

Työpohjat

SustainChange –hanketiimi

Mira Valkjärvi, Hanna Tölli, Linda Lindroos, Johanna Hallbäck, Janne Peltoniemi ja Katja Viiliäinen-Tyni

SUSTAINCHANGE

centria
ammattikorkeakoulu


**Kokkola
Karleby**

 Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020


Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Arvo 

VASTUULLISUUSARVOT

Yrityksen arvot

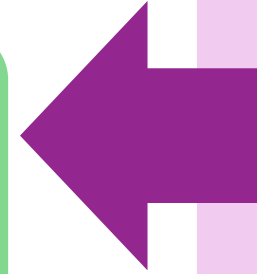
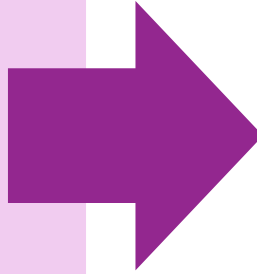
Taloudellinen

Ympäristö

Sosiaalinen

**Miten vastuullisuus näkyy
yrityksen arvoissa?**

**Voiko arvosta kehittyä
vastuullinen suunta?**



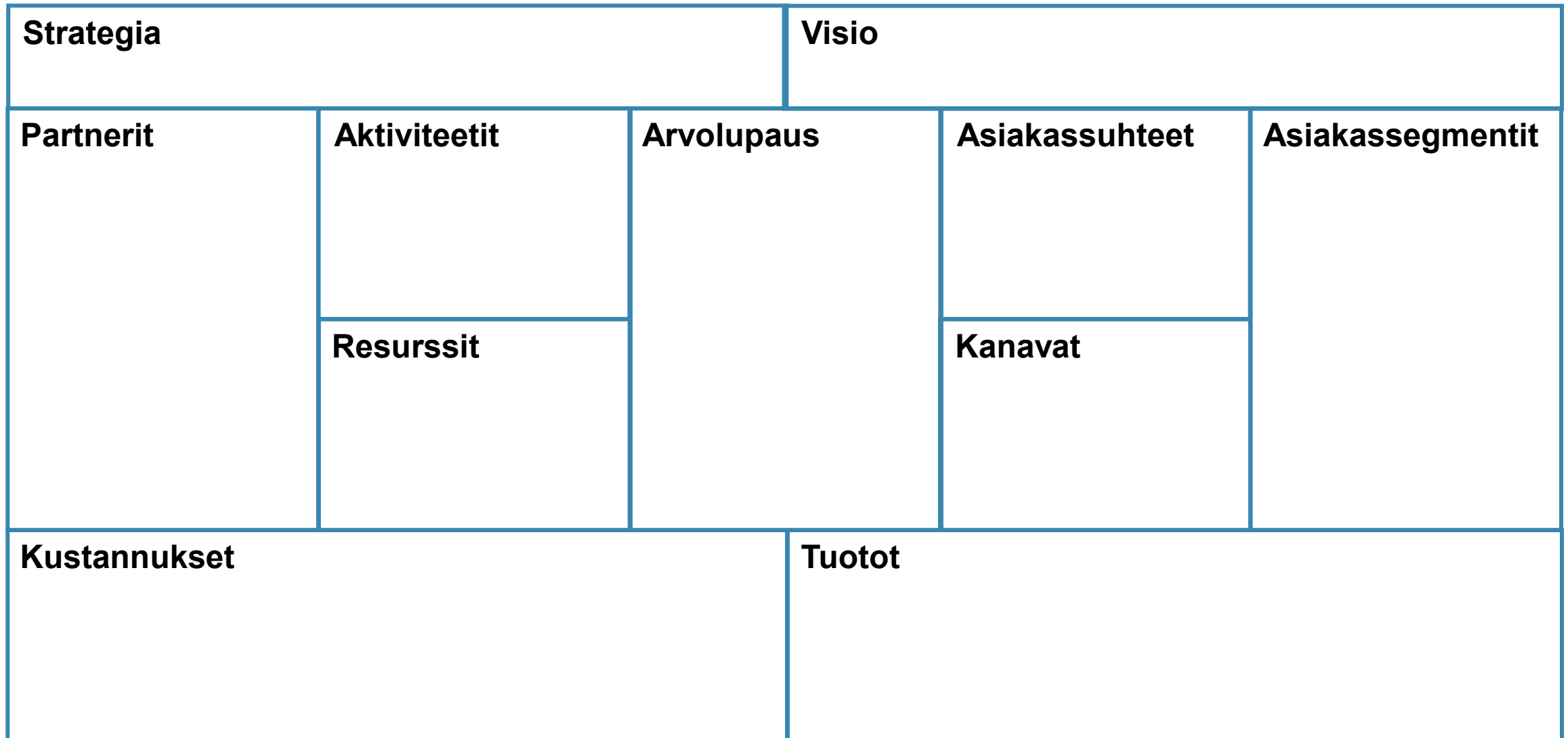
Taloudellinen vastuu



Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur. *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Vol. 1. John Wiley & Sons, 2010.

