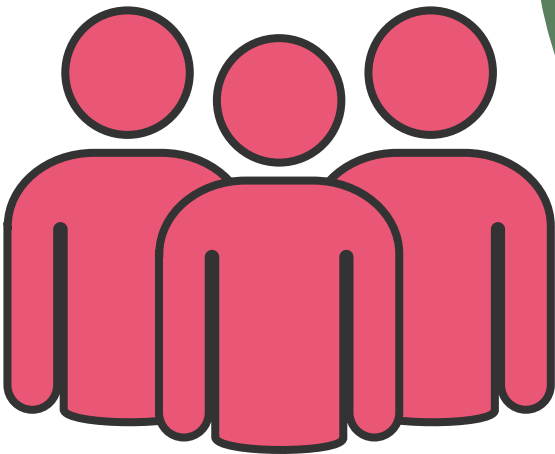
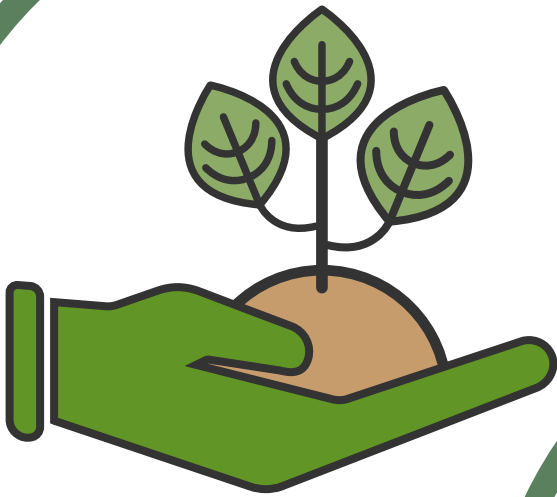


VASTUULLISUUS OPAS



Sisällys

Alkusanat	3
Mitä on vastuullisuus?	4
Vastuullisuussanastoa	7
Ympäristövastuu	13
Sosiaalinen vastuu	16
Hyvä hallintotapa ja taloudellinen vastuu	18
Vastuullisuusraportointi ja -viestintä	20
Vastuullisuustyön muistilista	22



Alkusanat

Olet varmasti huomannut, että yritysten vastuullisuudesta puhutaan nykyisin paljon. Omalta yritykseltäsikin on todennäköisesti ryhdytty odottamaan erilaisia vastuullisuustekoja.

Aina ei kuitenkaan ole helppoa päättää, miten pk-yrityksen tulisi toimia käynnistäessään vastuullisuustyötään. Vastuullisuus on laaja ja joskus epämääräiseltäkin vaikuttava käsite. Se, mitä pk-yritykseltä odotetaan, ei ole aina kovin selvää. Selvää ei aina ole sekään, mitä hyötyä vastuullisuuteen panostamisesta tulisi olla. Kaiken lisäksi maalit näyttävät liikkuvan koko ajan. Odotukset kasvavat ja jopa käytetyt termit vaihtelevat.

Suuri osa yritysten vastuullisuutta koskevasta keskustelusta käsittelee suuryrityksiä ja niiden monimutkaisia vastuullisuushankkeita, eikä tietoa ole aina helppo soveltaa vastuullisuustiensä alkuvaiheissa olevan pk-yrityksen olosuhteisiin. Vastuullisuutta käsittelevä tieto on myös täynnä monimutkaisia, usein vieraskielisiä termejä.

Tämän oppaan tarkoitus on auttaa pieniä ja keskisuuria yrityksiä vastuullisuustyön käynnistämisessä. Se pyrkii antamaan perustietoa vastuullisuustyön merkityksestä ja tavoitteista sekä avaamaan alan sanastoa niin, että vastuullisuusaiheisen keskustelun seuraaminen ja tiedon hankkiminen eri lähteistä helpottuu.

Ennen kaikkea oppaan tarkoitus on kannustaa. Vastuullisuuden merkitys kaikenlaisten ja -kokoisten yritysten liiketoiminnalle kasvaa koko ajan.

Kyse on liiketoimintasi tulevaisuudesta. Siksi tulevaisuuteen varautuminen kannattaa aloittaa nyt.

Mitä on vastuullisuus?

Vastuullisuus tarkoittaa sitä, että yritys selvittää ja tunnistaa toimintansa vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan, sidosryhmiinsä ja ympäristöön sekä kantaa niistä vastuun. Termin vastuullisuus rinnalla käytetään myös muita käsitteitä, kuten yritysvastuu, yhteiskuntavastuu, kestävä liiketoiminta, eettinen liiketoiminta ja yrityskansalaisuus. Vaikka termeillä on hieman erilaisia painotuksia, kyse on pääosin samasta ilmiöstä.

Mitä hyötyä vastuullisuudesta on?

Vastuullisuudessa on kyse luottamuksesta. Yrityksen kaikilla sidosryhmillä – henkilöstöllä, asiakkailla, yhteistyökumppaneilla, rahoittajilla ja omistajilla, viranomaisilla ja kansalaisjärjestöillä – on erilaisia odotuksia yritystä kohtaan. Vastuullisuuden taustalla on ajatus siitä, että yritys ansaitsee sidosryhmien luottamuksen ottamalla nämä odotukset huomioon toiminnassaan. Vastuullisuus ei ole ristiriidassa liiketoiminnan kannattavuuden kanssa. Päinvastoin: vain toimimalla vastuullisesti yritys voi varmistaa kannattavuutensa pitkällä aikavälillä.



Vastuullisuuden hyödyt realisoituvat eri toimialoilla ja eri yrityksissä eri tavoin. Kuluttajat ovat entistä valistuneempia ja vaativampia, joten kilpailijoista erottuvat vastuulliset tuotteet ja palvelut voivat kasvattaa myyntiä. Samalla vastuullisuudesta on tullut monissa tuote- ja palveluryhmissä ”uusi normaali”, jolloin vähemmän vastuullisina pidetyt tuotteet ja palvelut jätetään ostamatta.

Erityisesti julkishallinto ja suuryritykset vaativat hankkijoiltaan ja muilta kumppaneiltaan yhä useammin vastuullisuusraportointia ja käyttävät vastuullisuutta kriteerinä hankintapäätöksissään. Vastuullinen työnantajakuva on tärkeä kilpailtaessa osaajista rekrytointimarkkinoilla ja motivoitaessa nykyistä henkilöstöä. Vastuullisuudesta on entistä useammin hyötyä myös yrityksen hankkiessa rahoitusta.

