

EUROPEAN SOCIAL ENTERPRISE MONITOR

Raportti Suomen
kyselyn tuloksista
2023–2024



Co-funded by
the European Union



europa
social enterprise
monitor



Improving the framework conditions
and capacities of social enterprises
and their ecosystems

EUROPEAN SOCIAL ENTERPRISE MONITOR

Raportti Suomen kyselyn tuloksista 2023–2024

Raportin kirjoittajat:

Puumalainen Kaisu, Karjalainen Jari, Kostilainen Harri, Kotiranta Annu, Laakso Maarit

Kiitokset tuesta kyselyn toteutuksessa ja raportoinnissa:

Katja Anoschkin, Susanna Kallama, Julia Riitijoki, Helena Sjögrén ja Saila Tykkyläinen Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskuksesta (Yhteiskunnallisten yritysten liiketoimintaedellytysten parantaminen -koordinaatiohanke, ESR+) sekä Tiffany Bennett, Wieteke Dupain ja Toby Gazeley Euclid Networkista

Tämä raportti hyödyntää dataa, joka on kerätty osana European Social Enterprise Monitor -projektia. Projektia johtaa Euclid Network Euroopan komission ja eri puolilta Eurooppaa tulevien yhteistyökumppaneiden tuella.

Euclid Network ei ota vastuuta ESEM:in kautta kerätyn datan luotettavuudesta, tarkkuudesta tai yleistettävyydestä. Raportissa esitetyt mielipiteet ja havainnot ovat kirjoittajan tai kirjoittajien omia, eivätkä välttämättä edusta Euclid Networkin näkemyksiä.

Tämä tutkimus on Euroopan unionin osarahoittama. Esitetyt näkemykset ja mielipiteet ovat kuitenkin yksinomaan kirjoittajan tai kirjoittajien, eivätkä välttämättä heijasta Euroopan unionin tai Euroopan komission näkemyksiä. Euroopan unionia tai rahoittavaa viranomaista ei voida pitää niistä vastuullisina.

ISBN: 978-952-7583-01-2 (pdf)

EUROPEAN SOCIAL ENTERPRISE MONITOR

Raportti Suomen kyselyn tuloksista (2023–2024)

Sisällysluettelo

JOHDANTO	5
Taustaa.....	5
European Social Enterprise Monitor –tutkimuksesta.....	6
MILLAISIA SUOMEN YHTEISKUNNALLISET YRITYKSET OVAT?	7
Yhteiskunnallisen yrityksen ominaispiirteet.....	7
Organisaation taustatekijät.....	11
Toiminta-alueet.....	16
Asiakkaat ja sidosryhmät.....	17
Kasvu.....	19
Case: Frenchie – yhteiskunnallisesta missiosta liiketoiminnan kasvuun.....	21
Innovaatiot ja teknologiat.....	22
Kilpailukyky.....	23
VAIKUTUKSET YHTEISKUNTAAN	25
Kohderyhmät ja edunsaajat.....	25
Case: Tukena edistää hyvää elämää tiiviissä yhteistyössä asiakkaiden, läheisten ja kumppaneidensa kanssa.....	28
Ympäristövaikutukset.....	29
Kestävän kehityksen tavoitteet.....	31
VAIKUTUSTEN MITTAAMINEN JA JOHTAMINEN	32
Käytännöt – miten vaikutuksia mitataan?.....	32
Motiivit – miksi mitataan tai ei mitata?.....	33
Vaikutustiedon hyödyntäminen – miten tietoa käytetään?.....	34
Haasteet.....	35
Case: Helsingin Ensikoti mittaa kuntoutuksen vaikuttavuutta palautetietoisien hoidon mallin avulla.....	36
IHMISET JA HALLINTO	37
Työntekijät ja vapaaehtoiset.....	37
Diversiteetti.....	39
Hallinto.....	42
TULOT JA RAHOITUS	43
Tulojen määrä ja voitonjako.....	43
Tulonlähteet.....	45
Rahoitus.....	47

Case: Mifuko käyttää voittonsa naisten aseman parantamiseen Afrikan maaseudulla	50
YHTEISKUNNALLISEN YRITYSTOIMINNAN EKOSYSTEEMI SUOMESSA	51
Haasteet	51
Politiikan ja julkishallinnon tuki	52
Yhteisömuoto ja oikeudellinen asema	54
Tukiorganisaatioiden rooli	56
Ekosysteemin kehittäminen	58
LÄHDELUETTELO	60
LIITTEET	61
Kyselyn toteutus	61
Potentiaalisten yhteiskunnallisten yritysten tunnistaminen ja sähköpostiosoitteiden luominen	61
Kyselylomake ja tiedonkeruu	62
Aineiston käsittely	62

JOHDANTO

Taustaa

Yhteiskunnallisella yrittäjyydellä on maailmanlaajuisesti merkittävä rooli niin taloudellisen kuin sosiaalisen ja ekologisen kestävyuden edistäjänä. Tuoreiden tutkimusten mukaan maailmassa on noin 10 miljoonaa yhteiskunnallista yritystä, jotka luovat yli 200 miljoonaa työpaikkaa ja vastaavat noin kahta prosenttia maailman BKT:stä sekä kolmea prosenttia kaikista maailman yrityksistä (Schwab Foundation & WEF 2024).

Euroopan 27:stä jäsenmaasta tehdyssä vertailevassa tutkimuksessa yhteisötalouden organisaatioita (osuuskuntia, säätiöitä, yhdistyksiä, keskinäisiä yhtiöitä ja yhteiskunnallisia yrityksiä) arvioidaan olevan 4,3 miljoonaa. Näissä organisaatioissa palkkatyösuhteessa työskentelee vähintään 11,5 miljoonaa henkilöä (6,3 % työvoimasta). Yhteisötalouden organisaatioiden liikevaihdon arvioitiin olleen jäsenmaissa yhteensä yli 900 miljardia euroa vuonna 2021. (European Commission: European Innovation Council and SMEs Executive Agency 2024.)

Yhteiskunnallisen yritystoiminnan kasvava merkitys on tunnistettu myös kansainvälisessä politiikassa. Maaliskuussa 2023 YK hyväksyi päätöslauselman, jossa yhteisötalous ("Social Economy") tunnustetaan ensimmäistä kertaa tärkeäksi tekijäksi osallisuuden ja kestäväen kasvun edistäjänä (Yhdistyneet Kansakunnat 2023). Euroopan unionilla on ollut vuoden 2011 "Social Business Initiative" -aloitteesta lähtien jatkuvasti uusia ohjelmia ja toimenpiteitä, joiden tavoitteena on parantaa yhteiskunnallisten yritysten toimintaympäristöä. Euroopan komission joulukuussa 2021 julkistama euroopalaisen yhteisötalouden vahvistamista koskeva toimintasuunnitelma ("Social Economy Action Plan") esiteltiin Euroopan unionin neuvostolle kesäkuussa 2023. Toimintasuunnitelma tukee jäsenvaltioita poliittisten ja oikeudellisten puitteiden kehittämisessä, rahoitusmahdollisuuksien parantamisessa sekä tietoisuuden lisäämisessä yhteisötalouden potentiaalista Euroopassa. Siihen kuuluvat muun muassa sosiaalisen innovaation osaamiskeskukset,

Social Economy Gateway -portaali, WeBuySocialEU-aloite ja yhteisinvestoinnit. Euroopan neuvosto kehotti marraskuussa 2023 jäsenvaltioita toteuttamaan konkreettisia toimia yhteiskunnallisten yritysten ja yhteisötalouden vahvistamiseksi seuraavan 24 kuukauden aikana ja raportoimaan komissiolle toteutuksen jatkosta.

Suomessa vuonna 2021 hyväksytty yhteiskunnallisten yritysten strategia (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2021) päivitetään vastaamaan Euroopan komission 13.6.2023 antamaa suositusta yhteisötaloutta tukevista konkreettisista toimenpiteistä. Niiden avulla pyritään luomaan suotuisat toimintaedellytykset yhteisötalouden organisaatioille, jotta ne voivat menestyä ja kasvaa. Samalla lisätään tietoa yhteiskunnallisten yritysten mahdollisuuksista luoda uusia työpaikkoja. Yhteiskunnallisten yritysten strategian lähtökohtana on, että yhteiskunnallisten yritysten liiketoiminnan erityispiirteet tunnustetaan ja toimintaedellytyksiä vahvistetaan, mutta erityistä säädöspohjaa tai erityiskohtelua ei luoda. Vuoden 2021 strategiassa esitettiin perustettavaksi valtakunnallinen, verkostomaisesti toimiva yhteiskunnallisen yritystoiminnan osaamiskeskus, joka palvelee yhteiskunnallista yritystoimintaa koko Suomessa. Osaamiskeskuksen tehtävänä on muun muassa parantaa yhteiskunnallisten yritysten liiketoimintaedellytyksiä, vahvistaa yhteiskunnallisten yritysten ja yhteisötalouden alueellisia verkostoja sekä edistää osatyökykyisten ja muuten vaikeassa työmarkkina-asemassa olevien työllistämistä (Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus, 2024a).

Suomessa arvioidaan olevan noin 3 000 yhteiskunnallista yritystä, joiden yhteenlaskettu liikevaihto on yli 6 miljardia euroa. Niissä on palkkatyösuhteessa yli 60 000 henkilöä. Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus ylläpitää datasivustoa, jonka tavoitteena on kuvata yhteiskunnallista yritystoimintaa Suomessa laajasti rekisteriaineistoja hyödyntäen. Yhteiskunnallinen yritys -käsitteen alle mahtuu hyvin erilaisia organisaatioita, joiden liiketoimintamalleja yhdistää kolme ydinpiirrettä: 1) Yhteiskunnallinen päämäärä on liiketoiminnan ensisijaisena tavoitteena, 2) Suurin osa voitoista käytetään yhteiskunnallisen päämäärän edistämiseen, 3) Yritys korostaa hallintotavassaan osalli-

suutta ja demokratiaa. Datasivuston yrityslistaus perustuu Tilastokeskuksen rekistereihin, Suomalainen työ ry:n Yhteiskunnallinen Yritys -merkin aineistoihin sekä Yhteiskunnallisten yritysten liitto ARVO:n ja työhön integroivien yhteiskunnallisten yritysten verkostojen aineistoihin. (Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus, 2024b.)

European Social Enterprise Monitor -tutkimuksesta

European Social Enterprise Monitor (ESEM) on joka toinen vuosi toteutettava tutkimus, jonka tavoitteena on kasvattaa ymmärrystä yhteiskunnallisen yritystoiminnan tilasta, mahdollisuuksista, haasteista ja ekosysteemistä Euroopassa.

Tutkimus toteutettiin kolmatta kertaa vuosina 2023–2024 ja siinä oli mukana ennätyselliset 31 maata. Suomi osallistui tutkimukseen ensimmäistä kertaa. Tutkimusta koordinoi eurooppalainen yhteiskunnallisten yritysten kattojärjestöjen verkosto Euclid Network.

Kyselytutkimuksen kohderyhmänä olivat yhteiskunnallisten yritysten johtajat. Suomessa kyselyyn vastasi 248 yhteiskunnallisen yrityksen edustajaa. Vastaajamäärät vaihtelivat huomattavasti maittain, ja Suomen vastausprosentti 6,5 oli suurimpien joukossa. Tämä raportti käsittelee ESEM-tutkimuksen tuloksia Suomen osalta. Yhteisraportti kaikkien maiden tuloksista julkaistiin World Economic Forumin yhteydessä tammiukuussa 2025: <https://socialenterprisemonitor.knowledgecentre.euclidnetwork.eu/>

Kyselyllä selvitettiin muun muassa yhteiskunnallisten yritysten vaikuttavuuteen, rahoitukseen, kasvunäkymiin ja diversiteettiin liittyviä tekijöitä. Tavoitteena on, että tutkimuksen tuottamaa tietoa käytetään yhteiskunnallisen yritystoiminnan kehittämisen sekä päätöksenteon tukena.

Suomessa tutkimuksen toteutti Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus Yhteiskunnallisten yritysten liiketoimintaedellytysten parantaminen -koordinaatiohankkeen (ESR+) rahoituksella. Hankkeen tavoitteina on muun muassa vahvistaa yhteiskunnallisten yritysten ja yhteisötalouden alueellisesti toimivia ekosysteemejä, edistää yhteiskunnallisia innovaatioita sekä osatyökykyisten ja muiden vaikeassa työmarkkina-asemassa olevien työllistymistä, koota ja tuottaa yhteiskunnallisiin yrityksiin liittyvää tietoa sekä lisätä yhteiskunnallisen yrittäjyyden tunnettuutta.

Hanketta toteuttaa 11 organisaation verkosto. Päätoteuttaja on Silta-Valmennusyhdistys ja muut toteuttajat ovat Valo-Valmennusyhdistys, Terveysten ja hyvinvoinnin laitos (THL), Vatesäätiö, Diakonia-ammattikorkeakoulu, Pellervo, Live-säätiö, Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskus, LUT-yliopisto, Yhteiskunnallisten yritysten liitto ARVO sekä Kuntoutusäätiö. ESEM-tutkimuksen toteutuksesta vastasivat LUT, DIAK ja ARVO.



MILLAISIA SUOMEN YHTEISKUNNALLISET YRITYKSET OVAT?

Yhteiskunnallisen yrityksen ominaispiirteet

Yhteiskunnallinen yritys -käsitteen alle mahtuu hyvin erilaisia organisaatioita, joiden liiketoimintamalleja yhdistää kolme ydinpiirrettä:

1 Yhteiskunnallinen päämäärä on liiketoiminnan ensisijaisena tavoitteena, eli sosiaalisten ja/tai ympäristövaikutusten aikaansaaminen on tärkeämpi tavoite kuin omistajille tuotettavan voiton maksimointi

2 Suurin osa voitoista käytetään yhteiskunnallisen päämäärän edistämiseen

3 Yritys korostaa hallintotavassaan osallisuutta ja demokratiaa

(Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus 2024b).

Näiden lisäksi yhteiskunnallisen yrityksen määritelmässä esiintyy usein seuraavia piirteitä:

- tuloja saadaan pääosin liiketoiminnasta ja toimitaan kilpailuilla markkinoilla
- yrittäjämäisyys, riskinotto ja innovatiivisuus
- läpinäkyvä ja vastuullinen toimintatapa
- vaikutusten konkreettinen osoittaminen mittausten avulla
- markkinoiden ja/tai julkisen sektorin toimimattomuus, eli alat/alueet, joilla taloudellista voittoa priorisoivat yritykset eivät näe riittävästi potentiaalia tai julkinen sektori ei tarjoa ratkaisua yhteiskunnalliseen ongelmaan

(TEM 2021; Social Enterprise World Forum 2024; EU Commission 2021).

Näitä piirteitä esiintyy organisaatioissa vaihtelevassa määrin, ja ei ole suinkaan yksiselitteistä rajaa sille, millaista organisaatiota voidaan sanoa yhteiskunnalliseksi yritykseksi. Lisäksi käsite ei ole Suomessa laajalti tunnettu, mikä entisestään hankaloittaa yhteiskunnallisten yritysten profilointia. Profilointia varten ESEM-tutkimuksessa kartoitettiin sekä vastaajien omaa käsitystä edustamansa yrityksen yhteiskunnallisuudesta että yllä mainittujen piirteiden esiintymistä. Yhteiskunnallisen yrityksen käsitettä kuvattiin kyselyn vastaajille seuraavalla tavalla:

”Yhteiskunnallinen yritys on organisaatio, jonka päätavoitteena on pikemminkin saada aikaan sosiaalisia ja/tai ympäristövaikutuksia kuin maksimoida omistajien tai osakkeenomistajien saama voitto. Liiketoiminnan tuloja pidetään keinona, ei päämääränä.”

Vastanneista lähes 70 % katsoi edustavansa yhteiskunnallista yritystä ja 16 % oli sitä mieltä, että organisaatio ei ole yhteiskunnallinen yritys. 16 % ei osannut ottaa asiaan kantaa. Avoimissa vastauksissa mainittiin muun muassa, että yhteiskunnallinen yritys on vasta perustamisvaiheessa, ja toisaalta korostettiin liikevoiton ja yhteiskunnallisten vaikutusten samanarvoista priorisointia.

”Tavoitteenamme on samaan aikaan liikevoitto sekä positiiviset ympäristövaikutukset. Kumpikaan ei saa tapahtua toisen kustannuksella.”

”Liiketoiminnallisin perustein toimiva organisaatio, mutta jossa on sosiaalista oikeudenmukaisuutta vahvasti tukeva arvopohja.”

Näkemykset vaihtelivat merkittävästi sen mukaan, millaista organisaatiota vastaaja edusti: osakeyhtiömuotoiset organisaatiot näkivät itsensä yhteiskunnallisena yrityksenä harvemmin kuin osuuskunnat, säätiöt tai yhdistykset.

Kuvailisitko organisaatiosi yhteiskunnalliseksi yritykseksi?	N	%	Oy %	Osk %	Sr/Ry %
Kyllä	170	69	62	83	92
Ei	39	16	21	8	0
Ehkä – en ole varma	27	11	13	8	3
Muu, mikä	12	4	4	0	5
Yhteensä	248	100	100	100	100

Taulukko 1. Näkemys siitä, onko organisaatio yhteiskunnallinen yritys

Ensimmäiseen ydinpiirteeseen liittyen vastaajista 84 % piti sosiaalisia ja/tai ympäristövaikutuksia vähintään yhtä tärkeänä kuin taloudellista tuottoa. Keskimäärin sosiaalisia vaikutuksia

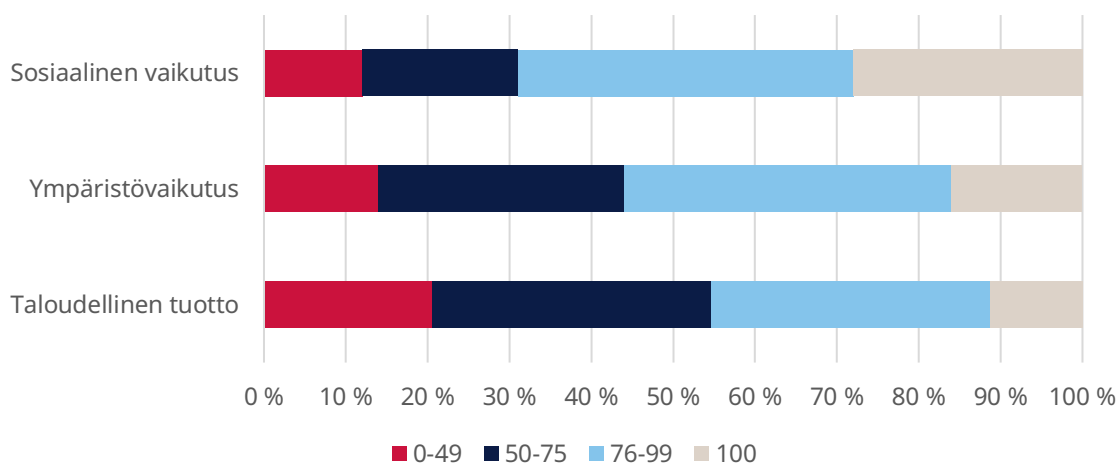
pidettiin hieman tärkeämpänä kuin ympäristövaikutuksia, ja noin viidesosa vastaajista ei pitänyt taloudellista tuottoa kovinkaan tärkeänä.

Vaikutusten ja taloudellisen tuoton tärkeys	N	%
Taloudellinen tuotto tärkeämpi	39	15.73
Vaikutukset tärkeämmät tai yhtä tärkeät	209	84.27
Yhteensä vastanneita	248	100.00

Taulukko 2. Yhteiskunnallisten vaikutusten ja taloudellisen tuoton priorisointi

Kuinka tärkeänä strategisissa liiketoimintapäätöksissänne pidetään seuraavia?

N=248, asteikko 0= ei lainkaan tärkeänä 100=erittäin tärkeää



Kuvio 1. Yhteiskunnallisten vaikutusten ja taloudellisen tuoton tärkeys

Toisen ydinpiirteen, eli voiton tuottamisen ja mahdollisten voittovarojen käytön osalta huomattavan suuri joukko jätti vastaamatta, mutta vastanneista 51:stä voittoa tuottaneesta organisaatiosta 34 (67 %) ilmoitti sijoittaneensa suurimman osan voittovaroista yhteiskunnallisen päämääränsä edistämiseen. Voittoa tuottaneista organisaatioista 17 (33 %) ilmoitti jaka-

neensa vähintään puolet voitosta osinkona omistajille. Kaikkiaan siis 17 organisaatiota 129:stä eli 13 % ei täyttäisi voittonjakoon liittyvää yhteiskunnallisen yrityksen kriteeriä, joka edellyttää, että yli puolet jakokelpoisesta voitosta käytetään yrityksen yhteiskunnallisen päämäärän edistämiseen.

Voittovarojen käyttö	N	%
Ei voittoa	78	60.47
Suurin osa sijoitettu yhteiskunnallisen päämäärän edistämiseen	34	26.36
Vähintään puolet jaettu omistajille	17	13.18
Yhteensä vastanneita	129	100.00

Taulukko 3. Voiton tuottaminen ja voittovarojen käyttö

Kolmannen ydinpiirteen, eli osallistavan ja demokraattisen hallintotavan korostamisen oli kyselyn mukaan omaksunut runsas 55 % organisaatioista. Lomakkeessa kysyttiin edunsaajien

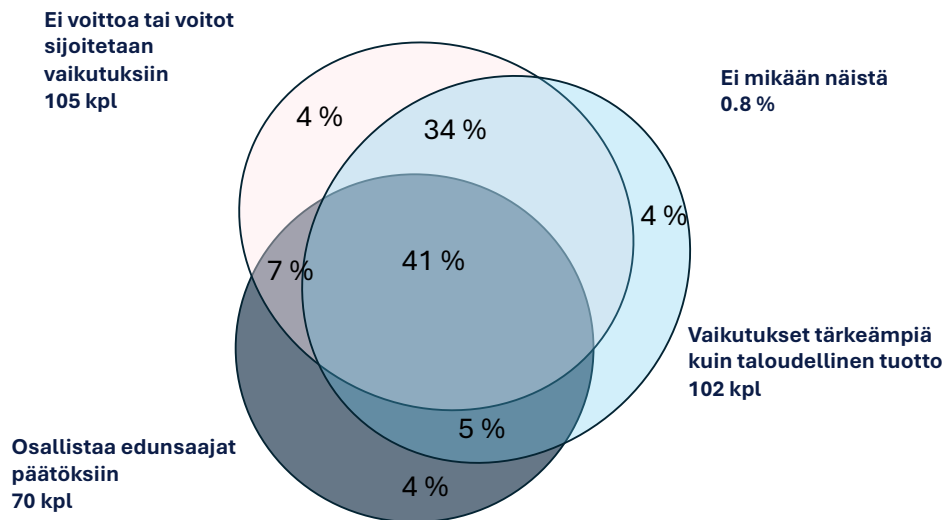
osallistumisesta strategiseen päätöksentekoon tai hallintoon, joten kysymys ei välttämättä ollut relevantti niille organisaatioille, joilla ei ole henkilöitä tai organisaatioita suorina edunsaajina.

Ovatko edunsaajat mukana päätöksenteossa?	N	%
Ei	80	44.44
Kyllä	100	55.56
Yhteensä	180	100.00

Taulukko 4. Osallisuus organisaation hallintotavassa

Yhteenvedona erilaisten piirteiden esiintyvyyttä vastaajajoukossa voidaan havainnollistaa seuraavan kuvion avulla. Kuviossa 2 on yhdistetty yhteiskunnallisen yrityksen kolme ydinpiirrettä, ja kaikkiaan vastauksia on 122 kpl. Ensimmäisen piirteen (vaikutusten priorisointi) toteuttaa 102

organisaatiota (84 %), toisen (rajoitettu voitonjako) 105 organisaatiota (86 %) ja kolmannen (osallistava hallinto) 70 organisaatiota (57 %). 122:sta organisaatiosta 41 % toteuttaa kaikki kolme ydinpiirrettä, 46 % toteuttaa kaksi kolmesta ja 12 % yhden ydinpiirteen.



Kuvio 2. Yhteiskunnallisen yrityksen ydinpiirteiden yleisyys vastaajajoukossa

Taulukossa 5 on esitetty ydinpiirteiden toteutumisen yhteys vastaajan näkemyskseen siitä, onko organisaatio yhteiskunnallinen yritys. Kaikki kolme ydinpiirrettä omaavista organisaatioista 84 % katsoo olevansa yhteiskunnallinen yritys.

Niistä organisaatioista, joissa toteutuvat päämäärään ja mahdollisten voittovarojen käyttöön liittyvät ydinpiirteet, itsensä yhteiskunnallisena yrityksenä näkee 73 %.

Vaikutukset tärkeämpiä kuin tuotto	Ei voittoa tai sijoitetaan vaikutuksiin	Osallistava hallinto	Yhteensä N	Katsoo olevansa yhteiskunnallinen yritys
✓	✓	✓	50	42 (84 %)
✓	✓	✗	45	33 (73 %)
✓	✗	✓	6	4 (67 %)
✗	✓	✓	9	4 (44 %)
✓	✗	✗	1	1 (100 %)
✗	✓	✗	6	4 (67 %)
✗	✗	✓	5	0 (0 %)
✗	✗	✗	0	

Taulukko 5. Yhteiskunnallisen yrityksen ydinpiirteet ja vastaajan näkemys organisaatiosta yhteiskunnallisena yrityksenä

Vastaajien tausta

Valtaosa vastaajista oli organisaation johtamisesta vastaavia henkilöitä, ja monet heistä olivat samalla perustajia ja omistajia.

Perustajan tai perustajatiimin ikä yrityksen perustamishetkellä vaihteli noin 25 ja 60 vuoden välillä ollen keskimäärin 40 vuotta.

