

Yritysvastuu 2021

Vastuullisen liiketoiminnan tulevaisuuden näkymät

**Tutkimus maamme suurimpien yritysten
vastuullisuuden johtamisesta, käytännöistä,
haasteista ja tulevaisuuden näkymistä**



Tämä yritysvastuun johtamisen haasteita ja tulevaisuutta käsittelevä julkaisu on osa FIBSin Yritysvastuu 2021 –tutkimusta.

**Laajempi tutkimus ja muut aiheita koskevat materiaalit löydät osoitteesta:
www.fibsry.fi/yritysvastuu-2021**

Sisällys

1

Tutkimuksen toteutus ja vastaajat 6

2

Tutkimustulokset: Yritysvastuun johtamisen haasteet ja tulevaisuus 10

3

Metodologia ja vastaajien taustatiedot 24

Tutkimuksen sisältöä saa lainata mainitsemalla julkaisijan (FIBS). Julkaisua ei saa kokonaisuudessaan julkaista tai jakaa edelleen missään kanavassa.

Suomen kattavin yritysten vastuullisuutta kartoittava kyselytutkimus

- **FIBSin Yritysvastuu 2021 -tutkimus** kuvaa kattavasti maamme suurimpien yritysten vastuullisuuden strategista merkitystä sekä vastuullisuuden johtamista ja käytäntöjä - haasteita ja tulevaisuuden näkymiä unohtamatta.
- Tutkimus ottaa myös kantaa siihen, missä määrin vastuullisuus vaikuttaa yritysten liiketoimintaan ja tulokseen.
- Tutkimus on tehty kahdeksan kertaa, ensimmäisen kerran vuonna 2013. Edellisen kerran tutkimus tehtiin vuonna 2019.
- Tutkimus kokonaisuudessaan ja muut tutkimusta koskevat materiaalit löytyvät osoitteesta: <http://www.fibsry.fi/yritysvastuu-2021>
- Tämä julkaisu on osa FIBSin Yritysvastuu 2021 – tutkimusta koskevaa julkaisusarjaa, jossa tarkastellaan tutkimuksen tuloksia eri yritysvaluuteemojen näkökulmasta.
- Kaikki julkaisut kootaan Yritysvastuu 2021 –tutkimuksen koostesivulle: <http://www.fibsry.fi/yritysvastuu-2021>
- Voit hyödyntää teemakohtaisia julkaisuja esimerkiksi sisäisen kehitystyön, viestinnän ja koulutuksen tukena.
- Julkaisut sisältyvät FIBSin jäsenetuihin ja ne ovat vain FIBSin jäsenille avoimia.

Hyödyllistä tietoa päättäjille

- FIBSin Yritysvastuu 20201 -tutkimuksen hyödyntämisellä on vahvat perinteet kestävän liiketoiminnan kehittämisen tukena, ja siitä on tullut tärkeä osa suomalaisten yritysten vastuullisuuden tason seuranta.
- Tutkimus tarjoaa hyödyllistä tietoa yritysvastuusta niin yrityksille kuin esimerkiksi elinkeinoelämän päättäjille ja vaikuttajille. Tutkimusta voi käyttää esimerkiksi
 - yrityksen vastuullisuustoiminnan strategisen suunnittelun sekä toiminnan kehittämisen tukena
 - oman vastuullisuustoiminnan tason itsearvioinnissa
 - sisäisissä vastuullisuuskoulutuksissa sekä viestinnän, myynnin ja markkinoinnin tukena
 - suomalaisten yritysten vastuullisuustyön tason analysoinnissa

1

Tutkimuksen toteutus ja vastaajat

Kohderyhmänä Suomen 1000 suurinta yritystä ja muita merkittäviä toimijoita kuten osuuskuntia ja keskinäisiä yhtiötä

Tutkimuksen toteutus vuonna 2021

Tutkimukseen osallistui:

179 yritystä

joista kustakin 1 henkilö seuraavasti:

36% toimitusjohtajia

36% yritys vastuusta vastaavia johtajia

28% Yritys vastuusta vastaavia päälliköitä

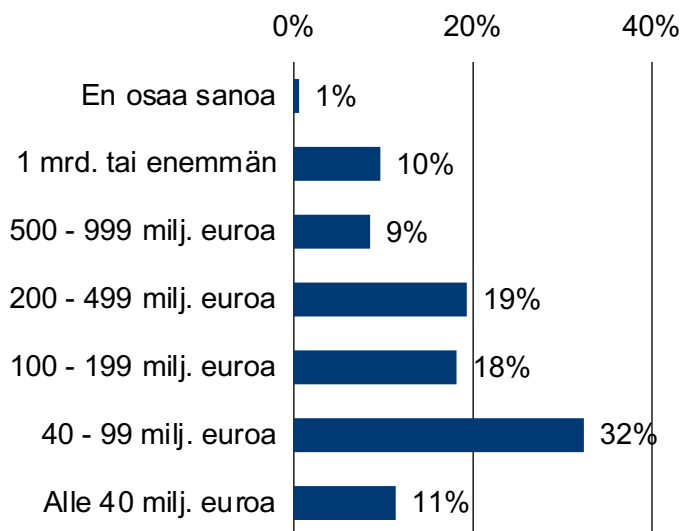
26% pörssiyrityksiä

38% yrityksiä, joilla henkilökuntaa vain Suomessa

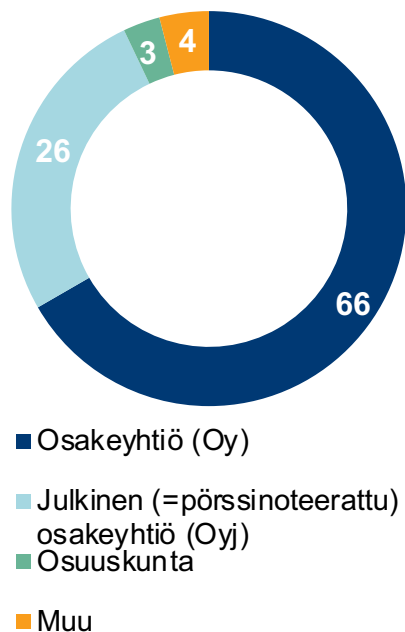
43% FIBS:n jäseniä

Tutkimuksen kohderyhmänä ovat Suomen 1000 suurinta yritystä ja muita merkittäviä toimijoita, kuten osuuskuntia ja keskinäistä yhtiötä

Liikevaihto



Yritysmuoto (%)



Pääasiallinen toimiala



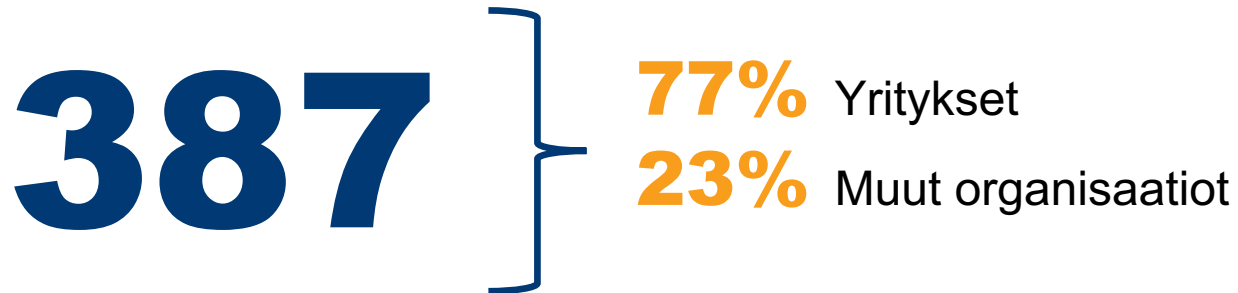
Tutkimuksen toteuttaa FIBS

FIBS on Pohjoismaiden suurin yritys vastuuverkosto ja johtava yritysten asiantuntijuuden kehittäjä.



Tarkoituksemme on vauhdittaa vastuullisuuden tekijöitä kohti kestävämpää maailmaa.

