

VASTUULLISUUDEN TYÖKIRJA YRITTÄJÄLLE

OSA I: ALKUUN VASTUULLISUUSTYÖSSÄ

Tämä työkirja on osa
Yrittäjä, menesty yritysvastuulla -hankkeen toimenpiteitä.
Hanketta toteuttaa Suomen Yrittäjäopisto
ja rahoittaa EU:n maaseuturahasto.
Tämän työkirjan on tuottanut Bonfide Oy.



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

MIKSI YRITYKSESI ON PERUSTETTU JA MIKSI SE ON OLEMASSA TÄNÄÄN?

Vastuullisuudessa on hyvä lähteä liikkeelle historiasta ja yrityksen perimmäisestä tarkoituksesta, tarkemmin sanottuna siitä, miksi yritys on olemassa. Helppo vastaus kysymykseen olisi pyrkimys tehdä mahdollisimman paljon massia! Mutta nyt emme hae sitä.

Yrityksellä on alkumetreillä ollut liiketoimintaidea, jolla pyritään ratkaisemaan jokin ongelma. Miksi siis yrityksesi on aikanaan perustettu? Onko tämä tarkoitus matkan varrella muuttunut? Mitä yritys tekee tänään ja millaisia vaikutuksia sillä on ympäristöön, ihmisiin ja yhteiskuntaan?

Lisäksi yrityksellä on arvoja ja toimintaperiaatteita, jotka ovat sille tärkeitä. Joissain tilanteissa arvot ja toimintatavat on kirjattuja ja löytyvät esimerkiksi yrityksen verkkosivuilta. Yleisempää on kuitenkin se, että arvoja ei ole mihinkään listattu. Yritystoiminnassa kuitenkin ajan mittaan muodostuu ”kirjoittamattomia” arvoja ja pelisääntöjä, jonka mukaan toimitaan. Millaisia arvoja, pelisääntöjä ja toimintaperiaatteita yrityksellä on? Miksi ne ovat yritykselle tärkeitä?

Vastaa kysymyksiin:

Miksi yritys on perustettu?

Mitä yritys tekee? Millaisia vaikutuksia sen toiminnalla on ympäristöön, ihmisiin ja yhteiskuntaan? Ketkä ovat yrityksen asiakkaita?

Mitkä ovat yrityksen arvot ja toimintaperiaatteet?

MIKÄ ON SINUN, YRITYKSESI JA ASIAKKAIDEN SUHTAUTUMINEN VASTUULLISUUTEEN?

Vastuullisuustyön onnistuminen on kiinni siitä, että omistajayrittäjä ja yrityksen johto ymmärtää vastuullisuuden hyödyt niin liiketaloudellisesti kuin laajemminkin ajateltuna. Jotta yritys keskittyy vastuullisuudessa oikeisiin ja olennaisiin asioihin, tarkoittaa se asiasta keskustelemista niin henkilöstön kuin asiakkaidenkin kanssa.

Yrityksen johdon (eli yritysmuodosta riippuen hallitus, toimitusjohtaja ja/tai johtoryhmä) kannattaa käydä yhteinen keskustelu siitä, miten ylipäänsä vastuullisuus ymmärretään ja miten siihen suhtaudutaan. Toiselle vastuullisuus voi olla pelkkiä ympäristötekoja ja toinen käsittää sen hyväntekeväisyydeksi. Yrityksen johdolla tulisi olla yhtenäinen käsitys siitä, mitä vastuullisuus tarkoittaa.

Henkilöstön kanssa vastuullisuudesta voidaan keskustella esimerkiksi kuukausi- tai viikkopalaverissa. Voi olla, että koko vastuullisuus on vieras asia tai sitten joukosta löytyy vastuullisia kuluttajia, jotka ovat hyvin perillä eri vastuullisuuden aiheista. Henkilöstön osaamista ja innostusta vastuullisuusasioissa ei kannata jättää hyödyntämättä!

Asiakkaiden näkemys vastuullisuuteen on erittäin tärkeä. Asiakkailta voidaan kysyä kysymykset myyntitilanteen yhteydessä tai esimerkiksi verkkokyselyllä. Kokemus on osoittanut, että asiakkaiden mielipiteiden kysyminen lisää asiakkaan sitoutumista yritykseen!