Rooli yrityksessä	N
Johtoryhmä (vastaa organisaation johtamisesta)	163
Omistaja	76
Osa perustajatiimiä	49
Hallitus (vastaa organisaation ohjauksesta)	36
Ainoa perustaja	28
Työntekijä (organisaation palveluksessa)	20
Keskijohto (vastaa organisaation alayksiköstä)	9
Neuvottelukunta, hallintoneuvosto tai muu yhtiön virallinen neuvonantaja	0
Muu - mikä:	17
Vastanneita yhteensä	243

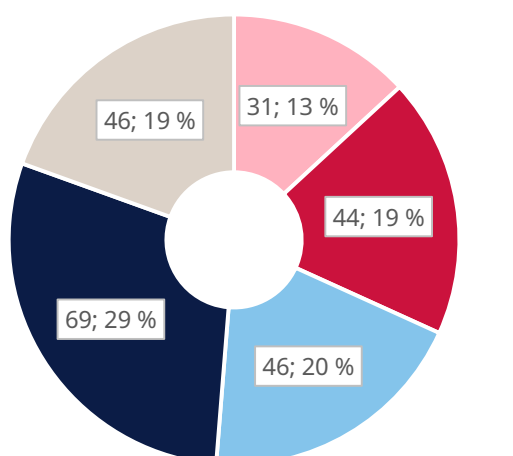
Taulukko 6. Vastaajien rooli organisaatiossa

Organisaation taustatekijät

Organisaatioista vanhin oli perustettu vuonna 1830 ja uusimmat vasta kuluvana vuonna. Alle kymmenvuotiaita organisaatioita oli vajaa kol-

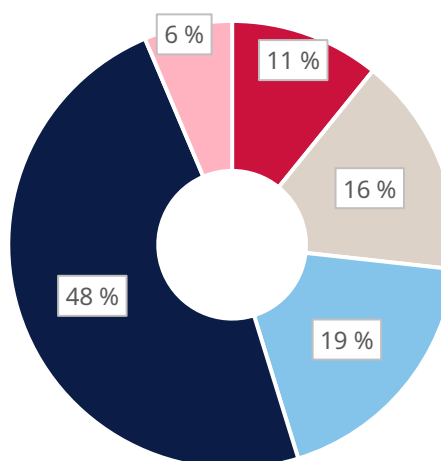
masosa, ja yli 20-vuotiaita lähes puolet. 48 % katsoi olevansa vakiintuneessa vaiheessa ja noin 10 % siemen- tai käynnistysvaiheessa. Noin kolmannes organisaatioista oli kasvuvaiheessa.

Ikä (N=236)



0-5 v 6-10 v 11-20 v 21-49 v 50- v

Organisaatioiden elinkaarivaiheet (N=157)



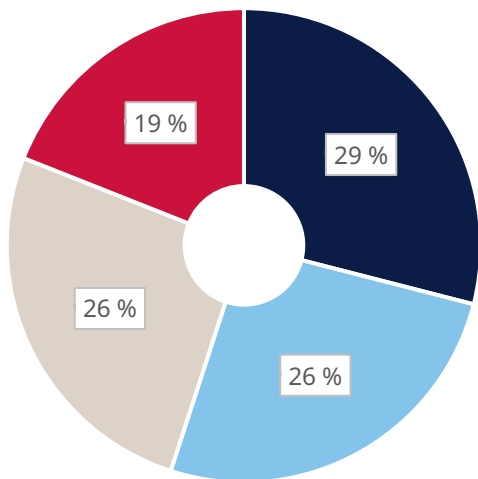
Siemen- tai käynnistysvaihe
 Varhainen kasvuvaihe Myöhäinen kasvuvaihe
 Vakiintunut vaihe Täntumavaihe

Kuvio 3. Ikäjakauma

Kuvio 4. Elinkaarivaiheet

Työntekijämäärän ja vuosittaisen tulojen perusteella 34 % voidaan luokitella mikroyrityksiin (alle 10 työntekijää), 34 % pieniin (10–49 työntekijää), 22 % keskisuuriin (50–249 työntekijää) ja 10 % suuriin (vähintään 250 työntekijää) organisaatioihin.

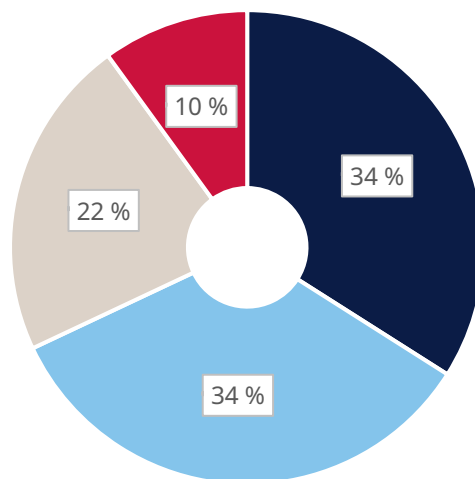
Tulot €/vuosi (N=132)



■ alle 0.5 milj. ■ 0.5 – 2 milj.
■ 2 – 10 milj. ■ yli 10 milj.

Kuvio 5. Vuositulot

Työntekijämäärä (N=175)

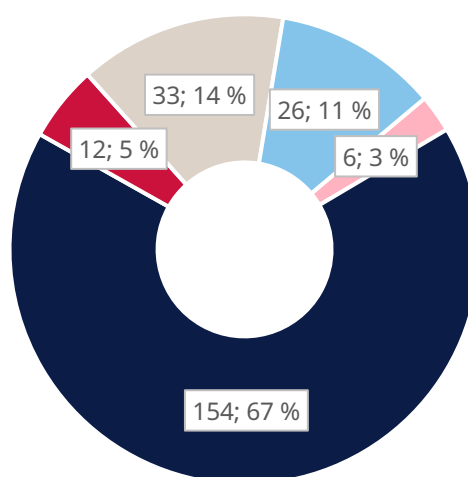


■ alle 10 ■ 10 - 49 ■ 50 - 249 ■ 250 tai yli

Kuvio 6. Työntekijämäärä

Kaksi kolmasosaa vastanneista organisaatioista on osakeyhtiötä, säätiötä on 14 %, yhdistyksiä 11 %, osuuskuntia 5 % ja henkilöyhtiötä vajaan 3 %. Valtaosa (88 %) ei ollut vaihtanut yhteisömuotoa toiminta-aikanaan. Yhteisömuotoaan vaihtaneet olivat lähes poikkeuksetta tapauksia, joissa henkilöyhtiö (7 kpl), yhdistys (5 kpl), osuuskunta (3 kpl) tai säätiö (1 kpl) oli vaihtanut osakeyhtiöksi.

Yhteisömuoto (N=231)



■ Ky/Tmi ■ Osakeyhtiö ■ Osuuskunta
■ Säätiö ■ Yhdistys

Kuvio 7. Yhteisömuoto

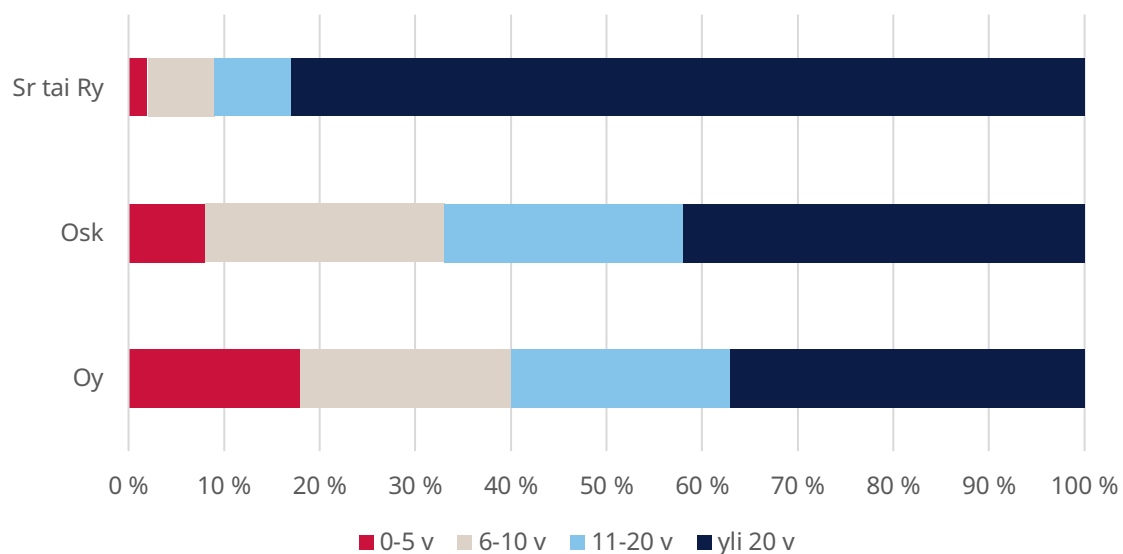
Yhteisömuoto aiemmin									
Yhteisömuoto nyt	N	%	Sama kuin nyt	Ei tietoa	Ky/Tmi	Oy	Osk	Sr	Ry
Oy	152	66.67	133	3	7	0	3	1	5
Sr	33	14.29	27	2	0	1	0	0	3
Ry	26	11.26	25	1	0	0	0	0	0
Osk	12	5.19	12	0	0	0	0	0	0
Tmi	4	1.73	2	0	1	0	0	1	0
Ky	2	0.87	2	0	0	0	0	0	0
Yhteensä N	229	100.00	201	6	8	1	3	2	8

Taulukko 7. Aiemmat ja nykyiset yhteisömuodot

Säätiö- ja yhdistysmuotoiset organisaatiot ovat keskimäärin vanhempia ja suurempia kuin muut, sillä niistä yli 80 % on toiminut jo vähintään 20

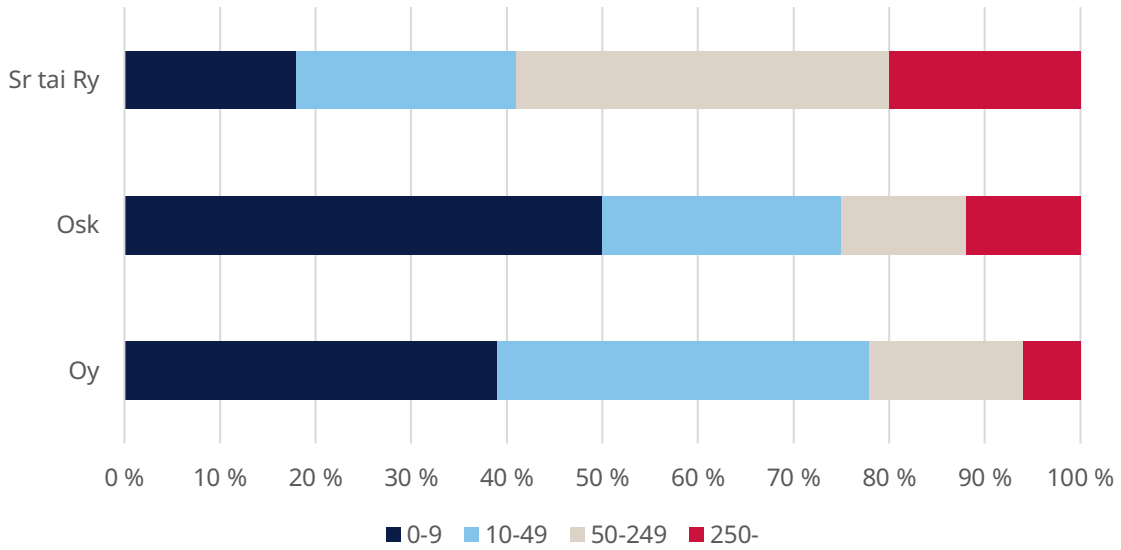
vuoden ajan. Vastaavasti osakeyhtiöistä 40 % on korkeintaan kymmenvuotiaita, ja lähes viidesosa korkeintaan viisivuotiaita.

Ikäjakauma yhteisömuodon mukaan (N=231)



Kuvio 8. Ikäjakauma yhteisömuodoittain

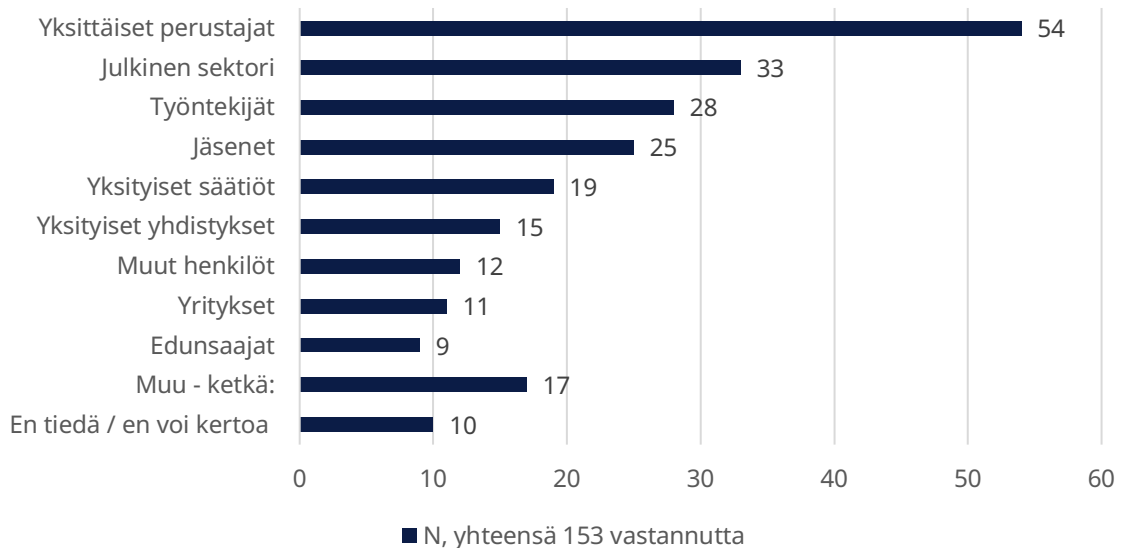
Työntekijämäärä yhteisömuodon mukaan (N=174)



Kuvio 9. Työntekijämäärä yhteisömuodoittain

Organisaatioiden omistajista kysyttäessä vastauksia saatiin 153 kappaletta. Suurimmaksi omistajaryhmäksi osoittautuivat perustajat (54:ssä organisaatiossa eli 35 %), ja toiseksi yleisin oli julkinen sektori (22 %). 10 vastaajaa ilmoitti, ettei tiedä tai voi kertoa mitä ryhmiä omistajissa on edustettuna.

Mitkä seuraavista ovat organisaationne omistajia?

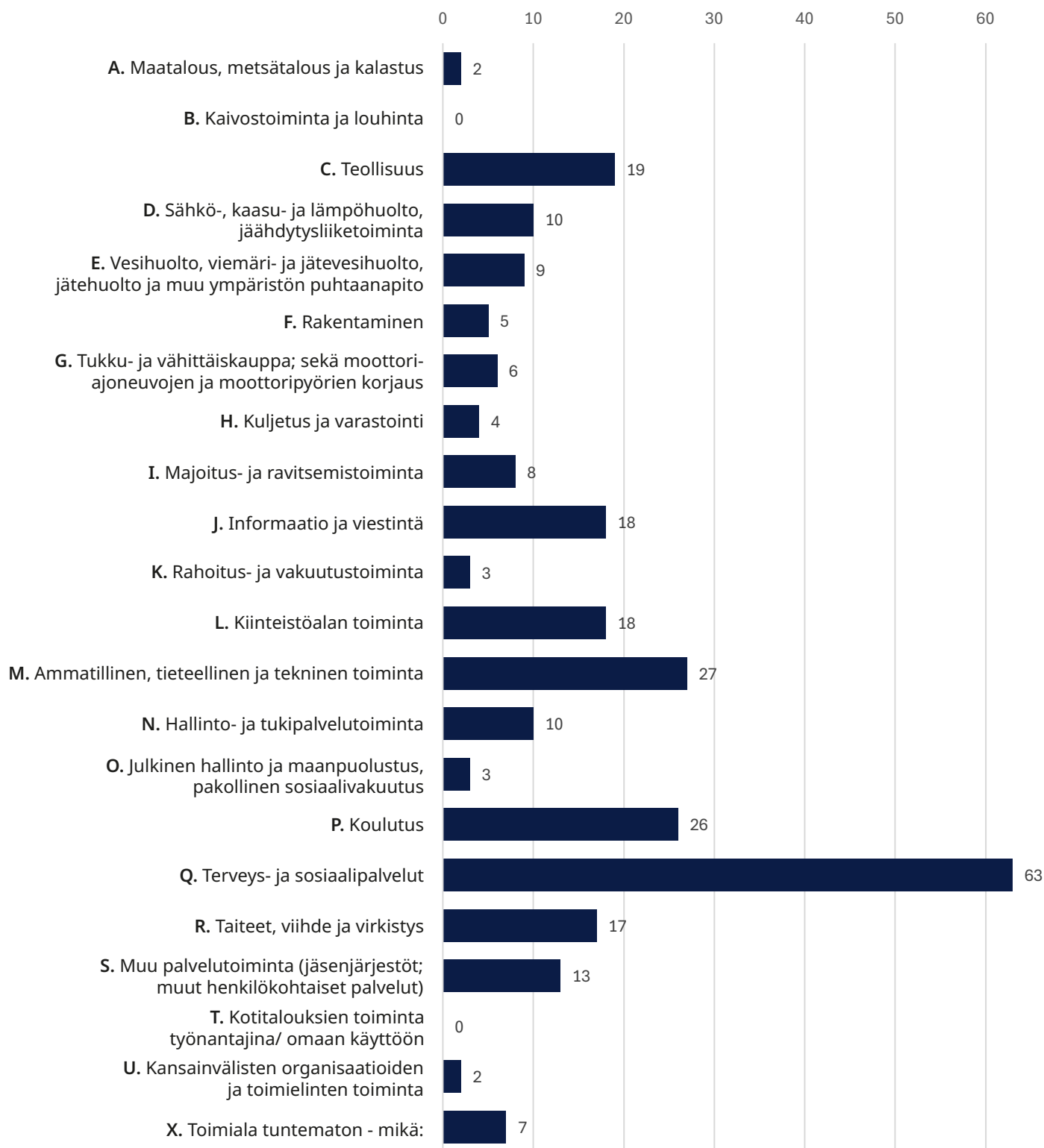


Kuvio 10. Omistajat

Yhteiskunnalliset yritykset Suomessa toimivat monilla eri toimialoilla. Suurin osa kyselyyn vastanneista on kuitenkin palveluiden tuottajia.

Yleisimmät toimialat ovat terveys- ja sosiaalipalvelut (41 %), konsultointi (18 %) ja koulutus (17 %). Teollisuudessa toimii vain 13 % organisaatioista.

Toimialajakauma (N=150)



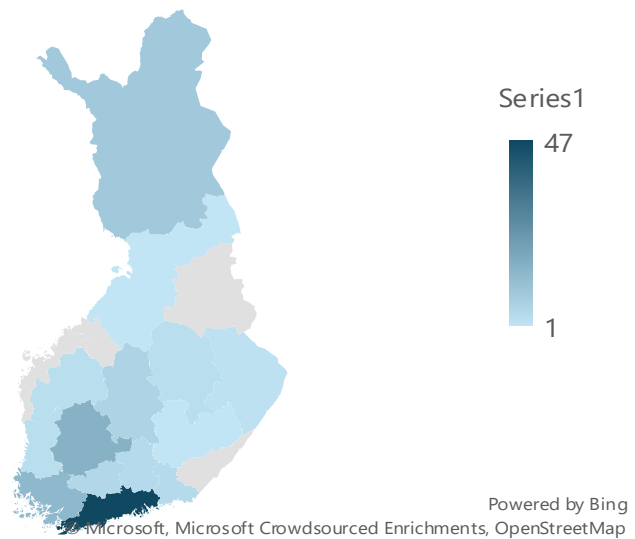
Kuvio 11. Toimialat

Toiminta-alueet

Vastanneista 118 organisaatiota ilmoitti postinumeron, ja sen perusteella vastaukset jakautuivat maakunnittain kuvion 12 mukaisesti. 35 % vastauksista tuli pääkaupunkiseudulta, 14 % Pirkanmaalta ja 12 % Varsinais-Suomesta. Myös Lappi oli hyvin edustettuna 8 prosentilla vastanneista.

Vain paikallisesti toimintaansa harjoittaa 15 %, yhden maakunnan tai hyvinvointialueen sisällä 38 %, ja vain kotimaassa kaikkiaan 72 % organisaatioista. Reilu neljännes vastanneista toimii kansainvälisesti ja näistä puolet myös Euroopan ulkopuolella.

Vastanneet maakunnittain



Kuvio 12. Sijainti maakunnittain

Millä maantieteellisellä tasolla organisaationne toimii?	Toimii N	Korkein taso N	Korkein taso %	Kum. %
Naapurusto/lähiyhteisö	23	1	0.5	0.5
Paikallinen kunta/kaupunki	63	29	15.3	15.8
Useita kuntia/kaupunkeja	58	22	11.6	27.4
Maaseutalueet	18			
Hyvinvointialue/maakunta	39	20	10.5	37.9
Useita hyvinvointialueita/maakuntia	38	14	7.4	45.3
Kansallinen	79	51	26.8	72.1
Alueellinen (esim. Pohjoismaat)	17	6	3.2	75.3
Eurooppa	34	19	10.0	85.3
Eurooppa ja naapurimaat	15	2	1.0	86.3
Euroopan ulkopuolella	26	23	12.1	98.4
Matalatuloiset maat	3	3	1.6	100.00
Yhteensä vastanneita	190	190	100	

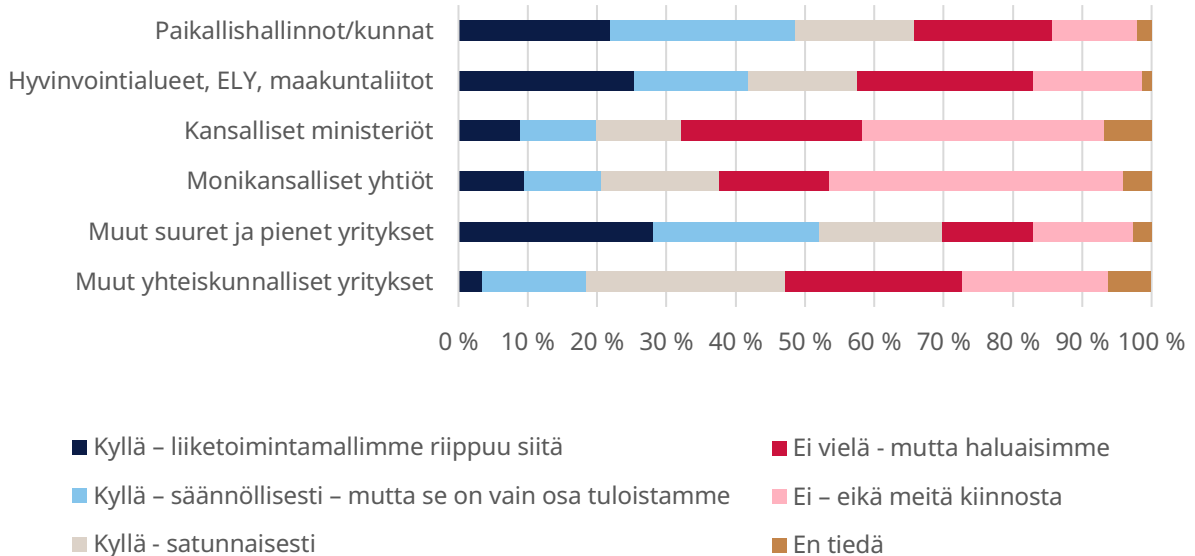
Taulukko 8. Toiminta-alueet

Asiakkaat ja sidosryhmät

Tärkeimpinä asiakasorganisaatioina suomalaisille yhteiskunnallisille yrityksille näyttäytyvät vastausten perusteella alueelliset ja paikalliset julkisen sektorin organisaatiot sekä tavalliset

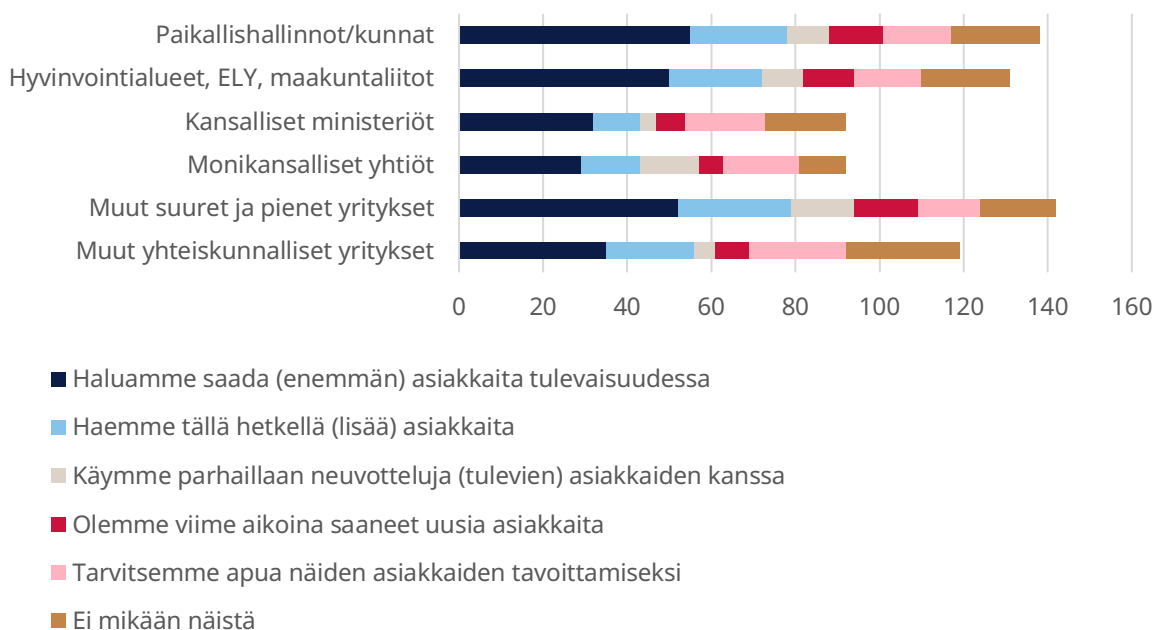
yritykset. Vähiten olemassa olevia asiakkuuksia sekä kiinnostusta saada uusia asiakkaita on monikansallisia yhtiöitä sekä ministeriöitä kohtaan. Kuluttaja-asiakkaat ja kolmannen sektorin organisaatiot eivät tässä kysymyksessä olleet vastausvaihtoehtoina.

