

Vastuullinen liiketoiminta ja siitä viestiminen

Helppo opas pienyrittäjille



Mahtavaa, että olet kiinnostunut vastuullisuudesta! Se kannattaa.

- Ennen vastuullisuus oli ”viherpiipertäjien” touhua, nyt siitä on tullut osa menestyksestä yritystoimintaa
- Ilman näkyvästi vastuullista toimintaa yritystä pidetään helposti vastuuttomana tai vähintäänkin välinpitämättömänä
- Sekä B2B-asiakkaat että etenkin kuluttajat tekevät enenevässä määrin ostopäätöksiä vastuullisuuteen perustuen
- Lainsäädäntö kiristyy koko ajan, ja vastuullisuuden vaatimukset valuvat alihankintaketjuja pitkin alas myös pieniin yrityksiin

Nyt jos koskaan, asiaan kannattaa tarttua.

ps. Lisää luettavaa aiheesta löytyy tämän oppaan lopusta

Säästäthän luontoa ja käytät tätä opasta vain digitaalisessa muodossa.

Kiitos!

Vastuullisuustyön eri vaiheet





1. Havahdu ja innostu

Hienoa, että tartuit asiaan!

Jokaisen aika toimia on nyt, ja pienilläkin teoilla on merkitystä.

Sellaista yritystä ei ole tulevaisuudessa (ehkä) enää olemassakaan, joka ei toimi vastuullisesti. Yritysten välinen kilpailu on kovaa, ja asiakkaat osaavat vaatia yritykseltä sekä sen tuotteilta ja palveluilta vastuullisuutta.

Leo Straniuksen sanoin: "Kyseessä on pysyvä toimintaympäristön muutos ja sitä kautta ilmastoasioiden kannattaa olla osa organisaation strategista johtamista."

1.

Havahdu ja
innostu

Miksi juuri minä, pienen yrityksen kiireinen omistaja?

Maailmanlaajuiset ongelmat, paikalliset ratkaisut

- "Vastuullisuus" on monimutkainen ja maailmaa syleilevä käsite. Ratkaisut syntyvät kuitenkin ruohonjuuritasolla, pienistä teoista. Ei ole mitään taikatemppua, jolla ongelma poistuu.

Vastuullisuus tuo kilpailuetua

Siinä on kaksi terävää syytä tarttua asiaan saman tien:

- kilpailuedun saavuttaa heti
- vastuulliset toimintamallit yksi toisensa jälkeen tulevat jatkossa muuttumaan pakollisiksi – onhan se hienoa, jos oma pohjatyö on tehty, kun samaan aikaan osa kilpailijoista vasta aloittaa sitä.

Aika toimia on NYT.

