

Sosiaalinen vastuu palvelualoilla

Paltan jäsenkyselyn tulokset 2024



Selvityksen sisältö

1 Johdanto	3
2 Sosiaalinen vastuu palvelualoilla – kyselyn tulokset	8
2.1 Sosiaalisen vastuun vastuut ja toiminnot	
2.2 Sosiaalinen vastuu palvelualoilla	
2.3 Sosiaalisen vastuun tavoitteet	
2.4 Sosiaalisen vastuun toimenpiteet	
2.5 Sosiaalisen vastuun haasteet ja mahdollisuudet	
2.6 Kyselyn tulosten yhteenveto	
3 Johtopäätöksiä	35

Taustatiedot

1

Johdanto

Selvityksen tausta

- Vastuullisuus ja erityisesti sosiaalinen vastuu ovat palvelualoilla yhä tärkeämmässä roolissa.
- Toteuttamalla sosiaalisen vastuun selvityksen Palta halusi
 - kartoittaa **sosiaalisen vastuun nykytilaa palvelualojen yrityksissä**, sekä
 - selvittää **sosiaaliseen vastuuseen liittyviä toimenpiteitä, haasteita ja mahdollisuuksia palvelualoilla**.
- Samalla selvityksellä haluttiin edistää Paltan jäsenyritysten ymmärrystä sosiaalisesta vastuusta kokonaisuutena.



Keskeiset sosiaalisen vastuun käsitteet

Sosiaalinen vastuu

Yrityksen suhde ihmisiin ja yhteiskuntaan. Yrityksen vaikutuspiirissä oleviin sidosryhmiin voivat kuulua esimerkiksi oma henkilöstö, asiakkaat, yhteistyökumppanit ja paikallisyhteisöt. Pohjan sosiaaliselle vastuullisuudelle asettavat ihmisoikeudet. Teemaan liittyvät mm. työhyvinvointi, työehdot, tasa-arvo, yhdenvertaisuus, monimuotoinen henkilöstö ja osallistava työkuultuuri.

Ihmisoikeusvastuu

Yritysten vastuu kunnioittaa kansainvälisesti tunnustettuja ihmisoikeuksia. Keskiössä on yritys vastuudirektiiviin pohjautuva huolellisuusvelvoite, jonka avulla yritykset pystyvät tunnistamaan, arvioimaan ja vähentämään yrityksen toiminnasta aiheutuvia haitallisia vaikutuksia ihmisille ja ihmisoikeuksien toteutumiseksi.

Monimuotoisuus, yhdenvertaisuus & mukaan ottaminen

Käsitteistä puhutaan usein englanninkielisin termein diversity, equity, and inclusion (DEI). DEI-työssä huomioidaan sekä yrityksen oma henkilöstö että asiakkaat, ja sillä tavoitellaan oikeudenmukaisia, tasa-arvoisia ja osallistavia ympäristöjä, joissa kaikki yksilöt kokevat olevansa arvostettuja, ja joissa erilaisten ihmisten tarpeet huomioidaan yhdenvertaisesti.

Arvoketju

Kuvaa kaikkia niitä yrityksen toimintoja ja prosesseja, jotka ovat mukana tuotteen tai palvelun luomisessa, sen toimittamisessa asiakkaille ja arvon lisäämisessä jokaisessa vaiheessa.

Sosiaalisen vastuun kysymykset koskevat yrityksen koko arvoketjua

Hankinta

Omat operaatiot

Asiakasrajapinta

Hankintaketjun työntekijät

- Hankintaketjun ihmisoikeudet ja työntekijän oikeudet
- Hankintaohjelmat ja vastuullisen hankinnan tuki

Omat työntekijät

- Työvoiman houkuttelu ja pito
- Työntekijän oikeudet ja yhdenvertainen kohtelu
- Terveys, hyvinvointi & turvallisuus

Asiakkaat & kuluttajat

- Asiakaskunnan monimuotoisuuden huomioiminen & palveluiden saavutettavuus
- Asiakaskunnan terveys, hyvinvointi & turvallisuus
- Asiakaskunnan yksityisyyden suoja ja eettinen datan käyttö

Ympäröivät yhteisöt

- Liiketoiminnan vaikutukset ympäröiviin yhteisöihin, esimerkiksi vaikutukset asumisolosuhteisiin, tiedonsaantiin, kulttuuriin, elinkeinoon

Lähde: Impaktly Strategy Oy

Selvityksen toteutustapa

- Selvitys toteutettiin taustatyönä ja Paltan jäsenyrityksille suunnattuna kyselytutkimuksena.
 - Kysely toteutettiin verkkokyselynä 15.8.-5.9.2024 välisenä aikana. **Kyselyyn vastasi vastausaikana yhteensä 137 yritystä.**
 - » Kyselyn otos ei ole tilastollisesti edustava, mutta sen tulokset ovat suuntaa antavasti yleistettävissä.
 - » Kyselyssä käytetyt toimialaluokat vastaavat pääosin Toimialaluokituksen (TOL2008) kirjaintasoja: logistiikka (H), informaatio- ja viestintä (J), yritys- ja asiantuntijapalvelut (M), hallinto- ja tukipalvelut (N), viihde- virkistys ja muut palvelut (R, S, 64, 855, 87), tekniset palvelut (01, 02, 16, 25, 32, 33, 43, 45, 46) tai muut.
- Tässä selvityksessä esitellään kyselyn tulokset ja tuloksista nousseet johtopäätökset.
- Selvityksessä tarkastellaan sosiaalista vastuuta vastuullisraportointidirektiivin (CSRD) arvoketjumääritelmän mukaisesti, huomioiden oma henkilöstö, arvoketjun työntekijät, kuluttajat ja asiakkaat sekä ympäröivät yhteisöt. Palvelualojen yrityksillä tarkoitetaan tässä selvityksessä Paltan edustamia palvelualoja.
- Selvityksen suunnittelu ja taustatyö toteutettiin yhteistyössä Impaktlyn Strategyn kanssa.

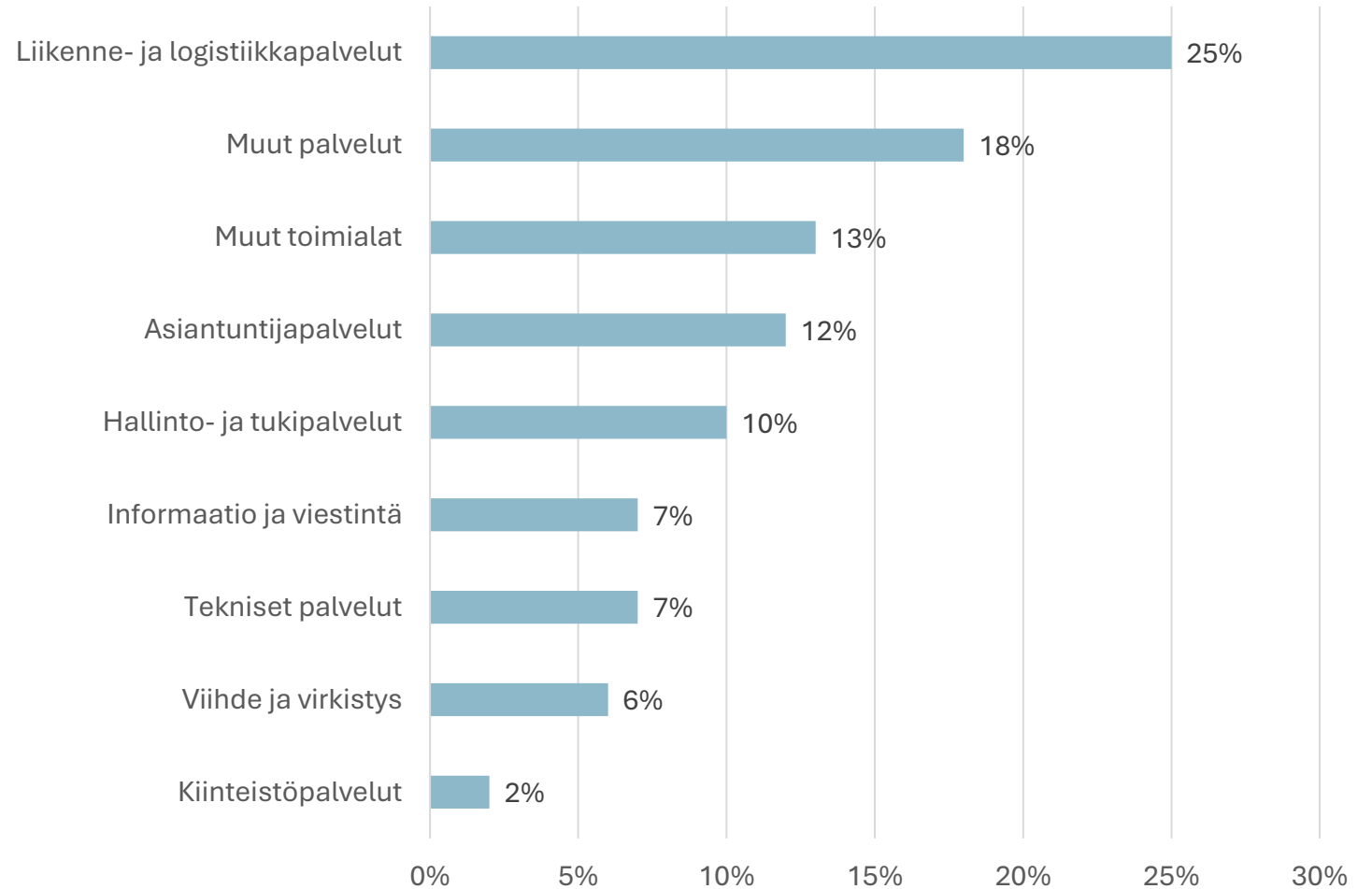
2

Sosiaalinen vastuu palvelualueilla – kyselyn tulokset

Vastaajaprofiili

Yrityksen henkilöstömäärä	
0–9	24,1%
10–49	41,6%
50–249	14,6%
250–500	8,0%
500–1000	4,4%
Yli 1000	7,3%

Mikä seuraavista kuvaa parhaiten yrityksesi toimialaa (n=137)

