset tekevät vastuullisuustoimenpiteitä käytännössä, onko vastuullisuus sisäänrakennettu osaksi liiketoimintastrategiaa, vai onko se enemmän reaktiivinen toimenpide, joka otetaan käyttöön vasta kilpailun tai lainsäädännön vaatimusten myötä? Tutkimusten avulla voitaisiin selvittää, onko vastuullisuus yrityksen arvomaailman ytimessä vai enemmän yrityksen reaktiivinen vastaus ulkoihin paineisiin. Tällaisten kysymysten lähempi tarkastelu voisi paljastaa, onko vastuullisuuden integroiminen liiketoimintaan enemmän yrityskulttuuriin liittyvä valinta vai pakon sanelema strategia.

Toinen keskeinen jatkotutkimuskohde voisi olla se, mikä motivoi yrittäjiä kohti vastuullisempaa liiketoimintaa. Onko vastuullisuudella taloudellisia etuja, kuten kustannussäästöjä tai asiakasuskollisuuden parantamista, vai onko kyse enemmänkin henkilökohtaisista arvoista tai yhteiskunnallisesta vastuusta? Ymmärtäminen siitä, mikä motivoi yrityksiä kehittämään vastuullisuustoimenpiteitä, tarjoaa arvokkaita näkökulmia siihen, miten vastuullisuus voidaan integroida tehokkaammin yritysten arkipäiväisiin toimintoihin. Tämä voisi sisältää myös erilaisien motivaatiotekijöiden, kuten lainsäädännön, asiakaspaineiden tai sisäisten arvojen, tarkastelua ja niiden vaikutusta päätöksentekoon.

Tutkimus osoitti, että enemmistö yrittäjistä on halukas edistämään oman yrityksensä vastuullisuuskäytäntöjä ja integroimaan vastuullisuuden osaksi liiketoimintaansa. Tämä on hyvä lähtökohta, mutta vastuullisuuden täysimääräinen toteuttaminen vaatii resursseja ja asiantuntemusta. Jatkotutkimuksessa voisi selvittää, kuinka paljon resursseja yritykset ovat valmiita kohdistamaan vastuullisuuden kehittämiseen. Erityisesti olisi kiinnostavaa tarkastella, millaisia konkreettisia toimenpiteitä yritykset ovat valmiita toteuttamaan ja mitä ne odottavat vastuullisuuden kehittämisen tuottavan pitkällä aikavälillä.

Jatkokyselyn tekeminen voisi olla erinomainen tapa syventää tutkimusta. Kyselyssä olisi hyvä tarkastella, miten yritykset resursoivat vastuullisuuden edistämistä, miten ne suhtautuvat

vastuullisuusraportointiin ja millaisia odotuksia niillä on vastuullisuuden vaikutuksista liiketoimintaan. Kyselyyn voisi myös sisällyttää avoimia kysymyksiä, jotka antavat yrittäjille mahdollisuuden jakaa omia kokemuksiaan ja näkemyksiään vastuullisuuden toteuttamisesta. Avoimet kysymykset tarjoavat syvällisempää tietoa ja voivat tuoda esiin yksilöllisiä haasteita ja tarpeita, joita ei voida kaapata strukturoiduilla kysymyksillä.

Jatkokyselyn toteutuksessa on tärkeää huomioida muutama avaintekijä, kuten kyselyn tavoite, riittävä kysymysten yksityiskohtaisuus, markkinointi ja vastausprosentin maksimoiminen. Kyselyn tulee olla houkutteleva osallistujille, ja sen hyödyistä on viestittävä selkeästi. Kyselyn ajankohta ja vastausaika tulisi valita siten, että se takaa laajan ja edustavan otannon, joka voi tuottaa luotettavia ja yleistettäviä tuloksia.

## Lähteet

Elinkeinoelämän keskusliitto 2023. Pk-vastuullisuusbarometri 2023: Vastuullisuus korostuu vienti- ja kasvuyritysten kilpailukeinona. Viitattu 12.12.2023. <https://www.sttinfo.fi/tiedote/70058592/pk-vastuullisuusbarometri-2023-vastuullisuus-korostuu-vienti-ja-kasvuyritysten-kilpailukeinona?publisherId=69819283&lang=fi>

Elinkeinoelämän keskusliitto 2023. Vastuullisuus. Viitattu 12.12.2023. <https://ek.fi/tavoitteemme/vastuullisuus/>

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino. 5.painos. Viitattu 11.10.2023.

FIBS. Yritysvastuu 2023 -tutkimus: Vain harvat yritykset ovat luopuneet kestäättömästä liiketoiminnasta, silti uudistava liiketoiminta tekee jo tuloaan. Viitattu 11.10.2023. <https://www.sttinfo.fi/tiedote/69977824/yritysvastuu-2023-tutkimus:-vain-harvat-yritykset-ovat-luopuneet-kestamattomasta-liiketoiminnasta-silti-uudistava-liiketoiminta-tekee-jo-tuloaan?publisherId=69819092&lang=fi>

Fredman, J. 2022. ESG-raportointi eli vastuullisuusraportointi pähkinänkuoressa. Viitattu 12.12.2023. <https://tilisanomat.fi/talousohjaus/esg-raportointi-eli-vastuullisuusraportointi-pahkinankuoressa>

Global Reporting. The GRI Standards - Enabling Transparency on Organizational Impacts. 2022. Viitattu 8.1.2024 [www.globalreporting.org/media/wmxlklns/about-gri-brochure-2022.pdf](http://www.globalreporting.org/media/wmxlklns/about-gri-brochure-2022.pdf)

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. painos. E-kirja. Helsinki: Edita. Viitattu 12.12.2023.

