



MIKROYRITTÄJÄN VASTUULLISUUSKÄSIKIRJA

OPAS VASTUULLISEEN YRITYSTOIMINTAAN



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



ESIPUHE

Vastuullisuus on yksi nykypäivän avainsanoista, mutta mitä se tarkoittaa pienille yrityksille? Kuinka pienet yritykset voivat toteuttaa vastuullisuutta käytännössä? Entä miksi vastuullisuus kannattaa ja miksi se on tärkeää? Vastuullisuus ei ole vain suurten yritysten asia.

Pienetkin yritykset voivat ottaa vastuullisuuden osaksi liiketoimintaansa ja siten edistää sekä taloudellista että sosiaalista ja ympäristöllistä hyvinvointia. Tällainen yritys on kannattava ja kilpailukykyinen. Se parantaa jatkuvasti resurssitehokkuuttaan ja minimoi toimintansa kielteiset ympäristövaikutukset. Yritys toimii vastuullisesti asiakkaitaan ja sidosryhmiään kohtaan. Olipa kyseessä sitten pk- tai mikroyritys, sen voimavarana on motivoitunut ja jatkuvasti kehittyvä henkilöstö.

Jokaisen yrityksen on tärkeää itse määritellä, mitä vastuullisuus tarkoittaa ja mitä se edellyttää sen omassa toiminnassa. Määrittämällä liiketoiminnan kannalta olennaisimmat vastuullisuuden osa-alueet yritys voi tunnistaa juuri itselleen merkitykselliset seikat ja näkökulmat sekä tuoda näkyväksi oman arvopohjansa. Vastuullinen toiminta voi olla yritykselle aito keino lisätä kilpailukykyä, kehittää toimintaa ja vastata kestäväen kehityksen haasteisiin. Kun yritystä johdetaan vastuullisesti, johdonmukaisesti ja pitkäjänteisesti, vastuullisuus tukee tervettä liiketoimintaa.

Vastuullisuus on tänä päivänä yrityksen kilpailuvaltti!

Tässä oppaassa käymme läpi, miten Sinä voit ottaa vastuullisuuden huomioon omassa yritystoiminnassasi. Käsikirjan sisältö perustuu pääosin hankkeen aikana pidettyihin valmennuksiin.

SISÄLLYS

- 1** Vastuullisuuden merkitys yritystoiminnassa
- 2** Yritysvastuullisuuden osa-alueet
- 3** Matka vastuulliseen yrittäjyyteen
- 4** Asiakaslähtöisyys ohjaa yrityksen vastuullisuutta
- 5** Markkinointi, brändi ja viestintä
- 6** Digitaalisuus
- 7** Huomisen vastuullisuus
- 8** Yritystarinoita
- 9** Linkkivinkit

1

VASTUULLISUUDEN MERKITYS YRITYSTOIMINNASSA

Vastuullisuutta ei voi irrottaa päivittäisestä tekemisestä. Jokaisella yksittäisellä valinnallasi on vaikutuksia, joita voit tarkastella myös vastuullisuuden näkökulmasta.

Pieni yritys kohtaa erilaisia haasteita vastuullisuuden suhteen kuin suuri yritys. Esimerkiksi resurssien ja tiedon puute ovat yleisiä ongelmia, mutta voit edetä askel kerrallaan kohti oikeaa suuntaa.



YRITYSVASTUU AUTTAA SAAVUTTAMAAN KESTÄVÄN KEHITYKSEN TAVOITTEITA

Olipa yrityksesi koko mikä tahansa, sen odotetaan toimivan tehokkaasti ja kannattavasti. Tämän odotuksen rinnalle on noussut vaatimus yrityksen toiminnan kestävydestä myös ekologisesta ja sosiaalisesta näkökulmasta. Yrityksiltä vaaditaan siis kokonaisvaltaista vastuullisuutta. Tätä vastuullisuutta lähestytään yleensä yritys vastuun tai yhteiskuntavastuun käsitteiden kautta.

Yritysvastuu on yhteydessä kestävä kehityksen käsitteeseen. Kestävä kehitys varten on asetettu useita eri kansainvälisiä tavoitteita, joista yksi tunnetuimmista on YK:n alainen vuonna 2016 voimaan astunut Agenda 2030 -tavoiteohjelma, johon kestävä kehityksen periaatteet kiinteästi kuuluvat. Agenda 2030 tähtää paitsi äärimmäisen köyhyyden poistamiseen, niin myös kestävään kehitykseen, jossa talous, ympäristö ja ihminen otetaan tasavertaisesti huomioon. (Suomen YK-liitto) Kestävä kehityksen pyrkimyksenä on sovittaa taloudellinen kehitys sosiaaliseen ja ekologiseen kestävyteen. Kolmen osa-alueen (ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen) vastuullisuusajattelu on vakiintunut yleiseksi tavaksi ymmärtää vastuullisuustyö yrityksissä ja organisaatioissa.

Aloita tutustumalla tarkemmin vastuullisuuden kolmeen eri osa-alueeseen, ja mitä ne tarkoittavat sinulle käytännössä.

YK:N KESTÄVÄN KEHITYKSEN TAVOITTEET AGENDA 2030

MILLAISISSA
MAILMASSA SINÄ
HALUAT ELÄÄ?
**Maailma
2030.fi**

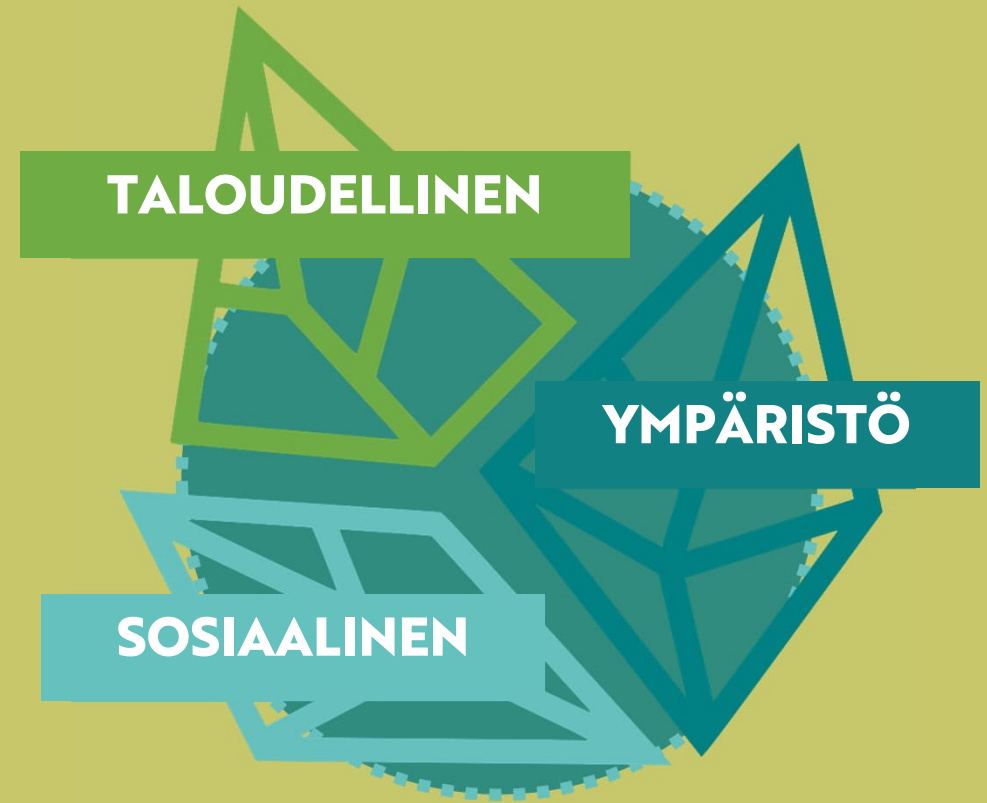


2

YRITYSVASTUULLISUUDEN OSA-ALUEET

Yritysvastuu jakautuu kolmeen eri osa-alueeseen: taloudelliseen, sosiaaliseen sekä ekologiseen eli ympäristövastuullisuuteen. Nämä vastuullisuuden osiot ovat monesti yrityksen toiminnassa myös limittäin ja sivuavat toisiaan luoden yhtenäisen vastuullisuuden kokonaisuuden.

