

SAVONIA



OPINNÄYTETYÖ - YLEMPI AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MONIALAINEN

KOHTI VAIKUTTAVAA ILMASTOKUMPPANUUTTA

Case: Porvoon kaupungin ilmastokumppanuuden kehittäminen
Co2Jump-hankkeen avulla

TEKIJÄ

Saaraleena Haapavaara

Tiivistelmä

| | | |
|---|------------|------|
| Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala | | |
| Tutkinto-ohjelma Kestävän tulevaisuuden asiantuntija | | |
| Työn tekijä Saaraleena Haapavaara | | |
| Työn nimi Kohti vaikuttavampaa ilmastokumppanuutta Case: Porvoon kaupungin ilmastokumppanuuden kehittäminen Co2Jump-hankkeen avulla | | |
| Päiväys | 27.11.2025 | 25/2 |
| Yhteistyötaho Posintra Oy | | |
| <p>Porvoon kaupunki tavoittelee hiilineutraaliutta vuoteen 2030 mennessä. Osana tätä tavoitetta on luotu ilmastokumppanuus-malli, joka kutsuu alueen pieniä ja keskisuuria yrityksiä mukaan kaupungin ilmastotyöhön. Kehitysyhtiö Posintra Oy:n koordinoima Co2Jump – Ilmastoloikka kumppanuuteen -hanke tukee yrityksiä ilmastokestävän liiketoiminnan kehittämisessä ja toimii polkuna ilmastokumppanuuteen liittymiselle. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat porvoolaisten pienten ja keskisuurten yritysten päätökseen osallistua Co2Jump-hankkeeseen ja ilmastokumppanuuteen. Opinnäytetyön tavoite oli tukea Posintra Oy:n viestinnän kehittämistä tuottamalla tietoa pienten ja keskisuurten yritysten kokemuksista ja motivaatiotekijöistä, joita voidaan hyödyntää Porvoon kaupungin ilmastokumppanuuden kehittämisessä.</p> <p>Tutkimus toteutettiin laadullisena tapaustutkimuksena. Aineisto kerättiin puolistrukturoiduin teemahaastatteluin, joihin osallistui seitsemän yritystä Co2Jump-hankkeen eri vaiheista. Haastattelut analysoitiin teemoittelemalla, ja analyysin kautta etsittiin osallistumista tukevia ja estäviä tekijöitä sekä konkreettisia kehittämisideoita.</p> <p>Tuloksissa korostuivat selkeä hyöty liiketoiminnalle, konkreettinen tuki hankkeessa ja verkostoitumismahdollisuudet. Osallistumista edistivät myös arvopohjaiset motiivit, kuten vastuullisuus ja paikallisen yhteisön tukeminen. Haasteina nousivat esiin yritysten rajalliset resurssit, ilmastotyön monimutkaisuus sekä hankkeen viestinnän vaikeus erottua ja tavoittaa kohderyhmänsä. Yhteistyömahdollisuudet kaupungin kanssa, käytännönläheinen tuki ja selkeä viestintä havaittiin tärkeiksi tekijöiksi osallistumisen lisäämisessä.</p> <p>Johtopäätöksenä suositeltiin viestinnän kohdentamista, käytännön esimerkkien esiin tuomista, ilmastotyön konkretisointia sekä yritysten aktivoimista vertaisverkoston tuella. Vaikka tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää, ne tarjoavat hyödynnettävää tietoa vastaavien hankkeiden kehittämiseen muilla alueilla.</p> | | |
| Avainsanat Ilmastomuutos, pienet ja keskisuuret yritykset, yritysverkosto | | |

| | |
|---|--------------------------|
| Field of Study Social Sciences, Business and Administration | |
| Degree Programme Master's Degree Programme in Business Administration, Sustainable Future | |
| Author Saaraleena Haapavaara | |
| Title of Thesis Towards a More Impactful Climate Partnership: Developing the City of Porvoo's Climate Partnership through the Co2Jump Project | |
| Date 27.11.2025 | Pages/Appendices 25/2 |
| Client Organisation /Partners Posintra Oy | |
| <p>The City of Porvoo aims to be carbon neutral by 2030 and has created a Climate Partnership model to involve local small and medium-sized companies. The Co2Jump – Climate Leap into Partnership project, managed by Posintra Oy, supports companies in developing climate-friendly business and joining the Climate Partnership.</p> <p>This thesis studied which factors affect SMEs' decisions to join the Co2Jump project and the Climate Partnership. The goal was to support the development of Posintra Oy's communication by understanding companies' experiences and motivations and to help develop Porvoo's Climate Partnership.</p> <p>The study was a qualitative case study based on semi-structured interviews with seven companies at different stages of the Co2Jump project. The interviews were analyzed by themes to identify factors that support or limit participation and to gather improvement ideas.</p> <p>The results showed that clear business benefits, practical support, and networking opportunities encouraged participation. Value-based reasons, such as responsibility and support for the local community, were also important. Main challenges were limited company resources, the complexity of climate work, and difficulties in reaching the right audience through communication. Cooperation with the city, hands-on support, and clear communication were seen as key ways to increase participation.</p> <p>The study concludes that communication should be more targeted, climate actions more concrete, practical examples highlighted, and companies supported through peer networks. Although the results are not fully generalizable, they provide useful insights for similar projects elsewhere.</p> | |
| Keywords Climate change, small and medium-sized companies, business network | |

SISÄLTÖ

| | |
|--|----|
| 1 JOHDANTO | 5 |
| 2 PIENET JA KESKISUURET YRITYKSET OSANA ILMASTOVASTUULLISTA YHTEISKUNTAA..... | 7 |
| 2.1 Pienet ja keskisuuret yritykset..... | 7 |
| 2.2 Yhteiskuntavastuu..... | 7 |
| 2.2.1 Vastuullisuustyön ajurit | 7 |
| 2.2.2 Vastuullisuustyön haasteet | 8 |
| 2.3 Ilmastopolitiikka..... | 8 |
| 2.3.1 Euroopan Unionin ilmastopolitiikka | 8 |
| 2.3.2 Suomen kansallinen ilmastopolitiikka..... | 10 |
| 2.4 Porvoon kaupungin ilmastopolitiikka..... | 10 |
| 2.4.1 Ilmastokumppanuus | 10 |
| 2.4.2 Opinnäytetyön toimeksiantaja | 11 |
| 2.4.3 Co2Jump-hanke – Ilmastoloikka kumppanuuteen | 11 |
| 3 TYÖN MENETELMÄLLINEN TOTEUTUS | 12 |
| 3.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite..... | 12 |
| 3.2 Laadullinen tapaustutkimus ja tutkimuksen työvaiheet..... | 12 |
| 3.3 Tutkimusaineiston kerääminen | 14 |
| 3.4 Aineiston analyysi | 14 |
| 3.5 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus | 15 |
| 4 TULOKSET..... | 16 |
| 4.1 Osallistumisen kannustavat tekijät..... | 16 |
| 4.2 Osallistumista estävät tekijät..... | 17 |
| 4.3 Ilmastokumppanuuden vahvistaminen; verkosto, näkyvyys ja kaupungin rooli | 18 |
| 5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA | 19 |
| 6 KEHITTÄMISEHDOTUKSET | 21 |
| 6.1 Viestintä | 21 |
| 6.2 Sosiaalinen media..... | 22 |
| 6.3 Ilmastokumppanuusverkosto | 22 |
| 6.4 Hanketyöskentelyn kehittäminen | 23 |
| LÄHTEET | 24 |
| LIITE1 HAASTATTELURUNKO | 26 |
| LIITE 2 TUTKIMUSTIEDOTE..... | 27 |

1 JOHDANTO

Kaupungit käyttävät maapallon pinta-alasta noin kolme prosenttia, mutta ne tuottavat noin 72 prosenttia kaikista maailman kasvihuonekaasupäästöistä. Lisäksi kaupungit kasvavat nopeasti; Euroopassa arvioidaan, että vuoteen 2050 mennessä lähes 85 prosenttia eurooppalaisista asuu kaupungeissa. (European Union, 2023). Kasvun myötä kaupunkiseudut kilpailevat menestyvistä yrityksistä, investoinneista, työpaikoista ja osaajista. Tähän kilpajuoksuun osallistuu myös 51 000 asukkaan ja 4 700 yrityksen Porvoo, joka kuuluu kaupungistuvassa ja alueellisesti eriytyvässä Suomessa muuttovoittokuntien joukkoon. Pitkän tähtäimen tavoitteena on, että kaupungin väkiluku kasvaa keskimäärin noin prosentin vuodessa, vuoteen 2050 mennessä noin 70 000 asukkaaseen. (Porvoon kaupunkistrategia 2022–2025, n.d.)

Porvoon kaupunkistrategian keskeinen tavoite on luotsata kaupunkia kohti hiilineutraaliutta vuoteen 2030 mennessä. Tavoitteen saavuttaakseen kaupunki kannustaa yrityksiä ja asukkaita ilmastoviisaisiin ratkaisuihin sekä kiertotalouden edistämiseen. Porvoon uusi Ilmasto- ja ympäristöohjelma vuosille 2024–2027 yhdistää aiemmat ilmasto- ja ympäristöohjelmat sekä kiertotalouden tiekartan. Ohjelma täyttää ilmastolain mukaiset kuntien ilmastosuunnitelman vaatimukset. Keskeisiä teemoja ovat ilmastomuutoksen hillintä ja siihen sopeutuminen, luonnon monimuotoisuus, kiertotalous sekä kaupungin metsien hoito. (Porvoon kaupunkistrategia 2022–2025, n.d.)

Menestyvät yritykset ovat merkittävä tekijä kaupungin kasvulle. Yksi kaupunkistrategian keskeisiä teemoja onkin luoda edellytyksiä uusien työpaikkojen syntymiselle sekä elinvoimaiselle ja kasvavalle yritystoiminnalle muun muassa yritysneuvonnan keinoin. (Porvoon kaupunkistrategia 2022–2025, n.d.)

Elinkeinoelämän keskusliiton vuonna 2023 teettämän pk-vastuullisuusbarometrin mukaan pienet ja keskisuuret yritykset uskovat, että vastuullisuuden merkitys tulee kasvamaan tulevaisuudessa. Vastuullisuustyö on sitä pidemmällä, mitä suuremmasta, kasvuhakuisemmasta tai vientivetoisemmasta yrityksestä on kyse. Vastuullisuustyötä jarruttavina tekijöinä pidetään esimerkiksi vastuullisuusdatan keräämisen haasteita sekä rajallisia resursseja. Tukea toivotaan erityisesti vastuullisuusmittareiden ja -strategian kehittämisessä sekä yritysraportoinnissa.