Mukana toiminnassamme



jäsentä (1/2022)

Tarjoamme jäsenillemme alan monipuolisimmat palvelut ja keinot kehittää toimintaa, kuten:

- ✓ Tutkimukset ja selvitykset
- ✓ Valmennukset
- ✓ Seminaarit ja webinaarit
- ✓ Kevytmentorointiohjelma

Lue lisää: www.fibsry.fi

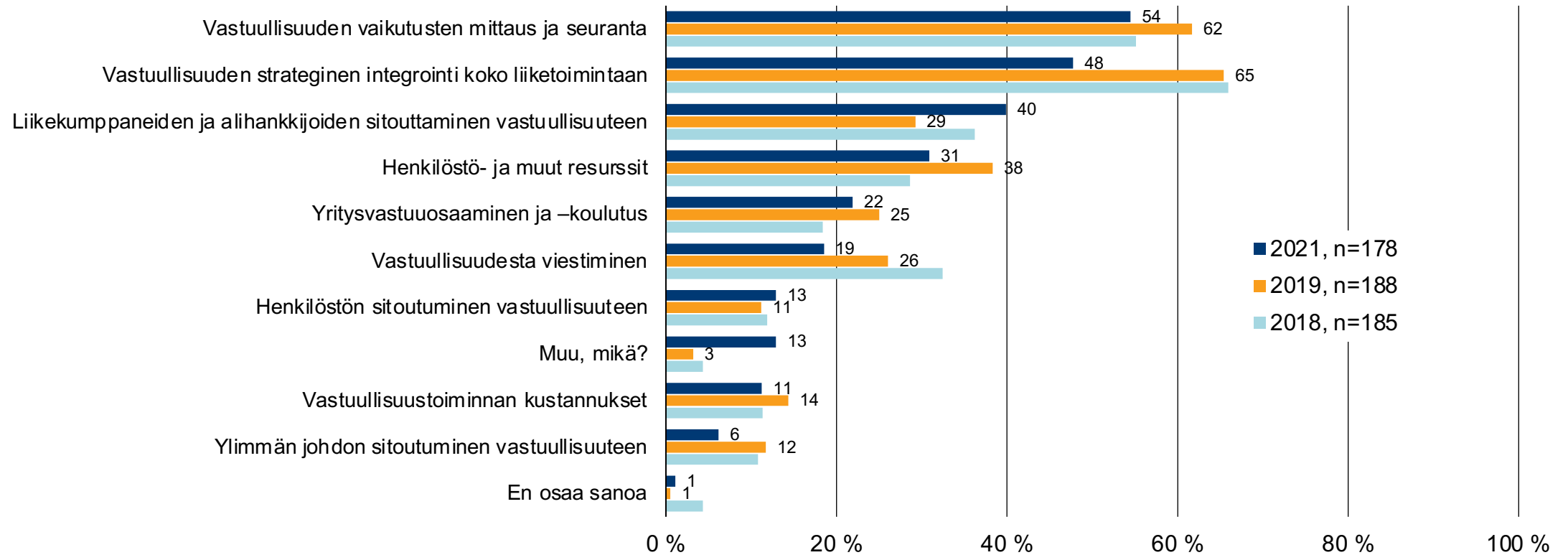
2

Tutkimustulokset: Yritysvastuun johtamisen haasteet ja tulevaisuus

Vastuullisuuden integrointiin, seurantaan ja mittaukseen on löydetty ratkaisuja. Vastuullisuuden varmistamiseen käytettävät resurssit eivät ole edelleenkään linjassa vastuullisuuden merkityksen kasvun kanssa.

- Vastuullisuuden **strateginen integrointi liiketoimintaan** on ollut selvästi suurin yritysten vastuullisuushaaste, mutta nyt integroinnin kokee haastavaksi huomattavasti harvempi yritys. Samoin on käynyt vastuullisuuden vaikutusten mittauksen ja seurannan osalta.
- **Liikekumppaneiden ja alihankkijoiden** sitouttaminen vastuullisuuteen on nyt selvästi haastavampaa kuin vuonna 2019.
- Yli puolet yrityksistä arvioi **vastuullisuuden merkityksen** vielä kasvavan paljon oman yrityksen näkökulmasta katsottuna. Tämä on peräti neljänneksen enemmän vuoteen 2019 verrattuna. Silti vain 13 % uskoo vastuullisuuteen käytettävien resurssien lisääntyvän paljon seuraavien viiden vuoden aikana.
- Osa vastaajista kokee, että vastuullisuuden merkityksen kasvun huippu on nyt saavutettu.

Liikekumppaneiden ja alihankkijoiden sitouttaminen vastuullisuuteen on entistä suurempi haaste yrityksille



Kysymys: "Mitkä ovat yrityksenne keskeiset vastuullisuuden johtamisen haasteet juuri tällä hetkellä?" (n=178)



Näkökulma Vastuullisuus muuttuu säännellyksi, prosessit ja yhteistyö edellyttävät resursseja

Aiempaa huomattavasti harvempi yritys kokee haastavaksi vastuullisuuden strategisen integroinnin liiketoimintaan. Tämä on hyvä uutinen Euroopan unionin komission yritys vastuudirektiiviehdotuksen kannalta. Direktiiviehdotuksella komissio pyrkii tekemään velvoitteen kansainvälisistä vastuullisuusohjeista tutusta asianmukaisen huolellisuuden prosessista. Tämän prosessin alkupisteenä on juuri vastuullisuuden integrointi liiketoimintaan.

Komission direktiiviehdotus on melko järeä paketti, joka toteutuessaan edellyttäisi suurilta yrityksiltä merkittävää panostusta sekä oman että liikekumppaneiden vastuullisuuden hallinnoimiseen. Ehdotus sisältää myös vahingonkorvausvastuun. Tästä näkökulmasta on mielenkiintoista, jos jo nyt 40 % tutkimukseen vastanneista kokee haasteena liikekumppaneiden ja alihankkijoiden sitouttamisen vastuullisuuteen.

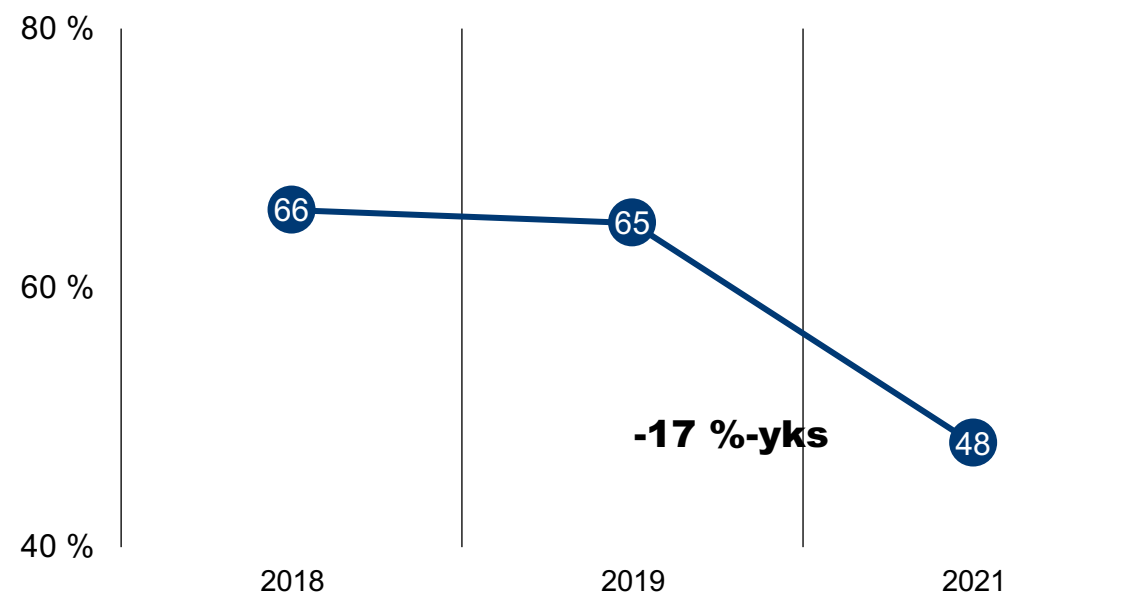
Tässä vaiheessa ei vielä tiedetä, miten tuleva sääntely lopullisessa muodossaan tulee vaikuttamaan liikekumppaneiden yhteistyöhalukkuuteen ja -kyvykkyyteen. Lienee kuitenkin selvää, että luvassa on jonkinlainen yhdistelmä kysynnän ja tarjonnan lakia suhteessa markkinoiden uudelleen rakentumiseen. Paljon riippunee siitä, millaisessa asemassa tilaaja on ja kuinka paljon markkinoilla on tarjontaa vastuullisiksi todennetuista tuotteista. Jää myös nähtäväksi, kuinka paljon valmiuksia EU-yrityksillä on tukea vastuullisuustyössä esimerkiksi kehittyvien maiden yrityksiä. Toivottavasti yritysjohto allokoit riittävät resurssit vastuullisuustyön asianmukaiseen tekemiseen.