Seuraavilla sivuilla voit tutustua tarkemmin jokaiseen vastuullisuuden osa-alueeseen ja samalla miettiä, miten omassa yritystoiminnassasi kyseinen vastuullisuuden osa toteutuu nyt tai voisi toteutua tulevaisuudessa.



TALOUELLINEN VASTUULLISUUS



Taloudellinen vastuu on yrityksen perusta. On selvää, että yritys ei voi huolehtia ympäristöllisestä ja sosiaalisesta vastuullisuudestaan, jos taloudellisen vastuullisuus ei ole kunnossa. Taloudellisella vastuullisuudella tarkoitetaan huolehtimista yrityksen liiketaloudellisesta kestävydestä mahdollistaen näin toiminnan jatkumisen myös tulevaisuudessa.

Taloudellista vastuullisuutta on lakisääteisten velvoitteiden (kuten verotus, kirjanpito) täyttämisen lisäksi liiketoiminnan kannattavuudesta, kilpailukyvystä ja tehokkuudesta huolehtiminen. Myös riskienhallinta on osa taloudellista vastuullisuutta, esimerkiksi datan hallinta ja yksityisyys. Hyvä hallintotapa, eli miten toiminta yrityksessä on ylipäänsä järjestetty, kuuluu myös vastuullisuuteen. Lain pykälien noudattamisen lisäksi on mietittävä, onko koko liiketoiminta eettisellä pohjalla. Yritystoimintasi läpinäkyvä raportointi luo luottamusta ja voi tuoda yritykselle kilpailuetua. Oikeudenmukaiset ja läpinäkyvät toimintatavat ovat sekä yrityksen että sen asiakkaiden etu.

Taloudellinen vastuullisuus tarkoittaa myös eettisiä hankintoja. Eettiset hankinnat voivat tarkoittaa esimerkiksi sitä, että suosit Reilun kaupan tuotteita.

Yritys

1. Toimii liiketoiminnassaan läpinäkyvästi
2. Kykenee tuottamaan vastuullisilla toimillaan taloudellista tulosta
3. Ymmärtää realistisen suhteen kulurakenteen ja tuottojen välillä
4. Hoitaa verot ja velvoitteet ajallaan
5. Perehdyttää työntekijät
6. Hyödyntää etätyötamahdollisuutta tarpeen vaatiessa
7. Toteuttaa investoinnit kestävien periaatteiden mukaisesti
8. Huomioi ilmastonmuutoksen päätöksissään
9. Edesauttaa ja tukee henkilöstön moninaisuutta

YMPÄRISTÖ- VASTUULLISUUS



Ympäristövastuullisuuteen liittyy kaikki ympäristöön ja energiankäyttöön kytkeytyvät valinnat. Vastuullisissa ympäristöratkaisussa pyritään minimoimaan haitalliset vaikutukset ympäristöön. Ympäristövastuullisuus käsittää esimerkiksi jätekuormituksen vähentämisen, ilmastonmuutoksen torjumisen ja luonnon monimuotoisuuden ylläpidon.

Ympäristövastuullisuutta voi ilmentää esimerkiksi seuraavissa asioissa:

- Energiavalinnat, materiaalihankinnat
- Luonnonvarojen säästeliäs käyttö
- Kiertotalous ja kierrätys
- Jätteiden käsittely
- Mahdolliset sertifikaatit ympäristöasioihin liittyen
- Ympäristöystävällisten tuotteiden/tuotantoprosessin suunnittelu

Voit aloittaa pienistä teoista, kuten yrityksesi energiatehokkuuden parantamisesta ja kierrätyksestä. Energiatehokkaat laitteet ja valaistus voivat vähentää sähkölaskua huomattavasti. Kierrätys ja jätehuolto ovat myös tärkeitä. Jälleen pienillä teoilla, kuten paperin ja muovin kierrätyksellä, voi olla suuri merkitys. Ympäristöllisestä näkökulmasta voidaan mainita myös digijätteen ongelmat eli käyttämättömien sovellusten, tiedostojen ja muun sisällön säilyttämiseen kuluva energia.

Yritys

1. Tunnistaa toiminnastaan aiheutuvat päästöt
2. Käyttää uusiutuvia raaka-aineita
3. Lajittelee, kierrättää tai hyödyntää
4. Käyttää uusiutuvia energianlähteitä
5. Suosii ympäristömerkittyjä tai uusiutuvia tuotteita
6. Suosii yhteishankintoja esimerkiksi alueen muiden yritysten kanssa
7. Laskee hiilijalan- ja kädenjälkeä ja pyrkii vaikuttamaan niihin
8. Välittää ympäristötietoutta sekä asiakkaille että työntekijöille

Näillä pienillä teoilla säästät luontoa ja rahaa!

1. Osaatko jo kierrättää kaiken mahdollisen?
2. Voiko yrityksesi tehdä hankintoja käytettyinä?
3. Entä vuokraus jonkin käytettävän tavaran kohdalla?
4. Valitsetko hankinnoissa vihreimmän vaihtoehdon?
5. Tiedätkö miten alihankkijasi toimivat? Onko heidän toimintansa ekologista?
6. Voisitko vaihtaa energiansäästölamppuihin?
7. Eihän teillä enää juoda taukokahvia kertakäyttöisestä mukista?
8. Voisiko yrityksesi ottaa käyttöön polkupyöräedun?
9. Osaatko arkistoida sähköisiin dokumenttisovelluksiin? Aina ei enää tarvita paperia!
10. Jättemäärän pienentäminen → pienemmät jätemaksut!
11. Voiko toimitilojesi lämpötilaa laskea? Pieninkin muutos vaikuttaa merkittävästi sekä ympäristön kuormitukseen että sähkölaskun loppusummaan!
12. Pystytkö vähentämään liikkumista omalla autolla?
13. Voitko suosia välillä etäpalavereja? Säästät paitsi polttoainetta myös aikaa!
14. Miten hoidat yrityksesi mahdolliset kuljetukset? Myös liikennöitsijältä voi toivoa ympäristöystävällisiä polttoainevaihtoehtoja.



Vastuullisuus kulkee käsi kädessä
jokapäiväisen toiminnan kanssa!

SOSIAALINEN VASTUULLISUUS



Sosiaalinen vastuullisuus korostaa sosiaalisten ympäristövaikutusten ymmärtämistä. Yrityksessä se voi ilmetä:

- osaamisen kehittämisenä
- ihmisoikeuksien toteutumisena kaikessa yritystoiminnan osa-alueissa
- vastuullisena markkinointina
- henkilöstön hyvinvoinnista huolehtimisena
 - työhyvinvointi
 - työturvallisuus
 - työolot
 - tasa-arvo
 - turvallisuus
 - syrjimättömyys

Laaja työelämän lainsäädäntö ohjaa liiketoimintaa, mutta sosiaalinen vastuullisuus voidaan nähdä paljon laajempuna asiana koskien koko yrityksen vaikutusta ja vaikuttamismahdollisuuksia ympäröivään yhteiskuntaan.

Digitaalinen hyvinvointi, joka tarkoittaa yrittäjän fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista hyvinvointia digitaalisten laitteiden ja teknologian hallitsemassa arjessa toimii myös esimerkkinä sosiaalisesta näkökulmasta.

Yritys

1. Edistää esteetöntä liikkumista
2. Tekee yhteistyötä asiakkaiden kanssa ja reagoi saamaansa palautteeseen
3. Kehittää sekä yrittäjän että työntekijöiden osaamista
4. Suosii hankinnoissa paikallisia tuotteita ja yrityksiä
5. Tukee omalla toiminnallaan paikallisen kulttuuriperinnön säilymistä ja elinvoimaisuutta
6. Kohtelee tasa-arvoisesti asiakkaita ja työntekijöitä
7. Tekee yhteistyötä paikallisten tahojen (mm. seurat, yritykset) kanssa
8. Järjestää työterveyshuollon
9. Huomioi asiakkaiden monikulttuurisuuden
10. Ottaa huomioon työntekijöiden erilaiset kulttuuritaustat
11. Maksaa TESin mukaisia palkkoja
12. Panostaa työturvallisuuteen
13. Suhtautuu myönteisesti perhevapaisiin

CARROLLIN

VASTUULLISUUSPYRAMIDI

Yritysvastuullisuuden kolmen osa-alueen lisäksi toinen yleisesti yritys vastuuta jäsentämään käytetty määritelmä on Carrollin vastuullisuuspyramidi. Carrollin pyramidi koostuu neljästä tasosta, jotka ovat taloudellinen vastuu, lainsäädännöllinen vastuu, eettinen vastuu ja vapaaehtoinen toiminta.

