



Kokonaiskestävyyden arviointityökalu uusien liiketoimintamahdollisuuksien arviointiin

KÄSIKIRJA YRITYKSILLE



Euroopan unionin
osarahoittama

Sisältö

1. Kokonaiskestävyyden arviointityökalu uusien liiketoimintamahdollisuuksien arviointiin	3
1.1 Pienyritykset ja startupit varautuvat ennakkoinnilla tuleviin kestävyysvaatimuksiin	4
1.2 Työkirjan tarkoitus - miksi laajennettu Canvas-arviointityökalu?	5
2. Kestävyydsarvioinnin taustaa	6
3. Liiketoimintamallista kestävyysarvioinnin tarkistuslistaan	8
3.1 Liiketoiminnan ydin - Business Model Canvas	9
3.2 Ympäristöllinen kestävyys - Environmental Business Model Canvas	10
3.3 Sosiaalinen kestävyys - Social Business Model Canvas	11
4. Oman liiketoiminnan kestävyysarviointi	12
4.1 Miksi laajennettu Canvas toimii kestävyysarvioinnin perustana?	13
4.2 Kestävyydsarvioinnin eteneminen	13
4.3 Liikennevalomalli arvioinnin tulosten tulkintaan	40
5. Lopuksi	41
Lähteet	42

1. Kokonaiskestävyyden arviointityökalu uusien liiketoimintamahdollisuuksien arviointiin

Viime vuosikymmeninä liiketoiminnan kontekstissa on tapahtunut merkittävä paradigman muutos: yritysten menestystä ei arvioida enää yksinomaan taloudellisten mittareiden perusteella, vaan tarkasteluun on noussut myös niiden sosiaalinen ja ympäristöllinen vaikutavuus (Elkington, 1997). Tätä laajempaa näkökulmaa kuvataan usein Triple Bottom Line -viitekehyksellä, jossa yritystoiminnan kestävyttä tarkastellaan kolmen ulottuvuuden kautta: taloudellinen (economic), ympäristöllinen (environmental) ja sosiaalinen (social). Tämä lähestymistapa on saanut vahvaa tukea niin tutkimuskirjallisuudessa kuin kansainvälisissä politiikkakehyksissä, kuten YK:n kestävän kehityksen tavoitteissa (Sustainable Development Goals, SDGs), jotka korostavat yritysten vastuuta globaalien haasteiden ratkaisemisessa (UN, 2015).

Tulevaisuudessa on yhä vähemmän sijaa yrityksille, joiden tuotteet ja palvelut heikentävät maapallon tilaa

ja elinoloja. Uusille yrityksille tämä ei ole pelkästään vastuullisuuskysymys - se on myös kilpailuetu. Asiakkaat, sijoittajat ja yhteistyökumppanit odottavat yhä useammin, että yritykset toimivat läpinäkyvästi ja ottavat vastuuta liiketoimintansa vaikutuksista. Samalla kestävyteen liittyvät ratkaisut voivat avata uusia markkinoita ja vahvistaa yrityksen brändiä.

Aloittavat yritykset tarvitsevat ketteriä työkaluja, jotka tunnistavat liiketoiminnan kannalta keskeiset kestävyyskysymykset ja auttavat integroimaan kestävyysnäkökulmat yrityksen johtamiseen. Sekä kuluttajat, yritysasiakkaat että sijoittajat hakevat ympäristön ja ilmaston tilaa sekä monimuotoisuutta edistäviä vaihtoehtoja. Liiketoiminnan kokonaiskestävyyden arvioinnista ja sen raportoinnista onkin tullut keskeinen osa yritysten toimintaa.



Yritysvastuu

Yrityksen vastuu ulottuu taloudellisen tuloksen lisäksi sen vaikutuksiin ympäristöön, ihmisiin ja yhteiskuntaan.



YMPÄRISTÖ

Luonnonvarojen käyttö, päästöt, ilmasto, luonnon monimuotoisuus ja muut ympäristövaikutukset



IHMISET JA YHTEISÖT

Työntekijät, asiakkaat, paikallisyhteisöt, hyvinvointi, yhdenvertaisuus ja ihmisoikeudet



VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA

Hyvä hallinto, läpinäkyvyys, eettiset toimintatavat, yhteistyökumppanit ja toimitusketjut

Yritysvastuu syntyy osana yrityksen jokapäiväistä toimintaa

- Mitä ja miten tuotetaan
- Miten ihmisiä ja sidosryhmiä kohdellaan
- Miten resursseja käytetään
- Millaisia vaikutuksia toiminnasta syntyy



YRITYSVASTUU EI TARKOITA VAIN HAITALLISTEN VAIKUTUSTEN VÄHENTÄMISTÄ. Yritys voi toiminnallaan myös tuottaa myönteisiä ympäristöllisiä ja sosiaalisia vaikutuksia sekä luoda arvoa ympäröivälle yhteiskunnalle.

1.1 Pienyritykset ja startupit varautuvat ennakoinnilla tuleviin kestävyysvaatimuksiin

Startupeilla ja pienillä yrityksillä ei ole toistaiseksi lainsäädännöstä tai muusta sääntelystä tulevia veloituksia raportoida liiketoiminnan kestävydestä sidosryhmilleen. Sääntely-ympäristön muuttuessa - erityisesti CSRD-direktiivin myötä - kestävyysvaatimukset ulottuvat yhä laajemmin myös pk-yrityksiin vähintäänkin epäsuorasti arvoketjujen kautta.

Startupien ja pienten yritysten on tarkoituksenmukaista varautua ennakoivasti tuleviin veloitteisiin ja pohtimaan relevantteja liiketoiminnan kestävyteen liittyviä kysymyksiä jo elinkaaren alkuvaiheessa. Näin ne voivat varmistaa, että liiketoiminnassa noudatetaan lainsäädäntöä, pohtia, millainen yrityskulttuuri halutaan rakentaa sekä miettiä, miten liiketoiminnan vaikutuksia ympäristöön ja siten yhteiskuntaan minimoidaan sekä luoda suuntaviivoja yrityksen tulevaisuuden tavoitteille kestävyden ja vastuullisuuden osalta.

Startup-yritysten ja uusien liiketoimintakonseptien kehittämisessä korostuu tarve käytännönläheisille työkaluille, jotka auttavat tunnistamaan liiketoiminnan

kannalta olennaiset kestävyyskysymykset. Tällaiset työkalut tukevat yrittäjiä erityisesti tilanteissa, joissa resurssit ovat rajalliset ja epävarmuus toimintaympäristöstä suurta (Schaltegger et al., 2016). Samalla ne mahdollistavat kestävyden systemaattisen integroinnin osaksi yrityksen johtamista, päätöksentekoa ja liiketoimintamallin kehittämistä.

Food SystemiCity -hankkeen kontekstissa kestävyden merkitys korostuu entisestään. Hanke keskittyy systeemisesti kestävien ruokainnovaatioiden kehittämiseen rakennettuun ympäristöön, jossa liiketoiminnan vaikutukset ulottuvat laajasti sekä ympäristöön että yhteiskuntaan. Tällaisessa toimintaympäristössä kestävyys ei ole liiketoiminnan erillinen osa-alue, vaan sen keskeinen lähtökohta. Onkin tärkeää, että hankkeessa tarkasteltavaa ja tuettavaa liiketoimintaa arvioidaan jo hankkeen aikana myös työkalulla, joka ottaa huomioon toiminnan uutuuden ja usein vähäiset resurssit ja lisää tietoa toiminnan taloudellisista, ekologisista ja sosiaalisista vaikutuksista strategisen päätöksen teon ja ennakoinnin tueksi.



Kestävyysraportointi

Kestävyysraportointi tarkoittaa raportointia yritysten liiketoiminnan tuottamista sosiaalisista ja ympäristövaikutuksista. Liiketoiminnan kestävyden raportointia säädelään yhä enemmän. **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** on 1.1.2024 voimaan tullut EU-lainsäädäntö, joka edellyttää ensisijaisesti suurten yritysten julkaisevan kestävyystietonsa toimintakertomuksessa kyseisen direktiivin ja kestävyysraportointistandardien (**ESRS**) vaatimusten mukaisesti. Lisäksi direktiivi velvoittaa, että kestävyysraportit auditoidaan riippumattoman kolmannen osapuolen toimesta, mikä lisää raportoinnin luotettavuutta ja vertailukelpoisuutta.

EU kestävyysraportointisääntelyä on uudistettu vuosina 2025-2026. Vuoden 2026 Omnibus-uudistuksen myötä pakollinen CSRD-raportointi kohdistuu pääsääntöisesti yrityksiin, joilla on yli 1 000 työntekijää ja yli 450 miljoonan euron vuotuinen nettoliikevaihto.



Suuret yritykset

Raportointivelvollisuus koskee uudistuksen mukaisten kokorajojen täyttäviä yrityksiä. Velvollisuuksien alkamiseen vaikuttavat yritysryhmä ja siirtymäsäännökset.

KEITÄ CSRD-RAPORTOINTIVELVOLLISUUS KOSKEE?



Pienet ja keski-suuret yritykset

Pk-yritykset jäävät pääsääntöisesti pakollisen CSRD-raportoinnin ulkopuolelle. Ne voivat kuitenkin kohdata asiakkaiden, rahoittajien ja muiden yhteistyökumppanien kestävyystietotarpeita.



Vapaaehtoinen raportointi

Pienemmät yritykset voivat hyödyntää vapaaehtoisia kestävyysraportoinnin standardeja oman vastuullisuustyönsä kehittämisessä ja sidosryhmien tietotarpeisiin vastaamisessa.



MIKSI TÄMÄ ON TÄRKEÄÄ? Vaikka yritys ei kuulu pakollisen kestävyysraportoinnin piiriin, kestävyden arviointi auttaa ennakoimaan asiakkaiden ja yhteistyökumppanien odotuksia sekä tunnistamaan liiketoiminnan riskejä ja mahdollisuuksia.

1.2 Työkirjan tarkoitus - miksi laajennettu Canvas-arviointityökalu?

Alexander Osterwalderin (Osterwalder, 2004; Osterwalder, Pigneur & Tucci, 2005; Osterwalder & Pigneur, 2010) kehittämä Business Model Canvas on yleisesti käytetty työkalu, joka kiteyttää liiketoiminnan keskeiset osa-alueet - kuten asiakassegmentit, arvolupauksen ja tulonmuodostuksen - yhteen taulukkoon. Se mahdollistaa liiketoimintamallin jäsentämisen ja kehittämisen visuaalisessa ja tiivistetyssä muodossa, mikä tukee kokonaiskuvan hahmottamista sekä strategista päätöksentekoa erityisesti liiketoiminnan varhaisessa vaiheessa.

Perinteinen Business Model Canvas keskittyy ensisijaisesti liiketoiminnan taloudelliseen logiikkaan. Kestävyydenäkökulmien - kuten ympäristövaikutusten ja sosiaalisen vaikuttavuuden - systemaattinen tarkastelu jää mallissa vähäiselle huomiolle. Tämän rajoitteen vuoksi Canvas-mallista on kehitetty useita laajennettuja versioita, kuten Triple Layered Business Model Canvas (Joyce & Paquin, 2016), joissa Canvas-malliin lisätään omiksi tarkastelun kohteiksi myös ympäristö- ja sosiaalisen kestävyyden ulottuvuudet.

Tässä työkirjassa hyödynnetään ja sovelletaan Triple Layered Business Model Canvas -lähestymistapaa (Joyce & Paquin, 2016). Mallia räätälöidään erityisesti startup- ja pienyritysten tarpeisiin, joissa resurssit ovat usein rajalliset ja liiketoiminta vielä kehittyvässä vaiheessa. Tavoitteena on tarjota työkalu, joka tukee samanaikaisesti liiketoiminnan kehittämistä ja sen kestävyyden arviointia.

Triple Layered Business Model Canvas tarjoaa jäsenetyn rakenteen, jonka avulla yritykset voivat tunnistaa toimintansa keskeisiä kestävyysvaikutuksia, arvioida niiden merkitystä sekä kehittää liiketoimintaansa kestävämpään suuntaan.

Mallin etuna on sen tiivis ja käytännönläheinen esitysmuoto, mikä sopii hyvin uuden liiketoiminnan kokonaiskestävyyden arviointikehikon perustaksi. Malli ei ole liian raskas, mutta se on kuitenkin strateginen työkalu, mikä haastaa toimijoita arvioimaan nykytoimintaa sekä liiketoiminnan tavoitteita kriittisesti. Se mahdollistaa monimutkaisten kokonaisuuksien tarkastelun helposti hahmotettavassa muodossa ja tukee keskustelua eri sidosryhmien välillä. Samalla se toimii iteratiivisena työkaluna, jota voidaan hyödyntää liiketoiminnan eri kehitysvaiheissa - ideoinnista konseptointiin ja edelleen toiminnan kehittämiseen.

Monet kestävyysarviointien menetelmät edellyttävät laajoja tietoaaineistoja tai syvällistä asiantuntija-analyysiä. Canvas-pohjainen lähestymistapa on kevyempi ja paremmin sovellettavissa alkuvaiheen yrityksiin. Se ei kuitenkaan tarkoita analyysin pinnallisuutta, vaan pikemminkin strukturoitua tapaa tunnistaa olennaisia kysymyksiä ja ohjata jatkoselvityksiä.