Myyttekö tuotteitanne/palveluitanne seuraaville? (N=146)



Kuvio 13. Nykyiset asiakasorganisaatiot

Uudet asiakkaat (N=142)

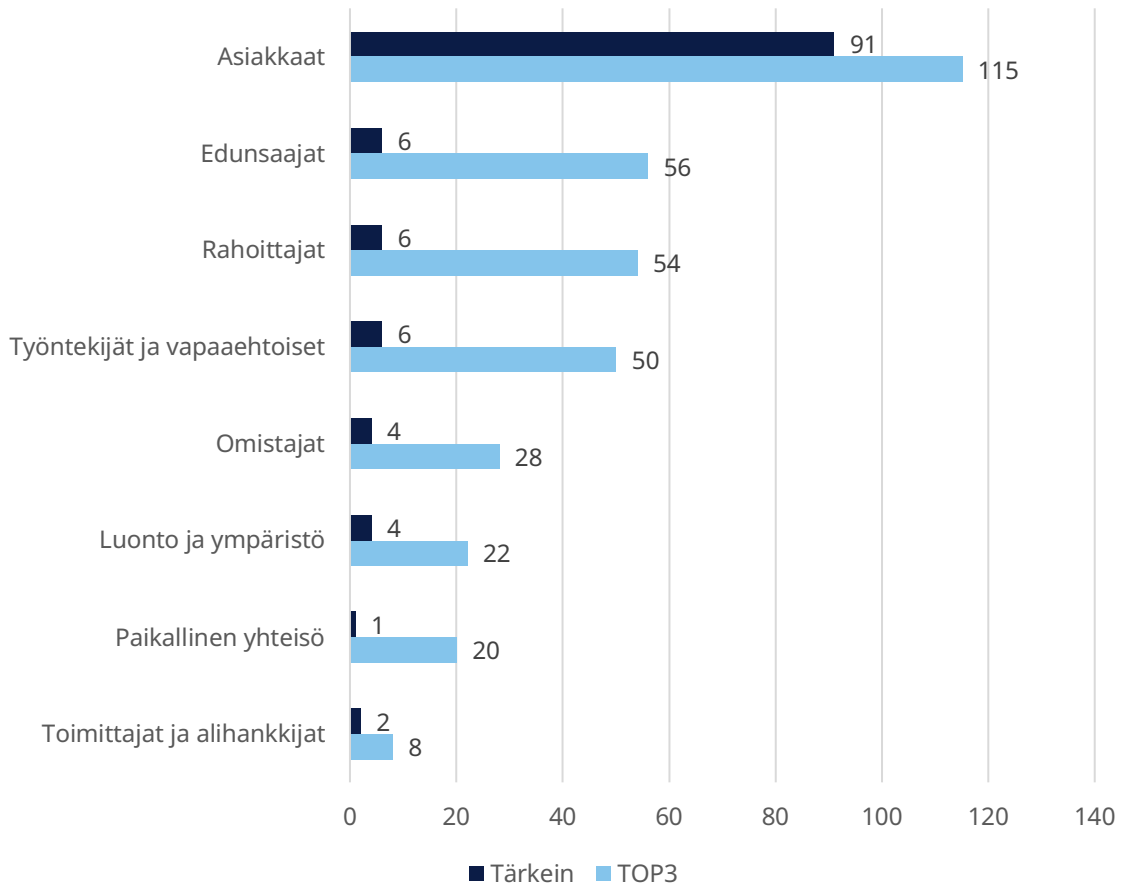


Kuvio 14. Potentiaaliset asiakasorganisaatiot

Organisaation sidosryhmistä vastaajat pitivät ylivoimaisesti tärkeimpänä asiakkaita. Edunsaajat, rahoittajat ja työntekijät oli useimmiten valittu seuraaville sijoille kolmen tärkeimmän joukkoon. Tämän kysymyksen osalta tuloksiin

on suhtauduttava hieman varauksella, sillä kyselylomakkeessa sidosryhmien esittämisjärjestystä ei ollut satunnaistettu ja täten listassa ylimpinä mainitut ovat saattaneet sijoittua todellista korkeammalle vastauksissa.

Sidosryhmien tärkeysjärjestys (N=118)



Kuvio 15. Organisaation sidosryhmien tärkeys



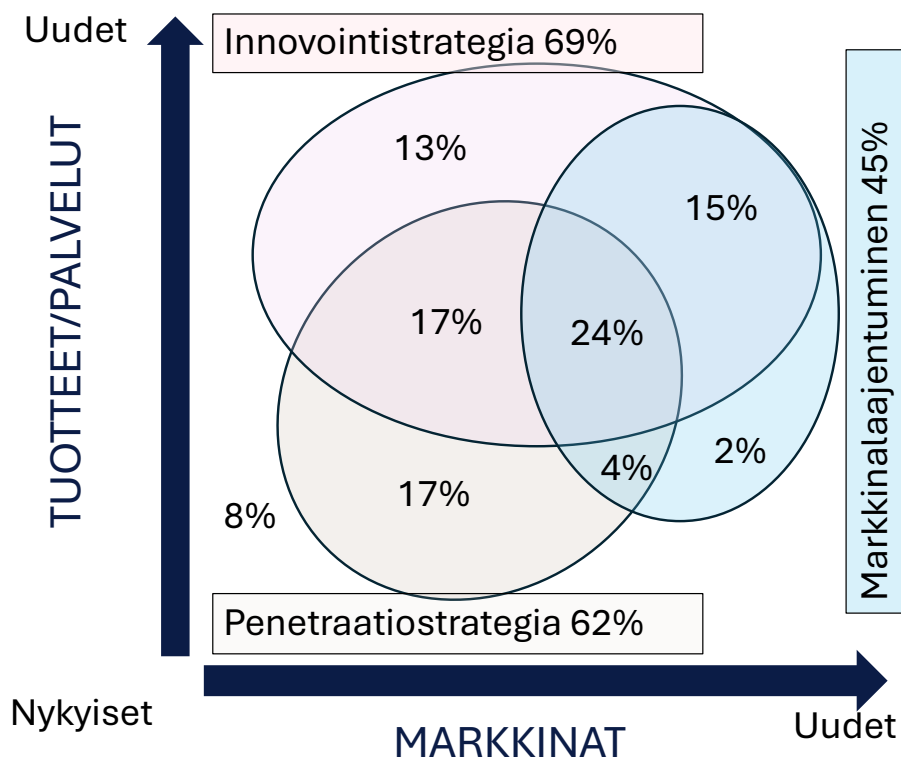
Kasvu

Suurin osa vastanneista organisaatioista hakee kasvua. Vain kymmenen vastaajaa ilmoitti, että yritys ei halua kasvaa tai skaalautua. Yritysten kasvustrategiat voidaan karkeasti jaotella neljään tyyppiin perustuen siihen, mistä kasvua haetaan:

- **penetraatiostrategia, jossa pyritään lisäämään myyntiä ja markkinaosuutta nykyisillä markkinoilla ja nykyisellä tuote-/palveluvalikoimalla**
- **innovaatiostrategia, jossa pyritään kasvamaan tuomalla markkinoille uusia tuotteita ja/tai palveluita**
- **markkinalaajentumisstrategia, jossa haetaan kasvua uusista asiakasryhmistä tai uusilta maantieteellisiltä markkina-alueilta**
- **diversifiointistrategia, jossa pyritään uusille markkinoille uusilla tuotteilla tai palveluilla**

(Ansoff 1957)

ESEM-kyselyyn vastanneet käyttivät laajasti näitä strategioita ja niiden yhdistelmiä: uusia tuotteita tai palveluita kehittämällä kasvua ilmoitti hakevansa 99 vastaajaa (69 %), uusille markkinoille laajentumista suunnitteli 65 vastaajaa (45 %), ja 89 (62 %) haki kasvua penetraatiostrategian kautta. Strategioiden yhdistelemistä 143 vastanneen joukossa on havainnollistettu kuviossa 16. Yksinomaan penetraatiostrategian on valinnut 17 %, diversifioinnin 15 %, innovaation 13 % ja markkinalaajentumisen 2 % vastaajista. 24 % yrityksistä käyttää kaikkia strategioita ja 17 % yhdistää penetraatio- ja innovaatiostrategiat. Vain 8 % vastaajista ilmoitti, ettei hae lainkaan kasvua tai ei osaa sanoa.



Kuvio 16. Kasvustrategiat

Skaalautumisella tarkoitetaan tilannetta, jossa nopeaan kasvuun yhdistyy tuottavuuden parantuminen (Palmie et al. 2023). Tuottavuuden paranemista voidaan yksinkertaistettuna saavuttaa kasvattamalla tuotosten suhdetta panostuksiin, eli saamalla enemmän tuloja vähemmällä panostuksilla. Vastajaorganisaatioiden suunniteltuja skaalautumisen keinoja on listattu

kuviossa 17. 143:sta vastaajasta 80 (56 %) aikoo skaalautua tehden yhteistyötä toisen organisaation kanssa. Muita suosittuja keinoja ovat markkinoinnin lisääminen (69 kpl eli 48 %), ulkopuolisen rahoituksen hankkiminen (62 kpl eli 43 %), kustannusten vähentäminen ja henkilöstön koulutuksen lisääminen (kummassakin vastauksia 61 kpl eli 43 %).

Skaalautumisen keinot (N=143)



Kuvio 17. Skaalautumista tukevat toimenpiteet

CASE: Frendie – yhteiskunnallisesta missiosta liiketoiminnan kasvuun

Timo Kuusisto, perustaja, toimitusjohtaja
Frendie / Social Welfare Consulting Oy



Frendie on yhteiskunnallinen yritys, jonka missiona on vähentää ja ennaltaehkäistä yksinäisyyttä yhteiskunnassa lisäämällä yhteisöllisyyttä. Frendie tarjoaa maksuttoman mobiilisovelluksen, joka auttaa yksityishenkilöitä löytämään merkityksellisiä ihmissuhteita. Sen lisäksi palveluvalikoimaan kuuluu työelämän tarpeisiin kohdennettu, organisaatioille suunnattu maksullinen hyvinvointipalvelu.

Euroopassa lisääntyvä yritysten vastuullisuusraportointiin liittyvä sääntely on tuonut uusia ulottuvuuksia Frendien kasvustrategiaan. Yrityksessä on huomattu, että se voi palvella yksilöiden lisäksi myös yrityksiä tuottamalla validoitua dataa työyhteisöjen hyvinvoinnin ja sosiaaliseen vastuuseen liittyvän raportoinnin tueksi.

– Kasvutavoitteemme ovat kasvaneet tekemisen mukana. Alussa keskityimme yksinäisyyden ongelman ratkaisemiseen. Matkan varrella olemme kuitenkin huomanneet, että yksinäisyyden haaste on niin laaja, että kasvun varaa on vaikuttavuuden lisäksi myös liiketaloudellisesti. Sosiaalisen vastuun

raportointi kehittyi nyt vauhdilla CSRD-raportointivelvoitteiden myötä ja yritykset kaipaavat tähän tukea, jota me voimme tarjota.

Uusien palveluiden lisäksi yritys pyrkii kasvamaan myös uusille maantieteellisille alueille. Yksi pilotti on toteutettu Luxemburgissa ja seuraava on käynnistymässä Espanjan Aurinkorannikolla. Sovelluksesta on olemassa jo Euroopassa toimiva englanninkielinen versio ja vuonna 2025 tavoitteena on avata ensimmäinen organisaatioille suunnattu palvelu Suomen ulkopuolella.

– Kasvuamme ovat tukeneet ulkopuolinen rahoitus sekä kumppanuudet, jotka ovat tärkeitä kansainvälisille markkinoille laajentuessa. Kasvuun tarvitaan osaamista myös markkinoinnissa, palvelumuotoilussa ja erilaisten kulttuurien tuntemuksessa. Erityisesti yhteiskunnallisilla yrityksillä vaikutusten mittaaminen ja näkyväksi tekeminen ovat olennaisia – ne tuottavat arvon, josta ollaan valmiita maksamaan ja johon ollaan valmiita sijoittamaan.

Lue lisää: www.frendie.fi

Innovaatiot ja teknologiat

Vastaajilta kysyttiin, onko organisaatio kehittänyt, ottanut käyttöön tai tuonut markkinoille erilaisia innovaatiotyyppejä ensimmäisten kahden toimintavuotensa aikana, ja toisaalta viimeisten kahden vuoden aikana.

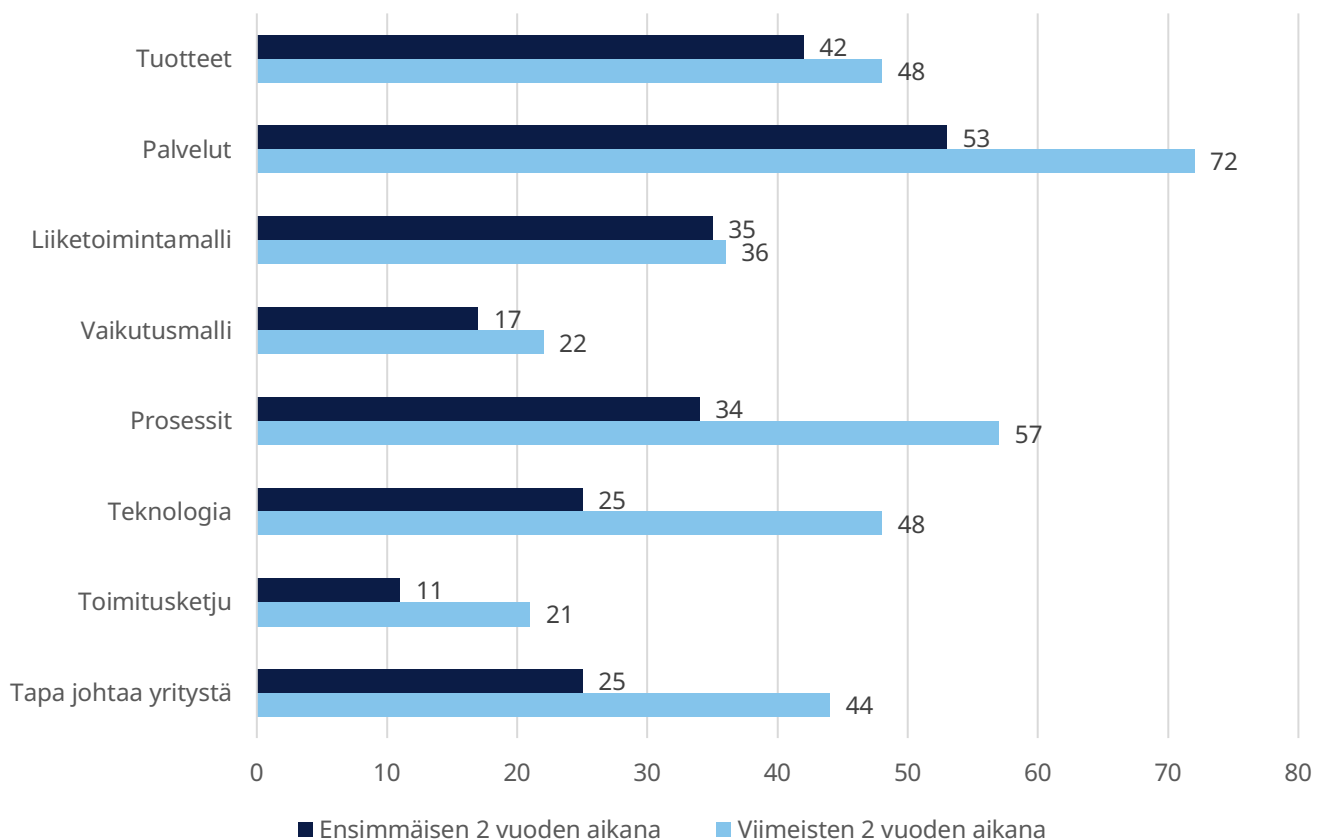
Viimeisten kahden vuoden aikana 76 % vastaajista on kehittänyt tai ottanut käyttöön vähintäänkin yhden innovaatiotyypistä.

Onko organisaationne kehittänyt, ottanut käyttöön tai tuonut markkinoille innovaatioita viimeisten kahden vuoden aikana?	N	%
Ei innovaatioita	33	24.44
Kyllä	102	75.56
Yhteensä vastanneita	135	100.00

Taulukko 9. Innovaatiot viimeisten kahden vuoden aikana

Erityisesti palvelu- ja prosessi-innovaatioita on ollut paljon viimeisten kahden vuoden aikana, kun taas liiketoimintamalli-, vaikutusmalli- ja tuote-innovaatiot ovat painottuneet organisaation ensimmäisiin toimintavuosiin.

Innovaatiotoiminta (N= 135)



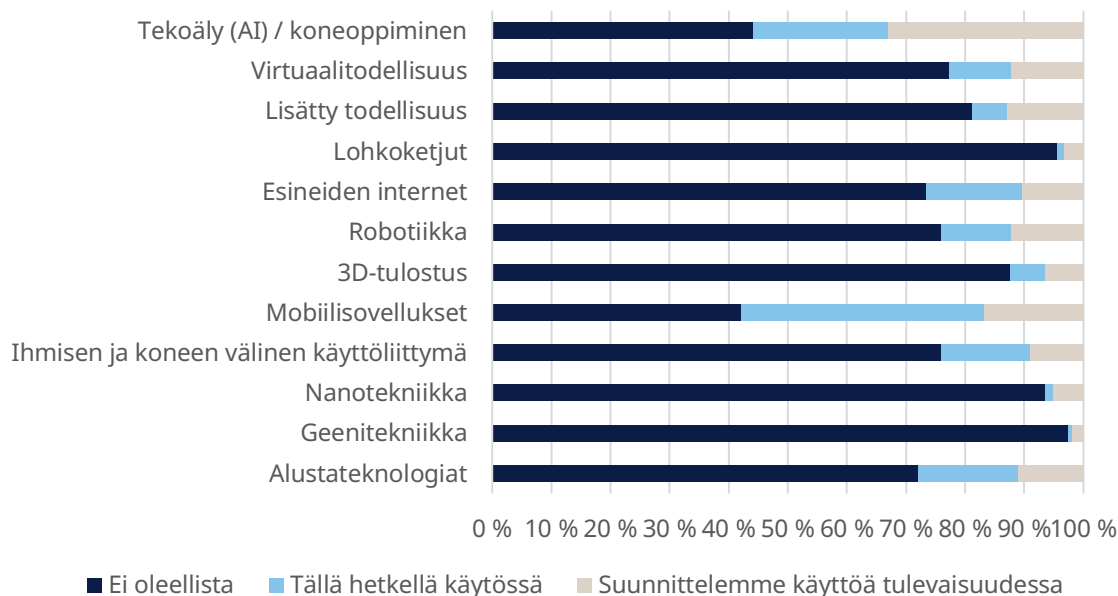
Kuvio 18. Innovaatiotyypit

Uusista teknologioista oleellisimpia vastaajille ovat mobiilisovellukset ja tekoäly. Noin 40 % vastanneista käyttää mobiilisovelluksia jo tällä hetkellä ja lähes viidesosa suunnittelee käyttöönottoa tulevaisuudessa. Tekoälyn käyttäjiä on tällä hetkellä vasta viidennes organisaatioista, mutta joka kolmas suunnittelee käyttöönottoa. Alustateknologioita ja esineiden Internet-

tiä käyttää tai suunnittelee ottavansa käyttöön runsas neljäsosa vastaajista.

Kysyttäessä kiinnostusta oppia lisää uusista teknologioista vastaukset noudattelivat samaa linjaa: tekoälystä haluaa oppia lisää 78 vastaajaa, mobiilisovelluksista 40, alustateknologioista 25, robotiikasta 23 ja esineiden Internetistä 20.

Uudet teknologiat (N=154)



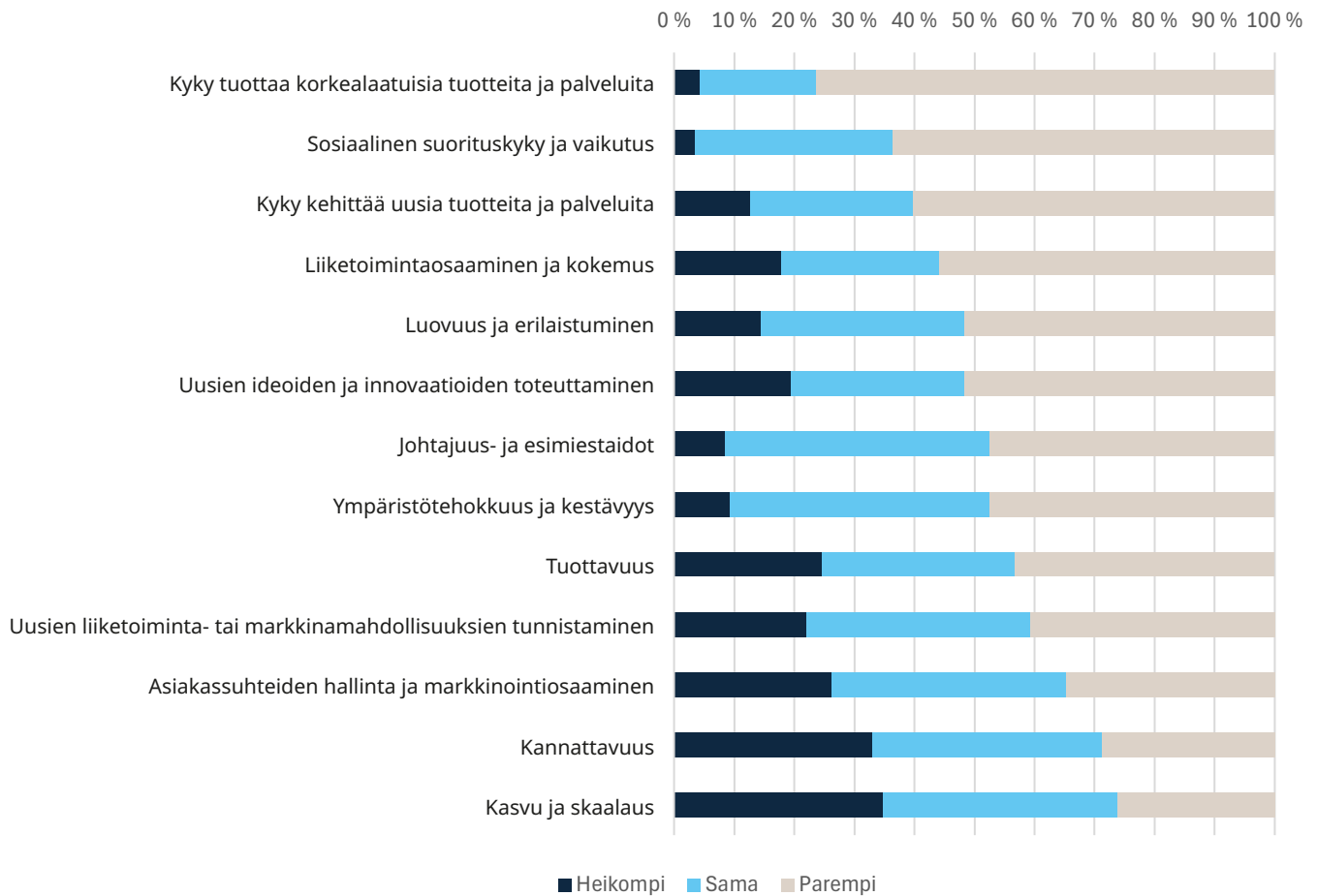
Kuvio 19. Uudet teknologiat

Kilpailukyky

Vastaajia pyydettiin arvioimaan organisaation suorituskykyä verrattuna muihin, kilpaileviin tai vastaavanlaisiin organisaatioihin useasta erilaisesta onnistumisen näkökulmasta. Useissa asioissa yli puolet vastanneista katsoi oman organisaationsa onnistuvan muita paremmin,

ja muita heikommaksi itsensä arvioi vain alle kolmannes. Suhteelliseksi vahvuudeksi koettiin ennen kaikkea kyky tuottaa laadukkaita tuotteita ja palveluita, kyky saada aikaan sosiaalisia vaikutuksia ja kyky kehittää uusia tuotteita tai palveluita. Heikoimmiksi arvioitiin kannattavuus, kasvu ja asiakassuhteiden hallinta tai markkinointiosaaminen.

Onnistuminen verrattuna vastaaviin organisaatioihin (N=118)



Kuvio 20. Organisaation suorituskky

Organisaation taustatekijät vaikuttivat jonkin verran siihen, millaiseksi kilpailukyky arvioitiin. Liiketoimintaosaamisen ja kokemuksen osalta osakeyhtiöt ja osuuskunnat arvioivat itsensä vahvemmiksi kuin säätiöt ja yhdistykset, tai säätiöiden omistamat yhtiöt. Kannattavuuttaan piti-

vät muita parempana ne organisaatiot, joilla yli 95 % tuloista saatiin liiketoiminnasta. Luovuuden, erilaistumisen, uusien ideoiden ja innovaatioiden toteuttamisessa osakeyhtiömuotoiset organisaatiot olivat muita parempia.