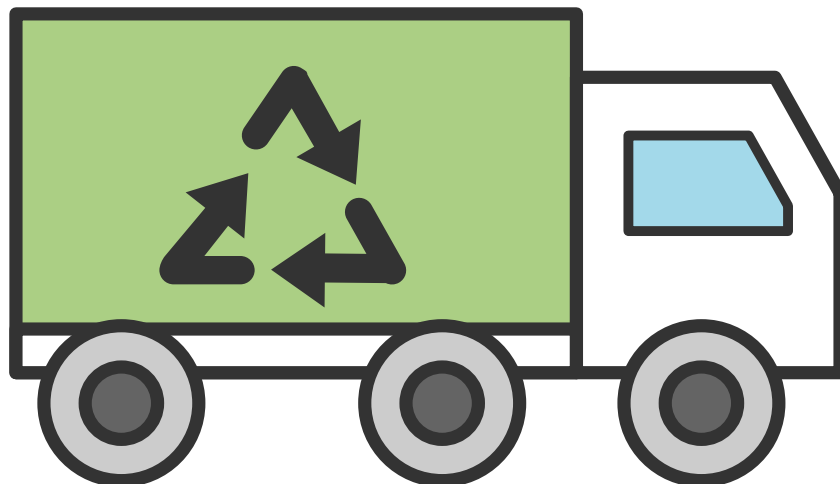
Ennen kaikkea: luottamukseen perustuvat sidosryhmäsuhteet sujuvoittavat liiketoimintaa monin tavoin, onhan maine yrityksen arvokkain aineeton pääoma.

Monia toimialoja säädellään entistä tiukemmin erityisesti ympäristökysymyksissä. Monissa yrityksissä vastuullisuudeksi käsitetäänkin erilaisten lakien ja säädösten noudattaminen. Aito vastuullisuus on kuitenkin jotain enemmän. Edelläkävijyyteen ja kilpailijoista erottumiseen ei riitä pelkkä lain minimivaatimusten noudattaminen. Samalla pk-yrityksiin välillisesti vaikuttava vastuullisuussäätely kiristyy, mihin kannattaa varautua kehittämällä toimintaa jo nyt.

On totta, että yrityksen liiketoiminnan muokkaaminen kestävämmäksi ja vastuullisemmaksi vaatii usein työtä, aikaa ja rahaa. On kuitenkin tärkeää muistaa, että vastuullisuus ei ole pelkkä kulu, vaan investointi. Toisinaan se maksaa itsensä nopeasti takaisin esimerkiksi myynnin kasvun tai rekrytoinnin helpottumisen kautta. Toisinaan takaisinmaksuaika on pidempi, kuten esimerkiksi silloin, kun yritys muuttaa koko tuotantoprosessinsa kiertotalouden periaatteiden mukaiseksi. On kuitenkin varmaa, että kiristyviin vaatimuksiin on helpompaa ja edullisempaa varautua hallitusti kuin sitten joskus kiireellä ja pakon edessä.

Mutta mistä aloitan?

Tärkeintä on keskittyä asioihin, jotka ovat oman liiketoiminnan ytimessä ja joita kehittämällä yritys voi paitsi vähentää merkittävimpiä negatiivisia vaikutuksia, myös saavuttaa suurimman positiivisen vaikutuksen. Esimerkiksi paljon fossiilisia polttoaineita käyttävän yrityksen kannattaa keskittyä päästöjensä vähentämiseen, kun taas runsaasti tuotanto- tai toimistohenkilökuntaa työllistävässä yrityksessä luonnollinen painopiste on ihmisten eli sosiaalisen vastuun puolella. On myös hyvä muistaa, että lähes jokaisessa yrityksessä hankintaketjuun ja logistiikkaan liittyy tärkeitä vastuullisuuskysymyksiä.



Koska vastuullisuudessa on kyse sidosryhmistä, heidät kannattaa ottaa työhön mukaan. Oman henkilöstön osallistaminen vastuullisuusteemojen määrittelyyn sitouttaa heitä työhönsä ja voi tarjota monia arvokkaita näkökulmia. Asiakkailta ja muilta sidosryhmiltä on myös hyvä kysyä, mitkä vastuullisuusasiat ovat niille tärkeitä ja miten he tuntevat yrityksesi toiminnan vaikuttavan itseensä. Osaamista ja resursseja voi myös jakaa yhteistyökumppaneiden ja muiden yritysten kanssa.

Olennaista on olennaisuus: se, miten yritys voi parhaiten kasvattaa sidosryhmiensä luottamusta. Yksikään yritys ei voi tehdä kerralla kaikkea, mutta jokainen voi aloittaa jostain.

Vastuullisuussanastoa

ESG

Vastuullisuusasioissa käytetty lyhenne tulee englanninkielisistä sanoista ”environmental”, ”social” ja ”governance”, jotka tarkoittavat yritysten vastuullisuuden kolmea pääaluetta: ympäristövastuuta, sosiaalista vastuuta ja hyvää hallintotapaa, joka kattaa myös taloudelliset kysymykset. Suuryrityksissä ja julkisessa keskustelussa termiä ESG käytetään myös tarkoittamaan vastuullisuusraportointia ja jopa yleisemmin kaikkea vastuullisuustyötä.



Hiilineutraalisuus

Yritys saavuttaa neutraaliuden tai neutraliteetin silloin, kun sen toiminnasta aiheutuu vain saman verran päästöjä kuin se poistaa ilmakehästä. Koska käytännössä kaikki liiketoiminta aiheuttaa jonkin verran päästöjä, yleensä neutraaliuden saavuttaminen vaatii vähintään jonkin verran päästöjen kompensointia. Yritys voi myös pyrkiä siihen, että jokin sen yksittäinen tuote tai palvelu on hiilineutraali.

Jalanjälki

Ekologinen jalanjälki tarkoittaa yrityksen negatiivisia vaikutuksia ympäristöön eli sitä, kuinka paljon ympäristön resursseja se käyttää toiminnassaan. Yleisimmin jalanjäljellä tarkoitetaan kuitenkin hiili- tai ilmastojalanjälkeä, eli yrityksen toiminnan aiheuttamien ilmasto- eli kasvihuonekaasupäästöjen kokonaismäärää.

Kestävä liiketoiminta

Aiemmin puhuttiin vastuullisesta liiketoiminnasta, joka tarkoitti sitä, että yritys pyrki vähentämään negatiivisia vaikutuksiaan ympäristölle ja ihmisille ja hyvittämään niitä erilaisilla hyvillä teoilla, esimerkiksi yhteistyöllä erilaisten kansalaisjärjestöjen kanssa.

