EUROPEAN SOCIAL ENTERPRISE MONITOR

Raportti Suomen kyselyn tuloksista

2026

Co-funded by the European Union

european social enterprise monitor

yyo

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

EUROPEAN SOCIAL ENTERPRISE MONITOR

Raportti Suomen kyselyn tuloksista **2026**

Raportin kirjoittajat:
Elo Tytti, Heinänen Sanna, Laakso Maarit, Puumalainen Kaisu

Kiitokset tuesta kyselyn toteutuksessa ja raportoinnissa:
Susanna Kallama, Helena Sjögrén, Elina Karttunen ja Saila Tykkyläinen Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskuksesta, Toby Gazeley Euclid Networkista sekä Santtu Karhapää ja Matti Käyhty LUT-yliopistosta.

Tämä raportti hyödyntää dataa, joka on kerätty osana European Social Enterprise Monitor (ESEM) -projektia. Projektia johtaa Euclid (European Social Enterprise 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: 978-952-7583-06-7 (pdf)

EUROPEAN SOCIAL ENTERPRISE MONITOR

Raportti Suomen kyselyn tuloksista (2026)

Sisällysluettelo

Johdanto **4**

Taustaa 4

European Social Enterprise Monitor –tutkimuksesta 5

Millaisia Suomen yhteiskunnalliset yritykset ovat? **6**

Yhteiskunnallisen yrityksen ominaispiirteet 7

Organisaation taustatekijät 11

Strateginen päätöksenteko 14

Sijainti 16

Kasvu ja liiketoimintamallin muutokset 17

Vaikutukset yhteiskuntaan **22**

Vaikutusalueet ja edunsaajat 23

Vastuullisuus hankintapäätöksissä 29

Vaikutusten mittaaminen **30**

Mittaustiedon keruu, käsittely ja hyödyntäminen 31

Motiivit – miksi mitataan? 34

Tulot **36**

Tulojen määrä ja tulos 37

Tulonlähteet 39

Toiminnan haasteet ja tukitarpeet **40**

Haasteet 41

Yhteiskunnallisen yrittäjyyden poliittinen tuki 42

Verkostot 44

Lähdeluettelo **45**

Liitteet **46**

Kyselyn toteutus **47**

Potentiaalisten yhteiskunnallisten yritysten tunnistaminen ja sähköpostiosoitteiden luominen 47

Kyselylomake ja tiedonkeruu 49

Aineiston käsittely 49

Johdanto

Taustaa

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

Euroopan unionin jäsenmaista 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 (OECD/European Union, 2025).

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 kestävän kasvun edistäjänä (UN General Assembly 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 eurooppalaisen 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 2025 hyväksytty yhteiskunnallisten yritysten strategia vuosille 2026–2030 (Valtioneuvosto, 2025) vastaa Euroopan komission 13.6.2023 antamaa suositusta yhteisötaloutta tukevista konkreettisista toimenpiteistä. Strategian tulevaisuuskuvana on, että Suomessa on kasvava ja vaikuttava yhteisötalous, joka lisää työllisyyttä, osallisuutta sekä ekologisesti ja sosiaalisesti kestävää kasvua. Painopisteitä ovat yhteisötalouden ja yhteiskunnallisten yritysten tunnettuus, toiminta avoimilla markkinoilla sekä lähitalouden ekosysteemien kehittäminen. Yhteisötaloutta kehitetään toimialakohtaisesti erityisesti sosiaali- ja terveysalalla sekä kiertotaloudessa. Työllisyyden ja osaamisen vahvistaminen, yhteiskunnallisten innovaatioiden skaalaaminen ja juurruttaminen sekä toimintaedellytysten parantaminen ovat tärkeitä kehittämisalueita. Erityistä huomiota tulee kiinnittää rahoituksen saatavuuteen, julkisiin hankintoihin osallistumiseen sekä verotuksen ennakoivuuteen. Tiedon lisääminen niin ohjauksen ja neuvonnan kuin tilastoinnin ja tutkimuksen keinoin vahvistaa yhteisötaloutta ja yhteiskunnallisia yrityksiä. Strategian toimeenpanemiseksi laaditaan toimintaohjelma vuoden 2026 aikana. Vuonna 2022 perustettiin 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, 2026a).

Suomessa arvioidaan olevan noin 5 000 yhteiskunnallista yritystä, joiden yhteenlaskettu liikevaihto on yli 10 miljardia euroa. Niissä on palkkatyösuhteessa lähes 85 000 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 ja 3) Yritys korostaa hallintotavassaan osallisuutta ja demokratiaa. Datasivuston yrityslistaus perustuu Tilastokeskuksen rekistereihin, Suomalainen työ ry:n Yhteiskunnallinen Yritys -merkin aineistoihin sekä Yhteiskunnallisten yritysten liitto ARVOn ja työhön integroivien yhteiskunnallisten yritysten verkostojen aineistoihin. (Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus, 2026b)

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 neljättä kertaa vuonna 2026 ja siinä oli mukana yli 30 Euroopan maata. Suomi osallistui tutkimukseen toista kertaa. Tutkimusta koordinoi eurooppalainen yhteiskunnallisten yritysten kattojärjestöjen verkosto Euclid Network.

Kyselytutkimuksen kohderyhmänä olivat yhteiskunnallisten yritysten johtajat. Suomessa kyselyyn vastasi 361 yhteiskunnallisen yrityksen edustajaa. Vastaajamäärät vaihtelivat huomattavasti maittain, ja Suomen vastaajamäärä oli suurimpien joukossa. Tämä raportti käsittelee ESEM-tutkimuksen tuloksia Suomen osalta. Yhteisraportti kaikkien maiden tuloksista julkaistaan marraskuussa 2026.

Kyselyllä selvitettiin muun muassa yhteiskunnallisten yritysten vaikuttavuuteen ja vaikutusten mittaamiseen, toiminnan haasteisiin sekä liiketoimintamalliin ja sen muutoksiin liittyviä tekijöitä. Tavoitteena on, että tutkimuksen tuottamaa tietoa käytetään yhteiskunnallisen yritystoiminnan kehittämisen sekä päätöksenteon tukena.

Suomessa tutkimuksen toteutti Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus YYO Yhteiskunnallisten yritysten liiketoimintaedellytysten kehittäminen -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, Terveyden ja hyvinvoinnin laitos (THL), Vates-säätiö, Diakonia-ammattikorkeakoulu, Pellervo, Live-säätiö, Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus, LUT-yliopisto, Yhteiskunnallisten yritysten liitto ARVO sekä Kuntoutussäätiö. ESEM-tutkimuksen toteutuksesta vastasivat LUT ja ARVO.

Millaisia Suomen yhteiskunnalliset yritykset ovat?

sivut 6–21

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 2026a)

Näiden lisäksi yhteiskunnallisen yrityksen määritelmissä esiintyy usein seuraavia piirteitä:

- tulot saadaan pääosin liiketoiminnasta kilpailluilla 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

(Valtioneuvosto 2025; Social Enterprise World Forum 2024; European Commission 2021)

Näitä piirteitä esiintyy organisaatioissa vaihtelevassa määrin, eikä ole yksiselitteistä rajaa sille, milloin organisaatiota voidaan pitää yhteiskunnallisena yrityksenä. Lisäksi käsite ei ole Suomessa laajalti tunnettu, mikä entisestään hankaloittaa yhteiskunnallisten yritysten profilointia. Profilointia varten ESEM-tutkimuksessa kartoitettiin yllä mainittujen piirteiden esiintymistä.

Ensimmäisen yhteiskunnallisten yritysten ydinpiirteen osalta 68 % vastaajista (N=361) ilmoitti organisaationsa toiminnan ensisijaisen tarkoituksen olevan sosiaalinen tai ympäristöön liittyvä. 32 % vastaajista taas ei pitänyt sosiaalisia tai ympäristöön liittyviä tavoitteita toimintansa ensisijaisena tarkoituksena. Lisäksi 36 % vastanneista kertoi omaavansa sosiaaliseen tai ympäristölliseen tarkoitukseensa liittyvän sertifikaatin tai ulkoisen varmennuksen. Strategisessa päätöksenteossaan vastaajista 71,5 % piti sosiaalisia ja/tai ympäristövaikutuksia vähintään yhtä tärkeänä kuin taloudellista tuottoa (taulukko 1).

Taulukko 1. Yhteiskunnallisten vaikutusten ja taloudellisen tuoton priorisointi

Vaikutusten ja taloudellisen tuoton tärkeys	N	%
Taloudellinen tuotto tärkeämpi	91	**28,5 %**
Vaikutukset tärkeämmät tai yhtä tärkeät	228	**71,5 %**
Yhteensä vastanneita	319	**100 %**

On huomattavaa, että painotukset strategisissa päätöksentekotilanteissa ja toiminnan ensisijainen tarkoitus eivät täysin vastanneet toisiaan (taulukko 2). Lähes viidennes ilmoitti painottavansa strategisessa päätöksenteossa enemmän taloudellista tuottoa, vaikka toiminnan ensisijainen tarkoitus olisikin sosiaalisten tai ympäristövaikutusten aikaansaaminen. Vastaavasti niistä, joilla vaikutukset eivät olleet toiminnan ensisijainen tarkoitus, kuitenkin lähes puolet painotti päätöksenteossa yhteiskunnallisia vaikutuksia vähintään yhtä paljon kuin taloudellisia tuottoja.

Taulukko 2. Toiminnan tarkoitus ja painotukset päätöksenteossa

Painotus strategisissa liiketoimintapäätöksissä	Vaikutukset ensisijainen tarkoitus	
	Kyllä	Ei
Taloudellinen tuotto tärkeämpi	**19 %** (42)	**52 %** (49)
Vaikutukset tärkeämmät tai yhtä tärkeät	**81 %** (181)	**48 %** (46)
Yhteensä vastanneita	**100 %** (223)	**100 %** (95)

Toisen yhteiskunnallisten yritysten ydinpiirteen osalta vastaajilta kysyttiin voittovarojen käytöstä. Kolme neljästä vastaajasta (73 %) kertoi organisaationsa sijoittavan tai ohjaavan yli puolet voitosta tai ylijäämästä sosiaaliseen tai ympäristöön liittyvään tarkoitukseen (kuvio 1). Yhteiskunnallisen yrityksen kriteeriä, joka edellyttää, että yli puolet jakokelpoisesta voitosta käytetään yhteiskunnallisen päämäärän edistämiseen, ei siis täyttäisi 73 organisaatiota (27 %) 269:stä.

Voittovarojen sijoittaminen sosiaaliseen tai ympäristöön liittyvään tarkoitukseen (N=269)

Kuvio 1. Voittovarojen sijoittaminen sosiaaliseen / ympäristöön liittyvään tarkoitukseen

0–25 % varoista	58 (21 %)
26–50 % varoista	15 (6 %)
51–75 % varoista	13 (5 %)
76–100 % varoista	183 (68 %)



Kolmannen yhteiskunnallisten yritysten ydinpiirteen, eli osallistavan ja demokraattisen hallintotavan korostamisen oli kyselyn mukaan omaksunut noin 44 % organisaatioista (taulukko 3), kun ajatellaan edunsaajien osallistamista. Henkilöstöä osallistaneita puolestaan oli 62 % organisaatioista (taulukko 3). Lähes kolmasosa (31 %) osallisti sekä edunsaajia että henkilöstöä ja lähes toinen kolmannes (30 %) ainoastaan henkilöstöä (kuvio 2). 26 % vastanneista ei osallistanut kumpaakaan ryhmää. Lomakkeessa kysyttiin edunsaajien sekä henkilöstön osallistumisesta hallintoon tai omistajuuteen, joten kysymykset eivät välttämättä olleet relevantteja niille organisaatioille, joilla ei ole henkilöitä tai organisaatioita suorina edunsaajina tai palkattua henkilöstöä.

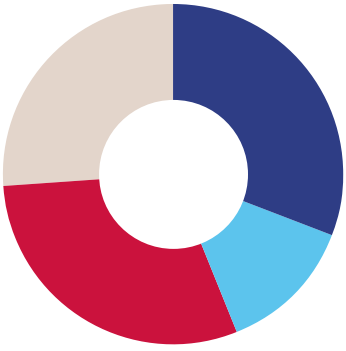
Taulukko 3. Osallisuus organisaation hallintotavassa

Osallistuminen päätöksentekoon tai omistajuuteen	Edunsaajat		Henkilöstö	
	N	%	N	%
Kyllä osallistuu	141	**44**	197	**62**
Ei osallistu	179	**56**	123	**38**
Yhteensä	**320**	**100**	**320**	**100**

Edunsaajien ja henkilöstön osallistuminen hallintoon ja omistajuuteen (N=319)

Kuvio 2. Edunsaajien ja henkilöstön osallistaminen

Sekä edunsaajat että henkilöstö	31 % (100)
Vain edunsaajat	13 % (40)
Vain henkilöstö	30 % (96)
Ei kumpikaan	26 % (83)

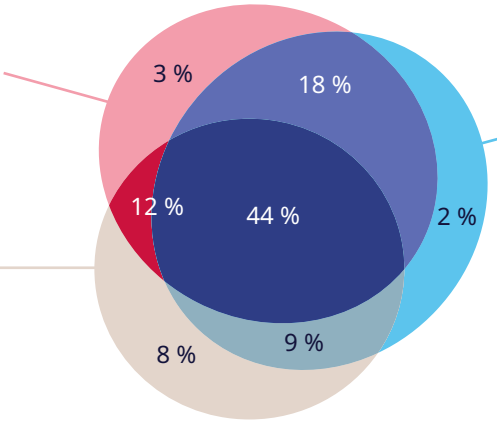


Yhteenvetona erilaisten piirteiden esiintyvyyttä vastaajajoukossa voidaan havainnollistaa seuraavan kuvion avulla. Kuviossa 3 on yhdistetty yhteiskunnallisen yrityksen kolme ydinpiirrettä, ja kaikkiaan vastauksia on 267 kpl. Ensimmäisen piirteen (vaikutusten priorisointi) toteuttaa 194 organisaatiota (73 %), toisen (rajoitettu voitonjako) 206 organisaatiota (77 %) ja kolmannen (osallistava hallinto) 195 organisaatiota (73 %). 267:sta organisaatiosta 44 % toteuttaa kaikki kolme ydinpiirrettä, 39 % toteuttaa kaksi kolmesta ja 13 % yhden ydinpiirteen. 4 % ei omannut mitään kolmesta piirteestä (taulukko 4).