Vuonna 2024 käynnistetty Porvoon ilmastokumppanimalli on porvoolaisille yrityksille ja muille organisaatioille tarkoitettu, matalan kynnyksen verkosto ilmasto- ja ympäristöosaamisen rakentamisen tueksi. Ilmastokumppanuus perustuu vapaaehtoisuuteen ja on kumppaneille maksuton. Ensimmäiset kumppaniyritykset ovat olleet mukana rakentamassa mallia. (Porvoo, 2024). Co2Jump – Ilmastoloikka kumppanuuteen -hanke toteutetaan vuosina 2023–2025, ja sitä rahoittaa Euroopan aluekehitysrahasto. Hanke toteutetaan yhteistyössä Kehitysyritys Posintra Oy:n ja Laurea-ammattikorkeakoulun kanssa. Co2Jump-hanke on suunnattu pienille ja keskisuurille yrityksille, jotka ovat kiinnostuneita ilmastokumppanuusmallista. Hankkeessa yrityksille tarjotaan tukea ilmastotoimien kehittämiseen omassa toiminnassaan sekä mahdollisuuksia verkostoitumiseen. (Posintra, n.d.)

Hankkeeseen osallistui ennakoitua pienempi määrä yrityksiä. Tämän seurauksena Posintra Oy haluaa selvittää, miten viestinnän keinoin voidaan jatkoissa tukea pk-yritysten sitoutumista Porvoon ilmastokumppanuuteen. Opinnäytetyön tarkoitus on selvittää, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet porvoolaisten pienten ja keskisuurten yritysten päätökseen osallistua Posintra Oy:n Co2Jump-ilmastotyöhankkeeseen sekä liittyä Porvoon kaupungin ilmastokumppanuuteen. Opinnäytetyön tavoite on tukea Posintra Oy:n viestinnän kehittämistä tuottamalla tietoa pk-yritysten kokemuksista ja motivaatiotekijöistä, joita voidaan hyödyntää Porvoon kaupungin Ilmastokumppanuuden kehittämisessä.

Tutkimuksessa tarkastellaan porvoolaisten yritysten osallistumista ilmastotyöhön erityisesti Porvoon ilmastokumppanuuden ja Co2Jump-hankkeen näkökulmasta. Tutkimuskysymykset ovat seuraavat: Mitkä tekijät vaikuttavat porvoolaisten yritysten päätökseen osallistua Porvoon ilmastokumppanuuteen tai Co2Jump-hankkeeseen? Mitä hyötyjä ja haasteita yritykset kokevat ilmastohanketyöhön osallistumisessa? Mitä toimenpiteitä voisi tehdä, jotta osallistuminen olisi houkuttelevampaa?

2 PIENET JA KESKISUURET YRITYKSET OSANA ILMASTOVASTUULLISTA YHTEISKUNTAA

2.1 Pienet ja keskisuuret yritykset

Pienet ja keskisuuret yritykset eli pk-yritykset työllistävät pienimmillään kymmenen ja enimmillään alle 250 työntekijää. Myös alle kymmenen työntekijän mikroyritykset luetaan pk-yrityksiin. Pk-yritysten liikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa ja taseen loppusumma enintään 43 miljoonaa euroa. Näiden perusvaatimusten lisäksi pk-yrityksen tulee olla riippumaton, eli vähintään neljäsosa sen pääomasta tai äänivaltaisista osakkeista ei saa olla sellaisen yrityksen tai sellaisten yritysten omistuksessa, joihin pk-yrityksen määritelmä ei sovi. (Tilastokeskus, n.d.).

Vuonna 2021 Suomessa toimivista yrityksistä 99,8 prosenttia oli pk-yrityksiä. Pk-yritykset työllistivät 63,9 prosenttia kaikesta yritysten työllistämästä työvoimasta ja tuottivat 55,8 prosenttia kaikesta yritysten tuottamasta liikevaihdosta (Tilastokeskus, 2022). Pk-yritysten toiminnan vaikuttavuus on siis merkittävä osa vihreää siirtymää ja sen myötä on tärkeää tunnistaa myös pienempien toimijoiden rooli. Vaikka yksittäisen pk-yrityksen vaikutus voi vaikuttaa pieneltä, yhteisvaikutus on merkittävä, kun otetaan huomioon niiden suuri lukumäärä ja työllistävyys.

2.2 Yhteiskuntavastuu

Yhteiskuntavastuu tarkoittaa yritysten vastuuta niiden toiminnan vaikutuksista yhteiskuntaan. Yhteiskuntavastuu rakentuu käsitykselle oman toiminnan ja arvoketjun vaikutuksista ihmisiin, ympäristöön ja yhteiskuntaan. Yhteiskuntavastuun teemat voivat siten vaihdella työelämän oikeuksien kunnioittamisesta yksityisyydensuojaan ja korruption torjunnasta maankäyttökysymyksiin. Yhteiskuntavastuu ei koske ainoastaan yrityksiä, vaan myös julkinen sektori voi kantaa omaa yhteiskuntavastuutaan esimerkiksi tekemällä vastuullisia julkisia hankintoja. (Työ- ja elinkeinoministeriö, n.d.).

Yhteiskuntavastuu jaetaan kolmeen osa-alueeseen: taloudelliseen, sosiaaliseen ja ekologiseen vastuuseen. Taloudellinen vastuu tarkoittaa yrityksen liiketaloudellisen kestävyysvarmistamista, kuten voiton tuottamista ja verojen maksamista. Sosiaalinen vastuu liittyy ihmisten hyvinvointiin ja osaamisen kehittämiseen, ja siihen kuuluu muun muassa ihmisoikeuksien kunnioittaminen. Pienemmätkin yritykset joutuvat noudattamaan työelämän lainsäädäntöä, ja suuremmille yrityksille on säädetty laajempia velvoitteita, kuten yritysraportointi. (OECD, 2001).

Ekologinen vastuu tarkoittaa ympäristövaikutusten vähentämistä. Tähän kuuluu esimerkiksi ympäristöystävällisten toimintatapojen ja materiaalien käyttö tai ympäristöystävällisten tuotteiden ja tuotantoprosessien kehittäminen. Keskeinen osa ekologista vastuuta on siirtyminen lineaaritaloudesta kiertotalouteen, jossa luonnonvaroja käytetään tehokkaammin ja materiaalit pidetään kierrossa mahdollisimman pitkään. Kiertotalous vähentää jätettä ja kulutusta, ja se tarjoaa yrityksille mahdollisuuden kehittää uusia, kestäviä liiketoimintamalleja. Näin ekologinen vastuu kytkeytyy suoraan resurssitehokkuuteen ja ilmastotavoitteiden saavuttamiseen. (Ympäristöministeriö, n.d.).

2.2.1 Vastuullisuustyön ajurit

Vastuullisuus on monille suomalaisille yrityksille osa yrityskulttuuria, ja arvot ohjaavat niiden toimintaa ja päätöksentekoa. Arvot määrittelevät yrityksen strategian ja toimintatavat, jotka ohjaavat

suhteita henkilöstöön, asiakkaisiin ja sidosryhmiin. Yksilölliset arvot auttavat erottumaan kilpailijoista ja viestivät yrityksen tärkeistä periaatteista, kuten kotimaisuudesta, luotettavuudesta, kestävydestä ja ekologisuudesta. Nämä arvot ovat monille suomalaisille yrittäjille jo sisäistettyjä perusarvoja ja tämän hetken vastuullisuustyön tasoa. (Niemi 2024, 66).

Elinkeinoelämän keskusliiton vuonna 2023 teettämän pk-vastuullisuusbarometrin mukaan 61 prosenttia vastaajista kertoi organisaation arvojen olevan tärkein syy vastuulliseen toimintaan. Muita merkittäviä syitä olivat kustannussäästöt, yrityskuvan parantaminen ja tulevaan sääntelyyn valmistautuminen. 15 prosenttia vastaajista mainitsi kokeneensa painetta ja vaatimuksia päästövähennystoimista toimitusketjultaan tai asiakkailtaan.

2.2.2 Vastuullisuustyön haasteet

Pk-vastuullisuusbarometrin (2023) mukaan vastuulliseen liiketoimintaan liittyvinä erittäin merkittävänä tai merkittävänä haasteina pidettiin rajallisia resursseja (69 prosenttia vastaajista), vastuullisuusdatan vaikeaa keräämistä ja hyödyntämistä (52 prosenttia vastaajista) sekä vastuullisuuden konkreettista viestimistä viherpesua välttämällä (49 prosenttia vastaajista). Vastuullisuustyön eri osa-alueiden edistämisestä eniten kaivattiin apua vastuullisuusmittareiden kehittämisessä (50 prosenttia vastaajista), vastuullisuusstrategian laatimisessa (38 prosenttia vastaajista) ja yritysraportoinnissa (37 prosenttia vastaajista).

Niemi (2024, 26) toteaa, että tutkimusten valossa pienten ja keskisuurten yritysten suurin vastuullisuustyön haaste on rajalliset resurssit, kuten aika, raha ja puutteellinen osaaminen vastuullisuusasioissa. Erityisesti heikommassa taloudellisissa suhdanteissa yritysten taloudellinen tilanne vaikuttaa suoraan niiden kykyyn toteuttaa vastuullisuustoimia käytännössä.

2.3 Ilmastopolitiikka

2.3.1 Euroopan Unionin ilmastopolitiikka

EU:n ilmastopolitiikka pohjaa YK:n ilmastopöytäkirjaan, sitä täydentävään Kioton pöytäkirjaan ja Pariisin ilmastopöytäkirjaan. EU:n ilmastopolitiikalla ohjataan sekä EU-alueen yhteisiä että jäsenmaiden politiikkatoimia ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi ja siihen sopeutumiseksi. EU on sitoutunut vähentämään nettokasvihuonekaasupäästöjään vähintään 55 prosentilla vuoteen 2030 mennessä vuoden 1990 tasosta. Lisäksi EU:n tavoitteena on saavuttaa EU-tason ilmastoneutraalius, eli EU:n lainsäädännössä säänneltyjen päästöjen ja poistumien tasapaino vuoteen 2050 mennessä.

(Ympäristöministeriö, n.d.)

Vuoteen 2050 mennessä 85 prosentin Euroopan unionin kansalaisista arvioidaan asuvan kaupungeissa, vaikka kaupungit kattavat vain neljä prosenttia EU:n maapinta-alasta. Tämän vuoksi kaupungit ovat keskeisessä asemassa EU:n vihreän sopimuksen tavoitteen, ilmastoneutraaliuden, saavuttamisessa. Lisäksi kaupungit kuluttavat yli 65 prosenttia maailman energiasta ja aiheuttavat yli 70 prosenttia maailman CO₂-päästöistä. (European Union, 2024) Ilmastonmuutoksen hillitseminen on vahvasti sidoksissa kaupunkien toimintaan, kaupunkien ilmastotoimet ovat merkittävä osa vihreän siirtymän vauhdittamisessa. Eurooppalaiset kaupungit voivat merkittävästi edistää vihreän sopimuksen tavoitetta vähentää päästöjä 55 prosenttia vuoteen 2030 mennessä ja

käytännössä tarjota asukkailleen puhtaampaa ilmaa, turvallisempaa liikennettä sekä vähemmän ruuhkia ja melua.