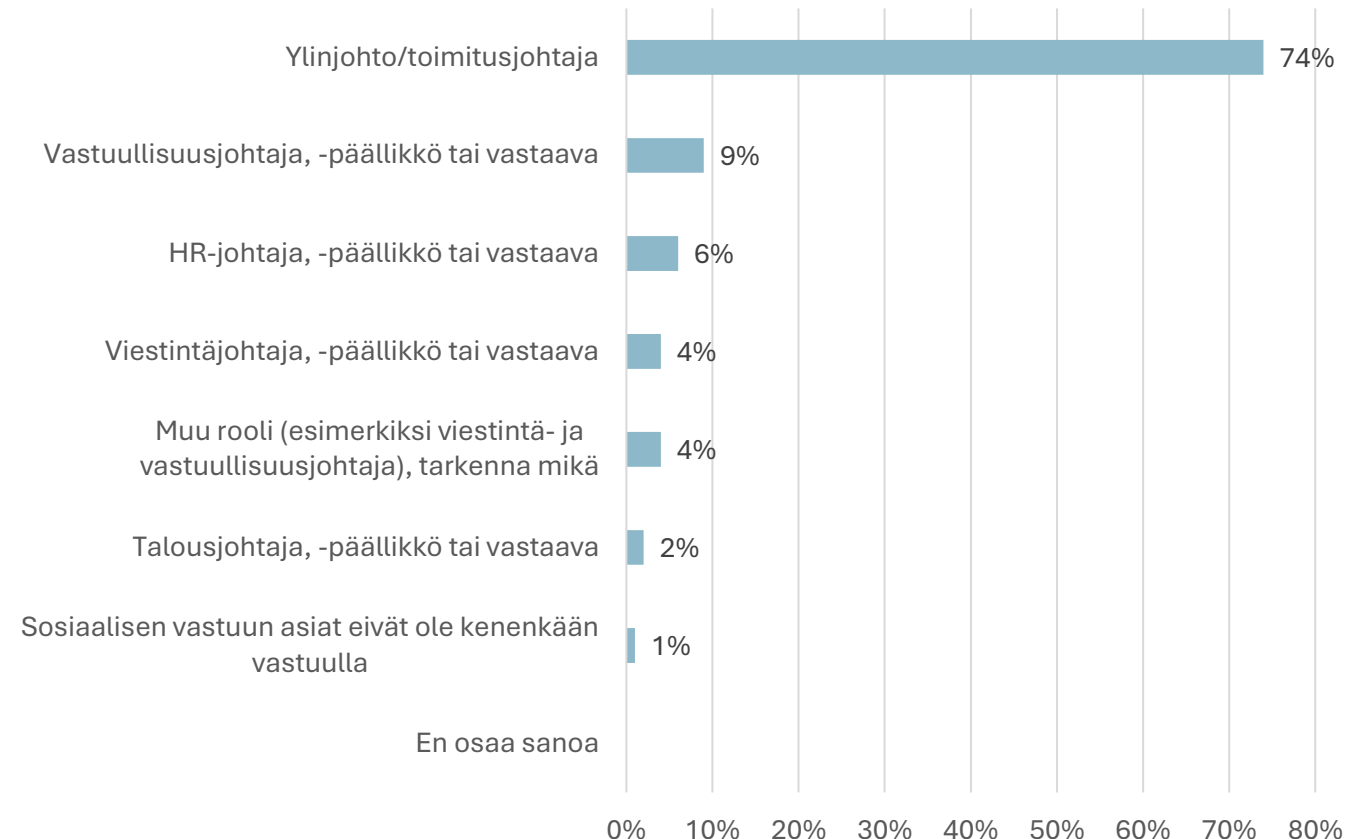


Sosiaalisen vastuun vastuut ja toiminnot

Sosiaalinen vastuu on tyypillisimmin ylimmän johdon tai toimitusjohtajan vastuulla

- Sosiaalisesta vastuusta vastaa suurimmassa osassa yrityksistä **ylin johto tai toimitusjohtaja** (74 %).
- Yrityksen henkilöstömäärä vaikuttaa siihen kenen vastuulla sosiaalinen vastuu on:
 - alle 250 henkeä työllistävissä yrityksissä sosiaalisesta vastuusta vastaa tyypillisimmin ylin johto/toimitusjohtaja (84 %).
 - yli 250 henkeä työllistävissä yrityksissä sosiaalisesta vastuusta vastaa tyypillisimmin ylin johto/toimitusjohtaja (33 %) tai vastuullisuusjohtaja, -päällikkö tai vastaava (30 %). Sosiaalisesta vastuusta voi vastata myös viestintäjohtaja, -päällikkö tai vastaava (15 %) tai HR-johtaja, -päällikkö tai vastaava (11 %)

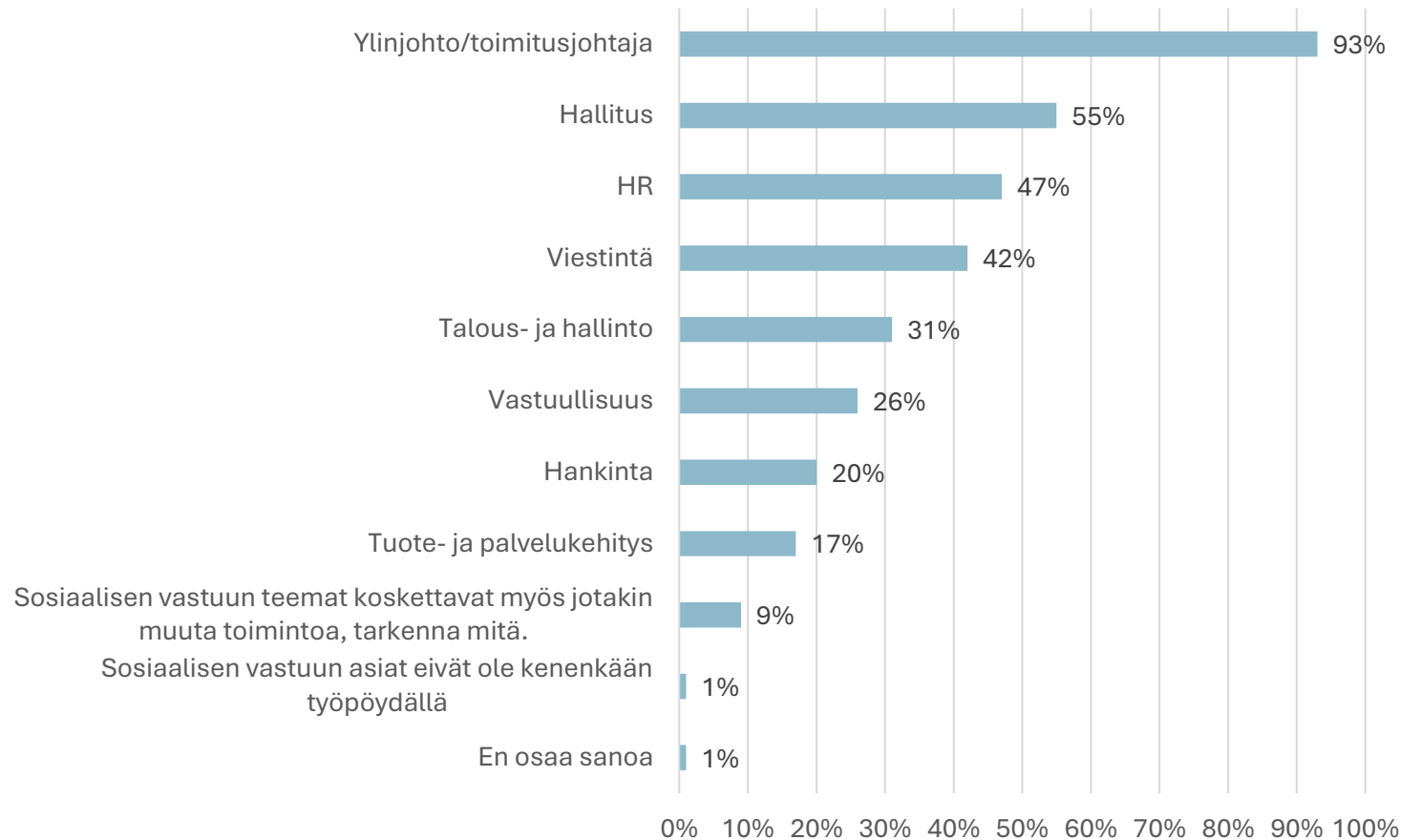
Kuka vastaa sosiaalisen vastuun teemoista yrityksessäsi? (n=137)



Useat eri toiminnot yrityksissä käsittelevät sosiaalista vastuuta

Mitkä kaikki toiminnot yrityksessäsi käsittelevät sosiaalisen vastuun teemoja? Voit valita useita vastausvaihtoehtoja (n=137)

- **Useat eri toiminnot yrityksissä käsittelevät sosiaalista vastuuta.**
 - Lähes kaikissa kyselyyn vastanneista yrityksistä (93 %) ylin johto tai toimitusjohtaja käsittelee sosiaalisen vastuun teemoja.
 - Liki puolessa yrityksistä sosiaalista vastuuta käsittelevät hallitus (55 %), HR (47 %) ja viestintä (42 %)
- Vain 1 %:ssa yrityksistä sosiaalinen vastuu ei ole kenenkään työpöydällä.
- Yleensä useampi toiminto käsittelee sosiaalista vastuuta, yrityksen henkilöstömäärän ollessa suurempi.

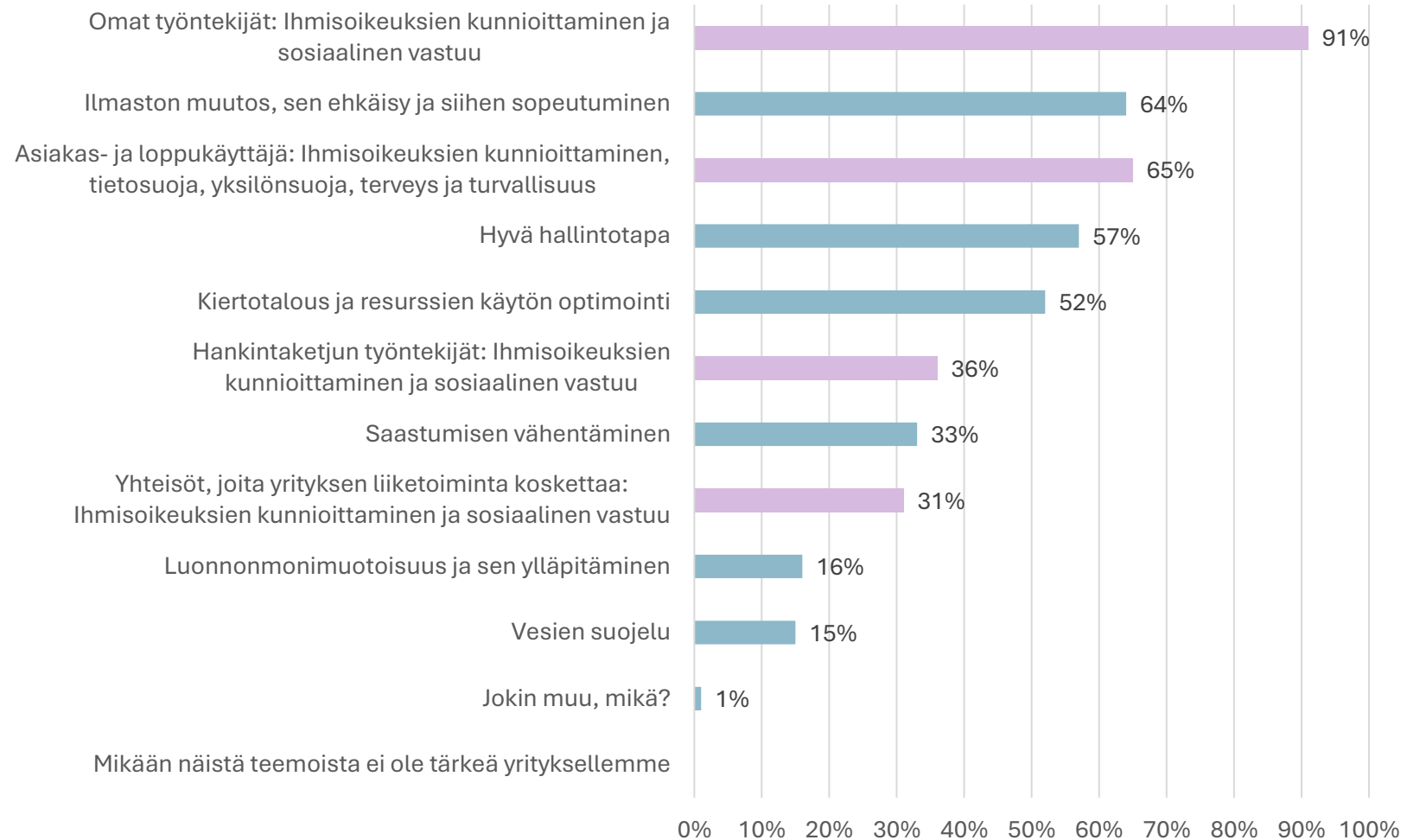


Sosiaalinen vastuu palvelualoilla

Sosiaalisella vastuulla on palvelualoilla tärkeä rooli suhteessa muihin vastuullisuusteemoihin