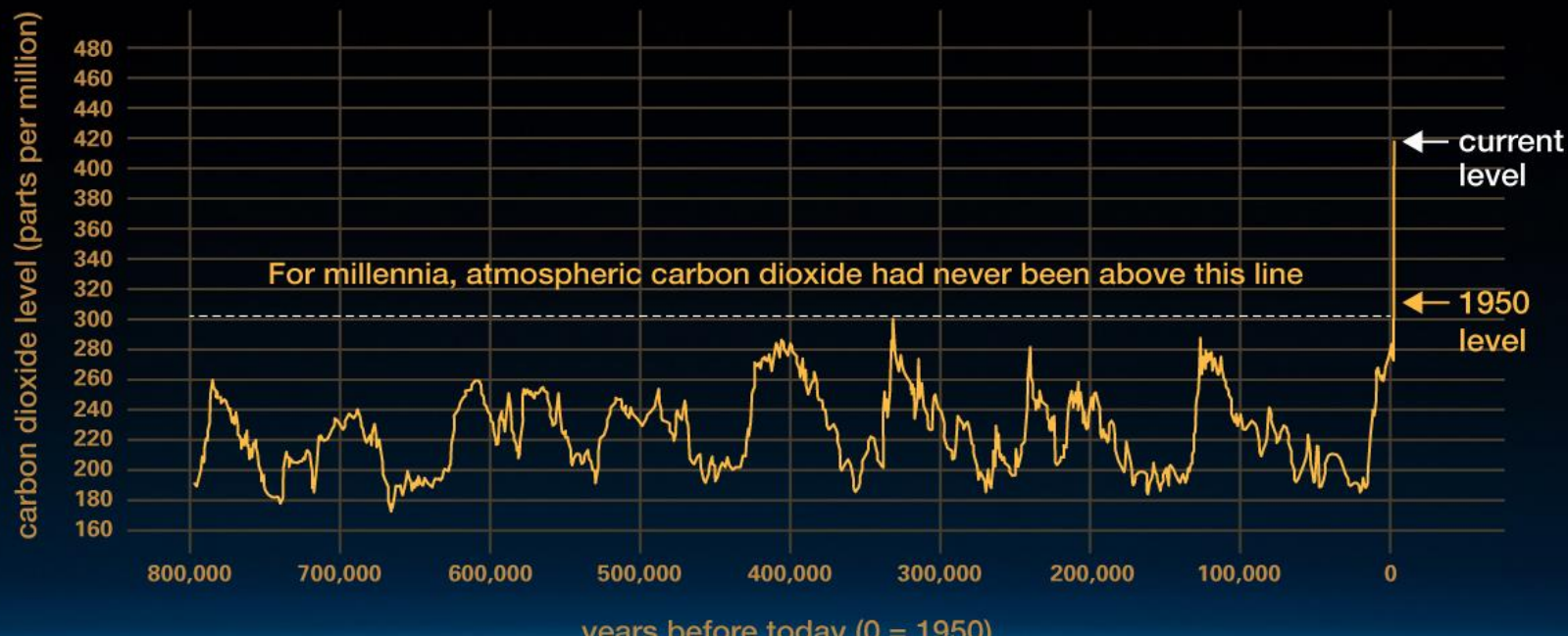
Miksi me, mikseivät esim. Kiina tai Intia?

- Historiallinen päästökuorma tulee länsimaista, ja henkilöä kohden päästöt Suomessa ovat Euroopan kuudenneksi suurimpia.
- Meidän pitää kantaa oma vastuumme ja lopettaa vastuun siirtely muualle. Lisäksi maailma tarvitsee ratkaisuja ja esimerkkejä, joita esim. juuri suomalaiset voivat osaltaan tarjota.



Ilmastonmuutoksia on ollut aina, mutta tämä on erilainen. Hiilidioksidin määrä ilmakehässä on ennenkuulumaton. Olemme siirtymässä kuudenteen sukuputtoaaltoon. Valitettavasti ilmastonmuutoksen vaikutukset ilmenevät 10–20 vuoden viiveellä; elämme vaikutusten osalta vasta vuosituhanen vaihdetta.

Ilman tervettä planeettaa ei ole hyvinvoivaa yhteiskuntaa, ja ilman hyvinvoivaa yhteiskuntaa ei ole toimivaa yritys-elämää. Asia koskee meistä jokaista myös yksilönä – vaikka nykyinen sukupolvi ei aiheuttanut tilannetta, meidän on silti ratkaistava se, itsemme ja tulevien sukupolvien vuoksi.



Lähde: climate.nasa.gov

2. Selvitä



Yksinkertaista ja helppoa: katsomalla nykyistä liiketoimintaasi uudesta näkökulmasta voit helposti kartoittaa, millaista vastuullisuustyötä jo teet, mahdollisesti jopa tietämättäsi! Tilannekuva tarvitaan, jotta voi alkaa kehittää.

Oleennaista on tavoitteiden asettaminen sekä toimenpiteiden mittaaminen ja seuranta. Esimerkiksi hiilijalanjäljen laskeminen antaa tietoa siitä, mistä yrityksen päästöt syntyvät ja mihin päästöjen vähentämistoimenpiteet kannattaa suunnata.

Vastuullisuustyö kokonaisuutena on kuitenkin paljon muutakin kuin päästölaskentaa!



Vastuullisuuden kolme osa-aluetta

Ympäristövastuu

- Vesistöjen, ilman ja maaperän suojele.
- CO₂-päästöjen vähentäminen tai nollaaminen.
- Ekosysteemin rasittamisen vähentäminen.
- Päästöttömään energiaan siirtyminen.
- Luonnon monimuotoisuuden turvaaminen.
- Tuotteen tai palvelun elinkaaren aikaiset ympäristövaikutukset.
- Ympäristövastuullisuuden huomioiminen kaikissa valinnoissa, etenkin ostoissa.