Linda Piirto, kaupallinen neuvos, ulkoministeriö



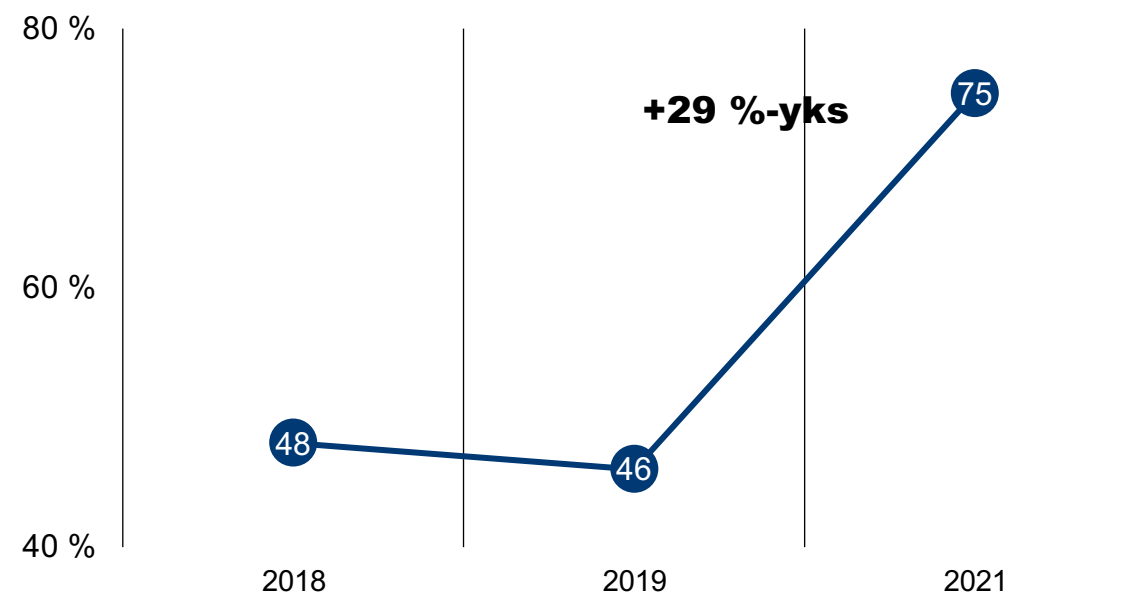
Vastuullisuuden integrointi liiketoimintaan on helpottunut – yksi mahdollinen selittävä tekijä on vastuullisuuden ohjausryhmien yleistyminen

Vastuullisuuden integrointi koko liiketoimintaan yksi merkittävimmistä haasteista selvästi harvemmalle



Kysymys: "Mitkä ovat yrityksenne keskeiset vastuullisuuden johtamisen haasteet juuri tällä hetkellä?" Valitse 3: Vastuullisuuden integrointi koko liiketoimintaan

Yritysvastuun ohjausryhmät nyt jo ¾ yrityksissä



Kysymys: "Mitä yritysvastuun toimenpiteitä olette tehneet? Yritysvastuun ohjausryhmä



Näkökulma Vastuullisuus osaksi yrityksen strategiaa ja kulttuuria

Tutkimusten mukaan taloudellisesti menestyvät yritykset toimivat vastuullisemmin kuin muut yritykset. Tämä toimii myös toisinpäin, eli vastuullisesti toimivat yritykset menestyvät taloudellisesti paremmin kuin muut yritykset. Tutkimuksissa yleisin käytetty taloudellisen menestyksen mittari on kokonaispääoman tuotto, ROA, joka antaa kokonaisvaltaisen kuvan yrityksen taloudellisesta tilanteesta. Yrityksen kasvu liittyy tähän siten, että ylläpitääkseen jatkuvasti hyvää ROA-tasoa, yrityksen on täytynyt myös kasvaa jossain elinkaarensa vaiheessa. Kaikki kasvu ei siis suinkaan ole pahaa kasvua niin kuin usein julkisuudessa puhutaan ilmastomuutoksen yhteydessä. Yrityksen kestävä kasvu, taloudellinen menestys ja vastuullisuus ovat näin ollen keskeisiä rakennuspalikoita yrityksen strategiassa.

Kehitettäessä kestäväään kasvuun perustuvaa strategiaa, törmätään usein vastuullisuuden mittaamisen haasteeseen. ESG-pohjaiset mittarit on kehitetty riskien hallintaa, määräysten noudattamista ja nykytilan raportointia varten. Tällöin ne eivät sovi vastuullisuuden kehittämiseen. Yksi mahdollisuus on käyttää kotimaista nettovaikutusmenetelmää nykytilan analysointiin ja tarvittavien kehitystoimenpiteiden suunnitteluun. Nettovaikutusmenetelmässä on neljä dimensiot ympäristö-, terveyst-, yhteiskunnalliset ja tietoon liittyvät yritysvaikutukset, jotka jakautuvat 19 jalanjälki- ja 19 kädenjälkivaikutukseen.

Nettovaikutusprofiilista näkee havainnollisesti yrityksen nykytilan ja kehityskohteet liittyen yritysvaikutuksiin. Kaikkia positiivisia vaikutuksia ei kannata maksimoida eikä negatiivisia poistaa, vaan valita esim. kolme kehityskohdetta, joihin keskitytään ja jotka ovat yrityksen kilpailustrategian kannalta olennaisia.

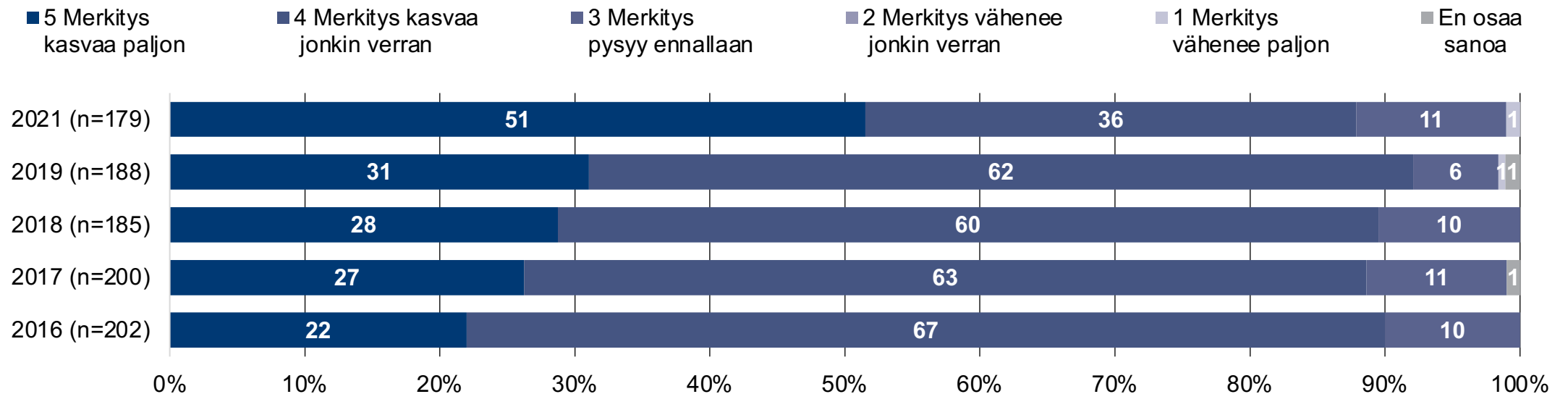
Faktapohjainen viestintä, yrityksen vastuullisuustarina, on tärkeä, jotta yrityksen sidosryhmät ymmärtävät, mitä ollaan tekemässä ja henkilöstö saadaan mukaan yhteiseen tekemiseen. Optimitalanteessa yrityksellä on innostava olemassaolon tarkoitus, purpose ja arvopohjaisesti toimivat omistajat ja johto, jolloin vastuullisuus ei jää irralliseksi päälle liimatuksi asiaksi, vaan juurtuu osaksi yrityksen kaikkea tekemistä ja kulttuuria.



Jorma Turunen, Professor of Practice, Turun yliopisto

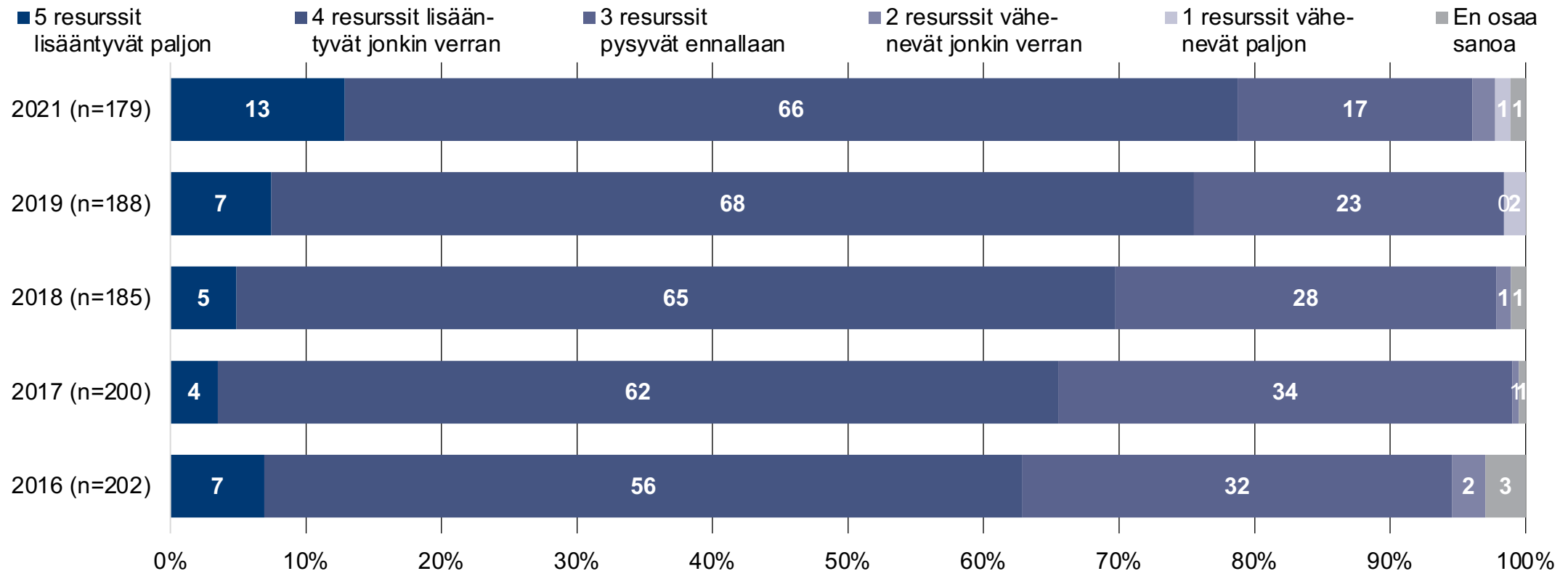
Selvästi useampi yritys arvioi vastuullisuuden merkityksen kasvavan paljon oman yrityksen näkökulmasta katsottuna