Vastaa kysymyksiin:

Mitä vastuullisuus tarkoittaa sinulle omistajayrittäjänä? Miten suhtaudut vastuullisuuteen?

Mitä vastuullisuus tarkoittaa yrityksen johdolle? Miten johto suhtautuu vastuullisuuteen?

Mitä vastuullisuus tarkoittaa yrityksen henkilöstölle? Miten henkilöstö suhtautuu vastuullisuuteen?

Mitä vastuullisuus tarkoittaa yrityksen asiakkaille? Miten asiakkaat suhtautuvat vastuullisuuteen?

MITKÄ OVAT YRITYKSEN MENESTYSTEKIJÄT? MIHIN YRITYS ON MENOSSA?

Tässä osiossa lähdimme liikkeelle siitä, miksi yritys on alun perin perustettu. Yhtä tärkeää on miettiä, mihin yritys on menossa. Onko tavoitteena yrityksen kasvu, yrityksen myynti tai esimerkiksi laajentuminen kansainvälisesti? Tavoitteet on hyvä kirjata ylös huomioiden sekä lyhyen että pitkän tähtäimen tavoitteet.

Yrityksellä on menestystekijöitä ja vahvuuksia, joiden avulla se porskuttaa vuodesta toiseen. Mitkä ovat nämä menestyksen elementit, joita ilman yritys ei pärjäisi? Miten yritys varmistaa, että menestystekijöitä ei hukata tulevaisuudessa?

Yrityksen toimintaympäristö on jatkuvassa murroksessa ja kaikkiin ulkoa tuleviin muutoksiin yritys ei voi vaikuttaa. Miltä yrityksen toimintaympäristö näyttää? Onko näköpiirissä ulkoisia uhkia, joihin yrityksen tulisi varautua? Entä mahdollisuudet? Millaisia mahdollisuuksia yrityksen toimintaympäristössä on?

Vastaa kysymyksiin:

Mitkä ovat yrityksen keskeiset menestystekijät ja vahvuudet?

Mitkä ovat yrityksen tavoitteet lyhyellä tähtämellä (1-3v)? Entä pitkällä tähtämellä (3-5v)?

Millaisia uhkia tai mahdollisuuksia yrityksen toimintaympäristössä on?

KETKÄ OVAT YRITYKSEN TÄRKEIMMÄT SIDOSRYHMÄT?

Yritysvastuussa korostuu toiminnan vaikutus yrityksen sidosryhmiin. Tärkeimmät sidosryhmät kannattaa ottaa mukaan vastuullisuuden kehittämiseen ja kuunnella, millaisia toiveita näillä on yrityksen vastuullisuudelle. Yrityksen kannattaa satsata niihin vastuullisuusaiheisiin, jotka ovat sen keskeisille sidosryhmille tärkeitä.

Jokaisella yrityksellä on monia erilaisia sidosryhmiä, kuten omistajat, työntekijät, yhteistyökumppanit, rahoittajat, sijoittajat, viranomaiset, media, kansalaisjärjestöt tai vaikkapa oppilaitokset. Mitkä ovat teidän yrityksen keskeisimmät sidosryhmät?

Sidosryhmien odotukset vastuullisuudelle saa selville kysymällä. Sidosryhmien kanssa voidaan käydä keskustelua normaalin kanssakäymisen yhteydessä tai yritys voi järjestää tilaisuuden, jossa vastuullisuudesta puhutaan. Tämä voi olla vaikkapa asiakasillan yhteydessä. Sidosryhmien mielipiteitä voi kysyä myös verkkokyselyn tai haastattelujen avulla.

Mitkä ovat yrityksen tärkeimmät sidosryhmät? Ruksi kolme tärkeintä.

Työntekijät

Omistajat

Rahoittajat

Asiakkaat

Yhteistyökumppanit

Alihankkijat ja tavarantoimittajat

Media

Oppilaitokset ja opiskelijat

Poliittiset päättäjät

Viranomaiset

Kansalaisjärjestöt

Lähialueen asukkaat

Joku muu, mikä?

**HIENOA, OLET NYT
OTTANUT ENSIASKELEET!**