Kuvio 3. Yhteiskunnallisen yrityksen ydinpiirteiden yleisyys vastaajajoukossa

Suurin osa voitoista sijoitetaan vaikutuksiin
206 kpl (77 %)

Osallistaa henkilöstön tai edunsaajat päätöksiin
195 kpl (73 %)



Vaikutukset tärkeämpiä kuin taloudellinen tuotto
194 kpl (73 %)

Ei mikään näistä
10 kpl (4 %)

Taulukko 4. Yhteiskunnallisen yrityksen ydinpiirteet

Vaikutukset tuottoa tärkeämpää	Suurin osa voitoista sijoitetaan vaikutuksiin	Osallistava hallinto	N	%
✓	✓	✓	118	**44**
✓	✓	✗	47	**18**
✓	✗	✓	23	**9**
✗	✓	✓	32	**12**
✓	✗	✗	6	**2**
✗	✓	✗	9	**3**
✗	✗	✓	22	**8**
✗	✗	✗	10	**4**

Organisaation taustatekijät

Organisaatioista vanhin oli perustettu vuonna 1867 ja uusimmat vasta vuonna 2025. Yli puolet (63 %) organisaatioista oli yli 20-vuotiaita, kun taas alle 10-vuotiaita oli vajaa viidesosa (19 %) (kuvio 4).

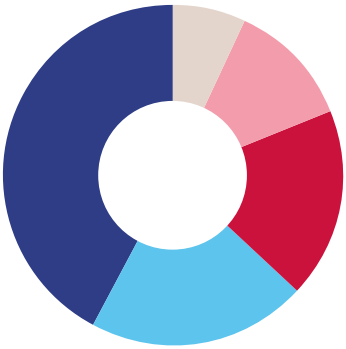
Organisaatioiden kokoon liittyen kysyttiin tuloja sekä henkilöstömäärää. Vastanneista 91 % (292 organisaatiota) oli saanut tuloja edellisellä tilikaudella. Yli puolella näistä organisaatioista tulot olivat alle 2 miljoonaa euroa (kuvio 5). Työntekijämäärän perusteella 38 % vastanneista voidaan luokitella mikroyrityksiin (alle 10 työntekijää), 37 % pieniin (10–49 työntekijää), 20 % keskisuuriin (50–249 työntekijää) ja 6 % suuriin (vähintään 250 työntekijää) organisaatioihin (kuvio 6).

Kahdella kolmasosalla (67 %) vastanneista organisaatioista kaikki työntekijät olivat palkattuja ja lähes yhtä monella (65 %) yli puolet työntekijöistä oli kokoaikaisia (kuvio 7). Toisaalta 13 %:lla vastanneista kokoaikaisia työntekijöitä ei ollut lainkaan. Kaksi kolmesta osallisti myös henkilöstöään hallintoon tai omistajuuteen (taulukko 3): näistä suosituimpia osallistamistapoja olivat henkilöstön ottaminen mukaan päätöksentekoon (172 organisaatiota) ja henkilöstön edustettuna oleminen hallintorakenteissa (154 organisaatiota). Henkilöstöllä oleva omistusosuus oli harvinaisempaa, mutta toteutui 68 organisaatiossa.

Organisaation ikä (N=361)

Kuvio 4. Organisaatioiden ikäjakauma

Enintään 5 vuotta	7 % (24)
6–10 vuotta	12 % (44)
11–20 vuotta	18 % (64)
21–30 vuotta	21 % (76)
Yli 30 vuotta	42 % (153)



Tulot, €/vuosi (N=284)

Kuvio 5. Vuositulot

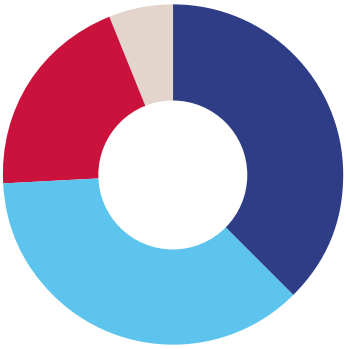
Alle 0,5 miljoonaa	35 % (100)
0,5–2 miljoonaa	23 % (64)
2–10 miljoonaa	26 % (75)
Yli 10 miljoonaa	16 % (45)



Henkilöstömäärä (N=321)

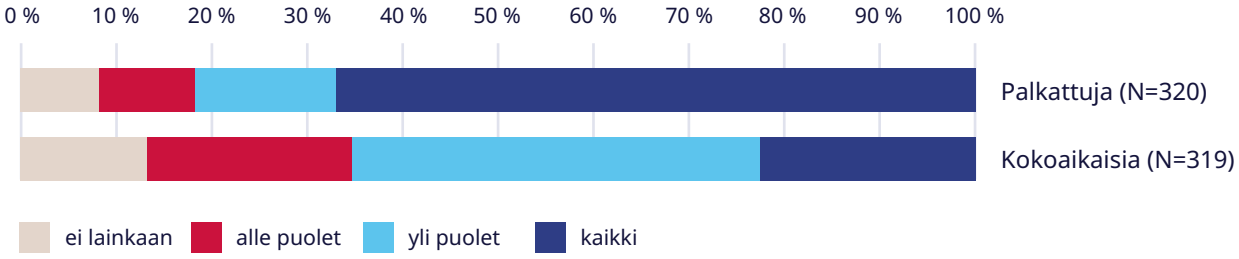
Kuvio 6. Henkilöstömäärä

Alle 10	38 % (122)
10–49	37 % (118)
50–249	20 % (63)
250 tai yli	6 % (18)



Kokoaikaisten ja palkattujen osuus henkilöstöstä

Kuvio 7. Kokoaikaisten ja palkattujen osuus henkilöstöstä

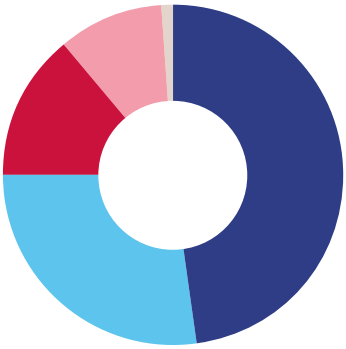


Lähes puolet vastanneista organisaatioista oli osakeyhtiöitä (48 %). Lisäksi yhdistyksiä oli 27 %, säätiöitä 14 %, osuuskuntia 10 % ja henkilöyhtiöitä tai muita vain 1 % (kuvio 8). Säätiö- ja yhdistysmuotoiset organisaatiot ovat keskimäärin vanhempia ja suurempia kuin muut, sillä niistä lähes 90 % oli toiminut jo yli 20 vuoden ajan (kuvio 9). Vastaavasti osuuskunnista joka neljäs (24 %) ja osakeyhtiöistä 30 % oli korkeintaan kymmenvuotiaita.

Yhteisömuoto (N=361)

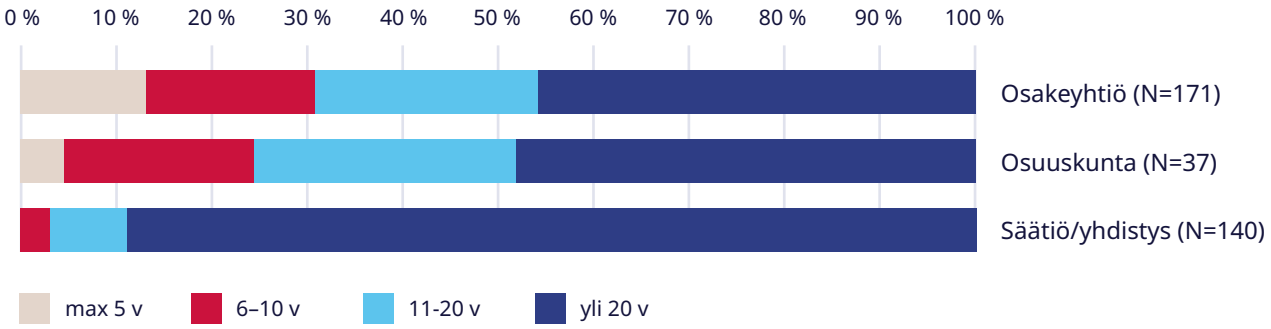
Kuvio 8. Yhteisömuoto

Osakeyhtiö	48 % (175)
Yhdistys	27 % (96)
Säätiö	14 % (49)
Osuuskunta	10 % (37)
Ky/Tmi/Muu	1 % (4)



Ikäjakauma yhteisömuodoittain

Kuvio 9. Ikäjakauma yhteisömuodoittain



Yhteiskunnalliset yritykset toimivat Suomessa monilla eri toimialoilla. Karkealla toimialajaottelulla korostuivat palveluiden tuottajat (317 organisaatiota, 97 % vastanneista) verrattuna valmistukseen (43 kpl, 13 %) ja muihin toimialoihin (37 kpl, 11 %). Palveluista yleisimpiä olivat asiantuntijapalvelut (33 %) sekä terveys- ja hyvinvointipalvelut (30 %) (kuvio 10). Tuotteiden valmistuksen toimialalla oli eniten teollisuustuotteiden (5 %) ja muiden kuluttajatuotteiden (5 %) valmistajia, kun taas muista toimialoista korostui energia-ala (5 %).

Toimialajakauma
(N=326)

Kuvio 10. Toimialajakauma kategorioittain (mahdollisuus valita useampi vaihtoehto)

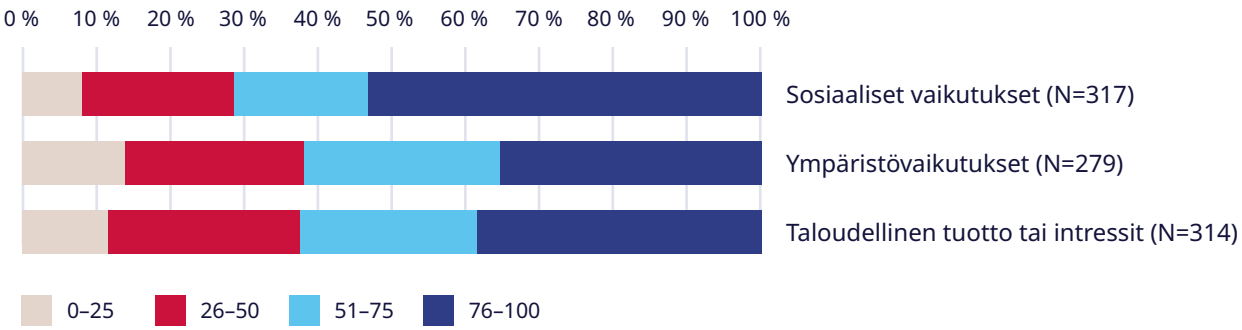


Strateginen päätöksenteko

Organisaatioilta kysyttiin, missä määrin ne painottavat strategisissa liiketoimintapäätöksissään sosiaalisia vaikutuksia, ympäristövaikutuksia ja taloudellista tuottoa tai intressejä. Arviointi tehtiin asteikolla 0–100. Näistä keskimäärin tärkeimmäksi nähtiin sosiaalinen aspekti: sosiaalisten vaikutusten keskiarvo oli 70, ympäristövaikutusten 60 ja taloudellisen tuoton tai intressien 62. Yli puolet vastaajista (53 %) painotti sosiaalisia vaikutuksia erittäin voimakkaasti (arvio 76–100), kun taas ympäristövaikutuksia erittäin paljon painottavia oli 35 % ja taloudellista tuottoa 39 % (kuvio 11).