(European Union, 2023).

2.3.2 Suomen kansallinen ilmastopoliittika

Suomen ilmastopoliittikan keskeinen pilari on kansallinen ilmastolaki, joka sisältää päästövähennystavoitteet vuosille 2030, 2040 ja 2050. Päästöjä on vähennettävä 60 prosenttia vuoteen 2030 mennessä. Vuoteen 2040 mennessä vähennystavoite on 80 prosenttia. Vuonna 2050 pyritään 90–95 prosentin vähennykseen verrattuna vuoden 1990 tasoon. Suomen on oltava hiilineutraali viimeistään vuonna 2035, kuten laissa on säädetty. (Ympäristöministeriö, n.d.).

Kunnat ovat avainasemassa, kun Suomi pyrkii hiilineutraaliksi vuoteen 2035 mennessä. Kunnat toimivat paikallisen ja alueellisen ilmastotyön mahdollistajina ja vauhdittajina. Kunnat vastaavat alueillaan muun muassa kaavoituksesta, maankäytöstä, liikennesuunnittelusta, kunnallisten energiayhtiöiden omistajaohjauksesta, monien rakennusten lämmitystapavalinnoista ja julkisista hankinnoista. (Ympäristöministeriö, n.d.)

Yksinkertaistettuna kuntakonsernin osuus alueensa kasvihuonekaasupäästöistä on noin 10 prosenttia, ja loput 90 prosenttia päästöistä syntyy muiden toimijoiden, erityisesti alueen yritysten ja asukkaiden, toiminnasta. Prosenttiosuudet voivat vaihdella merkittävästi erilaisten kuntien välillä. Kuntien on tärkeää vähentää omia päästöjään sekä samalla tukea muita alueen toimijoita päästövähennyksissä. Kunnat voivat vaikuttaa tähän erilaisilla ohjaukeinoilla. Näitä ovat esimerkiksi velvoitteet, taloudellinen ohjaus, viestintä ja palvelumuotoilu. (Ympäristöministeriö, n.d.)

2.4 Porvoon kaupungin ilmastopoliittika

Porvoolla on pitkät perinteet ympäristönsuojelussa. Ilmasto- ja ympäristötavoitteet ovat kehittyneet osaksi kaupunkistrategiaa, ja toimenpiteitä on tehty niin ilmastomuutoksen hillitsemiseksi kuin siihen sopeutumiseksi. Porvoon ensimmäinen ilmasto-ohjelma valmistui vuonna 2019 ja se sisälsi toimenpiteitä hiilineutraaliustavoitteen edistämiseksi. Samalla hyväksyttiin myös kiertotalouden tiekartta, jonka tavoitteet keskittyvät uusiomateriaalien käyttöön, energiatehokkuuteen ja kierrätysasteen nostamiseen. (Porvoo, 2023).

Osana kaupunkistrategiaansa vuosille 2022-2025 Porvoon kaupungilla on Ilmasto- ja ympäristöohjelma, joka on voimassa vuosina 2024-2027. Sen keskeinen tavoite on luotsata Porvoota kohti hiilineutraaliutta vuoteen 2030 mennessä kannustaen yrityksiä ja asukkaita ilmastoviisaisiin ratkaisuihin sekä edistää kiertotaloutta. Näitä tavoitteita vastaamaan on laadittu ilmasto- ja ympäristöohjelma. Tämän lisäksi kaupunki on strategiassaan sitoutunut varautumaan ilmastomuutoksen vaikutuksiin ja siten tukemaan myös kansallista tavoitetta ottamalla ilmastoriskien hallinnan ja ilmastokestävyyden osaksi ohjelman sisältöä. (Porvoo, 2023)

2.4.1 Ilmastokumppanuus

Porvoon kaupunki kutsuu alueensa pk-yrityksiä mukaan ilmastokumppanuuteen edistämään vastuullista ja kestävää liiketoimintaa yhteistyössä kaupungin kanssa. Kumppanuudessa yritykset määrittelevät ilmastotyölleen omiin resursseihinsa ja toimintaansa sopivat tavoitteet. Näiden tavoitteiden toteutumista seurataan vuosittain yhdessä kaupungin kanssa. (Päivärinta, 2025.).

Seurannan tarkoituksena ei ole lisätä hallinnollista taakkaa, vaan tukea yritystä ilmasto- ja ympäristötavoitteiden saavuttamisessa. Seurannassa tarkastellaan, miten asetetut tavoitteet ovat

edenneet, onko niitä tarpeen päivittää, ja millaista tukea yritys mahdollisesti tarvitsee jatkossa. Kun aiemmat tavoitteet saavutetaan, asetetaan uusia, eteenpäin vieviä päämääriä. (Päivärinta, 2025.).

Ilmastokumppanuuden keskeinen osa on mukana olevien yritysten verkosto. Verkosto tarjoaa säännöllisiä tapaamisia ja koulutuksia, jotka vahvistavat osaamista ja tietoisuutta ilmastotyöstä. Kumppanit saavat myös ennakkotietoa kaupungin tulevista hankkeista ja hankinnoista, voivat osallistua markkinavuoropuheluun ja hyödyntää kehitysyritys Posintran tarjoamia liiketoiminnan tukipalveluita ja työkaluja. Vuotuinen Tuen ilmastotekojen Porvoota -tunnustus myönnetään yhdelle ilmastokumppanille tunnustuksena työstä ilmaston hyväksi. (Päivärinta, 2025.).

2.4.2 Opinnäytetyön toimeksiantaja

Posintra Oy on Itä-Uudenmaan alueella toimiva kehitysyritys, jonka tehtävänä on edistää alueen elinvoimaisuutta tukemalla erityisesti pk-yritysten perustamista, kasvua ja kestäväää kehitystä. Posintra Oy tarjoaa maksutonta neuvontaa ja kehittämispalveluja niin uusille kuin jo toimiville yrityksille Porvoon, Askolan ja Lapinjärven alueilla. Yhtiö toimii myös alueen uusyrityskeskukseksi. (Posintra, n.d.).

Posintra Oy on mukana tutkimus- ja kehityshankkeissa, jotka tukevat alueen yritysten kilpailukykyä ja kestäväää kehitystä. Yhtiö tekee yhteistyötä alueen kuntien, oppilaitosten, yritysten ja muiden sidosryhmien kanssa. Co2Jump – Ilmastoloikka kumppanuuteen -hankkeessa kehitetään pk-yritysten liiketoiminnan ilmastokestävyyttä ja samalla tuetaan Porvoon kaupungin roolia ilmastokysymysten ratkaisijana. (Posintra, n.d.).

Tutkimuksen taustatietojen kokoamiseksi haastateltiin kasvokkain Co2Jump-hankkeen hanketyöntekijöitä Posintra Oy:stä sekä Porvoon kaupungin asiantuntijaa. Taustahaastattelut antoivat tietoa hankkeen tavoitteista ja toteutuksesta sekä kaupungin tavoitteista yritysyritysten yhteistyön osalta. Porvoon kaupunki on halunnut kehittää ilmastokumppanuutta nimenomaan kaupungin ja yritysten yhteistyömalliksi sekä vahvistaa asemaansa edelläkävijänä ilmastotyön tekijänä. Posintra Oy:n tavoitteena kehitysyrityksen roolissa on puolestaan löytää ne keinot, jotka innostavat pk-yrityksiä lähtemään mukaan ilmastotyöhön yhdessä kaupungin kanssa.

2.4.3 Co2Jump-hanke – Ilmastoloikka kumppanuuteen

Vuosina 2023-2025 toteutettua CO2Jump – Ilmastoloikka kumppanuuteen -hanketta koordinoi kehitysyritys Posintra Oy ja sen osatoteuttajana toimii Laurea-ammattikorkeakoulu. Hanke tarjoaa pkyrityksille maksutonta tukea ja asiantuntemusta ilmastotavoitteiden asettamiseen sekä vähähiilisten liiketoimintamallien kehittämiseen. Hanke auttaa yrityksiä etenemään kohti konkreettisia ilmastotekoja ja rakentaa pohjaa ilmastokumppanuudelle Porvoon kaupungin kanssa. Tavoitteena on vauhdittaa kestäväää liiketoimintaa ja liittää yritykset osaksi alueellista ilmastoverkostoa. Hankkeen päätteeksi yritykset sitoutuvat Ilmastokumppanuuteen Porvoon kaupungin kanssa. (Backman & Pyyhtiä, 2025). Hanke on toteutettu vuosina 2023–2025 kahtena sisällöltään samanlaisena vaiheena. Ensimmäisessä vaiheessa mukana oli kuusi yritystä ja toisessa kymmenen. Hanke on saanut päärahoituksen Euroopan aluekehitysrahastolta (EAKR). (Posintra, n.d.).

3 TYÖN MENETELMÄLLINEN TOTEUTUS

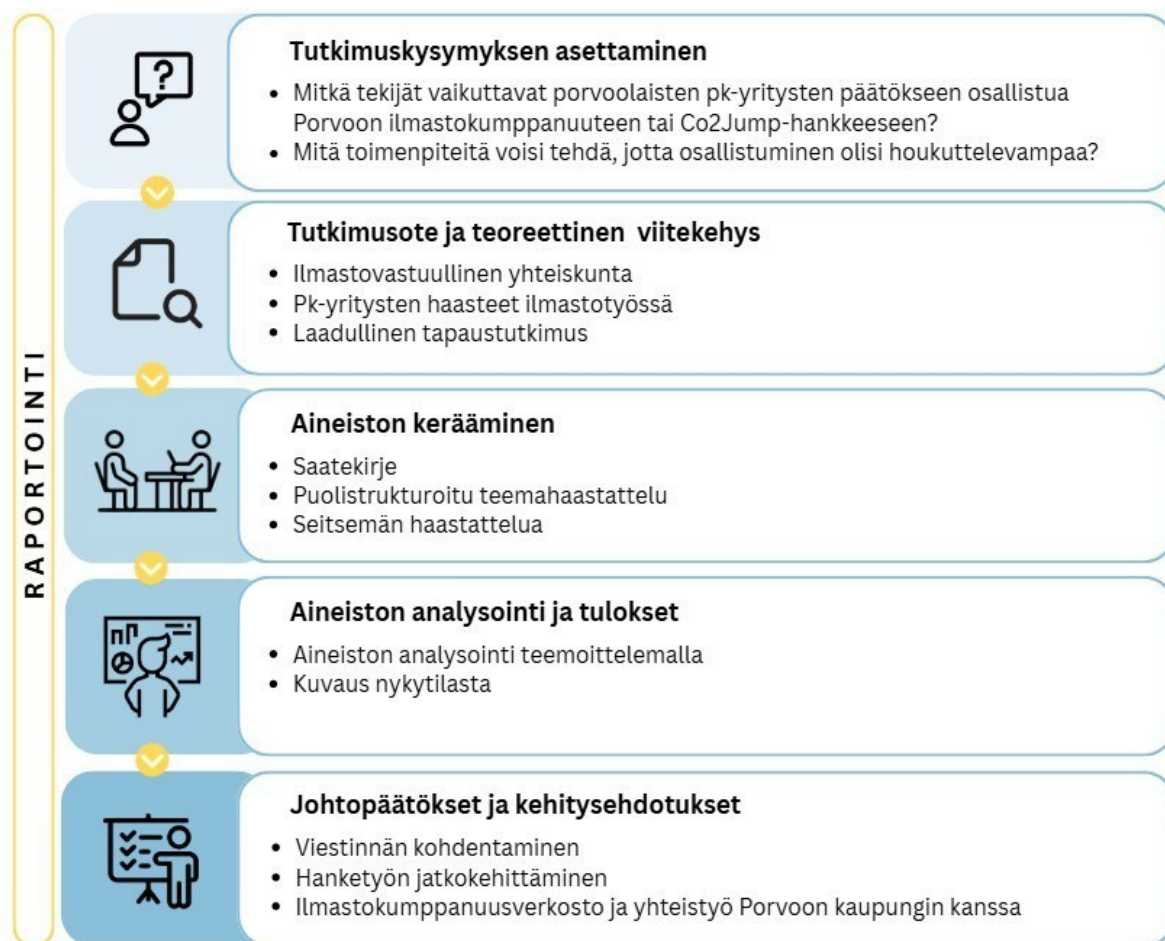
3.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite

