

Vastuullisuus mikroyrittäjän näkökulmasta – Mikä kiinnostaa, mikä epäilyttää, miten vastuullisuutta toteutetaan käytännössä?

Anna-Mari Simunaniemi

tutkimusjohtaja, FT, TtM

Oulun yliopiston Kerttu Saalasti Instituutin
Mikroyrittäjyyskeskus MicroENTRE

Etähanketreffit: Vastuullisuus elintarvikealalla 20.3.2023



Vastuullisuus voi käynnistyä erilaisista tarpeista



Riskienhallintastrategia



Kustannustehokkuusstrategia



Erottautumisstrategia

*Demos Helsinki & Sitra. (2013). Strateginen vastuullisuus – 20
esimerkkiä keskisuurista yrityksistä.*



Onko yritys vastuullisuus tällaista?

Ideologista hömpötystä?



Isojen yritysten markkinointikikka?



MAAILMAN
VASTUULLISIN
RUOKAKAUPPA



Lisävelvoite ja kuluerä?



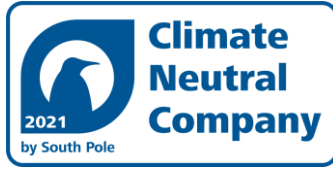
Falskia viherpesua?

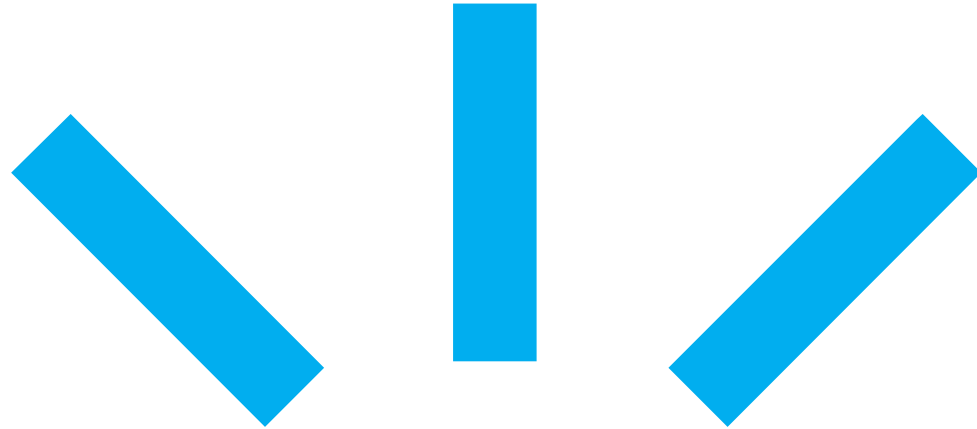


KUVA: <https://www.idegroup.fi/viherpesu>



**Vasta vastuullisuudesta
viestiminen erottuvasti mutta
todenmukaisesti ja asiakkaalle
merkittävästi kääntää toiminnan
kilpailueduksi**





Havaintoja mikroyrittäjien valmennushankkeista ja tutkimuksesta

ViVa – Vihreä vastuullisuus

HYBRIDI - Mikroyrittäjien yritys vastuullisuuden vahvistaminen vertaisverkoston kautta

MERVA – Mereltä vaaroille



Yrittäjillä heikko käsitteen tuntemus – vaikka asia olisikin käytännössä tuttu

- ViVa-hankevalmennuksen alkukyselyssä itsearviot kriittisiä tai puutteellisia: olemassa olevaa hyvää ei tunnisteta
- yrityksen arvoja ei ole sanoitettu
- konsultoivissa haastatteluissa tunnistettiin vastuullisia käytäntöjä ja toiminnan perusarvoja, joita ei hyödynnetä yrityksen viestinnässä
- **vastuullisuuden viestintä epäsuunnitelmallista**
- yrittäjät tarvitsevat asiantuntijoiden apua tunnistaakseen ne asiat, joihin juuri heidän yrityksessään kannattaisi keskittyä



Miten mikroyrittäjät ymmärtävät vastuullisuuden?