Tekijöiden painotus strategisissa liiketoimintapäätöksissä

Kuvio 11. Yhteiskunnallisten vaikutusten ja taloudellisen tuoton tärkeys

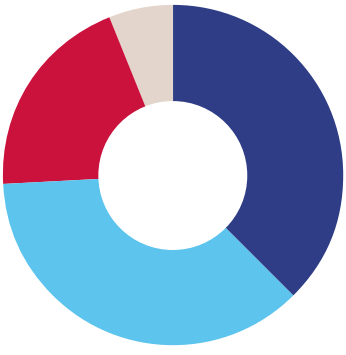


Eri aspektien strategiseen painotukseen perustuvan tyypittelyn (menetelmä selostettu liitteessä) avulla vastanneet organisaatiot luokiteltiin yhteiskunnallisesti orientoituneisiin, ympäristöorientoituneisiin, tasapainoisiin hybrideihin sekä pelkästään vaikuttavuutta painottaviin. Näistä ryhmistä (kuvio 12) yhteiskunnallisesti orientoituneisiin sijoittui 35 % vastanneista ja ympäristöorientoituneisiin 32 %. Tasapainoisia oli joka neljäs (25 %), kun taas pelkästään vaikuttavuutta painottavia oli vain 8 % vastanneista.

Klusterointi vaikutuspainotusten pohjalta (N=271)

Kuvio 12. Tyyppiklusterointi vaikutuspainotusten pohjalta

Yhteiskunnallisesti orientoitunut	35 % (95)
Ympäristöorientoitunut	32 % (86)
Tasapainoinen	25 % (69)
Pelkästään vaikuttavuutta painottava	8 % (21)



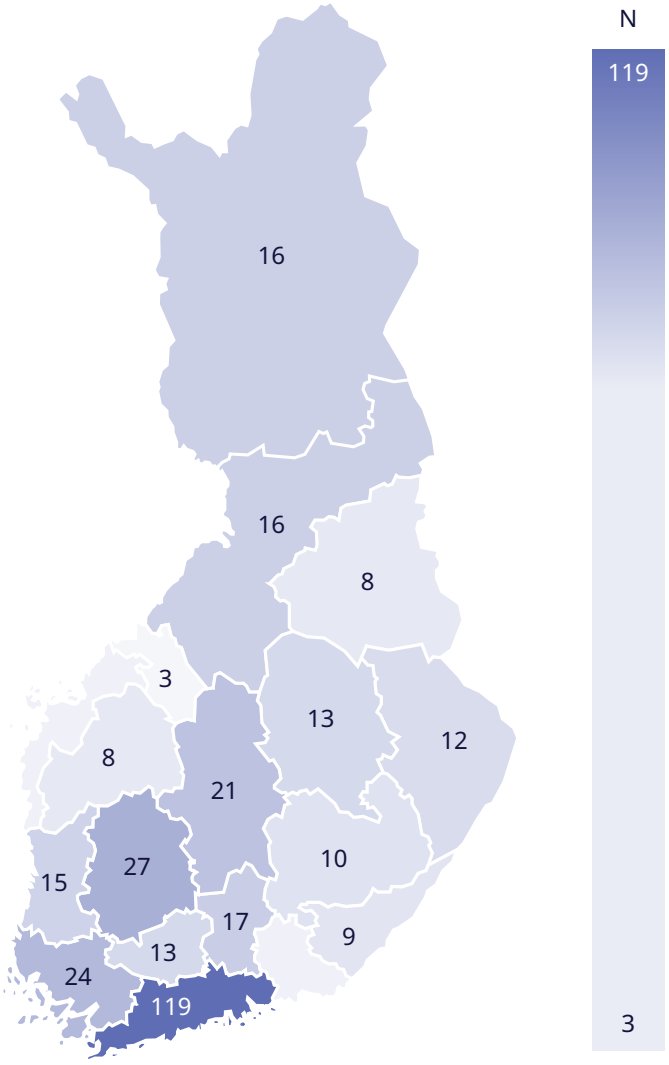
Taulukko 5. Tyyppiklustereiden keskiarvot eri tekijöille strategisessa päätöksenteossa

Strategisen päätöksenteon aspektit	Yhteiskunnallisesti orientoitunut (N=95)	Ympäristö-orientoitunut (N=86)	Tasapainoinen (N=69)	Pelkästään vaikuttavuutta painottava (N=21)
Sosiaaliset vaikutukset	83,8	36,4	83,5	89,0
Ympäristö-vaikutukset	39,4	56,4	85,1	83,5
Taloudellinen tuotto/intressit	58,1	66,5	75,9	13,7

Taulukko 5 kuvaa eri aspektien keskimääräistä painotusta strategisessa päätöksenteossa tyyppiklustereittain. Yhteiskunnallisesti orientoituneiden ryhmässä korostuu erityisesti sosiaalinen aspekti (keskiarvo 83,8), kun taas ympäristöorientoituneissa ympäristövaikutukset (keskiarvo 56,4) korostuvat sosiaalisia enemmän. Tasapainoisilla hybridiorganisaatioilla kaikki kolme aspektia oli arvioitu keskimääräisesti hyvin tärkeiksi strategiselle päätöksenteolle. Pelkästään vaikuttavuutta painottavilla puolestaan taloudellinen tuotto tai intressit oli arvioitu painotukseltaan keskimäärin vähäiseksi (keskiarvo 13,7), kun taas sekä sosiaalisia että ympäristövaikutuksia pidettiin hyvin tärkeinä.

Sijainti

Vastanneiden organisaatioiden sijainti jakautuu kuvion 13 mukaisesti maakunnittain. Vastanneista noin kolmannes tuli Uudeltamaalta (34 %) ja loput vastauksista tulivat melko tasaisesti muualta Suomesta kuitenkin niin, että jokaisesta maakunnasta vastasi vähintään yksi organisaatio.



Kuvio 13. Sijainti maakunnittain

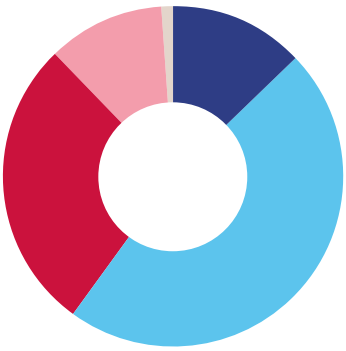
Kasvu ja liiketoimintamallin muutokset

Suurin osa (60 %) vastanneista organisaatioista kertoi tavoittelevansa voimakasta kasvua tai pyrkivänsä kasvamaan mahdollisuuksien mukaan (kuvio 14). Vain 11 % vastanneista ilmoitti, ettei organisaatiolla ole kasvutavoitteita. Lisäksi muutama oli lopettamassa tai jo lopettanut toimintansa.

Organisaation kasvutavoitteet (N=311)

Kuvio 14. Kasvutavoitteet

Voimakkaan kasvun tavoite	13 % (39)
Kasvupyrkimys mahdollisuuksien mukaan	47 % (146)
Aseman säilyttämisen pyrkimys	28 % (88)
Ei kasvutavoitteita	11 % (34)
Toiminnan lopettaminen / on jo lopettanut	1 % (4)



Vastaajilta kysyttiin tulojen ja henkilöstömäärän muutoksista sekä menneellä tilikaudella että ennakoiduista muutoksista tulevan tilikauden aikana. Tulojen ennakoidun muutoksen osalta vastaukset jakautuivat melko tasaisesti erityisesti tulojen kasvua (36 %) ja ennallaan pysymistä (38 %) odottavien luokkiin (taulukko 6). Kuitenkin joka neljäs (26 %) odotti tulojen vähentyvän tulevalla tilikaudella. Edellisen tilikauden muutokseen verrattaessa oli havaittavissa hienoista optimismia, sillä edellisellä tilikaudella tulot olivat vähentyneet joka kolmannella (34 %). Toisaalta kasvua odottavien määrä hieman väheni kasvua edellisellä tilikaudella saavuttaneista, eli lähinnä tulojen ennallaan pysymistä odottavien määrä kasvoi verrattuna aiemmalla tilikaudella koettuun.

Taulukko 6. Tulojen kehitys

Tulojen muutos	Viimeisen tilikauden aikana		Tulevan tilikauden aikana	
	N	%	N	%
Kasvu	120	**39 %**	112	**36 %**
Pysyminen ennallaan	82	**27 %**	116	**38 %**
Vähentyminen	104	**34 %**	79	**26 %**
Yhteensä	306	**100 %**	307	**100 %**

Yli puolella vastanneista (59 %) henkilöstömäärä oli pysynyt ennallaan edellisellä tilikaudella ja valtaosa (64 %) odotti näin tapahtuvan myös tulevalla tilikaudella (taulukko 7). Noin viidenneksellä henkilöstömäärä oli kasvanut (18 %) ja lähes joka neljännellä (23 %) vähentynyt menneellä tilikaudella. Sama määrä (18 %) odotti kasvua myös tulevalla tilikaudella, mutta henkilöstön vähentymistä ennakoi harvempi (18 %).

Taulukko 7. Henkilöstömäärän kehitys

Henkilöstömäärän muutos	Viimeisen tilikauden aikana		Tulevan tilikauden aikana	
	N	%	N	%
Kasvu	56	**18 %**	57	**18 %**
Pysyminen ennallaan	180	**59 %**	196	**64 %**
Vähentyminen	72	**23 %**	55	**18 %**
Yhteensä	308	**100 %**	308	**100 %**

Vastaajilta kysyttiin myös, minkälaisia muutoksia organisaatio oli tehnyt toimintaansa vuosien 2023–2025 aikana. Vastausvaihtoehtoina olleet muutokset perustuivat tutkimuksissa (esim. Saebi yms., 2017) ehdotettuihin liiketoimintamallien mukautustoimenpiteisiin.

Yleisin toteutettu muutos oli sisäisten prosessien kehittäminen, joka koski noin 86 %:a kysymykseen vastanneista (kuvio 15). Yli puolet vastanneista organisaatioista oli myös vakiinnuttanut tiiviimpiä yhteyksiä yhteistyökumppaneiden tai toimittajien kanssa, tehnyt uudelleenjärjestelyjä kustannusten vähentämiseksi, korottanut hintoja, laajentanut tuote- tai palveluvalikoimaa sekä lisännyt myyntiponnistuksia uusille asiakkaille. Harvinaisempia muutoksia olivat hinnan alennukset (16 %) sekä myyntipanostusten lisääminen viennin edistämiseksi (11 %).

Muutokset vuosina 2023–2025

(N=304)

Kuvio 15. Organisaatiossa tehdyt muutokset vuosina 2023–2025



Kun toteutettuja muutoksia tarkastellaan organisaatiotyypeittäin (taulukko 8), havaitaan eroja siinä, kuinka yleisiä muutokset ovat erityyppisissä organisaatioissa. Yhteiskunnallisesti orientoituneet sekä pelkästään vaikuttavuutta painottavat olivat keskittyneet erityisesti uudelleenjärjestelyihin kustannusten vähentämiseksi sekä sisäisten prosessien kehittämiseen, kun taas ympäristöorientoituneilla sisäisten prosessien kehittämisen ohella korostui tuote- tai palveluvalikoiman laajentaminen.

Tasapainoisilla hybrideillä yleisimpiä muutoksia olivat tiiviimpien yhteyksien vakiinnuttaminen yhteistyökumppaneiden tai toimittajien kanssa sekä sisäisten prosessien kehittäminen. Verrattaessa erityyppisiä organisaatioita huomattiin, että esimerkiksi tuote- tai palveluvalikoiman laajentaminen, lisääntynyt myyntiponnistus uusille asiakkaille sekä myyntipanostuksen lisääminen viennin edistämiseksi korostuivat ympäristöorientoituneissa organisaatioissa muita useammin. Sen sijaan yhteiskunnallisesti orientoituneet olivat tehneet hieman muita useammin uudelleenjärjestelyitä kustannusten vähentämiseksi sekä hinnan korotuksia.

Taulukko 8. Tehdyt muutokset tyypittelyn mukaan

Tehty muutos	Yhteis-kunnallisesti orientoitunut (N=91)	Ympäristö-orientoitunut (N=81)	Tasapainoinen (N=64)	Pelkästään vaikuttavuutta painottava (N=21)	Kaikki tyypit yhteensä (N=257)
Tuote-/ palveluvalikoiman laajentaminen	52 %	69 %	45 %	29 %	**54 %**
Tuote-/ palveluvalikoiman karsiminen	47 %	28 %	31 %	43 %	**37 %**
Lisääntynyt myyntiponnistus uusille asiakkaille	53 %	65 %	50 %	24 %	**54 %**
Myyntipanostuksen lisääminen viennin edistämiseksi	3 %	21 %	8 %	0 %	**10 %**
Tiiviimpien yhteyksien vakiinnuttaminen yhteistyökumppaneiden/ toimittajien kanssa	66 %	65 %	73 %	57 %	**67 %**
Uusien tavaran- tai palveluntoimittajien käyttäminen	36 %	49 %	45 %	29 %	**42 %**
Uudelleenjärjestelyt kustannusten vähentämiseksi	71 %	47 %	64 %	67 %	**61 %**
Sisäisten prosessien kehittäminen	89 %	85 %	91 %	81 %	**88 %**
Hinnan alennukset	15 %	15 %	19 %	10 %	**16 %**
Hinnan korotukset	63 %	54 %	58 %	38 %	**57 %**

Toteutetuissa muutoksissa oli eroja myös organisaation koon mukaan (taulukko 9). Kaikenkokoisissa organisaatioissa korostui sisäisten prosessien kehittäminen. Lisäksi useiden muutosten yleisyys vaikutti kasvavan organisaation koon kasvaessa. Tämä näkyi melko johdonmukaisesti esimerkiksi tiiviimpien yhteyksien vakiinnuttamisessa yhteistyökumppaneiden tai toimittajien kanssa, uusien tavaran- tai palvelutoimittajien käyttämisessä sekä uudelleenjärjestelyissä kustannusten vähentämiseksi.