Suomentanut: Mira Valkjärvi

Taloudellinen vastuu



Menot

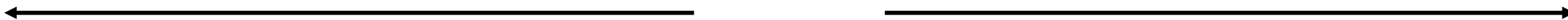
Osterwalder & Pigneur (2016)

Tulot

Taloudellinen vastuu



Strategia <i>Miten saavutamme vision yrityksen toiminnasta?</i>		Visio <i>Miltä toivomme yrityksen toiminnan näyttävän?</i>		
Partnerit <i>Ketä tarvitsemme jotta voimme toimia?</i> <i>Toimittajat, palveluiden tarjoajat ja muut organisaatiot</i>	Aktiviteetit <i>Mitä teemme jotta voimme toimia?</i> <i>Tuotanto, markkinointi jne.</i>	Arvolupaus <i>Mitä arvoa yritys tuottaa? Minkä asiakkaan ongelman yritys ratkaisee?</i> <i>Mikä on yrityksen alkuperäinen liikeidea?</i> <i>Mitkä ovat yrityksen arvot?</i>	Asiakassuhteet <i>Miten ylläpidämme asiakassuhteita?</i> <i>Esim. kanta-asiakkuus</i>	Asiakassegmentit <i>Kuka on asiakkaamme?</i> <i>Millaisia erilaisia ryhmiä asiakkaamme muodostavat?</i>
	Resurssit <i>Toimitilat</i> <i>Koneet ja kalusto</i> <i>Henkilöstö (tieto)</i> <i>Patentit, brändi</i>		Kanavat <i>Missä myymme ja viestimme itsestämme?</i>	
Kustannukset <i>Mihin kulutamme rahaa?</i> <i>Tuotanto ja raaka-aineet, markkinointi ja myynti, jakelu kanavat</i>		Tuotot <i>Mistä saamme rahaa? Mikä on tärkein rahan lähde? Onko meillä muitakin lähteitä?</i>		



Menot

Osterwalder & Pigneur (2016)

Tulot



Ympäristövastuu

Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of cleaner production*, 135, 1474-1486.

Suomentanut: Mira Valkjärvi

Ympäristövastuu



Tarvikkeet & Ulkoistus	Tuotanto	Ympäristö arvo	Elinkaaren loppu	Käyttöaika
	Materiaalit		Jakelu	
Negatiivinen ympäristövaikutus			Positiivinen ympäristövaikutus	

Ympäristövastuu



Tarvikkeet & Ulkoistus <i>Mitä tarvitsemme tuotantoon?</i> <i>Lämmitys, sähkö, vesi, laitteisto, palvelut</i>	Tuotanto <i>Mitä teemme?</i> <i>Mitä tiloja tarvitaan?</i>	Ympäristö arvo <i>Mitä arvoa yritys tuottaa?</i> <i>Mitä ympäristön kannalta hyvää yritys tekee?</i> <i>Mitä haluamme tehdä ympäristö vuoksi?</i>	Elinkaaren loppu <i>Mitä tuotteelle käy kun asiakas ei tarvitse sitä enää?</i> <i>Kierrätys, kierto</i>	Käyttöaika <i>Miten tuotettamme käytetään asiakkaan luona?</i> <i>Käytön vaatima sähkö, vesi, jne.</i> <i>Pestäänkö sitä?</i> <i>Luoko se jätettä?</i>
	Materiaalit <i>Mitä raaka-aineita tarvitsemme?</i>		Jakelu <i>Millä kuljetusmuotoja käytämme?</i> <i>Pakkausmateriaalit</i>	
Negatiivinen ympäristövaikutus <i>Mikä on meidän ympäristövaikutus, päästöjen määrä?</i> <i>Tuleeko toiminnastamme muita haitallisia aineita? Vaikuttaako toiminta maa-ainekseen ja veteen?</i>		Positiivinen ympäristövaikutus <i>Miten vaikutamme ympäristöön hyvinvointiin?</i> <i>Pystymmekö toiminnalla elävöittämään ympäristöä?</i>		

Sosiaalinen vastuu



Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of cleaner production*, 135, 1474-1486.