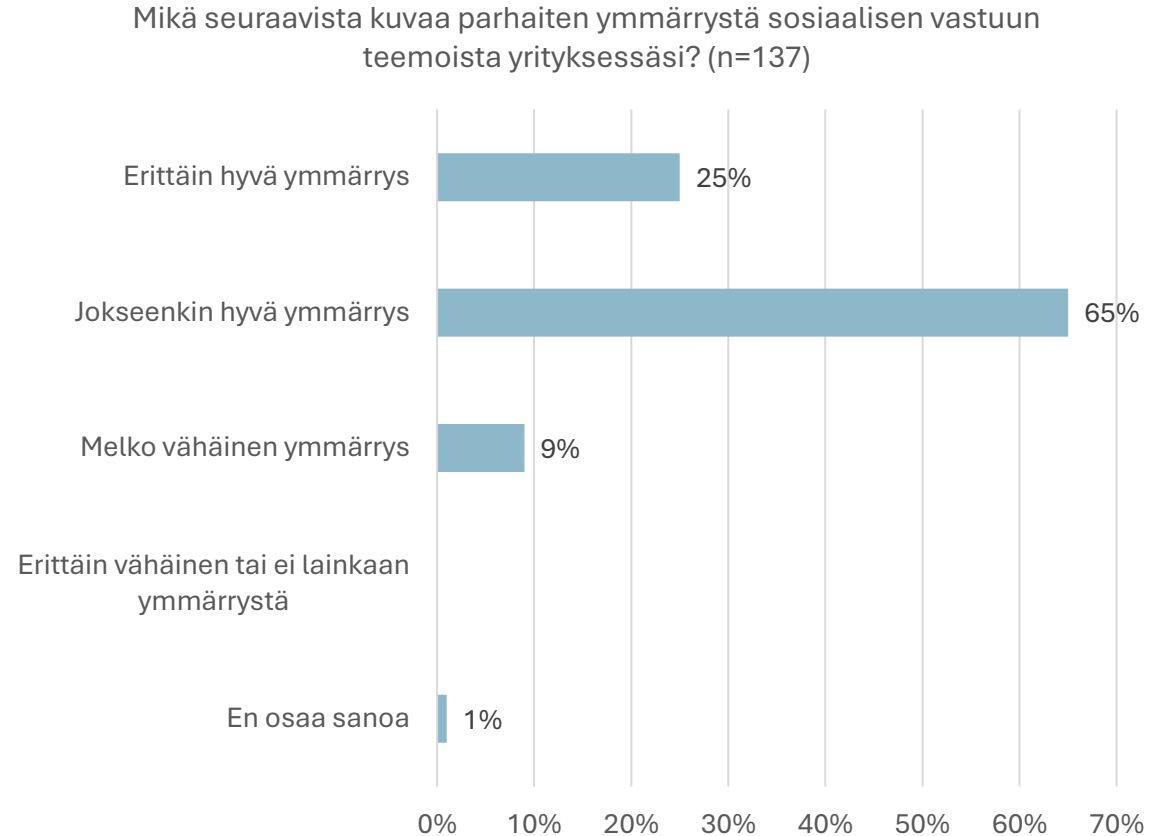
- Tärkeimmät vastuullisuusteemat koskevat yritysten näkökulmasta **sekä sosiaalista vastuuta, ympäristövastuuta että hyvää hallintotapaa (ESG)**.
- Näistä tärkeimmät vastuullisuusteemat liittyvät **sosiaaliseen vastuuseen**: omat työntekijät: ihmisoikeuksien kunnioittaminen ja sosiaalinen vastuu (91 %) ja asiakas- ja loppukäyttäjät: ihmisoikeuksien kunnioittaminen, tietosuoja, yksilösuoja, terveys ja turvallisuus (65 %).
- **Noin kolmanneksen yrityksistä mukaan viiden tärkeimmän vastuullisuusteeman joukossa ovat hankintaketjun työntekijät: ihmisoikeuksien kunnioittaminen ja sosiaalinen vastuu (36 %) ja yhteisöt, joita yrityksen liiketoiminta koskettaa: ihmisoikeuksien kunnioittaminen ja sosiaalinen vastuu (31 %).**

Valitse enintään 5 tärkeintä vastuullisuusteemaa oman yrityksesi näkökulmasta (n=137):



Palvelualoilla on hyvä ymmärrys sosiaalisesta vastuusta

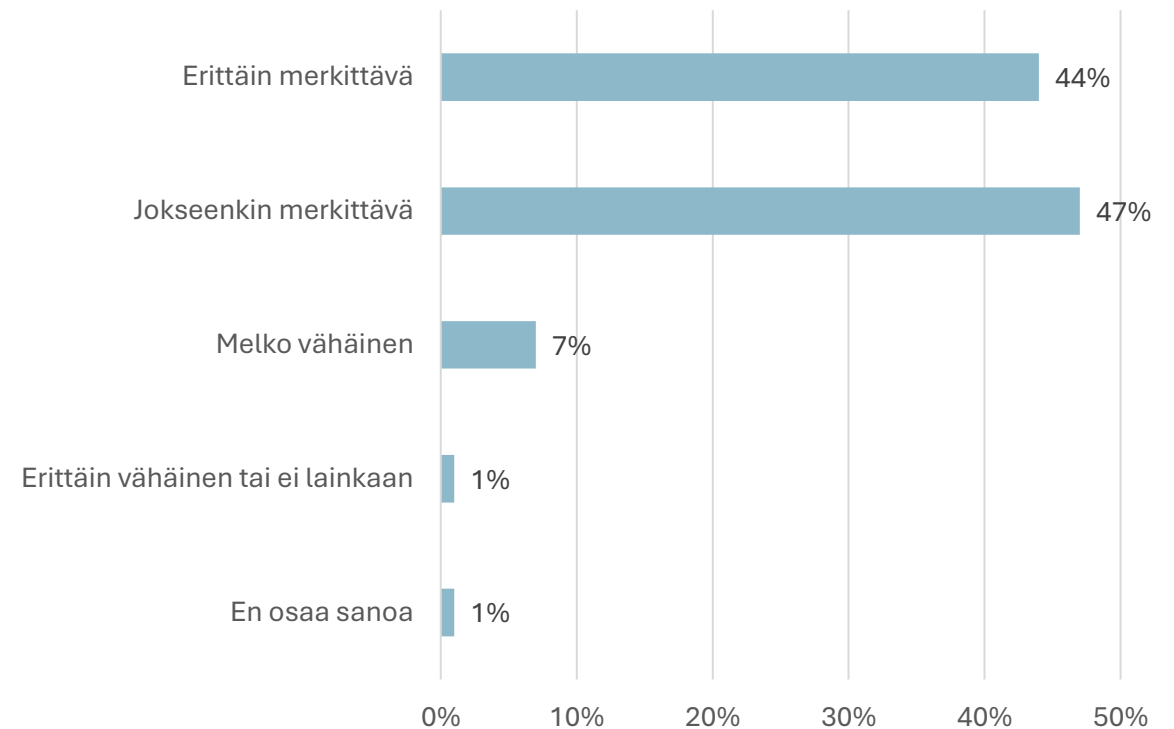
- **90 %** yrityksistä mukaan sosiaalisen vastuun teemoista on yrityksessä erittäin hyvä tai jokseenkin hyvä ymmärrys.



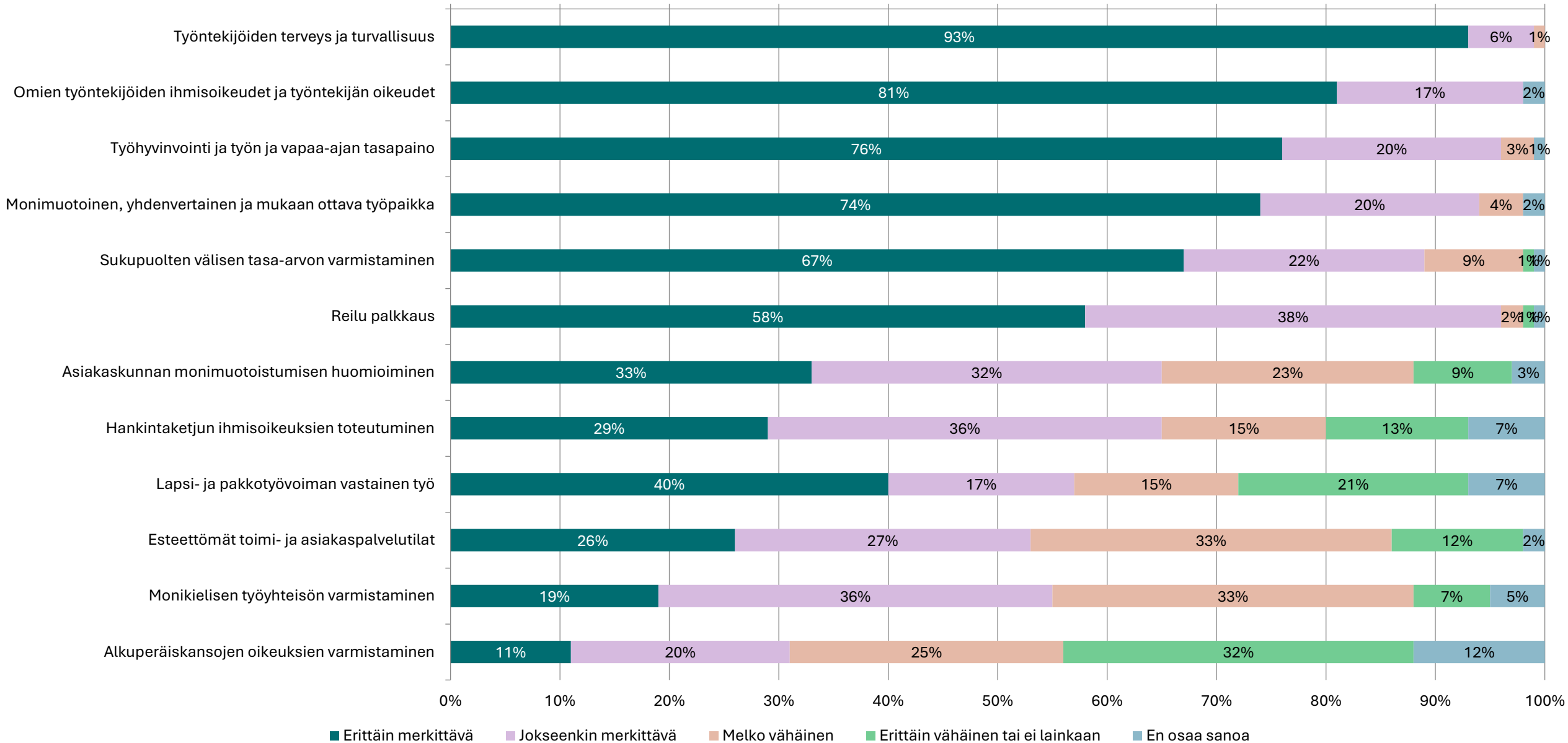
91 % yrityksistä pitää sosiaalista vastuuta erittäin tai jokseenkin merkittävänä omassa yrityksessään

- **91 %** yrityksistä kuvaa sosiaalisen vastuun merkittävyyden omassa yrityksessään erittäin tai jokseenkin merkittäväksi.
- Ainoastaan 1 % yrityksistä kuvaa sosiaalisen vastuun merkittävyyden olevan erittäin vähäinen tai ei lainkaan merkittävä.