Taulukko 9. Tehdyt muutokset henkilöstömäärän mukaisen koon mukaan

Tehty muutos	Alle 10 henkilöä (N=112)	10–49 henkilöä (N=110)	50–249 henkilöä (N=63)	Yli 250 henkilöä (N=302)	Kaikki yhteensä (N=302)
Tuote-/palveluvalikoiman laajentaminen	46 %	56 %	65 %	65 %	**55 %**
Tuote-/palveluvalikoiman karsiminen	23 %	41 %	41 %	53 %	**35 %**
Lisääntynyt myyntiponnistus uusille asiakkaille	50 %	52 %	62 %	59 %	**54 %**
Myyntipanostuksen lisääminen viennin edistämiseksi	14 %	9 %	8 %	12 %	**11 %**
Tiiviimpien yhteyksien vakiinnuttaminen yhteistyökumppaneiden/ toimittajien kanssa	55 %	63 %	73 %	94 %	**64 %**
Uusien tavaran- tai palveluntoimittajien käyttäminen	32 %	37 %	51 %	59 %	**39 %**
Uudelleenjärjestelyt kustannusten vähentämiseksi	47 %	62 %	68 %	82 %	**59 %**
Sisäisten prosessien kehittäminen	76 %	88 %	94 %	100 %	**85 %**
Hinnan alennukset	12 %	16 %	17 %	35 %	**16 %**
Hinnan korotukset	46 %	57 %	65 %	65 %	**55 %**

Vaikutukset yhteiskuntaan

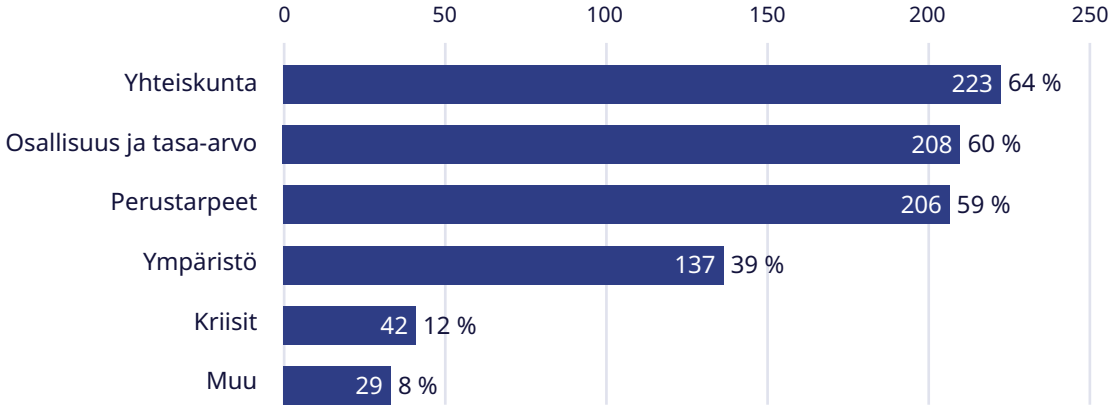
sivut 22–29

Vaikutusalueet ja edunsaajat

Yhteiskunnallisten yritysten vaikutusalueista yleisimpiä olivat yhteiskunta, osallisuus ja tasa-arvoisuus sekä perustarpeet (kuvio 16). Yli puolet vastanneista kertoi vaikuttavansa kuhunkin näistä alueista.

Vaikutusalueet
(N=349)

Kuvio 16. Vaikutusalueet (mahdollisuus valita useita)



Yhteiskunta oli yleisin vaikutusalue osakeyhtiöille (59 %) ja osuuskunnille (74 %) (taulukko 10). Säätiöille (70 %) ja yhdistyksille (84 %) yleisin oli puolestaan osallisuus ja tasa-arvo. Osallisuus ja tasa-arvo oli huomattavasti harvinaisempi alue osakeyhtiöillä (42 %) kuin muilla yhteisömuodoilla (66–84 %). Perustarpeet korostuivat erityisesti yhdistysten (70 %) vaikutusalueena.

Taulukko 10. Vaikutusalueet yhteisömuodon mukaan

Vaikutusalue	Osakeyhtiö (N=167)	Osuuskunta (N=35)	Säätiö (N=46)	Yhdistys (N=96)	Yhteensä (N=344)
Ympäristö	43 %	37 %	46 %	31 %	**39 %**
Kriisit	9 %	11 %	13 %	16 %	**12 %**
Perustarpeet	55 %	46 %	57 %	70 %	**58 %**
Osallisuus ja tasa-arvo	42 %	66 %	70 %	84 %	**60 %**
Yhteiskunta	59 %	74 %	65 %	69 %	**64 %**
Muu	11 %	14 %	2 %	4 %	**8 %**

Klusteroinnin mukaisista tyypeistä yhteiskunnallisesti orientoituneissa (82 %) ja pelkästään vaikuttavuutta painottavissa organisaatioissa (86 %) yleisin vaikutusalue oli osallisuus ja tasa-arvo, kun taas tasapainoisissa korostui yhteiskunta (71 %) ja ympäristöorientoituneilla ympäristö (59 %) (taulukko 11). Myös tasapainoisilla hybrideillä ympäristö oli yleinen vaikutusalue (62 %). Ympäristöorientoituneilla organisaatioilla sekä perustarpeet (44 %), osallisuus ja tasa-arvo (32 %) että yhteiskunta (55 %) olivat selkeästi harvinaisempia vaikutusalueita kuin muun tyyppisillä.

Taulukko 11. Vaikutusalueet tyypittelyn mukaan

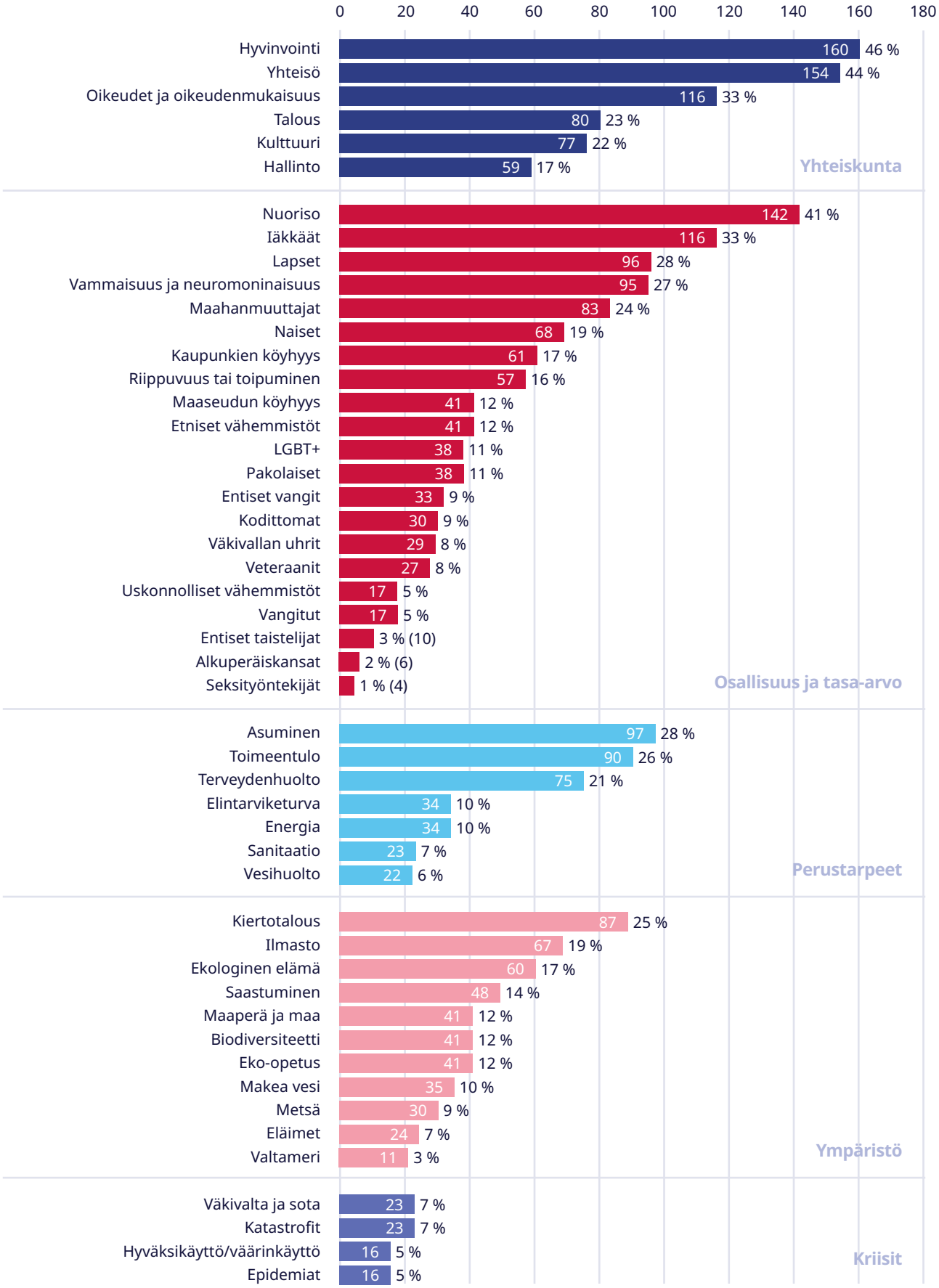
Vaikutusalue	Yhteis-kunnallisesti orientoitunut (N=95)	Ympärisö-orientoitunut (N=85)	Tasa-painoiset (N=69)	Pelkästään vaikuttavuutta painottavat (N=21)	Yhteensä (N=344)
Ympäristö	14 %	59 %	62 %	52 %	**43 %**
Kriisit	12 %	14 %	12 %	19 %	**13 %**
Perustarpeet	74 %	44 %	59 %	67 %	**60 %**
Osallisuus ja tasa-arvo	82 %	32 %	64 %	86 %	**62 %**
Yhteiskunta	78 %	55 %	71 %	81 %	**69 %**
Muu	3 %	9 %	3 %	5 %	**5 %**

Yhteiskunta-kategorian sisällä korostuivat erityisesti hyvinvointiin, yhteisöön sekä oikeuksiin ja oikeudenmukaisuuteen liittyvät vaikutukset (kuvio 17). Osallisuuden ja tasa-arvon osa-alueella yleisimpiä vaikutusalueita olivat nuoriso, iäkkäät, lapset, vammaisuus tai neuromoninaisuus sekä maahanmuuttajat. Perustarpeiden osalta korostuivat puolestaan asuminen, toimeentulo ja terveydenhuolto. Ympäristöön liittyvistä kiertotalous, ilmasto ja ekologinen elämä olivat yleisimpiä vaikutusalueita. Kriiseistä yleisimpiä olivat väkivalta ja sota sekä katastrofit, joskaan vaikutusalue ei kokonaisuudessaan ollut kovin yleinen. Muiksi vaikutusalueiksi vastaajat olivat nimenneet esimerkiksi maatalouden ja rakentamisen, yritysten hyvinvoinnin, työelämän monimuotoisuuden, pitkäaikaistyöttömät ja osatyökykyiset, alueellisen elinvoiman, luonnon kestävän käytön ja kierrätyksen, osaamisen kehittämisen sekä yrittäjyyden.