Suomentanut: Mira Valkjärvi

Sosiaalinen vastuullisuus



Sidosryhmät	Hallinto	Sosiaalinen arvo	Kulttuuri	Loppukäyttäjä
	Työntekijät		Yhteiskunnallinen vaikuttavuus	
Negatiiviset sosiaaliset vaikutukset			Positiiviset sosiaaliset vaikutukset	

Sosiaalinen vastuullisuus



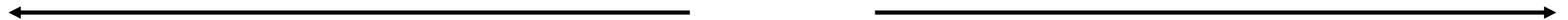
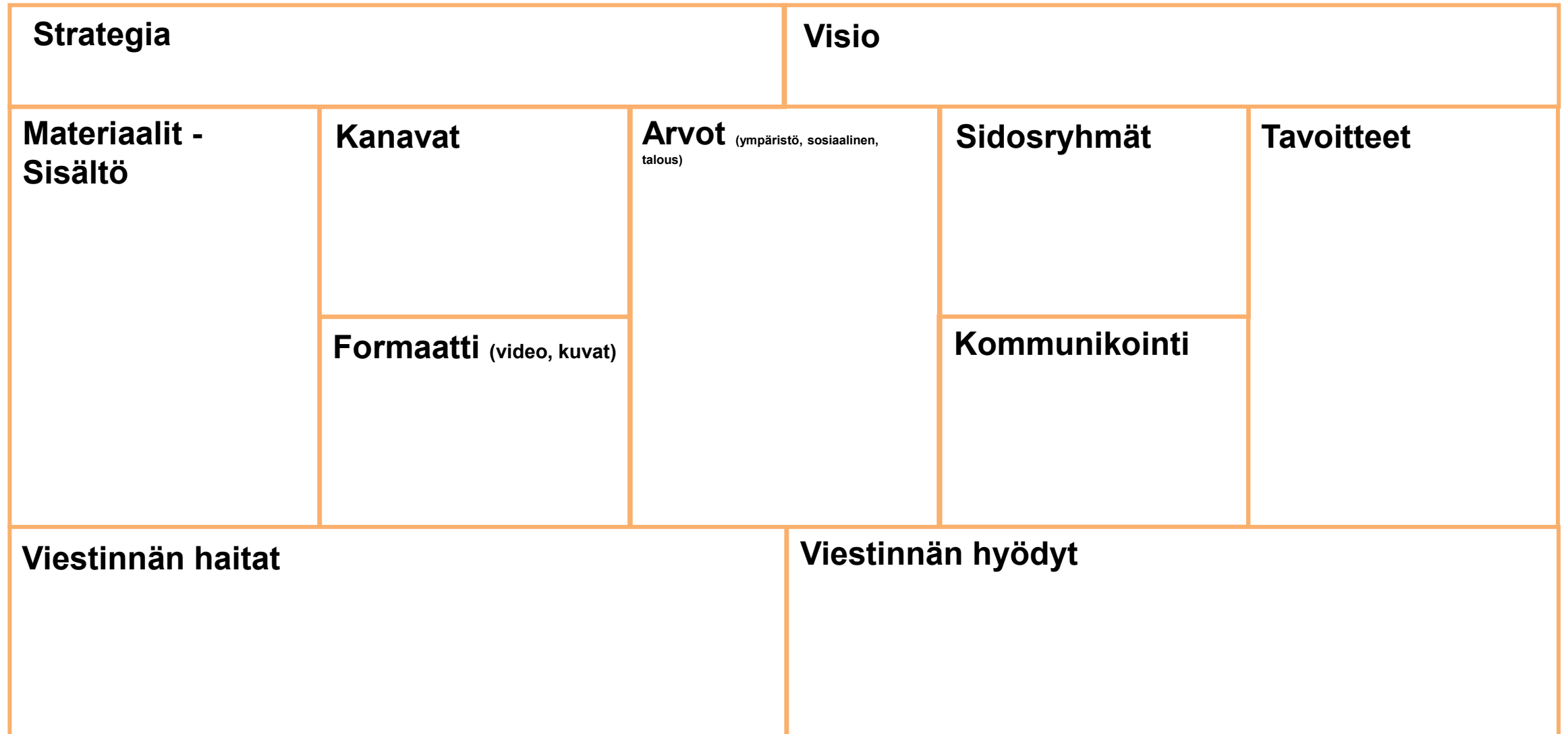
<p>Sidosryhmät</p> <p><i>Toteutuuko tasa-arvoinen kohtelu eri toimipisteiden välillä?</i></p> <p><i>Minkälainen vastuu yritykselläsi on alihankkijoiden sosiaalisesta hyvinvoinnista?</i></p>	<p>Hallinto</p> <p><i>Hallituksemme rooli kestävyysstrategian luomisessa? Miten hallituksemme on muodostunut? Ulkopuolisia? Päätöksenteon läpinäkyvyys koko yrityksellemme? Viestintää vai tiedotusta?</i></p>	<p>Sosiaalinen arvo</p> <p><i>Minkälaista arvoa tuotamme asiakkaillemme? Esim. "helpompaa elämää".</i></p> <p><i>Onko se markkinapuhetta vai aitoja todistettuja tekoja?</i></p>	<p>Kulttuuri</p> <p><i>Mitä teemme/voisimme tehdä yleisen hyvinvoinnin eteen?</i></p> <ul style="list-style-type: none"><i>Paikallisesti</i><i>Kansallisesti</i><i>Kansainvälisesti</i>	<p>Loppukäyttäjä</p> <p><i>Kuka tai ketkä ovat sinun yrityksesi arvoketjun pää? Eli kuka hyötyy sinun luomastasi arvosta? Huomaa ero asiakkaan ja loppukäyttäjän välillä.</i></p> <p><i>Minkälaista arvoa tuotamme heille? Edistämmekö sosiaalista hyvinvointia? Palautteen saaminen?</i></p>
<p>Negatiiviset sosiaaliset vaikutukset</p> <p><i>Toimintamme sosiaalinen hinta?</i></p>		<p>Positiiviset sosiaaliset vaikutukset</p> <p><i>Tunnista tähän yrityksenne sosiaaliset vahvuudet!</i></p>		