Tämän työkirjan tarkoituksena on tarjota käytännönläheinen mutta strategisesti relevantti arviointityökalu, joka:

- auttaa tunnistamaan liiketoiminnan keskeiset kestävyyskysymykset
- tukee päätöksentekoa epävarmuuden ja rajallisten resurssien tilanteissa
- kannustaa kriittiseen reflektioon ja jatkuvaan kehittämiseen
- toimii sillanrakentajana liiketoimintasuunnittelun ja kestävyysarvioinnin välillä

Näin laajennettu Canvas toimii paitsi analyysityökaluna myös oppimisvälineenä, joka ohjaa yrityksiä kohti kokonaisvaltaisempaa ja kestävämpää liiketoimintaa.

2. Kestävyydsarvioinnin taustaa

Kestävyydsarviointi viittaa menetelmiin ja viitekehyksiin, joiden avulla yritykset tunnistavat, mittaavat ja arvioivat toimintansa ympäristö-, sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia. Kestävyydsarvioinnin lähestymistavat ovat kehittyneet viime vuosikymmeninä merkittävästi, ja niitä hyödynnetään sekä strategisessa päätöksenteossa että raportoinnissa.

Käytännössä kestäväysarviointin kenttä on kuitenkin hajanainen: käytössä on useita rinnakkaisia malleja, standardeja ja mittaristoja, jotka painottavat eri näkökulmia. Osa lähestymistavoista keskittyy yksittäisiin vaikutusalueisiin, kuten ilmastovaikutuksiin, kun taas toiset pyrkivät kokonaisvaltaisempaan tarkasteluun.

Tämä moninaisuus voi tehdä työkalujen valinnasta ja käyttöönotosta haastavaa, erityisesti pienille ja alkuvaiheen yrityksille, joilla ei ole käytettävissään laajaa datapohjaa tai muita resursseja.

Lisäksi monet kestäväysarviointin menetelmät on kehitetty ensisijaisesti suurten organisaatioiden tarpeisiin. Ne edellyttävät usein systemaattista tiedonkeruuta, mittarointia ja raportointia, jotka eivät välttämättä ole realistisia liiketoiminnan alkuvaiheessa. Tästä syystä tarvitaan kevyempiä ja joustavampia lähestymistapoja, jotka tukevat kestäväyden huomioimista jo liiketoiminnan suunnitteluvaiheessa.



Elinkaariarviointi



Yksi keskeisimmistä ympäristövaikutusten arviointimenetelmistä on elinkaarianalyysi (Life Cycle Assessment, LCA), joka tarkastelee tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksia koko sen elinkaaren ajalta raaka-aineiden hankinnasta käytön kautta elinkaaren loppuun. Elinkaariarvioinnin periaatteet on määritellyt ISO 14040 -standardissa, joka tarjoaa systemaattisen viitekehyksen arvioinnin toteuttamiselle. Menetelmä mahdollistaa erilaisten vaikutusten, kuten ilmastovaikutusten, resursien käytön ja päästöjen, kokonaisvaltaisen tarkastelun.



- hiilijalanjälki (CO₂), joka mittaa kasvihuonekaasupäästöjä hiilidioksidiekvivalenteina
- ilmastojalanjälki, joka kattaa kaikki merkittävät kasvihuonekaasut
- ekologinen jalanjälki, joka kuvaa laajemmin luonnonvarojen kulutusta suhteessa maapallon kantokykyyn



Elinkaariarviointi tarjoaa syvällistä tietoa liiketoiminnan ympäristövaikutuksista, mutta sen soveltaminen edellyttää usein yksityiskohtaista dataa ja asiantuntemusta, mikä voi rajoittaa sen käyttöä erityisesti startup-ympäristössä.

ESG-lähestymistapa

Yritysvastuuta ja kestävyyteen liittyviä riskejä ja vaikutuksia tarkastellaan usein ESG-näkökulmien kautta, jotka jäsentävät tarkastelun kolmeen osa-alueeseen:



YMPÄRISTÖVASTUU
(Environmental)



SOSIAALINEN VASTUU
(Social)



HYVÄ HALLINTOTAPA
(Governance)

ESG-lähestymistapaa käytetään laajasti erityisesti sijoittajien ja rahoittajien arviointityökaluna, ja se ohjaa myös yritysten raportointikäytäntöjä. ESG:n vahvuus on sen kyky yhdistää kestävyys liiketoiminnan taloudelliseen suorituskyykyyn ja riskienhallintaan.

Kestävyysraportointia tukevat useat kansainväliset standardit ja viitekehykset, kuten:

- Global Reporting Initiative (GRI)
- European Sustainability Reporting Standards (ESRS)
- Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)
- International Sustainability Standards Board (ISSB)



Nämä viitekehykset tukevat yrityksiä erityisesti vaikutusten raportoinnissa ja vertailtavuuden parantamisessa. Samalla niiden täysimittainen soveltaminen voi olla haastavaa pienille yrityksille, sillä ne edellyttävät usein systemaattista tiedonkeruuta ja raportointiprosesseja.



Keskeisiä kestävyysraportoinnin viitekehyksiä

GRI

Laajasti käytetty kestävyysraportoinnin viitekehys, joka auttaa yrityksiä kuvaamaan ympäristö-, sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia.

KESKEISIÄ TEEMOJA

- Vaikutukset
- Sidosryhmät
- Läpinäkyvyys

ESRS

EU:n kestävyysraportointistandardit, jotka liittyvät CSRD-direktiiviin ja määrittelevät yritysten raportointivaatimuksia.

KESKEISIÄ TEEMOJA

- Kaksoisolennaisuus
- Vertailtavuus
- EU-vaatimukset

TCFD

Ilmatoriskeihin keskittyvä viitekehys, joka auttaa yrityksiä tunnistamaan ilmastomuutoksen vaikutuksia liiketoimintaan.

KESKEISIÄ TEEMOJA

- Strategia
- Riskienhallinta
- Mittarit ja tavoitteet

ISSB

Kansainvälinen standardikehyks, joka keskittyy kestävyteen liittyviin taloudellisiin riskeihin ja yrityksen arvoon.

KESKEISIÄ TEEMOJA

- Sijoittajanäkökulma
- Taloudelliset vaikutukset
- Vertailukelpoinen raportointi

YHTEISTÄ VIITEKEHYKSILLE

- Läpinäkyvyyden lisääminen
- Kestävyysriskien tunnistaminen
- Vertailukelpoisen tiedon tuottaminen
- Yritysvastuun kehittäminen
- Sidosryhmien ja sijoittajien tiedontarpeet

Viitekehykset tukevat yrityksiä kestävyysvaikutusten tunnistamisessa, raportoinnissa ja vertailtavuudessa.

3. Liiketoimintamallista kestävyysarvioinnin tarkistuslistaan

Perinteisesti liiketoimintamallien, kuten Business Model Canvas, tarkoituksena on ollut kuvata ja jäsentää yrityksen arvonluontilogiikkaa: kenelle arvoa tuotetaan, miten arvo tuotetaan ja millä tavoin siitä syntyy taloudellista hyötyä. Kestävyysnäkökulmien vahvistuessa pelkkä liiketoimintamallin kuvaaminen ei kuitenkaan enää riitä, vaan yrityksiltä edellytetään myös kykyä arvioida toimintansa vaikutuksia laajemmin ympäristöön ja yhteiskuntaan.

Laajennetussa Canvas -lähestymistavassa (Sustainable Business Model Canvas) huomioidaan yhtäläisesti jokainen kestävyys taso, jolloin tarkastelut kohdistuvat

yrityksen liiketoimintalogiikan lisäksi sen ekologisiin ja sosiaalisiin vaikutuksiin. Näin Canvas toimii rakenteena, joka ohjaa systemaattiseen ja kokonaisvaltaiseen kestävyys tarkasteluun.

Mallin kolmiulotteinen esitystapa korostaa tasojen välistä suhdetta: ympäristö- ja sosiaaliset vaikutukset eivät ole irrallisia liiketoiminnasta, vaan ne rakentuvat sen päälle ja ovat suoraan riippuvaisia liiketoimintamallin valinnoista. Samalla vaikutukset kytkeytyvät toisiinsa - esimerkiksi ympäristöratkaisut voivat tuottaa sosiaalista arvoa, ja sosiaaliset käytännöt voivat vaikuttaa resurssien käyttöön.



3.1 Liiketoiminnan ydin – Business Model Canvas

Ensimmäinen taso muodostaa kokonaiskestävyyden arvioinnin perustan. Se pohjautuu Business Model Canvas -malliin ja keskittyy liiketoiminnan keskeisten osa-alueiden jäsentämiseen. Tässä vaiheessa huomio kohdistuu siihen, miten yritys luo arvoa sekä miten liiketoiminta on rakennettu kokonaisuutena.

Liiketoimintamallin tarkastelu perustuu kokonaisvaltaiseen ymmärrykseen yrityksen toimintalogiikasta. Se kokoaa yhteen liiketoiminnan keskeiset elementit ja tekee näkyväksi niiden väliset yhteydet. Tavoitteena ei ole pelkästään kuvata liiketoimintaa, vaan myös ymmärtää, miten eri osa-alueet vaikuttavat toisiinsa ja mahdollistavat arvonluonnin.

Tarkastelu kattaa keskeiset liiketoiminnan osa-alueet:

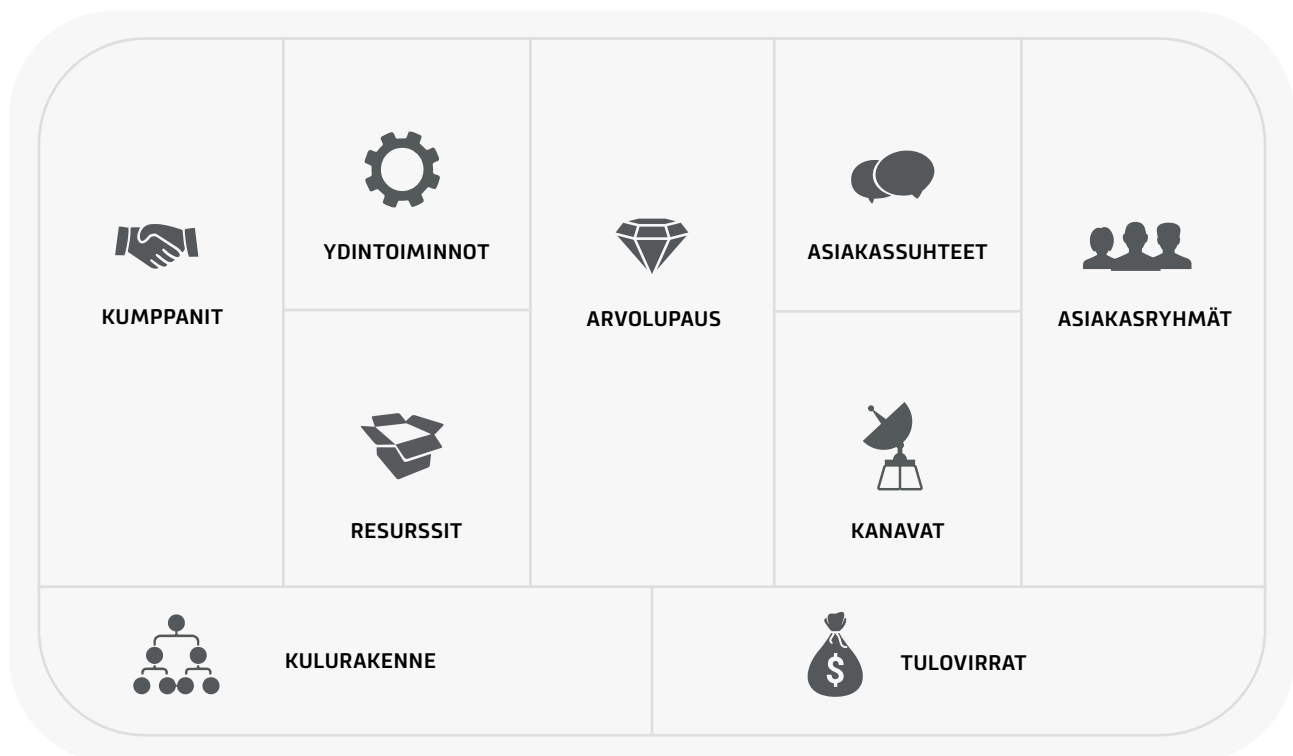
- asiakasryhmät ja niiden tarpeet
- arvolutauksen ja yrityksen tarjoaman ratkaisun
- keskeiset toiminnot ja resurssit, joiden varaan liiketoiminta rakentuu
- kumppanit ja verkostot, jotka tukevat toimintaa
- asiakassuhteet ja kanavat, joiden kautta arvo toimitetaan
- tulovirrat ja kulurakenne, jotka määrittävät taloudellisen kannattavuuden

Business Model Canvas -mallia hyödyntäessä yritys käsittelee seuraavia liiketoiminnan ydinkysymyksiä

1. Mikä on asiakkaan ongelma?
2. Mitä asiakkaat tuotteista ja palveluista hyötyvät?
3. Mitä resursseja tarvitsen?
4. Mitkä ovat yritykseni kilpailuetuja?
5. Miten hoidan myynnin ja jakelun?
6. Miten hoidan asiakassuhteita?
7. Millaista yhteistyötä yritykselläni on?
8. Mitä liiketoiminnan pyörittäminen maksaa?
9. Mistä saan rahoitusta ja tuloja?
10. Miten liiketoimintamalli viedään liiketoimintasuunnitelmaan?