Yhteenlaskettuna niiden vastaajien osuus, jotka arvioivat vastuullisuuden merkityksen kasvavan paljon tai jonkin verran, on kokonaisuudessaan kääntynyt laskuun. Myös niiden vastaajien osuus, jotka arvioivat merkityksen pysyvän ennallaan, on kasvanut viime kerrasta 5 %. Tuloksista voidaan päätellä, että osa vastaajista kokee vastuullisuuden merkityksen kasvun huipun nyt olevan saavutettu.



Kysymys: "Miten arvioitte vastuullisuuden merkityksen muuttuvan yrityksenne osalta seuraavan 5 vuoden sisällä?"

Vain noin joka kymmenes yritys uskoo vastuullisuuteen käytettävien resurssien lisääntyvän paljon seuraavien viiden vuoden aikana



Kysymys: "Miten arvioitte yrityksenne vastuullisuuteen käytettävien resurssien (kuten rahallisten investointien / henkilöresurssien) määrän kehittyvän seuraavan 5 vuoden aikana?"



Näkökulma Opportunities and future outlook of sustainability

The world is entering in a crisis mode: The sixth assessment report of the UN's Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) shows how a warmer world is affecting all living things all around the world. Rising temperatures have devastating consequences from environmental degradation, extreme weather, natural disasters, food and water insecurity to major economic disruption, conflict, and terrorism.

The latest research results published in 2022 reveal that six out of nine planetary boundaries have now been crossed. The boundaries are being pushed by the current production and consumption system.

Innovation and scale – yes please: We need innovative products that can help solve the crises. There is no other actor in society that can better innovate and scale than business. How to handle this as a business then?

Getting it right: Understanding sustainability as a business condition and a value driver

For Stora Enso as a renewable materials company, integrating sustainability into the business strategy will help us to constantly push innovation forward in the right direction and as such significantly minimise the risk of us being disrupted by competing materials. Businesses have an opportunity to be part of the solution to the manifold sustainability crises we face today, while being able to secure profitable growth in the long term.

We need to pay attention to the external challenges and transform them into opportunities. A couple of examples from the current context impacting Stora Enso:

- Competition for resources and the geopolitical risks linked to it: Our common future is increasingly characterized by the scarcity, and competition, of resources. As an example, the war in Ukraine had a direct impact on our wood material supply and the energy prices, which in turn could speed up the shift to renewable solutions.
- Managing the trade-offs between the biodiversity and climate agendas: Nature-based solutions and sustainable forest management can ensure carbon remains locked into biomass while replacing fossil or fossil-intensive products like plastics and cement.

Some of these challenges are common to all of us, some will depend on industry, and certainly our responses should be focused on where we can have the biggest impact, with the products and services we offer.



Näkökulma Opportunities and future outlook of sustainability (cont.)

Stora Enso's value creation: Sustainability as a way to future-proof the strategy

Recently, we have developed a new compass and have set ambitious goals. Our goal is to achieve 100% regenerative products by 2050 – products that are 100% circular and net carbon and biodiversity positive. Regarding climate, we have targets to cut down all scope 1, 2 and 3 greenhouse gas emissions, decreasing all of them by 50% by 2030 in absolute terms. We have created Circular Design Guidelines to guide all our divisions, to ensure all our products are recyclable by 2030, and on biodiversity, we have a new programme with more than 30 actions and 15 publicly available indicators tracking our progress.

We can't see into the future, but we believe it will be characterized by a set of principles based on what it takes for our ecosystems not to collapse:

1. Use of regenerative materials that maximise yield and social value
2. Operating within planetary boundaries
3. Producing carbon and biodiversity positive solutions
4. Foster transparent and circular material flows
5. Creating a just and fair system for people.

We are using these principles to a) drive product innovation, b) guide some of our key business processes, such as capital allocation and strategy development, and c) work with stakeholders to influence relevant long-term market and regulatory developments. Innovation, in particular, will be key to our success as mentioned earlier.



Näkökulma Opportunities and future outlook of sustainability (cont.)

Where next: Understanding the systems we are part of as industries and how they can best deliver a sustainable future.

It has been valuable for us to understand the larger industry systems we are part of and how these need to change towards more sustainability. In our case the materials system which is part of the overall consumption system which clearly needs reforming, and we are ready to help push this.

We believe in three key success factors:

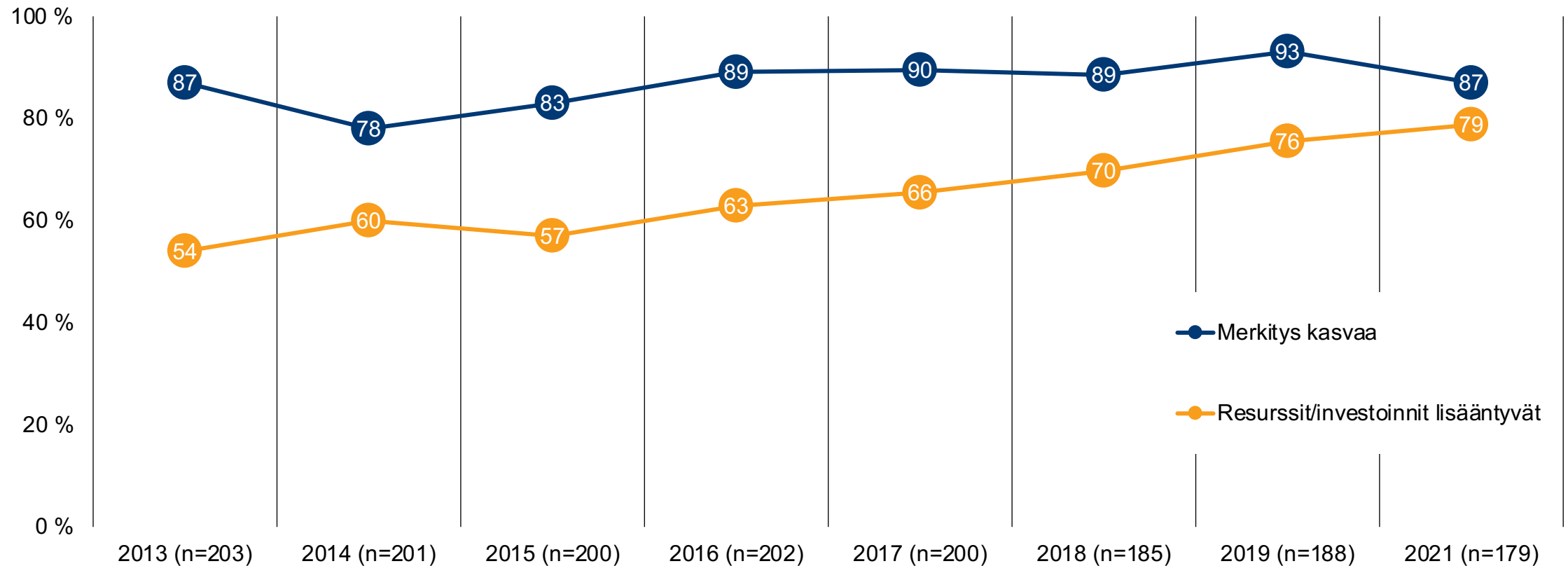
1. **Partnerships:** We work very closely with our customers, brand owners and other external stakeholders. Together we collaborate on sustainable products and solutions that can help drive the needed change.
2. **Contributing to the development of an enabling legislative framework:** We need a forward-looking legislative framework that incentivize the bioeconomy as a viable alternative to the fossil-fuel based economy, from energy efficiency to circular solutions.
3. **Show bold leadership:** Bold transformative leadership is needed to drive change. Products and services of today should be ready to be sustainable tomorrow, and leaders need to be able to navigate not only in the competitive business environment but also follow the political, geopolitical, and ethical discussions. When needed, leaders need to be brave to speak up.