Opinnäytetyön tarkoitus on selvittää, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet porvoolaisten pienten ja keskisuurten yritysten päätökseen osallistua Posintra Oy:n Co2Jump-ilmastotyöhankkeeseen sekä liittyä Porvoon kaupungin ilmastokumppanuuteen. Tutkimusaineisto kerätään puolistrukturoidulla haastatteluilla yrityksiltä, jotka ovat mukana Co2Jump-hankkeessa tai ovat liittyneet Porvoon kaupungin ilmastokumppaneiksi. Opinnäytetyön tavoite on tuottaa Posintra Oy:lle tietoa viestinnän kehittämisen tueksi, jotta Porvoon kaupungin ilmastokumppanuus kiinnostaisi tulevaisuudessa useampia alueen pieniä ja keskisuuria yrityksiä.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan porvoolaisten yritysten osallistumista ilmastotyöhön erityisesti Porvoon ilmastokumppanuuden ja Co2Jump-hankkeen näkökulmasta. Tutkimuskysymykset ovat: Mitkä tekijät vaikuttavat porvoolaisten yritysten päätökseen osallistua Porvoon ilmastokumppanuuteen tai Co2Jump-hankkeeseen? Mitä hyötyjä ja haasteita yritykset kokevat ilmastohanketyöhön osallistumisessa? Mitä toimenpiteitä voisi tehdä, jotta osallistuminen olisi houkuttelevampaa?

3.2 Laadullinen tapaustutkimus ja tutkimuksen työvaiheet

Tämä opinnäytetyö on laadullinen tapaustutkimus, jossa tarkastellaan Porvoon kaupungin ilmastokumppanuuteen liittyvää Co2Jump-hanketta. Tutkimus käynnistyi tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten määrittelyllä. Tietoperusta rakennettiin tarkastelemalla pienten ja keskisuurten yritysten roolia vihreässä siirtymässä ja hiilineutraaliustavoitteiden edistämässä. Näiden lähtökohtien perusteella tutkimusmenetelmäksi valittiin laadullinen tapaustutkimus. Tutkimus toteutettiin puolistrukturoiduin teemahaastatteluin keväällä 2025. Haastatteluihin osallistui seitsemän yritystä. Haastattelut litteroitiin, ja aineiston analysointiin käytettiin teemoittelua. Lopuksi tutkimustulokset koottiin ja niiden pohjalta laadittiin johtopäätökset sekä kehitysehdotukset. Valmis opinnäytetyö raportoidaan syksyllä 2025. Opinnäytetyön vaiheet on koottu tiivistetysti kuvaan 1.



Kuva 1. Opinnäytetyön toteutuksen vaiheet

Tapaustutkimuksessa tarkastellaan syvällisesti jotakin yksittäistä ilmiötä, tapahtumaa, henkilöä tai rajattua kokonaisuutta, kuten tietyn organisaation sisäistä prosessia tai ajanjaksoa. Tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää, kuvata ja selittää tarkasteltavaa tapausta, erityisesti miten ja miksi -kysymysten kautta. Kuvailevat menetelmät eivät välttämättä pyri selittämään ilmiöiden välisiä yhteyksiä, testaamaan hypoteeseja, tekemään ennusteita, vaan tavoitteena on tutkimuskohteen ominaispiirteiden systemaattinen, tarkka ja totuudenmukainen kuvailu. (Hirsjärvi ym. 2016, 134-135.) Tapausta tutkimalla pyritään lisäämään ymmärrystä tietyistä ilmiöstä pyrkimättä kuitenkaan yleistettävään tietoon. Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka (2006) painottavat, että laadullisessa tutkimuksessa tutkittavien kokemusten monipuolinen esiin tuominen on keskeistä. Tulosten merkitystä ja oikeellisuutta voidaan vahvistaa esittämällä perusteellinen kuvaus aineistosta ja sen analyysistä.

Tutkimuksessa selvitetään Co2Jump-hankkeeseen osallistuneiden yritysten näkemyksiä ja kokemuksiin hankkeeseen osallistumisen eduista ja sitä estävistä tekijöistä. Opinnäytetyön tavoite on tuottaa Posintra Oy:lle tietoa viestinnän kehittämisen tueksi, jotta Porvoon kaupungin Ilmastokumppanuus kiinnostaisi tulevaisuudessa useampia alueen pieniä ja keskisuuria yrityksiä. Tapaustutkimus auttaa ymmärtämään, miten Co2Jump-hanke ja Ilmastokumppanuus voivat jatkossa saada pkyrityksiä liittymään ilmastotyöverkoston. Tapaustutkimus antaa käytännön tietoa yritysten ilmastotyöhön liittyvistä motiiveista ja haasteista. Tutkimuksen tulokset eivät ole yleistettävissä, mutta ne voivat olla siirrettävissä toisiin vastaaviin tilanteisiin.

3.3 Tutkimusaineiston kerääminen

Tutkimus toteutettiin puolistrukturoituna haastatteluna. Haastatteluissa hyödynnettiin ennalta laadittua kysymysrunkoa, jonka avulla varmistettiin tutkimusteemojen käsittely (Liite 1). Puolistrukturoitu haastattelu tukee sekä vertailtavuuden että aineiston rikkauden tavoittelua. Menetelmä mahdollistaa eri vastausten analysoinnin yhteisen rakenteen pohjalta, mutta säilyttää silti aineiston laadullisen monipuolisuuden. Hakala (2024, 90-91) toteaa, että näin saatu tieto auttaa ymmärtämään tutkittavaa tapausta kokonaisvaltaisesti ja kontekstisidonnaisesti, mutta samalla haastateltavalla on tilaa tuoda esiin omia yksilöllisiä motiiveja, kokemuksia ja mahdolliset haasteet, joita ei ole etukäteen osattu ennakoita.

Haastatteluissa tulee tunnistaa haastattelijan rooli tilanteen osapuolena, ei neutraalina tarkkailijana. Haastattelijan omat ennakkokäsitykset voivat vaikuttaa vuorovaikutukseen ja tulkintoihin, minkä vuoksi tietoisuus omasta asemasta on keskeistä. Luottamuksellisen ilmapiirin luominen on edellytys onnistuneelle haastattelulle, ja siksi haastateltaville on selkeästi viestittävä, että heidän antamaansa tietoa käsitellään luottamuksellisesti ja vastuullisesti. Haastattelussa tärkeintä on saada mahdollisimman paljon tietoa halutusta asiasta. Haastateltaviksi pyritään valitsemaan henkilöitä, joilla on syvällistä tietoa tutkittavasta aiheesta, jotta aineisto olisi sisällöllisesti mahdollisimman rikas. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 85).

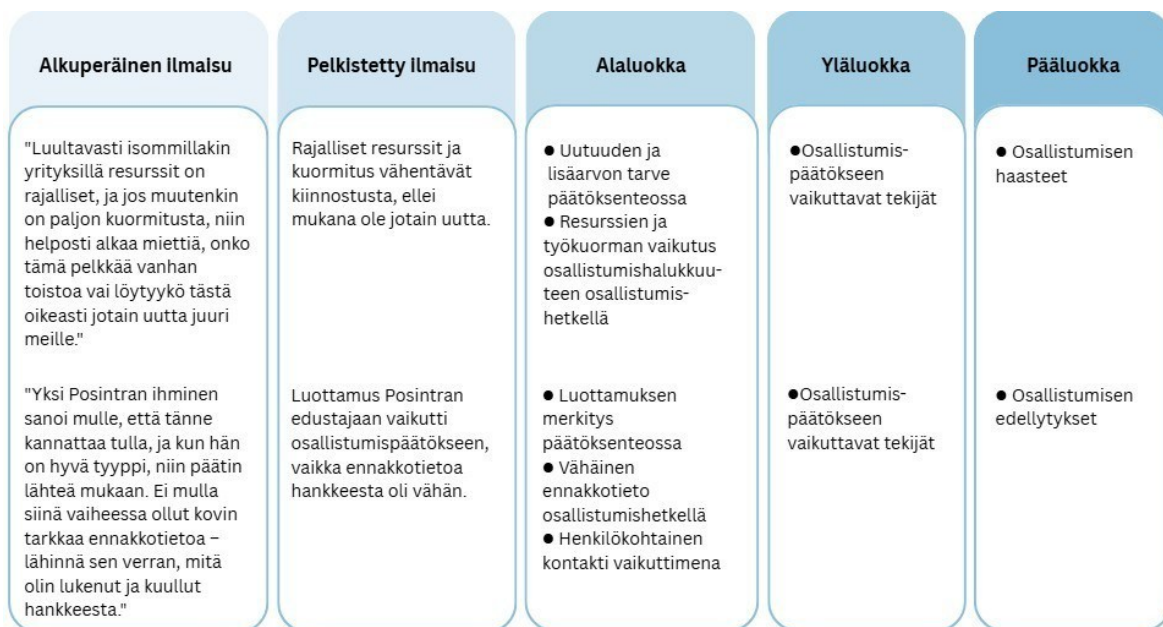
Tutkimuksen alkuvaiheessa tavoitteena oli kartoittaa näkemyksiä sekä Co2Jump-hankkeeseen osallistuneilta yrityksiltä että ilmastotyötä tekevilta, mutta hankkeen ulkopuolisilta yrityksiltä. Näin pyrittiin saamaan kattavampi kuva hankkeen vetovoimatekijöistä sekä siihen osallistumista mahdollisesti estävistä tekijöistä. Toimeksiantaja kuitenkin rajasi kohderyhmää ehdottamalla, että tutkimuksessa keskityttäisiin Co2Jump-hankkeen ensimmäiseen vaiheeseen osallistuneisiin yrityksiin, jotka olivat myös solmineet ilmastokumppanuussopimuksen Porvoon kaupungin kanssa, sekä hankkeen toisen vaiheen yrityksiin, jotka olivat mukana tutkimushetkellä käynnissä olevassa toiminnassa. Näitä yrityksiä on yhteensä 16 kappaletta.