Jotta yritys olisi esimerkiksi sosiaalisesti vastuullinen, tulisi sen täyttää kaikki pyramidin vastualueet toiminnassaan. Todellisuudessa tasot limittyvät ja lomittuvat keskenään muodostaen kokonaisuuden.



(Mukaiillen Carroll's Pyramid of CSR (Corporate Social Responsibility), Archie B. Carroll, 1991)

3

MATKA VASTUULLISEEN YRITTÄJYYTEEN

Vastuullisuuden hyvin sisäistänyt yritys on oivaltanut, että vastuullisuus tuo uusia näkökulmia liiketoimintaan esimerkiksi tarjoamalla mahdollisuuksia kasvattaa yritystä kestävästi sekä parantaa tulosta.

Kun mietit omaa vastuullisuusstrategiaasi, on hyvä lähteä liikkeelle siitä, mitä sinä ja yrityksesi jo teette.



KUINKA ALOITAN?

Yritys ei toimi yksin, eikä irrallaan muista. Yrityksellä on vastuu omasta toiminnastaan ympäröivään yhteiskuntaan. Vastuullinen yritys huomioi toimintansa vaikutukset ihmisiin, ympäristöön ja yhteiskuntaan. Näitä vaikutuksia voivat olla verojen maksaminen asianmukaisesti, työelämän lainsäädännön asianmukainen noudattaminen tai yritystoiminnan ympäristövaikutusten minimoiminen.

Voit alkaa miettiä vastuullista toimintaa omalta kohdaltasi oheisten teemojen ja avainsanojen avulla. Saatat huomata, että olet toiminut vastuullisesti tiedostamattasikin. Suomalaiseen yrityskulttuuriin kuuluu lähes sisäänrakennettuna rehellisyys, luotettavuus ja avoimuus.

Vastuullisuus yrityksen perustana:

- yrityksen arvot
- vastuullisuus- ja työhyvinvointisuunnitelmat
- sertifikaatit ja merkit
- vastuullinen henkilöstö- ja/tai itsensä johtaminen
- jatkuva arviointi ja kehitystyö
- laatu ja sen mittaaminen
- vastuullisuuteen perustuva liiketoimintamalli
- kestävää kehitystä edistävät tuotteet ja palvelut yritystoiminnan lähtökohtina

Vastuullisuus yrityksen arjessa:

- hiilijalanjälki ja hiilikädenjälki
- vastuulliset energiaratkaisut
- tietoturva-asiat
- kiertotalous ja elinkaariajattelu
- muutokseen varautuminen

Yritysvastuullisuuden edistäminen digitaalisuuden kautta:

- yrityksen viestintä ja markkinointi
- tuotteet ja palvelut
- sähköiset liiketoimintaprosessit
- sosiaalinen media

Hyvä hallinto ja talous:

- vastuullisuus yrityksen taloushallinnossa
- vastuulliset hankinnat
- riskienhallinta
- sidosryhmäsuhteet

Vastuullisen yrityksen brändin rakentaminen ja viestintä:

- tarinallistaminen
- yrityksen viestintä eri kanavissa
- asiakaslähtöisyys
- yhteiskuntavastuu

MIKSI YRITYSVASTUULLISUUS ON TÄRKEÄÄ YRITYKSEN TOIMINNAN KANNALTA?

Riskienhallinta ja sopeutumiskyky

Riskienhallinnalla pyritään varautumaan tulevaisuuden ikäviin yllätyksiin. Vaikka vastuullisuus ja ympäristöteot eivät olisikaan yrityksen keskiössä, voi vastuullisuuden huomiotta jättäminen aiheuttaa myöhemmin harmia.

Vastuullisuutta voidaan vaatia esimerkiksi asiakkaiden tai viranomaispäätösten toimesta, jolloin on mahdollista, että myynti heikkenee tai kustannukset kasvavat. Huomioimalla vastuullisuusriskit ajoissa yritys voi varautua epäsuotuisiin yllätyksiin asteittain sopeutuen.

Kustannussäästöt ja tehokkuus

Kestävät toimintatavat ja valinnat eivät ole pelkästään ympäristötekoja, vaan niiden avulla voidaan myös saavuttaa kustannussäästöjä ja lisätä resurssitehokkuutta.

Kilpailuetu ja asiakassuhteet

Kuluttajat ovat yhä enemmän tietoisia ja kiinnostuneita vastuullisista tuotteista ja palveluista. Kestävän kehityksen ottaminen huomioon yritystoiminnassa voi houkutella uusia asiakkaita sekä lisätä asiakastyytyvää ja asiakasuskollisuutta.

Rahoitus

Rahoittajien näkökulmasta vastuullisuudesta on muodostumassa tärkeä tekijä. Rahoittaja (esimerkiksi pankki tai sijoittaja) haluaa lainaamansa tai sijoittamansa rahat tuottoineen mahdollisimman varmasti takaisin. Mikäli rahoittaja havaitsee epävarmuutta eli riskiä rahojensa palautumiselle, otetaan se huomioon rahoituksen kalliimpana hintana tai evätään rahoitus kokonaan. Jos yritys ei ole vastuullinen, saatetaan se nähdä korkeariskisempänä rahoituskohteena. Varsinkin, jos toimintaa tarkastellaan erityisesti pitkällä aikavälillä.

Myös kuluttajien kiinnostus ohjaa rahoittajien toimintaa. Mitä enemmän kuluttajat tulevat suuntaamaan katseensa vastuullisiin yrityksiin, sitä todennäköisemmin se tulee vaikuttamaan rahoittajan harkintaan rahoituksen myöntämisestä ja sen ehtoista. Pankit tarjoavat jo nyt edullisempaa vihreää yrityslainaa, jota voi saada ympäristön kestävästä kehityksestä edistävään investointeihin.

4

ASIAKASLÄHTÖISYYS OHJAA YRITYKSEN VASTUULLISUUTTA

Asiakkaat ovat jokaisen yrityksen elinehto, sillä ilman asiakkaita yrityksellä ei ole tuloja. Asiakkailta on myös rooli yrityksen vastuullisuudessa. He voivat valita tuotteita ja palveluita, jotka ovat linjassa heidän omien arvojensa kanssa. Tämä luo painetta yrityksille olla yhä vastuullisempia.

Kuluttajien ostopäätöksillä on suuri vaikutus. Valinnoillaan asiakkaat voivat vaikuttaa siihen, minkälaista yritystoimintaa tuetaan.



ASIAKASLÄHTÖISYYS

Liiketoimintaa tehdään perinteisesti tuotantolähtöisesti eli tuotetaan jotain tuotetta tai palvelua, jonka jälkeen etsitään sille asiakaskunta. Tällainen toiminta soveltuu hyvin perustuotteille, joille ei ole tarvetta kovin tarkalle tuntemukselle asiakkaiden tarpeista.

Entä jos lähdetäänkin liikkeelle siitä, mitä asiakkaat tarvitsevat eli pyritään vastaamaan asiakkaan ongelmiin? Tällöin puhutaan asiakaslähtöisestä liiketoiminnasta, jolloin toiminnan päämääränä on asiakastyytyväisyys. Jotta asiakkaan tarpeisiin on mahdollista vastata, tulee ennen kaikkea ymmärtää mitä ne tarpeet ovat.

Kun olet ymmärtänyt tarpeet, voit samalla luoda itsellesi kilpailuetua. Säilyttääkseen kilpailuetunsa, tulee yrityksen seurata ja arvioida aktiivisesti, kuinka se onnistuu palvelemaan asiakkaitaan ja vastaamaan heidän tarpeisiinsa.

