

## **Yrityksen sosiaalinen vastuu**

Sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan niitä vaikutuksia, joita yrityksen toiminnalla on eri ihmisryhmille ja yhteisöille. Työlainsäädäntö sekä tasa-arvo- ja yhdenvertaisuuslait määrittelevät sosiaalisen vastuun lähtötason. Työterveyteen ja -turvallisuuteen liittyvät asiat ovat siis lakisääteisiä, mutta henkilöstön osaamisesta ja tasavertaisesta kohtelusta huolehtimiseen ei löydy selkeitä mittareita. Sosiaalinen vastuu on yritys vastuullisuuden osa-alueista se, jota on kaikkein vaikein määrittellä ja myös mitata.

### **Sosiaalinen vastuu on välittämistä**

Jos sosiaalisen vastuun haluaisi kiteyttää yhteen sanaan se olisi välittämistä. Välittämistä henkilöstöstä, asiakkaista, yrityksen sidosryhmistä ja ympäröivästä yhteiskunnasta. Aika laaja alue siis. Sosiaalinen vastuu liittyy myös laadukkaisiin tuotteisiin, hyvään asiakaspalveluun, työpaikkojen luomiseen ja verotulojen kasvattamiseen. Tällä luodaan paljon hyvää yrityksen toiminta-alueelle. Yritys tuo toiminnallaan välillisesti paljon uusia mahdollisuuksia alueen ihmisille ja toisille yrityksille. Yritykset luovat siis ympärilleen paljon hyvää, jota ei heti ole helppoa huomata, mutta jonka poissaolon vaikutukset tuntuvat.

### **Vastuu on välittämistä työntekijöistä**

Kun yritys lähtee rakentamaan omaa sosiaalista vastuutaan kannattaa sitä ensimmäiseksi miettiä oman henkilöstön kautta. Yrityksen tärkein resurssi ja voimavara on työhönsä tyytyväinen, sitoutunut ja osaamistaan aktiivisesti kehittävä henkilökunta yrittäjä itse mukaan lukien. Vastuutaan kantava henkilöstö on sisäistänyt yrityksen arvot ja sitoutunut yrityksen toimintatapoihin. Tämän ei ole tarkoitus tapahtua itsestään ja vain työntekijän itsensä toimesta. Vastuullinen johtajan tehtävä on huolehtia siitä, että toimenpiteet toteutuvat koko ajan läpi koko yrityksen ja jokaisen työntekijän kohdalla. Sosiaalisesta vastuusta huolehtiminen vaatii jatkuvaa aktiivista tekemistä. Valmista ei tule koskaan, mutta tekemällä tilanne paranee koko ajan. Tällä tavoin rakennetaan hyvää työnantajamielikuvaa ja varmistetaan henkilöstön saanti myös jatkossa.

### **Vastuu on viestimistä tekemisestä**

Jokaisella yrityksellä on brändi. Se on voitu luoda yritykselle tiedostaen ja asiaan panostaen. On syytä muistaa, että brändi on voinut syntyä tietämättä tai vahingossa ilman, että yritys on tehnyt tietoisia ponnisteluja asian eteen. Tällöin tilanne voi olla hankalampi. Brändi on saattanut syntyä tuotteiden tai palveluiden myynnistä, markkinoinnin toimenpiteistä tai vaikka reklamaatioiden hoitamisesta. Huhupuheetkin luovat voimakkaasti brändiä ja mielikuvaa yrityksestä, vaikka ne eivät aina totta olisikaan. Viestimällä yrityksen arvoista ja tavoitteista aktiivisesti ja totuudenmukaisesti asiakkaille ja ympäröivälle yhteiskunnalle, luodaan yrityksen brändiä ja mielikuvaa.

### **Sosiaalinen vastuu käytännössä**

Mitä sosiaalinen vastuu konkreettisesti ja käytännön tasolla yrityksissä on? Se on vähemmän työtaturmia, hyvää työilmapiiriä, perheen ja työn järkevää yhteensovittamista, laadukkaiden tuotteiden tai palveluiden tuottamista yrityksen asiakkaille. Sosiaalinen vastuu on myös yrityksen aktiivista osallistumista alueen yhteisön toimintaan, yleiseen keskusteluun osallistumista ja viestimistä yrityksen toiminnasta totuudenmukaisesti. Se on välittämistä ja hyvän kierrättämistä!

Vuokko Kraatari

Yritysneuvoja, Järvi-Pohjanmaan Yrityspalvelu Oy