Miten kuvailisit sosiaalisen vastuun merkittävyyttä omassa yrityksessäsi? (n=137)



Arvioi seuraavien sosiaalisen vastuun teemojen merkitystä omalle yrityksellesi (n=137)



Sosiaalisen vastuun teemojen merkitys yrityksissä

- **Yli puolet yrityksistä kokee, että lähes kaikkien vastausvaihtoehtona annettujen sosiaalisen vastuun teemojen** (pl. alkuperäiskansojen oikeuksien varmistaminen) **merkitys on yrityksissä erittäin merkittävä tai jokseenkin merkittävä.**
 - Ainoastaan alkuperäiskansojen oikeuksien varmistamisen merkityksen kokee yrityksissä erittäin merkittäväksi tai jokseenkin merkittäväksi alle puolet (31 %) vastanneista yrityksistä. Vaihtoehtoon on myös vastattu huomattavasti muita vaihtoehtoja enemmän en osaa sanoa (12 %).
- **Sosiaalisen vastuun teeman merkitys erittäin merkittävänä korostuu seuraavissa vastausvaihtoehdoissa:**
 - työntekijöiden terveys ja turvallisuus (93 %)
 - omien työntekijöiden ihmisoikeudet ja työntekijöiden oikeudet (81 %)
 - työhyvinvointi ja työn ja vapaa-ajan tasapaino (76 %)
 - monimuotoinen, yhdenvertainen ja mukaan ottava työpaikka (74 %)
 - sukupuolten välisen tasa-arvon varmistaminen (67 %)

Onko yrityksesi tunnistanut jonkin muun sosiaalisen vastuun teeman merkitykselliseksi?

”Materiaalien kierrättäminen”

”Reilu palkkaus hankintaketjuissa”

”Työntekijöiden perhe-elämässä tapahtuvien eri tilanteiden/vaiheiden ymmärtäminen ja sovittaminen työn kanssa”

”Sukupuolten välinen palkkatasa-arvo”

”Välittävä johtaminen”

”Ymmärrys omien työntekijöiden kulttuureista ja tämän vaikutuksesta työyhteisön dynamiikkaan”

”Yhdenvertaisuus laajasti koskien, taustaa, uskontoa, seksuaalisuutta jne. ovat kaikki tärkeitä”

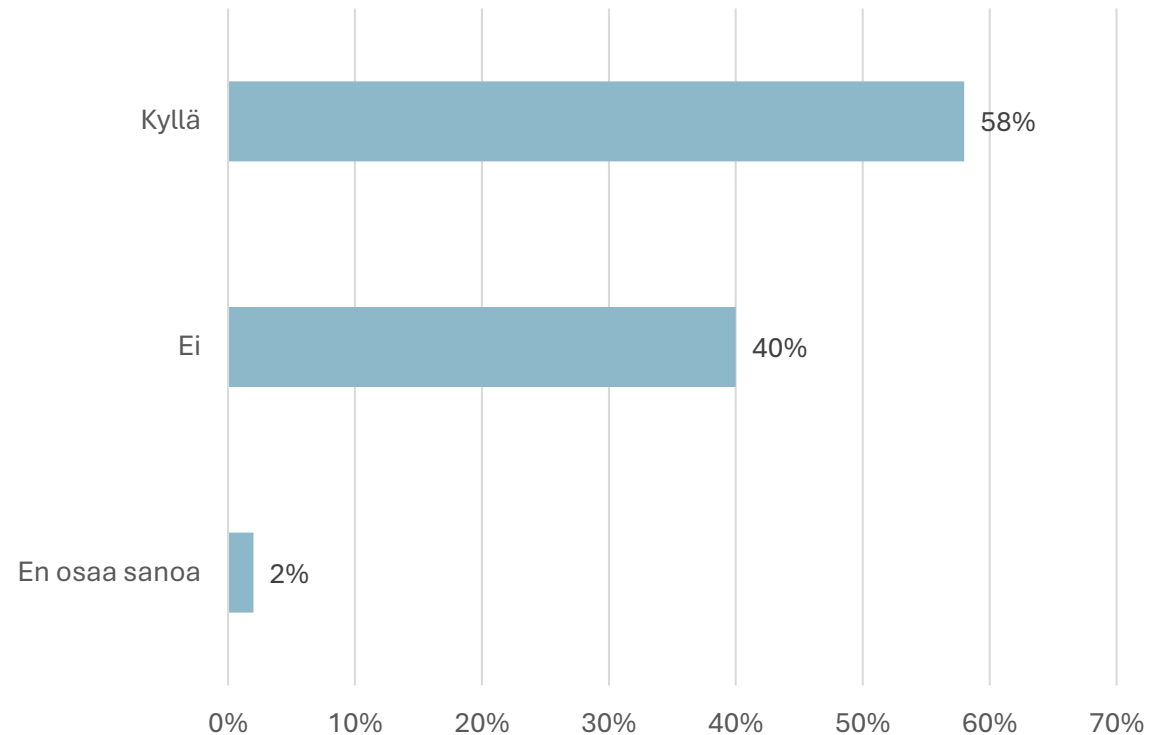
”Yhteiskuntavastuullisuus hyväntekeväisyyden merkeissä”

Sosiaalisen vastuun tavoitteet

Yli puolella yrityksistä on vastuullisuusohjelma tai vastaava

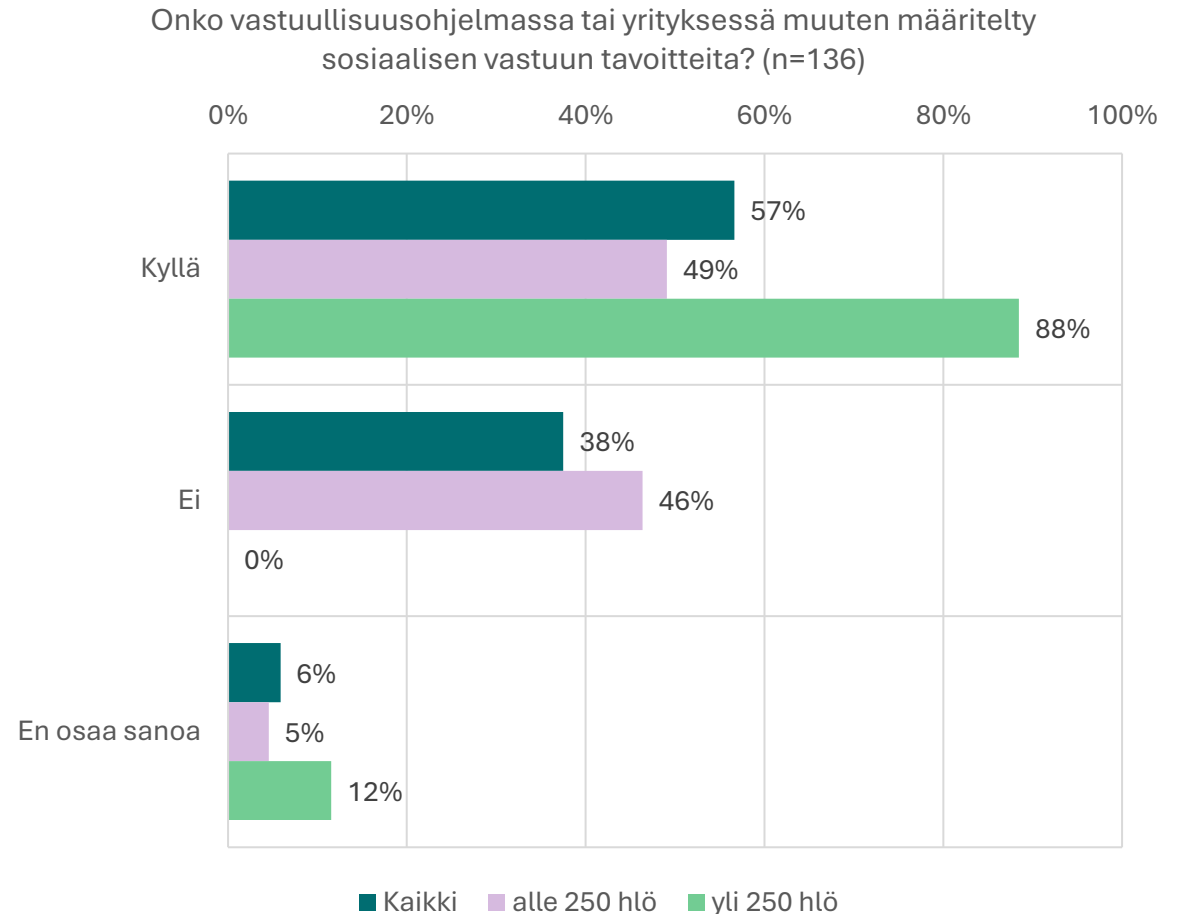
- **Yli puolella (58 %) yrityksistä on vastuullisuusohjelma tai vastaava.**
- Yrityksen henkilöstömäärä vaikuttaa siihen onko yrityksessä vastuullisuusohjelma:
 - Alle 250 henkilöä työllistävissä yrityksissä 50 %:lla on vastuullisuusohjelma ja vastaava.
 - Yli 250 henkilöä työllistävissä yrityksissä 92 %:lla on vastuullisuusohjelma tai vastaava.

Onko yritykselläsi vastuullisuusohjelmaa tai vastaavaa ohjeistusta? (n=136)