Tämä taso toimii lähtökohtana muille arvioinnin ulottuvuuksille, sillä ilman selkeää ymmärrystä liiketoimintamallista ei voida arvioida sen ympäristö- tai sosiaalisia vaikutuksia. Liiketoiminnan ydin määrittää, missä ja miten vaikutuksia syntyy.

Samalla tämä tarkastelu mahdollistaa liiketoiminnan kriittisen arvioinnin. Se auttaa tunnistamaan keskeisiä oletuksia, riippuvuuksia ja kehityskohteita sekä tukee strategista päätöksentekoa.



3.2 Ympäristöllinen kestävyys – Environmental Business Model Canvas

Toinen taso laajentaa liiketoiminnan tarkastelua ympäristölliseen kestävyys. Tässä vaiheessa huomio siirtyy liiketoimintamallin rakenteesta sen vaikutuksiin: miten tuotteen tai palvelun koko elinkaari vaikuttaa luontoon, ilmastoon ja luonnonvarojen käyttöön.

Ympäristöllinen tarkastelu perustuu elinkaariajatteluun, jossa vaikutuksia arvioidaan kokonaisvaltaisesti raaka-aineiden hankinnasta tuotantoon, käyttöön ja elinkaaren loppuvaiheeseen asti. Tavoitteena ei ole pelkästään yksittäisten vaikutusten tunnistaminen, vaan niiden keskinäisten yhteyksien ja kokonaisvaikutusten ymmärtäminen.

Tarkastelu kattaa mm. seuraavat keskeiset liiketoiminnan osa-alueet:

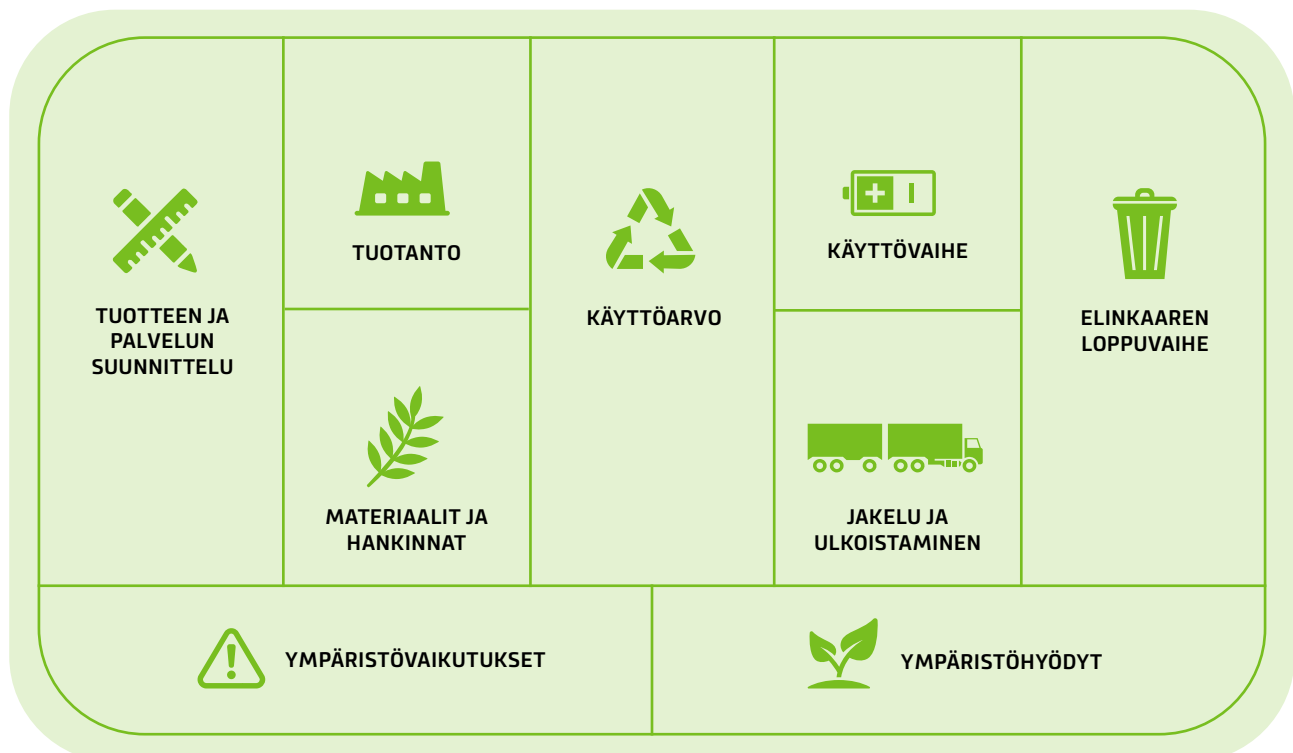
- tuotteen tai palvelun suunnittelun ja siihen liittyvät ympäristöratkaisut
- tuotantoprosessien resurssien käytön, energiatehokkuuden ja päästöt
- materiaalien ja hankintojen alkuperän, uusiutuvuuden ja kierrätettävyyden

- tuotteen tai palvelun käytön aikaiset ympäristövaikutukset
- jakelun, logistiikan ja toimitusketjun vaikutukset
- elinkaaren loppuvaiheen, kuten kierrätyksen, uudelleenkäytön ja jätevirrat

Tämä taso auttaa tunnistamaan sekä liiketoiminnan negatiivisia ympäristövaikutuksia että mahdollisuuksia tuottaa positiivisia ympäristöhyötyjä. Samalla se ohjaa tarkastelemaan kriittisesti resurssien käyttöä ja etsimään keinoja sen tehostamiseen.

Ympäristöllisen kestävyys arviointi tukee erityisesti:

- resurssitehokkuuden parantamista
- kiertotalouden periaatteiden hyödyntämistä
- päästöjen vähentämistä ja vähähiilisten ratkaisujen kehittämistä
- riskien tunnistamista ja ennakointia



3.3 Sosiaalinen kestävyys – Social Business Model Canvas

Kolmas taso keskittyy liiketoiminnan sosiaalisiin vaikutuksiin. Tässä tarkastelussa huomio kohdistuu siihen, miten yrityksen toiminta vaikuttaa ihmisiin, yhteisöihin ja laajemmin yhteiskuntaan sekä millaista arvoa se tuottaa sosiaalisesta näkökulmasta.

Sosiaalinen kestävyys tarkastelee yrityksen toimintaa kokonaisuutena: millaisia käytäntöjä, arvoja ja rakenteita liiketoiminta tuottaa ja ylläpitää. Tavoitteena on tunnistaa sekä suoria että epäsuoria vaikutuksia eri sidosryhmiin ja arvioida niiden merkitystä.

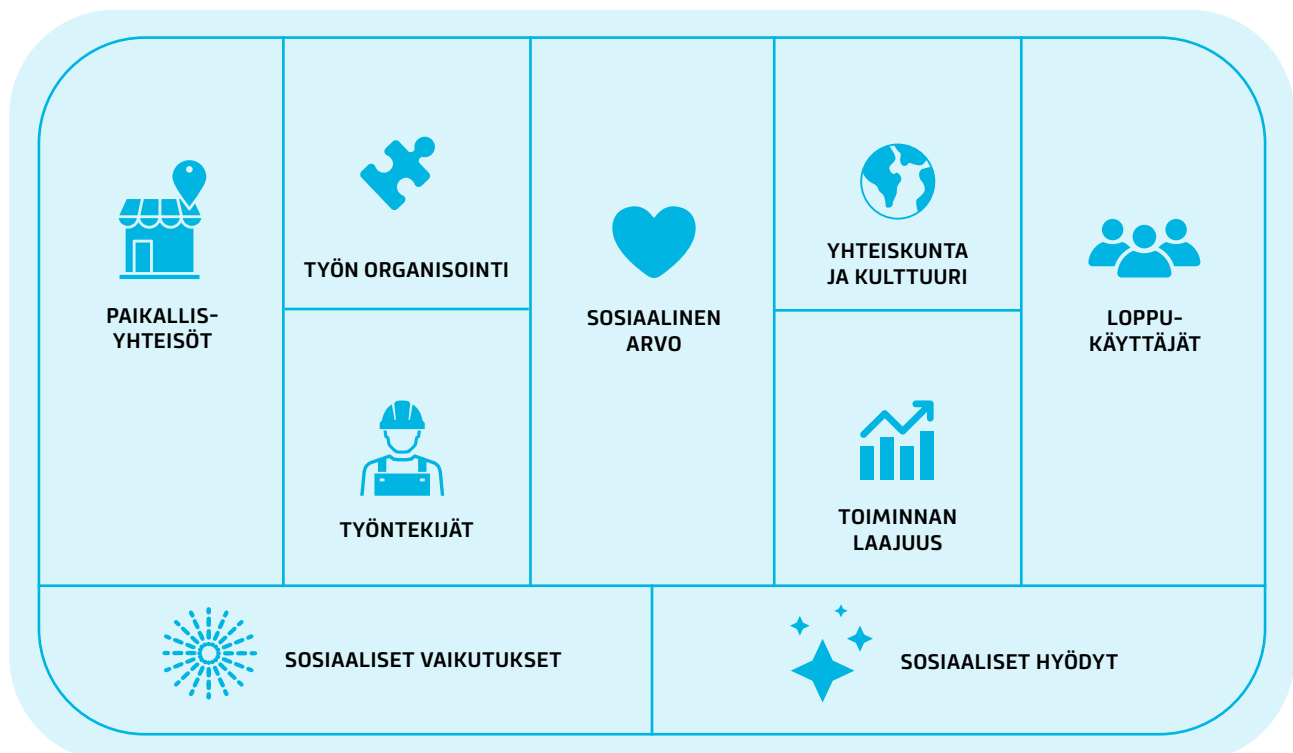
Tarkastelu kattaa mm. seuraavat keskeiset sosiaalisen kestävyysosan alueet:

- vaikutukset paikallisyhteisöihin ja niiden elinvoimaisuuteen
- työntekijöiden hyvinvointi, oikeudenmukaisuus ja työolosuhteet
- yrityksen toimintakulttuuri, johtaminen ja päätöksen-
teon läpinäkyvyys
- sosiaalisen arvon syntyminen ja sen merkitys liiketoiminnalle
- sidosryhmien osallistaminen, vuorovaikutus ja vaikutuspiiri

Tämä taso auttaa tekemään näkyväksi liiketoiminnan laajemmat yhteiskunnalliset vaikutukset, jotka eivät aina ilmene suoraan taloudellisina mittareina. Samalla se tukee yrityksiä tunnistamaan mahdollisia riskejä, kuten eriarvoisuuteen, työhyvinvointiin tai sidosryhmäsuhteisiin liittyviä haasteita.

Sosiaalisen kestävyysosan arviointi ohjaa yrityksiä kehittämään toimintaansa siten, että se edistää:

- hyvinvointia ja turvallisia työolosuhteita
- yhdenvertaisuutta ja oikeudenmukaisuutta
- vastuullista ja läpinäkyvää johtamista
- positiivisia vaikutuksia yhteiskuntaan ja sidosryhmiin





4. Oman liiketoiminnan kestävyysarviointi

4.1 Miksi laajennettu Canvas toimii kestävyysarvioinnin perustana?

Monet olemassa olevat kestävyysarvioinnin menetelmät on suunniteltu tilanteisiin, joissa yrityksellä on käytettävissään laajasti tietoa toimintansa vaikutuksista, mittareista ja tuloksista. Erityisesti startup- ja pk-yrityksissä tällainen tieto ei aina ole helposti saatavilla, eikä laajojen raportointikehysten hyödyntäminen ole käytännössä mahdollista tai tarkoituksenmukaista. Tällöin tarvitaan lähestymistapa, joka auttaa tunnistamaan olennaiset kestävyysnäkökulmat ilman raskasta tiedonkeruuta tai raportointiprosessia.

Tässä työkirjassa kestävyyttä tarkastellaan Triple Layered Business Model Canvas -mallin pohjalta (Joyce & Paquin, 2016). Lähtökohtana on, että yrityksen ympäristö- ja sosiaalisia vaikutuksia ei voida tarkastella irrallaan liiketoiminnasta, vaan ne syntyvät osana yrityksen arvonluontia, toimintaa ja sidosryhmäsuhteita. Canvas-malli tarjoaa selkeän ja helposti hahmotettavan rakenteen, jonka avulla yritys voi tunnistaa

toimintansa keskeiset vaikutukset, vahvuudet, riskit ja kehittämismahdollisuudet.