Vastuullisuuden yhdistäminen asiakaslähtöisyyteen voi olla tehokas tapa vahvistaa yrityksen brändiä ja luoda pitkäaikaisia asiakassuhteita. Yrityksen tulee kuunnella asiakkaidensa palautteita ja ottaa niistä oppia. Asiakkailta voi pyytää palautetta esimerkiksi vastuullisuuskäytännöissä onnistumisissa ja käyttää sitä toiminnan parantamiseksi, jolloin samalla on mahdollista löytää myös uusia asiakastarpeita. Uudesta asiakastarpeiden kartoittamisesta voi taas syntyä uusia ideoita ja liiketoimintamahdollisuuksia.



ASIAKASKOKEMUS

Asiakaskokemusta on kaikki se, mitä asiakas kokee yrityksestä. Alkaen ensimmäisestä tietoisuuden hetkestä yrityksestä, ostoprosessista, asiakaspalvelusta ja jatkuen palvelun jälkeiseen tukeen ja vuorovaikutukseen.

Asiakaskokemus voi olla positiivinen, neutraali tai negatiivinen riippuen siitä, miten asiakas kokee vuorovaikutuksensa yrityksen kanssa. Erityisen tärkeää on kiinnittää huomiota siihen, miten asiakas kokee yrityksen kokonaisuutena.

Yrityksen toimintatavat

Yrityksen on huomioitava toimintansa vaikutukset asiakkaan kokemuksiin, oli sitten kyseessä myyntityö tai reklamaatiotilanne. Erityisesti negatiiviseksi koettu toiminta saattaa jättää syvät jäljet asiakkaaseen ja sen myötä vähentää innokkuutta asioida jatkossa kyseisen yrityksen kanssa.

Brändi

Yritys pyrkii luomaan mielikuvan yrityksestään asiakkailleen ja muille sidosryhmilleen. Brändin rakentumiseen ei yritys pysty täysin yksin vaikuttamaan ja sanelemaan millainen se on, sillä loppujen lopuksi käsitys brändistä muodostuu asiakkaan omassa mielessä.

Viestintä

Asiakaskokemukseen vaikuttaa myös se, miten yritys käytännössä viestii asioista asiakkaalle. Esimerkiksi yksittäinen sähköpostiviesti voi vaikuttaa asiakkaan näkemykseen yrityksestä kielteisesti, jos viesti on töykeä tai muuten tilanteeseen nähden sopimaton.

Tuotteet ja palvelut

Pohjimmiltaan asiakaskokemus muodostuu yrityksen tuotteista ja palveluista. Aiemmin yritykset pystyivät kilpailemaan hyvän tuotteen tai palvelun turvin, jolloin ei ollut suurta tarvetta kiinnittää huomiota muihin asioihin. Nykyään se ei välttämättä riitä, sillä vaihtoehtoja eri tuotteille ja palveluille on monia. On erottauduttava muiden tekijöiden avulla.

Myös tiedon määrä on lisääntynyt valtavasti, joten asiakas voi suorittaa vertailua tuotteista ja palveluista jo ennen ostopäätöstään. Hyvässä asiakaskokemuksessa ei ole pelkästään kyse tuotteen laadusta tai siitä, saako asiakas rahoillensa parhaan vastineen tuotteen tai palvelun muodossa. Onnistunut asiakaskokemus muodostuu kaikista asiakkaan ja yrityksen välisistä kohtaamisista.

5

MARKKINOINTI, BRÄNDI JA VIESTINTÄ

Sidosryhmät ja yhteiskunta vaativat yritykseltäsi yhä selkeämpää ja kattavampaa näyttöä yritystoiminnan vastuullisuudesta ja kestäväen kehityksen tukemisesta.

Parhaimmillaan onnistunut markkinointi ja viestintä auttavat yritystäsi esimerkiksi maineen rakentamisessa, asiakaskuntasi sitouttamisessa ja kilpailuedun luomisessa. Onnistuessaan nämä molemmat luovat yrityksesi myös brändiä.



MARKKINOINTI

Markkinoinnilla sinun pitää saada ihmiset kiinnostumaan yrityksesi tarjonnasta siten, että se edistää eri tavoin tuotteitasi tai palveluittesi myyntiä. Tämä tapahtuu mm. markkinatutkimuksen, analysoinnin ja asiakkaan etujen ymmärtämisen avulla. Markkinointi koostuu palvelun/tuotteen muotoilusta ja tuotekehityksestä, sen hinnoittelusta, markkinointiviestinnästä, myynnistä ja saatavuudesta.

Mikroyrittäjän kaikkien toimien voidaan nähdä olevan myös samalla markkinointitoimia ja niiden vaikuttavan yrityksen brändiin (kts. tarkemmin luku Brändi).

Vastuullisuuden näkökulmasta on huomioitavaa, että hyvää markkinointitapaa noudattava yritys ymmärtää, että markkinointi on aina tunnistettava markkinoinniksi. Keskuskauppakamarin Mainonnan eettinen neuvosto antaa lausuntoja markkinoinnin hyväksyttävyydestä Suomessa (www.keskuskauppakamari.fi). Tärkeää markkinoinnissa on muistaa eettisten seikkojen huomiointi, yleiset yhteiskunnalliset arvot ja moninaiset markkinoinnin säännöt, lait ja rajoitukset.



Kiinnitä huomiota näihin harhaanjohtaviin markkinointiväittämiin

Viherpesu

Viherpesulla tarkoitetaan näennäistä ympäristöystävällisyyttä, joka ei ulotu yrityksen markkinointia pidemmälle. Viherpesussa tuotetaan mielikuvia, jotka liittyvät yrityksen toiminnan puhtauteen ja ekologisuuteen ilman, että toimintatapoja merkittävästi muutetaan.

Purppurapesu

Violetti viittaa naisten asemaan, oikeuksiin ja feminismiin. Purppurapesussa yritys markkinoi itseään tasa-arvon tukijana ilman syvempää sitoutumista.

Pinkkipesu tai sateenkaaripesu

Pinkkipesun voi tunnistaa yrityksen konkreettisten tekojen vähäisyydestä. Ympärivuotisen yhdenvertaisuuden edistämisen sijaan yritys esimerkiksi myy Pride-viikolla teemaan sopivia sateenkaari aiheisiä tuotteita, mutta saamistaan voitoista se ei ohjaa mitään osuutta vähemmistöjä auttaviin järjestöihin.

Ruskeapesu

Ruskeapesu viittaa yrityksen pyrkimykseen näyttäytyä monimuotoisuutta tukevana ilman esimerkiksi vähemmistöjen oikeuksia vahvistavia tekoja.



Kaipaatko lisää esimerkkejä epäeettisestä viherpesusta? Viherpesun parhaat taidonnäytteet palkitaan vuosittain [Vuoden Huiputus -kilpailussa](#), jonka järjestää Greenpeace.

BRÄNDI

Brändistä käytetään puhekielessä paljon erilaisia synonyymejä: maine, tunnettuus, imago tai mielikuva. Brändi onkin näihin kaikkiin liittyvä asia ja monen tekijän summa. Se muodostuu tiedoista, kokemuksista ja mielikuvista, joita asiakkaalla on yrityksestä ja sen tuotteista. Eli mitä positiivisemmat tiedot, elämyksellisemmät kokemukset ja vahvemmat mielikuvat, sitä enemmän brändi tuottaa asiakkaalle henkilökohtaista arvoa ja hyötyä tuotteesta ja yrityksestä.

Yrityksessä voidaan brändätä lähes mitä tahansa, kuten tuote, tuotteen nimi, toimintatapa, yritys itsessään tai vaikka yrittäjä. Voimakas brändi tuo lisäarvoa, identifioi tuotteen tai palvelun ja samalla tuo kilpailuetua markkinoilla. Sillä voidaan vaikuttaa hinnoitteluun ja se helpottaa asiakasta tekemään ostopäätöksen. Usein se voidaan nähdä myös laadun symbolina.

Brändin tulee aina perustua todellisuuteen ja tukeutua yrityksen arvoihin. Valheellisen mielikuvan antaminen voi olla melkoinen mainehaitta koko yritystoiminnalle. Ostaessaan tuotteen asiakas tulee osaksi yrityksen tarinaa ja siten hän omalta osaltaan rakentaa yrityksen brändiä.

Tärkeää brändityössä on suunnitelmallisuus ja pitkäjänteisyys brändin luomisessa. Myös viestinnän ja eri viestintäkanavien merkitys brändin rakentamisessa on tärkeää.