Vaikutusalueet kategorioittain

(N=349)

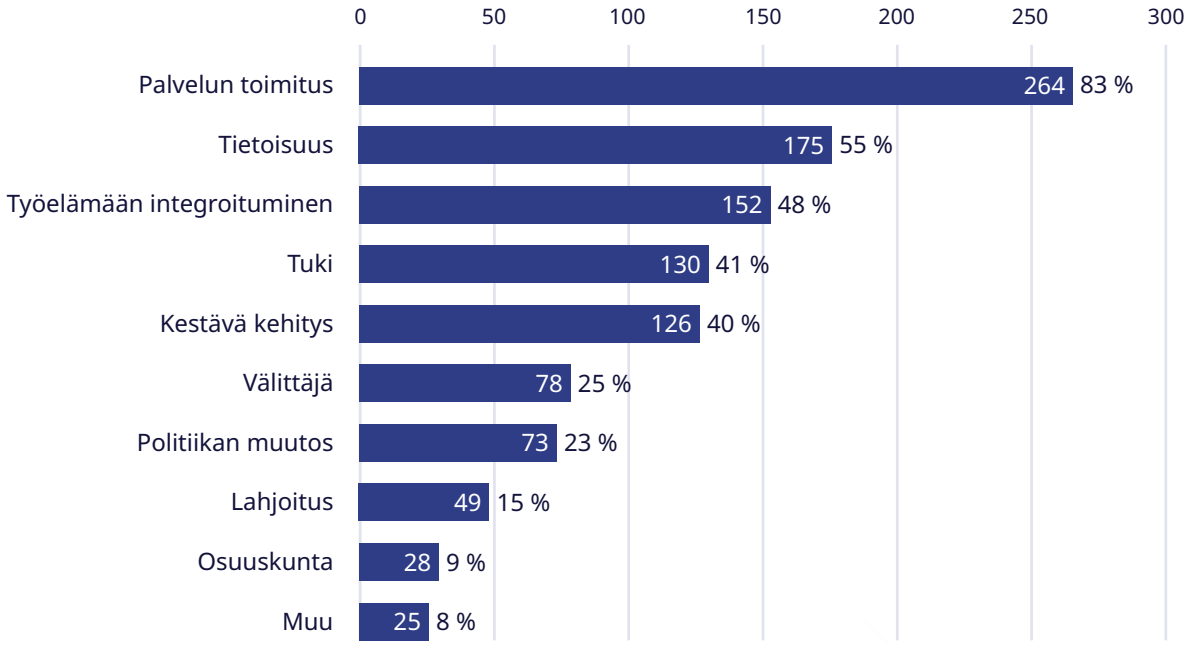
Kuvio 17. Vaikutusalueet kategorioittain (mahdollisuus valita useita)



Vastaajat kertoivat myös, miten he aikaansaavat vaikuttavuutta (kuvio 18). Yleisin ratkaisu oli palvelun toimitus (tavaroiden/palveluiden tarjoaminen kohderyhmälle, 83 %), mutta noin puolet harjoitti myös tietoisuuden lisäämistä (kouluttamista tai yleisen tietoisuuden lisäämistä sosiaalisista tai ympäristökysymyksistä) tai työelämään integroimista (kohderyhmien työllistämistä tai kouluttamista). Myös omien, kohderyhmille suunnattujen tukitoimien rahallinen tukeminen tavaroiden tai palveluiden myynnillä (tuki) sekä ympäristön kannalta vaihtoehtoja kestävämpien tuotteiden tai palvelujen tarjoaminen (kestävä kehitys) olivat noin 40 %:lle vastaajista keinoja aikaansaada vaikuttavuutta. Vain noin viidennes toimi välittäjänä, eli pyrki yhdistämään kohderyhmäläisiä markkinoihin, tai ajoi poliittisia muutoksia sosiaalisiin ja ympäristökysymyksiin liittyen. Vastaajiin lukeutui myös joitakin lahjoitusten avulla muiden toteuttamia tukitoimia rahallisesti tukevia sekä jäsenilleen tavaroita tai palveluita tarjoavia osuuskuntia.

Vaikuttavuuden aikaansaaminen
(N=318)

Kuvio 18. Vaikuttavuuden aikaansaaminen (mahdollisuus valita useita)



Vastaajia pyydettiin myös avoimessa kysymyksessä kuvailemaan sosiaalista ja/tai ympäristöllistä tarkoitustaan sekä vaikutuksia, joita he pyrkivät aikaansaamaan. Taulukkoon 12 on koottu yleisimmät organisaatioiden kuvailemat sosiaaliset tavoitteet ja vaikutukset jaoteltuna neljään osa-alueeseen: työllistämiseen, koulutukseen ja elämänhallintaan; erityisryhmien hyvinvointiin ja tukeen; yhteisöllisyyteen ja yhdenvertaisuuteen; sekä asumiseen.

Taulukko 12. Sosiaaliset tavoitteet ja vaikutukset

Työllistäminen, koulutus ja elämänhallinta	Erityisryhmien hyvinvointi ja tuki
✦ **Hankalasti työllistyvien tukeminen** (pitkäaikaistyöttömät, osatyökykyiset, mielenterveyskuntoutujat, maahanmuuttajat) ✦ **Työmarkkinoiden siltarakentaminen** (kuntouttava työtoiminta, työkokeilut, matalan kynnyksen työpaikat) ✦ **Osaamisen kehittäminen** (koulutus, digitaidot, uraohjaus) ✦ **Yritysten tuki** (kasvu, kansainvälistyminen, vastuullisuustyö)	✦ **Ikääntyvät** (hoiva, yksinäisyyden ehkäisy, kotona asumisen tukeminen ja arjen helpottaminen) ✦ **Lapset ja nuoret** (harrastustoiminta, liikunta, koulutus, syrjäytymisen ehkäisy, turvalliset toimintaympäristöt ja itseluottamuksen rakentaminen) ✦ **Maahanmuuttajat ja vähemmistöt** (kotouttaminen, suomen kielen opetus, kulttuurien välinen kohtaaminen, yhdenvertaisuuden edistäminen) ✦ **Vammaiset ja erityistä tukea tarvitsevat** (itsemääräämisoikeus, yhdenvertaisuus, palveluiden saavutettavuus ja arjen tuki) ✦ **Päihde- ja mielenterveyskuntoutujat** (kuntoutus, vertaistuki, stigmatisoinnin vähentäminen ja toipumisen tukeminen)
Yhteisöllisyys ja yhdenvertaisuus	**Asuminen**
✦ **Yksinäisyyden torjunta** (kahvilat, kohtaamispaikat ja vapaaehtoistoiminta) ✦ **Syrjäytymisen ehkäisy** (ennaltaehkäisevä työ, matalan kynnyksen palvelut ja varhainen tuki) ✦ **Sukupuolten välinen tasa-arvo** ✦ **Kulttuuri ja taide** (taiteilijoiden työllistäminen, kulttuurin saavutettavuus ja hyvinvointivaikuttavuus)	✦ **Kohtuuhintainen asuminen** (vuokra-asuntojen tuottaminen opiskelijoille, nuorille, ikääntyville ja muille heikossa asemassa oleville) ✦ **Asunnottomuuden ehkäisy** (päihde- ja mielenterveyskuntoutujat sekä nuoret)

Taulukko 13 puolestaan havainnollistaa organisaatioiden kuvailemat toiminnan keskeisimmät ympäristölliset tavoitteet ja vaikutukset. Nämäkin on jaettu neljään osa-alueeseen: kiertotalouteen ja jätteenhallintaan; vesihuoltoon ja ympäristön puhdistukseen; energiaan ja ilmastotoimiin; sekä luonnonsuojeluun ja biodiversiteettiin.

Taulukko 13. Ympäristöön liittyvät tavoitteet ja vaikutukset

Kiertotalous ja jätteenhallinta	Vesihuolto ja ympäristön puhdistus
✦ **Jätteiden lajittelu ja kierrätys** (jätehuollon järjestäminen, kierrätysasteen nostaminen ja materiaalien hyötykäytön tehostaminen) ✦ **Uudelleenkäyttö** (tuotteiden elinkaarten pidentäminen, kirpputori- ja kierrätysmyymälätoiminta, materiaalien uudelleenkäyttö) ✦ **Hävikin vähentäminen** (ruokahävikin torjunta ravintolatoiminnassa ja ruoanjakelussa)	✦ **Veden laatu** (jätevesien puhdistus, ravinteiden talteenotto (lannoitteeksi), vesistökuormituksen vähentäminen) ✦ **Vesihuollon ylläpito** (verkostojen kunnon seuranta ja korjausvelan ehkäisy, puhtaan veden jakelu kulutukseen ja teollisuuteen)
Energia ja ilmastotoimet	**Luonnonsuojelu ja biodiversiteetti**
✦ **Energiatehokkuus** (energiatodistukset, rakennusten energiankulutuksen vähentäminen, sisäilman laadun parantaminen) ✦ **Vihreä siirtymä** (aurinkoenergian hyödyntämisen parantaminen, fossiilisten tuotteiden korvaaminen, kriittisten mineraalien vastuullinen louhinta ja käyttö, akkujen kierrätys) ✦ **Päästöjen vähentäminen** (scope 3, hiilijalanjälki, hiilipositiivisten tuotteiden myynti)	✦ **Luonnonhoito** (metsien ja luontoalueiden hoito, kaavoituksen ja luvituksen ympäristövaikutusten arviointi) ✦ **Biodiversiteetti** (lajien elinympäristöjen säilyttäminen, luontokartoitukset ja virkistysalueiden kehittäminen) ✦ **Ilmastotietoisuus** (nuorten ja yhteisöjen tietoisuuden lisääminen kestävästä kehityksestä ja vastuullisista elämäntavoista)

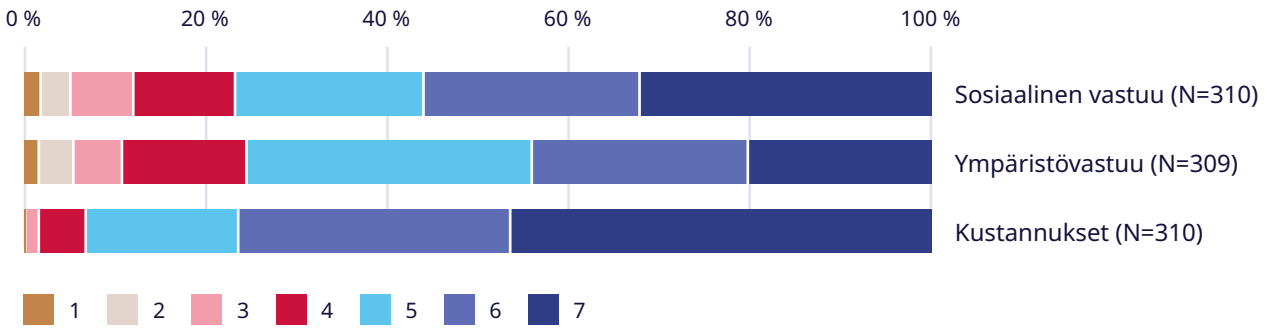
Vastuullisuus hankintapäätöksissä

Organisaatioilta kysyttiin myös, kuinka tärkeitä sosiaalisen vastuun, ympäristövastuun sekä kustannusten näkökohdat ovat tuotteita tai palveluita hankittaessa (kuvio 19). Vastaajat pitivät hankinnoissaan keskimäärin tärkeimpänä näkökohtana kustannuksia (keskiarvo 6,1 asteikolla 1–7). Ympäristö- ja sosiaalinen vastuullisuus ovat myös vähintäänkin melko tärkeitä hankintakriteereitä valtaosalle vastanneista. Sosiaalisen vastuun tärkeyden keskiarvo oli 5,5 ja ympäristövastuun 5,2.

Näkökohtien tärkeys hankintapäätöksissä

(1 = ei lainkaan tärkeä, 7 = erittäin tärkeä)

Kuvio 19. Vastuullisuusnäkökohdat hankintapäätöksissä



Tyyppiklustereita tarkasteltaessa oli huomattavissa, että kaikentyyppiset organisaatiot painottivat hankintapäätöksissään keskimääräisesti eniten kustannuksia (taulukko 14). Tasapainoisilla hankintapäätöstenkin vastuullisuusnäkökohdat olivat keskimäärin melko samalla tasolla, kuten pelkästään vaikuttavuutta painottavillakin, kun taas yhteiskunnallisesti orientoituneilla ympäristövastuun tärkeys oli selvästi alhaisempi kuin sosiaalisen vastuun ja kustannusten. Ympäristöorientoituneilla puolestaan sosiaalinen vastuu jäi vähemmälle painotukselle kuin ympäristövastuu ja kustannukset.

Taulukko 14. Vastuullisuusnäkökohtien tärkeys hankintapäätöksissä, keskiarvot tyyppiklustereittain

Vastuullisuus-näkökohdat	Yhteiskunnallisesti orientoitunut (N=94)	Ympäristö-orientoitunut (N=81)	Tasapainoinen (N=67)	Pelkästään vaikuttavuutta painottava (N=21)
Sosiaalinen vastuu	5,9	4,4	6,2	6,2
Ympäristövastuu	4,7	5,0	6,2	6,0
Kustannukset	6,2	6,0	6,3	6,4

Vaikutusten mittaaminen

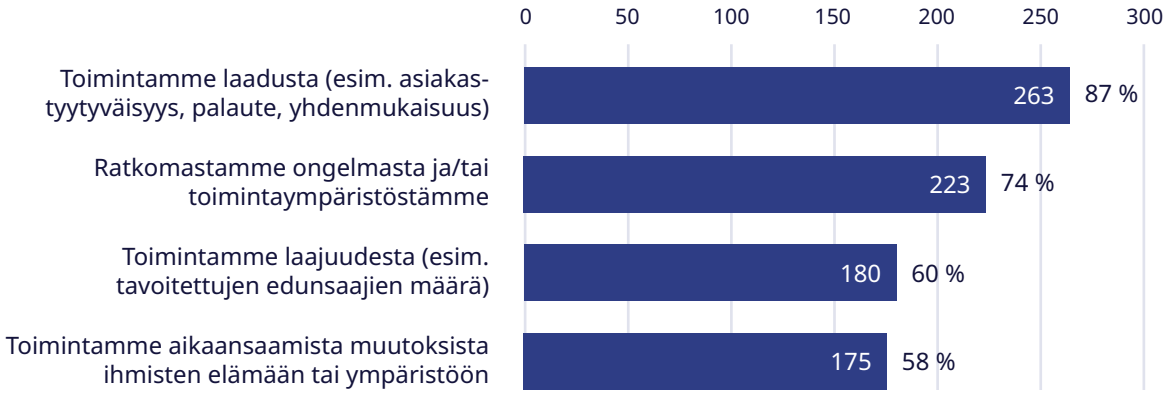
sivut 30–36

Mittaustiedon keruu, käsittely ja hyödyntäminen

Vastaajilta kysyttiin, keräävätkö he säännöllisesti tietoja toiminnastaan ja vaikutuksistaan, ja ketkä käsittelevät mahdollisia mittaustietoja. Yleisin tiedonkeruun kohde oli toiminnan laatu, josta tietoa keräsi 87 % vastanneista organisaatioista (kuvio 20). Kolme neljäsosaa (74 %) keräsi tietoa myös ratkomastaan ongelmasta tai toimintaympäristöstä. Lisäksi monet keräsivät tietoa toimintansa laajuudesta (60 %) sekä toimintansa aikaansaamista muutoksista ihmisten elämään tai ympäristöön (58 %). Jonkinlainen tiedonkeruu oli erittäin yleistä.