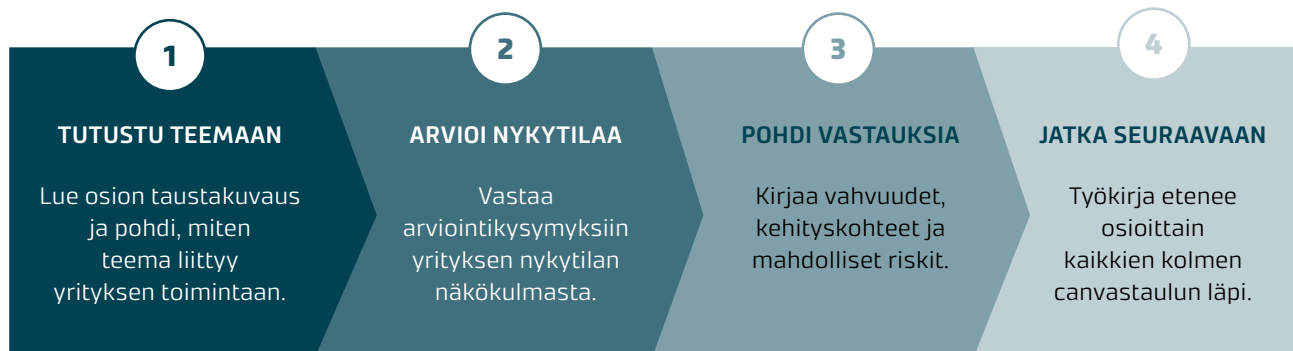
Canvas-pohjainen kestävyysarvioinnin kysymysrunko toimii tarkistuslistana. Se ei tuota valmiita vastauksia, vaan toimii välineenä, joka auttaa tekemään perusteltuja valintoja kestävyysnäkökulmasta. Kolmitasoinen rakenne tukee vaiheittaista analyysiä: ensin ymmärretään liiketoiminnan perusta, sen jälkeen tarkastellaan ympäristövaikutuksia ja lopuksi sosiaalista vaikuttavuutta.

Työkirjan tavoitteena ei ole tuottaa täydellistä kestävyysraporttia, vaan tarjota käytännöllinen ja helposti lähestyttävä työkalu, jonka avulla yritys voi jäsentää toimintansa kestävyyttä, tunnistaa keskeiset kehittämiskohteet ja luoda pohjaa tulevalle vastuullisuustyölle sekä mahdolliselle raportoinnille.

4.2 Kestävyysarvioinnin eteneminen

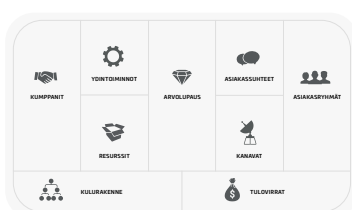
Jokaisessa osiossa tutustutaan ensin teemaan, jonka jälkeen arvioidaan nykytilaa vastaamalla arviointiky-

symyksiin. Vastauksia voi myös pysähtyä pohtimaan ja analysoidaan tarkemmin.



ARVIOINNIN KOLME TASOA

Business model canvas



Environmental business model canvas



Social business model canvas





Kumppanit

Kumppanit tarkoittavat yrityksen verkostoja ja yhteistyökumppaneita, joita tarvitaan liiketoiminnan toteuttamiseksi, kehittämiseksi ja kasvun tukemiseksi. Kumppaneita voivat olla esimerkiksi raaka-ainetoimittajat, teknologia- ja kehityskumppanit, logistiikka- ja jakelutoimijat, alihankkijat, tutkimusorganisaatiot, rahoittajat tai muut strategisesti tärkeät yhteistyötahot. Kumppanit voivat tuottaa yritykselle osaamista, resursseja, teknologioita, materiaaleja tai markkinoille pääsyä, joita yrityksen ei ole tarkoituksenmukaista tai mahdollista rakentaa itse.

Liiketoimintamallin näkökulmasta kumppanit voivat olla keskeinen osa yrityksen kilpailukykyä ja arvonaluontia. Ne voivat mahdollistaa tehokkaamman toiminnan, nopeamman markkinoille pääsyn, kustannusten jakamisen sekä uusien ratkaisujen kehittämisen. Erityisesti startup- ja alkuvaiheen yrityksille kumppanuudet ovat usein kriittisiä, sillä yrityksellä ei välttämättä ole vielä kaikkia liiketoiminnan edellyttämiä resursseja, osaamista tai verkostoja omassa organisaatiossaan.

Kumppanit- arvioi nykytilaa

1. Onko keskeiset kumppanit määritelty ja mukana liiketoiminnassa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko tärkeimmät kumppanit sitoutuneet yhteistyöhön?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Parantavatko kumppanien tuottamat resurssit (raaka-aineet, pakkausmateriaalit jne) yrityksen kilpailukykyä?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Tukevatko kumppanit yrityksen strategisia tavoitteita?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko kumppaneihin liittyviä riskejä kartoitettu?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

Keskeiset havainnot

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Ydintoiminnot

Ydintoiminnot tarkoittavat yrityksen keskeisiä toimintoja, joita tarvitaan liiketoimintamallin toteuttamiseksi. Nämä ovat niitä toimintoja, joita yrityksen on tehtävä onnistuakseen markkinoilla, tuottaakseen asiakkailleen arvoa sekä ylläpitääkseen ja kehittääkseen liiketoimintaansa. Ydintoimintoja voivat olla esimerkiksi valmistus, ratkaisujen kehittäminen, palveluntarjoaminen, tuotekehitys, logistiikka, myynti ja markkinointi tai verkoston hallinta.

Ydintoiminnot liittyvät tiiviisti yrityksen arvolupaukseen, asiakassuhteisiin, jakelukanaviin ja tulovirtoihin. Ne vaikuttavat siihen, kuinka tehokkaasti yritys pystyy tuottamaan tuotteitaan tai palveluitaan, vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin sekä kehittämään toimintaansa muuttuvassa toimintaympäristössä. Erityisesti alkuvaiheen yrityksissä on tärkeää tunnistaa, mitkä toiminnot ovat liiketoiminnan kannalta kriittisimpiä ja missä toiminnoissa yrityksen kannattaa hyödyntää kumppaneita tai ulkoistamista.

Ydintoiminnot- arvioi nykytilaa

1. Onko menestymisen kannalta keskeiset ydintoiminnot määritelty?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko asiakkaan tavoittamiseksi tarvittavat ydintoiminnot määritelty?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko yritys arvioinut ja analysoinut tuotteen/palvelun tuotantoprosessia (esim. tehnyt tuotantoprosessin kuvauksen tai tehokuusanalyysin)?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Räättälöikö yritys tuotteet/palvelut eri asiakasryhmien tarpeiden mukaisiksi?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Hyödynnetäänkö kumppaneita muissa kuin yrityksen ydintoiminnoissa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

Keskeiset havainnot

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Resurssit

Resurssit kuvaavat yrityksen tarvitsemia avainresursseja liiketoimintamallin toteuttamiseksi. Avainresurssit ovat niitä voimavaroja, joita yritys tarvitsee tuottaakseen arvolupauksensa, tavoittaakseen asiakkaansa, ylläpitääkseen asiakassuhteita sekä luodakseen tulovirtoja. Resurssit voivat olla fyysisiä, aineettomia, taloudellisia tai henkilöstöresursseja.

Fyysisiä resursseja voivat olla esimerkiksi tuotantotilat, koneet, laitteet, teknologia tai raaka-aineet. Aineettomia resursseja ovat muun muassa osaaminen, brändi, patentit, data ja verkostot. Taloudelliset resurssit

liittyvät esimerkiksi rahoitukseen, investointeihin ja kassavirtaan, kun taas henkilöstöresursseihin kuuluvat työntekijöiden osaaminen, kokemus ja asiantuntemus.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille resurssien realistinen arviointi on tärkeää, sillä käytettävissä olevat resurssit ovat usein rajallisia. Yrityksen on tunnistettava, mitkä resurssit ovat liiketoiminnan kannalta kriittisimpiä, missä resurssien riittävyydessä voi olla puutteita ja millaisia resursseja voidaan hankkia yhteistyökumppaneiden kautta.

Resurssit- arvioi nykytilaa

1. Onko yrityksen tarvitsemat fyysiset avainresurssit määritelty?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko yrityksen tarvitsemat taloudelliset avainresurssit määritelty?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko yrityksen tarvitsemat osaamiseen liittyvät avainresurssit määritelty?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko yrityksen tarvitsemat henkilöstöön liittyvät avainresurssit määritelty?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko avainresurssien määrittelyssä huomioitu ansaintamalli, asiakassuhteet ja jakelukanavat?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

Keskeiset havainnot

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Arvolupaus

Arvolupaus kuvaa sitä arvoa, jonka yritys tuottaa asiakkaalleen tuotteensa tai palvelunsa avulla. Se vastaa kysymykseen, miksi asiakas valitsee juuri kyseisen yrityksen ratkaisun kilpailijoiden vaihtoehtojen sijaan. Arvolupaus voi perustua esimerkiksi tuotteen tai palvelun laatuun, hintaan, käytettävyyteen, innovatiivisuuteen, vastuullisuuteen, saavutettavuuteen tai asiakkaan ongelman ratkaisemiseen.

Hyvin määritelty arvolupaus auttaa yritystä tunnistamaan, mitä hyötyä asiakas ratkaisusta saa ja millaisia tarpeita tai haasteita tuotteella tai palvelulla pyritään

ratkaisemaan. Arvolupaus toimii samalla liiketoimintamallin ytimenä, sillä se ohjaa yrityksen toimintaa, asiakasryhmien valintaa, markkinointia sekä tuote- ja palvelukehitystä.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille selkeä arvolupaus on tärkeä, koska sen avulla yritys voi erottautua kilpailijoista, tunnistaa keskeiset asiakastarpeet sekä rakentaa uskottavaa ja asiakaslähtöistä liiketoimintaa. Arvolupaus voi myös muuttua ja tarkentua liiketoiminnan kehittyessä ja asiakasymmärryksen lisääntyessä.

Arvolupaus – arvioi nykytilaa

1. Onko yrityksen liikeidea ja tavoitteet kirjattu ylös?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko yritys selvillä asiakkaiden nykyisistä tarpeista ja odotuksista?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko yrityksellä varautumista tai suunnitelmia (riskienhallinta, varajärjestelmät, joustavat prosessit), joilla turvataan toimitusvarmuus ja palvelun laatu?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Tunnetaanko kilpailijoiden arvolupaukset asiakaille?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Erottuuko yritys arvolupauksen osalta kilpailijoista?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

Keskeiset havainnot

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Asiakassuhteet

Asiakassuhteet kuvaavat sitä, miten yritys rakentaa, ylläpitää ja kehittää suhteita asiakkaisiinsa eri asiakasryhmissä. Asiakassuhteet vaikuttavat merkittävästi asiakkaiden kokemukseen yrityksestä, asiakasuskollisuuteen sekä siihen, miten hyvin yritys pystyy vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin ja odotuksiin.

Asiakassuhteet voivat perustua esimerkiksi henkilökohtaiseen palveluun, digitaalisiin palvelukanaviin, yhteisöllisyyteen, asiakastukeen, jatkuvaan vuorovaikutukseen tai asiakkaiden osallistamiseen tuote- ja

palvelukehitykseen. Yrityksen valitsemat toimintatavat riippuvat muun muassa asiakasryhmistä, liiketoimintamallista ja tarjottavasta tuotteesta tai palvelusta.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille asiakassuhteiden rakentaminen on tärkeää, sillä asiakkaiden palaute ja kokemukset voivat tarjota arvokasta tietoa liiketoiminnan kehittämiseksi. Asiakassuhteiden avulla voidaan myös vahvistaa asiakkaiden sitoutumista, lisätä luottamusta yritystä kohtaan sekä kehittää ratkaisuja, jotka vastaavat paremmin asiakkaiden tarpeisiin.

Asiakassuhteet – arvioi nykytilaa

1. Onko yritys määritellyt keinot asiakkaiden hankkimiseksi?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko yritys säännöllisessä vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Analysoiko yritys asiakaskäyttäytymistä?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko asiakassuhteet määritellyt asiakkaan tarpeiden mukaisesti?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko asiakaspohjaan liittyvät riskit kartoitettu?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

Keskeiset havainnot

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Kanavat

Kanavat kuvaavat sitä, miten yritys tavoittaa asiakkaansa sekä toimittaa arvolutauksensa asiakkaiden saataville. Kanavat muodostavat yhteyden yrityksen ja asiakkaan välille, ja niiden kautta asiakkaat saavat tietoa tuotteista ja palveluista, tekevät ostopäätöksiä sekä käyttävät yrityksen tarjoamia ratkaisuja.

Kanaviin voivat kuulua esimerkiksi verkkokaupat, fyysiset myyntipaikat, jälleenmyyjät, digitaaliset alustat, sosiaalinen media, suoramyynti, jakelukumppanit tai asiakaspalvelukanavat. Kanavat voivat liittyä

markkinointiin, myyntiin, jakeluun tai asiakastukeen, ja niiden toimivuus vaikuttaa merkittävästi asiakkaiden kokemukseen yrityksestä.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille oikeiden kanavien valinta on tärkeää, sillä ne vaikuttavat suoraan asiakkaiden tavoittamiseen, liiketoiminnan näkyvyyteen sekä asiakashankinnan tehokkuuteen. Kanavavalinnat voivat myös vaikuttaa liiketoiminnan kustannuksiin, skaalautuvuuteen ja kilpailukykyyn.