Huomaa, että myös brändillä voit kertoa yrityksesi vastuullisuudesta!

VIESTINTÄ

Vastuullisuus lähtee yrityksen arvoista, teoista ja tavoitteista, ja vastuullisuusviestinnän tehtävä on tuoda näitä sidosryhmien tietoisuuteen selkeästi, ymmärrettävästi ja läpinäkyvästi.

Vastuullisuusviestintä onkin ennen kaikkea yrityksen sitoutumista puhumaan totuudenmukaisesti ja aidosti kestävän kehityksen strategiastaan ja tavoitteistaan.

Vastuullisuusviestintä vaatii suunnitelmallisuutta ja johtamista siinä missä muukin viestintä ja markkinointi. Viestinnän aiheiden pohdinnan voisit aloittaa esimerkiksi kysymyksillä:

- Mitä vastuullisuus tarkoittaa minulle ja yritykselleni?
- Mitkä ovat liiketoimintani keskeiset vaikutukset niin fyysiselle, henkiselle kuin taloudelliselle ympäristölle?
- Mitä minä ja yritykseni teemme vastuullisuuden eteen?
- Miten voisin kehittää vastuullisuutta yrityksessäni?



Sosiaalisen median alustat ovat edullinen ja tehokas tapa mainostaa ja viestiä. Sen lisäksi ne tarjoavat mahdollisuuden mm. verkostoitumiseen ja sopivien kohderyhmien löytämiseen!

Yritys

1. Tuo arvot esiin viestinnässä
2. Viestii totuudenmukaisesti
3. On helposti saavutettava (nettisivut ja opasteet)
4. Viestii vastuullisuudesta eri kanavissa
5. Tuo esiin saatuja tunnustuksia, sertifikaatteja tai ympäristömerkkejä
6. Hyödyntää viestinnässä käytännön esimerkkejä ja tunteiden herättämistä
7. Näkyy paikallisesti
8. Hyödyntää viestinnässä yrityksen historiaa, tarinoita ja/tai yrityksen takana olevien ihmisten persoonia
9. Ylläpitää hyvää mainettaan ja imagoaan
10. Viestii monikielisesti kohderyhmien tarpeet huomioiden

Vastuullisuusviestinnän tavoitteet

Vastuullisuusviestinnän tavoitteet on hyvä muotoilla yksinkertaiseen, helposti ymmärrettävään muotoon, jotta ne aukeavat vaivattomasti kaikille kohdeyleisöille. Näin viestit voidaan helposti sovittaa eri sidosryhmille soveltuvaan muotoon, jotta jokainen ymmärtää, mitä yritys tavoittelee, miten se saavuttaa tavoitteensa ja mitä ne merkitsevät sille. Keskeistä on myös se, että viestintä on enemmän yrityslähtöistä kuin kohderyhmälähtöistä. Näin vältät sen, että vastuullisuusviestintä alkaa vaikuttaa viherpesulta.

Vastuullisuus ja vastuullisuusviestintä ovat jatkuvaa kehitysprosessia. Tärkeintä on säännöllisyys ja

systemaattisuus. Uskottavuutta voit entisestään parantaa käyttämällä tiedon välittämisessä tarinoita, kokemuksia, tunteita ja kuvia. Näin samakin viesti saadaan toistettua useita kertoja eri muodoissa ja eri markkinointikanavilla.

Viestinnän tavoite ei ole kertoa ainoastaan yrityksen positiivisista lopputuloksista, vaan avata myös mahdollisia kielteisiä vaikutuksia pyrkien näin läpinäkyvyyteen. Tässä mielessä vastuullisuusviestintä on myös pitkäjänteistä riskien hallintaa, sillä se auttaa liiketoimien arvioinnissa, kehittää yrityksen imagoa ja herättää luottamusta asiakkaiden ja sidosryhmien keskuudessa.



Epätäydellisestäkin vastuullisuudesta viestiminen on tärkeämpää kuin se, ettei sano mitään!

VASTUULLISUUSVIESTINNÄN VAARANPAIKAT

Jos vastuullisuusviestintä on ristiriidassa yrityksen todellisten tekojen kanssa, on vaikutus väistämättä negatiivinen. Suurin virhe, jonka yritys voi tehdä vastuullisuusviestinnässään, on viestiä harhaanjohtavasti tai valheellisesti. Tärkeintä on pysyä todistettavissa olevissa faktoissa ja tunnustaa rehellisesti myös kehityskohteet.

Varo näitä

- Vastuullisuusviestintä ei ole mitään päälle liimattua. Se ei siis ole yritystoiminnastasi irrallaan olevia tekoja, joiden avulla koitat nostaa yritystäsi esiin lähinnä yhteiskunnallisesta velvoitteesta tai asiakkaiden paineesta.
- Vastuullisuusviestinnässä ei kannata lähteä liioittelemaan. Viestinnän vaikuttavuus ja mielenkiintoisuus perustuvat ennen kaikkea paikkansapitävyyteen. Valheelliset väittämät voivat pahimmillaan johtaa imagovahinkoon ja tappioon.
- Vaikka yritykselle edullisiin vastuullisuusteemoihin keskittyminen voi tuntua houkuttelevalta vaihtoehdolta, älä tee sitä. Analysoi monipuolisesti liiketoimintasi vaikutuksia, ja tunnista rehellisesti myös kehityskohdat. Tämä rakentaa luottamusta ja lisää läpinäkyvyyttä.
- Pyri aina olemaan mahdollisimman selkeä ja helposti ymmärrettävä, kun viestit yrityksesi vastuullisuusteosta. Käytä konkreettisia lukuja ja vertailutietoja, joiden avulla sisältöäsi on helppo tulkita ja suhteuttaa esimerkiksi toimialan keskivertoon.

6

DIGITAALISUUS

Vastuullinen liiketoiminta on digitalisaation myötä saanut uusia ulottuvuuksia. Yritysvastuun määritelmä laajenee datan merkityksen kasvaessa uusien teknologioiden ja digitalisaation myötä.

Dataan liittyvät kysymykset on viime vuosina ulotettu osaksi yritysvastuun käsitettä. Yksinkertaistaen kyse on siitä, miten yrityksissä dataa kerätään, säilytetään ja hyödynnetään vastuullisella tavalla yksilöiden, sidosryhmien ja koko yhteiskunnan kannalta.



DIGITAALINEN VASTUULLISUUS

Digitaaliset työkalut voivat auttaa yritystäsi toteuttamaan vastuullisuutta. Esimerkiksi pilvipalvelut vähentävät paperin käyttöä ja erilaiset sovellukset voivat auttaa seuraamaan yrityksen hiilijalanjälkeä. Samalla on huomioitava tietoturva, joka on olennainen osa yrityksen vastuullisuutta. Asiakkaiden ja työntekijöiden tietojen suojaaminen on ehdottoman tärkeää.

Digitaalisuus tuokin vastuullisuuteen neljännen ulottuvuuden, jossa tieto ja erityisesti data ovat keskiössä. Kuinka sinä ja yrityksesi toimitte vastuullisesti maailmassa, jossa kaikenlainen data ja oikea tai väärä informaatio leviävät salamannopeasti?

Miten sinä toimit?

Olisitko valmis

- käyttämään luottamuksellista tietoa yrityksesi hyväksi? Varsinkin, jos riski kiinnijäämisestä on pieni?
- somettamaan asiasta, joka ei ole yrityksesi arvojen mukaista?
- noudattamaan yleisen tietosuoja-asetuksen vaatimuksia vasta sitten, kun on ihan pakko?
- kiinnittämään huomiota yrityksesi tietosuojakäytäntöihin vasta sitten, kun on jo ongelmia?
- laatimaan yrityksellesi eettiset ohjeet digitalisaation pelisäännöistä?
- valvomaan, miten pelisäännöt toimivat käytännössä?

7

HUOMISEN VASTUULLISUUS

Yrityksen vastuullisuuden kehittäminen on tänä päivänä oleellinen osa menestyvän yrityksen liiketoimintaosaamista. Vastuullinen yritys pitää huolta ympäristöstä, huolehtii itsensä ja henkilöstönsä hyvinvoinnista, varmistaa toimittajiensa vastuullisuuden ja kehittää myös taloudellista suorituskykyään.