Säännöllisesti kerättävät tiedot
(N=301)

Kuvio 20. Tietojen kerääminen (mahdollisuus valita useita)



Kerättävät tiedot vaihtelivat jonkin verran organisaation koon mukaan (taulukko 15). Tietojen kerääminen ongelmasta tai toimintaympäristöstä oli hyvin yleistä kaiken kokoisissa organisaatioissa, mutta tiedonkeruu esimerkiksi toiminnan laajuudesta ja toiminnan aikaansaamista muutoksista oli yleisempää, mitä suurempi organisaatio oli henkilöstömäärältään. Toiminnan laadun mittaaminen oli yleisempää yli 10 henkeä työllistävissä organisaatioissa kuin sitä pienemmissä.

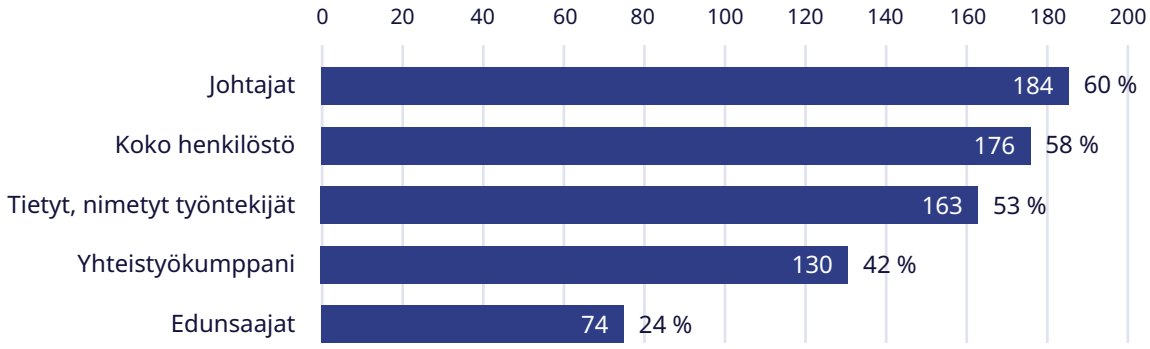
Taulukko 15. Mittaamisen kohteet organisaatiokoon mukaan

Mittaamisen kohde	Alle 10 henkilöä (N=111)	10–49 henkilöä (N=110)	50–249 henkilöä (N=61)	Yli 250 henkilöä (N=17)	Yhteensä (N=299)
Ongelma tai toimintaympäristö	71 %	72 %	79 %	88 %	**74 %**
Toiminnan laatu	76 %	94 %	95 %	94 %	**87 %**
Toiminnan laajuus	50 %	59 %	70 %	82 %	**60 %**
Toiminnan aikaansaamat muutokset	48 %	61 %	66 %	82 %	**58 %**

Yli puolella vastanneista mittaustietoja käsittelivät johtajat (60 %), koko henkilöstö (58 %) sekä tietyt, nimetyt työntekijät (53 %) (kuvio 21). Melko monessa organisaatiossa (42 %) myös yhteistyökumppanit osallistuivat käsittelyyn ja joka neljännessä (24 %) jopa edunsaajat.

Mittaustietojen käsittelyyn osallistuvat
(N=306)

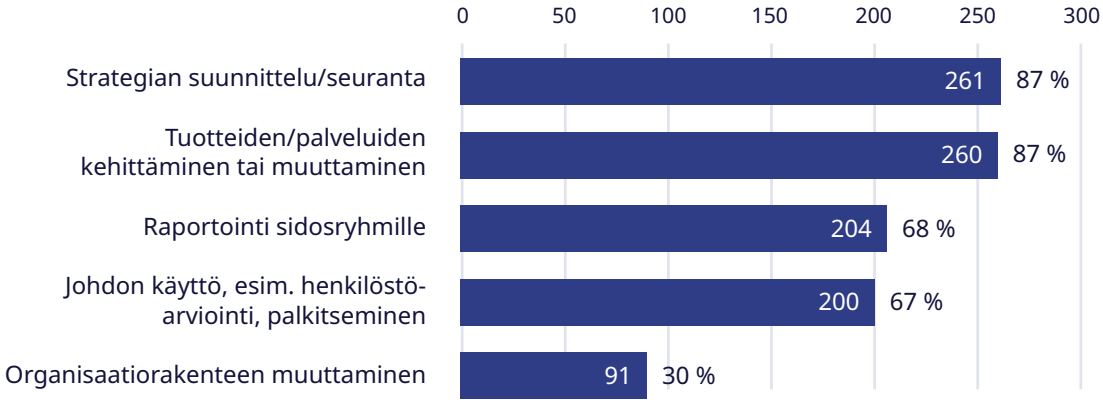
Kuvio 21. Mittaustietojen käsittely (mahdollisuus valita useita)



Yleisimpiä mittaustiedon hyödyntämistapoja olivat strategian suunnittelu ja seuranta (87 %) sekä tuotteiden tai palveluiden kehittäminen tai muuttaminen (87 %) (kuvio 22). Lisäksi yli puolet hyödynsi mittaustietoja sidosryhmäraportoinnissa (68 %) sekä johdon käytössä (67 %). Hyödyntäminen organisaatiorakenteen muuttamiseksi oli vähemmän yleistä, mutta lähes joka kolmannelle vastaajalle (30 %) ominaista.

Mittaustietojen hyödyntäminen
(N=299)

Kuvio 22. Mittaustiedon hyödyntäminen



Mittaustiedon hyödyntäminenkin vaihteli hieman erikokoisten organisaatioiden välillä (taulukko 16). Lähes kaikki hyödyntämistarkoitukset vaikuttivat yleistyvän organisaation koon myötä, joskin esimerkiksi hyödyntäminen tuotteiden tai palveluiden kehittämiseen tai muuttamiseen sekä strategian suunnitteluun tai seurantaan oli hyvin yleistä kaikenkokoisissa organisaatioissa.

Taulukko 16. Mittaustiedon hyödyntäminen organisaatiokoon mukaan

Mittaustietojen hyödyntäminen	Alle 10 henkilöä (N=109)	10–49 henkilöä (N=109)	50–249 henkilöä (N=62)	Yli 250 henkilöä (N=17)	Yhteensä (N=297)
Raportointi sidosryhmillemme	50 %	75 %	84 %	82 %	**68 %**
Johdon käyttö, esim. henkilöstöarviointi, palkitseminen	45 %	76 %	84 %	94 %	**67 %**
Tuotteiden/palveluiden kehittäminen tai muuttaminen	82 %	89 %	90 %	94 %	**87 %**
Organisaatiorakenteen muuttaminen	21 %	33 %	37 %	53 %	**31 %**
Strategian suunnittelu tai seuranta	82 %	88 %	94 %	100 %	**88 %**

Motiivit – miksi mitataan?

Vastaajilta kysyttiin annetun listan avulla syitä tai motivaatiotekijöitä sille, että he mittaavat vaikuttavuuttaan (kuvio 23). Lähes kaikki kysymykseen vastanneet (98 %) olivat valinneet useamman kuin yhden syyn tai motiivin. Yleisimpinä motiiveina erottuivat mission ja tavoitteen toteutumisen varmistaminen (81 %), toimenpiteiden lyhyen ja pitkän aikavälin vaikutusten varmistaminen (81 %) sekä vaikuttavuuden parantamiseen liittyvän päätöksenteon tukeminen (76 %).

Vaikuttavuuden mittaamisen syyt ja motiivit

(N=302)

Kuvio 23. Vaikuttavuuden mittaamisen syyt tai motiivit



Mittaamisen motiivit vaihtelivat jonkin verran organisaatiotyyppien mukaan (taulukko 17). Yhteiskunnallisesti orientoituneille hybrideille tärkeimpiä motiiveja olivat mittaaminen vaikuttavuuden parantamiseen liittyvän päätöksenteon tueksi (88 %) ja mission ja tavoitteen toteutumisen varmistaminen (86 %), kun taas kasvuun tai skaalaukseen valmistautuminen oli syynä vain alle kolmanneksella (30 %). Ympäristöorientoituneilla sekä tasapainoisilla korostuivat toimenpiteiden vaikutusten varmistaminen (ympäristöorientoituneista 79 %, tasapainoisista 77 %) ja mission ja tavoitteen toteutumisen varmistaminen (ympäristöorientoituneista 73 %, tasapainoisista 89 %). Molemmilla tyypeillä mittaaminen lahjoittajien tai sijoittajien vaatimuksiin vastaamiseksi jäi harvinaisimmaksi syyksi (ympäristöorientoituneista 22 %, tasapainoisista 37 %).

Pelkästään vaikuttavuutta painottavilla yleisimpiä motiiveja olivat mittaaminen vaikuttavuuden parantamiseen liittyvän päätöksenteon tueksi (90 %) sekä mittaaminen työntekijöiden motivoimiseksi korostamalla heidän työnsä vaikuttavuutta (90 %).

Taulukko 17. Vaikuttavuusmittaamisen motiivit organisaatiotyypin mukaan

Vaikuttavuuden mittaamisen motiivi	Yhteiskunnallisesti orientoitunut (N=88)	Ympäristöorientoitunut (N=82)	Tasapainoinen (N=65)	Pelkästään vaikuttavuutta painottava (N=21)	Yhteensä (N=256)
Kasvuun tai skaalaamiseen valmistautuminen	30 %	56 %	42 %	19 %	**40 %**
Lyhyen ja pitkän aikavälin vaikutusten varmistaminen	85 %	79 %	77 %	81 %	**81 %**
Vertailu muihin toimijoihin	38 %	51 %	42 %	48 %	**44 %**
Mission ja tavoitteiden toteutumisen varmistaminen	86 %	73 %	89 %	76 %	**82 %**
Vaikuttavuuteen liittyvän päätöksenteon tuki	88 %	68 %	74 %	90 %	**78 %**
Henkilöstön motivointi työn vaikuttavuutta korostamalla	76 %	60 %	62 %	90 %	**68 %**
Organisaation brändin luominen tai kehittäminen	60 %	56 %	57 %	57 %	**58 %**
Rahoituksen saamisen mahdollisuuksien parantaminen	50 %	39 %	66 %	62 %	**52 %**
Resurssien vaikuttavuusperusteinen kohdentaminen	53 %	59 %	60 %	67 %	**58 %**
Uusien asiakkaiden saaminen	55 %	70 %	54 %	38 %	**58 %**
Suhteiden parantaminen yhteistyökumppaneihin	67 %	54 %	69 %	57 %	**63 %**
Uusien yhteistyökumppaneiden saaminen	50 %	43 %	58 %	57 %	**50 %**
Saavutuksista viestiminen, läpinäkyvästi ja vastuullisesti	68 %	60 %	66 %	81 %	**66 %**
Lahjoittajien tai sijoittajien vaatimukset näytöistä	35 %	22 %	37 %	48 %	**32 %**
Mittaamista edellyttävät säädökset	56 %	37 %	52 %	43 %	**48 %**

Mittaamisen motiivit vaihtelivat organisaatiotyyppien välillä eniten kasvun ja skaalauksen motiivin (19–56 %), uusien asiakkaiden saamisen motiivin (38–70 %), rahoituksen saamisen mahdollisuuksien parantamismotiivin (39–66 %) sekä lahjoittajien tai sijoittajien vaatimuksiin vastaamisen motiivin (22–48 %) kohdalla. Tasaisimpia organisaatiotyyppien välillä olivat puolestaan brändin kehittämisen motiivi (56–60 %) ja vaikutusten varmistamisen motiivi (77–85 %).

Tulot

sivut 36–39

Tulojen määrä ja tulos

91 % vastanneista organisaatioista kertoi saaneensa tuloja edellisellä tilikaudella. Tulojen määrä vaihteli nollasta aina 550 miljoonaan euroon asti, joskin valtaosalla (58 %) ne jäivät alle 2 miljoonaan euroon (kuvio 24). Kokonaistulojen mediaani oli noin 1,1 miljoonaa euroa.

Tulot tulivat valtaosalla liiketoiminnasta (tuotteiden ja palveluiden myynnistä), mutta muitakin tuloja, kuten avustuksia tai lahjoituksia, oli noin 44 %:lla vastanneista. Liiketoimintaa harjoittavista moni (42 %) sai kaikki tulonsa siitä (kuvio 25). Noin viidesosalla vastaajista (22 %) yli puolet tuloista tuli muualta kuin liiketoiminnasta.