Kanavat – arvioi nykytilaa

1. Onko yritys löytänyt tehokkaita kanavia asiakkaiden tavoittamiseksi?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko kanavat valittu yrityksen tavoitteiden mukaan?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko yritys selvittänyt, mitä kanavia asiakkaat haluavat käyttää yhteydenpidossa?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko yritys testannut erilaisia markkinointikanavia?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko kanavien kustannustehokkuus selvitetty?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

Keskeiset havainnot

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Asiakasryhmät

Asiakasryhmät kuvaavat niitä asiakkaita ja käyttäjäryhmiä, joille yritys tuottaa arvoa tuotteidensa tai palveluidensa avulla. Asiakasryhmien tunnistaminen auttaa yritystä ymmärtämään, kenelle ratkaisuja kehitetään, millaisia tarpeita asiakkailla on sekä millaisia odotuksia ja käyttäytymismalleja eri asiakasryhmiin liittyy.

Asiakasryhmät voivat koostua esimerkiksi kuluttajista, yritysasiakkaista, julkisista toimijoista tai muista käyttäjäryhmistä. Eri asiakasryhmillä voi olla erilaisia tarpeita, ostokäyttäytymistä, maksuhalukkuutta ja odotuksia tuotteita tai palveluita kohtaan. Tämän

vuoksi yrityksen on tärkeää tunnistaa, mitkä asiakasryhmät ovat liiketoiminnan kannalta keskeisimpiä ja kenelle yrityksen arvolutaus tuottaa eniten lisäarvoa.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille asiakasryhmien määrittely on tärkeää, sillä resurssit ovat usein rajallisia eikä kaikkia mahdollisia asiakkaita voida tavoitella samanaikaisesti. Selkeä ymmärrys asiakasryhmistä auttaa kohdentamaan markkinointia, tuotekehitystä, viestintää ja liiketoiminnan kehittämistä tehokkaammin.

Asiakasryhmät – arvioi nykytilaa

1. Onko tärkeimmät asiakasryhmät tunnistettu?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko asiakassegmentit määritelty?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Tunnistetaanko asiakas, jolle tuote/palvelu tuottaa eniten arvoa?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko yrityksellä mittareita, joilla seurataan asiakastytyvääisyyttä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko yrityksellä mittareita, joilla seurataan asiakasuskollisuutta?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

Keskeiset havainnot

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Kulurakenne

Kulurakenne kuvaa liiketoiminnan keskeisiä kustannuksia sekä sitä, miten kustannukset muodostuvat eri liiketoiminnan osa-alueilla. Kulurakenne liittyy läheisesti yrityksen ydintoimintoihin, avainresursseihin, kumppaneihin sekä valittuun liiketoimintamalliin. Sen avulla voidaan arvioida, millaiset kustannukset ovat liiketoiminnan kannalta merkittävimpiä ja miten ne vaikuttavat yrityksen kannattavuuteen ja kilpailukykyyn.

Kustannuksia voivat muodostaa esimerkiksi henkilöstö, tuotanto, materiaalit, logistiikka, markkinointi, teknologia, tilat, energia, jakelu tai ulkopuoliset palvelut.

Yrityksen kulurakenne voi painottua eri tavoin riippuen siitä, perustuuko liiketoiminta esimerkiksi tuotantoon, palveluihin, digitaalisiin ratkaisuihin tai verkostomaiseen toimintaan.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille kulurakenteen ymmärtäminen on tärkeää, sillä rajalliset resurssit korostavat kustannusten hallinnan merkitystä. Kustannusrakenteen analysointi auttaa tunnistamaan liiketoiminnan kriittisiä kustannuksia, arvioimaan resurssien tehokasta käyttöä sekä löytämään mahdollisuuksia toiminnan kehittämiseen ja kustannusten optimointiin.

Kulurakenne – arvioi nykytilaa

1. Onko liiketoiminnan kustannusrakenne määritelty?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Tunnettaanko ydintoimintojen kulurakenne?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Tiedetäänkö avainresurssien kustannukset?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko resurssien käyttöä optimoitu kustannusrakennetta hyödyntäen?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko tarpeettomia kuluja kartoitettu systemaattisesti?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

Keskeiset havainnot

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Tulovirrat

Tulovirrat kuvaavat sitä, mistä yrityksen liiketoiminnan tulot syntyvät ja millä tavalla asiakkaat maksavat yrityksen tuotteista tai palveluista. Tulovirrat muodostavat liiketoiminnan taloudellisen perustan, ja niiden avulla voidaan arvioida liiketoiminnan kannattavuutta, kasvupotentiaalia ja pitkän aikavälin kestävyyttä.

Tulovirrat voivat perustua esimerkiksi tuotteiden tai palveluiden myyntiin, käyttö- tai lisenssimaksuihin, tilausmalleihin, jäsenyyksiin, provisioihin, mainostuloihin tai muihin ansaintamalleihin. Yrityksellä voi olla yksi

keskeinen tulonlähde tai useita rinnakkaisia tulovirtoja, jotka täydentävät toisiaan ja vähentävät liiketoiminnan riippuvuutta yksittäisestä asiakasryhmästä tai markkinasta.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille on tärkeää tunnistaa, mistä asiakkaat ovat valmiita maksamaan sekä miten hyvin yrityksen ansaintamalli tukee liiketoiminnan tavoitteita. Tulovirtojen tarkastelu auttaa arvioimaan myös hinnoittelua, asiakkaiden maksuhalukkuutta sekä liiketoiminnan skaalautuvuutta.

Tulovirrat – arvioi nykytilaa

1. Onko asiakkaiden maksuvalmius tuotteista/palveluista tunnistettu?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko määritelty, mistä asiakas tällä hetkellä maksaa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko ansaintamalli määritelty?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko tuotteiden/palveluiden hinnoittelumalli määritelty?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko hinnoittelumalli selkeä ja läpinäkyvä?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

Keskeiset havainnot

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Tuotteen ja palvelun suunnittelu

Tuotteen ja palvelun suunnittelu -osio tarkastelee sitä, miten ympäristönäkökohdat huomioidaan jo liiketoiminnan ja tuotteen suunnitteluvaiheessa. Tässä vaiheessa tehdään usein ratkaisuja, joilla on merkittävä vaikutus tuotteen tai palvelun koko elinkaaren aikaiseen ympäristökuormitukseen, resurssien käyttöön sekä mahdollisiin terveys- ja turvallisuusvaikutuksiin.

Suunnitteluvaiheessa voidaan vaikuttaa esimerkiksi materiaalivalintoihin, energiankulutukseen, tuotteen kestävytyteen, kierrätettävyyteen, korjattavuuteen sekä tuotannon resurssitehokkuuteen. Samalla voidaan tunnistaa toimintaan liittyviä ympäristöriskejä

ja varmistaa, että liiketoiminta huomioi keskeiset ympäristölainsäädännön vaatimukset sekä muut vastuullisuuteen liittyvät odotukset.

Erityisesti startup- ja alkuvaiheen yrityksille ympäristönäkökulmien huomioiminen jo suunnitteluvaiheessa on tärkeää, sillä myöhemmässä vaiheessa tehtävät muutokset voivat olla huomattavasti vaikeampia ja kalliimpia toteuttaa. Varhainen tarkastelu auttaa tunnistamaan kehityskohteita, vähentämään ympäristöhaittoja sekä rakentamaan liiketoimintaa, joka vastaa paremmin tulevaisuuden markkina- ja sääntelyvaatimuksiin.

Tuotteen ja palvelun suunnittelu-arvioi nykytilaa

1. Onko mahdolliset vaikutukset luontoon, ilmastoon, ihmisten terveyteen ja elinolosuhteisiin määritelty?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko toiminnan ympäristöriskit tunnistettu ja näihin varauduttu?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Tunteeko henkilöstö yrityksen liiketoiminnan ympäristönäkökohdat?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Tunnettaanko yrityksessä omaan toimintaan olennaisesti liittyvä ympäristölainsäädäntö?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Tunnistetaanko yrityksessä aktiivisesti ympäristövaikutusten kehittämiskohteita?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Tuotanto

Tuotanto-osio tarkastelee liiketoiminnan tuotanto- ja valmistusprosessien ympäristövaikutuksia sekä resurssien käyttöä. Tarkastelun kohteena ovat erityisesti materiaalien, energian ja veden kulutus, jätteiden ja sivuvirtojen syntyminen sekä tuotannon vaikutukset lähiympäristöön. Tuotantovaiheella voi olla merkittävä vaikutus tuotteen tai palvelun koko elinkaaren aikaiseen ympäristökuormitukseen.

Tuotantoprosessien ympäristövaikutukset voivat liittyä esimerkiksi korkeaan energiankulutukseen, veden käyttöön, päästöihin, jätteisiin, meluun, hajuihin tai maaperään ja pohjaveteen kohdistuviin vaikutuksiin.

Toisaalta tuotannon kehittämällä voidaan parantaa resurssitehokkuutta, vähentää materiaalihävikkiä, lisätä kiertotalousratkaisuja sekä pienentää liiketoiminnan ympäristöjalanjälkeä.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille tuotantoprosessien ympäristönäkökulmien tarkastelu on tärkeää, sillä tuotantoratkaisut vaikuttavat usein suoraan kustannuksiin, kilpailukykyyn ja liiketoiminnan skaalautuvuuteen. Varhaisessa vaiheessa tehtävät ratkaisut voivat myös helpottaa tuleviin ympäristövaatimuksiin, sertifiointeihin ja asiakkaiden vastuullisuusodotuksiin vastaamista.

Tuotanto- arvioi nykytilaa

1. Kuluttaako valmistusprosessi paljon materiaalia, vettä tai energiaa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko valmistusprosessiin tarvittavan materiaalin, veden ja energian määrä pyritty aktiivisesti vähentämään tai uudelleen hyödyntämään?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Syntykö valmistusprosessissa paljon jätettä tai sivuvirtoja?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko valmistusprosessissa syntyviä jätevirtoja pyritty aktiivisesti vähentämään?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko tuotteelle tehty elinkaariarviointia (LCA) tai onko tuotteella ekologistia merkintöjä ja sertifikaatteja?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

6. Onko tuotannolla vaikutuksia lähiympäristöön (melu, haju, maaperä, pohjavesi)?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Materiaalit ja hankinnat

Materiaalit ja hankinnat -osio tarkastelee liiketoiminnassa käytettävien raaka-aineiden, materiaalien, pakkausten ja hankintojen ympäristövaikutuksia. Tarkastelun keskiössä ovat erityisesti materiaalien alkuperä, uusiutuvuus, kierrätettävyyden, resurssitehokkuus sekä hankintaketjujen vastuullisuus. Materiaalivalinnoilla voi olla merkittävä vaikutus tuotteen tai palvelun koko elinkaaren aikaiseen ympäristökuormitukseen.

Raaka-aineisiin ja hankintoihin liittyvät ympäristövaikutukset voivat syntyä esimerkiksi luonnonvarojen käytöstä, energiankulutuksesta, päästöistä, kuljetuksista tai materiaalien heikosta kierrätettävyydestä. Yritys voi vaikuttaa näihin vaikutuksiin muun muassa

suosimalla uusiutuvia tai kierrätettäviä materiaaleja, vähentämällä materiaalihävikkiä sekä asettamalla hankinnoille ympäristökriteereitä.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille materiaalien ja hankintojen tarkastelu on tärkeää, sillä varhaisessa vaiheessa tehtävät materiaalivalinnat voivat vaikuttaa merkittävästi liiketoiminnan kustannuksiin, ympäristövaikutuksiin, kilpailukykyyn ja mahdollisuuksiin vastata tulevaisuuden vastuullisuusvaatimuksiin. Lisäksi asiakkaiden, sijoittajien ja yhteistyökumppaneiden kiinnostus toimitusketjujen vastuullisuuteen kasvaa jatkuvasti.

Materiaalit ja hankinnat- arvioi nykytilaa

1. Onko tarvittavien raaka-aineiden ja välituotteiden ympäristövaikutukset tunnistettu?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Käytetäänkö tuotannossa ja liiketoiminnassa laajasti uusiutuvia raaka-aineita tai materiaaleja?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Kierrätetäänkö materiaalihävikki mahdollisimman tehokkaasti?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko tuotteella pakkaus ja voidaanko se kierrättää?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko pakkaus valmistettu biohajoavista materiaaleista?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

6. Onko hankinnoille asetettu ympäristökriteereitä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Käyttöarvo

Käyttöarvo-osio tarkastelee tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksia asiakkaan näkökulmasta sekä sitä, millaista hyötyä ratkaisu tuottaa koko käyttöikänsä aikana. Tarkastelun kohteena ovat erityisesti tuotteen käyttöikä, kestävyys, korjattavuus, tehokkuus sekä mahdollisuudet lisätä tuotteen arvoa ilman merkittäviä uusia ympäristövaikutuksia.