Again, we don't have a crystal ball, but we have to take the best cues from what we see is needed from a planetary perspective and how we can best deliver on these as a profitable business.

Annette Stube, EVP Sustainability, Stora Enso



Vastuullisuustyöhön panostettavien resurssien ei uskota kasvavan yhtä paljon, kuin vastuullisuuden merkitys kasvaa



Kysymys: "Miten arvioitte vastuullisuuden merkityksen muuttuvan yrityksenne osalta seuraavan 5 vuoden sisällä?" ja "Miten arvioitte yrityksenne vastuullisuuteen käytettävien resurssien (kuten rahallisten investointien / henkilöresurssien) määrän kehittyvän seuraavan 5 vuoden aikana?"

Erityisesti rakentamisen toimiala arvioi vastuullisuuden merkityksen kasvavan paljon tulevina vuosina

	Informaatio ja viestintä (n=12)	Kuljetus ja varastointi (n=7)	Rahoitus- ja vakuutus-toiminta (n=11)	Rakenta-minen (n=11)	Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto, jäähdytysliike toiminta (n=14)	Teollisuus (n=46)	Tukku- ja vähittäis-kauppa (n=35)
kasvaa paljon	50 %	57 %	38 %	64 %	36 %	51 %	57 %
kasvaa jonkin verran	50 %	29 %	46 %	27 %	64 %	34 %	29 %
pysyy ennallaan	-	14 %	-	9 %	-	13 %	14 %

Kysymys: Miten arvioitte vastuullisuuden merkityksen muuttuvan yrityksenne osalta seuraavan 5 vuoden sisällä? Ristiintaulukointi toimialan kanssa. Mukana toimialat, joissa 4 vastausta tai yli (n=179)



Näkökulma Vastuullisuuden rooli yritysten arvonaluonnissa on kovassa murroksessa. Tässä viisi olennaisinta muutosta jotka yritysten kannattaa nyt huomioida

1. Tavoitteellisuus ja strategisuus lisääntyvät. Vastuullisuus on siirtynyt erityisammattilaisten pöydiltä johdon agendalle. Vastuullisuudelle asetetaan yhä useammin määrällisiä ja laadullisia tavoitteita.

2. Fokuksen muutos. Fokus on osittain siirtynyt riskien hallinnasta vastuullisuuteen kiinteänä osana liiketoimintastrategiaa ja ydintoimintoja. Tutkimuksen vastauksissa näkyy vielä 'do less harm' -asenne, mutta uskon katseen siirtyvän pian haittojen minimoinnista yhteiskunnallisten ja ympäristöhaasteiden ratkaisuun. (vrt. <https://impactmanagementproject.com/impact-management/how-investors-manage-impact/>)

3. Arvoverkostot. Olennaisuuden tarkastelu on menossa uusiksi, kun vaikutukset ympäristöön ja ihmisten hyvinvointiin siirtyvät yrityksen osaksi yritysten due diligence -prosesseja ja tuloslaskelmia. Osakkeenomistaja-kapitalismista siirrytään sidosryhmä -kapitalismin kautta inklusiiviseen kapitalismiin. Johdon katse siirtyy yhä enemmän yrityksen sisältä arvoketjuihin ja arvoverkostoihin.

4. Kokonaisvaikuttavuus. Kun kaikkea ei voi mitata rahassa, miten vaikuttavuus arvotetaan? Kun bisnesmalli muuttuu, koko arvontuotannon logiikka muuttuu. Johtajuutta mitataan uudessa kapitalismissa uusin mittarein. (vrt. <https://www.wbcsd.org/Overview/About-us/Vision-2050-Time-to-Transform>)

5. Näytön aste. Todentaminen on helpottunut, mutta strateginen ja ydinliiketoimintaan integroitu vastuullisuus ja vaikuttavuus ovat vaikeasti mitattavia. Ainakin toistaiseksi yhteismitallisuus puuttuu.

Kimmo Lipponen, toimitusjohtaja, FIBS



3

Metodologia ja vastaajien taustatiedot

Otos ja tiedonkeruu 1/2

Kohderyhmä

- Tutkimuksen kohderyhmänä oli liikevaihdoltaan Suomen 1000 suurinta yritystä (Bisnode Finland Oy:n tietokanta).
- Lisäksi kohderyhmään kuului muita merkittäviä toimijoita, kuten osuuskuntia ja keskinäisiä yhtiöitä.
- Kohderyhmä sisälsi yhteensä 1230 organisaatiota (1000 suurinta yritystä + 230 merkittävää toimijaa).

Otanta

- Otos täyttää luotettavan otoksen kriteerit.
- Vastaajiksi hyväksyttiin toimitusjohtajat sekä yritys- ja yhteiskuntavastuusta vastaavat johtajat, tarvittaessa myös yritys vastuupäälliköt.
- Kustakin vastaajaorganisaatiosta otettiin aineistoon vain yksi vastaaja. Vastaukset oli kiintiöity tulosten vertailtavuuden vuoksi siten, että noin 25 % vastaajista oli pörssiyhtiöitä ja loput osakeyhtiöitä ja muita toimijoita.
- Vastaajista 36 % oli toimitusjohtajia.

Otos ja tiedonkeruu 2/2

Vastaajien kontaktointi

- Tutkimus toteutettiin puhelin- ja sähköpostitutkimuksena suomeksi ja englanniksi
- Tiedonkeruu pyrittiin tekemään ensisijaisesti puhelinhaastattelujen avulla. Mikäli vastaajalla ei ollut aikaa vastata puhelimitse, hänelle tarjottiin mahdollisuutta vastata sähköisen tutkimuslomakkeen avulla. Kohderyhmään kuuluvia yrityksiä tiedotettiin tutkimuksesta ja siihen osallistumisesta myös eri kanavissa ja osa vastaajista vastasikin tutkimukseen suoraan sähköisen linkin kautta.
- 76 % vastaajista kontaktoitiin puhelimitse, 24 % vastasi sähköpostilomakkeen kautta (vrt. 2019: sähköisesti vastasi 67 %).
- Haastattelut tehtiin aikavälillä 15.6.2021 – 12.10.2021.

Vastausprosentti

- Tutkimukseen vastasi 179 toimitusjohtajaa, yritys vastuusta vastaavaa johtajaa tai päällikköä.
- Tutkimuksen vastausprosentti oli 16 %.
- Vuoden 2021 tutkimuksen toteutti Innolink.



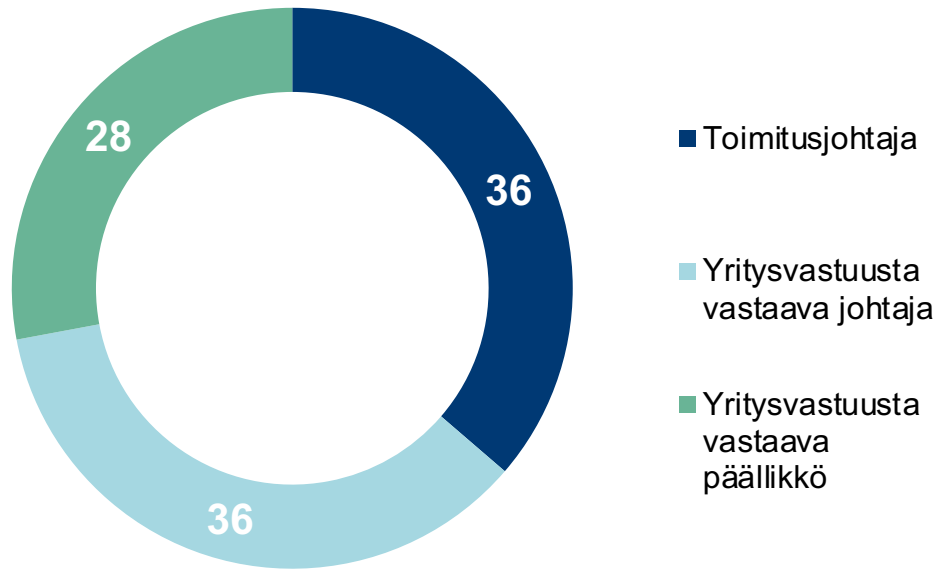
Tulokset ovat vertailukelpoisia aiempiin vuosiin.
Tutkimusotoksen rakenne on pysynyt pääosin samana eikä suuria eroja ole havaittavissa vastaajien jakaumassa.