Yli puolet yrityksistä on määritellyt tavoitteita sosiaaliselle vastuulle

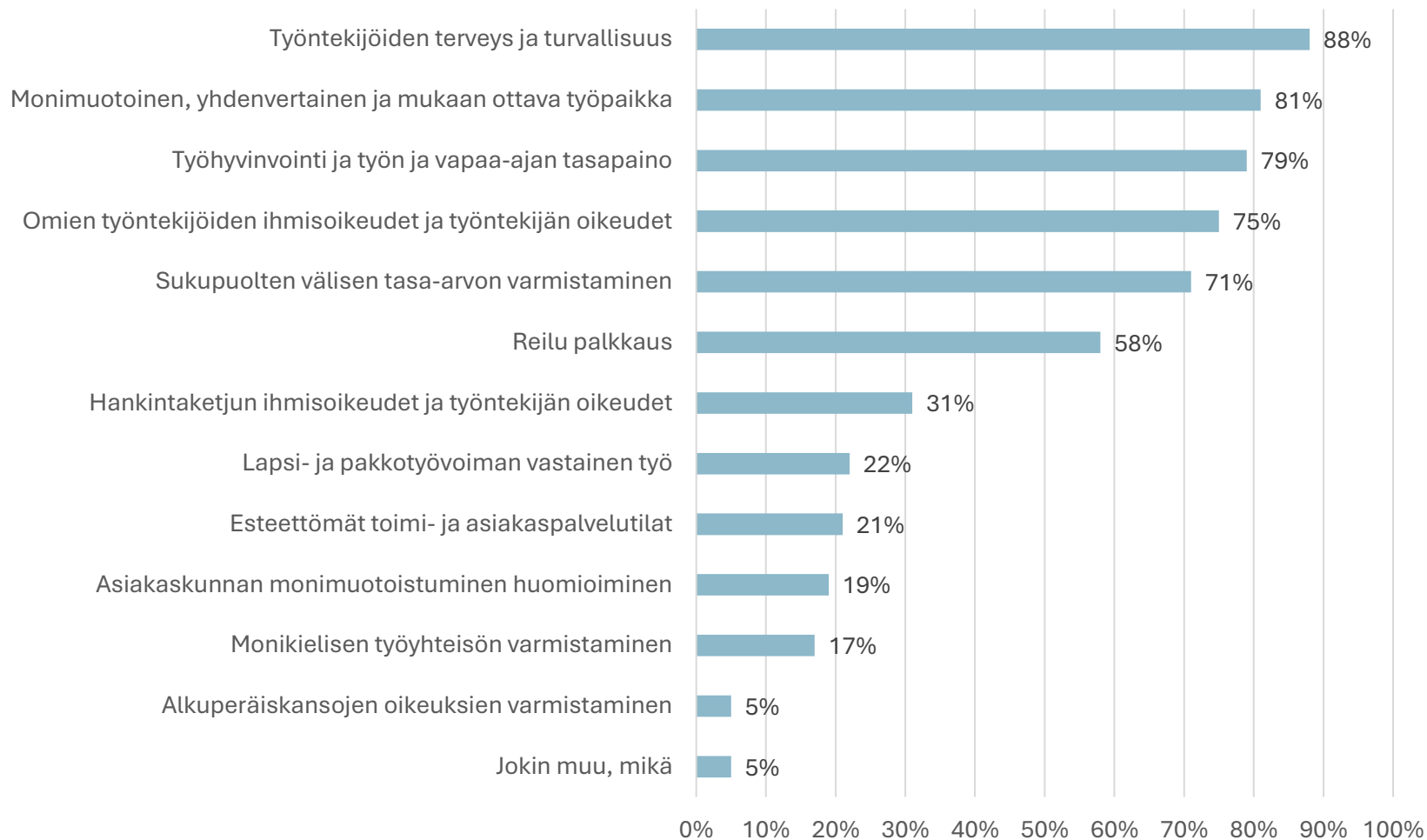
- **Yli puolet (57 %) yrityksistä on vastuullisuusohjelmassa tai muuten määritellyt tavoitteita sosiaaliselle vastuulle.**
- Yrityksen henkilöstömäärä vaikuttaa siihen onko yrityksessä määritelty sosiaalisen vastuun tavoitteita:
 - Alle 250 henkilöä työllistävissä yrityksissä 49 %:lla on vastuullisuusohjelma ja vastaava.
 - Yli 250 henkilöä työllistävissä yrityksissä 88 %:lla on vastuullisuusohjelma tai vastaava.



Sosiaalisen vastuun teemat, joille yritykset ovat asettaneet tavoitteita

- **Yritykset**, jotka ovat asettaneet sosiaalisen vastuun tavoitteita, **ovat asettaneet eniten tavoitteita omiin työntekijöihin liittyen.**
- Vastaukset korreloivat pitkälti sen kanssa, millä sosiaalisen vastuun teemoilla on arvioitu olevan eniten merkitystä omalle yritykselle.
 - Ainoastaan asiakaskunnan monimuotoistumisen huomioimisen merkitys koetaan erittäin merkittäväksi tai jokseenkin merkittäväksi 65 % yrityksissä, mutta 19 % kysymykseen vastanneista yrityksistä on asettanut teemaan liittyen tavoitteita.

Mille seuraavista sosiaalisen vastuun teemoista yrityksesi on asettanut tavoitteita. Valitse kaikki teemat, joille yrityksesi on asettanut tavoitteita. (n=77)



94 % tavoitteita asettaneista yrityksistä seuraa tavoitteiden toteutumista

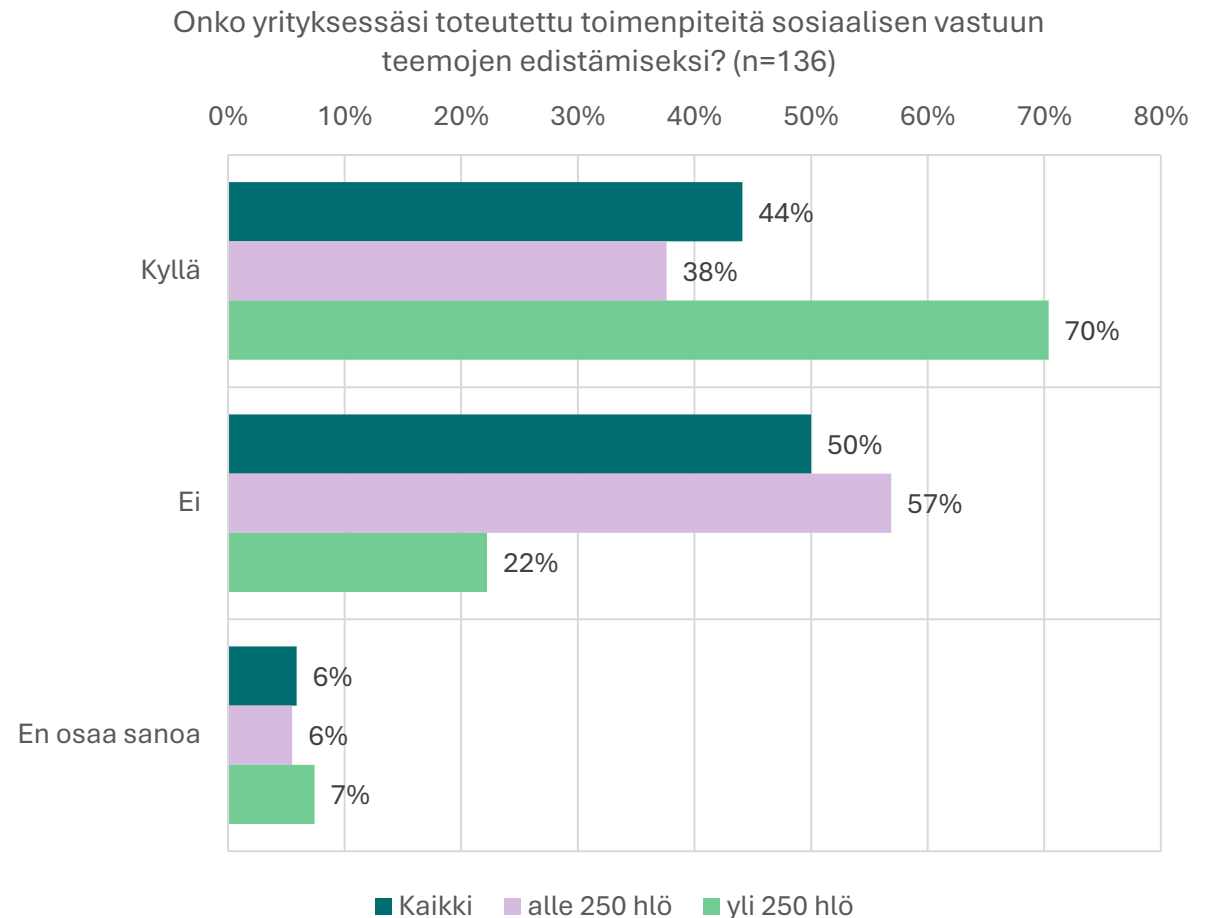
- **Lähes kaikki (94 %) yritykset, jotka ovat asettaneet sosiaalisen vastuun tavoitteita, seuraavat sosiaalisen vastuun tavoitteiden toteutumista.**



Sosiaalisen vastuun toimenpiteet

Lähes puolet yrityksistä on toteuttanut toimenpiteitä sosiaalisen vastuun edistämiseksi

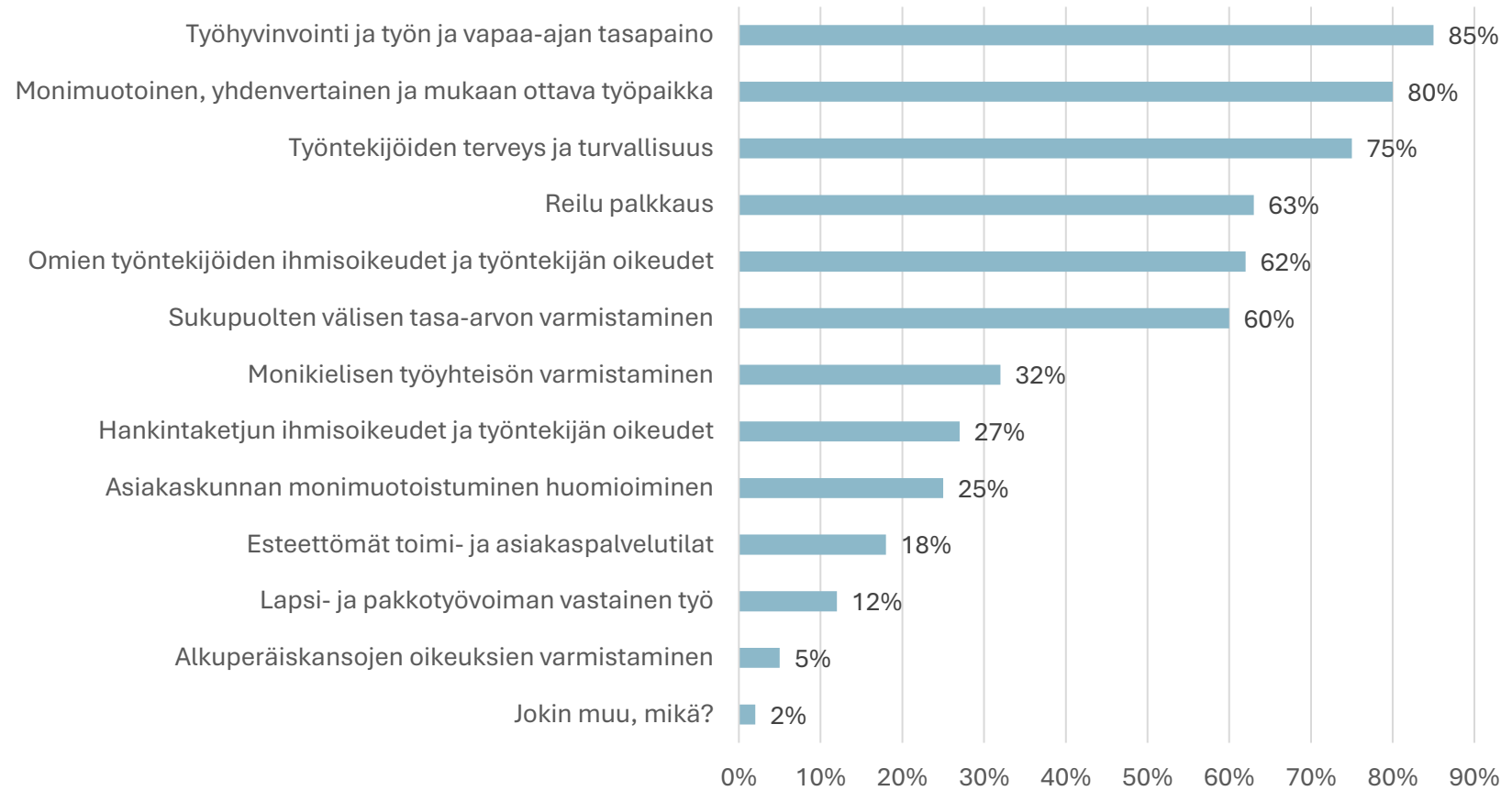
- **Lähes puolet (44 %) yrityksistä on toteuttanut toimenpiteitä sosiaalisen vastuun teemojen edistämiseksi.**
- Yrityksen koko vaikuttaa siihen onko yrityksessä toteutettu toimenpiteitä sosiaalisen vastuun teemojen edistämiseksi:
 - Alle 250 henkilöä työllistävistä yrityksistä 38 % on toteuttanut ja 57 % ei ole toteuttanut toimenpiteitä sosiaalisen vastuun teemojen edistämiseksi.
 - Yli 250 henkilöä työllistävistä yrityksistä 70 % on toteuttanut ja 22 % ei ole toteuttanut toimenpiteitä sosiaalisen vastuun teemojen edistämiseksi.