Tulot, €/vuosi (N=284)

Kuvio 24. Vuositulot

Alle 0,5 miljoonaa	35 % (100)
0,5–2 miljoonaa	23 % (64)
2–10 miljoonaa	26 % (75)
Yli 10 miljoonaa	16 % (45)



Liiketoiminnan osuus tuloista (N=290)

Kuvio 25. Liiketoiminnan osuus tuloista

0–25 %	15 % (43)
26–50 %	7 % (20)
51–90 %	19 % (56)
91–99 %	17 % (48)
100 %	42 % (123)

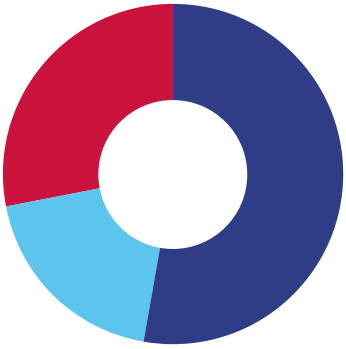


Hieman yli puolet (53 %) vastanneista organisaatioista oli tuottanut voittoa tai ylijäämää edellisellä tilikaudella (kuvio 26). Sen sijaan tappiollisten tai alijäämäisten osuus oli 28 % ja nollatuloksen tehneiden 19 %.

Tulos (N=302)

Kuvio 26. Tulos

Voitto	53 % (159)
Nollatulos	19 % (58)
Tappio	28 % (85)



Tulonlähteet

Vastanneiden organisaatioiden yleisin ja tärkein tulonlähde oli selvästi liiketoiminta (227 organisaatiota, 78 % vastanneista). Kaikista vastanneista yli 60 % (liiketoimintaa harjoittavista yli 80 %) myi tavaroita tai palveluita niin julkisen sektorin tahoille, muille yrityksille kuin yksityishenkilöillekin (kuvio 27). Kansalaisyhteiskunta (esimerkiksi hyväntekeväisyysjärjestöt tai säätiöt) oli liiketoiminnan tulonlähteenä harvinaisempi.

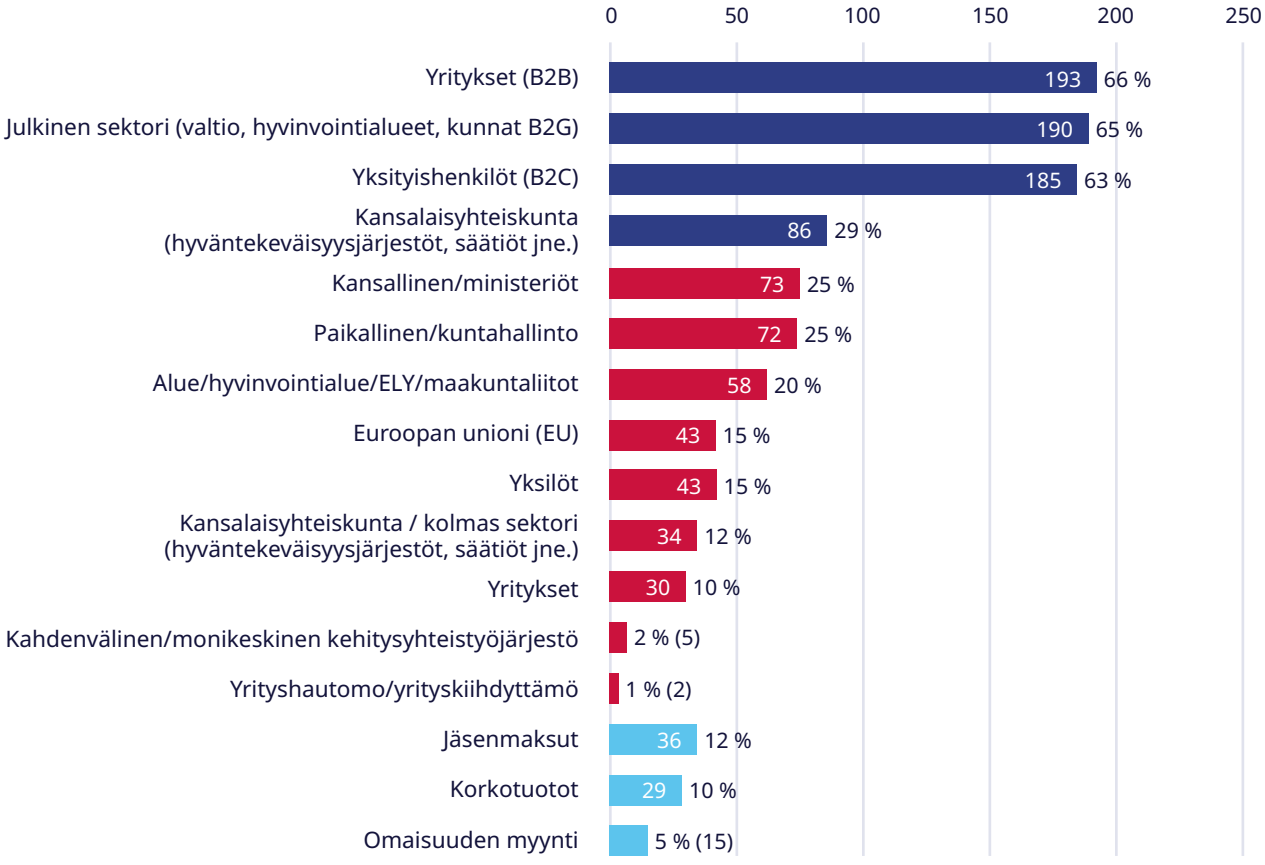
Noin 44 %:lla vastanneista oli avustuksia tai lahjoituksia tulonlähteenä (127 organisaatiota). Näistä noin 70 organisaatiota oli saanut niitä kansallisten (kuten ministeriöt) tai paikallisten (kuten kuntahallinto) viranomaisten myöntäminä. Lisäksi useat organisaatiot olivat saaneet avustuksia tai lahjoituksia aluetason toimijoilta (hyvinvointialue, ELY, maakuntaliitot; 58 organisaatiota), Euroopan Unionilta (43 organisaatiota) tai yksilöiltä (43 organisaatiota). Sen sijaan esimerkiksi kahdenväliset tai monikeskiset kehitysyhteistyöjärjestöt sekä yrityshautomot ja -kiihdyttämöt olivat harvinaisia lähteitä.

Lähes joka neljännellä (67 organisaatiota, 23 %) vastanneella organisaatiolla oli muitakin tulonlähteitä kuin liiketoiminta ja avustukset tai lahjoitukset. Näistä yleisimpiä olivat jäsenmaksut (36 organisaatiota).

Tulonlähteet kategorioittain

(tuloja saaneista, N=292)

Kuvio 27. Tulonlähteet kategorioittain



Toiminnan haasteet ja tukitarpeet

sivut 40–44

Haasteet

Yksi kyselyn osioista koski toiminnan haasteita ja esteitä sekä tukitarpeita. Yleisimmiksi toimintaa haittaaviksi tai estäviksi tekijöiksi valittiin taloudellinen ilmapiiri (58 % vastanneista) sekä poliittiset olosuhteet tai sääntely (53 %). Lisäksi rahoituksen puutteen näki esteeksi 44 % vastaajista ja organisaation rajallisen kapasiteetin 36 % vastaajista. Sen sijaan esimerkiksi tukipalveluiden saatavuuden puute, henkilökunnan taidot tai skaalausvaikeudet nähtiin esteiksi vain melko harvassa organisaatiossa (kuvio 28).

Työn merkittävimmät esteet

(N=309)

Kuvio 28. Työn merkittävimmät esteet

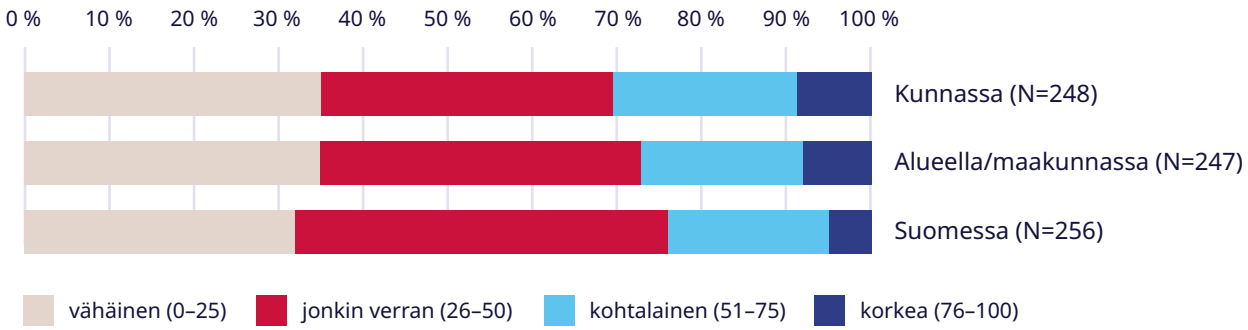


Yhteiskunnallisen yrittäjyyden poliittinen tuki

Yhteiskunnallisen yrittäjyyden poliittisesta tuesta kysyttiin kolmella tasolla: vastaajien omassa kunnassa, alueella tai maakunnassa, sekä Suomessa. Vastaajat pystyivät määrittelemään asteikolla 0–100, kuinka vahvaksi he kokivat tuen kullakin tasolla. Eri tasojen väliset erot eivät olleet suuria: kunnalta saadun tuen keskiarvo oli 39,1, alueelta tai maakunnalta saadun 38,4, ja Suomen tasolla saadun 37,7. Poliittisen tuen vähintään kohtalaiseksi arvioivia oli kuitenkin melko vähän (kuvio 29): kuntansa osalta vajaa kolmasosa (30 %), alueen tai maakunnan osalta 27 % ja Suomen tasolla vain joka neljäs (25 %).

Yhteiskunnallisen yrittäjyyden poliittinen tuki

Kuvio 29. Poliittisen tuen taso



Vastaajia pyydettiin myös tunnistamaan kolme kriittisintä ongelma-aluetta, joissa he kokevat tarvitsevansa ulkopuolista tukea. Taulukkoon 18 on koottu tiivistetysti keskeisimmät löydökset. Näistä merkittävin kokonaisuus liittyi rahoituksen saatavuuteen ja epävarmuuteen.

Taulukko 18. Yritysten kokema tuen tarve ja haasteet

Rahoituksen saatavuus ja epävarmuus	Sääntely, byrokratia ja viranomaistoiminta
✦ **Lyhytjänteisyys:** Suuri osa toiminnasta perustuu hankeavustuksiin, jotka ovat epävarmoja vuosi vuodelta. Kaivataan pitkäjänteistä, ennakoitavaa rahoitusta, joka mahdollistaa henkilöstön pysyvyyden ja strategisen suunnittelun. ✦ **Pankkirahoituksen tiukkuus:** Pankit eivät myönnä lainoja kiinteistö- ja kasvuhankkeisiin tai pitävät rahoitusehdot (korko, vakuudet, byrokratia) liian tiukkoina. ✦ **Leikkaukset ja resurssien vähyys:** Rahoitusleikkaukset uhkaavat toiminnan jatkuvuutta. ✦ **Varainhankinnan osaaminen:** Pienillä toimijoilla ei ole resursseja varainhankintaan, ja prosessit (esim. hankerahoitus) ovat liian byrokraattisia.	✦ **Byrokratian kuormitus:** Hankehaarat, raportointi, verotus ja luvat ovat aikaa vieviä ja kalliita. Byrokratia suosii suuria toimijoita, joilla on oma henkilökunta näihin töihin. ✦ **SOTE-uudistuksen ja hyvinvointialueiden haasteet:** Toimijat kokevat hyvinvointialueiden olevan taloudellisesti ahtailla, mikä johtaa palveluiden ostojen vähenemiseen sekä hinnan ratkaisevaan rooliin kilpailutuksessa. ✦ **Epäselvä lainsäädäntö:** Esim. työmarkkinalainsäädäntö, GDPR ja jätelainsäädäntö estävät toiminnan tehokkuutta ja työllistämistä. ✦ **Viranomaisten saavutettavuus:** Sosiaaliviranomaisten vastausajat ovat pitkiä, ja yhteistyö on ajoittain hidasta tai epävakaata.
Työllistäminen, henkilöstö ja osaaminen	**Kilpailu, markkinointi ja näkyvyys**
✦ **Henkilöstön saanti ja pysyvyys** ovat kriittisiä, erityisesti kun rahoitus ei salli kilpailukykyisiä palkkoja. ✦ **Palkkatukien purku:** Palkkatukien heikentyminen on tehnyt työllistämisen kannattamattomaksi (etenkin pitkäaikaistyöttömät, osatyökykyiset, vammaiset). ✦ **Vapaehtoisten puute:** Monissa yhdistyksissä on liian vähän vapaaehtoisia, eikä palkattua henkilökuntaa voida palkata rahoituksen puutteessa. ✦ **Erikoisosaaminen:** Tarvitaan apua strategian laatimiseen, taloushallintoon, juridiikkaan, HR-hallintoon ja digitalisaatioon (tekoäly, IT-järjestelmät). ✦ **Esihenkilöiden kuormitus:** Esimiesten osaaminen ja työhyvinvointi vaativat tukea, sillä he joutuvat usein tekemään usean eri alan töitä.	✦ **Julkisten hankintojen epäoikeudenmukaisuus:** Kilpailutukset suosivat suuria kansainvälisiä yhtiöitä, jotka voivat laskea hintoja alihankinnalla. Pienet, laadukkaat yhteiskunnalliset toimijat eivät kilpaile hinnoilla, vaan laadulla, mutta hinta ratkaisee. Toimijat kaipaavat lainsäädännöllistä tukea, joka huomioisi yhteiskunnallisen vaikuttavuuden hankinnoissa. ✦ **Markkinointi ja myynti:** Digimarkkinointi ja näkyvyyden lisääminen ovat kalliita, mutta välttämättömiä. Tekoälyn hyödyntäminen markkinoinnissa ja myynnissä on haastavaa pienille toimijoille. ✦ **Asenteet:** Yhteiskunnallista yrittäjyyttä ei aina ymmärretä, vaan sitä pidetään ”hyväntekeväisyytenä”.

