

Eteläpohjalaisten Pk-yritysten vastuullisuusstrategian laadintaa

27.12.2023

Osana Euroopan unionin osarahoittamaa ”Tiekartta pk-yritysten kestävän strategisen liiketoiminnan rakentamiseksi” -hanketta toteutettiin syksyllä eteläpohjalaisille pk-yrityksille suunnattu viiden kerran työpajasarja Etelä-Pohjanmaan pk-yrityksille. Työpajasarjan tarkoituksena oli tarjota yrityksille tietoa ja konkreettisia työkaluja oman vastuullisuusstrategian laatimiseen. Työpajoihin osallistui aktiivisesti yli kymmenen alueen pk-yritystä. Tässä kirjoituksessa nostetaan esiin muutamia keskeisimpiä näkökohtia vastuullisuusstrategian laatimisessa ja toteuttamisessa nimenomaisesti pienten yritysten kontekstissa.

Olennaisiin asioihin keskittyminen

Strategisen vastuullisuustyön haasteet liittyvät erityisesti siihen, miten yrityksissä voidaan toteuttaa vastuullisuutta määrätietoisesti ja osataan asettaa yritykselle merkitykselliset tavoitteet. Vastuullisuustyössä yksi keskeisimpiä periaatteita on olennaisuus ja sen määrittely yrityksen näkökulmasta: yrityksen on tunnistettava ne vastuullisuusteemat, jotka ovat keskeisiä yrityksen toiminnan näkökulmasta ja tärkeitä yrityksen sidosryhmille. Olennaisuuksien määrittelyssä työkaluna toimii olennaisuusanalyysi, joka auttaa yritystä selkiyttämään vastuullisuustyötä, tunnistamaan sen tärkeimpiä painopisteitä ja priorisoimaan tehtäviä vastuullisuustoimenpiteitä. Tällainen lähestymistapa auttaa yritystä vastaamaan tehokkaammin asiakkaiden, sidosryhmien ja yhteiskunnan odotuksiin vastuullisuuden suhteen. Samalla se lisää läpinäkyvyyttä ja avoimuutta yrityksen toteuttamista vastuullisuustoimenpiteistä, huomioi laaja-alaisesti vastuullisuuden näkökulmat ja luo perustan vastuullisuustavoitteiden ja kehittämiskohteiden asettamiselle. Tämä menetelmä on myös hyödyllinen vastuullisuusraportoinnissa ja -viestinnässä, sillä se käytännössä määrittää ne teemat, joista viestitään, ja näin mahdollistaa olennaisten näkökulmien selkeän esille tuomisen sidosryhmille. Uuden

vuonna 2024 voimaan astuvan kestävyysraportointidirektiivin (CSRD) myötä yritysten on entistä laajemmin tarkasteltava toimintaansa kaksoisolennaisuuden näkökulmasta. Kaksoisolennaisuuden periaatteella tarkoitetaan sitä, että yrityksen tulee sekä tunnistaa ja arvioida oman toimintansa vaikutuksia yhteiskuntaan ja ympäristöön että niitä kestävyystekijöihin liittyviä riskejä ja mahdollisuuksia, jotka voivat vaikuttaa yrityksen liiketoimintaan. Nämä riskit voivat liittyä esimerkiksi lainsäädännön muutoksiin, ilmastonmuutokseen vaikutuksiin tai ihmisoikeuskysymyksiin. Tämä lähestymistapa korostaa vuorovaikutusta yrityksen ja sen toimintaympäristön välillä kestävyyden näkökulmasta katsottuna. Kaksoisolennaisuuden arvioiminen ei ole pienille yrityksille välttämätöntä, mutta myös niiden on tärkeää pohtia olennaisuuksia yhä laajemmin.

Tavoitteellisuus omaan vastuullisuustyöhön

Kun yritys on määritellyt oman vastuullisuustyön näkökulmasta olennaisimmat painopisteet, on tärkeää asettaa niille erilaisia tavoitteita. Tavoitteiden asettamisessa yritys voi hyödyntää erilaisia kansainvälisiä raameja, kuten Kestävän kehityksen tavoitteita (SDG:t) tai YK:n Global Compactin 10 tavoitetta.Yritys voi myös hyödyntää SWOT-analyysia kestävyysnäkökulmasta, eli pohtia: *Mitkä asiat ovat jo hyvällä tasolla? Mistä aiheutuu eniten negatiivisia vaikutuksia? Missä on eniten kehitettävää? Mitkä asiat luovat merkittävimpiä ESG-riskejä?* Yrityksen kannattaa myös tutustua oman toimialan sitoumuksiin, kuten hiilineutraalisuustavoitteisiin ja vastuullisuuslupauksiin. Tärkeää on, että yrityksen asettamat tavoitteet ovat tarkkoja, konkreettisia, mitattavia ja liittyvät aidosti ja olennaisesti yrityksen toimintaan.

Vastuullisuusstrategia arjessa

Vastuullisuuden ei tulisi olla erillään yrityksen muusta toiminnasta, vaan sen tulisi olla luonteva osa kaikkea toimintaa. Erityisesti pienet yritykset saattavat kuitenkin kohdata haasteita tarvittavan vastuullisuusosaamisen puuttumisen takia, minkä vuoksi onkin hyvä pohtia, mistä pk-yritykset voisivat löytää tarvittavaa vastuullisuusosaamista. Yksi mahdollisuus voisi olla ulkopuolisen vastuullisuusasiantuntijan ottaminen mukaan hallitukseen, minkä kautta yrityksen vastuullisuusosaamista voitaisiin laajentaa. Toinen mahdollisuus piilee oman henkilöstön osaamisen kehittämisessä. Jotta yritys voi aidosti toteuttaa vastuullisuusohjelmaa ja kehittyä vastuullisuustyössä, on henkilöstön mukaan ottaminen ratkaisevassa roolissa. Henkilöstön kouluttaminen on yksi keino, mikä voi sekä lisätä henkilöstön motivaatiota että parantaa valmiuksia vastuullisuustyön toteuttamiseen. Näin vastuullisuuden kehittäminen saadaan myös osaksi koko yrityskulttuuria.