Sosiaalisen vastuun teemat, joihin liittyen yritykset ovat tehneet toimenpiteitä

- **Yritykset ovat tehneet eniten toimenpiteitä omaan henkilöstöön liittyen.**
- Vastaukset korreloivat pitkälti sen kanssa, millä sosiaalisen vastuun teemoilla on arvioitu olevan eniten merkitystä omalle yritykselle ja mihin sosiaalisen vastuun teemaan liittyen yrityksissä on asetettu tavoitteita.
 - Aineistossa on myös poikkeuksia, esimerkiksi monikielisen työyhteisön varmistamiseksi on asetettu tavoitteita 17 %:ssa yrityksistä, mutta toimenpiteitä teemaan liittyen on tehty 32 %:ssa yrityksistä.

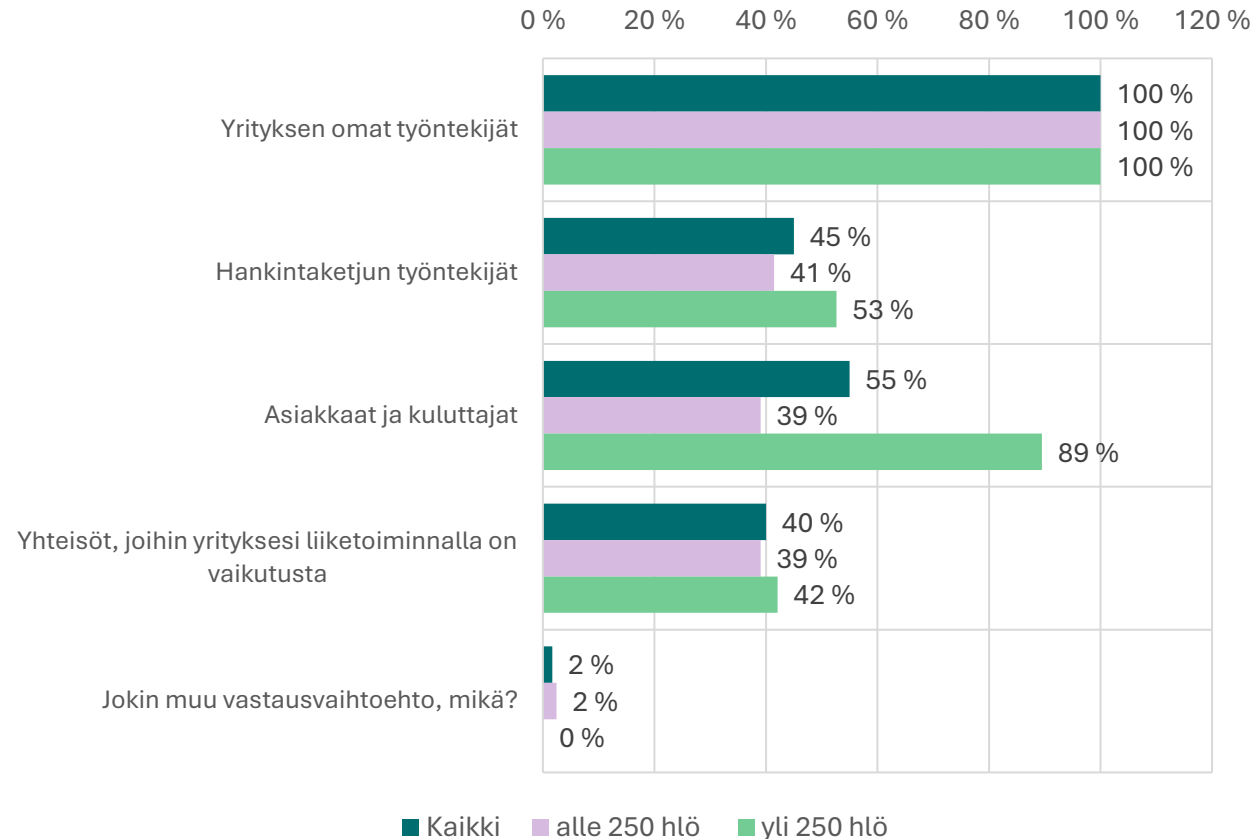
Mihin seuraavista sosiaalisen vastuun teemoihin liittyen yrityksesi on tehnyt toimenpiteitä?
Valitse kaikki teemat. (n=60)



Sosiaalisen vastuun toimenpiteet kohdistuvat aina vähintään yrityksen omiin työntekijöihin

- Yritykset ovat kohdistaneet sosiaalisen vastuun toimenpiteitä eri osiin yrityksen arvoketjua.
 - **Kaikki yritykset ovat tehneet toimenpiteitä omaan henkilöstöön liittyen.**
 - Hieman yli puolet yrityksistä (55 %) on kohdistanut toimenpiteitä asiakkaisiin ja kuluttajiin.
 - Hieman alle puolet yrityksistä (45 %) on kohdistanut toimenpiteitä hankintaketjun työntekijöihin.
 - 40 % yrityksistä on kohdistanut toimenpiteitä yhteisöihin, joihin yrityksen liiketoiminnalla on vaikutusta.
- **Toimenpiteet kohdistuvat tasaisemmin yrityksen arvoketjun eri osiin, yrityksen henkilöstömäärän ollessa suurempi.**

Mihin osaan yrityksesi arvoketjua sosiaalisen vastuun toimenpiteet kohdistuvat? Voit valita useita vastausvaihtoehtoja. (n=60)

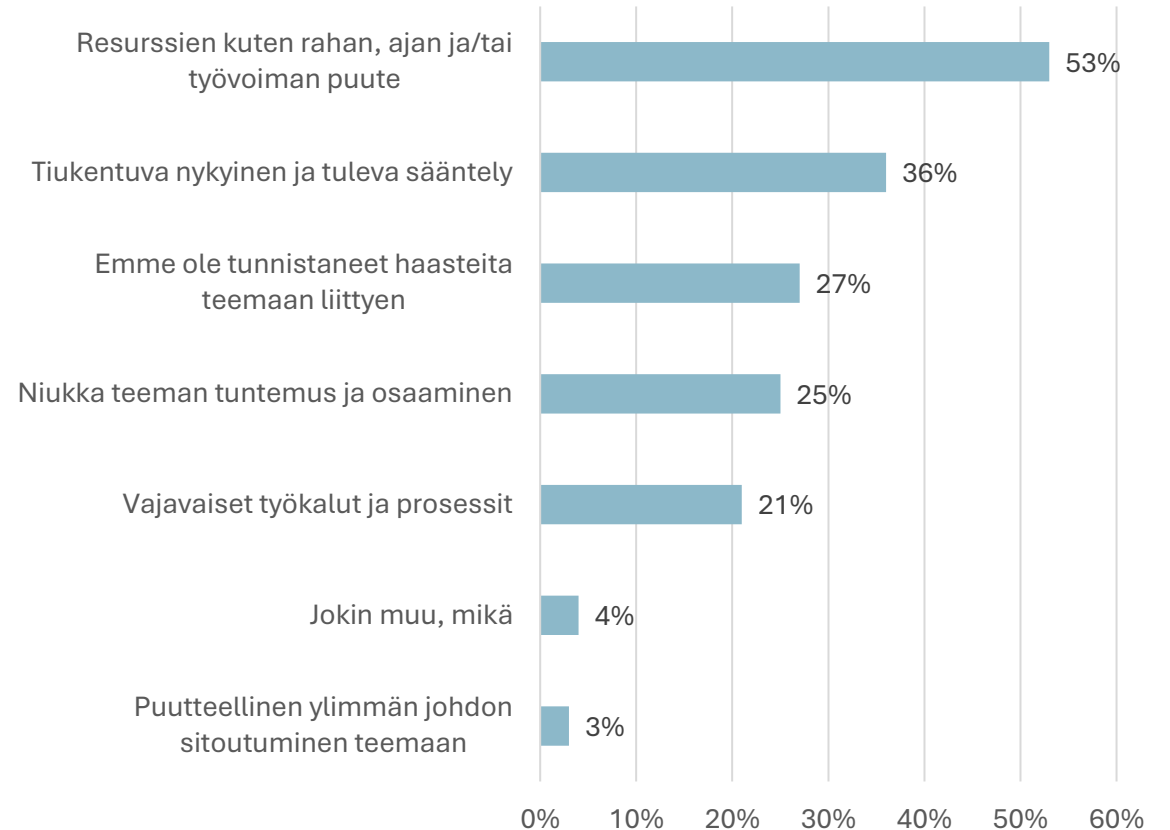


Sosiaalisen vastuun haasteet ja mahdollisuudet

Erityisesti rajalliset resurssit ja tiukentuva sääntely haastavat yrityksiä

- Parhaiten yrityksiä tunnistamia sosiaalisen vastuun edistämisen haasteita kuvaavat resurssien, kuten rahan, ajan ja/tai työvoiman puute (53 %) ja tiukentuva nykyinen ja tuleva sääntely (36 %).
- Reilu neljännes (27 %) yrityksistä ei ole tunnistanut haasteita sosiaaliseen vastuuseen liittyen.

Mitkä seuraavista kuvaavat parhaiten yrityksessäsi tunnistettuja haasteita? (n=137)



Sosiaalisen vastuun haasteet

Yhteenveto kysymykseen saaduista vastauksista (n=23)

- **Resurssien, kuten ajan, rahan ja/tai työvoiman puute.** Monet vastaajat mainitsivat sosiaalisen vastuun edistämisen haasteeksi sen, että vastuullisuuden vaatimukset voivat vaatia taloudellisia ja ajallisia investointeja. Etenkin pk-yrityksissä on vaikea irrottaa resursseja sosiaalisen vastuun edistämiseen ja laajan, monipuolisen kokonaisuuden ymmärtämiseen.
- **Tiukentuva nykyinen ja tuleva sääntely.** Yritysten mukaan lisääntyvät vaatimukset ja niiden toteuttaminen kuormittavat yrityksiä, sillä ne vievät paljon aikaa ja vaativat usein myös ulkoisia panostuksia.
- **Niukka teeman tuntemus ja osaaminen.** Sosiaalisen vastuun soveltaminen aiheuttaa yrityksissä haasteita käytännön tasolla. Myös kustannustehokas osaamisen kehittäminen koetaan haastavaksi. Sosiaalisen vastuun mittaaminen koetaan yrityksissä haasteelliseksi niiden subjektiivisuuden takia.
- **Muut haasteet.** Useat vastaajat tunnistavat monikielisen työyhteisön varmistamiseen liittyviä haasteita esimerkiksi yritysten oman työvoiman kielivaatimukseen ja asiakasyritysten kielivaatimukseen liittyen.

”Ajan puute on ongelma. Taloustilanne on tiukka, jolloin tekeminen fokusoituu ydintoimintoihin; myyntiin ja asiakaspalveluun.”