Vastuullinen yritys on kannattava ja kilpailukykyinen myös tulevaisuudessa, sillä toimintaedellytysten ja menestystekijöiden turvaaminen on yksi tärkeimmistä syistä lähteä kehittämään yritysvastuuta.



MITEN YRITYKSENI VARAUTUU JATKUVASTI MUUTTUVAAAN MAAILMAAN?

Maailma muuttuu jatkuvasti. Muutokset koskevat myös yrittäjiä ja yrityksiä, sillä ne voivat vaikuttaa liiketoimintaympäristöihinkin. Muutoksia ovat esimerkiksi kriisit, asiakkaiden arvojen muutokset, megatrendit ja teknologian kehitys. Muutokset voivat olla liiketoiminnan kannalta vähäisiä tai niin suuria, että ne uhkaavat koko yrityksen olemassaoloa.

Oli kyseessä sitten yksinyrittäjä tai isompi yritys, muutoksista selviämiseen tarvitaan muutosjoustavuutta eli resilienssiä. Tällä tarkoitetaan yksilön tai yhteisön kykyä selvitä ja toipua kriiseistä tai muista haasteista. Resilienssi on yksi yrittäjän tärkeimmistä kyvyistä, sillä yrittäjät joutuvat kokemaan paljon epävarmuutta, haasteita ja vastoinkäymisiä.

Muutokset ja kriisit eivät aina tarkoita yrittäjälle pelkästään vaikeuksia. Ne voivat olla myös mahdollisuuksia ja alkuja uusille liiketoimille. Tosin tällaiset tilaisuudet saattavat kriisien keskellä jäädä huomaamatta. Haasteena kriiseissä pärjäämiselle onkin niiden yllätyksellisyys, sillä yrittäjälle ei jää aikaa miettiä mitä olisi tehtävissä.

Omaksumalla positiivisen asenteen ja kehittämällä osaamistaan, yrittäjän on helpompi havaita mahdollisuuksia muutoksen keskellä ja tarttua niihin. Hyväksymällä muutoksen yrittäjä voi keskittyä niihin asioihin, joihin on mahdollista vaikuttaa ja ottaa oppia vaikeuksista. Jotta tämä kaikki on mahdollista, tulee yrittäjän pitää huolta omasta hyvinvoinnistaan. Kun voi henkisesti ja fyysisesti hyvin, pystyy myös tekemään työnsä paremmin sekä parantamaan omaa iskunkestävyyttään.

Tulevaisuutta ei ole mahdollista ennustaa, mutta siihen voi yrittää varautua. Tulevaisuuteen varautuminen ja resilienssin vahvistaminen eivät välttämättä poista yrityksen ulkoisista muutoksista aiheutuvia haasteita, mutta se voi helpottaa niistä selviytymistä huomattavasti.



**Vastuullisuus ei ole vain kauniita sanoja,
se on myös osa riskienhallintaa!**

Keinoja varautua muutoksiin

Kehitä osaamista

Opettele uusia taitoja ja tapoja. Pidä katse myös tulevaisuudessa – mitä osaamista voisit tarvita viiden vuoden kuluttua?

Positiivinen asenne

Asenteella on suuri muutos siihen, miten yrittäjä onnistuu jokapäiväisessä toiminnassaan. Sen lisäksi positiivinen asenne parantaa mahdollisuuksia löytää uusia mahdollisuuksia ja selviämään kriiseistä.

Huolehdi hyvinvoinnista

Ihmisen voidessa huonosti on kyky selviytyä vastoinkäymisistä huomattavasti heikompi kuin hyvinvoivana. Hyvinvointi heijastuu myös esimerkiksi työntekoon, arkeen ja ihmissuhteisiin.

Pidä päämäärä kirkkaana

Kun pitää omien tavoitteiden sekä työn merkityksen ja tarkoituksen kirkkaana mielessä, auttaa se jaksamisessa ja oikeiden asioiden tekemisessä.

Rakenna ja ylläpidä verkostoja

Verkostojen merkitys kriiseissä on ensiarvoisen tärkeää. Verkostoista voi saada esimerkiksi kullanarvoisia näkemyksiä yrityksen toiminnasta ja sen kehittämistä, uutta tietoa tai mahdollisuuksia yhteistyöhön. Kriisin sattuessa ei kannata jäädä yksin. Verkostosta voi saada myös tukea ja apua, jotka helpottavat vaikeuksissa selviytymisessä.

Seuraa ympäristöä

Seuraamalla ympäristössä tapahtuvia muutoksia (ja merkkejä muutoksista) on mahdollista ennakoida muutoksen vaatimia toimenpiteitä ennaltaehkäisevästi.

Hyväksy muutos

Kun kykenee hyväksymään tosiasian, että muutos on oikeasti tapahtunut, voi keskittyä paremmin sellaisiin asioihin, joihin on mahdollista vaikuttaa. Hyväksymällä muutoksen pystyy myös totuudenmukaisemmin tarkastelemaan sen syitä, merkitystä ja seurauksia. Tällöin voi nähdä siinä hyviäkin puolia, kuten oppimista ja kokemuksen kerryttämistä, jotka auttavat pärjäämään tulevaisuudessa.

VASTUULLISUUSSUUNNITELMA

Yrityksen vastuullisuuden taso ja toimenpiteet on hyvä havainnollistaa itselle ja sidosryhmille. Hyvä tapa tähän on vastuullisuussuunnitelman laatiminen. Sen avulla voit konkretisoida tärkeimmät toimenpiteet tiivistetysti.

Vastuullisuussuunnitelman tekemiseen löytyy valmiita malleja ja sen voi laatia myös itse omien tarpeiden mukaan. Suunnitelman olemassaolo voidaan nähdä myös viestinnällisenä ja markkinoinnillisena toimenpiteenä sekä takeena yrityksen laadun tavoittelusta. Tämä voidaan nähdä hyvänä asiana vaikka rahoitusneuvotteluissa.



Oman vastuullisuussuunnitelman tekemiseen löydät vinkkiä [täältä!](#)

Viisi askelta yritysvastuun kehittämiseen

- Tunnista, miten yrityksesi vaikuttaa yhteiskuntaan ja ympäristöön
- Tutustu asiakkaiden ja sidosryhmien näkemyksiin
- Tunnista yrityksesi tärkeimmät vastuullisuusnäkökohdat
- Laadi tavoitteet, mittarit ja tee toiminta- ja vastuullisuussuunnitelma
- Kerro muillekin, miten hienoa työtä teet!

VASTUULLISUUDEN MITTAAMINEN

Euroopan unionin vuoden 2022 alusta voimaan tullut taksonomiauudistus vaatii kestävilta sijoituksilta vastuullisuutta ympäristön osalta. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että vastuullisuusvaatimukset siirtyvät alihankintaketjujen kautta suurilta yrityksiltä pk-yrityksille. Enää ei siis riitä, että yritys itse toimii vastuullisesti, vaan myös sen alihankintaketjun tulee täyttää kestävä liiketoiminnan periaatteet läpinäkyvästi.

Pk-yrityssektorilla vastuullisuuden kartoittamista ja mittaamista ei vielä nähdä yleisesti tarpeellisena. Pienemmät yritykset eivät välttämättä ymmärrä, minkä takia vastuullisuutta pitäisi ennaltaehkäisevästi mitata. Hyvä kysymys onkin, miksi sitä tarvitsisi? Miten vastuullisuudesta saadaan luotettavaa tietoa niin, että pienimmätkin yritykset kokevat sen mittaamisen tuovan niille lisäarvoa?

Markkinoilla on kuitenkin merkkejä siitä, että jatkossa myös pienemmiltä toimijoilta vaaditaan kokonaisvaltaisen vastuullisuuden osoittamista, ja näin vastuullisuudesta on muodostumassa yksi keskeinen kilpailutekijä myös mikro- ja pk-sektorilla. Haasteena on se, miten mitata lähtötasoa parempien yritysten vastuullisuutta vertailukelpoisella tavalla. Jotta tässä onnistuttaisiin, mukaan tarvitaan myös pienemmät toimijat.