VAIKUTUKSET YHTEISKUNTAAN

Kohderyhmät ja edunsaajat

Yhteiskunnallisten vaikutusten edunsaajista yleisimmin mainittiin yhteiskunta yleensä, johon yli kaksi kolmannelta organisaatioista katsoi vaikutustensa kohdistuvan. 56 prosentilla oli edunsaajina tietyt henkilökohderyhmät, 28 prosentilla organisaatiot, 25 prosentilla

ympäristö ja 12 prosentilla jäsenkunta. Avoimissa vastauksissa mainittiin edunsaajina lisäksi muun muassa omistajatahot (yksityishenkilöt, säätiöt, yhdistykset, kunnat), työntekijät ja kansalaiset yleensä organisaation toiminta-alueella.

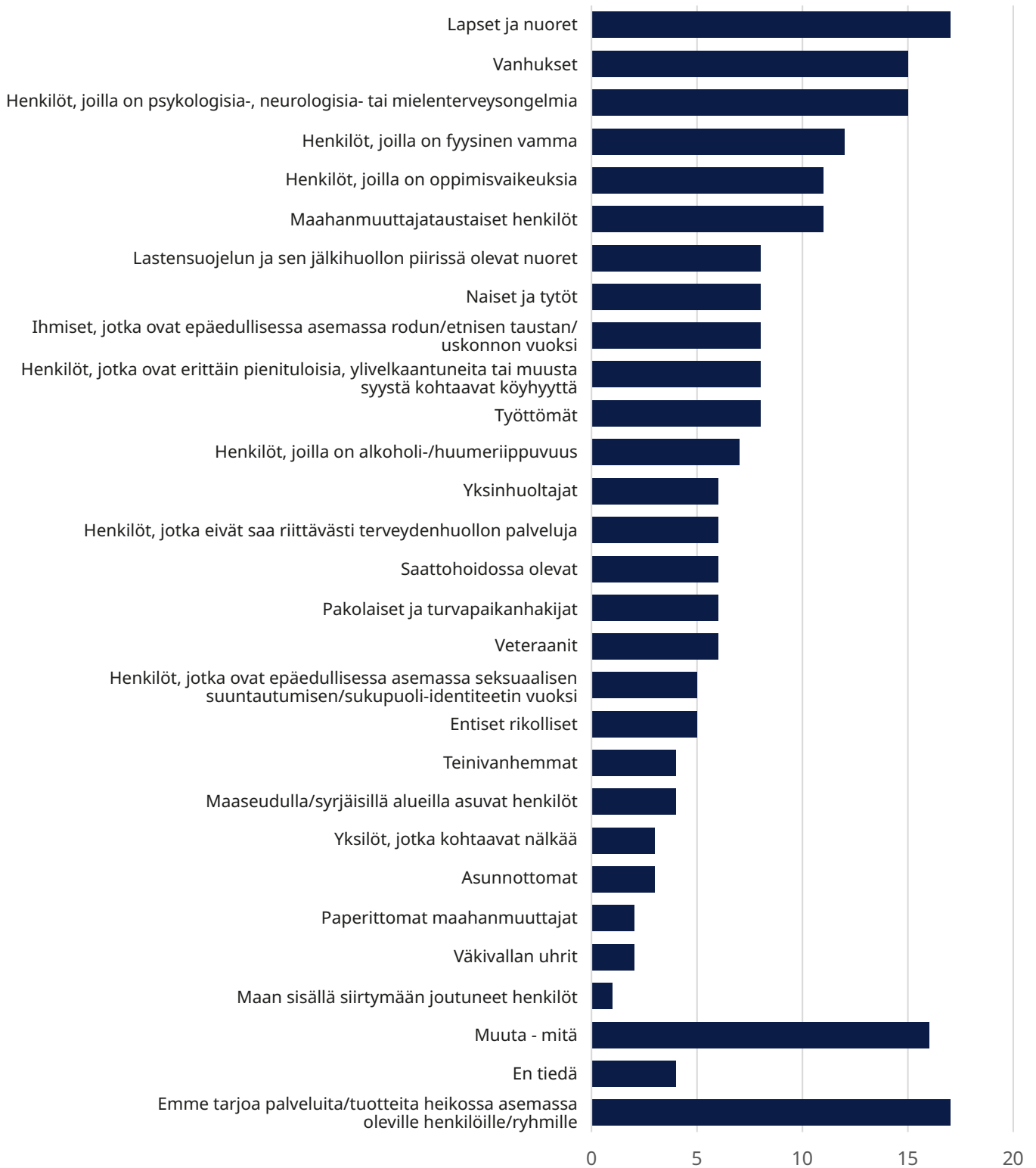
Ketkä ovat organisaatiosi edunsaajia?	Kyllä N	Kyllä %	Ei N
Yhteiskunta yleensä	144	68.3	67
Tietyt kohderyhmät (henkilöt)	119	56.4	92
Organisaatiot (kansalaisjärjestöt, yhteiskunnalliset yritykset)	58	27.5	153
Ympäristö/planeetta	53	25.1	158
Jäsenet (esim. osuuskunnan tai yhdistyksen jäsenet)	26	12.3	185
Muut - mitkä:	36	17.1	175
Yhteensä vastanneita 211			

Taulukko 10. Edunsaajat

Tietyille kohderyhmille tai henkilöille palveluita tarjoavilta organisaatioilta kysyttiin vielä tarkemmin minkä tyyppisistä kohderyhmistä on kyse. Kysymykseen vastasi 64 organisaatiota, joista 43 mainitsi vähintään yhden kohderyhmän. Näistä yleisimpiä olivat lapset ja nuoret

(17 kpl), vanhukset (15 kpl), sekä henkilöt, joilla on psykologisia, neurologisia tai mielenterveysongelmia (15 kpl). Myös henkilöt, joilla on fyysinen vamma, oppimisvaikeuksia tai maahanmuuttajatausta, olivat kohderyhmänä yli kymmenellä vastaajaorganisaatiolla.

Kohderyhmät (N=64)

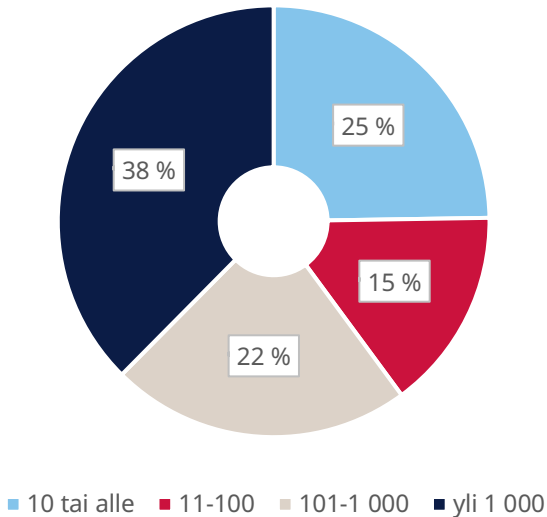


Kuvio 21. Kohderyhmät

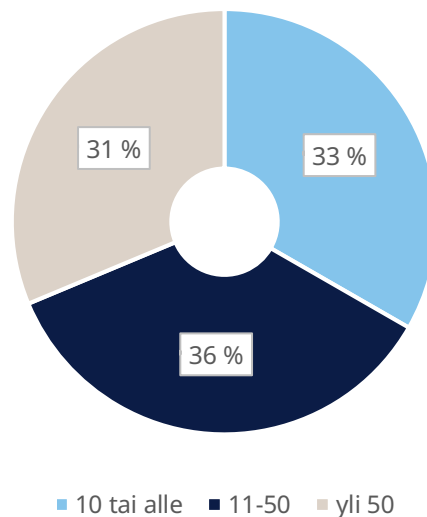
Edunsaajien lukumäärä oli joka neljännellä yrityksellä varsin pieni, korkeintaan kymmenen henkilöä. Toisaalta 38 % ilmoitti, että edunsaaja-

jina on yli tuhat henkilöä. 48 vastaajaa mainitsi edunsaajanaan olevien organisaatioiden määrän, ja tyypillisimmin näitä oli 11-50 kappaletta.

Yksilöitä edunsaajina (N=94)



Organisaatioita edunsaajina (N=48)



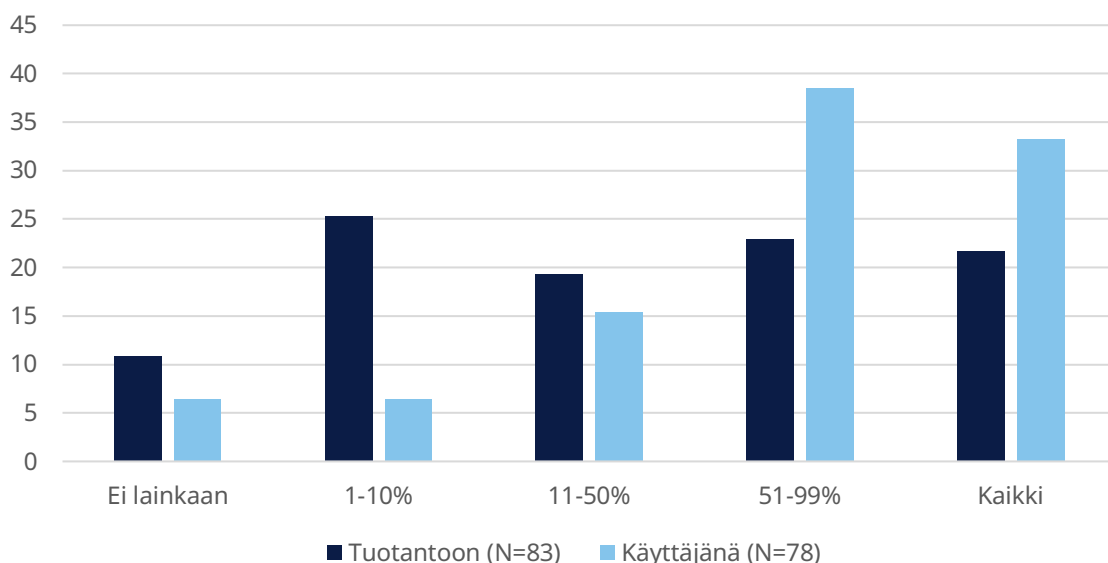
Kuvio 22. Yksilöedunsaajien määrä

Kuvio 23. Organisaatioedunsaajien määrä

Edunsaajien osallistumista organisaation toimintaan kartoitettiin kolmesta näkökulmasta. Ensimmäkin, 100 kysymykseen vastanneista 191:stä organisaatiosta (52,3 %) ilmoittaa hyödynsaajiensa olevan edustettuna organisaation hallinnossa. Toiseksi kysyttiin, kuinka suuri osa edunsaajista on mukana tuotteiden tai palveluiden tuotannossa tai toimituksessa. Kymmenesosalla

vastanneista edunsaajia ei ole lainkaan mukana tuotannossa, ja joka viidennessä organisaatiossa kaikki edunsaajat osallistuvat tuotantoon. Kolmantena näkökulmana oli edunsaajat organisaation tuotteiden ja palveluiden käyttäjänä. 72 % vastaajista ilmoitti, että vähintään puolet edunsaajista on käyttäjiä, ja noin kolmanneksella kaikki edunsaajat ovat käyttäjiä.

Kuinka suuri osa edunsaajista osallistuu



Kuvio 24. Edunsaajien osallisuus

CASE: Tukena edistää hyvää elämää tiiviissä yhteistyössä asiakkaiden, läheisten ja kumppaneidensa kanssa

Petra Rantamäki
kehittämisojohtaja, Tukena-säätiö



Tukena on olemassa kehitysvamman tai muun syyn vuoksi tukea tarvitsevia ihmisiä ja heidän läheisiään varten. Konserniin kuuluvat yhteiskunnalliset yritykset Tukena-säätiö ja Tukena Oy. Säätiön tehtäviin kuuluvat vaikuttamis-, kehittämis- ja kiinteistötoiminta. Tukena Oy tuottaa monimuotoisia palveluita, kuten ympärivuorokautisia asumispalveluita sekä päivä- ja työtoimintaa.

– Juuremme ovat Kehitysvammaisten Tukiliitossa, joka perusti säätiön vuonna 1992. Siihen aikaan kehitysvammaisille ihmisille tarjottavat palvelut olivat Suomessa laitostavaltaisia eikä perheille ollut juurikaan tukea tarjolla. Säätiö perustettiin näyttämään suuntaa laadukkaille, hyvää elämää tukeville palveluille, jotka perustuvat vahvasti yhteiskehittämiseen ja läheisyhteistyöhön.

Tukenalla on valtakunnallisena palvelutuottajana laaja asiakaskunta, joilla on moninaisia ja laajoja palvelutarpeita. Asiakkaat osallistuvat toiminnan kehittämiseen monin eri tavoin. Tukena pyrkii varmistamaan osallisuutta myös henkilökunnan kouluttamisella: paljon tukea tarvitsevien ihmisten osallisuus toteutuu osaavan henkilökunnan tuella.

– Osallistamisen keinoja palveluissamme ovat muun muassa asukaskokoukset ja läheisten yhteistyöryhmät sekä arjessa ihmisten osallisuuden tukeminen monin eri tavoin, erilaiset kommunikointitavat huomioiden. Suurin osa säätiön hallituksesta on kehitysvammaisten ihmisten läheisiä ja kehittämisaloitteissa on mukana tukea tarvitsevia ihmisiä.

Tavoitteenamme on vahvistaa asiakkaiden ja heidän läheistensä oman äänen kuulumista vaikuttamistoiminnassa, esimerkiksi lainsäädäntöuudistusten ja alueilla kehitettävien palveluiden osalta yhteistyössä hyvinvointialueiden kanssa.

– Tehtävässämme onnistuminen olisi mahdotonta ilman kehitysvammaisia ihmisiä tai heidän läheisiään ja yhteistyö on kaikessa toiminnassamme sisäänrakennettua. Uutena kehittämiskohteena pyrimme esimerkiksi kasvattamaan tukea tarvitsevien ihmisten ja heidän läheistensä osallistumismahdollisuuksia tulevaisuuden ennakoitutyössä.

Lue lisää: www.tukena.fi

Ympäristövaikutukset

Valtaosa (95 %) vastanneista ilmoittaa organisaation jollain tavalla edistävän toiminnassaan ympäristön kestävyttä. Yleisin toimintatapa on kiertotalous, jonka periaatteita ilmoitti noudattavansa 73 % organisaatioista. Vajaa puolet organisaatioista hyödyntää uusiutuvaa energiaa ja noin 40 % varmistaa toimitusketjunsä ympäristökestävyyden sekä huomioi ympäristön strategisessa päätöksenteossa.

Sitoutuuko organisaationne ympäristön kestävyden edistämiseen?	N	%
Toteutamme kiertotalouden periaatteita omassa toiminnassamme (kierrätys/uudelleenkäyttö)	139	72.8
Hyödynnämme uusiutuvia energialähteitä toiminnassamme	86	45.0
Pidämme planeettaa/ympäristöä keskeisenä sidosryhmänä strategisessa päätöksenteossa	74	38.7
Varmistamme, että toimitusketjumme on ympäristön kannalta kestävä	72	37.7
Kompensoimme päästöjä	29	15.2
Muuta, mitä	11	5.8
Ei	8	5.3
Vastanneita yhteensä	191	

Taulukko 11. Ympäristövastuu

46 organisaatiota hyödyttää ympäristöä suoraan tarjoamiensa tuotteiden ja palveluiden kautta. Näistä yleisimpiä olivat positiivisiin ilmastovaikutuksiin tähtäävät ratkaisut (36 organisaatiota) sekä kiertotalouden (25) ja biodiversiteetin (24) edistäminen.

Miten tuotteenne/palvelunne hyödyttävät ympäristöä?	Kyllä N	Kyllä %
Päästöjen vähentäminen/kompensointi/neutraalusratkaisut ilmaston hyväksi	36	78.3
Kiertotalousratkaisut (uudelleenkäyttö, jne.)	25	54.4
Biologisen monimuotoisuuden lisääminen	24	52.2
Muuta - mitä:	12	26.1
Yhteensä vastanneita	46	

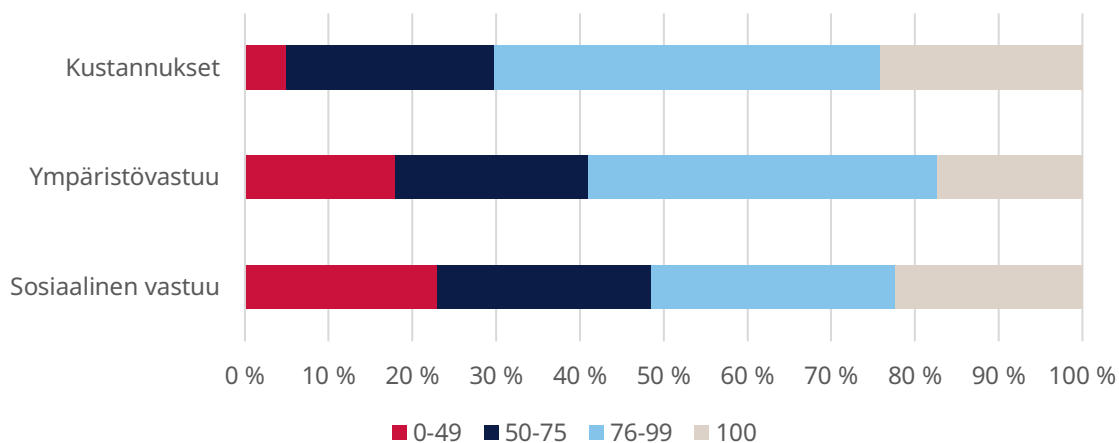
Taulukko 12. Tuotteiden ja palveluiden ympäristöhyödyt



Vastanneet organisaatiot pitävät hankinnoissaan keskimäärin tärkeimpänä näkökohtana kustannuksia. Ympäristö- ja sosiaalinen vastuullisuus ovat myös tärkeitä hankintakriteereitä noin neljälle viidestä organisaatiosta, ja viidesosalle ensiarvoisen tärkeitä.

Kun yrityksenne hankkii tuotteita/palveluita, kuinka tärkeitä seuraavat näkökohdat ovat päätöksissänne? (N=161)

0=ei lainkaan tärkeää, 100=erittäin tärkeää



Kuvio 25. Vastuullisuus hankintapäätöksissä

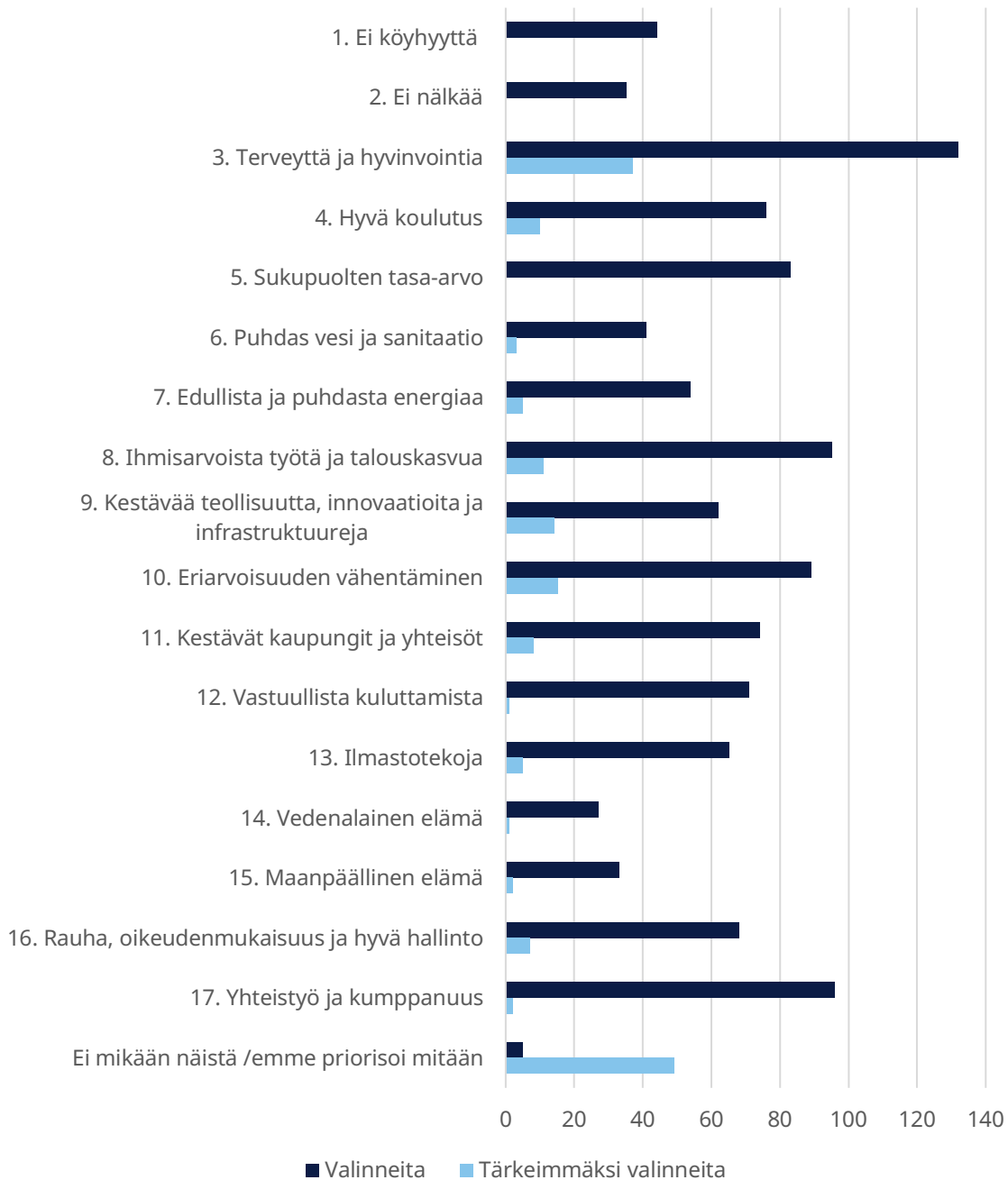


Kestävän kehityksen tavoitteet

Vastaajia pyydettiin valitsemaan YK:n Agenda 2030 -ohjelmassa määritellyistä kestävä kehityksen tavoitteista (SDG) kaikki ne, joihin heidän organisaationsa toiminnallaan vaikuttaa sekä valitsemaan näiden joukosta heidän kannaltaan

tärkein. 132 organisaatiota katsoi vaikuttavansa terveyden ja hyvinvoinnin edistämiseen (SDG3) ja sitä piti kaikkein tärkeimpänä 37 vastaajaa. Seuraavaksi yleisimpiä olivat yhteistyö ja kumppanuus (SDG17, 96 kpl) ja ihmisarvoista työtä ja talouskasvua (SDG8, 95 kpl).

Kestävän kehityksen tavoitteet (N=190)



Kuvio 26. Kestävän kehityksen tavoitteisiin vaikuttaminen

VAIKUTUSTEN MITTAAMINEN JA JOHTAMINEN

Käytännöt – miten vaikutuksia mitataan?

Noin viidennes vastanneista mittaa vaikutuksia vähintään kuukausittain ja vajaa kolmannes vähintään vuosittain. Tämän lisäksi noin viidennes mittaa vaikutuksia harvemmin ja satunnaisemmin. Siis kaikkiaan noin puolet vastanneista mittaa vaikutuksia ja noin 26 % ilmoitti, ettei vaikutuksia mitata eikä ole erityistä aikomustakaan tehdä niin tulevaisuudessa.

Mittaatteko sosiaalisia/ ympäristövaikutuksianne?	N	%	Cum.%
Kyllä - jatkuvasti	5	2.7	2.7
Kyllä - kuukausittain	30	16.1	18.8
Kyllä - neljännesvuosittain	6	3.2	22.0
Kyllä - puolen vuoden välein	11	5.9	27.9
Kyllä - vuosittain	7	3.8	31.7
Kyllä - kahden vuoden välein	28	15.1	46.8
Kyllä - adhoc/satunnaisesti	7	3.7	50.5
Ei vielä - mutta aiomme tulevaisuudessa mitata	30	16.1	66.6
Ei	48	25.8	92.4
Muuta - mitä:	14	7.6	100.00
Yhteensä	186	100.00	

Taulukko 13. Vaikutusten mittaamisen käytännöt

Vaikutusten mittaaminen on huomattavasti yleisempää suurissa organisaatioissa. Vaikutuksiaan mittaa yli 250 työntekijän organisaatioista 83 %, keskikokoisista organisaatioista (50–249 työntekijää) 58 %, pienistä organisaatioista (10–49 työntekijää) 51 % ja alle 10 työntekijän organisaatioista 43 %. Myös julkisomisteisissa organisaatioissa mittaaminen on muita yleisempää (75 %), mutta tämä voi johtua myös siitä, että julkisomisteiset ovat keskimäärin suurempia kuin muut organisaatiot.

Niistä 94:stä organisaatiosta jotka vaikutuksia mittaavat, 79 vastasi kysymykseen mittaamiseen varatusta budjettiosuudesta vuosittain. Prosenttiosuudet vaihtelivat 0–81 prosentin välillä ollen keskimäärin 6,9 % (keskihajonta 10,4). Mediaaniarvo oli 5 %, eli puolet kysymykseen vastanneista käyttää korkeintaan 5 % ja toinen puoli enemmän kuin 5 % budjetista vaikutusten mittaamiseen.