”Pienessä yrityksessä toimitusjohtajan vastuukenttä on niin suuri, että vastuullisuus ei omana osa-alueena ehdi näkyä. Näkyy lähinnä käytännön toiminnassa siinä, miten ohjataan asiakaspalvelua ja mitä otetaan huomioon hankinnoissa”

”Sosiaalisen vastuun investoinneissa ROI on heikko.”

”Viranomaisten jatkuvasti lisääntyvät vaatimukset ja niiden toteuttaminen vievät pieneltä yritykseltä paljon aikaa.”

“... ylätasolla sosiaalisen vastuun teemat ovat tunnistettuja, mutta niiden käytäntöön soveltaminen yritystasolla aiheuttaa helposti haasteita aihealueita. Eli, mitkä ovat parhaat käytännöt tai vaadittavat minimitasot eri aihepiireissä erityisesti regulaatioon liittyen.”

”Ulkopuolista ja kustannustehokasta koulutusta esihenkilöille ei oikein ole. Esihenkilöiden osaamisen kehittäminen vasta alkutekijöissä.”

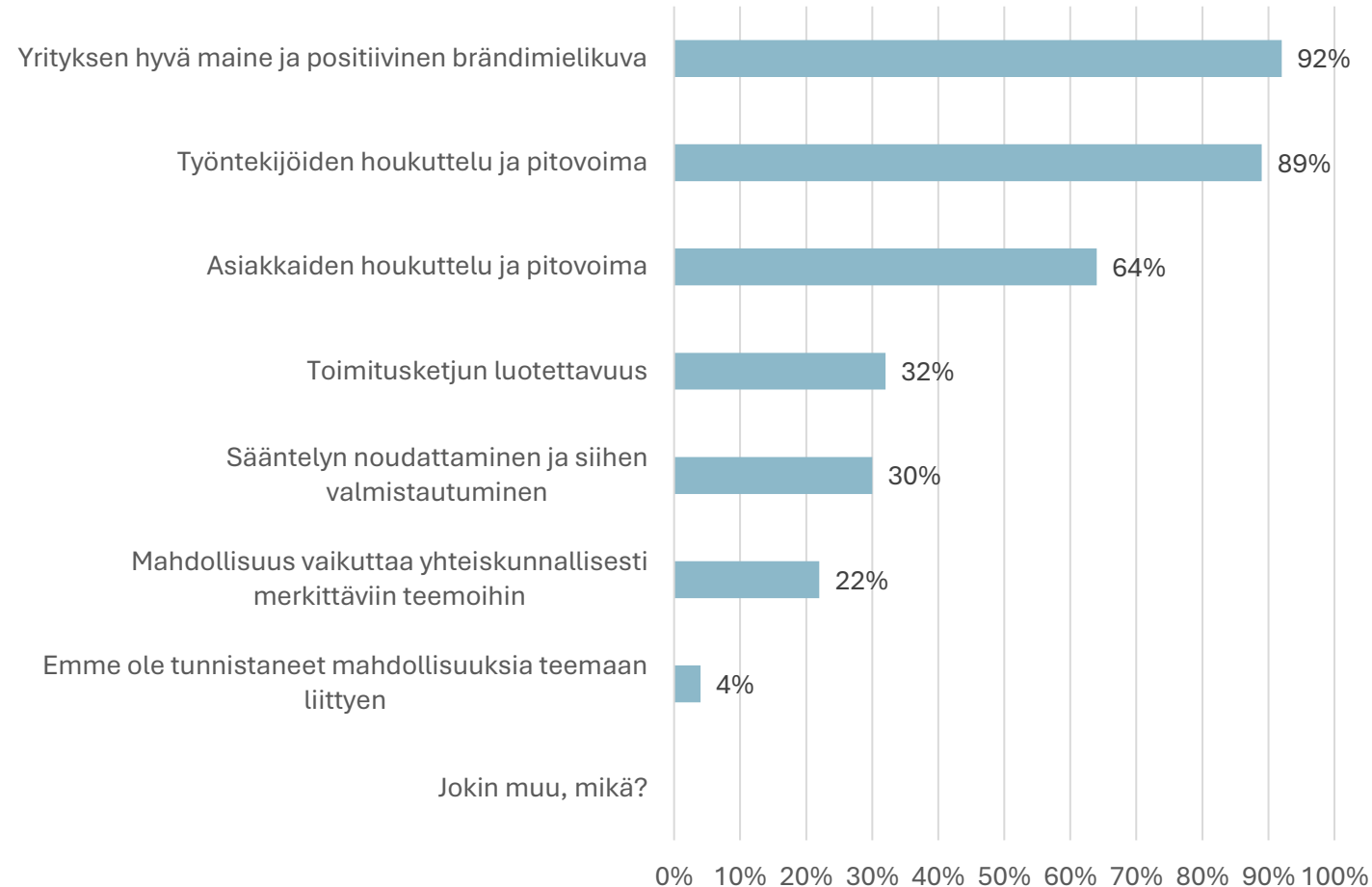
”Usein subjektiivisten asioiden objektiivinen mittarointi on toisinaan haastavaa.”

”... puitesopimuksissa oli ehtoja työn tekijöiden sujuvasta suomen kielen taidosta. ... Mielestämme tämä rajoittaa kilpailua ja hankaloittaa ulkomaisten osaajien palkkaamista alalla, jossa kuitenkin on työvoimapula.”

Maine ja mielikuva ovat sosiaalisen vastuun mahdollisuuksien keskiössä

- Parhaiten yritysten tunnistamia sosiaalisen vastuun edistämisen mahdollisuuksia kuvaavat yrityksen hyvä maine ja positiivinen brändimielikuva (92 %), työntekijöiden houkuttelu ja pitovoima (89 %), sekä asiakkaiden houkuttelu ja pitovoima (64 %).
 - Asiakkaiden houkuttelu ja pitovoima (64 %) korostuu melko tärkeänä, vaikka sosiaalisen vastuun toimenpiteissä asiakkaiden houkutteluun ja pitovoimaan liittyvät asiakaskunnan monimuotoistumisen huomioiminen (19 %) ja esteettömät asiakaspalvelu- ja toimitilat (17 %) painottuvat melko vähäisesti.
- Sosiaalisen vastuun mahdollisuuksia tunnistetaan hieman laajemmin henkilöstömäärältään suuremmista yrityksissä.

Mitkä seuraavista kuvaavat parhaiten yrityksessäsi tunnistettuja positiivisia mahdollisuuksia liittyen sosiaaliseen vastuuseen? Voit valita useamman vastausvaihtoehdon. (n=136)



Kyselyn tulosten yhteenveto

Kyselyn tulosten yhteenveto 1/2

- **Tärkeimmät vastuullisuusteemat koskevat palvelualojen yritysten näkökulmasta sekä sosiaalista vastuuta, ympäristövastuuta että hyvää hallintotapaa.**
 - Tärkeimmät vastuullisuusteemat koskevat **sosiaalista vastuuta, etenkin omaa henkilöstöä**: omat työntekijät: ihmisoikeuksien kunnioittaminen ja sosiaalinen vastuu (91 %) ja asiakas- ja loppukäyttäjä: ihmisoikeuksien kunnioittaminen, tietosuoja, yksilösuoja, terveys ja turvallisuus (65 %).
- **90 % yrityksistä mukaan sosiaalisen vastuun teemoista on yrityksessä erittäin hyvä tai jokseenkin hyvä ymmärrys**, kuitenkin jokseenkin hyvä ymmärrys (65 %) korostuu.
- **91 % yrityksistä kuvaa sosiaalisen vastuun merkittävyyttä omassa yrityksessään erittäin tai jokseenkin merkittäväksi.**
 - Yli puolet vastanneista yrityksistä kokee, että lähes kaikkien vastausvaihtoehtona annettujen sosiaalisen vastuun teemojen (pl. alkuperäiskansojen oikeuksien varmistaminen) merkitys on yrityksissä erittäin merkittävä tai jokseenkin merkittävä.
- **Yli puolella (58 %) yrityksistä on vastuullisuusohjelma tai vastaava, ja yli puolet (57 %) yrityksistä on vastuullisuusohjelmassa tai muuten määritellyt tavoitteita sosiaaliselle vastuulle.**
 - Yritykset, jotka ovat asettaneet sosiaalisen vastuun tavoitteita, ovat asettaneet eniten tavoitteita omiin työntekijöihin liittyen.
 - Lähes kaikki (94 %) yritykset, jotka ovat asettaneet sosiaalisen vastuun tavoitteita, seuraavat sosiaalisen vastuun tavoitteiden toteutumista.

Kyselyn tulosten yhteenveto 2/2

- **Lähes puolet (44 %) yrityksistä on toteuttanut toimenpiteitä sosiaalisen vastuun teemojen edistämiseksi.**
 - Yritykset ovat tehneet eniten toimenpiteitä omaan henkilöstöön liittyen.
- **Yritykset, jotka ovat tehneet toimenpiteitä sosiaalisen vastuun edistämiseksi, ovat kohdistaneet sosiaalisen vastuun toimenpiteitä eri osiin yrityksen arvoketjua.**
 - Kaikki nämä yritykset ovat tehneet toimenpiteitä omaan henkilöstöön liittyen. Hieman yli puolet yrityksistä (55 %) on kohdistanut toimenpiteitä asiakkaisiin ja kuluttajiin. Hieman alle puolet yrityksistä (45 %) on kohdistanut toimenpiteitä hankintaketjun työntekijöihin. 40 % yrityksistä on kohdistanut toimenpiteitä yhteisöihin, joihin yrityksen liiketoiminnalla on vaikutusta
 - Toimenpiteet kohdistuvat tasaisemmin yrityksen arvoketjun eri osiin, yrityksen henkilöstömäärän ollessa suurempi.
- Parhaiten yritysten tunnistamia sosiaalisen vastuun edistämisen haasteita kuvaavat resurssien, kuten rahan, ajan ja/tai työvoiman puute (53 %) ja tiukentuva nykyinen ja tuleva sääntely (36 %). Kuitenkaan yli neljännes (27 %) yrityksistä ei ole tunnistanut haasteita sosiaaliseen vastuuseen liittyen.
- Parhaiten yritysten tunnistamia sosiaalisen vastuun edistämisen mahdollisuuksia kuvaavat yrityksen hyvä maine ja positiivinen brändimielikuva (92 %), työntekijöiden houkuttelu ja pitovoima (89 %), sekä asiakkaiden houkuttelu ja pitovoima (64 %)

3

Johtopäätöksiä

Johtopäätöksiä

Sosiaalinen vastuu palvelualoilla on hyvällä pohjalla, mutta ymmärryksen lisäämistä ja tavoitteiden jalkauttamista toimenpiteiksi tarvitaan edelleen.

1. Sosiaalisella vastuulla on palvelualoilla tärkeä rooli suhteessa muihin vastuullisuusteemoihin.
2. Sosiaalisen vastuun merkitys tunnistetaan palvelualojen yrityksissä, mutta sosiaalisen vastuun toimenpiteitä tekee lähes puolet yrityksistä.
3. Palvelualojen yritysten sosiaalisen vastuun edistämisessä keskitytään erityisesti omaan henkilöstöön. Sosiaalisen vastuun toimenpiteitä kohdistetaan myös eri osiin yrityksen arvoketjua, erityisesti yrityksen kokoluokan kasvaessa.
4. Sosiaalisen vastuun edistämiseen liittyy haasteita, kuten resurssien puute ja tiukentuva sääntely. Kuitenkaan noin neljännes yrityksistä ei tunnista ollenkaan haasteita sosiaalisen vastuun edistämiseen liittyen.
5. Palvelualojen yritykset näkevät sosiaalisen vastuun edistämisessä erityisesti yrityksen maineeseen ja mielikuvaan liittyviä mahdollisuuksia. Ainoastaan 4 % yrityksistä ei tunnista ollenkaan mahdollisuuksia sosiaaliseen vastuuseen liittyen.