Nykyisin käytetty kokonaisvaltaisempi käsite kestävä tai eettinen liiketoiminta tarkoittaa sitä, että yritys muokkaa koko liiketoimintansa sellaiseksi, että se on ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävää eli että se ei vaaranna ihmisten tai luonnon tulevaisuutta. Liiketoiminnan ohella voidaan puhua muun muassa kestävästä kulutuksesta ja kestävästä sijoittamisesta. Vastuullisuudella ja kestävyydellä tarkoitetaan kuitenkin yleensä samaa asiaa.



Kiertotalous

Kiertotalous tarkoittaa sitä, että tuotannossa hyödynnetään mahdollisimman paljon kierrätettyjä ja uusiokäyttöisiä raaka-aineita ja materiaaleja ja että luonnonvaroja tuhoava kuluttaminen korvataan tarjoamalla samoja tuotteita erilaisten vuokraus-, leasing- tai jakamispalveluiden kautta. Kiertotaloudessa tuotteiden käyttöikä pitenee, jätteen määrä vähenee eikä mitään mene hukkaan.



Kompensointi

Päästöjen kompensointi tarkoittaa sitä, että yritys kumoo kasvihuonepäästöjensä aiheuttaman ilmastohaitan vähentämällä tai sitomalla päästöjä vastaavan määrän jossain muualla. Useimmiten kompensointi suoritetaan ulkopuolisen palveluntarjoajan kautta esimerkiksi rakentamalla uusiutuvaa energiaa, suojelemalla hiiltä sitovia metsiä tai metsittämällä uusia alueita kehittyvissä maissa. Täydellisen hiilineutraaliuden saavuttaminen edellyttää lähes aina vähintään jonkin verran kompensointia. Kompensoinnin tulisi kuitenkin olla vasta viimeinen keino niiden päästöjen kumoamiseksi, joista luopuminen ei ole muuten mahdollista.

Kädenjälki

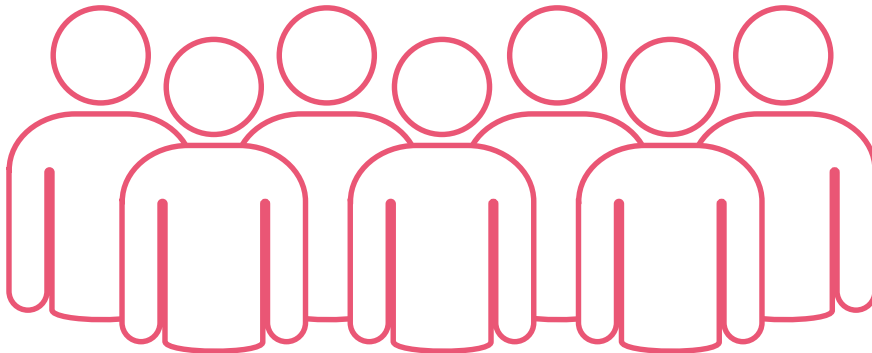
Yrityksen ilmastokädenjälki tarkoittaa kaikkia niitä myönteisiä vaikutuksia, joita yrityksen toiminnalla on ilmastoon, esimerkiksi sitä, miten yrityksen tuotteet ja palvelut auttavat sen asiakkaita vähentämään omia ilmastopäästöjään. Yritysten ilmastotyön painopiste on siirtymässä jalanjäljestä myös kädenjälkeen. Toisin sanoen omien negatiivisten vaikutusten minimoinnin ohella kiinnitetään entistä enemmän huomiota positiivisten vaikutusten mahdollistamiseen asiakkaille ja muille yhteistyökumppaneille. Kädenjälkeä ei voi kuitenkaan laskea mukaan omien päästöjen vähentämiseen.

Sertifiointi

Yritys voi todentaa tuotteen tai palvelun vastuullisuuden hankkimalla sille riippumattoman, ulkopuolisen tahon myöntämän sertifiointin. Sertifiointeja ylläpitävät organisaatiot varmistavat, että toiminta on vastuullista. Suomalaisille tuttuja vastuullisuusmerkkejä ovat esimerkiksi Joutsenmerkki ja Reilu kauppa. Sertifiointi voi olla tehokas keino varmistaa vastuullisuus ja viestiä siitä.

Sidosryhmä

Yrityksen sidosryhmiä ovat kaikki ne ihmiset, ryhmät ja organisaatiot, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa tai joiden kanssa yritys on yhteistyössä: yrityksen työntekijät, asiakkaat, alihankkijat ja yhteistyökumppanit, rahoittajat ja omistajat sekä viranomaiset ja kansalaisjärjestöt. Erityisesti valmistavassa teollisuudessa ja rakennusalalla myös yrityksen toimipisteen tai hankekohteen läheisyydessä asuvat ihmiset voivat olla tärkeä sidosryhmä.



Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuu kattaa kaiken sen, miten yritys kohtelee vaikutuspiirissään olevia ihmisiä. Sosiaaliseen vastuuseen kuuluvat esimerkiksi henkilöstön asemaan ja hyvinvointiin sekä kansainvälisissä alihankintaketjuissa työskenteleviin ihmisiin ja heidän ihmisoikeuksiinsa liittyvät asiat. Jatkuvasti tärkeämpiä sosiaalisen vastuun kysymyksiä ovat diversiteetti eli monimuotoisuus ja inklusio eli osallisuus sekä erilaisten vähemmistöjen yhdenvertaisista oikeuksista huolehtiminen erityisesti työpaikalla. Suuryrityksen sosiaaliseen vastuuseen voi liittyä jopa laajasti koko yhteiskuntaa koskevia asioita, mutta myös pk-yrityksen sosiaalinen vastuu voi ulottua esimerkiksi sen toimipisteen lähellä asuviin ihmisiin ja yhteisöihin tai vaikkapa tuotteiden turvallisuudesta ja asiakkaiden yksityisyydensuojasta huolehtimiseen.

Merkitys

Merkityksellä (Suomessa käytetään yleisesti myös englanninkielistä sanaa ”purpose”) tarkoitetaan ajatusta siitä, että yrityksellä tulisi olla olemassaololleen jokin muukin tarkoitus kuin voiton tuottaminen sen omistajille. Merkitys on erityisen ajankohtainen käsite puhuttaessa työntekijöiden asemasta ja yrityksen työnantajakuvasta, sillä varsinkin nuoremmat työntekijät ovat jatkuvasti kiinnostuneempia tekemänsä työn vaikutuksesta ympäristöön ja yhteiskuntaan. Merkitys on myös yhä tärkeämpi keino sitouttaa yrityksen asiakkaita.