Sosiaalinen vastuu

- Ihmisoikeuksien, yhdenvertaisuuden, tasa-arvon ja inklusion edistäminen.
- Työntekijöiden hyvinvointi, tyytyväisyys, sitoutuminen.
- Ihmisoikeuksien kunnioittaminen.
- Vuorovaikutus sidosryhmien kanssa.
- Sosiaalisen vastuullisuuden huomioiminen myös ostoissa.
- Toimintaympäristön vastuullisuusnäkökulmien huomioiminen.
- Muun kuin taloudellisen arvon luominen yhteiskunnalle.

Taloudellinen vastuu

- Taloudellinen kannattavuus ja kilpailukyky sekä nyt että tulevaisuudessa.
- Omistajien tuotto-odotuksiin vastaaminen.
- Yhteiskunnan taloudellisen hyvinvoinnin tukeminen esim. verotuksen kautta.
- Läpinäkyvyys, eettisyys, periaatteellisuus ja integriteetti, arvojen mukainen toiminta.
- Työntekijöiden työpaikkojen, reilujen työolosuhteiden sekä reilun palkkauksen turvaaminen.
- Ympäröivän yhteiskunnan tukeminen esim. lahjoituksilla.



Pienen yrityksen on melko vaivatonta luoda ensimmäinen tilannekuva

Eikä se ole edes kovin pitkälinen projekti!

Tämän oppaan liitteenä on muokattava PowerPoint-pohja, jota täyttämällä voit tehdä yrityksesi ensimmäisen "epävirallisen" yritysvaluukartoituksen.

Käytännössä pohjaan kirjataan osa-alueittain, mikä on yrityksen vastuullisen toiminnan tilanne juuri nyt. Tarvitaan tilannekuva, jotta tiedetään vahvuudet ja kehitysalueet. Näissä kannattaa olla rehellinen. Kartoitus tulee sisäiseen käyttöön, ja omat haasteet täytyy myös pystyä tunnustamaan. Muuten ei voi kehittyä!



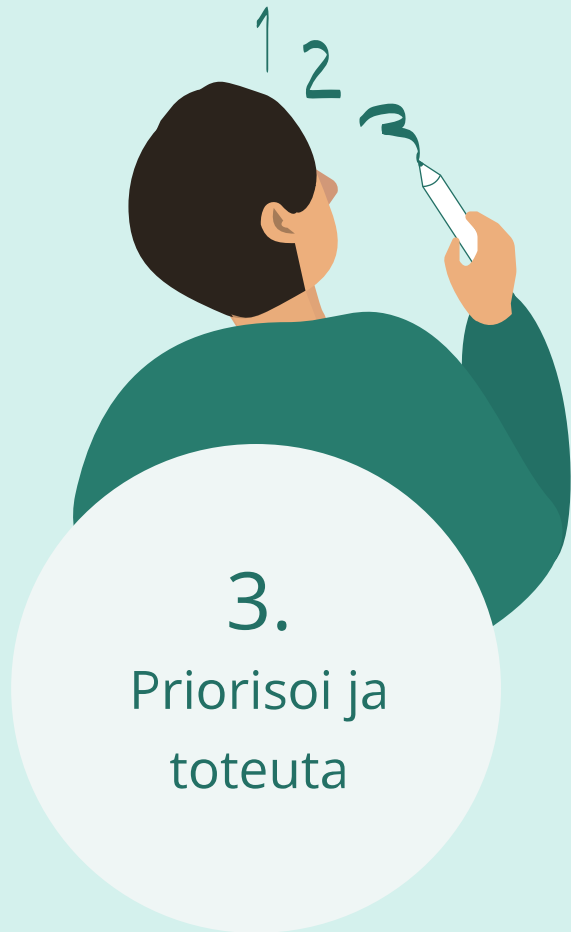
3. Priorisoi ja toteuta

Kun nykytilanne on selvillä, on helppo nähdä kehityskohteita.