Tuotteen käyttöarvoon liittyvät ratkaisut vaikuttavat merkittävästi siihen, kuinka pitkään tuotetta voidaan käyttää, kuinka paljon resursseja sen käyttö kuluttaa ja millaisia ympäristövaikutuksia käytön aikana syntyy.

Pitkä käyttöikä, hyvä huollettavuus, päivitettävyyys ja monikäyttöisyys voivat vähentää uusien tuotteiden tarvetta sekä pienentää luonnonvarojen kulutusta ja jätteen syntymistä.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille käyttöarvon tarkastelu on tärkeää, sillä asiakkaiden kiinnostus pitkäikäisiin, laadukkaisiin ja ympäristön kannalta kestäviin ratkaisuihin kasvaa jatkuvasti. Käyttöarvon kehittäminen voi myös parantaa yrityksen kilpailukykyä, asiakastyytyväisyyttä ja mahdollisuuksia erottautua markkinoilla.

Käyttöarvo- arvioi nykytilaa

1. Onko tuotteen ympäristövaikutuksista saatavilla kattavasti tietoa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko tuotteella vähintään yhtä pitkä käyttöikä kuin vastaavilla tuotteilla?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko tuotteen ympäristövaikutuksellinen kilpailu- asema määritelty verrattuna vastaaviin tuotteisiin?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Voidaanko käyttöarvoa lisätä tuotteen elinkaaren aikana?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Käyttövaihe

Käyttövaihe-osio tarkastelee tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksia sen varsinaisen käytön aikana. Käyttövaihe voi muodostaa merkittävän osan tuotteen koko elinkaaren aikaisista ympäristövaikutuksista, erityisesti silloin, kun tuotteen käyttö kuluttaa paljon energiaa, vettä tai muita resursseja tai aiheuttaa päästöjä ja jätettä.

Tarkastelun kohteena ovat esimerkiksi tuotteen käytön aikainen energiankulutus, materiaalien kuluminen, turvallisuus- ja terveysvaikutukset sekä tuotteen käytettävyys ympäristön näkökulmasta. Lisäksi arvioidaan, kuinka ympäristöystävällinen ratkaisu on verrattuna vaihtoehtoihin tuotteisiin tai toimintamalleihin ja voidaanko käytön aikana syntyviä materiaaleja tai sivuvirtoja hyödyntää myöhemmin uudelleen.

Tuotteen käytön aikaiset vaikutukset voivat liittyä esimerkiksi energiankäyttöön, kemikaaleihin, päästöihin, turvallisuuteen tai tuotteen aiheuttamiin vaikutuksiin käyttäjien terveydelle ja hyvinvoinnille. Myös tuotteen pakkausratkaisut ja niiden ympäristövaikutukset voivat olla keskeinen osa käyttövaiheen kokonaisuutta.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille käyttövaiheen ympäristövaikutusten tunnistaminen on tärkeää, sillä asiakkaat, sijoittajat ja muut sidosryhmät kiinnittävät yhä enemmän huomiota tuotteiden käytön aikaiseen kestävytyteen ja turvallisuuteen. Käyttövaiheen tarkastelu voi myös auttaa tunnistamaan mahdollisuuksia kehittää tuotteita ympäristöystävällisemmiksi ja pitkäikäisemmiksi.

Käyttövaihe- arvioi nykytilaa

1. Onko olemassa vastaavaa tuotetta, joka on ympäristöystävällisempi?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Voidaanko tuotteen käytöstä jäävä aines käyttää myöhemmin?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko tuotteen pakkaamisessa huomioitu ympäristönäkökohdat?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko tuotteen käytössä huomioitava turvallisuus- tai terveysnäkökohtia?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko perusteita kutsua tuotetta ympäristökestäväksi?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Jakelu ja ulkoistaminen

Jakelu ja ulkoistaminen -osio tarkastelee tuotteen tai palvelun toimitusketjun, kuljetusten ja ulkoistettujen toimintojen ympäristövaikutuksia. Tuotteen ympäristövaikutukset eivät synny ainoastaan yrityksen omassa toiminnassa, vaan merkittävä osa vaikutuksista voi muodostua myös toimitusketjuissa, logistiikassa, varastoinnissa sekä ulkopuolisten toimijoiden toteuttamissa prosesseissa.

Jakeluun liittyvät ympäristövaikutukset voivat syntyä esimerkiksi kuljetuksista, polttoaineiden käytöstä, energiankulutuksesta, päästöistä, pakkaamisesta tai toimitusketjun materiaalivirroista. Ulkoistamisen

osalta ympäristövaikutuksiin vaikuttavat muun muassa alihankkijoiden toimintatavat, tuotantomenetelmät, energiankäyttö sekä ympäristökriteerien huomioiminen osana hankinta- ja yhteistyöprosesseja.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille toimitusketjujen ja ulkoistettujen toimintojen tarkastelu on tärkeää, sillä yrityksen oma ympäristövaikutus voi muodostua suurelta osin myös kumppaneiden toiminnasta. Toimitusketjujen vastuullisuus voi vaikuttaa merkittävästi yrityksen kilpailukykyyn, asiakkaiden luottamukseen sekä mahdollisuuksiin vastata tulevaisuuden sääntely- ja raportointivaatimuksiin.

Jakelu ja ulkoistaminen- arvioi nykytilaa

1. Onko tuotteen jakeluun tarvittavien kuljetusten ympäristövaikutukset tunnistettu?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko tuotteen jakelussa painotettu uusiutuvan energian käyttöä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Syntykö toimitusketjussa merkittäviä määriä jätettä tai päästöjä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko toimitusketjussa syntyvien jätteiden ja päästöjen määrää pyritty aktiivisesti pienentämään?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko tuotannon osaprosessien ulkoistamiselle asetettu ympäristökriteereitä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Elinkaaren loppuvaihe ja sivuvirrat

Elinkaaren loppuvaihe ja sivuvirrat -osio tarkastelee sitä, mitä tuotteelle tai palvelulle tapahtuu sen käyttöiän päättyessä sekä miten toiminnassa syntyviä jäte- ja sivuvirtoja voidaan hyödyntää osana resurssitehokasta ja kiertotalouteen perustuvaa toimintaa. Tuotteen elinkaaren loppuvaiheella voi olla merkittävä vaikutus sen kokonaisympäristövaikutuksiin, erityisesti silloin, kun tuotteita ei voida kierrättää, käyttää uudelleen tai hyödyntää materiaalina tai energiana.

Sivuvirroilla tarkoitetaan tuotannon, käytön tai muiden prosessien yhteydessä syntyviä materiaaleja tai aineita, jotka eivät ole varsinaisia päätuotteita mutta joilla voi olla hyödyntämispotentiaalia muussa käytössä. Sivuvirtojen tehokas hyödyntäminen voi vähentää jätteen määrää, pienentää luonnonvarojen

käyttöä sekä luoda uusia liiketoimintamahdollisuuksia esimerkiksi kiertotalouden ratkaisuihin.

Tarkastelun kohteena ovat esimerkiksi tuotteen kierrätettävyyden, materiaalien uudelleenkäytön, kriittisten raaka-aineiden hyödyntäminen, jätteiden loppusijoituksen vaikutukset sekä mahdollisuudet suljettuihin materiaalikiertoihin. Lisäksi voidaan arvioida, syntykö toiminnassa sivuvirtoja, joille voisi löytyä hyödyntäjiä tai uusia käyttökohteita.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille elinkaaren loppuvaiheen huomioiminen on tärkeää, sillä kiertotalouteen ja resurssitehokkuuteen liittyvät ratkaisut voivat tulevaisuudessa muodostaa merkittävän kilpailuedun sekä auttaa vastaamaan kiristyneisiin ympäristövaatimuksiin ja asiakkaiden vastuullisuusodotuksiin.

Elinkaaren loppuvaihe ja sivuvirrat- arvioi nykytilaa

1. Voidaanko jäte-/sivuvirta hyödyntää taloudellisesti järkevästi?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko tuotteen sivuvirralla hyödyntäjiä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko tuotteessa vältetty kriittisten ja vaikeasti kierrätettävien raaka-aineiden käyttöä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko tuotteen loppuvaiheen haitallisia ympäristövaikutuksia pyritty ehkäisemään?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko tuotteen kierrätysprosessissa tehty toimia suljetumpiin kiertoihin?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:

Ympäristövaikutukset ja ympäristöhyödyt

Ympäristöllinen kestävyys –Canvasin kaksi viimeistä osa-aluetta kokoavat yhteen aiemmissa osioissa

tunnistetut vaikutukset. Niitä tarkastellaan avoimilla kysymyksillä.



Ympäristövaikutukset

Toiminnan, tuotteiden ja palveluiden mahdolliset kielteiset vaikutukset ympäristöön.

Mitkä ovat liiketoiminnasta aiheutuvat merkittävimmät kielteiset ympäristövaikutukset?

Missä elinkaaren vaiheissa ne syntyvät, ja miten niitä voidaan vähentää?



Ympäristöhyödyt

Toiminnan, tuotteiden ja palveluiden mahdolliset myönteiset vaikutukset ympäristöön.

Mitä ympäristöhyötyjä liiketoiminta voi tuottaa?

Vähentääkö se luonnonvarojen käyttöä, päästöjä tai jätettä verrattuna vaihtoehtoihin ratkaisuihin?

KIRJAA KESKEISET HAVAINNOT

Mitkä ympäristövaikutukset ja -hyödyt ovat liiketoiminnan kannalta olennaimpia?

Mitä tietoa tarvitaan niiden arvioimiseksi tai todentamiseksi?



Paikallisyhteisöt

Paikallisyhteisöt-osio tarkastelee sitä, miten yrityksen toiminta vaikuttaa niihin ihmisiin, yhteisöihin ja alueisiin, joissa yritys toimii. Yrityksen vaikutukset eivät rajoitu ainoastaan asiakkaisiin ja omistajiin, vaan toiminnalla voi olla merkittäviä vaikutuksia myös paikalliseen elinvoimaan, työllisyyteen, yhteistyöverkostoihin, hyvinvointiin ja alueen kehitykseen.

Yritys voi vaikuttaa paikallisyhteisöihin esimerkiksi työllistämisen, paikallisten hankintojen, yhteistyön, palveluiden saatavuuden tai alueellisen näkyvyyden kautta. Toisaalta toiminnalla voi olla myös kielteisiä vaikutuksia esimerkiksi ympäristöön, turvallisuuteen, viihtyvyyteen tai alueelliseen tasa-arvoon. Tämän vuoksi yrityksen on tärkeää tunnistaa ne yhteisöt ja toimijat, joihin sen toiminta vaikuttaa, sekä arvioida

vaikutuksia aktiivisesti osana liiketoiminnan kehittämistä.

Paikallisyhteisöihin liittyvä tarkastelu korostuu erityisesti yrityksissä, joiden toiminta on vahvasti sidoksissa tiettyyn alueeseen, paikallisiin resursseihin tai alueellisiin verkostoihin. Yhteistyö paikallisten toimijoiden kanssa voi vahvistaa yrityksen hyväksyttävyyttä, lisätä luottamusta sekä tukea pitkäjänteistä ja vastuullista liiketoimintaa.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille paikallisyhteisöjen huomioiminen voi tarjota mahdollisuuksia rakentaa vahvoja verkostoja, kehittää yhteistyötä ja vahvistaa yrityksen yhteiskunnallista hyväksyttävyyttä jo liiketoiminnan alkuvaiheessa.

Paikallisyhteisöt- arvioi nykytilaa

1. Onko yritys tunnistanut paikallisyhteisöt, joihin sen toiminta vaikuttaa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Kommunikoiko yritys erilaisten paikallisyhteisöjen kanssa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko yritys huomionnut, miten sen toiminta vaikuttaa paikallisyhteisöihin?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Tekeekö yritys yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Pyrkiikö yritys vahvistamaan paikallisyhteisöjen elinvoimaisuutta (esim. hyödyntämällä paikallisia alihankkijoita tai tukemalla paikallisia tapahtumia)?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Töiden organisointi

Töiden organisointi -osio tarkastelee sitä, miten yrityksen toiminta, päätöksenteko ja johtaminen on järjestetty sekä miten nämä tukevat vastuullista, avointa ja tavoitteellista liiketoimintaa. Yrityksen toimintatavat, johtamiskulttuuri ja vastuunjako vaikuttavat merkittävästi siihen, kuinka hyvin organisaatio pystyy toteuttamaan tavoitteitaan, hallitsemaan riskejä ja huomioimaan eri sidosryhmien tarpeita.

Tarkastelun kohteena ovat erityisesti päätöksenteon avoimuus, vastuiden selkeys, tiedonkulku, eettiset toimintaperiaatteet sekä sidosryhmien huomioiminen osana yrityksen toimintaa. Hyvin organisoitu työ ja

selkeät johtamiskäytännöt voivat vahvistaa henkilöstön sitoutumista, lisätä toiminnan läpinäkyvyyttä sekä parantaa yrityksen kykyä reagoida muutoksiin ja kehittää toimintaansa pitkäjänteisesti.