Vaikutuksiaan mittaavilta organisaatioilta kysyttiin lisäksi, mitä työkaluja, menetelmiä, viitekehyskäytäntöjä, sertifikaatteja tai lähestymistapoja organisaatio käyttää vaikutusten mittaamiseen tai arvioimiseen. Vastauksia saatiin 65:ltä organisaatiolta, ja näistä 54 % mainitsi käyttävänsä itse kehittämiään työkaluja ja kyselyitä. Yleisemmin tunnettuja työkaluja (esimerkiksi hiilijalanjälkilaskelmat, GRI, UN Global Compact, ISO laatu- ja ympäristöjärjestelmät sekä sidosryhmien NPS) mainitsi 20 organisaatiota (31 %). Kymmenen organisaatiota (15 %) oli hankkinut ulkopuolisen myöntämän sertifikaatin tai auditoinnin (esimerkiksi Ekokompassi, SHQS Social and Health Quality Standard ja BREEAM). Eräs vastaaja kommentoi mittaamistyökaluja koskevaan kysymykseen seuraavasti:

”Arkijärkeä, eikä sitä minnekään raportoida voi, mutta tärkein on että itse organisaation tyypit tietävät ja tuntevat että ollaan oikean asian ympärillä ja toiminta on kestävä, vaikka sitä ei arvioida ja raportoida minnekään.”

Motiivit – miksi mitataan tai ei mitata?

105 vastaajaa oli valinnut annetusta listasta vähintään yhden syyn, jonka vuoksi organisaatio mittaa toimintansa vaikutuksia. Yleisimpien syiden joukossa esiintyy sekä sisäisiä (proaktiivisia, toiminnan kehittämiseen liittyviä, "to improve") motiiveja että ulkoisia (reaktiivisia, "to prove") syitä.

Miksi organisaatiossanne mitataan vaikutuksia?	N
Tiedottaa saavutuksista ja olla läpinäkyvä ja vastuullinen	82
Varmistetaan, että organisaatiomme tuottaa sekä lyhyen että pitkän aikavälin vaikutuksia	74
Ymmärtää, täyttääkö organisaatio tehtävänsä ja tavoitteensa	72
Tehdä tietoon perustuvia päätöksiä suorituskyvyn ja vaikutuksen parantamiseksi	65
Säännösten vaatimusten noudattamiseksi	61
Motivoida työntekijöitä korostamalla heidän työnsä vaikutusta	59
Vastata rahoittajien, lahjoittajien tai sijoittajien vaatimukseen saada näyttöä vaikutuksista	57
Houkutella uusia asiakkaita	53
Parantaa suhteita kumppaneihin	53
Rakentaa tai vahvistaa organisaation brändiä	48
Parantaa organisaation rahoitusmahdollisuuksia	48
Kohdistaa pääomaa vaikuttavimpiin hankkeisiin	43
Mahdollistaa vertailun (benchmarking) muihin	40
Houkutella uusia kumppaneita	38
Muuta - mitä:	4
Vastanneita yhteensä	105

Taulukko 14. Vaikutusten mittaamisen syyt

Avoimessa palautteessa eräs vastaajista kiteytti vaikutusten mittaamiseen liittyvät motiivit näin:

"Vaikutuksia mitataan varmistaaksemme, että niitä saadaan aikaan. Niitä ei tiedotella, niitä ei verrata muihin kuin omaan edellisen vuoden tasoon, niistä ei retostella julkisesti kilpeä kiillottaaksemme jne. eikä niitä käytetä keppihevosena milloin mihinkään."

Yleisimpinä syinä sille, miksi organisaatio ei mitata vaikutuksiaan, nousivat esille mittaamisprosessiin liittyvät haasteet: tiedon epäluotettavuus (30 %), tiedon ja osaamisen puute (29 %) sekä monimutkaisuus ja ajanpuute (28 %). 14 % vastanneista ei kokenut mittaamista hyödyllisenä.

Miksi organisaationne ei (vielä) mittaa vaikutuksiaan?	N
Epäluotettava tieto – liian vaikea mitata vaikutustamme	23
Tiedon ja osaamisen puute	22
Liian monimutkaista ja aikaa vievää	21
Ei pakollista	13
Ei hyödyllistä	11
Organisaatiomme on vasta perustettu	8
Liian kallista	5
Muuta - mitä:	9
Vastanneita yhteensä	76

Taulukko 15. Vaikutusten mittaamatta jättämisen syyt

Avoimissa vastauksissa viitattiin lähinnä resurssien vähyyteen tai siihen, ettei mittaamista koeta mielekkääksi.

"Pieni yritys, toimimme, emme mittaa – resurssien tarkoituksellinen fokuointi."

"Ei olennaista merkitystä perusasiaille eli luonnon palauttamiselle."

Vaikutustiedon hyödyntäminen – miten tietoa käytetään?

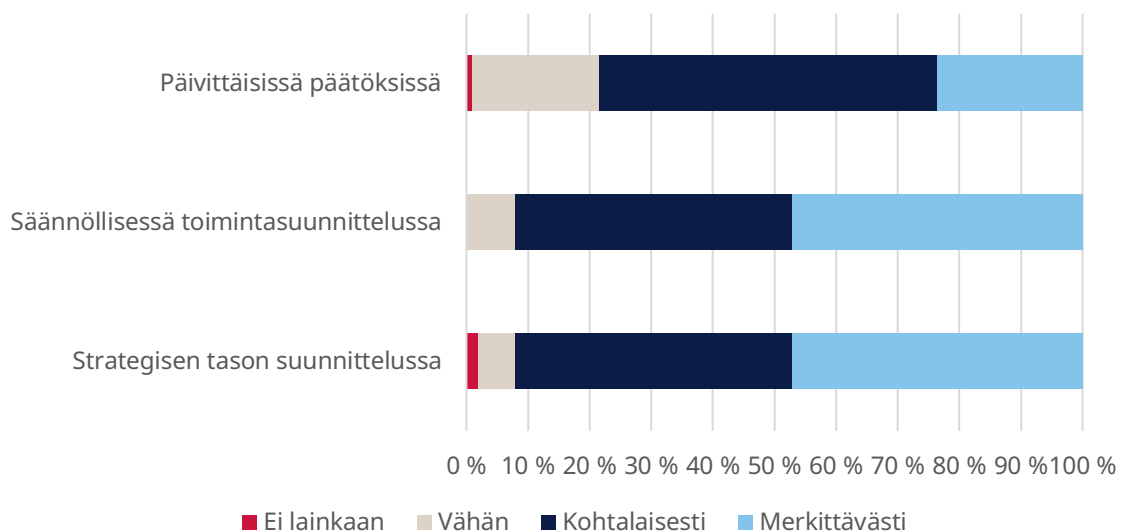
Neljännes vastanneista pitää vaikutusten mittaamisen ja hallinnan tietämystä organisaatiossaan hyvänä ja kokee hyödyntävänsä vaikutustietoa tehokkaasti. Toisaalta 15 %:lla vaikutustiedon taso ja hyödyntäminen on vähäistä.

Mikä seuraavista kuvaa parhaiten organisaationne tietämystä ja käytäntöä vaikutusten hallinnassa ja mittaamisessa?	N	%	Cum.%
Korkea tietotaso ja tehokas käyttö	26	25.5	25.5
Keskitasoinen tietotaso ja jonkin verran käyttöä	61	59.8	85.3
Rajoitettu tiedon ja käytön taso	12	11.8	97.1
Hyvin rajallinen tiedon ja käytön taso	1	1.0	98.1
Ei sisäistä osaamista tai käytäntöjä (ulkoistettu)	2	1.9	100.00
Yhteensä	102	100.00	

Taulukko 16. Vaikutustiedon taso ja hyödyntäminen

Tietoa hyödynnetään kaikilla päätöksenteon tasoilla, mutta päivittäisissä päätöksissä selvästi vähemmän kuin toiminnan suunnittelussa.

Missä määrin vaikutustietoa käytetään eri päätöksentekotasolla? (N=102)



Kuvio 27. Vaikutustiedon käyttö päätöksenteossa

Haasteet

Vaikutusten mittaamisen ja hallinnan merkittävimmissä haasteissa toistuvat samat tekijät, jotka mainittiin syinä sille, miksi organisaatiossa ei mitattu vaikutuksia.

Mitkä ovat tärkeimmät haasteet, joita organisaationne kohtaa vaikutustensa mittaamisessa ja hallinnassa?	N
Ei haasteita	8
Vaikuttavuuden mittaaminen tai todentaminen on vaikeaa	61
Yhdenmukaisten standardien puute	40
Puuttuu tietojen keräämiseen tarvittavia resursseja	32
Vaikeuksia tavoittaa sidosryhmät, asiakkaat ja edunsaajat tietojen keräämiseksi	30
Henkilöresurssien/koulutetun henkilöstön puute	26
Vaikutusten mittaamisen ja hallinnan viitekehysten, menetelmien ja työkalujen ymmärtämisen puute	18
Haasteita data-analyysissä	8
Koulutuksen/ohjauksen/mentoroinnin puute	6
On vaikea tietää, mistä aloittaa vaikutusten mittausta- ja hallintaprosessi	6
Muuta - mitä:	6
Vastanneita yhteensä	101

Taulukko 17. Vaikutusten mittaamisen ja hallinnan haasteet

CASE: Helsingin Ensikoti mittaa kuntoutuksen vaikuttavuutta palaute-tietoisen hoidon mallin avulla

Tuomas Kurttila, toiminnanjohtaja
Helsingin Ensikoti ry



Helsingin Ensikoti palvelee raskausajasta pikkulapsivaiheeseen perheitä, joilla on sosiaalihuollon määrittelemä tuen tarve. Perhe ja päihdekuntoutusta tarjotaan avo- ja ympärivuorokautisina palveluina vuosittain noin 200–250 perheelle. Lähtökohtana palveluissa on, että lapsi saa hyvän lähdön elämälleen ja vanhemmat voimaantuvat niin, että pystyvät vastaamaan lapsen hyvästä kasvusta ja kehityksestä.

Kuntoutuksen vaikuttavuutta mitataan American Psychology Associationin hyväksymällä palautetietoisen hoidon FIT-mallilla (Feedback-Informed Treatment).

– FIT-mallissa on kaksi näkökulmaa, joita arvioidaan viikoittain: ihmisen oman hyvinvoinnin kehitys sekä ihmisen suhde kuntoutusyhteisöön. Tiheällä arvioinnilla pääsemme nopeasti kiinni yksilö- ja yhteisötason ilmiöihin ja tarpeisiin sekä siihen, miten asiakas kokee kuntoutussuhteen sekä oman hyvinvointinsa kehityksen.

Mallissa olennaista on asiakkaan oman toimijuuden arvostaminen. Asiakkaalle syntyy kehikko, jonka avulla hän voi tunnistaa omaan hyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä ja johon peilata myös kuntoutuksen päätyttyä.

– Meidän on tärkeää tarkastella omaa työtämme ei-tietämisen tilasta ja kuunnella tar-

kalla korvalla tietoa, jota asiakas tuottaa. Olennaista on mallin numeeristen tulosten avaaminen ja läpikäynti terapeutisella otteella. Numeerinen data täytyy avata yhteiseen dialogiin, jotta siitä on aidosti hyötyä.

Mallin hyödyntämisessä tärkeitä ovat vahvat kehittämisen rakenteet sekä säännöllinen työnohjaus. Syntyntä tietoa käytetään hyväksi yksilökohtaisessa työssä.

– Jokaisella asiakkaalla on oma työntekijä, joka pystyy tulkitsemaan tuloksia ja modifioimaan kuntoutusta niiden perusteella. Tutkimusperustainen vaikuttavuuden mittaristo on tärkeä myös vaikutusten osoittamisessa tilaajille ja ostajille.

Vuonna 2023 Helsingin Ensikodissa tehtiin 2 000 FIT-mittausta. Tuloksista voitiin havaita, että hyvinvoinnin kasvu, eli kuntoutuksen vaikuttavuus on ollut merkittävää.

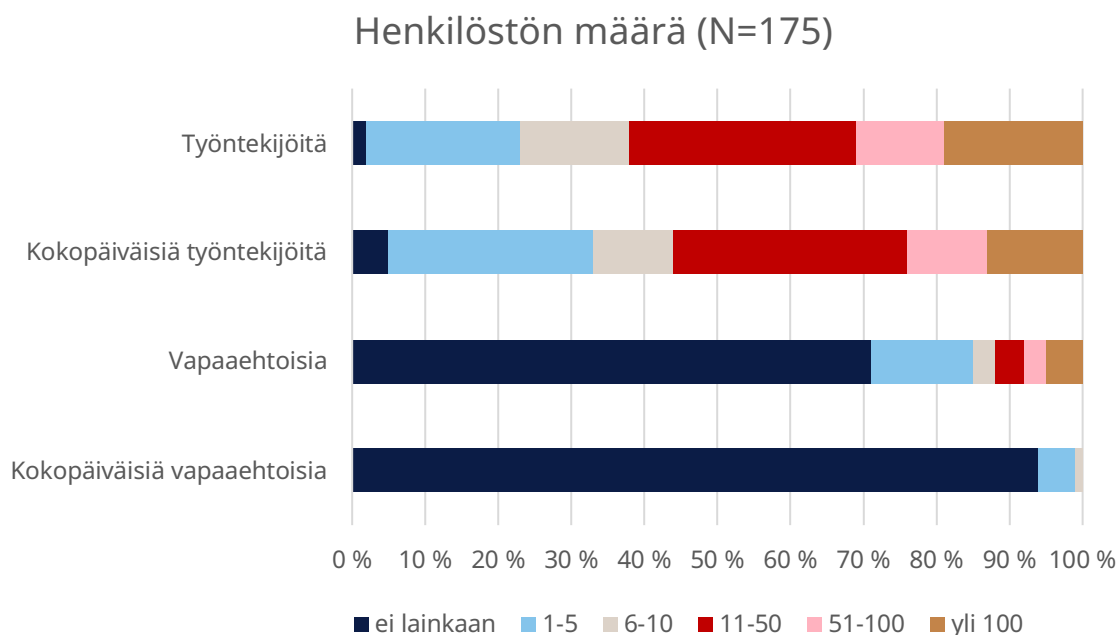
– On arvokasta, että tuloksia voidaan verrata myös koko FIT-yhteisön dataan. Järjestelmään investointi kertoo myös asiakkaan arvostuksesta. Mittaamisen ja tiedon näkyväksi tekemisen kautta syntyy kyvykkyyks muokata kuntoutusta asiakkaan tarpeen mukaisesti.

Lue lisää: helsinginensikoti.fi

IHMISET JA HALLINTO

Työntekijät ja vapaaehtoiset

Työntekijöiden määrä vaihteli nolasta kymmeneen tuhanteen, mediaaniarvon ollessa 20 työntekijää. Kokopäiväisiä työntekijöitä oli enimmillään 440 ja mediaani oli 15 henkilöä. Vapaaehtoista työvoimaa hyödynsi noin 30 % organisaatioista, mutta näistäkin suurin osa oli osa-aikaisia ja määrät varsin pieniä.



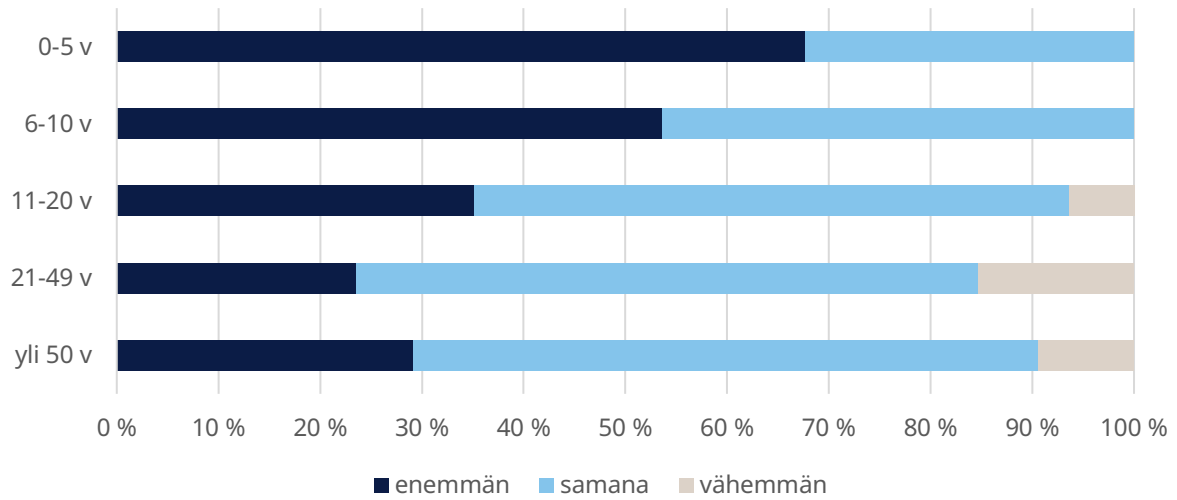
Kuvio 28. Henkilöstömäärä

Hieman yli puolet organisaatioista uskoo työntekijämäärän pysyvän tulevan vuoden aikana ennallaan. Työntekijämäärän kasvua odottaa 37 % ja vähennystä 7 % vastanneista.

Odotatteko työllistävänne 12 kuukauden kuluttua enemmän, saman verran tai vähemmän työntekijöitä kuin tällä hetkellä?	N	%	Cum%
Huomattavasti enemmän kuin tällä hetkellä ($\geq 50\%$ enemmän)	9	5.1	5.1
Enemmän kuin tällä hetkellä (6-49 % enemmän)	56	32.0	37.1
Saman verran (+/- 5 %)	90	51.4	88.6
Vähemmän kuin tällä hetkellä (6-49 % vähemmän)	11	6.3	94.9
Huomattavasti vähemmän ($\geq 50\%$ vähemmän)	2	1.1	96.0
En osaa sanoa	4	2.3	98.3
Ei sovellu	3	1.7	100.00
Yhteensä	175	100.00	

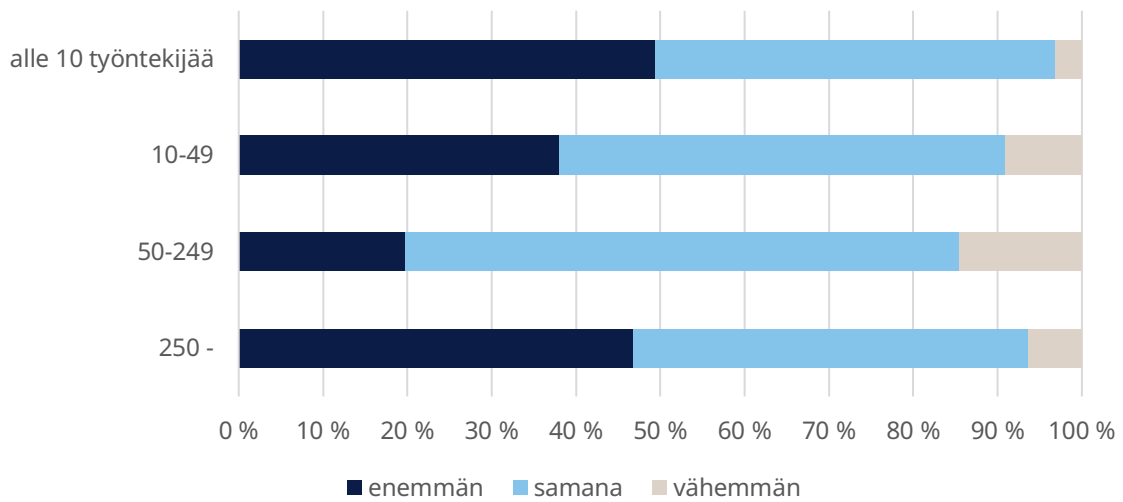
Taulukko 18. Henkilöstömäärän muutos

Työntekijämäärän kasvuodotukset iän mukaan (N=174)



Kuvio 29. Henkilöstökehitys organisaation iän mukaan

Työntekijämäärän kasvuodotukset koon mukaan (N=175)



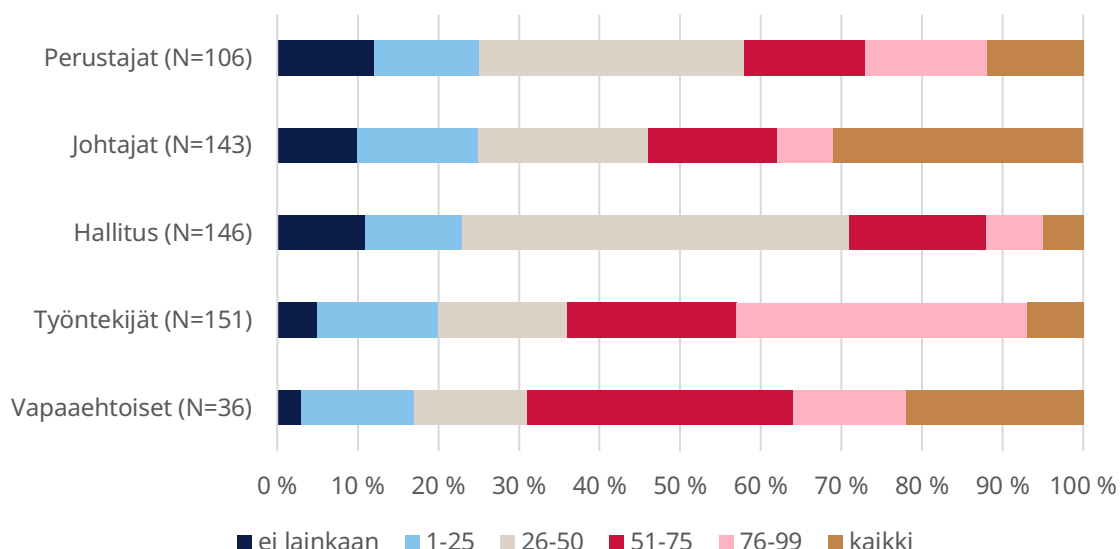
Kuvio 30. Henkilöstökehitys organisaation koon mukaan

Diversiteetti

Organisaation työntekijöiden monimuotoisuutta tarkasteltiin työntekijöiden sukupuolen, iän ja koulutustason jakaumien avulla, sekä kysymällä onko epäedullisessa asemassa olevia henkilöryhmiä edustettuna organisaatiossa.

Naisten osuus oli keskimäärin suurin vapaaehtoisten joukossa (keskiarvo 65 %), mutta tässä on muistettava, että ylipäänsä varsin pieni joukko hyödynsi vapaaehtoista työvoimaa. Työntekijöissä sekä johdossa naisia on edustettuna keskimäärin 60 %, perustajien joukossa 51 % ja hallitusjäsenissä 46 %.

Naisten osuus

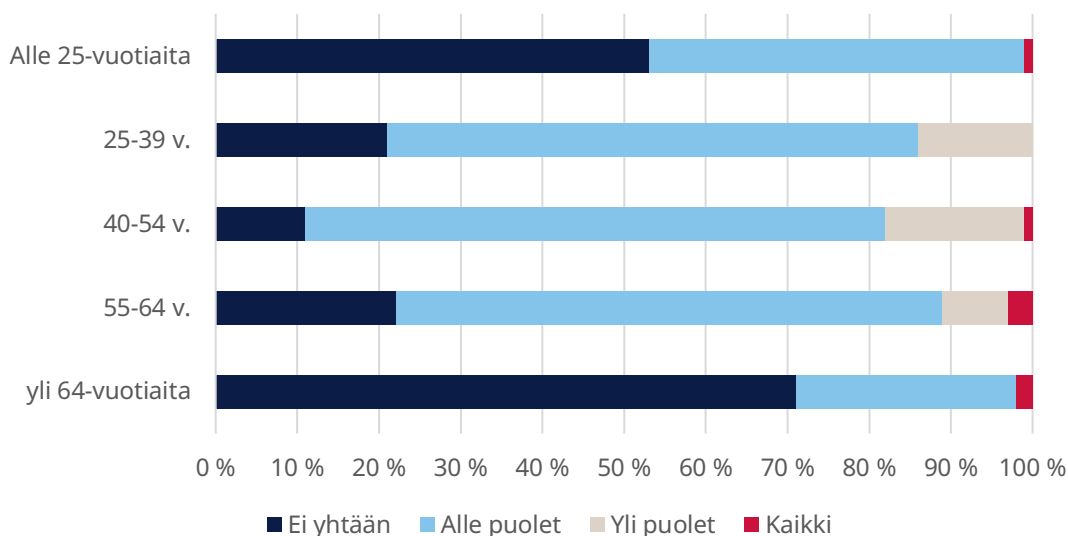


Kuvio 31. Naisten osuus

Nuorten, alle 25-vuotiaiden osuus työntekijöistä oli keskimäärin vain 7 % ja 53 % organisaatioista ei työllistänyt yhtään nuorta. 25–39-vuotiaiden osuus oli keskimäärin 27 % ja 40–54-vuotiaiden

osuus keskimäärin 35 %. Yli 55-vuotiaiden osuus organisaatioiden työvoimasta oli keskimäärin 24 % ja 65-vuotiaita tai sitä vanhempia työllisti vähäisessä määrin vajaa 30 % organisaatioista.