Päästöt

Päästöt tarkoittavat ympäristölainsäädännössä kaikkia yrityksen toiminnasta aiheutuvia aineiden, energian, melun, värinän, säteilyä, valon tai hajun päästämistä tai jättämistä ilmaan, veteen tai maaperään eli käytännössä esimerkiksi yrityksen aiheuttamia saaste- ja meluhaittoja. Ilmastonmuutoksen torjunnan kiireellisyys vuoksi viime aikojen keskustelussa on kiinnitetty erityisesti huomiota yritysten aiheuttamiin ilmakehää lämmittäviin kasvihuone- eli ilmastopäästöihin ja tarpeeseen vähentää niitä. Koska erilaiset kasvihuonekaasupäästöt lämmittävät ilmakehää eri tavoin, niitä mitataan yhteismitallisella käsitteellä hiilidioksidiekvivalentti eli CO₂-ekvivalentti (kg CO₂e). Päästöt voivat olla joko suoria eli yrityksen toiminnasta suoraan aiheutuvia (esimerkiksi yrityksen toiminnassaan käyttämien fossiilisten polttoaineiden päästöt) tai epäsuoria (esimerkiksi yrityksen hankkimien raaka-aineiden tuotannossa syntyneet päästöt).



Taloudellinen vastuu

Yrityksellä on taloudellista vastuuta omistajilleen ja rahoittajilleen, minkä vuoksi taloudelliseen vastuuseen kuuluvat liiketoiminnan kannattavuudesta ja kilpailukyvyistä huolehtiminen sekä pitkäjänteinen riskienhallinta. Taloudellisella vastuulla on suora yhteys ympäristövuoteeseen ja sosiaaliseen vastuuseen, sillä vain kannattava yritys voi huolehtia toimintansa kaikista vaikutuksista. Samalla liiketoiminnan kestävydestä huolehtiminen on keskeinen osa yrityksen riskienhallintaa. Taloudellista vastuuta ovat myös esimerkiksi verojen ja palkkojen asianmukainen maksaminen sekä korruption ehkäisy.

Työnantajakuva

Työnantajakuva tarkoittaa sitä, millaisena työnantajana sen nykyiset ja mahdolliset tulevat työntekijät pitävät yritystä. Yksi yritysten vastuullisuustyön tärkeimmistä taustatekijöistä on nykyisin se, että työntekijöiden käsitykset yrityksen vastuullisuudesta vaikuttavat voimakkaasti työnantajakuvaan ja siten yrityksen kykyyn pitää hyvät työntekijät palkkalistoillaan ja houkuttaa uusia osaajia. Erityisen tärkeä työnantajakuva on työvoimapulasta kärsivillä toimialoilla.

Vastuullisuusraportointi

Erityisesti pörssiyritykset ja muut suuryritykset julkaisevat tietoja toimintansa vaikutuksista ympäristöön ja yhteiskuntaan sekä toimistaan negatiivisten vaikutusten vähentämiseksi ja positiivisten vaikutusten lisäämiseksi. Perinteisesti yritykset tekevät vuosittain erillisen vastuullisuusraportin tai sisällyttävät tiedot talousraportointiinsa, mutta yhä useampi yritys viestii ja päivittää tietoja jatkuvasti omissa kanavissaan. Vuodesta 2024 lähtien EU:n Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) eli kestävyysraportointidirektiivi tekee raportoinnista pakollista kaikille pörssiyrityksille sekä suuryrityksille. EU:n toinen tuleva direktiivi yritysten huolellisuusvelvoitteesta (CSDDD) taas velvoittaa suuryritykset tutkimaan ja varmistamaan vastuullisuuden koko arvoketjussaan. Direktiivien vaikutukset ulottuvat myös pienempiin yrityksiin, jotka kuuluvat suurten yritysten hankintaketjuihin ja joilta suuret yritykset keräävät raportointiin tarvittavia tietoja.

Viherpesu

Viherpesulla (englanniksi ”greenwashing”) tarkoitetaan sitä, että yritys tai tuotemerkki näyttäytyy joko tarkoituksellisesti tai tahattomasti vastuullisempuna kuin se todellisuudessa onkaan. Viherpesua on esimerkiksi se, että yritys käyttää lain minimivaatimusten täyttämistä esimerkkinä vastuullisuudesta tai se, että yritys kertoo päästöjen vähentämisestä yhdessä kohteessa mainitsematta mitään niiden kasvamisesta toisaalla. Viherpesulla viitataan yleensä ympäristövastuuseen liittyvään toimintaan, mutta sosiaalisen vastuun yhteydessä puhutaan myös esimerkiksi pinkipesusta (liioitellut väitteet sukupuolten välisestä tasa-arvosta), sateenkaaripesusta (väitteet sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen asemasta) ja ruskeapesusta (väitteet etnisten vähemmistöjen asemasta). Vastuullisessa markkinointiviestinnässä vältetään näitä erilaisia ”pesuohjelmia” ja annetaan totuudenmukainen kuva tuotteen tai palvelun vastuullisuudesta.

Yhteiskunnallinen toimilupa

Yhteiskunnallisella toimiluvalla (englanniksi ”license to operate”) tarkoitetaan sitä, että vaikka yrityksellä ei olisi lakisääteistä vaatimusta toimia vastuullisesti, sen sidosryhmät edellyttävät vastuullisuuden huomioimista kaikessa päätöksenteossa. Sidosryhmien hyväksynnän puute heikentää yrityksen mahdollisuuksia menestyä ja jatkaa toimintaa.