Yrityksen toimintakulttuuri ja johtamisen käytännöt muodostuvat usein jo liiketoiminnan alkuvaiheessa. Erityisesti startup- ja kasvuyrityksissä töiden organisointi voi muuttua nopeasti yrityksen kasvaessa, minkä vuoksi toimintatapojen, vastuiden ja viestinnän selkeys korostuvat. Samalla avoin ja osallistava toimintakulttuuri voi tukea innovointia, yhteistyötä ja vastuullisuuden integroimista osaksi päivittäistä toimintaa.

Töiden organisointi-arvioi nykytilaa

1. Onko yrityksen päätöksenteko avointa ja dokumentoitua?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko vastuuroolit yrityksen johtamisessa selkeästi määriteltä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Tiedotetaanko sidosryhmille aktiivisesti tärkeistä päätöksistä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Tukeeko töiden organisointi yrityksen tavoitteiden saavuttamista?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko yrityksellä selkeät toimintaperiaatteet tai eettinen ohjeistus (esim. korruption vastaisuus, yhdenvertaisuus)?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Työntekijät

Työntekijät-osio tarkastelee yrityksen henkilöstöön liittyviä käytäntöjä, työoloja ja toimintatapoja sekä sitä, miten yritys huolehtii työntekijöidensä hyvinvoinnista, turvallisuudesta ja osaamisen kehittämisestä. Työntekijät ovat keskeinen osa yrityksen toimintaa, ja heidän osaamisensa, motivaationsa ja työhyvinvointinsa vaikuttavat suoraan yrityksen toiminnan laatuun, tuottavuuteen ja kykyyn kehittyä.

Sosiaalisen kestävyyden näkökulmasta keskeisiä teemoja ovat esimerkiksi työhyvinvointi, työtyytyväisyys, yhdenvertaisuus, osallistavuus, työterveys ja turvallisuus sekä mahdollisuudet osaamisen kehittämiseen. Yrityksen toimintakulttuuri, johtamistavat ja työyhteisön ilmapiiri voivat vaikuttaa merkittävästi työntekijöiden sitoutumiseen, hyvinvointiin ja kokeemukseen oikeudenmukaisesta kohtelusta.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksissä työntekijöiden rooli korostuu, sillä pienissä organisaatioissa yksittäisten työntekijöiden osaaminen, joustavuus ja motivaatio voivat olla ratkaisevia liiketoiminnan onnistumisen kannalta. Samalla yrityksen toimintakulttuuri ja henkilöstökäytännöt rakentuvat usein jo alkuvaiheessa, minkä vuoksi niiden tarkastelu on tärkeää osana kestävän liiketoiminnan kehittämistä.

Työntekijöihin liittyvät käytännöt voivat vaikuttaa myös yrityksen houkuttelevuuteen työnantajana, henkilöstön pysyvyyteen sekä yrityksen maineeseen sidosryhmien näkökulmasta. Työhyvinvoinnin ja osallistavan työympäristön tukeminen voi lisäksi vahvistaa innovointia, yhteistyötä ja organisaation kykyä uudistua.

Työntekijät- arvioi nykytilaa

1. Tukeeko yritys työntekijöidensä ammatillista kehitystä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Kerätäänkö työntekijöiltä säännöllisesti palautetta työtyytyväisyydestä ja työhyvinvoinnista?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Pyritäänkö työhyvinvointia ja työtyytyväisyyttä yrityksessä aktiivisesti parantamaan tai ylläpitämään?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Kiinnitetäänkö yrityksessä huomiota työyhteisön monimuotoisuuteen?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Luodaanko yrityksessä osallistavaa työympäristöä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

6. Onko yrityksessä reilut ja turvalliset työolot?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Sosiaalinen arvo

Sosiaalinen arvo tarkoittaa niitä myönteisiä vaikutuksia, joita yrityksen toiminta tuottaa ihmisille, yhteisöille ja yhteiskunnalle taloudellisen arvon lisäksi. Sosiaalinen arvo voi liittyä esimerkiksi hyvinvoinnin, terveyden, osallisuuden, yhdenvertaisuuden, turvallisuuden tai elämänlaadun parantamiseen. Se kuvaa sitä, miten yrityksen tuotteet, palvelut tai toimintatavat vaikuttavat ihmisten arkeen ja yhteiskunnan toimivuuteen laajemmin.

Yrityksen tuottama sosiaalinen arvo voi syntyä esimerkiksi vastuullisista tuotteista ja palveluista, hyvistä työolosuhteista, yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemisesta, paikallisyhteisöjen tukemisesta tai oikeudenmukaisuutta edistävistä toimintatavoista.

Sosiaalinen arvo voi muodostua sekä yrityksen varsinaisesta liiketoiminnasta että tavoista, joilla yritys toimii suhteessa työntekijöihin, asiakkaisiin, yhteistyökumppaneihin ja muihin sidosryhmiin.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille sosiaalisen arvon tunnistaminen on tärkeää, sillä vastuullisuus ja yhteiskunnallinen vaikuttavuus voivat muodostaa merkittävän kilpailutekijän sekä vahvistaa yrityksen uskottavuutta asiakkaiden, sijoittajien ja muiden sidosryhmien näkökulmasta. Sosiaalisen arvon näkyväksi tekeminen voi myös auttaa yritystä kirkastamaan omaa tarkoitustaan, arvolupaustaan ja pitkän aikavälin tavoitteitaan.

Sosiaalinen arvo- arvioi nykytilaa

1. Onko sosiaalinen arvo yksi yrityksen menestystekijöistä?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko määritelty, mitä sosiaalinen vastuu yrityksessä tarkoittaa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko yritys tunnistanut keskeisiä riskejä, joita se kohtaa sosiaalisessa toimintaympäristössään?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko yritys kiinnittänyt huomiota oikeudenmukaisuuden edistämiseen?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Kehittääkö yritys aktiivisesti sosiaalisesti vastuullisia käytäntöjä?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Yhteiskunta ja kulttuuri

Yhteiskunta ja kulttuuri -osio tarkastelee sitä, miten yrityksen toiminta vaikuttaa ympäröivään yhteiskuntaan, kulttuuriin ja yhteiskunnallisiin rakenteisiin. Yritysten toiminta ei tapahdu irrallaan yhteiskunnasta, vaan liiketoiminta on jatkuvassa vuorovaikutuksessa paikallisten arvojen, normien, toimintatapojen, instituutioiden ja kulttuuristen käytäntöjen kanssa.

Yrityksen vaikutukset yhteiskuntaan voivat liittyä esimerkiksi yhdenvertaisuuteen, oikeudenmukaisuuteen, demokratiaan, osallisuuteen, kulttuuriseen monimuotoisuuteen tai paikallisten yhteisöjen toimintamahdollisuuksiin. Samalla yrityksen toiminta voi vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen, kulutustottumuksiin, arvoihin ja yhteiskunnallisiin toimintamalleihin pitkällä aikavälillä.

Kulttuuristen ja yhteiskunnallisten vaikutusten tunnistaminen on tärkeää erityisesti silloin, kun yritys toimii erilaisissa toimintaympäristöissä, tekee yhteistyötä erilaisten yhteisöjen kanssa tai kehittää uusia toimintamalleja ja innovaatioita. Yrityksen kyky tunnistaa ja kunnioittaa paikallisia kulttuureja, perinteitä ja yhteiskunnallisia erityispiirteitä voi vahvistaa toiminnan hyväksyttävyyttä, vähentää ristiriitoja sekä tukea vastuullista liiketoimintaa.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille yhteiskunnallisten vaikutusten tarkastelu voi auttaa hahmottamaan liiketoiminnan pitkän aikavälin vaikutuksia sekä tunnistamaan mahdollisuuksia rakentaa liiketoimintaa, joka tuottaa yhteiskunnallista lisäarvoa taloudellisen arvon rinnalla. Samalla voidaan arvioida, miten yrityksen toiminta suhteutuu yhteiskunnallisiin odotuksiin ja kestävyyden tavoitteisiin.

Yhteiskunta ja kulttuuri-arvioi nykytilaa

1. Onko yritys selvittänyt toimintansa ulkoisvaikutuksia yhteiskuntaan?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Tunnistaako ja kunnioittaako yritys paikallisia kulttuureja ja perinteitä?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko yrityksellä ymmärrys, mitkä ovat liiketoiminnan odotettavissa olevat pitkän aikavälin vaikutukset yhteiskuntaan?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Edistääkö yritys yhteiskunnallista oikeudenmukaisuutta, yhdenvertaisuutta tai demokratiaa?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko yrityksellä selkeästi määriteltyjä yhteiskuntavastuuseen liittyviä tavoitteita, jotka ulottuvat lakien ja sopimusten asettamia velvoitteita pidemmälle?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Toiminnan laajuus

Toiminnan laajuus -osio tarkastelee sitä, kuinka laajalle yrityksen sosiaaliset vaikutukset ulottuvat ja ketkä eri toimijat hyötyvät yrityksen toiminnasta yhteiskunnallisesti. Yrityksen vaikutukset eivät rajoitu ainoastaan asiakkaisiin tai omistajiin, vaan toiminta voi vaikuttaa monipuolisesti työntekijöihin, yhteistyökumppaneihin, paikallisyhteisöihin, viranomaisiin, järjestöihin ja muihin sidosryhmiin.

Toiminnan laajuuden tarkastelu liittyy erityisesti yrityksen kykyyn tunnistaa ja huomioida erilaisia sidosryhmiä sekä ymmärtää niiden odotuksia, tarpeita ja näkökulmia. Mitä laajempi vaikutus yrityksen toiminnalla on, sitä tärkeämpää on arvioida, miten vastuullisesti ja läpinäkyvästi toimintaa kehitetään suhteessa eri toimijoihin.

Yrityksen sosiaalinen vaikuttavuus voi näkyä esimerkiksi hyvinvoinnin lisääntymisenä, osaamisen vahvistumisena, uusina yhteistyömahdollisuuksina, yhdenvertaisuuden edistämisenä tai yhteiskunnallisten haasteiden ratkaisemisena. Samalla yrityksen on tärkeää tunnistaa myös mahdolliset kielteiset vaikutukset sekä arvioida, miten toiminta vaikuttaa eri sidosryhmiin lyhyellä ja pitkällä aikavälillä.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille sidosryhmien tunnistaminen ja osallistaminen voi tarjota arvokasta tietoa liiketoiminnan kehittämiseen, auttaa rakentamaan luottamusta sekä vahvistaa yrityksen yhteiskunnallista hyväksyttävyyttä. Sidosryhmien aktiivinen osallistaminen voi myös tukea innovointia, lisätä toiminnan läpinäkyvyyttä ja vahvistaa yrityksen kykyä tunnistaa uusia kehittymismahdollisuuksia.

Toiminnan laajuus- arvioi nykytilaa

1. Onko yritys tunnistanut sidosryhmänsä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko yrityksessä ymmärrys, mitä eri sidosryhmät yritykseltä odottavat?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Osallistetaanko sidosryhmiä yrityksen päätöksentekoprosesseissa?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko yrityksellä toimintatapoja tavoittaa laajasti eri sidosryhmät?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Tavoitteleeeko yritys laajempaa sosiaalista vaikutavuutta?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Loppukäyttäjät

Loppukäyttäjät-osio tarkastelee niitä ihmisiä tai ryhmiä, jotka käyttävät yrityksen tuotteita tai palveluita ja saavat niistä suoran hyödyn. Loppukäyttäjien tarpeiden, kokemusten ja käyttäytymisen ymmärtäminen on keskeinen osa asiakaslähtöistä ja vastuullista liiketoimintaa, sillä tuotteiden ja palveluiden todellinen arvo muodostuu vasta niiden käytössä.

Yrityksen toiminnan sosiaalinen kestävyys liittyy myös siihen, miten hyvin tuotteet ja palvelut vastaavat käyttäjien tarpeisiin, tukevat hyvinvointia ja tarjoavat turvallisia, saavutettavia ja toimivia ratkaisuja erilaisille käyttäjäryhmille. Loppukäyttäjien kokemukset voivat tarjota tärkeää tietoa siitä, miten tuotteita, palveluita ja toimintatapoja voidaan kehittää edelleen.

Tarkastelun kohteena ovat esimerkiksi asiakkaiden käyttökokemukset, palautteen kerääminen, käyttäjien osallistaminen sekä yrityksen kyky reagoida asiakkaiden tarpeisiin ja odotuksiin. Asiakaspalautteen aktiivinen hyödyntäminen voi auttaa tunnistamaan kehityskohteita, parantamaan asiakastytyväisyyttä sekä vahvistamaan yrityksen kilpailukykyä.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille loppukäyttäjien ymmärtäminen on tärkeää, sillä liiketoimintamallit, tuotteet ja palvelut ovat usein vielä kehitysvaiheessa. Varhaisessa vaiheessa kerätty käyttäjäkokemus ja palaute voivat auttaa yritystä tunnistamaan tuotteiden toimivuutta, asiakastarpeita ja markkinoiden odotuksia sekä vähentää liiketoimintaan liittyviä riskejä.