Työntekijöiden ikädiversiteetti (N=144)

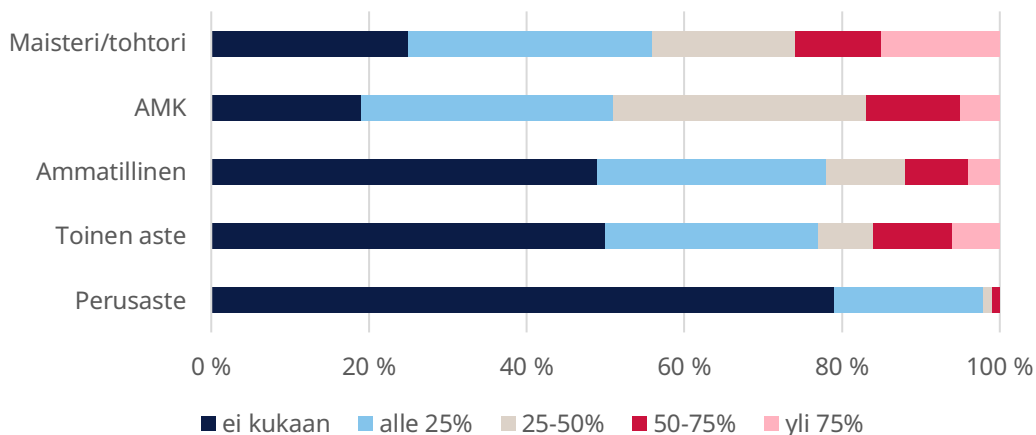


Kuvio 32. Henkilöstön ikäjakama

Ainoastaan perusasteen koulutuksen suorittaneita oli työntekijöissä varsin vähän, keskimäärin alle 3 %. Valtaosa (79 %) organisaatioista ei työllistänyt yhtään pelkän perusasteen suorittanutta henkilöä. Toisen asteen tai muun ammatillisen koulutuksen saaneita oli työntekijöistä keskimäärin 18 %, mutta hu-

mattavaa on, että noin puolet organisaatioista ei työllistänyt lainkaan tämän koulutustaustan omaavia henkilöitä. Korkeakoulutason tutkinto oli keskimäärin 30 %:lla työntekijöistä ja noin joka neljännellä organisaatiolla yli puolet työntekijöistä oli yliopistotasaisen tutkinnon suorittaneita.

Työntekijöiden koulutustaso (N=136)



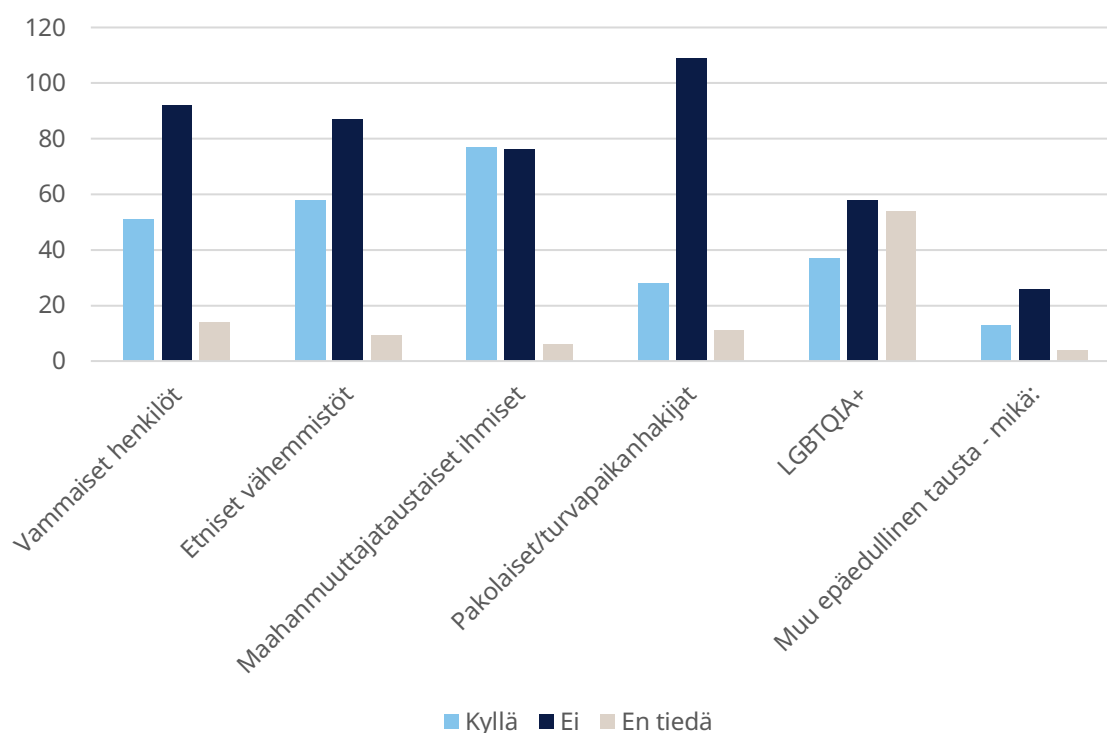
Kuvio 33. Henkilöstön koulutustasojakauma



Eri tavoin epäedullisessa asemassa olevien henkilöryhmien työllistämistä kysyttiin asteikolla Kyllä/Ei/En tiedä. Maahanmuuttajat olivat yleisin ryhmä, heitä oli edustettuna lähes joka toisessa organisaatiossa. Myös etnisten vähemmistöjen edustajien ja vammaisten henkilöiden työllistäminen oli verrattain yleistä, sillä heitä oli edustettuna 38 ja 32 prosentissa

vastaajaorganisaatioista. Pakolaisia tai turvapaikanhakijoita oli mukana joka viidennessä organisaatiossa sekä sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjä joka neljännessä. Jälkimmäisen osalta on huomattava suuri "En tiedä"-vastauksen määrä (36 %), mikä voi viitata siihen, että todellisuudessa osuus on suurempi.

Onko jokin seuraavista ryhmistä edustettuna organisaatiossanne? (N=154)



Kuvio 34. Epäedullisessa asemassa olevien osallisuus

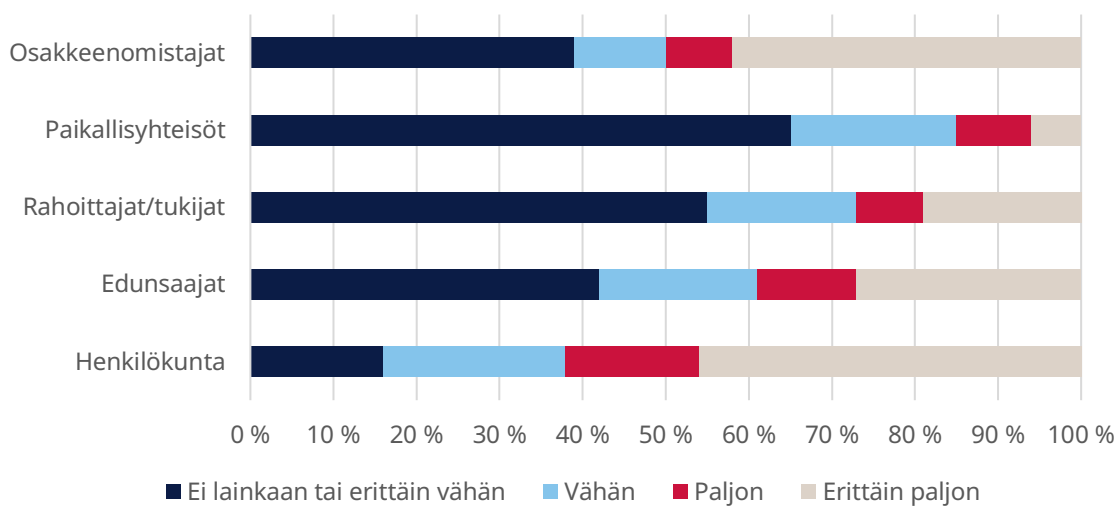
Hallinto

Hallintomallin osalta kyselyssä kartoitettiin eri sidosryhmien osallistumista organisaation päätöksentekoon. Vastaus pyydettiin liukuasteikolla, jossa **0 = ei lainkaan ja 100 = erittäin paljon**. Sidosryhmästä riippuen "ei lainkaan"-vastanneiden osuus oli vähintään kolmannes. Edunsaajia ja osakkeenomistajia ei lainkaan osallistettu päätöksentekoon joka kolmannessa

organisaatioissa, ja paikallisyhteisöjä tai rahoittajia 49 ja 43 prosentissa vastanneista.

Aineiston kuvausta varten vastaukset luokiteltiin vielä seuraavasti: **0–25 = erittäin vähän, 26–50 = vähän, 51–75 = paljon ja 76–100 = erittäin paljon**. Eniten edustettuna oli henkilökunta, joka sai osallistua päätöksentekoon paljon tai erittäin paljon yli 60 prosentissa organisaatioista.

Sidosryhmien osallistuminen päätöksentekoon (N=161)



Kuvio 35. Sidosryhmien osallistuminen päätöksentekoon

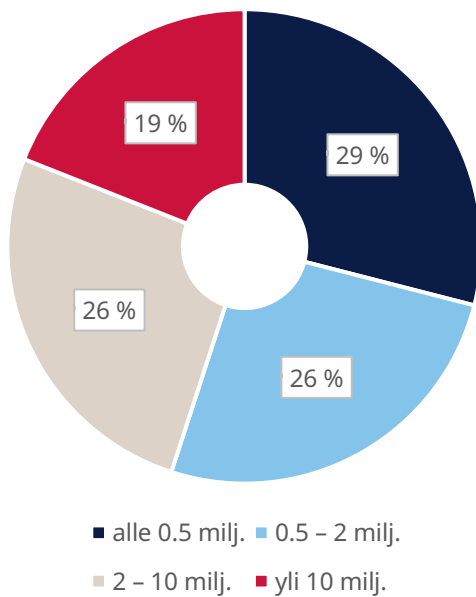
TULOT JA RAHOITUS

Tulojen määrä ja voitonjako

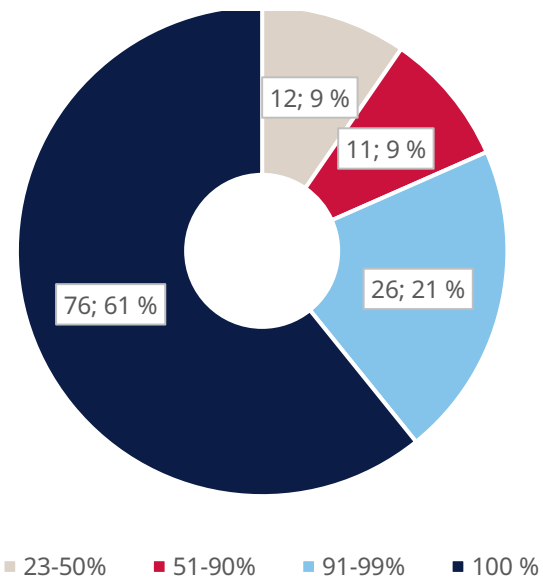
Kysyttäessä viimeisten 12 kuukauden tulojen määrää, vastaukset vaihtelivat nollassa aina 230 miljoonaan euroon asti. Tulot tulivat valtaosalla organisaatioista suurimmaksi osaksi liiketoiminnasta (tuotteiden ja palveluiden myynnistä),

mutta muitakin tuloja (esimerkiksi lahjoitukset ja tuet) oli noin 60 prosentilla vastanneista. Kokonaistulojen mediaaniarvo oli noin 1,5 miljoonaa euroa. Vain joka kymmenes yritys saa enemmän kuin puolet tuloistaan muusta kuin liiketoiminnasta, ja neljä viidestä vastaajaorganisaatiosta saa yli 90 % tuloistaan liiketoiminnasta. Pelkästään liiketoiminnasta tulonsa saa 61 % vastanneista.

Tulot €/vuosi (N=132)



Liiketoiminnan osuus (N=125)



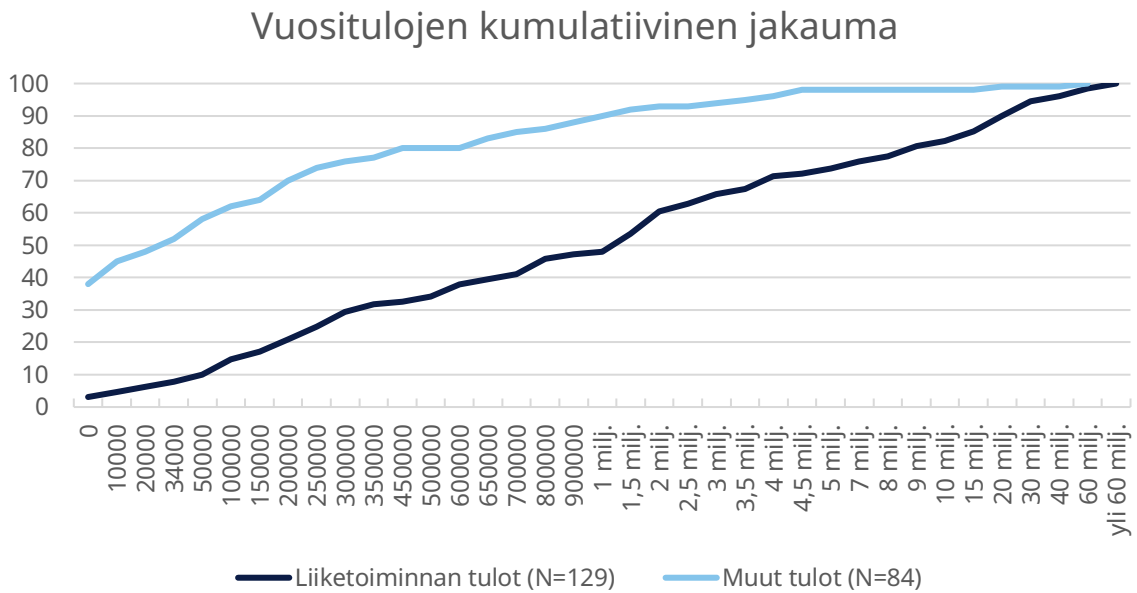
Kuvio 37. Liiketoiminnan osuus tuloista

Kuvio 36. Vuositulot

Tunnuslukuja vuosituloista	Liiketoiminnan Tulot	Muut tulot	Tulot yhteensä	Liiketoiminnan osuus %
N	129	84	132	125
Keskiarvo	9.0 m€	1.4 m€	9.7 m€	89.8
Keskihajonta	27.3 m€	7.8 m€	28.6 m€	22.6
Minimiarvo	0 €	0 €	0 €	0.2
Raja, jonka alle jää 10 %	50 000 €	0 €	100 000 €	53.5
Raja, jonka alle jää 25 %	264 000 €	0 €	350 000 €	93.8
Raja, jonka alle jää 50 %	1.2 m€	24 500 €	1.5 m€	100
Raja, jonka alle jää 75 %	7 m€	300 000 €	7.5 m€	100
Raja, jonka alle jää 90 %	21.5 m€	10 m€	21.5 m€	100
Maksimiarvo	230 m€	70 m€	246 m€	100

Taulukko 19. Tunnuslukuja vuosituloista

Julkisen sektorin omistamasta 27:stä organisaatiosta 15 (56 %) oli sellaisia, joilla tulot muodostuivat lähes yksinomaan liiketoiminnasta, kun muun omistajan organisaatioissa vastaava osuus oli 77 %.



Kuvio 38. Vuositulojen kumulatiivinen jakauma

Lähes puolet vastanneista odottaa tulojensa kasvavan seuraavan vuoden aikana, mutta pessimismiä on nähtävissä, sillä viimeisen vuoden aikana noin 56 % organisaatioista oli kasvatta-

nut tulojaan. Vastaavasti tulojen vähenemistä ennakoivien osuus oli 17,5 % kun edellisenä vuonna tulot olivat vähentyneet vain 13 prosentilla vastaajista.

Tulojen muutos	Viimeisten 12 kk aikana		Seuraavien 12 kk aikana	
	N	%	N	%
Kasvu	83	55.7	74	49.7
Vähentyminen	19	12.8	26	17.4
Samana	39	26.2	44	29.5
EOS, nuori organisaatio	6	4.0	1	0.7
En tiedä	2	1.3	4	2.7
Yhteensä	149	100.00	149	100.00

Taulukko 20. Tulojen kehitys

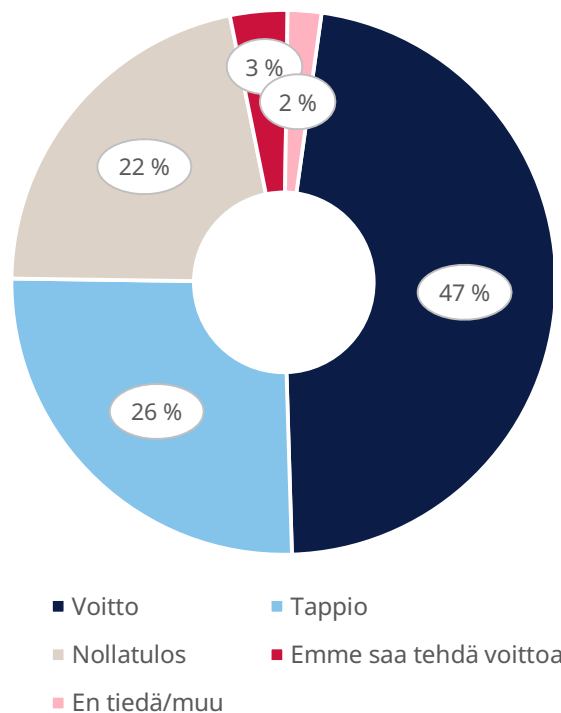
Hieman alle puolet (47 %) organisaatioista oli tuottanut voittoa edellisellä tilikaudella, tappiollisten osuus oli 26 % ja nollatuloksen tehneiden 22 %.

Vastaajilta kysyttiin, kuinka monta kuukautta organisaatio voi toimia tällä hetkellä sitoutuneilla tuloilla/rahoituksella ilman pitkäaikaisia, säännöllisiä kassavirtaongelmia. Vastaukset vaihtelivat nolasta kuukaudesta kymmeneen vuoteen, ja keskimäärin talous oli turvattu noin 9 kuukauden ajaksi (mediaaniarvo). 140:stä vastanneesta neljänneksellä talous on turvattu enintään 3,5 kuukauden päähän ja kolmella neljänneksellä enintään vuoden päähän. Vastauksissa oli tilastollisesti merkitseviä eroja yhtiömuotojen välillä siten, että keskimäärin osuuskunnilla talous oli turvattu 24 kuukautta eteenpäin, kun säätiöillä ja yhdistyksillä vastaava arvo oli 16 kuukautta ja osakeyhtiöillä 11 kuukautta. Yli 50 vuotta toimineet organisaatiot olivat huomattavasti pidemmälle taloudellisesti turvattuja (27 kk) kuin muihin ikäluokkiin kuuluvat organisaatiot (7–12 kk). Julkisomisteiset organisaatiot olivat turvanneet rahoituksensa keskimäärin 18 kuukauden ajaksi, mikä on pidempi aika kuin muun omistuspohjan organisaatioilla keskimäärin (11 kk).

Tulonlähteet

Vastanneiden organisaatioiden yleisin ja tärkein tulonlähde oli selvästi liiketoiminta, erityisesti julkisen sektorin, muiden yritysten tai kuluttajien kanssa. Liiketoiminta toisten yhteiskunnallisten yritysten tai kolmannen sektorin orga-

Viime vuoden tulos (N=148)

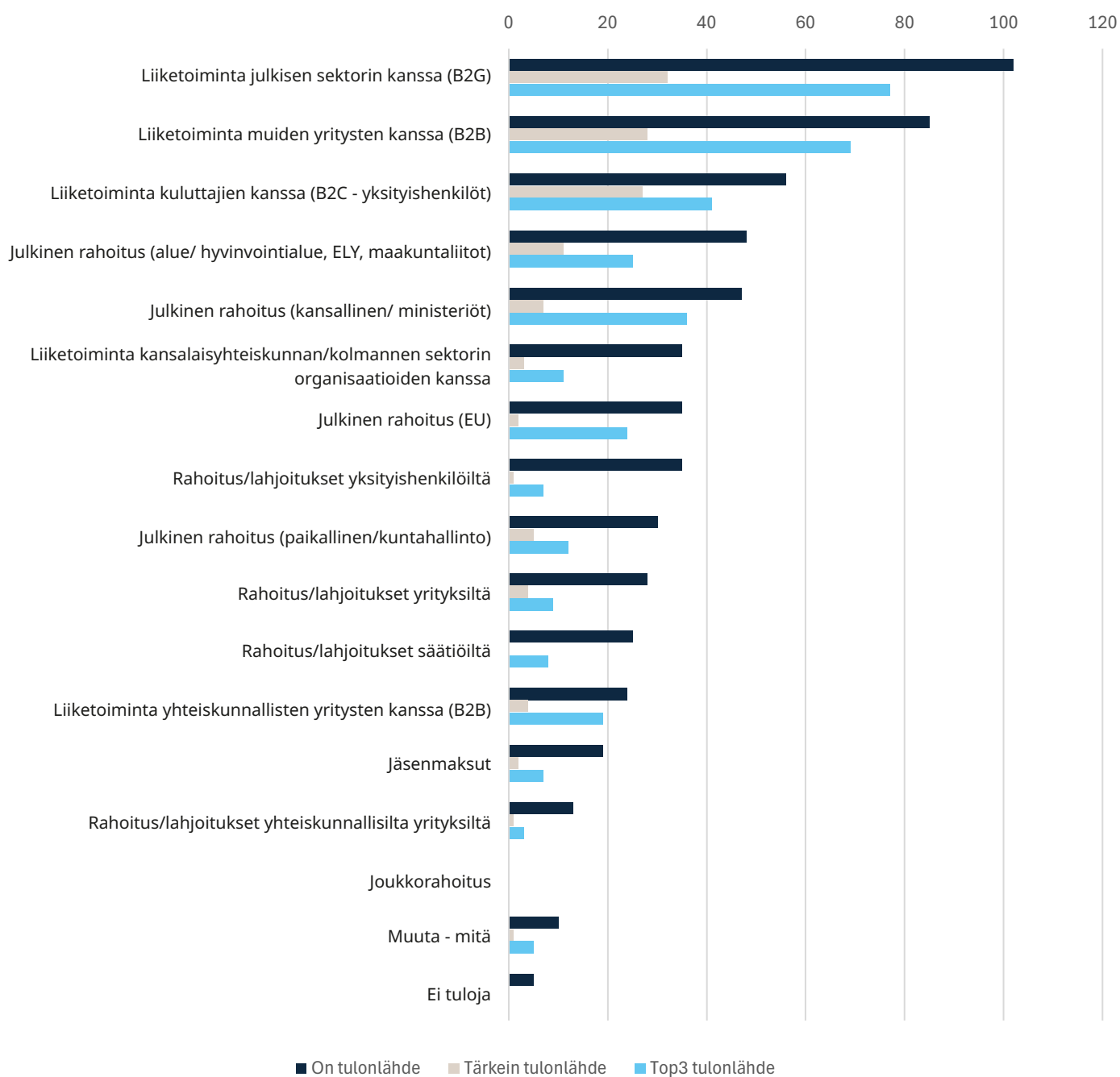


Kuvio 39. Tulos

nisaatioiden kanssa oli verrattain harvinaista, sillä näitä oli ylipäänsä asiakkaina vain noin 30–35 organisaatiolla ja tärkeimpänä tulonlähteenä ani harvalla.

Julkista rahoitusta oli saanut vajaa 50 organisaatiota, tyypillisimmin kansallisten tai alueellisten viranomaisten myöntämänä. EU- tai paikallishallinnon rahoitus oli jonkin verran harvinaisempaa, sillä niiltä oli rahoitusta saanut noin 30 vastannutta. Sama määrä oli vastaanottanut rahoitusta tai lahjoituksia yrityksiltä tai yksityishenkilöiltä, mutta näitä mainittiin tärkeimpien tulonlähteiden joukossa erittäin harvoin. Huomionarvoista on sekin, että joukkorahoitusta ei ollut hyödyntänyt kukaan vastanneista.

Tulonlähteet (N=152)



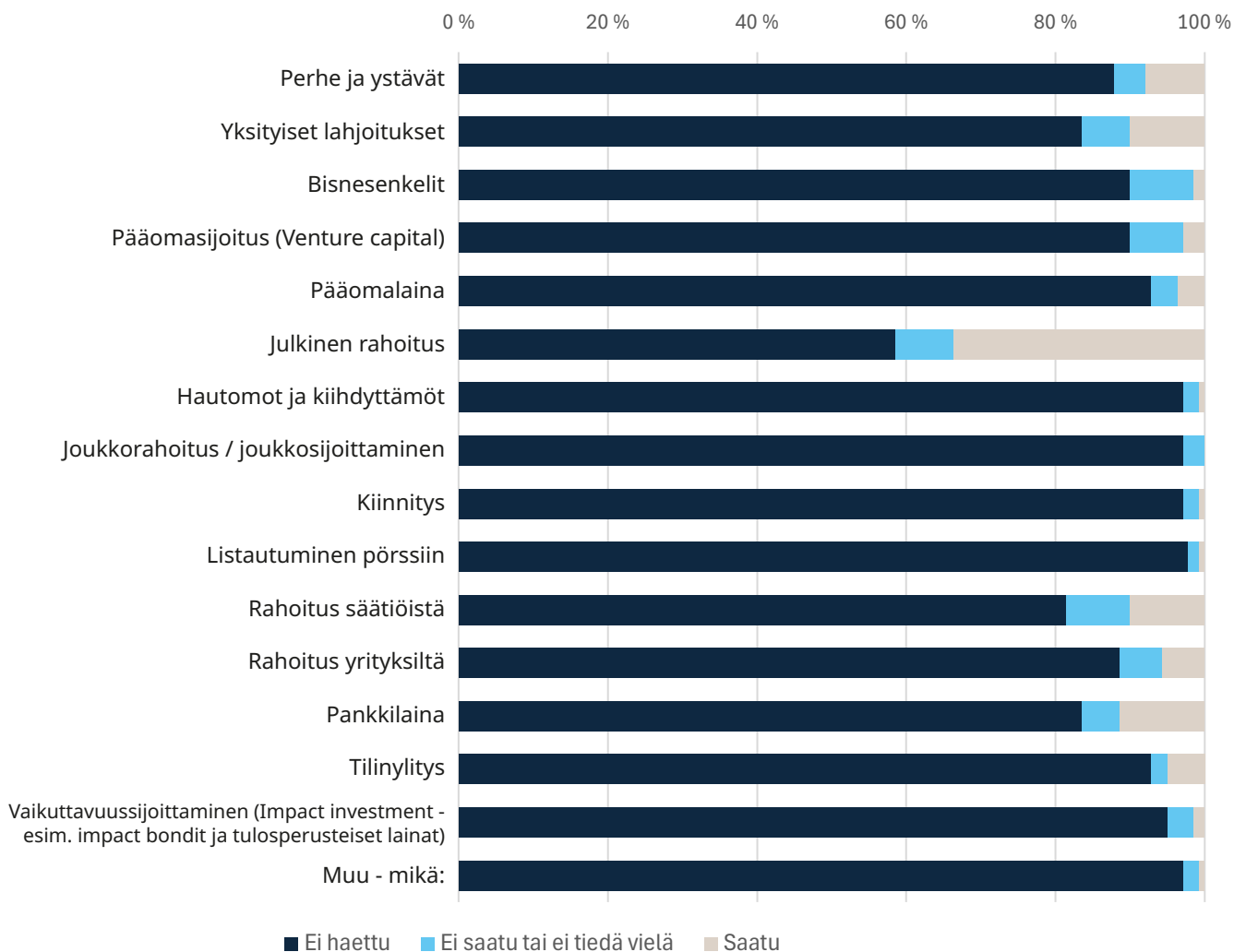
Kuvio 40. Tulonlähteet

Rahoitus

Viimeisen vuoden aikana rahoitusta oli haettu ylivoimaisesti eniten julkiselta sektorilta: 140 vastanneesta hieman yli 40 % oli hakenut

julkista rahoitusta ja noin kolmannes saanut jo positiivisen rahoituspäätöksen. Seuraavaksi yleisimpiä rahoituslähteitä olivat säätiöt, yksityiset lahjoitukset ja pankkilaina, joita kutakin oli hakenut noin 15–20 % vastanneista.