Tulosten vertailussa huomioitavaa

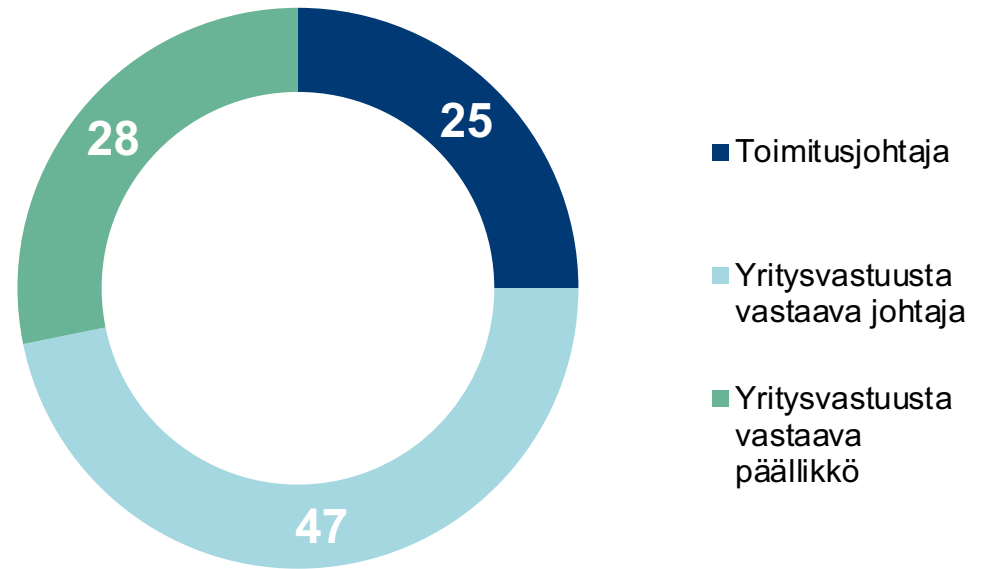
- Tulokset ovat vertailukelpoisia aiempiin vuosiin.
- Edellinen yritysvastuututkimus on tehty vuonna 2019, joten vertailutuloksia arvioidessa tulee huomioida, että viimeisen kahden toteutetun tutkimuksen välissä on poikkeuksellisesti kulunut kaksi vuotta.
- Vastaajamäärä oli 179 (188 vuonna 2020). Vastausmäärän lasku ei vaikuttanut tutkimuksen tuloksiin.
- Otoksen rakenne yritysmuodon suhteen on hyvin samankaltainen kuin aiempina vuosina.
 - Vastaajien edustamista yrityksistä julkisia osakeyhtiöitä on 26 % (2019: 26%), osakeyhtiöitä 66 % (2019: 66 %) ja osuuskuntia ja muita 7 % (2019: 8 %).
- Myös päätoimialojen jakauma on pääpiirteissään samanlainen kuin vuonna 2019. Suurempaa vaihtelua löytyy sen sijaan yritysten tarkemmasta teollisuudenalasta.
- Toimitusjohtajia tutkimuksessa tavoitettiin edellisiä vuosia paremmin. Vastaajista 36 % oli toimitusjohtajia, kun vastaava luku oli vuonna 2019 25 % ja vuonna 2018 29 %. Yritysvastuusta vastaavia johtajia oli myös 36 % ja niiden osuus vastaajista oli suurempi liikevaihdoltaan yli 200 miljoonaa euroa olevissa yhtiöissä.

Vastaajan titteli

2021 (n=179)

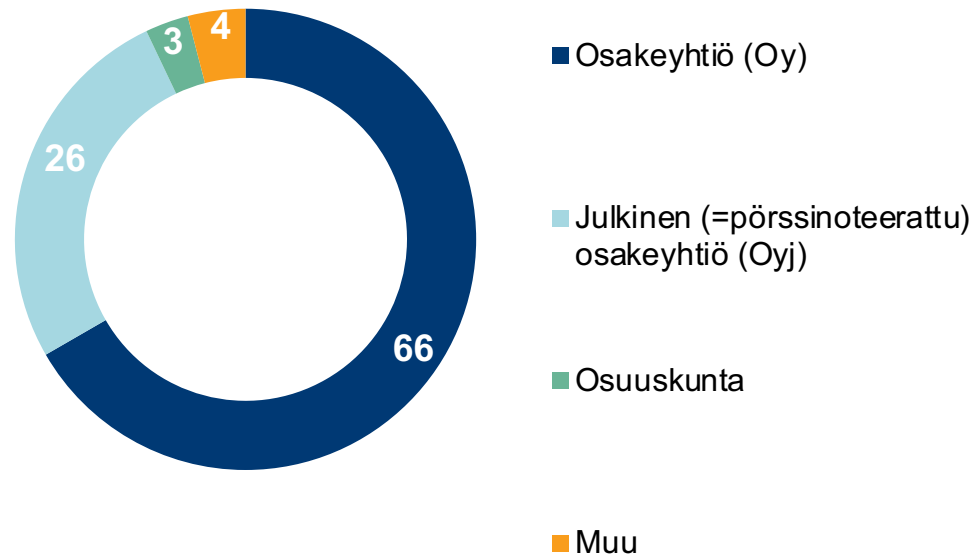


2019 (n=188)

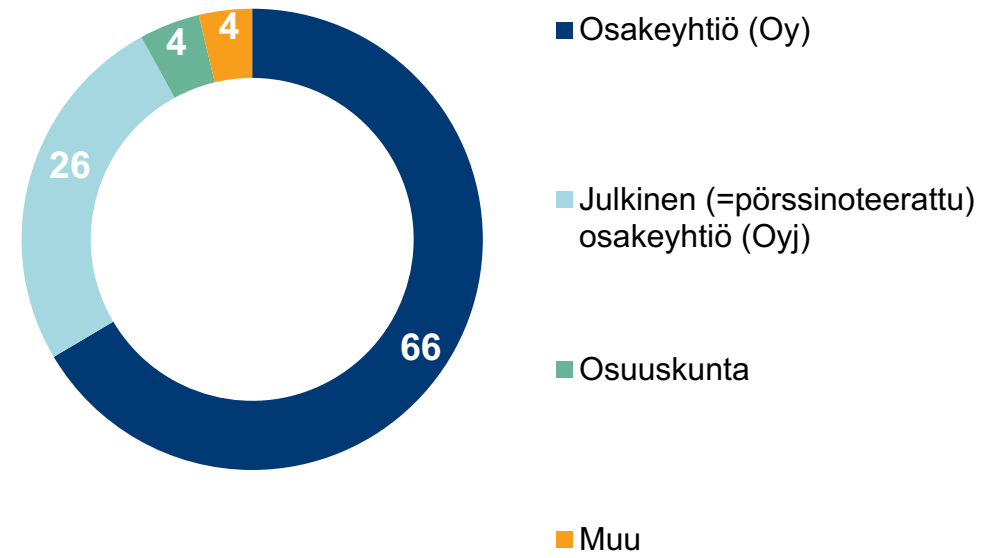


Vastaajien yritysmuoto

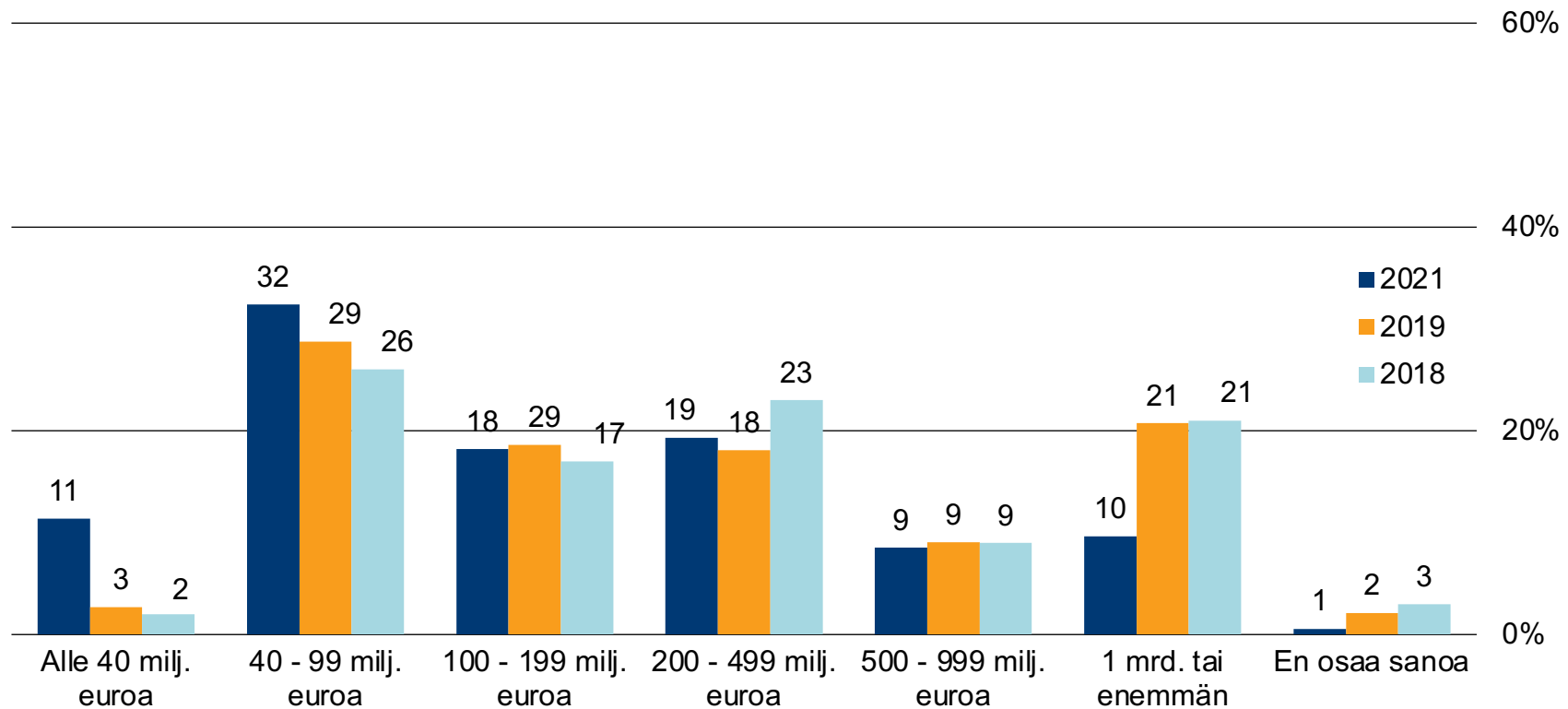
2021 (n=179)