Kauppakamarin tuoreen tutkimuksen mukaan joka neljäs pk-yritys on saanut uusia liiketoimintamahdollisuuksia vastuullisuudesta ja kestävästä kehityksestä (www.kauppakamari.fi 24.8.2023).



Tulevaisuudessa ei enää riitä, että vastuullisuudesta vaan puhutaan, sitä pitää myös mitata!

VASTUULLISUUDEN TULEVAISUUS



Lisää tietoa täältä:

[Vastuullisuuden tulevaisuudesta](#)
[Megatrendeistä](#)

Vastuullisuuden käytännöt ovat ottaneet suuria kehitysaskelia viime vuosikymmeninä. Vastuullisuus kokonaisuudessaan elää tälläkin hetkellä vahvassa muutoksessa, sillä taustalla vaikuttaa samanaikaisesti useita eri tekijöitä, jotka yhdessä vauhdittavat ja voimistavat muutosta.

Eryteisesti ympäristöön ja yhteiskuntaan liittyvät huolet sekä teknologian edistys siivittävät kehitystä. Näihin liittyviä ongelmia pyritään ratkomaan ja samalla rakentamaan parempaa tulevaisuutta. Ihmiset eivät voi vaikuttaa menneisyyteen muuttaakseen tai korjatakseen asioita, ainoastaan tulevaisuuteen on mahdollista vaikuttaa. On siis suunnattava katse tulevaisuuteen.

Tulevaisuutta ei voida katsoa kristallipallosta, mutta sen kehityskulkua voidaan arvioida. On hyvä tapa aloittaa pohtimalla millainen tulevaisuus olisi toivottava ja miten siihen päästään. Vastuullisuuden näkökulmasta megatrendit ovat oiva linssi tulevaisuuteen, sillä monet niistä kytkeytyvät suoraan vastuullisuuden teemoihin.

Megatrendit ovat nykyhetkessä havaittavia huomattavan laajoja

kehityssuuntia, jotka vaikuttavat yleensä globaalisti ja pitkäkestoisesti. Niihin lukeutuvat tällä hetkellä mm. ilmastonmuutos ja teknologinen kehitys. Ymmärtämällä megatrendejä ja niiden aiheuttamia muutoksia on mahdollista arvioida tulevaisuuden suuria linjoja. Tarkkailemalla ympäristöä yksityiskohtaisemmin voi huomata pienempiä trendejä tai merkkejä muutoksesta.

Yksi tulevaisuuden ennakkoinnin tärkeimmistä työkaluista on oma mielikuvitus. Voit hyödyntää oppeja menneestä ja käyttää mielikuvitustasi tulevan hahmottamisessa. Yhdistämällä nämä kaksi voit suunnitella tulevaisuutta ja asettaa tavoitteita, jotka saattavat olla rohkeita ja innovatiivisia, mutta samalla realistisia. Lisäksi voit kehitellä erilaisia skenaarioita, joiden toisistaan poikkeavat polut ohjaavat vaihtoehtoihin tulevaisuuksiin. Skenaarioiden avulla voit huomata polkuja, joihin toimintaa kannattaa ohjata, samoin myös polkuja, joita tulisi välttää.

Voit tutustua tulevaisuuden ennakkoinnin menetelmiin Turun kauppakorkeakoulun tulevaisuuden tutkimuskeskuksen ilmaisista [oppimateriaaleista](#).

8

YRITYSTARINOITA

Mitä kaikkea vastuullinen toiminta voi käytännön tasolla olla?

Seuraavilla sivuilla voit tutustua kolmeen satakuntalaiseen yritykseen, jotka ovat jokainen ottaneet käytännön askelia vastuullisen yritystoiminnan suuntaan. Toivottavasti nämä tarinat innoittavat sinua oman vastuullisuutesi kehittämisessä.





PORIN PAAHTIMO: VASTUULLISESTI PAVUSTA KUPPIIN

Vastuullinen liiketoiminta on Porin Paahtimolle korkean prioriteetin asia. Otamme huomioon liiketoiminnassa aina kestävän kehityksen. Kehitämme jatkuvasti ideoita pidentääksemme eri tuotteiden elinkaarta. Esimerkkinä Guatemalasta saapuvat kahvisäkit, jotka ovat valmistettu jo kertaalleen kierrätetyistä vanhoista vaatteista. Näille kahvisäkeille olemme antaneet uuden elämän työntekijöidemme esiliinoina, pöytäliinoina, sekä kahvilamme somistuksessa.

Välillä meille syntyy idea myös uudesta tuotteesta. Esimerkiksi kahvin paahtoprosessissa syntyy ylijäämää, kun kahvipavusta irtoaa paahton aikana kuorta. Ylijäämää voi käyttää esimerkiksi ulkokuussin kuivikkeena.

Kuljetamme Porin ja Tampereen alueella kaikki kahvitilaukset sähköautolla. Toimimme Puuvillan alueella, jonka sähkö on 100 % vihreää energiaa. Kierrätämme kaikki jätteet ja käytämme kierrätettäviä ja biohajoavia take-away-välineitä.

Kolumbialaiset kahvit tulevat meille suoraan viljelijältä. Yrittäjä Teijo Villa on käynyt Kolumbiassa paikan päällä kaksi kertaa ja yöpynyt viljelijöiden luona. Pidämme myös yhteyttä viljelijöihimme. Vastuullisuus tarkoittaa meille myös sitä, että kahvinviljelijät ovat tyytyväisiä kahvin hintaan ja että voimme parantaa heidän elintasoaan. Ilman välikäsiä raha menee suoraan viljelijälle.





KOIVUNIEMEN HERRAN FARMI: PIENIÄ TEKOJA, ISOJA VAIKUTUKSIA!

Me Koivuniemen Herran farmilla olemme sitoutuneet työskentelemään kestävämmän matkailu-Merikarvian ja matkailu-Suomen puolesta. Noudatamme Matkailutoimijoiden yhteiset periaatteet -ohjeistusta, jotka ovat kannanotto yhteistyöhön, ekologiseen ja kulttuuriseen kestävyteen, kulttuuriperintöön sekä sosiaaliseen kestävyteen ja hyvinvointiin. Periaatteilla otetaan kantaa toimien pitkäjänteisyyteen ja paikallisuuteen, laatuun, turvallisuuteen sekä ilmastonmuutokseen ja resurssiviisauteen. Lisäksi panostetaan vastuullisuusviestintään, taloudelliseen kestävyteen ja kilpailu-kykyyn. Vastuullisuutemme näkyy mm. seuraavilla tavoilla:

1. Teemme reilua yhteistyötä
2. Huolehdimme luonnosta
3. Kunnioitamme kulttuuriperintöä
4. Edistämme hyvinvointia, ihmisoikeuksia ja tasa-arvoa
5. Suosimme paikallista
6. Panostamme turvallisuuteen ja laatuun
7. Huomioimme ilmastovaikutukset
8. Viestimme avoimesti
9. Kehitämme jatkuvasti yritystoimintaamme
10. Sitoudumme kestävän matkailun periaatteisiin

Koivuniemen Herran farmin Maalishotelli Hanna & Magnukselle myönnettiin EU-ympäristömerkki Ecolabel vuonna 2022, nykyisillä kriteereillä kolmantena majoituskohteena Suomessa. Merkki kertoo, että kohteessa suositaan uusiutuvaa energiaa, vähennetään energian- ja vedenkulutusta, minimoidaan jätteiden määrää ja suositaan ympäristömerkittyjä tuotteita. 2023 maalishotellille myönnettiin Sustainable Travel Finland-merkki, jonka saaneet yritykset huomioivat toiminnassaan niin ekologisen, sosiaalisen, kulttuurisen kuin taloudellisenkin kestävyden.

Farmilla keittiön tarjoiluissa käytämme vain suomalaista lihaa ja maitotuotteita, lihajalosteita, kananmunia sekä marjoja.

Lisäksi tarjoiltavat kalat ovat merikarvia-laisilta kalastajilta.

