

Kestävyys on suomalaisen yrittäjyyden vahvuus, mutta ei vielä kasvun moottori

10.8.2026

Tässä Global Entrepreneurship Monitor -tutkimusta käsittelevässä artikkelisarjassa suomalaisesta yrittäjyydestä on piirtynyt monelta osin varovainen kuva. Tulosten (Björk ym., 2026) mukaan Suomessa yrittäjyysaikomukset ja varhaisen vaiheen yrittäjyysaktiivisuus ovat kansainvälisesti verraten matalia, ja epäonnistumisen pelko jarruttaa monen yrittäjyysaikeita. Ympäristö- ja vastuullisuusteemoissa kuva on kuitenkin myönteisempi.

Suomalaiset yrittäjät näyttävät huomioivan sosiaalisia ja ympäristövaikutuksia päätöksenteossaan varsin vahvasti. Yli 70 prosenttia sekä varhaisen vaiheen yrittäjistä että vakiintuneista yrittäjistä kertoo ottavansa sosiaaliset vaikutukset huomioon yrityksen tulevaisuutta koskevissa päätöksissä. Ympäristövaikutuksia huomioi 64 prosenttia varhaisen vaiheen yrittäjistä ja 67 prosenttia vakiintuneista yrittäjistä.

Globaalissa vertailussa 48 maan varhaisen vaiheen yrittäjistä keskimäärin 84 prosenttia kertoo huomioivansa sosiaaliset tai ympäristövaikutukset yrityksensä tulevaisuutta koskevissa päätöksissä (Global Entrepreneurship Monitor, 2026). Suomessa vastaava osuus oli 79 %. Suomen tulos ei siis ole poikkeuksellisen korkea, ja globaalissa vertailussa on syytä muistaa, että vastaajien toimintaympäristöjen erot voivat heijastua siihen miten kysymyksiin vastataan: suomalainen yrittäjä harvoin koko tarvetta vaikkapa välttää lapsityövoiman käyttöä. Joka tapauksessa korkea prosentti soittaa, että vastuullisuus on selvästi osa suomalaisten yrittäjien päätöksentekoa.

Tärkeä kysymys onkin, mitä tästä seuraa vai seuraako mitään. On eri asia huomioida ympäristövaikutuksia

yrityksen arjessa kuin rakentaa tuotteita, palveluja, ansaintalogiikkaa tai kasvua kestävyyden varaan. Jääkö kestävyys suomalaisessa yrittäjyydessä vastuulliseksi toimintatavaksi vai muuttuuko se myös uuden liiketoiminnan lähteeksi?

GEM mittaa kestävyyttä tekoina ja päätöksinä

GEM-tutkimuksessa kestävyys ei tarkoita vain yleistä myönteistä suhtautumista vastuullisuuteen. Yritysvastuuta tarkastellaan useasta näkökulmasta: huomioivatko yrittäjät sosiaalisia ja ympäristövaikutuksia päätöksenteossaan, asettavatko he nämä vaikutukset voiton tai kasvun edelle, ovatko he tehneet konkreettisia toimia ympäristö- tai sosiaalisten vaikutusten parantamiseksi ja ovatko he määritelleet näihin liittyviä tavoitteita, toimenpiteitä ja mittareita.

Aineiston perusteella vastuullisuus näkyy suomalaisessa yrittäjyydessä ennen kaikkea päätöksenteon tasolla. Yli 70 prosenttia sekä varhaisen vaiheen yrittäjistä että vakiintuneista yrittäjistä ilmoitti huomioivansa sosiaaliset vaikutukset tehdessään yrityksen tulevaisuutta koskevia päätöksiä. Ympäristövaikutusten kohdalla luvut olivat hieman matalampia mutta edelleen vahvoja. Varhaisen vaiheen yrittäjistä 64 prosenttia ja vakiintuneista yrittäjistä 67 prosenttia ilmoitti huomioivansa ympäristövaikutukset yrityksen tulevaisuutta koskevissa päätöksissä. Ympäristövaikutuksilla tarkoitettiin esimerkiksi viheralueiden säilyttämistä, päästöjen vähentämistä, jätteiden lajittelua sekä veden, sähkön ja polttoaineiden tietoista kulutusta.