Vastuullisuus ja viestintä

Mira Valkjärvi, Centria-ammattikorkeakoulu– perustuen Alexander Osterwalderin vuonna 2005 kehittämään Business Model Canvas pohjaan

ViVa – vihreä vastuullisuus mikroyrityksissä hankeen aikana kehitetty viestinnän pohja

Vastuullinen viestintä



Menot

ViVa (2023)

Tulot

Vastuullinen viestintä



Strategia <i>Millaisen kuvan haluamme antaa yrityksestä?</i>		Visio <i>Millaisen hyödyn haluamme viestinnästä?</i>		
Materiaalit - Sisältö <i>Millaista materiaalia ja sisältöä tarvitsemme viestintään?</i> <i>Vastuullisuusteot, tavoitteet ja arvot</i>	Kanavat <i>Missä viestimme toiminnastamme?</i>	Arvot (ympäristö, sosiaalinen, talous) <i>Mitä arvoa yritys tuottaa?</i> <i>Mitkä ovat yrityksen arvot?</i> <i>Mitkä ovat yrityksen vastuullisuutteen liittyvät arvot?</i>	Sidosryhmät <i>Kenelle kaikille viestimme?</i> <i>Sisäisesti ja ulkoisesti</i>	Tavoitteet <i>Sidosryhmien saavuttaminen – millaisella kielellä, sisällöllä ja kanavilla heille viestimme?</i>
	Formaatti (video, kuvat) <i>Miltä viestintämme näyttää, kuulostaa ja tuntuu?</i>		Kommunikointi <i>Miten keskustelemme sidosryhmien kanssa?</i> <i>Komentointi, viestit, jne.</i>	
Viestinnän haitat <i>Onko viestimisellämme haittoja?</i> <i>Käytämmekö kanavia jotka vaikuttavat ihmisiin?</i> <i>Kannustaako viestintämme eriarvoiseen toimintaan?</i> <i>Annammeko toiminnastamme johdattelevan kuvan?</i>		Viestinnän hyödyt <i>Mitä saamme viestinnästä? Saavutammeiko asiakkaat?</i> <i>Voimmeko jakaa vastuullisuudesta hyödyllistä tietoa?</i> <i>Voimmeko viestintämme kautta auttaa muita? Inspiroida?</i>		



Menot

ViVa (2023)

Tulot

Vastuullisuuden koonti



SANOISTA TEKOIHIN

Suunnittele polkusi kohti vastuullisuutta

Mitä teemme jo nyt oikein?
Mitä toimia voimme tukea?

Mistä voisimme jo viestiä?

Mitä meidän tulisi muuttaa nykyisestä toiminnastamme jotta pääsemme lähemmäksi tavoitettamme?

Mitä meidän on tehtävä ennen kuin saavutamme tavoitteet?

Toiminta

Toimenpiteet

Toimenpiteet

Nykyinen toiminta

Uudet toimenpiteet

Tulevat toimenpiteet

VASTUULLISUUDEN TAVOITE

Viestinnän vuosikello

VIESTI

KARTOITA

TOIMI

SUUNNITTELE