Hellström, E & Parkkonen, P. 2022. Vastuullisuuden tulevaisuus: Miten vastuullisuus kohtaa kestävyuden ja vaikuttavuuden? Sitra. PunaMusta Oy. Viitattu 13.12.2023. <https://www.sitra.fi/julkaisut/vastuullisuuden-tulevaisuus/>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi. Viitattu 10.9.2024.

Innanen, M. & Lipponen, K. 2022. PK-yritysten vastuullisuusosaamista kasvatettava, jotta ne eivät tipu hankintaketjuista. Viitattu 8.1.2024 <https://fibsry.fi/uutishuone/blogit/pk-yritysten-vastuullisuusosaamista-kasvatettava-jotta-ne-eivat-tipu-hankintaketjuista/>

ISO26000 and OECD Guidelines - Practical Overview of the Linkages. 2019. ISO. Viitattu 8.1.2024. <https://www.iso.org/publication/PUB100418.html>

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 16.1.2024

Kankkunen, P & Vehviläinen-Julkunen, K. 2013. Tutkimus hoitotieteessä. 3. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy. Viitattu 12.12.2023

Kuusela, K. (2021). *Määrälliset menetelmät tutkimuksessa*. Jyväskylä: PS-kustannus.

Laitala, J. 2023. Kilpailuetua vastuullisuudesta.. Viitattu 20.1.2024. <https://www.kauppa-lehti.fi/kumppanisallot/atradius/vastuullisuus-yrityksissa-meidan-nakokulmamme/>

- Lindell, P. 2022. Kilpailuetua vastuullisuudesta - opas teknologiateollisuuden pk-yrityksille. Viitattu 8.1.2024. [https://teknologiateollisuus.fi/sites/default/files/inline-files/Kilpailuetua\\_vastuullisuudesta-opas%20yrityksille\\_0.pdf](https://teknologiateollisuus.fi/sites/default/files/inline-files/Kilpailuetua_vastuullisuudesta-opas%20yrityksille_0.pdf)
- Metsämuuronen, J. 2002. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. Helsinki: International Methelp. Viitattu 20.1.2024
- Miettinen, J. & Vehkalahti, K. 2013. Verkkokyselytutkimusten otosten valinta. Teoksessa S, Laaksonen, J, Matikainen & M, Tikka. Tampere. Vastapaino. Viitattu 14.3.2024
- Osakesäästäjien keskusliitto & Pörssisäätiö. 2019. Sijoittajabarometri 2019. Viitattu 15.1.2024 <https://www.sttinfo.fi/data/attachments/00996/50dc3e0b-cfcf-42b3-9010-2fc7f73ab793.pdf>
- Pelkonen, T., Toivonen, J. & Kurkijärvi, L. 2022. Kaupallistamisen tila 2022-selvitys: Kumppanuudet kaupallisen kasvun lähteenä ja osana kansainvälistymistä. Viitattu 14.3.2024. [https://helsinki.chamber.fi/wp-content/uploads/2022/06/kaupallistentila2022\\_loppuraportti\\_vs1\\_0-1.pdf](https://helsinki.chamber.fi/wp-content/uploads/2022/06/kaupallistentila2022_loppuraportti_vs1_0-1.pdf)
- Renfors, S. & Ruoho, J. 2020. Vihreä yrittäjyys kukoistaa liiketoimintaosaamista kasvattamalla. Viitattu 8.1.2024. <https://uasjournal.fi/katsaus/vihrea-yrittajyys/>
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2019. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Helsinki: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu 15.1.2024 <https://www.fsd.tuni.fi/fi/tietoaarkisto/julkaisut/kvalimotv.pdf>
- Stobierski, T. 2021. What Is Corporate Social Responsibility? - 4 Types. Harvard Business School. Viitattu 8.1.2024 <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>
- Taloushallintoliitto. Yritysvastuu ja kestävyysraportointi. Viitattu 11.10.2023. <https://taloushallintoliitto.fi/tietopankki/yritysvastuu-ja-kestavyysraportointi/>
- Tilastokeskus. 2018. Tietoa tilastoista. Käsitteet. Viitattu 15.1.2024. <https://www.stat.fi/meta/kas/reliabiliteetti.html>
- Tilastokeskus 2018. Tietoa tilastoista. Käsitteet. Viitattu 20.3.2024. [https://www.stat.fi/meta/kas/pienet\\_ja\\_keski.html](https://www.stat.fi/meta/kas/pienet_ja_keski.html)
- Valli, R. 2015. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. 2. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus. Viitattu 8.1.2024
- Vehkalahti, K. 2020. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsingin yliopisto. Viitattu 14.3.2024.
- Vilka, H. 2014. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. Viitattu 14.3.2024
- Vilka, H. 2021. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: PS-kustannus. Viitattu 14.3.2024
- Yritysvastuu. Yrittäjät.fi. Viitattu 8.1.2024. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/yritysvastuu/>

## Kuviot

Kuvio 1: Yrityskoot.....	16
Kuvio 2: Vastuullisuus on tärkeä osa liiketoimintaa .....	17
Kuvio 3: Yrityksen tulee viestiä vastuullisuudesta.....	18
Kuvio 4: Tarkastelen yritysten vastuullisuustietoja ennen päätöksentekoa .....	19
Kuvio 5: Jos mahdollista, valitsen vastuullisemman tavaran- tai palvelutoimittajan .....	20
Kuvio 6: Käsitteiden tärkeysjärjestys yritystoiminnan näkökulmasta.....	21
Kuvio 7: Yleistieto .....	22
Kuvio 8: Kaupallistaminen .....	23
Kuvio 9: Myyntiosaaminen .....	24
Kuvio 10: Rekrytointi .....	25
Kuvio 11: Vastuullisuuden kouluttaminen yrityksessä .....	26