Koko kakkua ei tarvitse haukata kerralla, vaan asiat kannattaa priorisoida.

Helpot ja yksinkertaiset toimet kannattaa tehdä ensin; esimerkiksi sähkön vaihtaminen päästöttömään on helppo toimi, jolla on erittäin suuri vaikutus.

Priorisointi kannattaa tehdä huomioiden yrityksen strategia, tavoitteet ja resurssit.



Priorisointi ja toteutus yksinkertaisimmillaan

Esimerkiksi:

- tietokoneiden leasing-sopimukset
- matkojen kulkeminen joukkoliikenteellä tai polkupyörällä
- tulosteiden vähentäminen -> paperiton toimisto
- ostoissa suositaan ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja
- kierrätys kunniaan
- vaihda käyttämäsi tuotteet ympäristömerkittyihin, jos mahdollista



4. Kerro

Kynttilää ei kannata pitää vakan alla, sillä asiakkaat janoavat ja tarvitsevat tietoa yrityksesi vastuullisuudesta. Viestimällä asioista rehellisesti, avoimesti ja säännöllisesti siivität liiketoimintaasi ja näytät muille esimerkkiä.

Pienyrittäjällä on yleensä pienet resurssit viestintään, joten asiasta ei kannata tehdä liian raskasta tai monimutkaista.



Näin helppoa vastuullisuudesta viestiminen voi olla

Yrityksesi vastuullisuusviesti

Pohdi, miksi yrityksesi haluaa olla vastuullinen. Muotoile ylätason tavoite ja/tai identiteetti. Esimerkkejä löytyy tämän esitteen oheismateriaalista.

Säännöllinen rutiini

Kaikkea ei kannata kertoa kerralla, eikä kertomisesta kannata tehdä liian vaikeaa. Lyhyesti: kerro yhdestä teosta/asiasta kerrallaan. Kerro säännöllisesti.

Ydinviestin säännönmukainen vahvistaminen

Kertoessasi pienistä teoista koeta linkittää ne yrityksesi vastuulliseen identiteettiin; tätä kautta se vahvistuu ja muuttuu kilpailukyvyksi.

Maailman muutoksiin reagoiminen

Kannattaa pysyä herkkänä toiminta- ja asenneympäristön muutoksille. Ne voivat vaikuttaa viestinnän ajoitukseen (herkässä maailmantilanteessa ei kannata rummuttaa ihan jokaisesta aiheista), sanoitukseen ja jopa luoda tarpeen omalle kehitystyölle (ks. seuraava osio).

5. Suunnittele ja kehitä



Vastuullisuuspolku ei ole jana vaan ympyrä.

Välillä kannattaa palata inspiroitumaan, selvittämään senhetkinen tilanne ja tarkistamaan suunnitelmat.

Ja sitä ennen tietenkin tarkistaa strateginen taso: kestääkö nykyinen suunta ajan patinaa megatrendien puristuksessa?

Kannattaisiko hyvän sään aikana ottaa uskalias loikka kohti edellä käyvää vastuullisuutta, eli investoida vahvasti tulevaisuuden kilpailukykyyn, vakavaraisuuteen sekä entistä eettisempään toimintaan?



Miten ja milloin asiaan kannattaa palata?

Päivitä kartoitus vuosittain

Kun vastuullisuuskartoitus on kerran tehty, sen päivittäminen on aina helpompaa.

Jatkuva kehitys

Ideota syntyy varmasti pitkin vuotta. Ne kannattaa laittaa ylös ja tarpeen mukaan myös toteuttaa (ja kertoa tästä!), vaikka ne eivät suunnitelmissa alun perin olisi olleetkaan.