Yrityksiin oltiin yhteydessä sähköpostitse. Kolmen yrityksen osallistumishalukkuutta toimeksiantaja oli tiedustellut ennakkoon, ja muita yrityksiä lähestyttiin suoraan ilman ennakkotiedustelua. Aineistonkeruu toteutettiin teemahaastatteluina maaliskuun-huhtikuun 2025 aikana. Haastatteluista neljä suoritettiin kasvokkain ja kolme Teams-palaverina. Haastattelutilanteissa tiedusteltiin mahdollisuutta olla myöhemmin yhteydessä haastateltavaan sähköpostitse, jos aineistoa tulisi täydentää joiltain osin. Kaikki haastattelut nauhoitettiin. Haastattelut litteroitiin ja tallennettiin ulkoiselle kovalevylle. Litteroitua tutkimusaineistoa kertyi yhteensä 92 sivua Aptos-fontilla, fonttikoolla 12 ja rivivälillä 1,5.

3.4 Aineiston analyysi

Aineiston analyysi tehtiin teemoittelemalla. Litteroitu aineisto luettiin useaan kertaan, jotta saatiin yleiskuva tutkimusilmioista. Tämän jälkeen haastatteluista etsittiin toistuvia teemoja ja merkityksellisiä ilmauksia, jotka ryhmiteltiin sisällön samankaltaisuuden perusteella alaluokkiin. Alaluokkien muodostamisessa keskityttiin erityisesti vastaajien kuvauksiin osallistumista tukevista ja estävistä tekijöistä. Analyysin aikana nousi esiin myös teemoja, joita ei ollut etukäteen otettu mukaan haastattelukysymyksiin.

Tulkintavaiheessa tarkasteltiin, miten muodostetut alaluokat liittyivät tutkimuskysymyksiin ja toisiinsa. Erityistä huomiota kiinnitettiin siihen, millaisia merkityksiä osallistujat antoivat hankkeelle ja miten he perustelivat näkemyksiään. Alaluokat yhdistettiin tutkimuskysymyksistä johdettuihin yläluokkiin ja edelleen yhdistäväksi pääluokaksi. Tulkinnan tavoitteena oli ymmärtää ilmiön taustalla vaikuttavia motiiveja ja haasteita sekä tunnistaa mahdollisia kehittämiskohteita. (Kuva 2).



Kuva 2. Esimerkki aineiston luokittelusta teemoittelemalla

3.5 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Ennen haastattelua kaikki osallistujat saivat sähköpostitse tutustuttavakseen tutkimustiedotteen (Liite 2). Tutkimukseen osallistuminen oli haastateltaville vapaaehtoista, ja heillä oli mahdollisuus keskeyttää tai peruuttaa osallistumisensa kaikissa tutkimuksen vaiheissa.

Haastatteluissa ei tallennettu tutkimusaiheen ulkopuolisia tietoja, jotka liittyisivät haastateltaviin henkilöihin tai heidän edustamiinsa yrityksiin tutkimusaiheen ulkopuolella. Tutkimuksen analysointivaiheessa kiinnitettiin erityistä huomiota osallistujien luottamuksellisuuden turvaamiseen. Koska tutkimuksessa oli mukana vain seitsemän porvoolaista yritystä, analyysissä vältettiin tunnistettavia yksityiskohtien, kuten toimialojen tai yksittäisten yritysten esiin tuomista. Suorien sitaattien sijaan tulosten esittämisessä käytettiin parafraseja, jotta osallistujien anonymiteetti säilyi koko tutkimusprosessin ajan.

Vain hanketyöhön osallistuneiden yritysten haastattelu tuo aineistoon valikoitumisharhaa, mikä on syytä huomioida tuloksia tulkittaessa. Tutkimus ei näin ollen tarjoa kattavaa kuvaa kaikista Porvoon alueen pienistä ja keskisuurista yrityksistä, vaan erityisesti niistä, joilla on ollut resursseja ja motivaatiota lähteä mukaan hankeyhteistyöhön. Tällainen rajausta voi kaventaa tulosten yleistettävyyttä laajempaan yrityskehitykseen.

4 TULOKSET

4.1 Osallistumisen kannustavat tekijät

Pk-yritysten osallistumista ilmastotyöhön ohjaavat sekä kannustavat että rajoittavat tekijät.

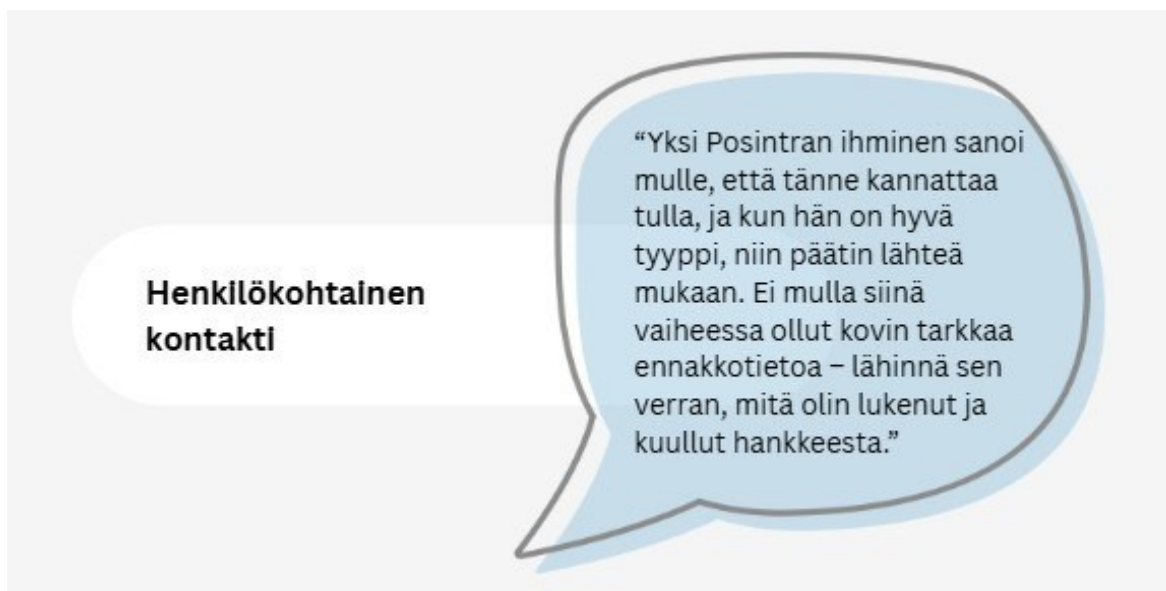
Co2Jump-hankeeseen osallistuneiden yritysten kokemukset tuovat esiin, mitkä elementit lisäävät kiinnostusta ja sitoutumista, ja toisaalta, millaiset haasteet estävät mukaan lähtemistä. Keskeisiä teemoja ovat konkreettinen hyöty, viestinnän onnistuminen, resurssien riittävyys sekä kaupungin rooli yhteistyön mahdollistajana.

Yritysten osallistumista Co2Jump-hanketyöskentelyyn edistävät selkeästi tunnistettavat hyödyt sekä konkreettinen tuki. Tärkeimpiä motiiveja osallistumiselle olivat hiilijalanjäljen laskentaan liittyvä apu sekä tarve ymmärtää oman yrityksen nykytila ilmastotyössä (kuva 3). Näitä tietoja hyödynnetään mm. vastuullisuustavoitteiden määrittelyssä, oman toiminnan kehittämisen sekä valmistautumisessa tuleviin vaatimuksiin ja asiakasodotuksiin. Osallistuminen koettiin antoisaksi erityisesti siksi, että työskentely yhteisissä työpajoissa oli käytännönläheistä ja tarjosi selkeitä esimerkkejä vastuullisuustoimenpiteistä. Tämä lisäsi ymmärrystä ilmastotyön merkityksestä ja motivoi yrityksiä sitoutua kehittämään toimintaansa pitkäjänteisesti.



Kuva 3. Lainaus haastateltavien näkemyksistä osallistumiseen kannustavista tekijöistä

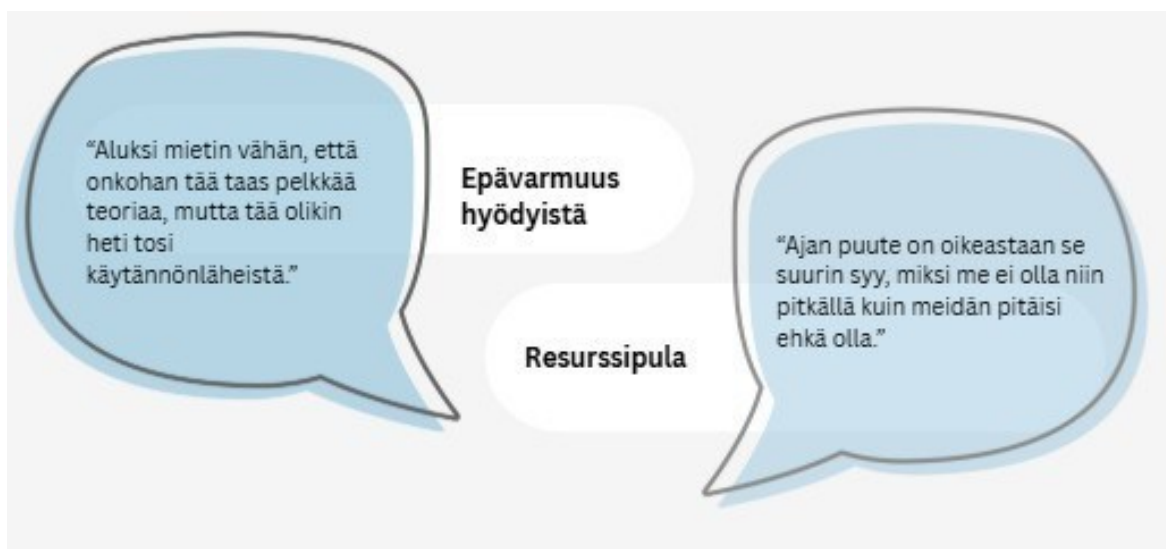
Henkilökohtaisesti kohdennettu viestintä osoittautuu ratkaisevaksi tekijäksi osallistumispäätöksessä Co2Jump-hankeeseen. Suora yhteydenotto lisää luottamusta hankkeeseen ja sen tarjoaman sisällön sopivuudesta yritykselle, mikä vaikutti positiivisesti rekrytoinnin onnistumiseen. (Kuva 4.)