Ympäristövastuu

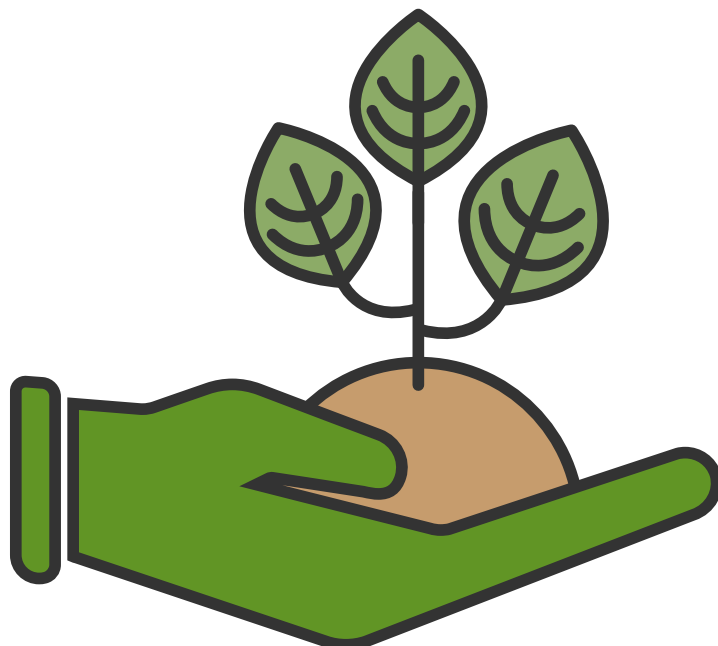
Ympäristövastuullinen yritys huolehtii siitä, että sen toiminta ei ylitä luonnon kantokyvyn rajoja. Ympäristövastuun piiriin kuuluvat vesien, ilman ja maaperän suojelu sekä luonnonvarojen säästeliäs käyttö esimerkiksi panostamalla erilaisiin kiertotalouden ratkaisuihin. Erityisen tärkeässä roolissa ympäristövastuussa on nykyisin ilmastonmuutoksen torjunta, fossiilisten polttoaineiden käytöstä luopuminen sekä kasvihuonekaasupäästöjen minimoiminen. Yhä useampi yritys on myös ryhtynyt toimiin biodiversiteetin eli luonnon monimuotoisuuden suojelemiseksi.

Ympäristövastuu

Ympäristövastuu tai ”vihreys” ymmärretään joskus yritysvastuun synonyymiksi. Vaikka vastuullisuuden tavoitteet ovat viime aikoina laajentuneet, yrityksen vastuu sen vaikutuksesta luontoon on edelleen ensisijaisen tärkeää erityisesti kiihtyvän ilmastonmuutoksen ja luonnon monimuotoisuuden uhkaavan romahduksen vuoksi.

Ympäristövastuu on keskeisessä roolissa yrityksissä, jotka kuluttavat toiminnassaan paljon energiaa, käyttävät runsaasti erilaisia luonnonvaroja, raaka-aineita ja materiaaleja, muokkaavat ympäristöä ja tuottavat erilaisia päästöjä. Käytännössä tämä tarkoittaa erityisesti alkutuotantoa, maataloutta, rakennusalaan, valmistavaa teollisuutta, konepaja-alaa sekä kuljetusalaan. Monilla näillä toimialoilla yritysten ympäristöön vaikuttavaa toimintaa säädelläänkin lailla ja erilaisilla säädöksillä.

Yllättäviltäkin tuntuvat toiminnot voivat aiheuttaa merkittäviä päästöjä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi ICT-yrityksen hankinnat tai myyntiorganisaation matkustus. Myös vähittäiskaupassa toimivan yrityksen ympäristöjalanjälki voi olla yllättävän suuri kuljetusten ja esimerkiksi kylmälaitteistojen energiankulutuksen vuoksi.



Kohti hiilineutraalisuutta

On selvää, että lain ja viranomaisten ohjeiden noudattaminen on ympäristövastuun lähtökohta. Vastuullisuutta on kuitenkin tehdä ”enemmän kuin laki vaatii” päästöjen, erityisesti ilmastopäästöjen vähentämiseksi. Tämä tapahtuu tehokkaimmin suosimalla uusiutuvaa ja päästötöntä energiaa ja päästöttömiä tai vähäpäästöisiä tuotantotapoja. On myös tärkeää tutkia yrityksen tekemiä hankintoja ja suosia niissä vähäpäästöisiä ja muuten mahdollisimman ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja. Valinnassa erilaiset ympäristösertifikaatit ovat hyvä apu. Vasta kun yritys on onnistunut laskemaan päästönsä minimiin muuttamalla toimintaansa ja hankintakäytäntöjään, viimeiset jäljellä olevat päästöt voi kompensoida.

Paljon erilaisia luonnonvaroja ja raaka-aineita käyttävän yrityksen tavoitteena voi olla tuotantoprosessien uusiminen niin, että raaka-aineita tarvitaan entistä vähemmän tai että ne noudattavat täysin kiertotalouden periaatteita. Tällöin voi olla kyse suuresta kertainvestoinnista, joka kuitenkin maksaa itsensä takaisin laskeutuneina raaka-ainekuluina ja tehokkaampina tuotantomenetelminä. Kiertotalouden ratkaisut voivat myös auttaa synnyttämään kokonaan uusia tuotteita ja palveluita.

Viime aikoina on kiinnitetty entistä enemmän huomiota myös siihen, miten yritysten toiminta vaikuttaa biodiversiteettiin eli luonnon monimuotoisuuteen. Toiminta biodiversiteetin turvaamiseksi on syytä aloittaa suosimalla hankinnoissa sertifioituja tai muutoin vastuullisiksi varmistettuja raaka-aineita, materiaaleja ja tuotteita. Kokonaisvaltaisempi työ biodiversiteetin suojelemiseksi edellyttää kuitenkin usein ulkopuolista asiantuntija-apua. Yhä tärkeämpi biodiversiteettiin liittyvä vastuullisuuskysymys on vedenkulutuksen minimoiminen läpi arvoketjun, mikä on aiheellista myös monessa pk-yrityksessä.

Aineettomia palveluja tuottavien yritysten ympäristöjalanjälki on yleensä pienempi, joten ympäristövastuu ei ole yleensä samalla tavalla niiden vastuullisuustyön keskiössä. Tämä ei tarkoita sitä, etteikö myös esimerkiksi tilitoimiston kannattaisi miettiä, miten se voi lähestyä hiilineutraalisuutta esimerkiksi ryhtymällä käyttämään päästötöntä energiaa, vähentämällä tarpeetonta matkustamista sekä suosimalla päästöttömiä tai vähäpäästöisiä liikenne- ratkaisuja.

Tehtyään ratkaisuja ympäristöjalanjälkensä pienentämisestä yritys voi ryhtyä myös toimiin ympäristökädenjälkensä kasvattamiseksi ryhtymällä tuottamaan tuotteita ja palveluita, jotka auttavat sen asiakkaita pienentämään omaa ympäristöjalanjälkeään.