Verkostot

Vastanneista 179 (58 %, N=308) kertoi kuuluvansa tai osallistuvansa erilaisiin järjestöihin tai verkostoihin. Taulukossa 19 on kuvattuna verkostot temaattisen jaottelun mukaisesti. Yhteenvetona verkostoista voidaan todeta, että **yhteiskunnallisten yritysten verkostot** ovat vahvasti edustettuina. Vastaajat ovat kiinnostuneita kestävään talouteen, kiertotalouteen ja yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen liittyvistä asioista. **Monialainen yhteistyö** on keskeistä ja vastauksissa näkyy eri sektoreiden (sote, ympäristö, yrittäjyys) välinen yhteistyö. Verkostoissa on myös vahvasti nähtävissä **paikalliset verkostot vs. valtakunnalliset**. Paikalliset verkostot liittyvät esimerkiksi paikallisiin yrittäjäyhdistyksiin, valtakunnallisella tasolla verkostoidutaan kattojärjestöihin sekä kotimaan että kansainvälisellä tasolla.

Taulukko 19. Toiminta verkostoissa

Yhteiskunnalliset yritykset ja vaikuttava liiketoiminta	Sosiaali- ja terveyspalvelut (SOTE) ja järjestötoiminta
✦ **Keskeiset toimijat:** ARVO ry, Suomen Yrittäjät, Suomalainen työ ry, FIBS ✦ **Kansainvälinen ulottuvuus:** Trans Europe Halles, Iconic Houses Network, ICOM ✦ **Muita toimijoita:** Suomen Yrittäjät, kehitysyhtiöt ja Uusyrityskeskukset ✦ Kestävän talouskasvun edistäminen, yhteiskunnallisten yritysten merkitseminen, työllistyminen	✦ **Keskeiset toimijat:** SOSTE, Vanhustyön keskusliitto, Into ry (työpajat/nuorisotalot), OKTETTI, Hali ry ✦ **Kansalaisjärjestöt:** Pelastakaa lapset, Mannerheimin Lastensuojeluliitto ✦ Vanhustyö, nuorisotyö, omaishoito, kehitysvammatyö, mielenterveys
Ympäristö, kierrätys ja ilmasto	**Maaseutu, kylätoiminta ja aluekehitys**
✦ **Keskeiset toimijat:** Renet, SKKY, Kierrätysteollisuus ry, Suomen Kiertovoima, Greenbuilding, KIRA Hub ✦ **Luonnonsuojelu:** Luonnonsuojeluliitto, Villilohi Ry, Luonto-Liitto ✦ Sertifikaatit, kierrätyskeskustoiminta, biokaasu- ja biokierto, vesistöt	✦ **Keskeiset toimijat:** Leader-toimintaryhmät, Suomen kylät, Maakuntaliitot ✦ Maaseutuyrittäjät, kyläyhdistykset, paikalliset työllisyysjärjestöt ✦ Alueellisten elinvoimatekijöiden vahvistaminen
Kansainvälinen yhteistyö ja kansainvälisyys	
✦ **Keskeiset toimijat:** Fingo, ARKE (Arktiset maahanmuuttajat), Renet (eurooppalainen verkosto), EMMAUS international. ✦ **Eurooppalainen verkosto:** Co-leaders community, Euroopan palveluntuottajaliitto (EASPD) ✦ Globaalikasvatus, pakolaisuus, maahanmuutto, yhdenvertaisuus	

Lähdeluettelo

European Commission (2021), Building an Economy that Works for People: An Action Plan for the Social Economy
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

OECD/European Union (2025), Social Economy in Europe: Contributing to Competitiveness and Prosperity, Local Economic and Employment Development (LEED), OECD Publishing, Paris,
https://doi.org/10.1787/3432de93-en

Saebi, T., Lien, L., & Foss, N. J. (2017). What Drives Business Model Adaptation? The Impact of Opportunities, Threats and Strategic Orientation. *Long Range Planning*, 50, 567–581.

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) What is a social enterprise?
https://sewfonline.com/about-sewf/what-is-a-social-enterprise/

UN General Assembly (2023) Promoting the social and solidarity economy for sustainable development. Resolution A/77/L.60.
https://unsse.org/wp-content/uploads/2023/04/A-77-L60.pdf

Valtioneuvosto (2025) Yhteisötalouden ja yhteiskunnallisten yritysten strategia 2026-2030. Valtioneuvoston julkaisuja 2025:116.
https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-050-9

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus (2026a, 15.10.2026) *Tulevaisuuden yhteiskunnan rakentajille.*
https://yyo.fi/

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus (2026b, 15.10.2026) *Tietopankki – datasivusto.*
https://yyo.fi/tietopankki/data/

Liitteet

sivut 46–51

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 vuonna 2026 jo neljättä kertaa. Mukana oli yli 30 Euroopan maata. Suomi oli nyt mukana toista 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 sekä Yhteiskunnallisten yritysten liitto ARVO ry.

Potentiaalisten yhteiskunnallisten yritysten tunnistaminen ja sähköpostiosoitteiden luominen

Kyselyä varten tunnistettiin noin 11 400 yrityksen joukko, joilla katsottiin olevan yhteiskunnallisen 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 koottujen 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 päättäjähaun 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.

Hakuja päivitettiin kesällä 2025 YYO:n datatiedoston päivityksen yhteydessä, ja lopullinen sähköpostitse lähetettyjen kyselykutsujen määrä oli 4718 kappaletta.

Taulukko 1. Vuoden 2023–2024 kyselyä varten tunnistettujen lukumäärät eri lähteistä.

Rekisteröidyt tai muuten tunnistetut yhteiskunnalliset yritykset	850
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	5 417
Ympäristömissio	1 523
Yhteiskunnallinen missio	1 443
Omistajuus	1 905
Rajoitettu voitonjako	546
Yhteiskunnallista vaikuttavuutta tavoittelevat yritykset eri yritystietokannoista	1 684
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 poistetty*	**11 382**
Luotujen sähköpostiosoitteiden määrä	5 414

* 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 2023–2024 toteutetussa kyselyssä käytetyt kysymykset, joita kuitenkin karsittiin huomattavasti. Yhteiskunnallisen yrityksen määrittelyssä ja muissa lomakkeen ydinkysymyksissä noudatettiin World Economic Forumin tiedonkeruusuosituksen mukaista mallia (https://initiatives.weforum.org/global-alliance-for-social-entrepreneurship/data).

EUCLID Networkin johdolla valittiin vuoden 2025 aikana kaikille osallistuville maille yhteiset kysymykset ja tämän lisäksi jokaiselle maalle oli annettu oikeus lisätä maakohtaisia kysymyksiä. Lopullinen kyselylomake sisälsi yhteensä 41 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 esitestattiin GoodMarket-alustalla tutkijoiden ja noin kymmenen tutkimuksen kohderyhmään kuuluvan henkilön toimesta.

Verkkokysely aloitettiin helmikuussa 2026 GoodMarket-alustalla ja kun vastauksia ei muistutuksista huolimatta tullut huhtikuun loppuun mennessä kuin 30 kappaletta, saatiin EUCLID Networkilta lupa toteuttaa kysely Suomessa myös käyttäen Qualtrics-alustaa.

Vastaanottajille lähetettiin toukokuun alussa Qualtricsin kautta henkilökohtainen kyselylinkki saateviestin kera sähköpostilla. Virheellisten ja vanhentuneiden sähköpostien poistamisen jälkeen kutsu kyselyyn saavutti 3 399 vastaanottajaa. Myöhemmin lähetettiin kaksi muistutusviestiä. Vastausaktiivisuutta pyrittiin lisäämään myös yhteydenotoilla puhelimitse. Kaksi haastattelijaa tavoitteli 15.5.–18.6. välisenä aikana puhelimitse yhteensä 652 organisaatiota, joista 379 tavoitettiin. Puhelimitse tavoitetuista 146 lupasi vastata kyselyyn Qualtrics-alustan kautta, 100 kieltäytyi vastaamasta ja 133 haastateltiin puhelimessa siten, että haastattelija syötti vastaukset Qualtrics-järjestelmään. Lopulta kyselyyn saatiin yhteensä 361 kpl vastauksia, joten kyselyn vastausprosentiksi muodostui 10,6.

Aineiston käsittely

Kyselyaineisto käsiteltiin STATA SE 19 -tilasto-ohjelmiston avulla.

Aineisto tarkistettiin aluksi duplikaattivastausten varalta. Yhdessä tapauksessa samasta organisaatiosta oli kahden eri vastaajan vastaukset, ja näistä poistettiin se, joka oli jättänyt enemmän kysymyksiä vastaamatta. Keskeneräisenä palautettuja lomakkeita ei poistettu aineistosta kokonaan, vaan kaikissa taulukoissa ja graafeissa esitetään aina kyseisiin kysymyksiin vastanneiden määrät. Tämä on sikälikin tarkoituksenmukaista, että osa kysymyksistä ei ollut tarkoitettukaan kaikkien vastattavaksi.

Aineistoa muokattiin seuraavasti: (1) numeeriseksi tarkoitetut, 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 (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 kysyttyjen perusteella, esim. kun kysyttiin erikseen organisaation tulot liiketoiminnasta ja tulot muista lähteistä, niin näiden summana laskettiin kokonaistulot, sekä liiketoiminnan prosentuaalinen osuus kokonaistuloista. Systeemin generoimat aika- ja paikkatiedot, monien kysymysten runsas määrä eri vastausvaihtoehtoja, sekä aineiston käsittelyvaiheessa muodostetut uudet muuttujat mukaan lukien aineistossa oli lähes 250 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: yhtiömuoto, koko (tulot, henkilöstö), ikä ja liiketoiminnan osuus tuloista. Näiden osalta raporttiin on sisällytetty ainoastaan 5 % riskitasolla tilastollisesti merkitseväksi havaittuja yhteyksiä.

Vastanneet yritykset tyypiteltiin neljään ryhmään klusterianalyysin avulla. Ryhmittelyn perustana oli kolme muuttujaa, jotka kuvastivat sosiaalisten vaikutusten, ympäristövaikutusten ja taloudellisen tuoton merkittävyyttä organisaation strategisessa päätöksenteossa. Näihin vastattiin liukuasteikolla 0=ei lainkaan tärkeä ... 100=äärimmäisen tärkeä. Klusteroinnissa käytettiin organisaatioiden välisen samankaltaisuuden / erilaisuuden mittarina euklidisen etäisyyden neliötä sekä ryhmittelyalgoritmina Wardin menetelmää. Tuloksena syntynyttä ryhmittelyä käytettiin yhtenä taustamuuttujana ristiintaulukoinneissa ja raporttiin on sisällytetty 5 %:n riskitasolla tilastollisesti merkitsevät yhteydet muihin muuttujiin.

Koska kaikkien vastanneiden organisaatioiden ei voida välttämättä katsoa täyttävän kaikkia yhteiskunnallisen yrityksen tunnuspiirteitä, aineistosta tehtiin herkkyysanalyyseja vertaamalla vastauksia kolmen ryhmän kesken. Ensimmäiseen, suurimman relevanssin ryhmään sijoitettiin ne 245 organisaatiota (68 % vastanneista), jotka ilmoittivat yhteiskunnallisen vaikutuksen olevan toimintansa ensisijainen päämäärä. Kansainvälisessä ESEM-raportissa tätä pidetään kynnyskysymyksenä ja kielteisesti vastanneet poistetaan aineistosta. Toiseen ryhmään sijoitettiin organisaatiot (N=56, 15 %), joilla vaikutukset eivät olleet ensijainen toiminnan tarkoitus, mutta kuitenkin strategisessa päätöksenteossa vähintään yhtä tärkeitä kuin taloudelliset intressit. Viimeiseen ryhmään jäivät ne 60 organisaatiota (17 %), joilla vaikutukset eivät olleet ensisijainen päämäärä eivätkä strategisesti niin tärkeitä kuin taloudelliset intressit. Relevanssiryhmittelyn jälkeen testattiin ryhmien välisiä eroja kaikkien muiden lomakkeen kysymysten suhteen, mutta tilastollisesti merkitseviä poikkeavuuksia ei havaittu.