Vastuullisuus näkyy myös käytännön toimissa. Varhaisen vaiheen yrittäjistä 54 prosenttia ja vakiintuneista yrittäjistä 56 prosenttia oli viimeisen vuoden aikana tehnyt toimia yrityksen ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Näitä voivat olla esimerkiksi energiansäästö, hiilipäästöjen vähentäminen, tehokkaampien koneiden käyttöönotto, jätteiden käsittely, kierrätettävien materiaalien käyttö tai vaihtoehtoisten kulkutapojen hyödyntäminen.

Sosiaalisten vaikutusten vahvistamiseen tähtäävät toimet olivat selvästi harvinaisempia. Varhaisen vaiheen yrittäjistä 36 prosenttia ja vakiintuneista yrittäjistä 28 prosenttia oli viimeisen vuoden aikana tehnyt toimia yrityksen sosiaalisen vaikutuksen vahvistamiseksi. Tällaisia toimia voivat olla esimerkiksi työpaikkojen luominen heikommassa työmarkkina-asemassa oleville, sosiaalisten yritysten sisällyttäminen toimitusketjuun, monimuotoisen työvoiman varmistaminen, ihmisoikeuksia ja ympäristöä kunnioittavien toimittajien suosiminen sekä yhteisöjä tukevat hankkeet.

Kuva muuttuu vielä tarkemmaksi, kun katsotaan kestävyyden tavoitteellista johtamista ja kestävyysorientoitunutta yrittäjyyttä. GEMissä kestävyysorientoituneiksi yrittäjiksi luokitellaan ne varhaisen vaiheen yrittäjät, joilla yhdistyvät useat kestävyyteen liittyvät tekijät: halu vaikuttaa myönteisesti maailmaan, konkreettiset kestävyyttä edistävät toimet, kestävyyden huomioiminen yrityksen strategiassa sekä valmius asettaa sosiaaliset tai ympäristövaikutukset voiton tai kasvun edelle. Tällä tiukemmalla määritelmällä vain noin 13 prosenttia suomalaisista varhaisen vaiheen yrittäjistä oli kestävyysorientoituneita.

Pk-yritysten kestävyys ei ole yksi asia

Noin 13 prosentin osuus kestävyysorientoituneista varhaisen vaiheen yrittäjistä ei tarkoita, että suomalaisyrittäjät suhtautuisivat kestävyyteen välinpitämättömästi. Pikemminkin se kertoo siitä, että vastuullisuuden huomioiminen ja kestävyyslähtöinen liiketoiminta ovat eri asioita.

Pk-yrityksissä kestävyys voi tarkoittaa hyvin erilaisia käytäntöjä. Yhdelle yritykselle se on energiankulutuksen pienentämistä, toiselle vastuullisia hankintoja, kolmannelle työntekijöiden hyvinvoinnista huolehtimista ja neljännelle kokonaan uutta liiketoimintaa vihreän siirtymän ympärillä. Siksi kestävyyttä ei kannata tarkastella vain yksittäisinä tekoina tai lopputuloksina. Zamanin, Tanewskin ja Ekanayaken (2025) mukaan pk-yritysten kestävyys tulisi ymmärtää käytäntöjen, strategian, suorituskyvyn ja arvonluonnin kokonaisuutena.

Tämä näkökulma auttaa tulkitsemaan myös GEM-tuloksia. Yritys voi tehdä ympäristön kannalta järkeviä ratkaisuja ilman, että koko liiketoiminta rakentuu kestävyyden varaan. Toisaalta kestävyys voi joissakin yrityksissä olla varsinainen liikeidean perusta: ratkaistaan asiakkaan ongelmaa tavalla, joka samalla vähentää ympäristökuormitusta tai vahvistaa sosiaalista vaikuttavuutta.

Pienissä yrityksissä vastuullisuus ei aina näy erillisenä strategiana, raporttina tai mittaristona. Se voi näkyä siinä, miten materiaaleja käytetään, miten hävikkiä vähennetään, mistä tuotteet hankitaan, millaisia kumppaneita valitaan tai miten henkilöstöä kohdellaan. Nämä arjen ratkaisut ovat tärkeitä, mutta ne eivät automaattisesti muutu kilpailueduksi. Siihen tarvitaan askel pidemmälle: vastuullisuuden pitäisi vaikuttaa siihen, mitä yritys tarjoaa, kenelle se tarjoaa ja miksi asiakas valitsisi juuri tämän yrityksen.