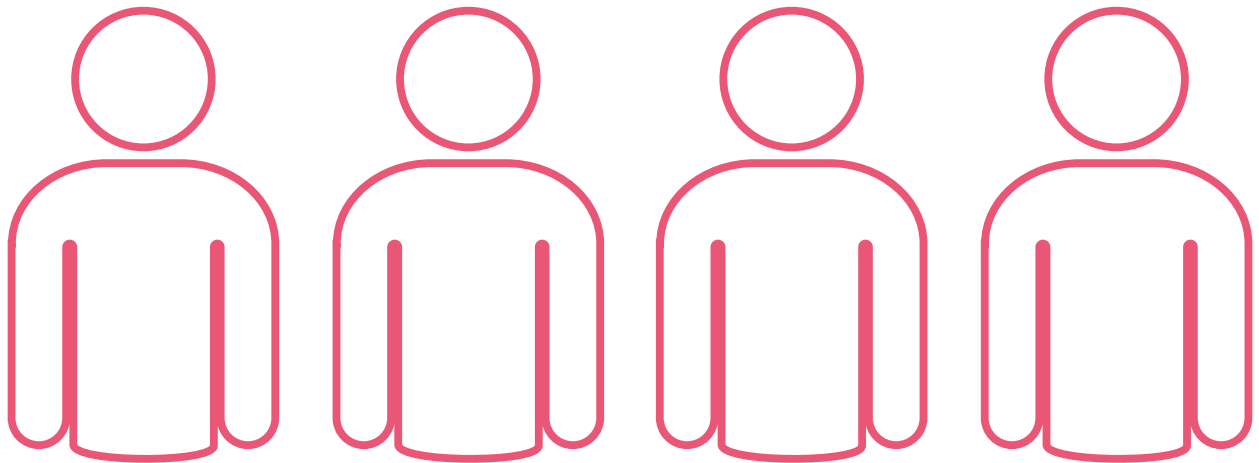
Ympäristövastuu tähtää siihen, että nykyisillä ja tulevilla ihmisillä on elinkelpoinen planeetta. Siksi se on myös sosiaalista vastuuta.



Sosiaalinen vastuu

Sosiaalinen vastuu on tärkeää kaikille yrityksille, joilla on omaa henkilöstöä tai joiden vaikutuspiirissä on runsaasti ihmisiä: asiakkaita, arvoketjun työntekijöitä tai sen toimipisteen lähiseudun asukkaita. Vastuullisuusyö on syytä aloittaa sosiaalisen vastuun kysymyksistä erityisesti yrityksissä, jotka tuottavat aineettomia palveluita ja jotka työskentelevät ihmisten kanssa.

Sosiaalinen vastuu alkaa omasta henkilöstöstä: siitä, että kaikkia yrityksen työntekijöitä kohdellaan yhdenvertaisesti heidän sukupuolestaan, taustastaan tai henkilökohtaisista ominaisuuksistaan riippumatta. Entistä ajankohtaisemmissa diversiteetti- ja inklusiokysymyksissä kiinnitetään huomiota erityisesti erilaisten vähemmistöjen ja esimerkiksi vammaisten ja osatyökykyisten asemaan työpaikalla. On tärkeää, että erilaisilla ihmisillä on työpaikalla paitsi fyysisesti turvallista, myös turvallinen tila kertoa kokemuksistaan ja tarpeistaan erityisesti yritysjohdolle.



Yrityksen ulkopuoliseen sosiaaliseen vastuuseen kuuluu se, että varsinkin kansainvälisiä hankintoja tekevä yritys huolehtii siitä, että sen arvo- ja hankintaketjussa kunnioitetaan työntekijöiden ihmisoikeuksia. Tämän varmistamiseen erilaiset sertifikaatit ja yhteistyö kansalaisjärjestöjen kanssa ovat hyviä työkaluja. Monissa yrityksissä käsitellään asiakkaiden ja muiden sidosryhmien yksityisiä tietoja, joiden suojaaminen on myös osa ulkopuolista vastuuta.

Sosiaalinen vastuu parantaa työnantajakuva

Sosiaalista vastuuta on myös se, että yritys on aktiivinen yhteisössään, osallistuu sen elämään ja kuulee lähiseutujen asukkaita tehdessään heihin vaikuttavia päätöksiä, esimerkiksi käynnistäänsään rakennushankkeita. Moni yritys toteuttaa sosiaalista vastuutaan myös osallistumalla erilaisten järjestöjen toimintaan.

Sosiaalinen vastuu vahvistaa sidosryhmien luottamusta yritystä kohtaan ja parantaa yrityksen mainetta. Erityisen suoraan se vaikuttaa yrityksen työnantajakuvaan eli siihen, miten houkuttelevana työpaikkana yritystä pidetään. Varsinkin nuoret ja koulutetut työntekijät kiinnittävät entistä enemmän työnsä merkityksellisyyteen ja odottavat työnantajaltaan paitsi hyviä työolosuhteita, myös vastuullista toimintaa kaikilla osa-alueilla. Työnantajakuvan kautta sosiaalinen vastuu on näin suorassa yhteydessä myös ympäristövastuuseen.



Hyvä hallintotapa ja taloudellinen vastuu

Vastuullisuuden kolmijaon kolmas osa, hyvä hallintotapa (englanniksi ”corporate governance”), on vastuullisuuden osa-alueista huonoiten tunnettu ja pk-yrityksille vaikeaselkoisin. Tästä huolimatta teemasta ja erityisesti siihen läheisesti liittyvästä taloudellisesta vastuusta on hyvä olla tietoinen.

Suuryrityksissä hyvällä hallintotavalla tarkoitetaan yrityksen päätöksenteon, hallinnon ja taloudellisen raportoinnin järjestämistä sekä erityisesti osakkeiden omistajien ja rahoittajien oikeutta saada tietoa yrityksen toimintaan liittyvistä olennaisista asioista ja vaikuttaa yrityksen päätöksiin. Pienemmissä yrityksissä hyvää hallintotapaa voi hahmottaa esimerkiksi verojen ja palkkojen asianmukaisen hoitamisen sekä rehellisen ja eettisen johtamisen ja yrityksen toimintakulttuurin kautta. Näin hyvä hallintotapa on yhtä lailla vastuullisuuden perusta sekä suurissa että pienissä yrityksissä.