Loppukäyttäjät- arvioi nykytilaa

1. Onko yrityksellä ymmärrys, missä tilanteessa asiakkaat käyttävät tuotetta/palvelua?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Mitataanko palvelun tai tuotteen vaikutusta loppukäyttäjän kokemuksen perusteella?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko yrityksellä vaihtoehtoisia kanavia asiakaspalautteen keräämiseksi (esim. sosiaalinen media, muut arviointialustat)?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko asiakaspalaute yritykselle keskeistä liiketoiminnan kehittämisen näkökulmasta?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko yritys muuttanut tai valmis muuttamaan toimintaansa asiakkaiden palautteen perusteella?

☐ Kyllä ☐ Osittain

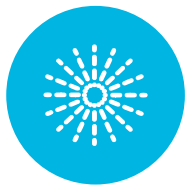
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Sosiaaliset vaikutukset

Sosiaaliset vaikutukset -osio tarkastelee sitä, millaisia vaikutuksia yrityksen toiminnalla on ihmisiin, yhteisöihin ja yhteiskuntaan laajemmin. Yrityksen toiminta voi vaikuttaa esimerkiksi hyvinvointiin, terveyteen, turvallisuuteen, osallisuuteen, yhdenvertaisuuteen, työelämään ja ihmisten elinolosuhteisiin joko suoraan tai välillisesti koko arvoketjun kautta.

Sosiaaliset vaikutukset voivat olla sekä myönteisiä että kielteisiä. Myönteisiä vaikutuksia voivat olla esimerkiksi uusien työmahdollisuuksien luominen, hyvinvoinnin lisääminen, osaamisen vahvistaminen tai palveluiden saavutettavuuden parantaminen. Kielteiset vaikutukset voivat puolestaan liittyä esimerkiksi eriarvoisuuteen, heikkoihin työoloihin, turvallisuusriskeihin tai siihen, että liiketoiminnan hyödyt jakautuvat epätasaisesti eri ryhmien välillä.

Yrityksen on tärkeää tunnistaa, keihin sen toiminta vaikuttaa ja millaisia vaikutuksia liiketoiminnalla syntyy lyhyellä ja pitkällä aikavälillä. Sosiaalisten vaikutusten arviointi auttaa yritystä tunnistamaan mahdollisia riskejä, kehityskohteita ja vastuullisuuteen liittyviä odotuksia sekä tukee liiketoiminnan pitkäjänteistä kehittämistä.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille sosiaalisten vaikutusten tarkastelu on tärkeää, sillä toimintamallit, tuotteet ja palvelut voivat muuttaa ihmisten käyttäytymistä, toimintatapoja ja arkea merkittävästi jo varhaisessa vaiheessa. Samalla yritys voi rakentaa toimintatapoja, jotka tukevat vastuullista kasvua ja vahvistavat yrityksen yhteiskunnallista hyväksyttävyyttä.

Sosiaaliset vaikutukset- arvioi nykytilaa

1. Onko yrityksen toiminnan sosiaaliset vaikutukset tunnistettu?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Onko toiminnalla vaikutuksia ihmisten hyvinvointiin tai elinolosuhteisiin?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Onko mahdollisia negatiivisia sosiaalisia vaikutuksia arvioitu?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Onko yritys tunnistanut toimintansa keskeiset sidosryhmät?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Arvioidaanko sosiaalisia vaikutuksia osana toiminnan kehittämistä?

- ☐ Kyllä ☐ Osittain
☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:



Sosiaaliset hyödyt

Sosiaaliset hyödyt -osio tarkastelee niitä myönteisiä vaikutuksia, joita yrityksen toiminta tuottaa ihmisille, yhteisöille ja yhteiskunnalle. Sosiaalisilla hyödyillä tarkoitetaan esimerkiksi hyvinvoinnin lisääntymistä, terveyden edistämistä, osallisuuden vahvistumista, yhdenvertaisuuden tukemista tai muiden yhteiskunnallisten hyötyjen syntymistä yrityksen toiminnan seurauksena.

Yrityksen tuotteet, palvelut ja toimintatavat voivat tuottaa hyötyä monille eri sidosryhmille, kuten asiakkaille, työntekijöille, paikallisyhteisöille ja yhteistyökumppaneille. Sosiaaliset hyödyt voivat liittyä esimerkiksi parempaan elämänlaatuun, uusien mahdollisuuksien syntymiseen, osaamisen kehittämiseen, saavutettavuuden parantumiseen tai yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemiseen.

Sosiaalisten hyötyjen tunnistaminen auttaa yritystä ymmärtämään, millaista arvoa liiketoiminta tuottaa taloudellisen hyödyn lisäksi. Samalla se voi vahvistaa yrityksen arvolupausta, kilpailukykyä ja uskottavuutta asiakkaiden, sijoittajien ja muiden sidosryhmien näkökulmasta. Sosiaalinen lisäarvo voi myös muodostua keskeiseksi osaksi yrityksen identiteettiä ja pitkän aikavälin strategiaa.

Startup- ja alkuvaiheen yrityksille sosiaalisten hyötyjen tarkastelu voi auttaa tunnistamaan liiketoiminnan yhteiskunnallista potentiaalia sekä rakentamaan ratkaisuja, jotka vastaavat paremmin yhteiskunnallisiin tarpeisiin ja kestävyyshaasteisiin. Samalla voidaan arvioida, miten yrityksen toimintaa voidaan kehittää niin, että myönteiset vaikutukset vahvistuvat ja laajenevat.

Sosiaaliset hyödyt- arvioi nykytilaa

1. Tuottaako liiketoiminta tunnistettavia sosiaalisia hyötyjä?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

2. Parantaako tuote tai palvelu ihmisten hyvinvointia?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

3. Tukeeko toiminta yhdenvertaisuutta tai saavutettavuutta?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

4. Edistääkö yritys paikallisyhteisöjen hyvinvointia?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

5. Onko sosiaalista lisäarvoa pyritty kehittämään aktiivisesti?

☐ Kyllä ☐ Osittain

☐ Ei ☐ Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa

KESKEISET HAVAINNOT

Vahvuudet:

Kehityskohteet:

Merkittävimmät riskit:

Webropol-ohjelmistolla tehty kestävyysarviointityökalu verkossa

[SUOMEKSI](#)
[IN ENGLISH](#)

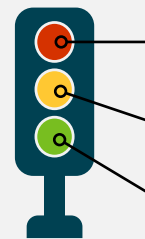
4.3 Liikennevalomalli arvioinnin tulosten tulkintaan

Työkirjan arviointikysymysten vastaukset kootaan jokaisen teeman osalta yksinkertaiseksi liikennevalomalliksi, jonka tarkoituksena on helpottaa tulosten tulkintaa ja keskeisten kehittämiskohteiden tunnistamista.

Arvioinnissa kyllä-vastaukset tulkitaan vahvuuksiksi ja ne näyttävät vihreää valoa liiketoiminnalle. Ei-vastaukset puolestaan osoittavat kehittämistarpeita ja ne merkitään punaisiksi. Mikäli asiaa ei ole vielä arvioitu tai käsitelty yrityksessä, vastaus merkitään harmaaksi, mikä kertoo tiedon tai tarkastelun puutteesta. Osittain-vastaukset sijoittuvat vihreän ja punaisen väliin ja kuvaavat tilannetta, jossa käytäntöjä tai toimintamalleja on jo olemassa, mutta niitä voidaan vielä kehittää.

Liikennevalotulkinta perustuu kunkin teeman arviointikysymysten kokonaisuuteen:

Liikennevalomallin tarkoituksena ei ole antaa tarkkaa pistemäärää tai sertifioida yrityksen toimintaa, vaan tarjota helposti hahmotettava yhteenveto yrityksen nykytilasta. Sen avulla voidaan tunnistaa ne osa-alueet, joihin kehittämistoimenpiteet kannattaa ensisijaisesti kohdentaa.



Kehitystarvetta yli kolmella osa-alueella

Joitakin kehitystarpeita tunnistettu

Kaikki kunnossa



VIHREÄ - KAIKKI KUNNOSSA

Teeman keskeiset asiat ovat pääosin kunnossa eikä merkittäviä kehittämistarpeita tunnistettu. Yrityksellä on olemassa toimintatavat, käytännöt tai prosessit, jotka tukevat kestävää toimintaa kyseisellä osa-alueella.



KELTAINEN - JOITAKIN KEHITYSTARPEITA TUNNISTETTU

Teemassa on havaittavissa yksittäisiä kehittämiskohteita tai osa-alueita, joissa toimintaa voidaan vahvistaa. Kokonaisuus on kuitenkin pääosin hallinnassa.



PUNAINEN - KEHITYSTARPEITA USEILLA OSA-ALUEILLA

Arviointi osoittaa useita merkittäviä kehittämistarpeita. Teema vaatii tarkempaa tarkastelua ja toimenpiteitä, jotta kestävyysliittävät riskit voidaan hallita ja toiminnan edellytyksiä parantaa.



HARMAA - EI RIITTÄVÄSTI TIETOA ARVIOINTIIN

Useisiin kysymyksiin on vastattu "Ei ole pohdittu tätä näkökulmaa". Tällöin ensisijainen kehittämistarve on tiedon kerääminen, nykytilan selvittäminen ja teeman systemaattinen tarkastelu.

5. Lopuksi

Kestävyys ei ole yrityksen muusta toiminnasta irrallinen teema, vaan osa liiketoiminnan kehittämistä, kilpailukykyä ja pitkän aikavälin menestystä. Monet kestävyteen liittyvät ratkaisut syntyvät pienistä käytännön muutoksista, jotka voivat parantaa resurssitehokkuutta, vahvistaa asiakassuhteita, vähentää riskejä ja luoda uutta arvoa yritykselle sekä sen sidosryhmille.

Työkirjan avulla voidaan arvioida yrityksen toimintaa liiketoiminnan, ympäristön ja sosiaalisen vastuun näkökulmista. Arvioinnin tavoitteena ei ole ollut tuottaa täydellistä kestävyysraporttia tai valmiita vastauksia, vaan auttaa tunnistamaan yrityksen nykytilaa, vahvuuksia, kehittämiskohteita sekä tulevaisuuden mahdollisuuksia.

Arvioinnin aikana tunnistetut vahvuudet muodostavat perustan, jonka varaan yritys voi rakentaa tulevaa kehitystytöään. Samalla esiin nousseet kehittämiskohteet auttavat kohdistamaan resursseja niihin asioihin, joilla voidaan saavuttaa suurin vaikutus. Kaikkia havaittuja kehitystarpeita ei tarvitse ratkaista kerralla - tärkeintä on tunnistaa suunta ja ottaa ensimmäiset askeleet eteenpäin.

Arvioinnin jälkeen kannattaa erityisesti pohtia seuraavia kysymyksiä:

- Mitkä ovat yrityksen tärkeimmät vahvuudet kestävyden näkökulmasta?
- Mitkä kehittämiskohteet ovat kaikkein merkityksellisimpiä liiketoiminnan kannalta?
- Mitä toimenpiteitä voidaan toteuttaa seuraavan vuoden aikana?
- Mitä tietoa, osaamista tai yhteistyökumppaneita tarvitaan kehitystyön tueksi?
- Miten kestävyttä voidaan hyödyntää osana yrityksen kasvua, kilpailukykyä ja arvonaluontia?

Kestävä liiketoiminta ei synny yhdessä arvioinnissa eikä valmiissa mallissa. Se rakentuu jatkuvasta oppimisesta, kehittämisestä ja kyvystä tunnistaa muuttuvan toimintaympäristön mahdollisuuksia. Tärkeintä ei ole, missä yritys on tänään, vaan se, että kehityssuunta on oikea.

Lähteet

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.

European Parliament and Council (2022). Directive (EU) 2022/2464 as regards corporate sustainability reporting (CSRD).

European Commission (2023). Commission Delegated Regulation (EU) 2023/2772 as regards sustainability reporting standards (ESRS).

Global Reporting Initiative (GRI) (2021). *GRI Universal Standards*.

IFRS Foundation (2023). *IFRS S1 General Requirements for Disclosure of Sustainability-related Financial Information and IFRS S2 Climate-related Disclosures*.

ISO (2006). *ISO 14040:2006 Environmental management - Life cycle assessment - Principles and framework*.

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. doi:10.1016/j.jclepro.2016.06.067.

Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology: A Proposition in a Design Science Approach*. Doctoral dissertation, University of Lausanne.

Osterwalder, A., Pigneur, Y. & Tucci, C. L. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept. *Communications of the Association for Information Systems*, 16, 1-25. DOI: 10.17705/1CAIS.01601.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.

Schaltegger, S., Hansen, E. G. & Lüdeke-Freund, F. (2016). Business Models for Sustainability: Origins, Present Research, and Future Avenues. *Organization & Environment*, 29(1), 3-10.

Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) (2017). *Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures*.

United Nations (UN) (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*.

Työkalun laatijat ja lisätietoja

Pasi Rikkinen
Professori
+358 29 532 6480
etunimi.sukunimi@luke.fi

Hanna-Maija Karikallio
Tutkimuspäällikkö, erikoistutkija
+358 29 532 2564
etunimi.sukunimi@luke.fi



Euroopan unionin
osarahoittama

Rakennamme hyvinvointia ja kestäväää
tulevaisuutta uusiutuvista luonnonvaroista.



ISBN 978-952-419-220-0 (verkkojulkaisu)
URN <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-419-220-0>