Pienessä yrityksessä kestävyys alkaa arjessa

Mikro- ja pienyrityksissä kestävyyden edistäminen lähtee usein käytännön tarpeista. Yrittäjä ei välttämättä aloita vastuullisuustyötä ilmastostrategiasta, vaan sähkölaskusta, materiaalihävikistä, asiakkaiden kysymyksistä, työntekijöiden saatavuudesta tai tarpeesta käyttää resursseja tehokkaammin.

Becerra-Bizarrónin ja Gomez-Bernalin (2025) katsaus mikro- ja pienyritysten kestävyyteen korostaa, että kestävien käytäntöjen käyttöönotto riippuu vahvasti yrityksen omasta kontekstista. Toimiala, paikallinen markkina, osaaminen, resurssit ja asiakkaiden odotukset vaikuttavat siihen, millaiset vastuullisuustoimet ovat yritykselle realistisia.

Tämä on tärkeä muistutus myös suomalaisessa yrittäjyyskeskustelussa. Sama vastuullisuuspuhe ei toimi samalla tavalla konepajassa, ravintolassa, ohjelmistoyrityksessä, maatilalla ja yksinyrittäjän asiantuntijapalvelussa. Yhdelle yritykselle vaikuttavin teko voi olla energiankäytön tehostaminen, toiselle toimitusketjun läpinäkyvyys, kolmannelle kiertotalouteen perustuva palvelumalli ja neljännelle henkilöstön työkyvyn vahvistaminen.

Siksi kestävyyden pitää kääntyä yrityksen omalle kielelle. Yleisistä arvoista on päästävä kustannuksiin, riskeihin, asiakasarvoon, erottautumiseen, tuottavuuteen ja markkinoihin. Muuten vastuullisuus jää helposti hyväksi aikomukseksi, joka väistyy kiireessä kassavirran, henkilöstöasioiden ja asiakastyön tieltä.

Vastuullisuus on usein reunaehto, ei vielä liikeidea

Suomen tuloksia voi tulkita myös niin, että vastuullisuus on monelle yrittäjälle osa hyvää yritystoimintaa. Ympäristö- ja sosiaalisia vaikutuksia huomioidaan, ja erityisesti ympäristövaikutusten vähentämiseksi on tehty konkreettisia toimia. Tämä on vahvuus.

Samalla noin 13 prosentin osuus kestävyysorientoituneista varhaisen vaiheen yrittäjistä kertoo, että kestävyyden ympärille rakentuva yrittäjyys on edelleen rajallinen ilmiö.

Haittojen vähentäminen on tärkeää, mutta liiketoiminnan uudistuminen edellyttää muutakin. Kestävyydestä tulee kasvun lähde vasta silloin, kun se kytkeytyy asiakasarvoon, tuotekehitykseen, osaamiseen ja markkinoille pääsyyn.

Kestävyys tarvitsee tuekseen käytännön välineitä

Jos kestävyydestä halutaan nykyistä vahvemmin liiketoimintaa, yrittäjät tarvitsevat vähemmän yleistä vastuullisuuspuhetta ja enemmän käyttökelpoisia välineitä. Tämä koskee yrityspalveluja, rahoittajia, koulutusta ja kehittämisorganisaatioita.

Ensimmäinen tarve liittyy toimialakohtaisuuteen. Pienelle yritykselle ei riitä viesti, että vastuullisuus on tärkeää. Sen täytyy nähdä, mitä kestävyys tarkoittaa juuri sen omalla toimialalla: missä syntyvät suurimmat kustannukset, riskit, päästöt, säästöt tai uudet asiakastarpeet.

Toinen tarve koskee mittaamista. Pk-yritys ei yleensä tarvitse raskasta raportointijärjestelmää, mutta se tarvitsee ymmärrettäviä tapoja seurata esimerkiksi energiankulutusta, materiaalihävikkiä, hankintoja, kuljetuksia, työhyvinvointia tai asiakasvaikutuksia. Ilman mittareita vastuullisuus jää helposti yleiseksi periaatteeksi, jota on vaikea johtaa.