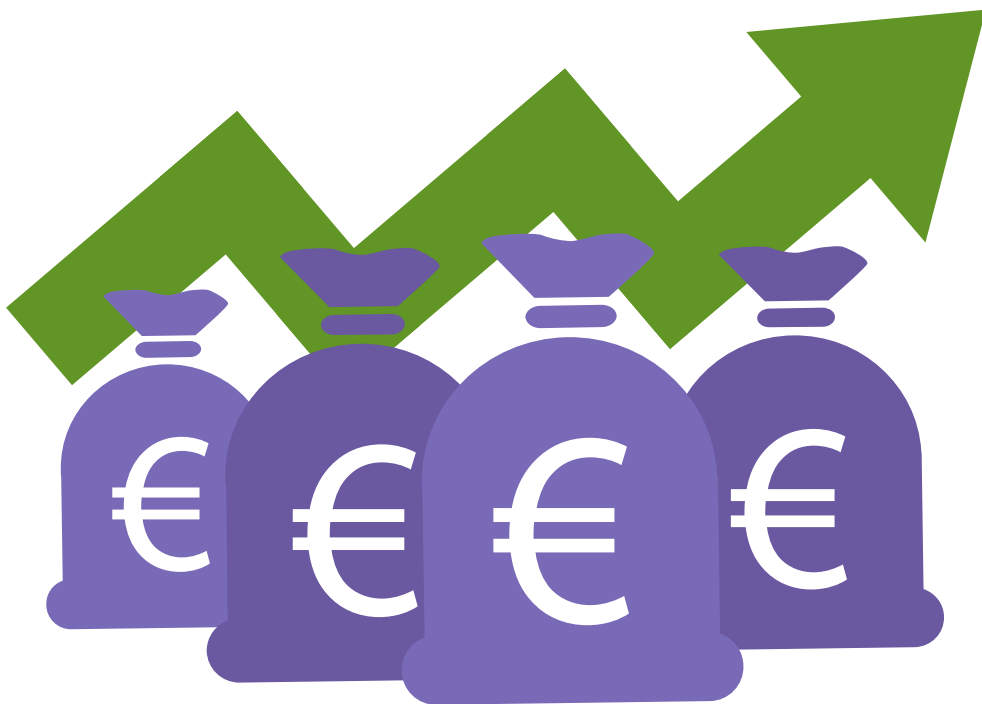


Hyvä hallintotapa liittyy varsinkin suuryrityksissä yrityskansalaisuuden käsitteeseen eli siihen, millaista luottamusta yritys nauttii yhteiskunnassa. Teema voi olla olennainen myös pk-yritykselle erityisesti sen viestinnän kautta. Viestimällä avoimesti ja läpinäkyvästi erityisesti ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun piiriin kuuluvista asioista yritys vahvistaa yhteiskunnallista toimilupaansa eli sidosryhmiensä luottamusta toimintaansa kohtaan.

Vastuullisuus on riskienhallintaa

Päinvastoin kuin joskus ajatellaan, vastuullisuuden tavoitteena on parantaa yrityksen kannattavuutta. Taloudellisella vastuulla tarkoitetaan sitä, että yritys toimii pitkäjänteisesti ja pyrkii toiminnallaan varmistamaan kannattavuutensa paitsi lyhyellä, myös pidemmällä aikavälillä. Vain kannattavalla yrityksellä on mahdollisuudet luoda hyvää myös ympäristölle ja ihmisille.

Ympäristövastuuseen ja sosiaaliseen vastuuseen liittyviä toimia tulee ajatella ennen kaikkea taloudellista vastuuta tukevana riskienhallintana. Huolehtimalla hyvissä ajoin toimintansa vastuullisuudesta yritys välttää yllätykset tulevaisuudessa ja varmistaa siten liiketoimintansa iskunkestävyyden.



Vastuullisuusraportointi ja -viestintä

Pörssiyrityksillä ja muilla suuryrityksillä on lainmukainen velvollisuus raportoida toimintansa vastuullisuudesta. Vuonna 2024 voimaan astuva EU:n kestävyysraportointidirektiivi koskee yrityksiä, joilla on yli 250 työntekijää, yli 40 miljoonan euron liikevaihto tai yli 20 miljoonan euron tase, jolloin raportointivelvoite koskee yhä useampia yrityksiä. Monet tätä pienemmätkin yritykset raportoivat vastuullisuudestaan ilman lain vaatimusta vastatakseen sidosryhmiensä odotuksiin.

Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että suuryritykset tulevat tarjouspyynnöissään edellyttämään alihankkijoiltaan vastuullisuusraporttia tai tietoa vastuullisuustoimista – aivan kuten monet suuryritykset ja julkishallinnon toimijat tekevät jo nyt. Toisin sanoen velvollisuus raportoida vastuullisuudesta tulee jo lähiaikoina koskemaan entistä useampia pk-yrityksiä.

Säännösten mukaisen vastuullisuusraportin laatiminen on varsin työlästä ja vaatii usein varsinkin ensimmäisillä kerroilla ulkopuolista asiantuntija-apua. Siksi täysimittaiseen vastuullisuusraportointiin ei ole syytä ryhtyä kevyin mielin, eihän ole kenenkään etu, että yrityksen kaikki vastuullisuuteen varatut resurssit kuluvat raporttien täyttämiseen konkreettisten vastuullisuustoimenpiteiden sijasta.

Nähtävissä ei ole, että vaaditun raportoinnin määrä olisi ainakaan vähenemässä, mutta sen sijaan on toivottavaa, että raportointi muuttuu jatkossa entistä automatisoidummaksi. Tämän vuoksi pk-yrityksenkin on syytä dokumentoida huolellisesti kaikki tieto vastuullisuustoimistaan ja niiden tuloksista. Näin yritys pystyy vähintäänkin vastaamaan mahdollisiin tietopyyntöihin.

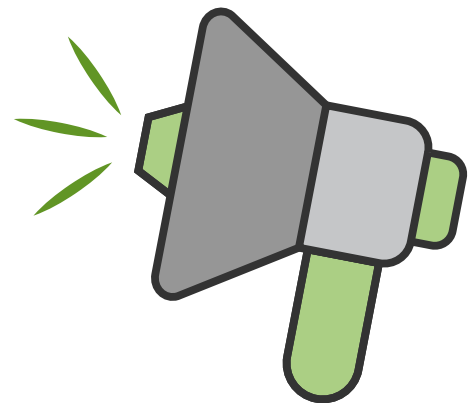
Vastuullisuusraportoinnin pohjimmaisena ajatuksena on kertoa kaikkein olennaisimmat asiat yrityksen toiminnasta ja sen vaikutuksista. Raportointi on kehittymässä suuntaan, jossa sisältö on karsitumpaa ja jossa muodollinen raportointi ja muu vastuullisuusviestintä sulautuvat toisiinsa. Tämän vuoksi myös pk-yrityksen on mahdollista raportoida vastuullisuustyöstään merkityksellisellä ja järkevällä tavalla. Tähän löytyy verkosta runsaasti hyviä, maksuttomia ohjeita.