Viesti avoimesti

Tehokkaan ja rehellisen vastuullisuusviestinnän toteuttaminen saattaa olla haasteellista erityisesti rajalliset resurssit omaavissa pienemmissä yrityksissä, joiden viestinnässä saattaa havaita toistuvan seuraavia ilmauksia: “olemme vastuullinen yritys”, “toimimme vastuullisesti” tai “valitsemme tuotteemme vastuullisesti”. Nämä ilmaisut voivat kuitenkin jäädä ontoiksi, mikäli niitä ei täsmennetä ja avata. Esimerkiksi käsitettä “vastuullinen hankinta” käytettäessä yrityksen tulisi selkeästi määritellä sen sisältö ja tarkentaa, noudattaako

yritys tarkkoja periaatteita ja toimintaohjeita (code-of-conduct) tavarantoimittajiensa ja alihankkijoidensa suhteen. Suuret yritykset taas voivat investoida mittavasti erilaisiin markkinointitoimistojen suunnittelemiin vastuullisuuskampanjoihin, jolloin vaarana piilee, että taidokkaan ja näyttävän markkinoinnin alle häivytetään liiketoimintaa, joka ei ole aidosti kestävällä pohjalla. Tämäntyyppistä harhaanjohtavaa mainontaa aletaan kuitenkin entistä enemmän sääntelemään, kun EU:n Greenwash-direktiivi astuu voimaan muutaman vuoden kuluttua. Direktiivin myötä yritysten tulee noudattaa tiettyjä minimikriteereitä tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutusten arvioinnissa ja viestimisessä, ja väittämien on perustuttava tieteelliseen näyttöön. Pienemmälle yritykselle olennaisinta on kertoa avoimesti ja läpinäkyvästi omasta toiminnasta ja vastuullisuustyöstä. Lisäksi yrityksen tulisi kerätä tietoa, jonka avulla se voi konkreettisesti osoittaa tehdyt toimenpiteet sekä niiden vastuullisuusvaikutukset. Yrityksen kannattaa myös olla avoin ja rohkea niiden asioiden suhteen, joiden kanssa erityisesti kamppaillaan tai joissa ei olla edistytty odotetusti. Kehityskohteita jokaisesta yrityksestä varmasti löytyy, sillä vastuullisuustyössä olennaista on jatkuva kehittäminen – valmista ei tule koskaan.

Vastuullisuusraportointi – vapaaehtoisuudesta sääntelyyn

Vuonna 2024 voimaan astuu kestävyysraportointiin velvoittava direktiivi CSRD, jonka myötä yhä useampi yritys on velvoitettu raportoimaan liiketoimintansa oleellista kestävyysvaikutuksista. Alkuvaiheessa direktiivin velvoitteet tulevat koskemaan vain suurempia yrityksiä ja laajenevat vaiheittain kohti pk-yrityksiä. Vaikka suoranaisia velvoitteita ei toistaiseksi pk-yrityksiin kohdistukaan, saattavat esimerkiksi rahoittajat ja päämiehet odottaa myös pk-yrityksiltä yhä systemaattisempaa ja kattavampaa raportointia liiketoiminnan kestävyysasioista. Koska todennettavan tiedon tarve kestävyysasioihin liittyen tulee oletettavasti vain kasvamaan tulevaisuudessa, on jokaisen yrityksen koosta riippumatta järkevää tutustua kyseiseen direktiiviin ja sitä tarkentavaan standardiin (ESRS). Myös systemaattinen datan kerääminen on hyvä aloittaa, jotta omista vastuullisuustoimista voidaan kertoa riittävän tarkasti ja luotettavasti. Raportointivelvoitteiden lisääntyminen on jokaisen yrityksen syytä tiedostaa, mutta tärkeintä kuitenkin on itse vastuullisuustyö ja siinä edistyminen.

Olennainen ja kokonaisvaltainen ote vastuullisuuteen

Mitä siis pk-yrityksen tulisi tällä hetkellä huomioida omaa vastuullisuusstrategiaa ja -ohjelmaa laatiessa? Ykkössana on olennaisuudet – jokaisen yrityksen täytyy olla alkuun selvittää oman liiketoimintansa näkökulmasta olennaisimmat asiat, joita myös sidosryhmät pitävät tärkeinä. Toiseksi on tärkeää muistaa, että vastuullisuustyön tulee olla osa kaikkea yrityksen toimintaa, ja siihen tulee osallistaa koko henkilöstö sekä muut keskeiset sidosryhmät. Jotta tekeminen olisi aidosti tavoitteellista, on asetettava erityisesti olennaisimpiin asioihin liittyen tavoitteita, ja asetetuille tavoitteille sopivat mittarit. Ja koska vasta viestintä todentaa yrityksen vastuullisuustyön, on myös siihen panostaminen välttämätöntä.

Artikkeli on kirjoitettu osana Tiekartta pk-yritysten kestävän strategisen liiketoiminnan rakentamiseksi -hanketta. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama. Hanke toteutetaan yhteistyössä Vaasan yliopiston kanssa.

Emilia Kangas, KTT, Yliopettaja, Projektipäällikkö, SeAMK

Laura Könönen, KTM, Asiantuntija TKI, SeAMK

Paula Linna, KTT, Tutkijatohtori, Vaasan yliopisto