Kuva 4. Lainaus haastateltavan kokemuksesta henkilökohtaisesta kontaktista

4.2 Osallistumista estävät tekijät

Yritysten osallistumista Co2Jump-hankkeeseen ja ilmastokumppanuuteen rajoittavat useat käytännön tekijät. Yksi keskeisimmistä haasteista on ajan ja muiden resurssien puute, mikä erityisesti pienyrityksissä voi rajoittaa osallistumista hankkeen työpajatoimintaan. Yritykset kokevat myös epävarmuutta siitä, onko hanketyöskentelyn sisältö teoreettista ylätasoa tietoa ja he haluavat tietää, mitä konkreettista hyötyä osallistumisesta on juuri heidän liiketoiminnalleen. (Kuva 5.)



Kuva 5. Lainaus haastateltavan näkemyksestä osallistumista estävistä tekijöistä

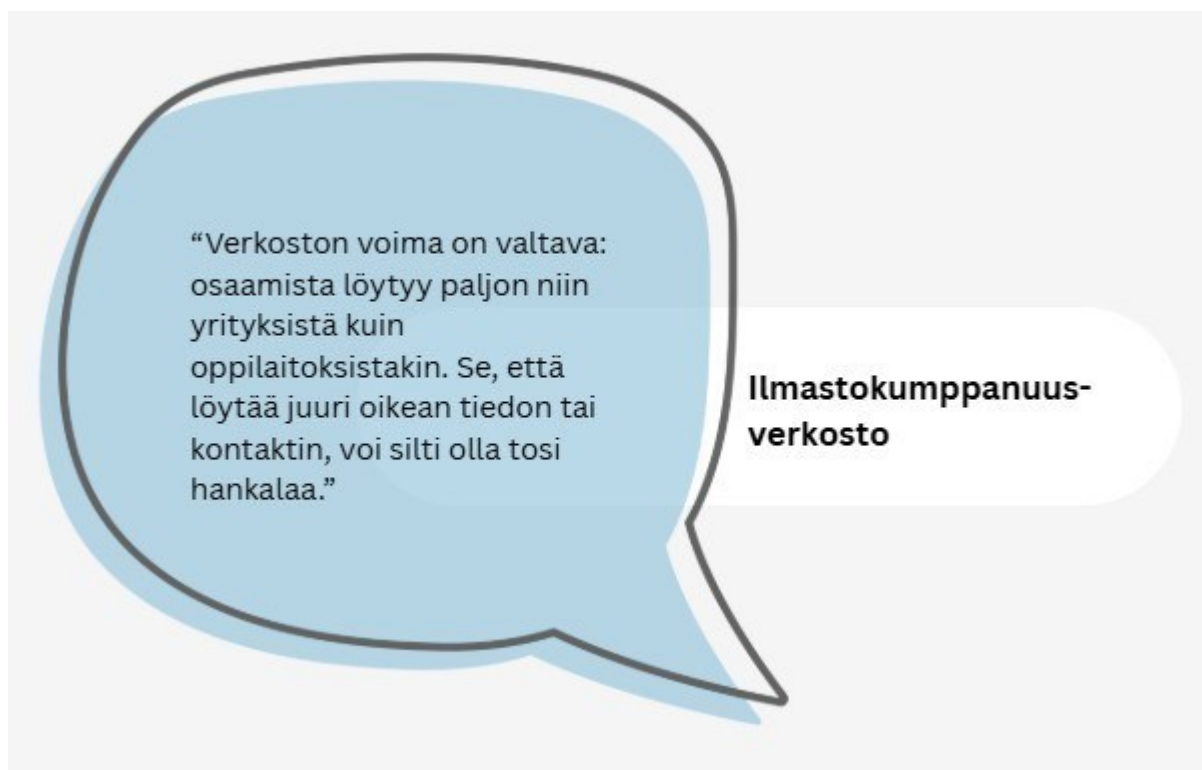
Yleisluonteinen viestintä ei aina tavoita yrityksiä tehokkaasti. Esimerkiksi uutiskirjeiden ja verkkosivujen kautta jaettu tieto ei aina nouse esille suuresta viestitulvasta, eivätkä yritykset aina osanneet tunnistaa viestien alkuperää tai arvioida niiden merkitystä. Yritykset kokevat, ettei ongelma

ole tiedon puute, vaan se, miten omaan toimintaan olennainen tieto löytyy suuren tietomäärän keskeltä. Kiireisessä arjessa ei ehditä etsiä tietoa, joten olennaisen tiedon ja avainhenkilöiden kohtaaminen on haasteellista.

4.3 Ilmastokumppanuuden vahvistaminen; verkosto, näkyvyys ja kaupungin rooli

Ilmastokumppanuusverkosto ja siihen liittyvä yhteistyö Porvoon kaupungin ja Posintran kanssa nähdään tärkeänä tekijänä Co2Jump-hanketyöskentelyyn ja Ilmastokumppanuuteen osallistumisessa. Ilmastokumppanuudesta hyötymistä tulevaisuudessa kaupungin yhteistyökumppanina pidettiin merkittävänä tekijänä osallistumiselle. Kaupungilta odotetaan konkreettista tietoa tulevista hankkeista ja hankinnoista sekä ilmastokumppaneiden hyödyntämistä markkinavuoropuhelussa. Lisäksi näkyvyydestä kaupungin yhteistyökumppanina odotetaan olevan konkreettista apua markkinoinnissa.

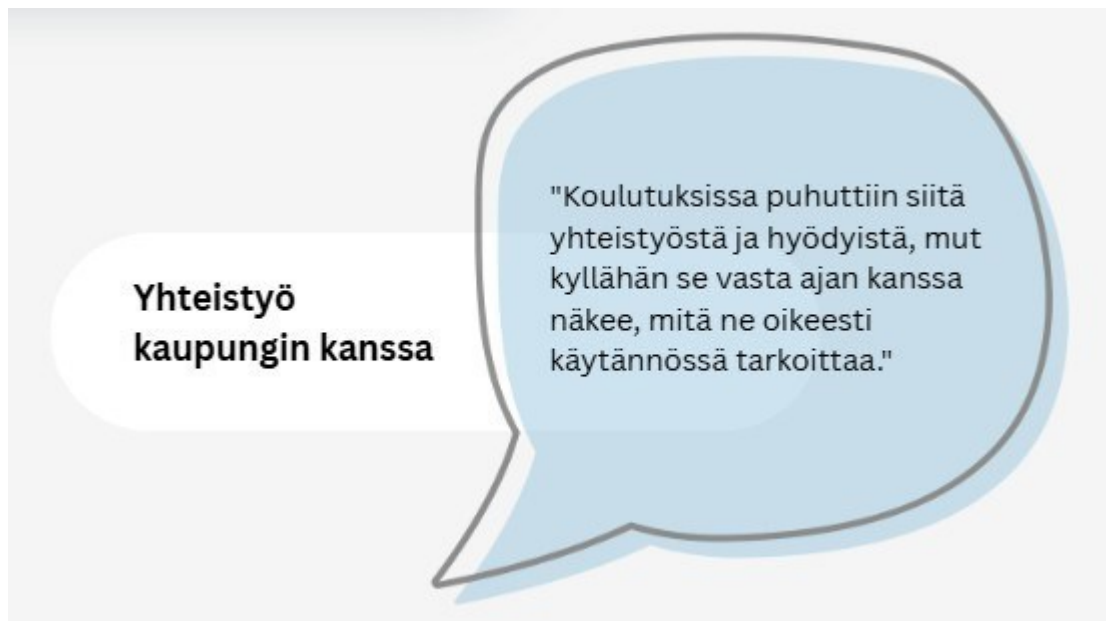
Verkostoituminen muiden paikallisten toimijoiden kanssa, vertaistuki ilmastotyössä ja mahdollisuus jakaa kokemuksia lisäävät yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä sitoutumista yhteiseen tavoitteeseen. Verkoston toivotaan mahdollistavan uusien kumppanuuksien syntyminen ja yhteistyön alueen tutkimus- ja oppilaitosten kanssa. (Kuva 6.)



Kuva 6. Lainaus haastateltavan näkemyksestä Ilmastokumppanuusverkoston hyödystä

Ilmastokumppanuuden nähdään myös vahvistavan yritysten vastuullista imagoa ja tarjoavan lisää näkyvyyttä markkinointiin Porvoon kaupungin markkinointikanavien kautta. Osallistumisen houkuttelevuutta lisää tunne siitä, että Ilmastokumppanuusverkoston toimintaa johdetaan ja tuetaan aktiivisesti ja pitkäjänteisesti tulevina vuosina (kuva7). Yritykset toivovat kaupungilta ja Posintrialta aktiivista roolia verkoston kehittämisessä, näkyvää viestintää hankkeen sisällöstä ja säännöllistä

muistutusta osallistumismahdollisuuksista. Näin ilmastokumppanuus voi kehittyä entistä houkuttelevammaksi ja vaikuttavammaksi toimintamalliksi.



Kuva 7. Lainaus haastateltavan näkemyksestä yhteistyön mahdollisuuksista ja haasteista

Elinkeinoelämän keskusliiton pk-vastuullisuusbarometrin (2023) tuloksissa korostunut rajallisten aika- ja talousresurssien yhteys vastuullisuustyöhön osallistumisen haasteisiin näkyi selvästi myös tämän tutkimuksen tuloksissa. Tulokset tukevat teoreettista näkemystä siitä, että mahdollisuus osallistua ilmastotyöhön joustavasti ja konkreettinen apu oman liiketoiminnan edistämiseksi ovat keskeisiä tekijöitä ilmastotyöhön sitoutumisessa. Näin ollen käytännön havainnot ovat hyvin linjassa aikaisemman tutkimustiedon kanssa ja vahvistavat sen sovellettavuutta myös tässä tutkimusympäristössä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa Posintra Oy:lle tietoa siitä, mitkä tekijät ovat motivoineet tai estäneet porvoalaisia pk-yrityksiä osallistumasta ilmastohanke Co2Jumpiin tai Porvoon kaupungin Ilmastokumppanuuteen. Lisäksi tavoitteena oli kehittää ehdotuksia Posintran viestintään, jotta ilmastokumppanuus olisi tulevaisuudessa houkuttelevampi yrityksille.

Tutkimuksen aineisto perustui Co2Jump-hankkeeseen osallistuneiden yritysten näkemyksiin, mikä tarkoittaa, että mukana oli lähtökohtaisesti yrityksiä, jotka olivat osoittaneet kiinnostusta ilmastotyöhön. Ennen haastattelurajausta lähestyttiin myös muita Porvoon alueen pk-yrityksiä sähköpostitse. Yritykset valittiin niiden verkkosivujen perusteella. Osalla yrityksistä oli verkkosivuillaan tietoa yrityksen ilmastotyöstä, osalla ei. Näiltä yrityksiltä ei saatu yhtään vastausta

haastattelupyyntöön. Näin ollen ei saatu tietoa siitä, miksi osa ilmastotyötä tekevästä yrityksistä ei ole toistaiseksi halunnut sitoutua ilmastokumppanuuteen.