Sisäinen viestintä on ulkoista viestintää

Vastuullisuusviestintä on tärkeässä roolissa kaikessa vastuullisuustyössä, myös pk-yrityksissä. Viestinnällä varmistetaan se, että kaikki sidosryhmät ymmärtävät vastuullisuuden merkityksen ja sitoutuvat sen tavoitteisiin. Erityisen tärkeää on sisäinen viestintä, sillä vain motivoitunut henkilöstö voi tuottaa näkyviä tuloksia – myös vastuullisuudessa. Vastuullisesta työpaikastaan ylpeä henkilöstö on myös yrityksen paras viestinviejä, sillä sosiaalisen median aikakaudella sisäinen viestintä on myös ulkoista viestintää.

Ulkoisella vastuullisuusviestinnällä yritys varmistaa sen, että asiakkaat, yhteistyökumppanit ja potentiaaliset työntekijät saavat luotettavaa tietoa yrityksen toimista vastuullisuuden saralla. Vastuullisuusviestinnässä kannattaa yleensä käyttää samoja kanavia kuin muistakin yrityksen asioista kerrottaessa. Sosiaalinen media ja yrityksen omat verkkosivut ovat useimmiten luontevia kanavia, mutta varsinkin pienillä paikkakunnilla myös paikallislehdet saattavat olla kiinnostuneita hyvistä vastuullisuusuutisista.

Erityisesti vastuullisuusviestintää aloitettaessa on tärkeää välttää viherpesua eli oman vastuullisuuden liioittelua tai vastaanottajan harhauttamista kertomalla liiketoiminnalle epäolennaisista asioista. Viherpesu on usein tahatonta ja perustuu tietämättömyyteen tai silkkaan yli-innokkuuteen. Vastuullisista teoista saa ja tulee olla ylpeä, mutta niistä kertoessa kannattaa asettua vastaanottajan asemaan ja pyrkiä esittämään asia hänelle relevantilla ja ymmärrettävällä tavalla.



Vastuullisuustyön muistilista



Kerää tietoa

Hanki tietoa omalle toimialallesi, omalle yrityksellesi ja omalle asiakaskunnallesi relevantista vastuullisuudesta. Toimiala- ja kansalaisjärjestöt tarjoavat paljon maksutonta tietoa. Halutesasi voit myös käyttää ulkopuolista asiantuntija-apua.



Keskity olennaiseen

Pohdi yrityksesi liiketoimintaa ja määrittele vastuullisuustyösi fokus. Mikä on yrityksesi toiminnan ytimessä? Millä liiketoiminnan osa-alueella on suurin vaikutus ympäröivään luontoon, yhteiskuntaan ja ihmisiin ja mitä nämä vaikutukset ovat? Myös yrityksen sidosryhmiltä voi ja kannattaa kysyä, mitkä vastuullisuusasiat ovat niille tärkeitä ja miten he tuntevat yrityksesi toiminnan vaikuttavan itseensä.



Seuraa päästöjä

Ympäristövastuun kysymyksissä keskeistä on päästöjen, erityisesti ilmastopäästöjen vähentäminen. Hae keinoja, joilla voit lähestyä hiilineutraalisuutta kustannustehokkaasti, niin että se tukee yrityksesi liiketoimintaa. Kiinnitä huomiota myös yrityksesi hankintojen päästöihin. Päästöjen kompensointi on keino saavuttaa hiilineutraaliteetti sen jälkeen, kun kaikki muu voitava on jo tehty. Pyri siihen, että yrityksesi toiminta kuluttaa mahdollisimman vähän luonnonvaroja, kuten raaka-aineita, energiaa ja vettä.



Pidä huolta ihmisistä

Sosiaalinen vastuu lähtee siitä, että kaikki yrityksesi työntekijät saavat yhdenvertaisen kohtelun ja yhdenvertaiset mahdollisuudet sekä turvalliset ja terveelliset työolot. Muista myös muut yrityksesi vaikutuspiirissä olevat ihmiset ja huolehdi siitä, että he saavat äänensä kuuluviin heitä koskevissa asioissa. Varmista että hankintaketjussasi noudatetaan ihmisoikeuksia.



Vahvista taloutta

Taloudellinen vastuu on osa vastuullisuutta ja vastuullisuuden tehtävä on tukea yrityksesi kannattavuutta. Varaudu siihen, että erityisesti ympäristövastuussa konkreettisten tulosten aikaan saaminen vaatii työtä, aikaa ja usein myös rahaa. Muista kuitenkin, että vastuullisuus on investointi ja varautumista tulevaisuuteen.



Valmistaudu raportoimaan

Jos yrityksesi toimittaa tuotteita tai palveluita suuryrityksille tai julkishallinnon asiakkaille, valmistaudu laatimaan vastuullisuusraportti tai vähintäänkin luovuttamaan tietoa yrityksesi vastuullisuustoimista ja niiden tuloksista. Dokumentoi jo nyt huolellisesti vastuullisuustyösi.



Muista viestiä ja sitouttaa

Kannustava sisäinen viestintä varmistaa, että henkilöstösi on sitoutunut ja motivoitunut vastuullisuustyöhön. Työntekijöilläsi on oman työnsä asiantuntijoina arvokasta näkemystä myös vastuullisuuden kehittämistä, joten heidät kannattaa ottaa työhön mukaan. Sekä ympäristövastuu että sosiaalinen vastuu lisäävät henkilöstön kokemusta työn merkityksellisyydestä ja kehittävät yrityksesi työnantajakuva.



Osallista verkostot

Vastuullisuustyössä tulokset syntyvät usein yhteistyöllä. Osallista toimitusketjua ja muita kumppaneita talkoisiin. Hyödynnä mahdollisuudet jakaa osaamista ja resursseja.



Pistä hyvä kiertämään

Ole ylpeä yrityksesi vastuullisuusteosta ja -tuloksista ja viesti niistä yritykselle luontevissa ulkoisissa kanavissa. Varo kuitenkin viherpesua. Asetu vastaanottajan asemaan ja kerro hänelle relevanteista asioista selkeästi ja rehellisesti.

Muista että paras aika vastuulliselle liiketoiminnalle on juuri nyt.

KEUKE
KASVUN MAHDOLLISTAJA

050 341 3210
keuke@keuke.fi
www.keuke.fi



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Uudenmaan liitto
Nylands förbund