2019 (n=188)

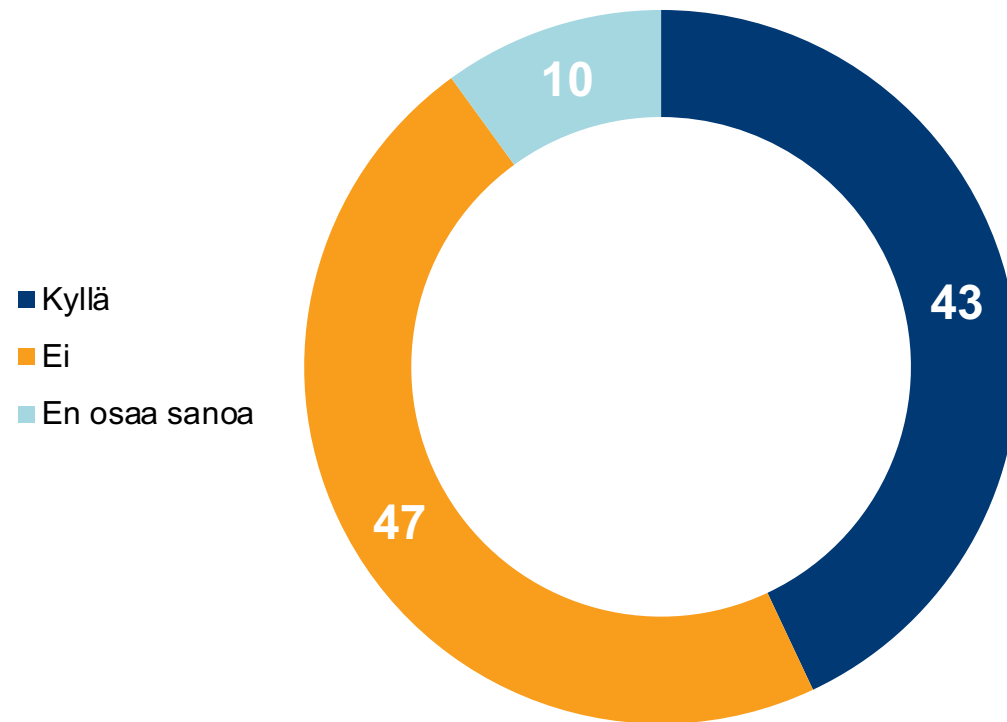


Vastaajien liikevaihto – vuosivertailu



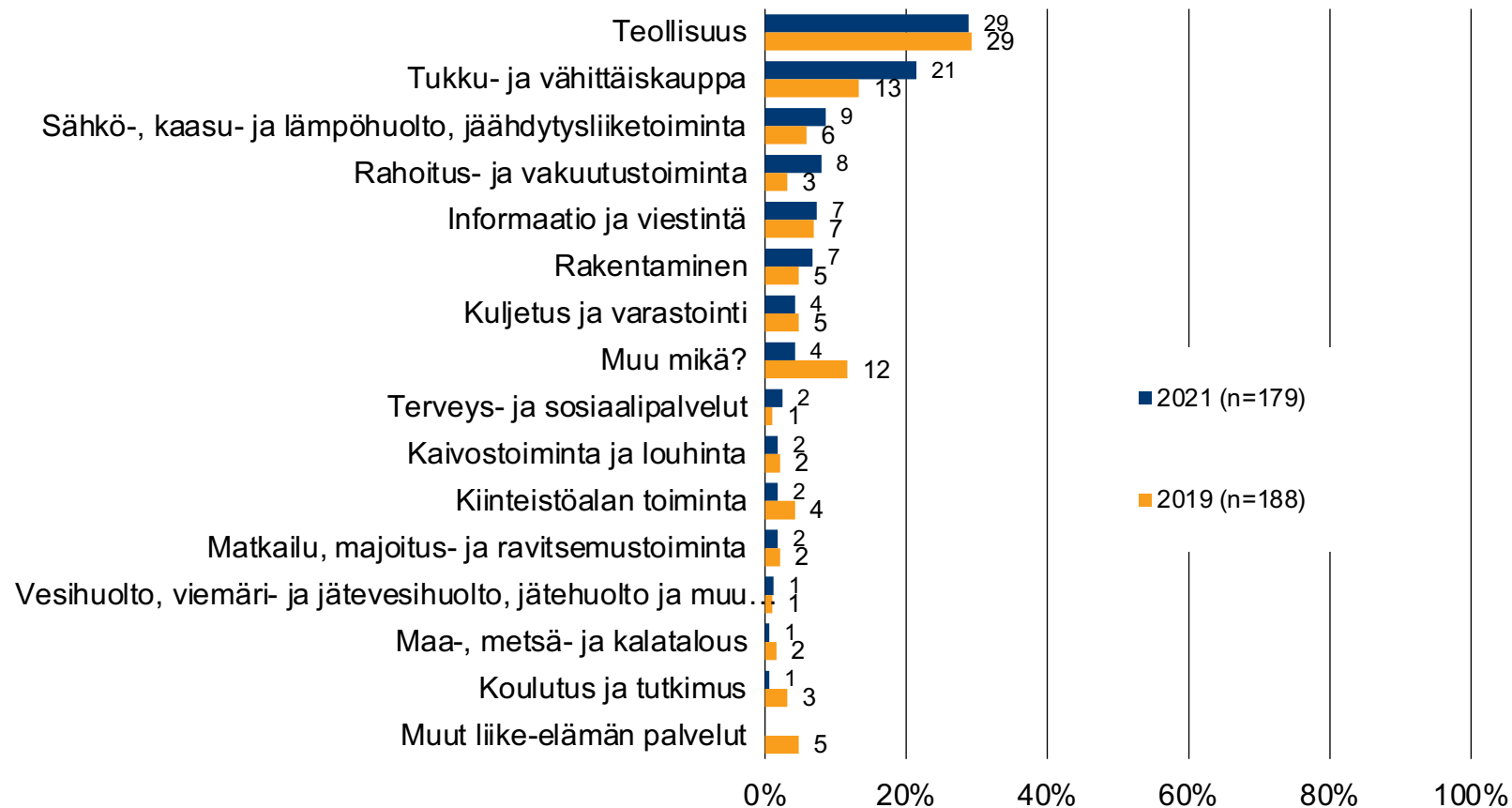
Kysymys: "Paljonko on yrityksenne liikevaihto vuodessa?"