Kolmas kysymys on asiakasarvo. Kestävyys muuttuu liiketoiminnaksi vasta, kun se merkitsee asiakkaalle jotakin: pienempää riskiä, parempaa laatua, kustannussäästöä, luotettavuutta, vastuullisempaa valintaa tai uutta ratkaisua todelliseen ongelmaan. Tässä moni yritys tarvitsee apua sanoittamiseen ja tuotteistamiseen.

Myös rahoituksessa olisi syytä tunnistaa pienet kestävyyskokeilut. Vihreä siirtymä ei tapahdu vain suurissa investoinneissa tai teknologiayrityksissä. Se voi näkyä myös pienissä palveluinnovaatioissa, materiaaliratkaisuissa, energiatehokkuudessa, paikallisissa arvoketjuissa ja uudenlaisissa toimintamalleissa.

Suomen GEM-tulokset kertovat, että vastuullisuus on jo osa monen yrittäjän päätöksentekoa, mutta se ei vielä tee kestävyydestä kasvun moottoria. Seuraava askel on käytännöllinen: miten ympäristö- ja sosiaalinen vastuu muutetaan tuotteiksi, palveluiksi, kustannussäästöiksi, asiakasarvoksi ja uusiksi markkinoiksi? Kestävä yrittäjyys vahvistuu silloin, kun se on yrittäjälle myös toteuttamiskelpoinen ja kannattava tapa tehdä

liiketoimintaa.

Tämä artikkeli kuuluu Global Entrepreneurship Monitor Suomi 2025/2026 -tutkimusta käsittelevään artikkelisarjaan. GEM-tutkimusta toteuttavat Suomessa Oulun yliopiston Kerttu Saalasti Instituutti ja Seinäjoen ammattikorkeakoulu osana kansainvälistä Global Entrepreneurship Monitor -tutkimuskonsortiota. Suomen tutkimusta ovat rahoittaneet Suomen Yrittäjät, Keskitien säätiö, Säästöpankki Optia ja Töysän Säästöpankkisäätiö.

Sarjassa aiemmin ilmestyneet:

Suomi on ehkä onnellisin maa, mutta ei yritteliäinHyvät rakenteet eivät yksin tee yrittäjyyskulttuuriaSukupuolten välinen yrittäjyyskuilu hidastaa Suomen uudistumistaNuoret näkevät yrittäjyydessä enemmän mahdollisuuksia kuin muu SuomiAsiantuntijat uskovat tekoälyyn enemmän kuin yrittäjät sitä hyödyntävätKasvuyrityksiä tuetaan, mutta uusien yrittäjien rahoituksessa ongelmia**Sanna Joensuu-Salo, Anmari Viljamaa ja Elina Varamäki**
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Pauliina Björk, Martti Saarela, Nafisa Yeasmin, Robert van der Have, Ossi Kotavaara ja Matti Muhos
Oulun yliopiston Kerttu Saalasti Instituutti

Lähteet

Becerra-Bizarrón, M. E., & Gomez-Bernal, J. R. (2025). Business sustainability practices in micro and small enterprises: A systematic review. *PLOS Sustainability and Transformation, 4*(11), e0000140. https://doi.org/10.1371/journal.pstr.0000140

Björk, P., Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., Saarela, M., Yeasmin, N., van der Have, R., Kotavaara, O., Varamäki, E., & Muhos, M. (2026). *Global Entrepreneurship Monitor 2025/2026 Finnish Report* (Publications of the University of Oulu Kerttu Saalasti Institute, 4/2026). University of Oulu Kerttu Saalasti Institute. https://urn.fi/URN:NBN:fi:oulu-202604012418

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2026). *Global Entrepreneurship Monitor 2025/2026 global report: From uncertainty to opportunity*. Global Entrepreneurship Monitor. https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report

Zaman, M., Tanewski, G., & Ekanayake, G. (2025). What does sustainability mean for small and medium enterprises: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production, 492*, 144830. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2025.144830