Yrityksiltä, joita tutkimusaihe ei joko kiinnosta tai jotka eivät koe vastaamista itselleen hyödylliseksi, voi olla haastavaa saada tutkimusvastauksia. Ihmiset ovat yleisesti ottaen halukkaampia osallistumaan tutkimuksiin, jotka käsittelevät heille merkityksellisiä tai ajankohtaisia teemoja. Tällöin kiinnostus aiheeseen näkyy usein myös vastausten sisällössä esimerkiksi sitoutuneisuutena, pohdinnan tasossa ja halukkuutena jakaa näkemyksiä. Mikäli aihe koetaan etäiseksi tai omalle toiminnalle merkityksettömäksi, vastaaminen voi jäädä pintapuoliseksi tai kokonaan toteutumatta. Tämän vuoksi erityisesti haastatteluissa voi olla vaikeaa saada analyyttisiä ja kriittisiä näkemyksiä aiheesta, ellei se herätä aidosti vastaajan kiinnostusta tai resonoi hänen omien kokemustensa kanssa.

Tutkimusmenetelmäksi valittu tapaustutkimus soveltui hyvin tutkimuksen tavoitteisiin ja avoimista vastauksista saatiin monipuolista tietoa. Laajempi haastattelurungosta poikkeaminen olisi voinut tuottaa laajempia vastauksia ja avata enemmän tilaa lisäkysymyksille ja tutkittavien omalle pohdinnalle.

Kaikki haastattelut olisi ollut toivottavaa toteuttaa kasvokkain, jolloin vuorovaikutus haastateltavan ja haastattelijan välillä muodostuu yleensä luontevammaksi kuin etäyhteyksien kautta. Tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista tutkimukseen käytettävissä olevan ajan sekä haastateltavien rajallisten aikataulujen vuoksi. Haastattelutilanteissa käytetty kysymysrunko varmisti haastattelujen pääsisällön yhdenmukaisuuden, mutta haastattelijan kokemattomuus on voinut vaikuttaa siihen, ettei rungosta poikettu niin rohkeasti kuin olisi ollut mahdollista. Tämän seurauksena on mahdollista, että haastattelurungon ulkopuolista, tutkimuksen kannalta relevanttia tietoa on jäänyt tavoittamatta. Mikäli tutkimus toteutettaisiin uudelleen, haastattelijan lisääntynyt kokemus vaikuttaisi sekä haastattelurungon sisältöön että sen täydentämiseen syventävillä, kontekstiin reagoivilla kysymyksillä.

Tuloksista nousee esiin selkeästi toistuvia teemoja, kuten konkreettisen hyödyn merkitys, henkilökohtaisen viestinnän vaikutus sekä resurssien ja ajan rajallisuus osallistumisen esteenä. Näiden toistuvien havaintojen esiintyminen eri osioissa viittaa siihen, että aineiston analyysi rakentuu aineistoon pohjautuen, eivätkä tutkijan ennako-oletuksista. Erityisen vahvasti esiin nousee ilmastokumppanuusverkoston kiinnostavuus liiketoiminnan kannalta, mikä tukee tulosten sisäistä johdonmukaisuutta.

Tutkimus kuvaa, millaisia kannustimia ja esteitä yritykset kokevat ilmastotyöhön osallistumisessa. Käsitteelliset kategoriat, kuten osaamisen kehittäminen, viestinnän onnistuminen ja kaupungin rooli, on määritelty aineistopohjaisesti ja havainnot on perusteltu esimerkein. Tutkimus tunnistaa myös osallistumattomuuden syitä, kuten epävarmuuden hanketyöskentelyn hyödyistä, viestinnän tehottomuuden sekä yritysten resurssien niukkuuden. Nämä näkökulmat osoittavat, ettei aineistoa ole käsitelty valikoivasti tai yksipuolisesti. Lisäksi yritysten toiveet kaupungin aktiivisesta roolista ja selkeämmästä viestinnästä tuovat esiin kehittämiskohteita, jotka antavat mahdollisuuden jatkotutkimukseen ja käytännön toimenpiteisiin.

Koska tutkimus on kontekstisidonnainen ja keskittyy tietyn hankkeen osallistujien kokemuksiin, tulosten yleistettävyyttä laajempaan pk-yrityskenttään on rajallinen. Kuitenkin tutkimuksen tarjoamat

havainnot ovat siirrettävissä samankaltaisiin toimintaympäristöihin, erityisesti muihin kaupunkivetoisiin ilmastohankkeisiin, joissa pienten yritysten osallistuminen on keskeistä. Tämä tekee tutkimuksesta hyödyllisen viitekehysten esimerkiksi julkiselle sektorille ja kehitysyhtiöille ilmastokumppanuusmallien kehittämisessä.

Jotta kaupungit voivat saavuttaa hiilineutraaliustavoitteensa, niiden on kyettävä sitouttamaan alueensa pienet ja keski-suuret yritykset ilmastotyöhön jo ennen velvoittavan lainsäädännön voimaantuloa. Tämän vuoksi on tärkeää selvittää ilmastotoimien viivyttelyn taustalla olevat moninaiset syyt ja poistaa niihin liittyvät esteet. Ilman näitä toimenpiteitä kaupunkien hiilineutraaliustavoitteet ovat vaarassa jäädä saavuttamatta. Aiheen tutkiminen olisi varmasti haastava, mutta kiinnostava tehtävä. Onnistuessaan tällaisen tutkimuksen tuloksilla voi olla laajempaakin merkitystä, mikäli ne ovat siirrettävissä samankaltaisiin toimintaympäristöihin.

6 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

6.1 Viestintä

Porvoolaiset pk-yritykset osallistuvat ilmastotyöhön sekä käytännöllisistä että arvopohjaisista syistä. Ilmastokumppanuus ja Co2Jump-hanke tarjoavat mahdollisuuden kehittää vastuullisuutta, kasvattaa näkyvyyttä ja verkostoitua muiden toimijoiden kanssa. Jotta yhä useampi yritys kokisi osallistumisen mielekkääksi, tulisi panostaa viestinnän selkeyteen, joustaviin osallistumismuotoihin ja verkoston aktiiviseen esilläoloon alueen yrityskehityksessä.

Ilmastokumppanuuden viestintää on tarpeen kehittää kohdennetummaksi ja henkilökohtaisemmaksi. Yksi keino on suunnata viestintää toimialakohtaisesti, mikä voi lisätä saman alan toimijoiden osallistumista esimerkiksi koulutuksiin ja työpajoihin yhtäaikaaisesti. Tämä puolestaan edistää verkostoitumista ja yhteistyötä yritysten välillä. Nykyiset ilmastokumppanit voivat toimia tärkeinä esimerkkeinä ja viestinviejinä uusien yritysten tavoittamisessa. Heidän kokemuksensa konkretisoivat ilmastokumppanuuden tuomia liiketoiminnallisia ja toiminnallisia hyötyjä, ja heidän verkostonsa voivat tukea viestien leviämistä laajemmalle yrityskehitykselle. Viestinnän sisällössä tulisi korostaa onnistuneita esimerkkejä ja ilmastotyön käytännön vaikutuksia. tarinat yhteistyöstä kaupungin kanssa – kuten markkinavuoropuhelun kautta saavutetut edut – voivat lisätä kiinnostusta ja madaltaa osallistumiskynnystä.

Pelkkä tiedon jakaminen ei kuitenkaan riitä. Viestien sävyllä on merkitystä: neutraali ja informatiivinen sävy ei aina herätä toivottua huomiota. Viestin synnyttämällä positiivisella tunteella on merkittävä vaikutus siihen, miten viesti vastaanotetaan, ymmärretään ja hyväksytään. Tunteet vaikuttavat sekä ihmisten huomion kiinnittymiseen että tiedonkäsittelyyn, ja positiivinen tunne voi lisätä viestin vastaanottavuutta, muistettavuutta ja toimintavalmiutta.

Lisäksi viestinnällä voidaan tukea yksilön motivaatiota toimia itselleen merkityksellisissä asioissa. Ihmiset ovat usein valmiimpia toimimaan silloin, kun viesti koskettaa heidän arvojaan tai identiteettiään – kun kyse on "tarinasta, jota halutaan toteuttaa". Tällöin toiminta ei tunnu ulkoapäin ohjatulta, vaan sisäisesti motivoituneelta ja aidosti omalta. Viestinnällä voidaan osoittaa empatiaa ja kunnioitusta kohdeyleisön arvoja ja kokemuksia kohtaan, mikä vahvistaa viestin merkityksellisyyttä ja lisää sitoutumista.

Ilmastokumppanuutta ja siihen liittyviä teemoja tulisi käsitellä säännöllisesti tilaisuuksissa, joissa Porvoon kaupungin ja Posintra Oy:n edustajat kohtaavat alueen yrittäjiä. Kun ilmastoasiat sisällytetään luontevasti osaksi keskustelua muiden ajankohtaisten aiheiden rinnalla, viestit tavoittavat yrityksiä myös silloin, kun tapahtumien pääteema ei suoraan liity vihreään siirtymään.

Viestinnässä on otettava huomioon myös ilmastoviivytteen ilmiö. Yritykset eivät välttämättä ryhdy toimenpiteisiin ilman ulkoista painetta, kuten lainsäädäntöä tai asiakasvaatimuksia. Tämän vuoksi viestien tulee olla selkeitä, ajankohtaisia ja sidoksissa yritysten arkeen. Sisältöjen on hyvä linkittyä paikallisiin ilmiöihin ja osoittaa ilmastotoimien konkreettiset hyödyt liiketoiminnassa.

6.2 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media tarjoaa merkittävän mahdollisuuden lisätä hankkeiden ja ilmastokumppanuuden näkyvyyttä. Sen tehokas käyttö edellyttää kuitenkin alustojen toimintalogiikan ja algoritmien tuntemusta. Nykyiset algoritmit suuntaavat sisältöä pääsääntöisesti niille käyttäjille, jotka ovat jo valmiiksi kiinnostuneita aiheesta, mikä voi rajoittaa uusien kohderyhmien tavoittamista. Jotta viestintä ei jäisi vain rajatun yleisön sisäiseksi keskusteluksi, on tärkeää kehittää tapoja esittää ilmastotyöhön liittyvää sisältöä niin, että se puhuttelee myös niitä yrityksiä, jotka eivät vielä koe ilmastotyötä liiketoimintaansa vaikuttavaksi tai näe sitä tulevaisuuden kannalta merkityksellisenä. Erityistä huomiota tulee kiinnittää siihen, miten algoritmit vaikuttavat sisällön näkyvyyteen ja siten viestien tavoitavuuteen.

Kehitysehdotuksena esitetään sosiaalisen median algoritmien toiminnan parempaa ymmärtämistä viestintästrategian suunnittelussa. Tämä sisältää myös arvioinnin siitä, millä alustoilla yrityksiä kannattaa tulevaisuudessa tavoittaa, ottaen huomioon muuttuvat käyttötavat ja eri toimialojen viestinnälliset erityispiirteet. Jatkossa voi olla tarpeen selvittää systemaattisesti, mitkä kanavat ja viestintätavat tavoittavat tehokkaimmin eri toimialojen yrityksiä. Näitä tietoja voidaan hyödyntää viestinnän kehittämisessä sekä sisällyttää osaksi hankkeen arviointi- ja kehittämistoimia esimerkiksi tutkimuksellisenä tarkastelukohteena.