FIBSin jäsenten osuus vastaajista



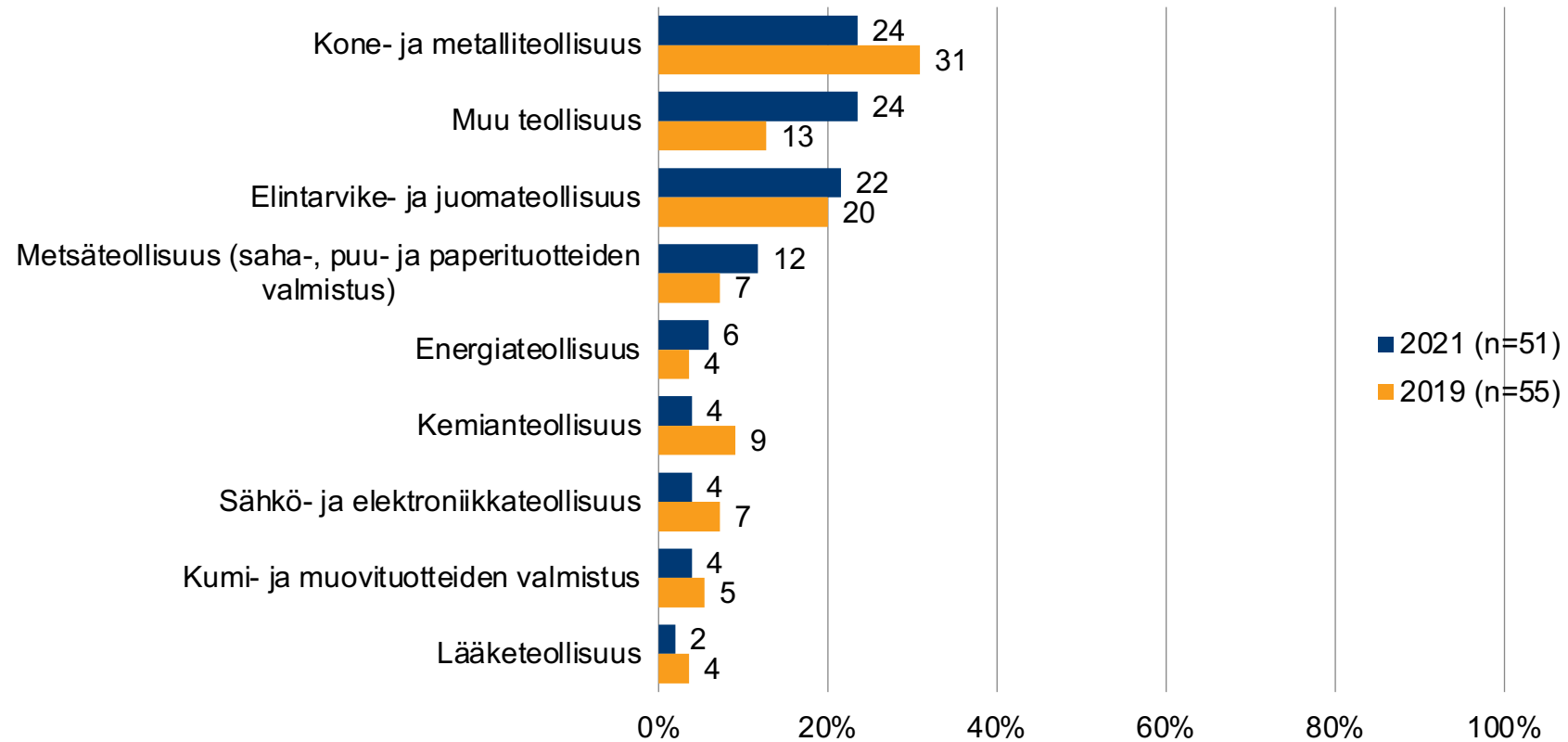
Kysymys: "Olemme Yritysvastuuverkosto FIBSin jäsen" (n=178)

Vastaajien pääasiallinen toimiala (n = 179)



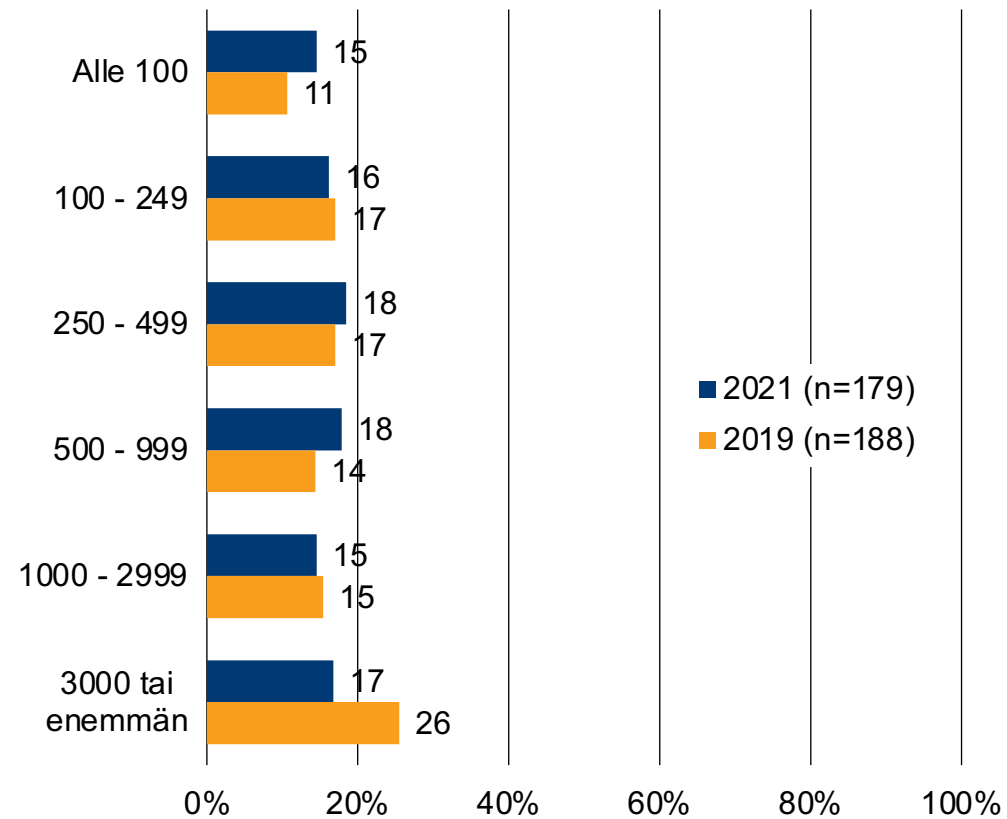
Kysymys: "Mikä on yrityksenne pääasiallinen toimiala"

Vastaajien tarkempi toimiala (n = 51)



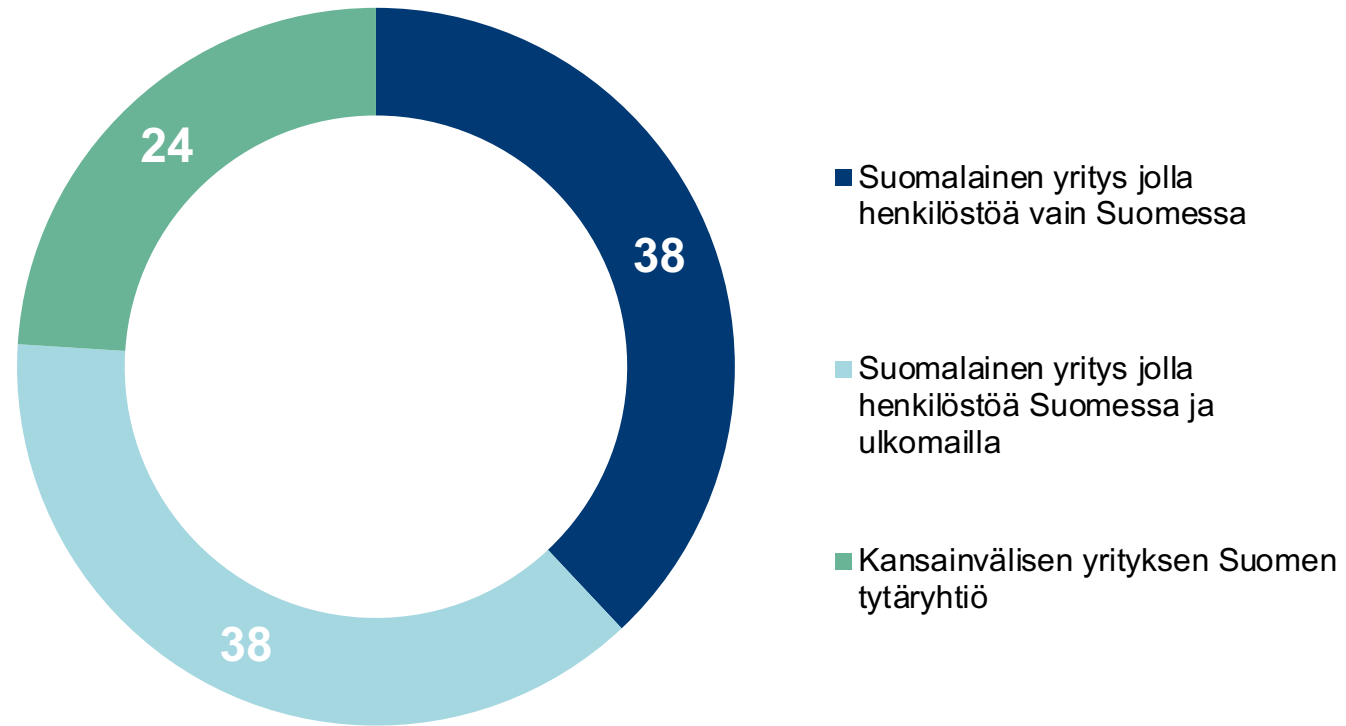
Kysymys: "Mikä on yrityksenne tarkempi teollisuudenala"

Vastaajien kokonaishenkilöstömäärä (n = 179)



Kysymys: "Mikä on yrityksenne kokonaishenkilöstömäärä?"

Vastaajien kansainvälisyys (n = 179)



Kysymys: "Onko yrityksenne..."



Lue lisää
Yritysvastuu 2021 -tutkimuksesta:

www.fibsry.fi/yritysvastuu-2021

Kysy lisää tutkimuksesta: fibs@fibsry.fi