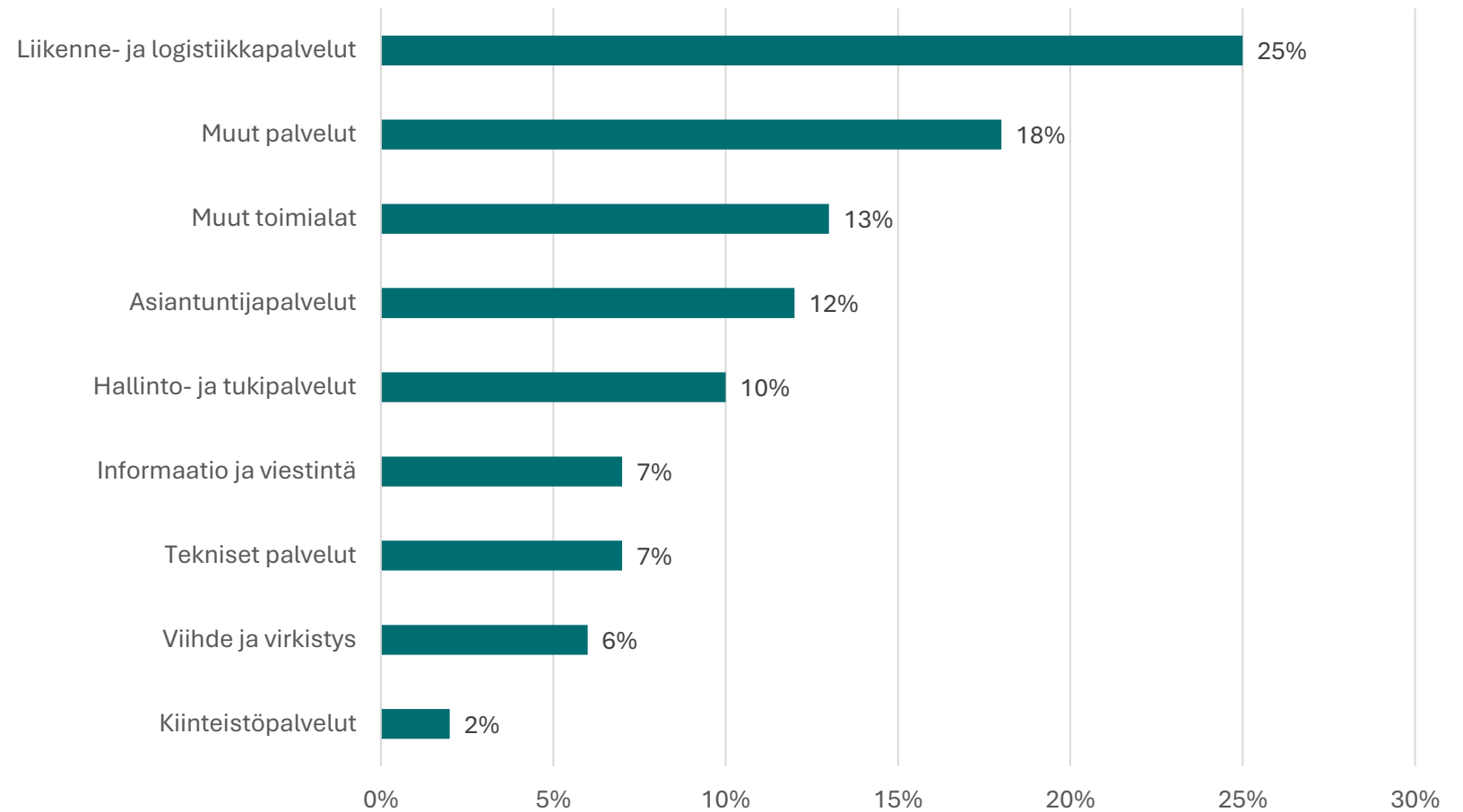


Taustatiedot

Vastaajaprofiili 1/2

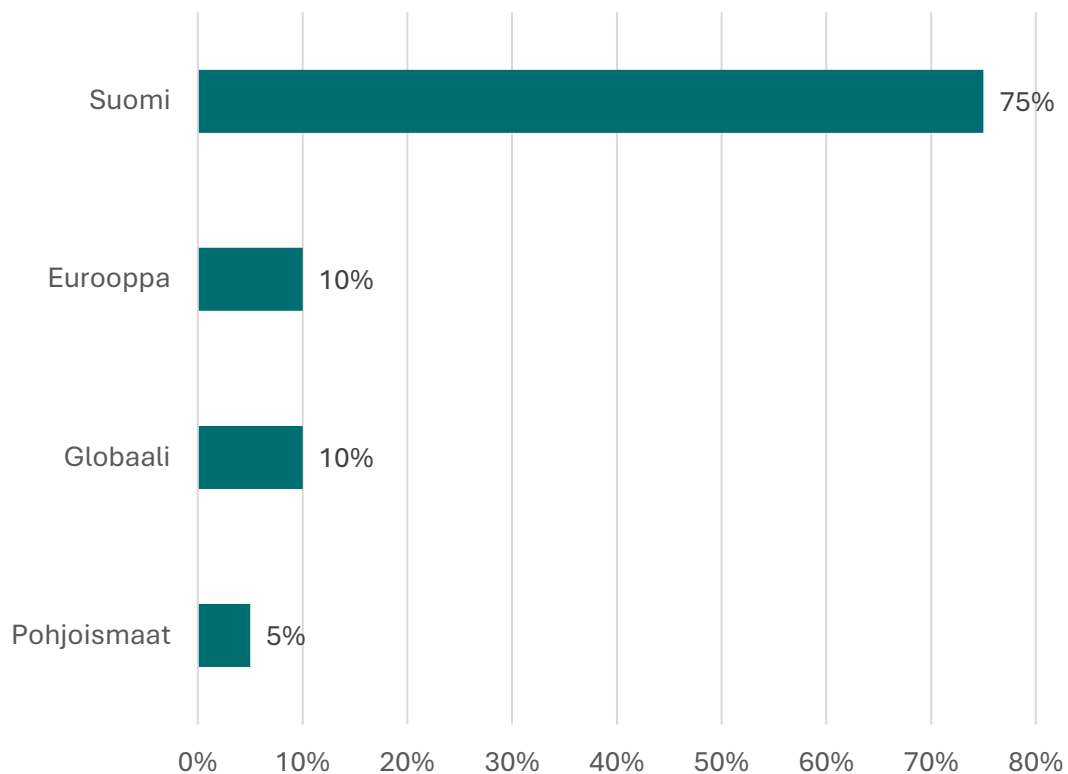
Yrityksen henkilöstömäärä	
0–9	24,1%
10–49	41,6%
50–249	14,6%
250–500	8,0%
500–1000	4,4%
Yli 1000	7,3%

Mikä seuraavista kuvaa parhaiten yrityksesi toimialaa (n=137)

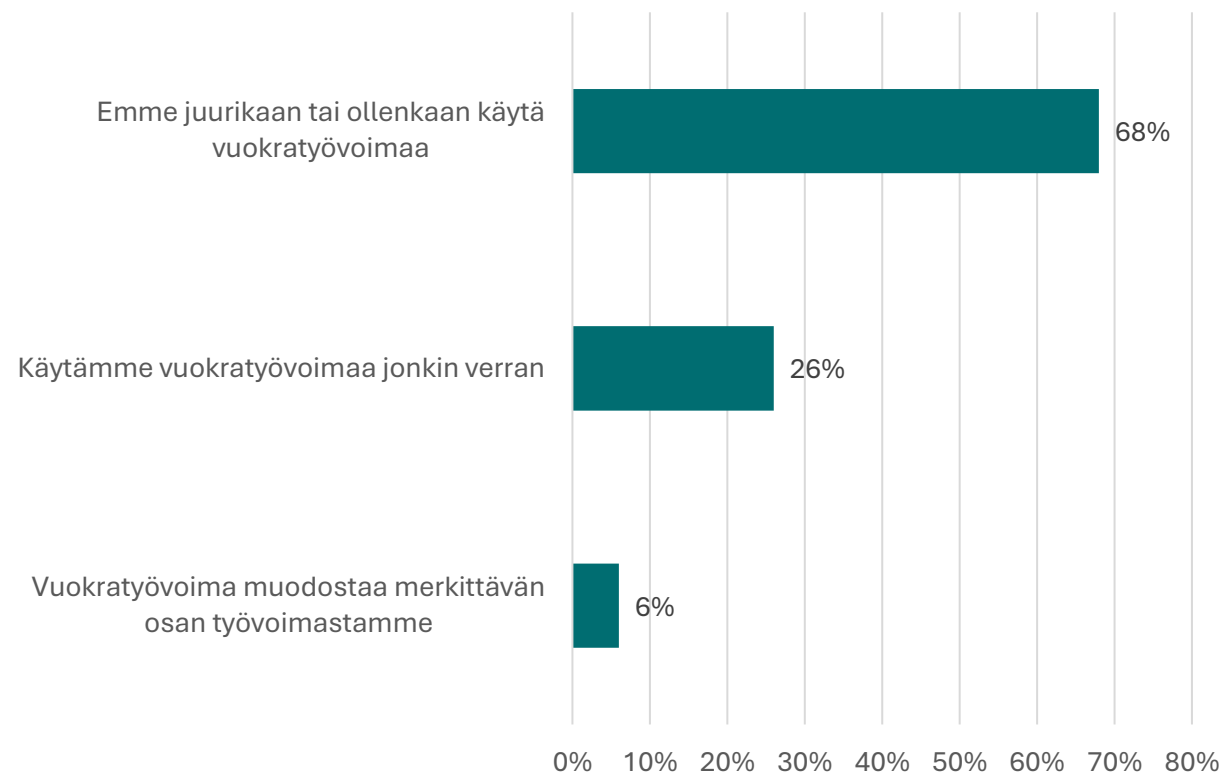


Vastaajaprofiili 2/2

Mikä kuvaa parhaiten yrityksesi toimialuetta? (n=137)



Missä määrin yrityksessäsi käytetään vuokratyövoimaa? (n=137)



Sosiaalisen vastuun kysymykset koskevat yrityksen koko arvoketjua

Hankinta

Omat operaatiot

Asiakasrajapinta

Hankintaketjun työntekijät

- Hankintaketjun ihmisoikeudet ja työntekijän oikeudet
- Hankintaohjelmat ja vastuullisen hankinnan tuki

Omat työntekijät

- Työvoiman houkuttelu ja pito
- Työntekijän oikeudet ja yhdenvertainen kohtelu
- Terveys, hyvinvointi & turvallisuus


Asiakkaat & kuluttajat

- Asiakaskunnan monimuotoisuuden huomioiminen & palveluiden saavutettavuus
- Asiakaskunnan terveys, hyvinvointi & turvallisuus
- Asiakaskunnan yksityisyyden suoja ja eettinen datan käyttö

Ympäröivät yhteisöt

- Liiketoiminnan vaikutukset ympäröiviin yhteisöihin, esimerkiksi vaikutukset asumisolosuhteisiin, tiedonsaantiin, kulttuuriin, elinkeinoon

Lähde: Impaktly Strategy Oy



Lisätietoja selvityksestä antaa:
Jasmiina Ruotsila
jasmiina.ruotsila@palta.fi
040 911 9170