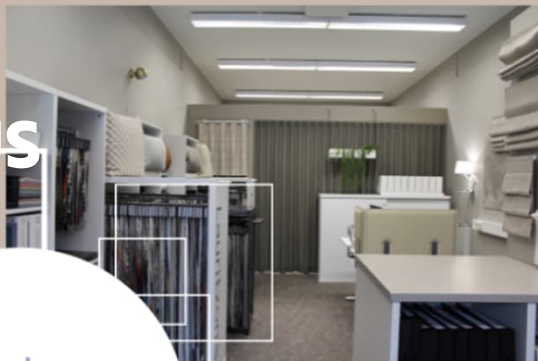
Eco-tonttumme jakaa matkailijoille vinkkejä ja ohjeita vastuulliseen matkailuun farmilla, kuten lajitteluun. Kierrätyspisteitä löytyy pihapiiristä useampi. Eläinten hyvinvointia edistää mm. eläinkavereille laadittu Eläinten työehtosopimus, joka on käännetty useammalle kielelle.

Koivuniemen Herran farmille myönnetty Tervetuloa pyöräilijä -tunnus helpottaa pyörämatkailijaa, sillä tunnus takaa pyörämatkailijalle kohteessa turvallisen pyörän säilytyksen, pumpun ja perustyökalut, latauspisteet sekä tietoa alueen reiteistä ja palveluista.



UNELMANELIÖT JA VASTUULLISUUS

Anne-Mari Marjamäki,
Unelmaneliöt



Unelma
neliöt

Vastuullisuus on ollut itselleni aina tärkeä asia ja niin se on myös yritykselleni. Kuluneen vuoden aikana olen ollut mukana Turun yliopiston Hybridi-hankkeessa, jonka innoittamana olen pohtinut näitä viime aikoina entistä enemmän. Olen myös osallistunut muihin koulutuksiin ja tapahtumiin, joissa käsitellään vastuullisuutta.

Unelmaneliöiden keskeiset arvot näkyvät oheisessa kuviossa, jotka ovat osittain päällekkäisiäkin. Olen mieltänyt vastuullisuuden kahden eri näkökannan kautta; yrityksen vastuullisuus ja vastuullisuus sisustus suunnittelijana ja esteettömyyskartoittajana. Molemmissa olen pohtinut vastuullisuus-asioita ympäristövastuun, sosiaalisen vastuun ja taloudellisen vastuun kannalta.

Mielestäni yrityksen vastuullisuus näkyy siinä,

miten yritykseni hoitaa oman vastuullisuutensa. Olen esimerkiksi valinnut todella tarkkaan tuotteet jälleen-myyntiin. Joillakin tavarantoimittajilla vastuullisuus on koko toiminnan lähtökohtana. Tai sitten tavarantoimittajat ovat suomalaisia perheyhtiöitä, joilla on vastuulliseksi ymmärtämäni arvot ja laadukkaat, hintalaatusuhteeltaan hyvät tuotteet. Luotan, että he ovat tarkistaneet koko hankintaketjun eettiset periaatteet, työolot ja ihmisoikeuskysymykset.

Kierrätän kaiken mahdollisen yrityksessäni, olen vaihtanut heti tänne tultuani kaikkiin valaisimiin ledit, en hanki toimistoon turhia tuotteita, hoidan hyvin mahdolliset takuuasiat ja reklamaatiot (joita ei onneksi ole kyllä montaa ollut), yrityksellä on luotettavat yhteistyökumppanit. Tärkeää on, että

esimerkiksi minun suosittamat työntekijät hoitavat työnsä sovitusti ja vastaavat työnsä laadusta.

Hoidan yrityksen talousasiat pykälien mukaan, vakuutukset ovat kunnossa ja huolehdin yritykseni tietoturva-asioista koskien niin varmuuskopiointeja kuin asiakkaiden tietojen suojausta. Ja huolehdin työturvallisuusasioista esimerkiksi ommellessani, silittäessäni tai kiipeillessäni.

Suosittelen vastuullisia tuotteita ja elinkaariajattelua. Kannustan sisustussuunnittelussa siihen, että jo olemassa olevia käyttökelpoisia, asiakkaalle mieleisiä tuotteita ei laiteta pois, vaan käytetään niitä myös uudessa suunnitelmassa. Koen sisustussuunnittelun vastuulliseksi myös siinä mielessä, että asiakkaan tulee saada suunnitelma, jolla hän saa toivomustensa mukaisen tilan, jossa voi tehdä toivomiaan asioita ja jossa on hyvä olla. Suosittelen uusien kotien rakentajille ja remontoijille myös esteettömyyteen liittyvien asioiden miettimistä. Toimitiloissa esteettömyys taas on todella oleellinen asia, koska onhan tilojen tarkoitus palvella kaikkia. Korostan sitä, että **asiakas päättää**, kuinka vastuullisesti

hän haluaa, että sisustetaan.

Mielestäni Unelmaneliöillä on vastuullisuusasiat aika hyvässä mallissa. Toki parannettavaa löytyy vielä paljonkin. Esimerkiksi

- Teen lähes kaiken mahdollisen digitaalisesti, mutta silti tulostan myös paperille.
- Pakkaan melko vähän, mutta voisin miettiä pakkaustarvikkeiden ekologisuutta
- Tuotteet tulevat tavarantoimittajien valitsemilla kuljetuksilla. En ole tarkastellut, miten tulevat enkä ole miettinyt esim. ympäristökuormituksia siinä, miten itse toimitan tuotteita.
- Voisin vieläkin tarkemmin tutustua tavarantoimittajien vastuullisuusraportteihin ja erilaisten vastuullisuuteen kuuluvien merkkien perusteisiin.

Vastuullisuusustyö on jatkuvaa ja muuttuvaa ja aion jatkossa palata vastuullisuussuunnitelmaani vähintään joka syksy. Ehkä tämä kestävän kehityksen viikko voisi olla jatkosakin sellainen.

UNELMANELIÖIDEN ARVOT

LUOTETTAVA,
AMMATTITAITOINEN PALVELU

LAADUKKAAT, HINTA-
LAATUSUHTEELTAAN HYVÄT
TUOTTEET

RAKENNETUN YMPÄRISTÖN
ESTEETTÖMYYS

ELINKAARIAJATELLO

SUOMALAINEN TYÖ

9

LINKKIVINKIT

Vastuullisuustyökalu

<https://projektit.seamk.fi/yrittajyys-ja-kasvu/pienet-vastuulliset-yriykset-vastuullista-kasvua/vastuullisuustyokalu/>

Vastuullisuussuunnitelma

https://vastuullisuusvalmennus.fi/wp-content/uploads/2023/08/Viva_vastuullisuudesta-kilpailuetua-opas_digi-ua-1.pdf

Hankkeen podcastit

<https://sites.utu.fi/hybridi/podcast>

Suomen Yrittäjien uutisia vastuullisuudesta

[Yrittäjiltä vahva tuki vastuullisuusajattelulle – ”Vastuullisuus on bisnesälyä”](#)

[Kaikki vastuullisuudesta yrittäjälle](#)

[Näillä 10 vinkillä teet yrityksestäsi vastuullisemman ja viestit siitä](#)

MIKROYRITTÄJÄN VASTUULLISUUSKÄSIKIRJA - OPAS VASTUULLISEEN YRITYSTOIMINTAAN



Opas on tuotettu osana Mikroyrittäjien yritys vastuullisuuden vahvistaminen vertaisverkoston kautta – HYBRIDI -hanketta, joka on tukenut satakuntalaisia mikroyrittäjiä vastuullisen liiketoiminnan rakentamisessa.

Euroopan sosiaalirahasto (ESR) on rahoittanut hanketta Keski-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen kautta.

HYBRIDI-tiimi

HYBRIDI-hankkeen päätoteuttajana Turun yliopiston kauppakorkeakoulun Porin yksikkö (TSE Pori). Osatoteuttajana Oulun yliopiston Kerttu Saalasti Instituutin mikroyrittäjyyden tutkimusryhmä MicroENTRE.

Tekijät

Susanna Virkki

Satu Tähtinen

Jyrki Nieminen

Turun yliopiston kauppakorkeakoulun Porin yksikkö
<https://www.utu.fi/fi/yliopisto/turun-kauppakorkeakoulu/porin-yksikko>

Oulun yliopiston Kerttu Saalasti Instituutin mikroyrittäjyyden tutkimusryhmä MicroENTRE
<https://www oulu.fi/fi/tutkimusryhmat/mikroyrittajjys-keskus-microentrer>