Rahoituslähteet viimeisten 12 kk aikana (N=140)



Kuvio 41. Rahoituslähteet

Kaikkiaan 75 organisaatiota ilmoitti, minkä tyyppistä rahoitusta oli haettu. Vastauksissa yleisimpänä rahoitustyyppinä esiintyivät tuet, joita ei tarvitse maksaa takaisin. Näitä oli hakenut 53 organisaatiota eli 71 % vastanneista. Tuen osuus haetun rahoituksen määrästä oli keskimäärin 53 %. Takaisinmaksettavaa velkaa oli hakenut 28 organisaatiota eli 37 % vastanneista. Haettu summa oli keskimäärin 27 % kokonais- tarpeesta. Pääomarahoitusta vastineeksi omistusosuudesta oli hakenut 16 organisaatiota (21 % vastanneista).

Euromääräisenä rahoitustarpeen organisaation toimintaan ja kehittämiseen viimeisen vuoden

aikana ilmoitti vain 55 vastaajaa. Neljäosalla näistä tarve oli korkeintaan 50 000 euroa, puolella korkeintaan 200 000 euroa ja vain joka neljännellä tarve ylitti miljoonan euron rajan.

74 organisaatiota ilmoitti, mihin haettua rahoitusta on ollut tarkoitus käyttää, ja yli puolet vastasi tarvinneensa rahoitusta päivittäisen toiminnan kattamiseen. Kasvuun liittyvistä toimenpiteistä yleisimmin rahoitusta oli tarvittu innovaatioiden kehittämiseen ja uusien työntekijöiden palkkaamiseen. Avoimissa vastauksissa mainittiin muun muassa organisaation kehittäminen ja investoinnit (erityisesti kiinteistöihin liittyvät).

Mihin tarkoituksiin olette tarvinneet rahoitusta viimeisten 12 kuukauden aikana?	N	%
Päivittäisen toiminnan kattamiseen	42	56.8
Tuote-/palveluinnovaatioiden kehittämiseen	31	41.9
Uusien ihmisten palkkaamiseen	26	35.1
Prosessi-innovaatioiden kehittämiseen	22	29.7
Laajentumiseen uusille markkinoille	21	28.4
Skaalaustoimenpiteisiin	20	27.0
Muu - mikä	11	14.9
En tiedä	3	4.1
Vastanneita yhteensä	74	

Taulukko 21. Rahoituksen käyttötarkoitus

Yleisimpänä esteenä rahoituksen saatavuudelle nähtiin sopivien rahoituslähteiden vähäisyys ja vaikeat olosuhteet toimintaympäristössä. Esteinä mainittiin kuitenkin myös jossain määrin organisaation sisäisiä tekijöitä, kuten riittämätön

aiempi taloudellinen tulos ja riittämättömät kontaktit sekä osaaminen. Potentiaalisten rahoittajien ja sijoittajien odotuksiin tai asenteisiin liittyviä esteitä piti merkittävänä vain kymmenkunta vastaajaa.

Mitkä seuraavista ovat olleet merkittävimmät esteet rahoituksen saatavuudelle?	TOP5 valinneita
Sopivien rahoituslähteiden vähäisyys	40
Vaikeat olosuhteet (esim. inflaatio, korkeat korot, lainsäädäntöön liittyvät haasteet)	30
Yrityksen aiempi taloudellinen tulos on riittämätön	21
Riittämättömät kontaktit sijoittajiin	21
Yhteiskunnallisiin yrityksiin sijoittavien määrän vähäisyys	18
Henkilökunnan riittämätön osaaminen pääoman hakemiseen ja sijoittajien kanssa työskentelyyn	16
Lainojen korkea vakuusvaatimus	16
Sijoittajien korkeat tuotto-odotukset	12
Yhteisen kielen puute rahoittajien ja yhteiskunnallisten yrittäjien välillä	10
Rahoittajien vaatimukset vaikutusten mittaamiseen	9
Ongelmia liiketoimintamallissa – sijoittajat eivät arvosta sosiaalisia/ympäristövaikutuksia	9
Negatiiviset asenteet yhteiskunnallista yrittämistä kohtaan	8
Muu - mitä:	2
En tiedä	14
Ei sovellu	49
Jonkin esteen valinneita yhteensä	73

Taulukko 22. Rahoituksen esteet

CASE: Mifuko käyttää voittonsa naisten aseman parantamiseen Afrikan maaseudulla

Minna Impiö, toinen perustaja, toimitusjohtaja
Mifuko Oy



Mifuko on vuonna 2009 perustettu suomalainen muotoiluyritys, joka yhdistää pohjoismaisen muotoilun afrikkalaiseen käsityöperinteeseen. Mifukon koreja ja sisustustuotteita valmistaa yli 1300 käsityöläisnaista Keniassa, Tansaniassa ja Ghanassa.

– Päämäärämme on vähentää köyhyyttä sekä parantaa naisten sosiaalista ja taloudellista asemaa Afrikan maaseudulla, jossa tulonlähteitä on vähän. Käytämme voittomme tavoitteemme toteuttamiseen ja toiminnan kehittämiseen eri tavoin. Olemme esimerkiksi rakentamassa Keniaan Mifuko Hubia, jossa on kokoontumistilat käsityöläisille sekä varasto.

Yritys on Maailman reilun kaupan järjestön WFTO:n sertifioitu jäsen ja se on saanut myös B Corp -vastuullisuussertifikaatin. Mifukon kanssa käsi kädessä toimii Mifuko Trust-järjestö, joka keskittyy naisten aseman vahvistamiseen hanketoiminnan kautta. Yritys lahjoittaa osan tuloistaan järjestön toimintaan. Seuraavaksi käynnistymässä on hanke, joka tukee käsityöläisiä ilmastonmuutoksen sopeutumisessa.

Mifukon tulot koostuvat pääosin B2B-kaupasta. Tuotteita valmistetaan vientiin erityisesti Saksaan. Mifukolla on verkkokauppa, jota ollaan parhaillaan uudistamassa. Yritys näkee kuluttajakaupassa paljon potentiaalia, mutta se vaatii myös runsaasti investointia markkinointiin.

– Olemme kasvaneet pienin askelin ja toimineet pääosin tulorahoituksella. Tukea toiminnan kehittämiseen sekä kansainvälistymiseen on saatu Finnpartnershipiltä ja Business Finlandilta. Vastuullisen designyrityksen ei ole helppoa löytää aiheeseen perehtyneitä sijoittajia Suomesta ja kansainvälisen rahoituksen etsiminen vaatisi paljon resursseja. Tavoitteenamme on ollut suurten tulojen ja liiketoiminnan kasvun sijaan vaikuttavuuden kasvattaminen. Yrityksen täytyy tietenkin olla kannattava, jotta päämäärää on mahdollista edistää.

Lue lisää: mifuko.com

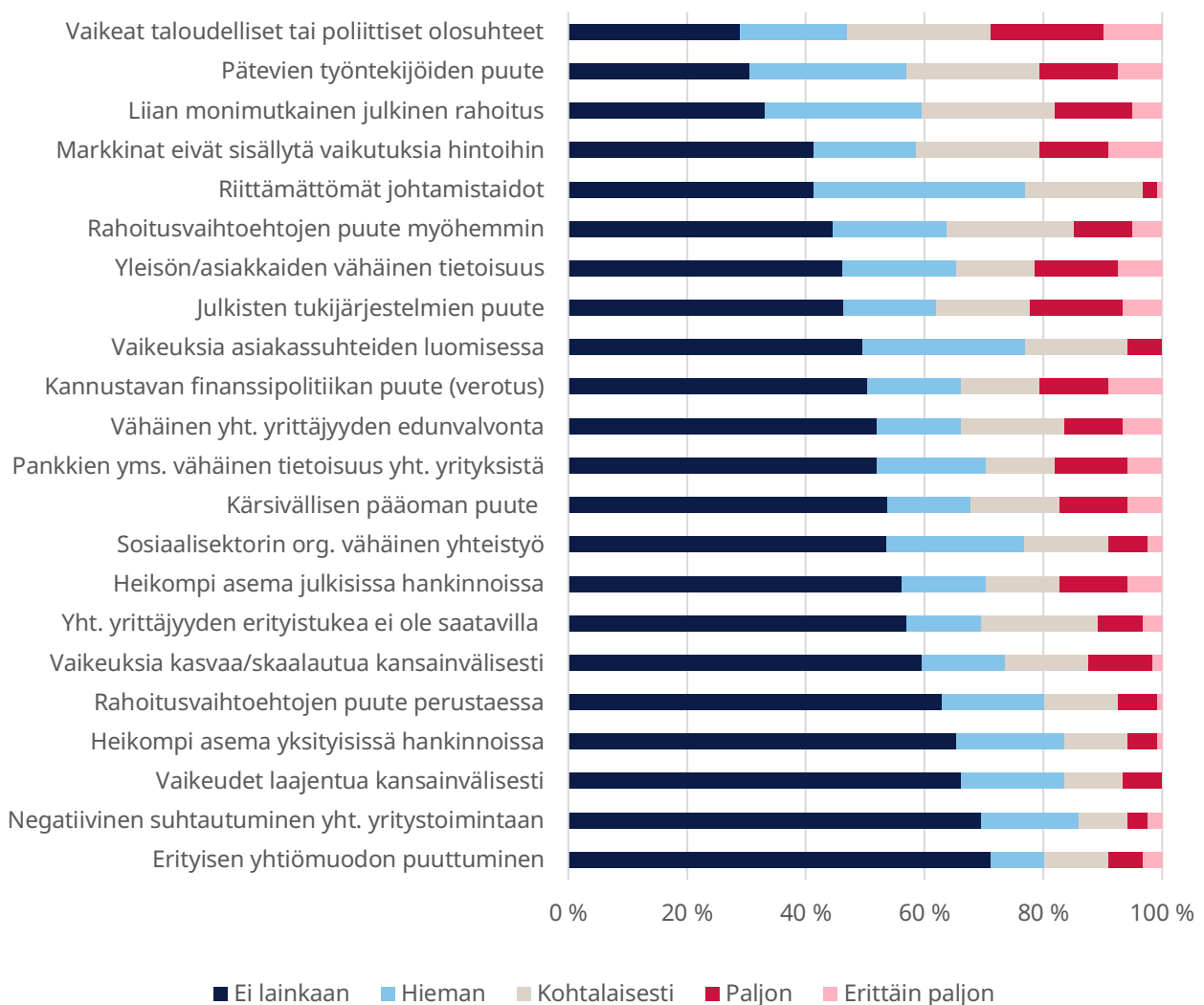
YHTEISKUNNALLISEN YRITYSTOIMINNAN EKOSYSTEEMI SUOMESSA

Haasteet

Yhteiskunnallisen yritystoiminnan suomalaiseen ekosysteemiin liittyen vastaajilta kysyttiin organisaation toimintaa haittaavista mahdollisista esteistä. Yleisesti ottaen vastaajat olivat varsin tyytyväisiä, sillä ei lainkaan tai vain hieman haittaa kokevien osuus vaihteli noin 60 ja 80 prosentin välillä. Poikkeuksena tähän olivat vaikeat

taloudelliset tai poliittiset olosuhteet, joiden yli puolet vastaajista koki haittaavan organisaatiotaan kohtalaisesti, paljon tai erittäin paljon. Muita tekijöitä, joiden yli viidennes vastanneista koki haittaavan organisaatiotaan paljon tai erittäin paljon, olivat pätevien työntekijöiden puute, markkinoiden kyvyttömyys sisällyttää vaikutuksia hintoihin, kannustavan veropolitiikan ja julkisten tukijärjestelmien puute sekä yleisön tai asiakkaiden vähäinen tietoisuus. Keskimäärin vähiten haittaavia tekijöitä olivat riittämättömät johtamistaidot, asiakassuhteiden luomisen vaikeudet, asema yksityisissä hankinnoissa, kansainvälisen laajentumisen vaikeudet ja negatiivinen suhtautuminen yhteiskunnalliseen yritystoimintaan.

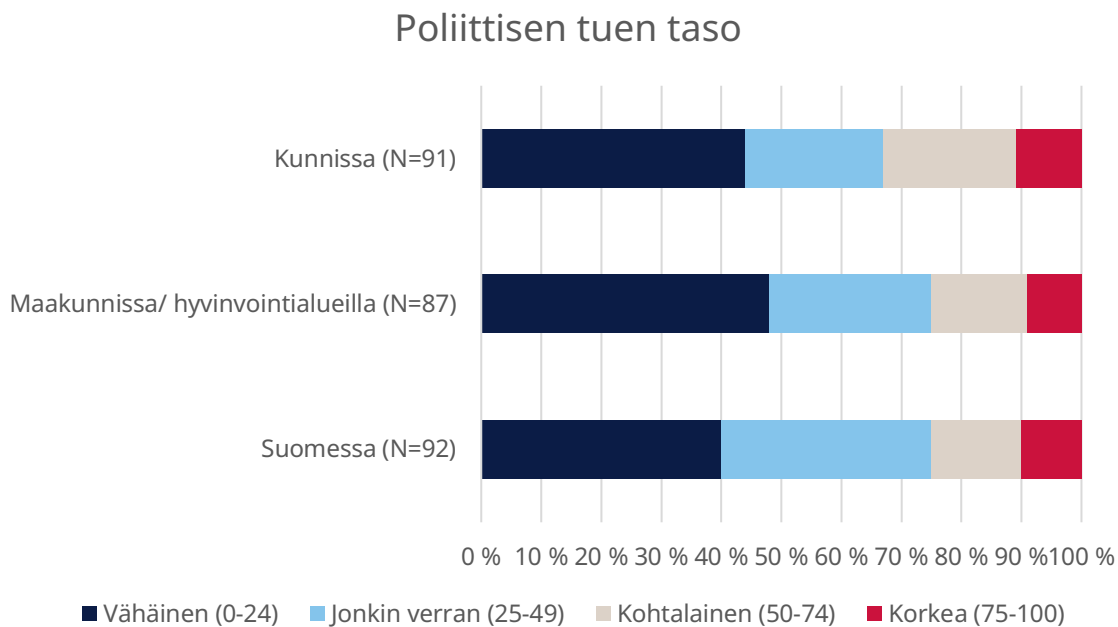
Kuinka paljon seuraavat esteet haittaavat organisaatiotanne? (N=121)



Kuvio 42. Toiminnan haasteet

Politiikan ja julkishallinnon tuki

Arviot poliittisesta tuesta yhteiskunnallisille yrityksille olivat verraten samanlaiset julkishallinnon eri tasoilla. 40–50 prosenttia vastaajista piti tukea vähäisenä ja vain joka kymmenes katsoi tuen korkeatasoiseksi.



Kuvio 43. Poliittisen tuen taso

Julkishallinnon tuen osalta kysyttiin myös, millä toimenpiteillä se voisi tukea yhteiskunnallisia yrityksiä nykyistä paremmin. Vastauksia saatiin 114:ltä organisaatiolta, joista 15 (13 %) ilmoitti ettei julkishallinnon tukea tarvita. Eniten toivotut toimenpiteet olivat sellaisia, joilla olisi suoria vaikutuksia yhteiskunnallisten yritysten taloudelliseen tilanteeseen. 51 % toivoi julkisten

hankintaprosessien kehittämistä, ja lähes puolet erityisiä yhteiskunnallisille yrityksille kohdennettuja verohelpotuksia tai rahoitusjärjestelmiä sekä hankintojen määrän lisäämistä. Verkostojen, tietoisuuden tai osaamisen kehittämiseen liittyviä toimenpiteitä toivottiin vähemmän (15–35 %).

Mitä julkinen hallinto (kansalliset, maakunnalliset/alueelliset, paikalliset/kunnalliset) voisi tehdä tukeakseen teitä paremmin? valitse max 8	N
Julkishallinnon tukea ei tarvita	15
Yksinkertaistaa/parantaa julkisia hankintaprosesseja	58
Luoda erityisiä verohelpotusjärjestelmiä yhteiskunnallisille yrityksille	55
Luoda erityisiä julkisia rahoitusjärjestelmiä yhteiskunnallisille yrityksille (mukaan lukien tuet)	53
Hankkia enemmän (useammin) yhteiskunnallisilta yrityksiltä	53
Tarjota enemmän tukea haavoittuvassa asemassa olevien ryhmien työllistämiseen	45
Luoda kannustinjärjestelmiä, joilla kanavoidaan enemmän yksityistä rahoitusta yhteiskunnallisille yrityksille (esim. lainatakaukset)	45
Vähentää välillisiä työvoimakustannuksia	45
Edistää ja rahoittaa yhteiskunnallisten yritysten kehitys- ja tukiorganisaatioita (esim. yhteiskunnallisten yritysten kansalliset verkostot, hautomot/kiihdyttämöt)	40
Kehittää (kansallisia/paikallisia) strategioita ja toimintasuunnitelmia yhteiskunnallista yrittäjyyttä/ yhteiskunnallisia yrityksiä varten	39
Kehittää parempaa ymmärrystä yhteiskunnallisten yrittäjien tarpeista	25
Kerätä ja tuottaa tietoa ja tilastoja yhteiskunnallisista yrityksistä	22
Tukea (kansainvälistä) skaalausta	15
Tukea pääsyä julkiseen infrastruktuuriin	15
Luoda lisää koulutus- ja jatkokoulutusmahdollisuuksia yhteiskunnallisille yrittäjille	15
Yksinkertaistaa ammattitaitoisten kansainvälisten (EU:n ulkopuolisten) työntekijöiden palkkaamista	13
Muuta - mitä:	4
En tiedä	5
Vastanneita yhteensä	114

Taulukko 23. Julkishallinnon tuen muodot

Avoimissa vastauksissa toivottiin julkiselta sektorilta parempaa hankintaosaamista, ei-suomenkielisten parempaa huomioimista sekä Public-Private-Partnership -mallien ja niihin liittyvien rahoitusinstrumenttien käyttämistä. Toisaalta julkisen sektorin rooli herätti myös epäilyksiä:

”Julkinen sektori yleensä tuppaa aiheuttamaan byrokratiaa ja kustannuksia. En lähtökohtaisesti pidä siitä, että valtio lisää byrokratiaa, oli se sitten tukea tai uusi yhtiömuoto. Usein liian viritetty regulaatiokin saattaa toimia varsinaista ideaa vastoin. Nämä sotkee entuudestaan markkinaa ja yleensä aiheuttaa enemmän ongelmia kuin hyötyä.”

Yhteisömuoto ja oikeudellinen asema

Lainsäädännön osalta tiedusteltiin ensin tarvetta yhteiskunnallisen yrityksen oikeudelliselle yhteisömuodolle Suomessa. 226:sta vastanneesta 60 (27 %) ei osannut ottaa kantaa, 24 % piti uutta yhteisömuotoa tarpeellisena ja 48 % tarpeettomana. Jälkimmäiset jakautuivat melko tasaisesti niihin, joiden mielestä mitään muutoksia ei tarvita ja niihin, joiden mielestä nykyisiä muotoja voidaan mukauttaa.

Pitäisikö Suomessa mielestäsi olla olemassa erityinen yhteiskunnallisen yrityksen oikeudellinen yhteisömuoto?	N	%
Muu, mikä	2	0.9
Kyllä – tarvitsemme uuden oikeudellisen muodon yhteiskunnallisia yrityksiä varten	55	24.3
Ei – olemassa olevia oikeudellisia muotoja voidaan mukauttaa yhteiskunnallisille yrityksille	56	24.8
Ei – olemassa olevat oikeudelliset muodot riittävät sellaisenaan yhteiskunnallisille yrityksille	53	23.5
En tiedä	60	26.5
Yhteensä	226	100.00

Taulukko 24. Suhtautuminen erityiseen yhteisömuotoon

Lisäksi pyydettiin avointa palautetta siitä, mitä ominaisuuksia/etuja optimaalisella yhteiskunnallisen yrityksen erityisellä oikeudellisella asemalla olisi. Samalla oli mahdollisuus kertoa, mitä rajoituksia/ongelmia nykyisissä muodoissa on yhteiskunnallisena yrityksenä toimimiseen.

Yleisin erityisen oikeudellisen aseman antama etu nähtiin olevan verotuksen selkeytyminen ja mahdolliset verotuet, varsinkin arvonnäisäverosta vapauttava yleishyödyllinen toiminta.

”Verotus selvempi. Nyt verottaja tulkitsee joka asiasta erikseen onko yhteiskunnallinen ja yleishyödyllinen. Usein rinnastetaan kaupallisen voittoa tavoittelevaan toimintaan. Toiminnan luonne eroaa merkittävästi, mutta tämä vaatii nyt aina selitystä.”

”Yleishyödyllisyys pitäisi voida laajentaa myös osakeyhtiömuotoiseen toimintaan. Nykyinen yleishyödyllisen toiminnan ja liiketoiminnan jaottelu on osin keinotekoinen monessa kansalaisjärjestö- tai säätiöpohjaisessa yhteisössä.”

”Erityisesti ylijäämän tai voiton pitäminen yhteisön sisällä yhteisömuodosta huolimatta (ei liikevoittoa) pitäisi olla mahdollista yhteiskunnallisille yrityksille investointeja ja yhteiskunnallista tarkoitusta varten.”

Erityisen oikeudellisen aseman arvioitiin myös lisäävän yhteiskunnallisten yritysten näkyvyyttä, tunnettuutta ja legitimitettiin, minkä arvioidaan voivan vaikuttaa suotuisasti niiden rahoitusmahdollisuuksiin.

“Tilastoimalla erikseen yhteiskunnallisten yritysten palvelut, voitaisiin eri tavalla ymmärtää miten tärkeä osa järjestöjen palvelutuotanto on suomalaisen sote-palvelujärjestelmää. Uskon, että esim. kustannusten osalta järjestöjen palvelut madaltavat huomattavasti yksityisen sote-palvelutuotannon kokonaiskustannuksia, mutta erittelyä yhteiskunnallisten yritysten ja voittoa jakavien yritysten kesken on vaikeaa saada.”

“Voisi saada kilpailuetua arvopohjallaan. Nykyisin rahoituksen saaminen ilman voiton tavoittelua on mahdotonta, koska sijoittajina ei ole tahoja, jotka oheista suosisivat.”

Optimaalisessa tilanteessa yhteiskunnallisten yritysten rahoitusmahdollisuudet olisivat tavanomaisten osakeyhtiöiden tasolla ja arvonlisäverottomuus sekä palkkatuet samanlaisia kuin yleishyödyllisillä järjestöillä ja yhdistyksillä.

“Yhteiskunnallisten yritysten tulisi olla oikeutettuja vähintään yhtä hyvin tukimuotoihin, kuten täysiin palkkatukiin, ja yhtä hyvin veroetuihin, kuten toiminnan ainakin osittaiseen verovapauteen, kuin yleishyödyllisten järjestöjen ja yhdistysten. Voisi esimerkiksi olla perusteltua, että yhteiskunnallisten yritysten ei tarvitsisi maksaa yhteisöveroa voitottaan, jotka se kanavoisi suoraan yhteiskunnallisen tehtävänsä toteuttamiseen.”

Optimaalista olisi myös saada positiivista erityiskohtelua julkisissa hankinnoissa ja alennuksia viranomaismaksuissa. Edellä luetellut muutokset parantaisivat yhteiskunnallisten yritysten kilpailukykyä ja viime kädessä niiden yhteiskunnallista vaikuttavuutta.

Toimittaessa nykyisillä oikeudellisilla muodoilla kohdataan vastaajien mukaan monia yritystason haasteita, kuten lahjoitusten vastaanottamisen verollisuus, eri yhtiömuotoja koskeva erilainen tiedonsaanti ja yhteiskunnallisen yrittämisen sekoittuminen hyväntekeväisyyteen. Myös kilpailuun liittyviä ongelmia on tunnistettu.

“Oy:n taakse ikään kuin piiloutuu täysin yhteiskunnallisia yrityksiä, kuten koulutuksen järjestäjiä, jotka toimivat julkisen vallan tuella täysin vapailla markkinoilla, mutta usein myös verottomasti. Nämä toimijat tulisi helpommin julki/ilmi, kun yhteiskunnalliset yritykset nimettäisiin ikään kuin tunnistettavaan muotoon.”