6.3 Ilmastokumppanuusverkosto

Haastattelujen perusteella Ilmastokumppanuusverkosto on keskeinen motivaatiotekijä yritysten sitoutumiselle ilmastotyöhön Porvoossa. Yritykset arvostavat verkoston tarjoamaa vertaistukea, toimialarajat ylittäviä kohtaamisia sekä Porvoon kaupungin ja Posintra Oy:n aktiivista roolia verkoston ylläpidossa ja kehittämisessä. Verkoston toiminta nähdään paitsi tiedonvälityksen kanavana myös arvokkaana alustana, jossa yritykset voivat jakaa kokemuksiaan ja luoda uusia yhteistyömahdollisuuksia.

Yritykset pitävät merkityksellisenä sitä, että ilmastokumppanuus tuottaa heille konkreettista hyötyä. Kumppanuus kaupungin kanssa voi tarjota kilpailuetua erityisesti markkinavuoropuhelun kautta. Samalla kaupungin ilmastotavoitteiden katsotaan tukevan yritysten omaa strategista kehitystä ja liiketoiminnan kestävyttä. Erityisesti pienille yrityksille Ilmastokumppanuus tarjoaa lisäarvoa kaupungin markkinointi- ja viestintäresurssien kautta. Näkyvyys kaupungin viestinnässä koetaan hyödylliseksi ja se voi tukea yritysten tunnettuuden kasvattamista sekä viestintää asiakkaille ja sidosryhmille.

Haastatellut yritykset jakoivat näkemyksen siitä, että verkoston aktiivisena pysyminen edellyttää säännöllistä taustatyötä ja koordinoitua erityisesti Porvoon kaupungilta. Kaupungin ja Posintran rooli verkoston toiminnan ylläpitäjänä on keskeinen sen jatkuvuuden kannalta. Lisäksi yritykset pitivät säännöllistä raportointia omasta ilmastotyön edistymisestä kaupungille myönteisenä käytäntönä, joka tukee ilmastotyön tavoitteellisuutta, mutta ei kuormita yrityksiä kohtuuttomasti.

6.4 Hanketyöskentelyn kehittäminen

On tärkeää huomioida osallistuvien yritysten käytettävissä olevat resurssit, erityisesti mikroyritysten näkökulmasta. Osallistumista voidaan tukea kehittämällä konkreettisia työkaluja ja toimintamalleja, joiden avulla hanketyö voidaan integroida luontevaksi osaksi yrityksen arkea ilman kohtuuttomia lisäkuormituksia. Esimerkiksi työpajojen rakenteen joustavoittamista voitaisiin toteuttaa tarjoamalla vaihtoehtoisia osallistumistapoja yrityksille siten, että työpajat järjestetään lyhyempinä, esimerkiksi 2–3 tunnin mittaisina tilaisuuksina kokonaisten työpäivien sijaan. Lisäksi työpajojen toteuttaminen etäyhteyksin tai hybridimuodossa mahdollisuuksien mukaan parantaa saavutettavuutta ja lisää osallistumisen joustavuutta erityisesti niille yrityksille, joilla on rajalliset mahdollisuudet irrottautua päivittäisestä liiketoiminnasta.

LÄHTEET

Opinnäytetyössä on hyödynnetty OpenAI:n ChatGPT -tekoälyä (versio GPT-4o, 2024) kielentarkastukseen, haastattelurungon kysymysten muotoiluun sekä tekstin tiivistämiseen kirjoittajan tueksi. <https://chat.openai.com>

Backman, P. & Pyyhtiä, A., 2025. Yrityskehittäjät. Posintra Oy. Haastattelu 23.1.2025.

Elinkeinoelämän keskusliitto 2023. Pk-vastuullisuusbarometrin tulokset. <https://ek.fi/wp-content/uploads/2023/11/Pk-vastuullisuusbarometrin-tulosjulkistus-21112023.pdf>. Viitattu 23.2.2025.

European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, (2024) EU missions, 100 climate-neutral and smart cities : cities on a journey to climate neutrality. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2777/169604>

European Commission, European Research Executive Agency, (2023) EU missions, climate-neutral and smart cities: European Research Executive Agency contributing to the mission. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2848/983035>. Viitattu 16.1.2025.

Hakala, J., 2024. Laadullisen tutkimuksen ABC. 1.Painos. Tallinna: Tallinna Raamatutrükikoja OÜ.

Hirsjärvi, S., Remes P. & Sajavaara, P. 2016. Tutki ja Kirjoita. 21. painos. Porvoo: Bookwell Oy.

Niemi, J., 2024. Vastuullisuustyö pk-yrityksissä. 1. painos. Helsinki: Kauppakamari.

OECD (2001). Corporate Social Responsibility: Partners for Progress, Local Economic and Employment Development (LEED). Paris: OECD Publishing.

<https://doi.org/10.1787/9789264194854-en>.

Viitattu 13.7.2025.

Porvoon kaupunki. Porvoon ilmastostrategia 2024-2027.

https://www.porvoo.fi/app/uploads/2024/01/Ilmasto-ja-ymparistoohjelma-2024_2027.pdf. Viitattu 22.1.2025.

Porvoon kaupunki. Porvoon kaupunkistrategia 2022-2025. <https://www.porvoo.fi/asiointi-ja-paatoksenteko/hallinto-ja-organisaatio/strategiat-ohjelmat-ja-selvitykset/>. Viitattu 16.1.2025.

Posintra Oy. <https://posintra.fi/posintra/>. Viitattu 19.1.2025.

Päivärinta, S. 2025. Kestävän kehityksen asiantuntija. Porvoon kaupunki. Haastattelu 11.2.2025.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A., 2006. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto.

Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavilla osoitteessa:

<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/>. Viitattu 24.3.2025.

Tilastokeskus n.d. Käsitteet: PK-yritys. <https://tilastokeskus.fi/meta/kas/index.html?P>. Viitattu 16.1.2025.

Tilastokeskus, 2022. yritykset henkilöstön suuruusluokittain 2021.

https://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html. Viitattu 16.1.2025.

Ympäristöministeriö n.d. Euroopan Unionin ilmastopolitiikka. <https://ym.fi/euroopan-unioninilmastopolitiikka>. Viitattu 17.1.2025.

Ympäristöministeriö n.d. Kuntien ilmastoratkaisut -ohjelma. <https://ym.fi/kuntien-ilmastoratkaisutohjelma>. Viitattu 17.1.2025

Ympäristöministeriö n.d. Kuntien ilmastosuunnitelmat. <https://ym.fi/kuntien-ilmastosuunnitelmat>. Viitattu 20.1.2025.

Ympäristöministeriö n.d. Suomen kansallinen ilmastopolitiikka. <https://ym.fi/suomen-kansallinen-ilmastopolitiikka>. Viitattu 17.1.2025.

Ympäristöministeriö n.d. Kiertotalousohjelma. <https://ym.fi/kiertotalousohjelma>. Viitattu 3.9.2025.

LIITE1 HAASTATTELURUNKO

Haastattelu Co2Jump-hankkeesta ja Porvoon kaupungin Ilmastokumppanuudesta

1. Kerro yrityksesi nykyisestä ilmastotyöstä. Millaisia toimenpiteitä olette jo tehneet tai olette suunnittelemassa?
2. Miksi yrityksesi päätti liittyä Ilmastokumppaniksi, ilmastotyötä edistävään vertaisverkostoon?
3. Mitä konkreettisia hyötyjä yrityksellesi voi olla Co2Jump-hankkeeseen/ Ilmastokumppaniksi liittymisestä?
4. Millaisia mahdollisia haasteita tai epäilyksiä liittymisessä Co2Jump-hankkeeseen/ Ilmastokumppaniksi sinulla oli, jos sellaisia oli?
5. Miten Co2Jump-hankeeseen osallistuminen/ Ilmastokumppanuus vaikuttanut yrityksesi ilmastotavoitteisiin tai toimintaan?
6. Miten arvioit Porvoon kaupungin roolia ja tukea Ilmastokumppanuus-vertaisverkoston toiminnassa
7. Mitä toiveita tai ehdotuksia sinulla olisi Porvoon kaupungille ilmastotyön kehittämiseksi tulevaisuudessa?

Saaraleena Haapavaara

Sähköposti: xxxxx

Puhelin: xxxxx

Tutkimustiedote

YAMK-opinnäytetyötutkimus: Porvoon kaupungin Ilmastokumppanuus-verkosto pk-yrityksille

Tervetuloa osallistumaan YAMK-opinnäytetyötutkimukseen, jossa tutkitaan pk-yritysten näkemyksiä Porvoon kaupungin Ilmastokumppanuus-verkostoon liittymisestä.

Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite: Tässä tutkimuksessa selvitetään, mitä puoltavia ja estäviä tekijöitä pk-yritykset kokevat liittyessään Porvoon kaupungin Ilmastokumppanuusverkostoon. Tarkoituksena on ymmärtää, miksi jotkut yritykset ovat päättäneet liittyä verkostoon ja miksi toiset eivät ole liittyneet tai harkitsevat liittymistä.

Tutkimuksen toteutus: Haastatteluissa kysytään muun muassa yritysten nykyisestä ilmastotyöstä, mahdollisista hyödyistä verkostoon liittymiselle sekä esteistä tai haasteista, jotka voivat vaikuttaa päätökseen olla liittymättä verkostoon. Haastattelu on puolistrukturoitu, eli kysymykset ovat valmiita, mutta keskustelua voidaan viedä myös muiden, tilanteeseen liittyvien teemojen ympärille. Haastattelulle on hyvä varata n. 30 minuuttia aikaa.

Vapaaehtoisuus ja osallistumisen peruminen: Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista, eikä osallistumisesta aiheudu kustannuksia. Voitte keskeyttää osallistumisen tai peruuttaa vastauksenne missä tahansa tutkimuksen vaiheessa ilman seurauksia.

Luottamuksellisuus ja anonymiteetti: Kaikki haastattelun aikana saadut tiedot käsitellään anonymisti ja luottamuksellisesti. Haastatteluiden vastauksia ei yhdistetä haastateltaviin henkilöihin tai yrityksiin, ja kaikki aineisto säilytetään salassa tutkimuksen päättymiseen asti.

Lisätietoja ja yhteydenotto: Jos teillä on kysyttävää tutkimuksesta tai sen etenemisestä, voitte ottaa yhteyttä tutkimuksen tekijään: Saaraleena Haapavaara sähköposti: xxxxx puhelin xxxxx

Kiitos, että olette mukana tutkimuksessa ja autatte meitä kehittämään ilmastotyötä Porvoon alueella!