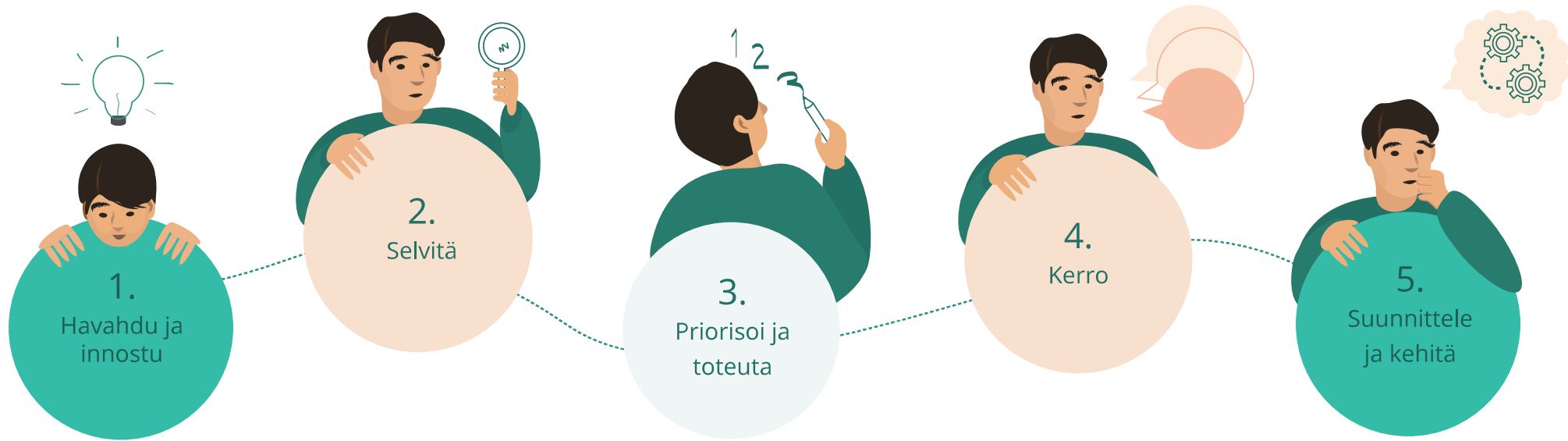
Milloin "virallistaminen" ajankohtaistuu?

Yrityksen itsensä tekemä kartoitus on pienimuotoinen ja epävirallinen. Yrityksen kasvaessa ja/tai lainsäädännön tiukentuessa saattaa olla tarpeen etsiä kolmansiä osapuolia tukemaan ja/tai varmentamaan vastuullisuustyötä.

Hiilineutraaliksi?

Hiilineutraaliuden saavuttaminen on hivenen monimutkaisempi prosessi, joka vaatii ammattimaista päästölaskentaa, sertifiointia sekä kompensointia.





Tuumasta toimeen!

Tämän esityksen oheismateriaalina on PowerPoint, jota täyttämällä ja muokkaamalla on helppo luoda oma yritys vastuukartoitus. Se vaatii vain hieman aikaa ja paneutumista, mutta olemme tehneet siitä niin helpon ja yksinkertaisen kuin mahdollista.

PowerPoint-pohjasta löytyy konkreettisia esimerkkejä, joita voi käyttää tai jotka voi tarpeen mukaan korvata yrityksen toimialaan paremmin sopivilla. Esimerkit perustuvat vastuullisuusraportoinnin GRI-standardiin.

Lähteet ja lisälinkit

1. Havahdu ja innostu

- [Perustietoa \(Vihreä vastuu\)](#)
- [NASA - climate](#)
- [Stranius: mitä yritysten pitäisi tehdä](#)
- [Päästöt per henkilö, maittain, 2019](#)
- [Yritysvastuudirektiivi, EK](#)

2. Selvitä

- [Työkalu vastuullisuusarviointiin](#)
- [Hiilineutraaliuden käsikirja matkailuyrityksille \(Novago/CNE\)](#)
- [Vihreä yritysneuvontamateriaali](#)
- [Toivo@Tee](#)

3. Järjestä ja priorisoi

- [Yritysvastuukartoitus](#)

4. Kerro

- [Vinkkejä viestintään](#)

5. Kehitä

- [Työkalu vastuullisuusarviointiin](#)

Tämän oppaan on tuottanut [Novago Yrityskehitys Oy](#) osana [Toivo@Tee](#) -hanketta. Oppaan on toteuttanut vastuullisuuskartoituksiin ja vastuulliseen viestintään erikoistunut [Kirjoittavat Generalistit Oy](#).