“Nykyisellään samoilla perustajilla ja omistajilla saattaa olla voittoa tavoittelematon yhdistys ja osakeyhtiö, jotka käytännössä ostavat ja myyvät palveluita ristiin sekä pahimmillaan käyttävät yhdistystä markkinointikilpenä omaa etua ja voittoa tavoittelevan osakeyhtiön kasvattamisessa.”

Ratkaisuja yhteiskunnallisten yritysten haasteisiin nähtiin olevan mahdollista saada aikaan muokkaamalla olemassa olevia järjestelmiä ilman erityistä uutta juridista muotoa.

“Rahoituksien ehtojen muokkausta yhteiskunnalliselle yritystoiminnalle myös sopiviksi. Esim. avaaminen rahoituksen suhteen myös puhtaasti yritysrahoitukseen keskittyviin rahoituskanaviin. Kilpailutussääntöjen muokkausta niin etteivät ne muodostu esteeksi esim. järjestöpohjaisten toimijoiden osallistumiselle.”

“En näe, että varsinaista hyötyä saavutetaan luomalla uusi oikeudellinen muoto. Nykyisiä yhtiömuotoa tulisi suoraviivaistaa ja yrityksen ja yhdistyksen lopettamista pitäisi helpottaa, sillä se on edelleen vaikeaa, kallista ja hidasta. Suomessa on lukuisia haamuyhdistyksiä ja yrityksiä, jotka ovat painolastia rekistereissä.”

Mahdollisuus yhteiskunnallisten yritysten erityiseen oikeudelliseen asemaan kirvoitti vastaajilta myös kritiikkiä.

“Väärystyykö kilpailu, jos osa yrityksistä saa kilpailuetua yhteiskunnallisen aseman suhteen? Kuka ja miten lopulta määrittelee yhteiskunnallisen merkityksen? Meillä on jo mahdollisuus toimia osakeyhtiönä ilman, että omistajat nostavat voittoa itselleen, tai vaikkapa yhdistyksenä.”

“Ei mitään etuja. Jokaisen yrityksen, säätien, liiton, julkisen sektorin toimijan tulee toimia vastuullisesti ja eettisesti oikein. Se miten mahdolliset voitot tmv. avustukset käytetään, on sitten eri juttu.”

“Erilaiset edut, tuet ja verohelpotukset luovat monimutkaisia, työläitä, kilpailua vääristäviä ja lopulta yrityksiä ja myös yksilöitä laiskistavia tilanteita.”

Yksi vastaaja nosti esiin uhkakuvan työttömien aseman heikentymisestä yhteiskunnallisten yritysten erityisen juridisen aseman seurauksena.

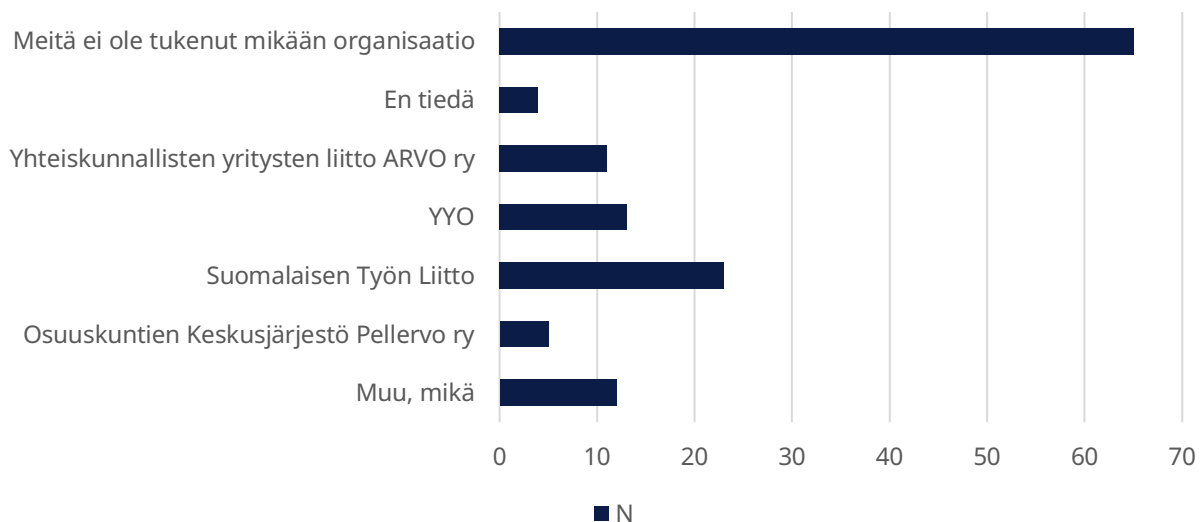
“Maassamme on pitkät perinteet mm. työttömien jatkuvalle hyväksikäytölle ilmaistöissä erilaisen yhteiskunnallisten toimijoiden tahoilta, joten tämän juridisestikin mahdollistamaa ihmisten erilaisten kohtelun mahdollistavaa yritysluokkaa ei missään nimessä tule perustaa.”

Tukiorganisaatioiden rooli

Kysyttäessä organisaatioita, joilta viimeisten 12 kuukauden aikana oli saatu apua, neuvoja tai ohjausta, ilmoitti 65 vastaajaa (57 %), ettei ollut saanut niitä miltään ulkopuoliselta organisaatiolta. 23 vastaajaa (20 %) mainitsi Suomalaisen työn Liiton (nykyisin Suomalainen työ ry), joka hallinnoi Yhteiskunnallinen Yritys -merkkiä ja järjestää koulutuksia sekä infotilaisuuksia. Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskuksen (YYO) ilmoitti 13 vastaajaa, ARVO ry:n 11 ja Pellervo ry:n 5 vastaajaa.

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus koostuu kuitenkin verkostosta, johon myös ARVO ja Pellervo kuuluvat. Näin ollen useampi kuin 13 vastaajaa on voinut saada apua, neuvoja tai ohjausta YYO:n toimijoilta.

Oletteko saaneet apua, neuvoja tai ohjausta joltakin näistä organisaatioista viimeisten 12 kuukauden aikana? (N=114)



Kuvio 44. Tukiorganisaatiot

Vastaajilta kysyttiin, millaisia tukioorganisaatioiden palveluita he tarvitsevat. Yli 40:n vastaajan mielestä tärkeimpiä olivat pääsy rahoitukseen ja taloudelliseen tukeen (48), näkyvyyden ja tietoisuuden luonti yhteiskunnallisista yrityksistä (47),

politiikan/lainsäädännön muutosten edesauttaminen (42) sekä tukioorganisaatioiden tarjoama pääsy verkostoihin ja sidosryhmä- ja kumppanuusyhteistyöhön (41). Vastanneista 19 katsoi, ettei tukioorganisaatioiden palveluita tarvita.

Millaisia palveluita tarvitset yritysten tukioorganisaatioilta?	N
Tarjoaa pääsyn rahoitukseen ja taloudelliseen tukeen	48
Luo näkyvyyttä ja tietoisuutta yhteiskunnallisista yrityksistä	47
Edesauttaa politiikan/lainsäädännön muutosta	42
Tarjoaa pääsyn verkostoihin ja sidosryhmä- ja kumppanuusyhteistyöhön	41
Kehittää valmiuksia vaikutusten mittaamiseen ja johtamiseen	28
Pääsy tietoihin, tutkimukseen ja muutoksen johtamiseen	28
Tarjoaa pääsyn koulutusmahdollisuuksiin	23
Tarjoaa alustan tiedon jakamiseen/luomiseen	22
Tarjoaa pääsyn kansainvälisiin asiakkuuksiin ja markkinoille	19
Muuta - mitä:	2
En tiedä	8
Tukea ei tarvita	19
Vastanneita yhteensä	110

Taulukko 25. Tukitarpeet tukioorganisaatioilta

Tukitarpeisiin liittyen kysyttiin erikseen, millaista tukea vastaajat tarvitsevat myydäkseen (enemmän) tuotteita/palveluita asiakkaille (yritykset ja julkinen sektori). Kysymykseen vastasi vain 41 vastaajaa, joista yli puolet (26) tarvitsi rahoitusta

kehittämiseen ja verkostoitumiseen potentiaalisten asiakkaiden kanssa. Lähes puolet (20) tarvitsee myynnin kasvattamiseen yhteiskunnallisten yritysten erityiskohtelua julkisissa hankinnoissa.

Millaista tukea tarvitsette myydäkseen (enemmän) tuotteita/palveluita asiakkaille (yritykset ja julkinen sektori)? (N=41)	N
Rahoitusta kehittämiseen	26
Verkostoitumiseen potentiaalisten asiakkaiden kanssa	26
Yhteiskunnallisten yritysten erityiskohtelu julkisissa hankinnoissa	20
Henkilöstön osaamisen kehittämiseen	13
Yhteiskunnallisten yritysten erityiskohtelu yksityisissä hankinnoissa	13
Toiminta-/tuotantokapasiteetin lisäämiseen	8
Tukea ei tarvita	0
Muuta - mitä:	3

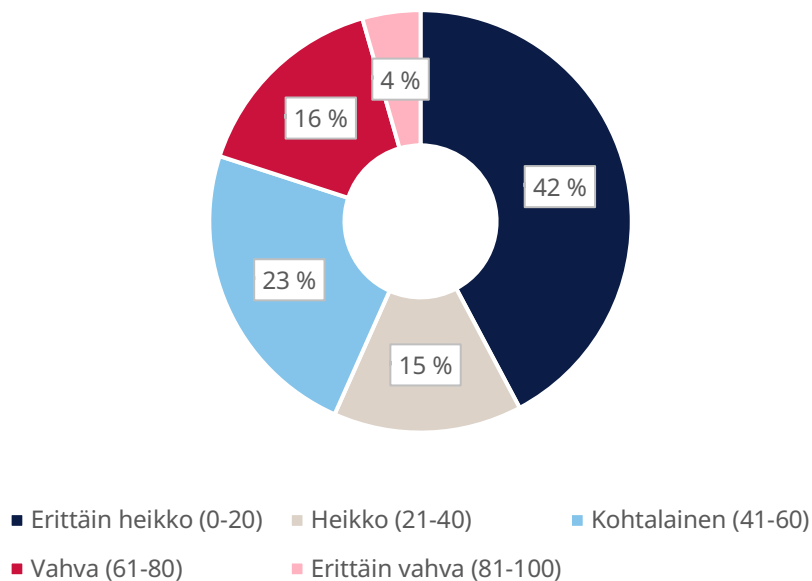
Taulukko 26. Tukitarpeet myynnin lisäämiseen organisaatioasiakkaille

Ekosysteemin kehittäminen

Vastaajilta kysyttiin, kuinka vahvana he pitävät yhteiskunnallisten yritysten ekosysteemiä Suomessa. Vastauksia pyydettiin asteikolla 0–100,

jolla 0 = erittäin heikko ja 100 = erittäin vahva. Vastaukset vaihtelivat laajasti välillä 2–84, keskiarvo oli 36. Heikkona tai erittäin heikkona ekosysteemiä piti 57 % vastanneista. Vahvana tai erittäin vahvana sitä piti 20 % vastanneista.

Kuinka vahvana pidät yhteiskunnallisten yritysten ekosysteemiä Suomessa? (N=76)



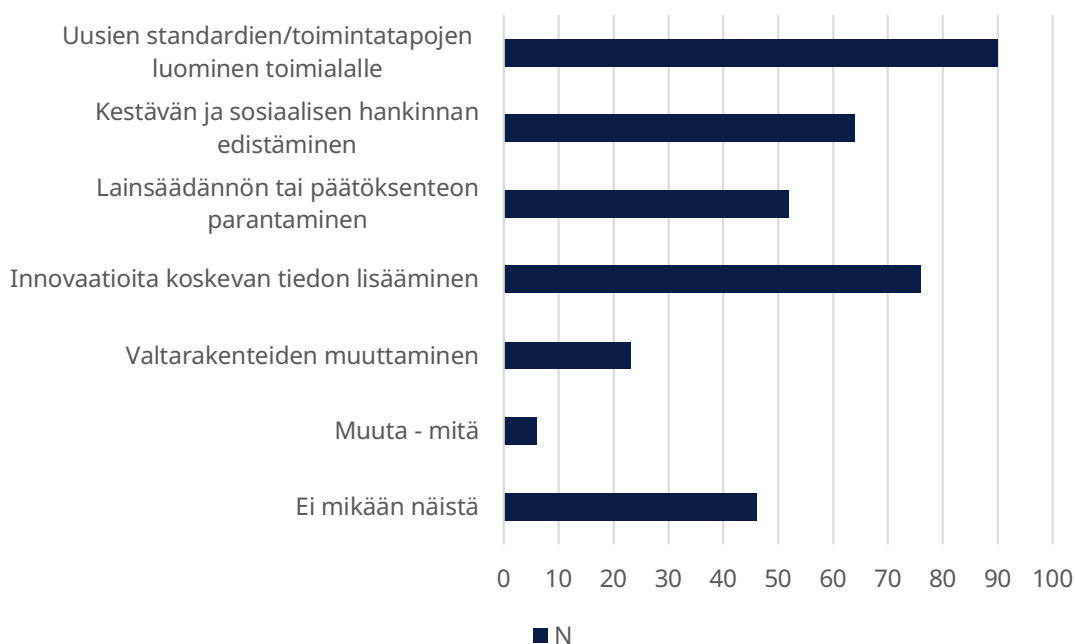
Kuvio 45. Ekosysteemin vahvuus



Huomattava osa vastaajien organisaatioista osallistuu johonkin ekosysteemin kehittämistoimiin, ja niitä koskevaan kysymykseen kertyi 187 vastausta. Kysymyksessä nimetyistä kehittämistoimista yleisin oli uusien standardien/toimintatapojen luominen toimialalle, johon 90 vastaajaa

ilmoitti osallistuvansa. Innovaatioita koskevan tiedon lisäämiseen osallistui 76 vastaajaa, kestävän ja sosiaalisen hankinnan edistämiseen 64 vastaajaa. Noin neljännes vastaajista ei osallistunut mihinkään nimetyistä kehittämistoimista.

Osallistuuko organisaationne johonkin seuraavista ekosysteemin kehittämistoimista? (N=187)



Kuvio 46. Ekosysteemin kehittäminen

LÄHDELUETTELO

Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. Harvard business review, 35(5), 113-124.

European Commission, Building an Economy that Works for People: An Action Plan for the Social Economy, 2021: <https://www.socialeconomy.eu.org/wp-content/uploads/2021/12/Building-an-economy-that-works-for-people-an-action-plan-for-the-social-economy.pdf>

European Commission: European Innovation Council and SMEs Executive Agency, Carini, C., Galera, G., Tallarini, G., Chaves Avila, R. et al., Benchmarking the socio-economic performance of the EU social economy – Improving the socio-economic knowledge of the proximity and social economy ecosystem – Executive summary, Publications Office of the European Union, 2024, <https://data.europa.eu/doi/10.2826/329807>

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus (2024a, 5.12.2024) Tulevaisuuden yhteiskunnan rakentajille. <https://yyo.fi/>

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus (2024b, 5.12.2024) Tietopankki – datasisivusto. <https://yyo.fi/tietopankki/data/>

Palmié, M., Parida, V., Mader, A., & Wincent, J. (2023). Clarifying the scaling concept: A review, definition, and measure of scaling performance and an elaborate agenda for future research. Journal of Business Research, 158, 113630.

Schwab Foundation & World Economic Forum. (2024). The State of Social Entrepreneurship – A Review of Global Data 2013–2023 – Insights report. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, World Economic Forum

Social enterprise world forum (2024). <https://sewfonline.com/about-sewf/about-social-enterprise/>

Työ- ja elinkeinoministeriö (2021). Yhteiskunnallisten yritysten strategia. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2021:41, <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-884-4>

LIITTEET

Kyselyn toteutus

Kysely on osa European Social Enterprise Monitor (ESEM) –tutkimusta, jonka tavoitteena on tuottaa perustietoa eurooppalaisista yhteiskunnallisista yrityksistä päättäjien, rahoittajien, tukiorganisaatioiden, tutkijoiden ja yrittäjien itsensä hyödyksi. ESEM-tutkimusta koordinoi Euclid Network, ja se toteutettiin vuosina 2023–2024 jo kolmatta kertaa. Mukana oli ennätyselliset 31 maata. Suomi oli nyt mukana ensimmäistä kertaa, ja Suomen osuuden toteutuksesta vastasi Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus ja ESR+ -rahoitteinen Yhteiskunnallisten yritysten toimintaedellytysten parantaminen- koordinaatiohanke. Hankekonsortion organisaatioista ESEM-kyselyn toteutukseen osallistuivat Lappeenrannan – Lahden teknillinen yliopisto LUT, Diakonia ammattikorkeakoulu sekä Yhteiskunnallisten yritysten liitto ARVO ry.

Potentiaalisten yhteiskunnallisten yritysten tunnistaminen ja sähköpostiosoitteiden luominen

Kyselyä varten tunnistettiin noin 11 400 yrityksen joukko, joilla katsottiin olevan yhteiskun-

nallisen yrityksen piirteitä. Lista koostui rekisteröidyistä yhteiskunnallisista yrityksistä, YYO:n rekisteriaineistossa olevista yrityksistä, aiemmissa kyselyissä yhteiskunnallisiksi yrityksiksi tunnistautuneista yrityksistä, sekä yrityksistä, joiden oli erilaisissa yritystietokannoissa tunnistettu linkittyvän johonkin YK:n SDG-tavoitteista tai yhteiskunnalliseen missioon. Lisäksi listalle lisättiin yritykset, joiden palkkasummasta vähintään 40 % muodostui palkkatuesta sekä merkittävimmät palkkatuen saajat (ylin viidennes) sekä yritykset, joiden merkittävin omistaja oli säätiö, yhdistys, tai julkinen sektori. Eri lähteistä kootujen yritysten lukumäärät on eroteltu tarkemmin alla (Taulukko 1).

Yritysten päättäjien sähköpostiyhteystietojen kokoaminen aloitettiin valmiista postituslistoista, joita täydennettiin siten, että listan yritysten yritystunnuksilla haettiin valmiita sähköpostiyhteystietoja Vainun tietokannasta. Niille yrityksille, joille valmiita yhteystietoja ei löytynyt, luotiin Orbiksen päättäjähäun avulla sähköpostitunnukset muotoa etunimi.sukunimi@yritys.fi yrityksen toimitusjohtajalle, varatoimitusjohtajalle sekä hallituksen puheenjohtajalle. Lisäksi listaa täydennettiin ja tarkastettiin käsin erityisesti ns. tunnistettujen yhteiskunnallisten yritysten osalta.

Rekisteröidyt tai muuten tunnistetut yhteiskunnalliset yritykset	Työhön integroivat yritykset	149
	Yhteiskunnallinen yritys -merkin haltijat 2018	213
	Yhteiskunnallinen yritys -merkin haltijat 2021–2023	321
	ARVO ry:n postituslistalla olevat yritykset	167
YYO:n rekisterissä tunnistetut yhteiskunnalliset yritykset		3 668
Kyselyssä itseidentifioituneet yhteiskunnalliset yritykset		390
Avainsanahaun perusteella tunnistetut yhteiskunnalliset yritykset	Ympäristömissio	1 523
	Yhteiskunnallinen missio	1 443
	Omistajuus	1 905
	Rajoitettu voitonjako	546
Yhteiskunnallista vaikuttavuutta tavoittelevat yritykset eri yritystietokannoista	SDG-tavoitteisiin linkitetyt startupit: Dealroom	334
	Yhteiskunnalliset mukautetut toimialat: Vainu	434
	Asiasana- ja vertikaalihaku: Pitch Book	916
Suhteellisesti ja absoluuttisesti eniten palkkatukea käyttäneet yritykset		1 802
Organisaatioita yhteensä, kun duplikaatit poistettu*		11 382
Luotujen sähköpostiosoitteiden määrä		5 414

Taulukko 1. Kyselyä varten tunnistettujen yritysten lähteet.

* Yksi yritys saattoi löytyä useammasta kuin yhdestä rekisteristä. Tähän lukuun kukin yritys on laskettu mukaan kuitenkin vain kerran.

Kyselylomake ja tiedonkeruu

Kyselylomakkeen rungon muodostivat aiemmassa, vuosina 2021–2022 toteutetussa kyselyssä käytetyt kysymykset. EUCLID Networkin johdolla kuultiin kevätkesällä 2023 ehdotuksia kaikilta mukana olevilta 31:ltä maalta mahdollisiksi uusiksi kysymyksiksi, poistettaviksi kysymyksiksi ja tämän lisäksi jokaiselle maalle oli annettu oikeus lisätä kaksi maakohtaista kysymystä. Suomen esittämistä ehdotuksista hyväksyttiin kansainväliseen osioon lisäkysymys koskien organisaation omistajia, ja kansalliseen moduuliin kysymykset sidosryhmistä ja kilpailukyvyistä. Lopullinen kyselylomake sisälsi yhteensä 76 kysymystä.

Kun englanninkielinen lomake oli valmis, kunkin maan edustajat vastasivat lomakkeen kääntämisestä kansalliselle kielelle. Suomen osalta käännös toteutettiin neljän tutkijan voimin siten, että ongelmakohdat käsiteltiin yhteisesti. Tämän jälkeen lomaketta esiteltiin Qualtrics-alustalla tutkijoiden ja noin kymmenen tutkimuksen kohderyhmään kuuluvan henkilön toimesta.

Verkkokysely toteutettiin marraskuun 2023 ja tammikuun 2024 välisenä aikana EUCLID Networkin hallinnoimalla Qualtrics-alustalla.

Vastaanottajille lähetettiin henkilökohtainen kyselylinkki saateviestin kera sähköpostilla. Virheellisten ja vanhentuneiden sähköpostien poistamisen jälkeen kutsu kyselyyn saavutti 3786 vastaanottajaa. Myöhemmin lähetettiin kaksi muistutusviestiä, joista viimeisessä, 15.12. lähetetyssä muistutusviestissä, uusista vastauksista luvattiin viiden euron lahjoitus Pelastakaa Lapset ry:lle. Lopulta kyselyn saaneista 248 kpl vastasi ainakin osaan kysymyksistä, jolloin kyselyn vastausprosentiksi muodostui 6,5.

Aineiston käsittely

Kyselyaineisto käsiteltiin STATA SE 18 -tilasto-ohjelmiston avulla.

Aineisto tarkistettiin aluksi duplikaattivastaus-

nisaatiosta oli kahden eri vastaajan vastaukset, ja näistä poistettiin se, joka oli jättänyt enemmän kysymyksiä vastaamatta. 22 vastaajaa, eli 8,9 % kaikista 248:sta vastanneesta jätti lomakkeessa yli 90 % kysymyksistä vastaamatta. Näitä vastauksia ei poistettu aineistosta kokonaan, vaan kaikissa taulukoissa ja graafeissa esitetään aina kyseisiin kysymyksiin vastanneiden määrät. Tämä on sikäläkin tarkoituksenmukaista, että osa kysymyksistä ei ollut tarkoitettukaan kaikkien vastattavaksi.

Aineistoa muokattiin seuraavasti: (1) numeeriseksi tarkoitettut, kuitenkin tekstikenttänä tallentuneet tiedot muutettiin numeerisiksi muuttujiksi, (2) avoimet, erityisesti Muu, mikä?-tyyppisten kysymysten vastaukset tarkistettiin ja koodattiin numeerisina alkuperäisessä lomakkeessa annettuihin vastausvaihtoehtoihin mikäli tekstin perusteella voitiin päätellä sopiva vaihtoehto, (3) jos havaittiin, että avoimissa vastauksissa toistuivat usean vastaajan kohdalla samat asiat, näitä ryhmiteltiin ja koodattiin numeerisiksi muuttujiksi. Esimerkiksi vaikutusten mittaamiseen käytettyjen työkalujen osalta menetteliin tällä tavoin. (4) graafien tuottamista varten luokiteltiin joitakin alun perin 0–100 liukuasteikolla mitattuja muuttujia sekä luonnostaan jatkuvia muuttujia kuten organisaation ikä ja henkilöstömäärä. (5) useissa kysymyskokonaisuuksissa oli pyydetty vastaajaa valitsemaan vaihtoehtojen listasta kaikki sopivat ja näissä kokonaisuuksissa jouduttiin valitsematta jätetyt vaihtoehdot koodaamaan joko nolliksi tai puuttuviksi tiedoiksi. Puuttuvaksi tiedoksi tulkittiin sellaiset tapaukset, joissa vastaaja ei ollut valinnut annetusta listasta yhtään vaihtoehtoa. (6) aineistoon muodostettiin joitakin uusia muuttujia lomakkeessa kysytyjen perusteella, esim. kun kysyttiin erikseen organisaation tulot liiketoiminnasta ja tulot muista lähteistä, niin näiden summana laskettiin kokonaistulot, sekä liiketoiminnan prosentuaalinen osuus kokonaistuloista. Systemin generoimat aika- ja paikkatiedot, monien kysymysten runsas määrä eri vastausvaihtoehtoja, sekä aineiston käsittelyvaiheessa muodostetut uudet muuttujat mukaan lukien aineistossa oli lähes 700 muuttujaa.

Raporttia varten laadittiin aluksi frekvenssitaulukot ja laskettiin kuvailevat tunnusluvut yksittäisistä muuttujista, minkä jälkeen näitä tietoja havainnollistettiin erikseen MS Office -työkaluilla tuotettujen graafien ja taulukoiden avulla. Peruskuvailun lisäksi tarkasteltiin ristiintaulukointien ja keskiarvotestien avulla vastausten riippuvuutta seuraavista taustamuuttujista:

omistus pohja (yksityinen, julkinen, säätiö tai yhdistys), yhtiömuoto, koko (tulot, henkilöstö), ikä ja liiketoiminnan osuus tuloista.

Näiden osalta raporttiin on sisällytetty ainoastaan 5 % riskitasolla tilastollisesti merkitseväksi havaittuja yhteyksiä.