Tarkastelu vastuullisen johtamisen (*responsible leadership*) kautta (mm. Pless & Maak, 2011)

Arvot perustana sekä määritelmälle että tekemiselle

Yrittäjien arvopohjat yksilöllisiä eli painotukset erilaisia

”halu tehdä hyvää pitkällä aikavälillä”

Sekä yrityksen sisäiseen toimintaan että ulospäin lähiyhteisöön, asiakkaisiin ja arvoketjuihin liittyviä määritelmiä

- työntekijät, asiakkaat, verkostot, tuotantoketjun toimijat

Tavoitteena myös taloudellisesti kestävä liiketoiminta

Simunaniemi, A., Valkjärvi, M., Franzen, R., Liikala, S., Tähtinen, J., Suomi, K., & Jeminen, J. (Painossa.)
Microentrepreneurs as socially responsible leaders. *South Asian Journal of Business and Management Cases.*



Sosiaalinen vastuullisuus: Mikroyrittäjien oma määrittely

Filosofinen taso	Omien arvojen mukainen toiminta		Holistinen näkemys vastuullisuudesta koko arvoketjussa	
Käytännön taso	Asiakaskeskeisyys	Henkilöstön tasapuolinen kohtelu ja avoin viestintä	Yhteisöllinen ja verkostomainen aktiivisuus	Lähituotteiden ja kotimaisten toimittajien suosiminen hankintaketjuissa
	Hyvä vuorovaikutus asiakkaiden kanssa ja palautteisiin reagointi. Esteettömyys toimitiloissa.	Henkilöstön ja asiakkaiden syrjimätön kohtaaminen. Avoin viestintä työyhteisössä. Tasapuoliset palkkakriteerit. Työturvallisuus. TES-mukainen palkkaus. Monikulttuurisuus osana työyhteisöä. Yrittäjän ja henkilöstön osaamisen kehittäminen. Hyvä työhön perehdytys.	Osallistuminen lähiyhteisöön ja yritysverkostoihin. Paikallisyhteisön elinvoimaisuuden edistäminen. Paikallisen kulttuuriperinnön ja vanhojen rakennusten ylläpito. Harjoittelijoita ammattikoulusta. Maahanmuuttajien työllistäminen / tukeminen kielen oppimisessa ja integroitumisessa.	Lähituotteiden ja kotimaisten tuottajien suosiminen. Yhteiset markkinointikampanjat paikallisten yrittäjien kanssa. Vastuullisten arvojen ja käytänteiden huomioiminen koko tuotantoketjussa.

Mukailtu: Simunaniemi, A., Valkjärvi, M., Franzen, R., Liikala, S., Tähtinen, J., Suomi, K., & Jeminen, J. (Painossa.)
Microentrepreneurs as socially responsible leaders. *South Asian Journal of Business and Management Cases.*



Mikä vastuullisuuspuheessa hiertää?

Havaintojen jatkokäsittely:

Kirjoitusvaiheessa oleva artikkeli: Jaana Tähtinen, Anna-Mari Simunaniemi & Riikka Franzen; Työelämän tutkimuspäivien 2022 esitys: Sari Liikala & Riikka Franzen

Yrittäjien haastatteluista poimittua:

- Vastuullisuus-termi sisällöltään epäselvä, varsinkin sosiaalinen vastuullisuus
- Epäaitouden pelko (leimautuminen ”viherpesijäksi”)
- Osalle vastuullisuus niin normaalia toimintaa, ettei sen viestinnällinen korostaminen tunnu tarpeelliselle
- Epävarmaa, voiko vastuullisuusviestinnällä erottautua
- Asiakkaiden ostopäätöksissä painaa lopulta hinta (vastuullisuustoimet koetaan kannattavuutta heikentävinä)
- Onko vastuullisuus vain ”muotiarvo”, josta puhuttava ollakseen ajassa mukana?



Tasapainoilu vastuullisuuden eri osa-alueiden välillä

Muovipakkaus voi olla edullinen ja kestävä (=vähemmän hävikkiä), toisaalta asiakkaalle epäekologinen mielikuva ja perustuu fossiilisiin raaka-aineisiin

Jokin raaka-aine (esim. paistoöljy) saatavilla lähituotteena vain isossa pakkauksessa; pientuottaja joutuu tilaamaan pienemmät pakkaukset kauempaa / ulkomailta



Lähituotteilla lyhyempi kuljetusmatka ja tukee paikallista toimintaa; vastaavasti kulut saattavat nousta ja saatavuus epävarmaa

oma brändinrakennus vs. asiakkaiden todellinen ostovoima



Mikroyritysten vastuullisuuden ”arkkityypit”*

Nämä kunnossa

- + Energiankulutuksen (vesi, sähkö) seuranta, energiansäästö, uusiutuvan energian käyttö
- + Tasa-arvoinen kohtelu
- + Asiakaspalautteet ja asiakasyhteistyö
- + TES mukaiset palkat
- + Työturvallisuus kunnossa
- + Työntekijöiden perehdytys
- + Verot ja velvoitteet hoidetaan

Näissä kehitettävää

- Hukkalämmön hyödyntäminen
- Hiilijalanjäljen laskeminen
- Vastuullisuuden seurantajärjestelmä puuttuu
- Kestävä kehitys investoinneissa
- Ilmastonäkökulma päätöksissä
- Kulurakenne suhteessa asiakaskuntaan
- (Työterveyshuollon järjestäminen)
- (Paikallisen kulttuuriperinnön edistäminen)



**Ei enää se että yritys on
vastuullinen vaan millä
tavalla vastuullinen –
Vastuullisuudesta on
tullut normi!**



Environmental, Social and Governance –raportointi (ESG)

- Isojen yritysten raportointivelvoite johtaa tosiasiasa kasvaviin raportointivaatimukseen myös mikro- ja pk-yrityksille
- Julkiset hankinnat
- Alihankkijana isoille yrityksille (B2B)
- Asiakkaiden arvot ja odotukset (B2C)
- Vastuullisuustoimien vaikutus rahoituksen saamiseen (EU:n taksonomia-asetus)
- Myös työnantajabrändiin myönteinen vaikutus



Pienten yritysten vastuullisuuden raportointi vapaaehtoisista

- tapa ja mahdollisuus kertoa omasta vastuullisuudesta: kuluttaja- ja yritysasiakkaat, rahoittajat, kumppanit ja valtio
- antaa uskottavan kuvan vastuullisuuden merkityksestä omassa liiketoiminnassa
- auttaa kehittämään omaa toimintaa ennakoivasti ja oman viiteryhmän edelläkävijänä
- muoto vapaa; standardit ja sertifikaatit lisäävät läpinäkyvyyttä



Merkityksellisyys & erottautuminen



*Muokattu teoksesta Haapala & Aavameri. (2007).
Omatuntotalous. Talentum.*



Vastuullisuudella kilpailuetua. Mikrokurssi

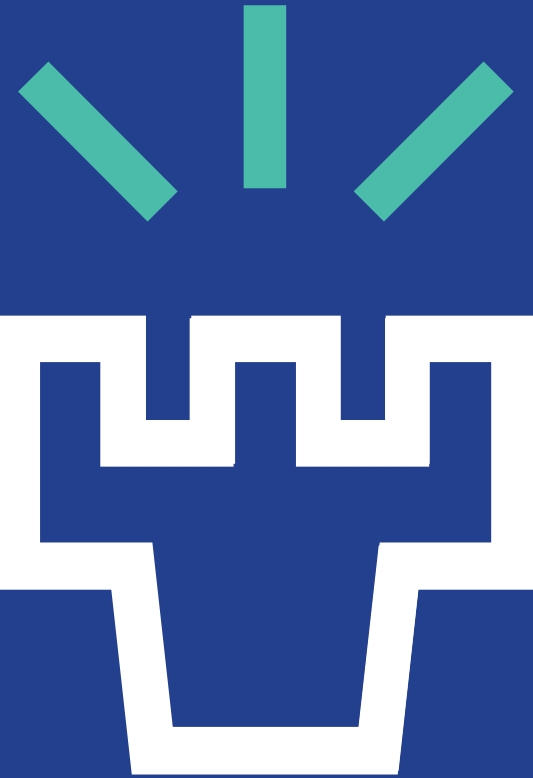
- Saat hyvät perustiedot yritysvastuullisuudesta sekä konkreettisen perusmallin oman yrityksesi vastuullisuuden tunnistamiseen ja viestintään
- Ajasta ja paikasta riippumaton verkkokurssi; suorittaminen omaan tahtiin. Varaa perehtymiseen noin 2 h ja oman vastuullisuussuunnitelman laatimiseen vähintään 1 pv
- 129€ + alv 24%
- <https://joy.oulu.fi/fi/koulutushaku/vastuullisuudella-kilpailuetua>



Vastuullisuudella tulosta. 5op, avoin yliopisto



- Antaa yleiskuvan yritysvastuullisuuden osa-alueista sekä niiden yhteydestä yrityksen arvoihin. Myös yrityksen vastuullisuuden ja osaamistarpeiden ennakointi sekä vastuullisuuden viestintä osana kilpailukykyistä yritysbrändiä.
- Ajasta ja paikasta riippumaton verkkokurssi
- Osa mikroyrittäjyyden opintokokonaisuutta (25-30op); voi suorittaa myös erilliskurssina
- 75 €
- <https://joy oulu.fi/fi/koulutushaku/vastuullisuudella-tulosta-avoin-yo>



**OULUN
YLIOPISTO**