



# Vihreä siirtymä – kohti tuottavuuden arvon- nousua

Suunnittelusta ~~innovaatioihin~~ liiketoimintaan



# Mika Patrakka

Business Development Manager,  
Machinery & Equipment

Over 12 years of experience in  
various design, development and  
management roles

+358 50 406 1763 | [mika.patrakka@elomatic.com](mailto:mika.patrakka@elomatic.com)

*Promoter of sustainable growth | MBA & Ind.  
Designer*



# Esitykseni aiheet

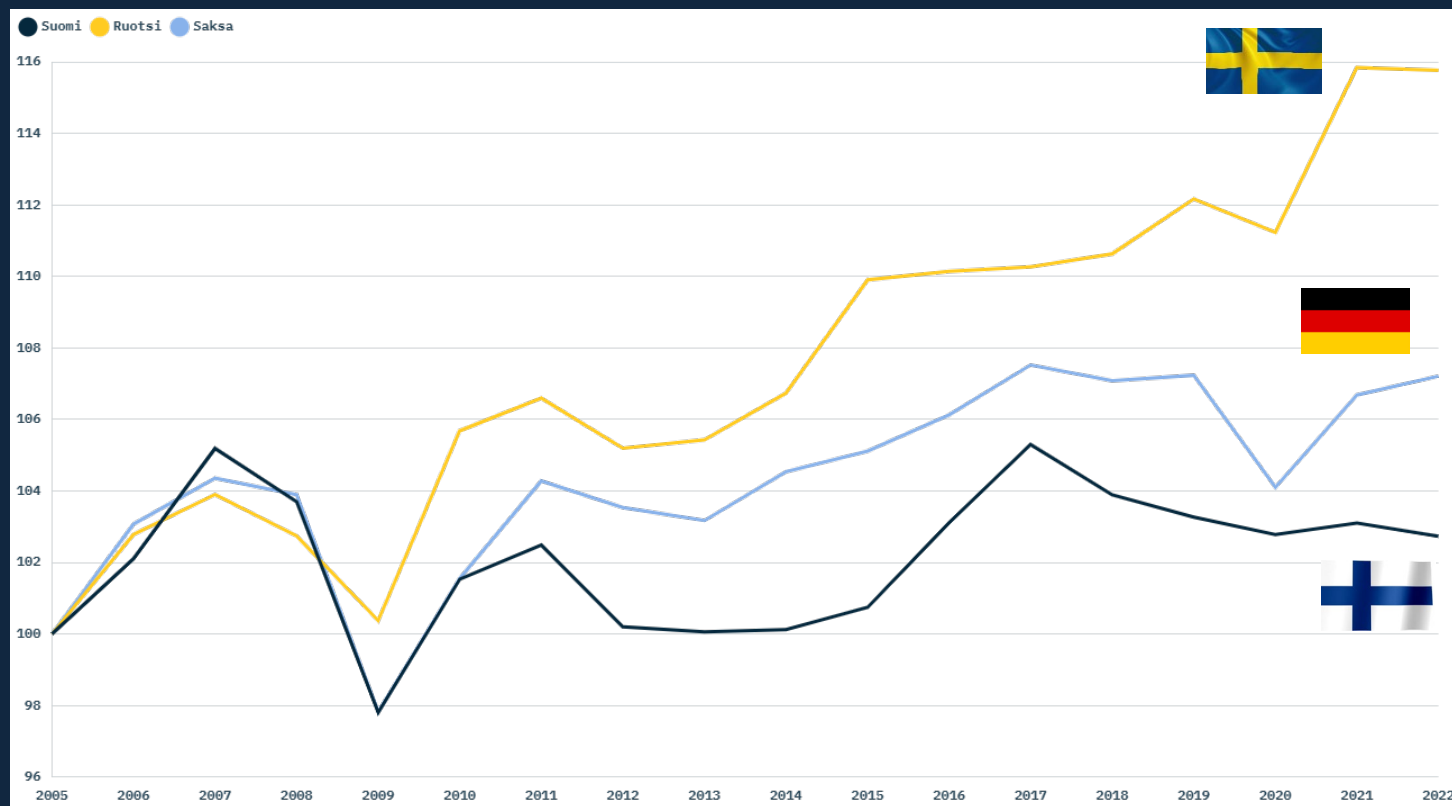
**Arvoketjujen  
"outside of the  
box" suunnittelu**

**Strateginen  
valinta, minimi  
vai mahdollisuus**

**Tuottavuuden  
arvonlisäys  
vaikuttavuudesta**

**Innovaatio-  
kulttuurin  
edistäminen**

# Haasteemme = mahdollisuutemme



## Työn tuottavuus Suomessa ja kilpailijamaissa 2005-2022

<https://ek.fi/tutkittua-tietoa/tietoa-suomen-taloudesta/kilpailukyky/> (12.5.2023)

## Vastaavasti taas

Suomen t&k-menot olivat Tilastokeskuksen mukaan **vuonna 2022** noin 6,9 mrd euroa eli **2,95 % BKT:sta**.

Ruotsi 3,4%  
Saksa 3,1%

**Lisäksi vielä:** Julkisen sektorin menot ovat olleet tuloja suurempia vuodesta 2009 lähtien

**Kiina vuonna 2060 hiilineutraali**  
**USA panostaa sisämarkkinoihin**  
**EU vuonna 2035/50? + regulaatiot**

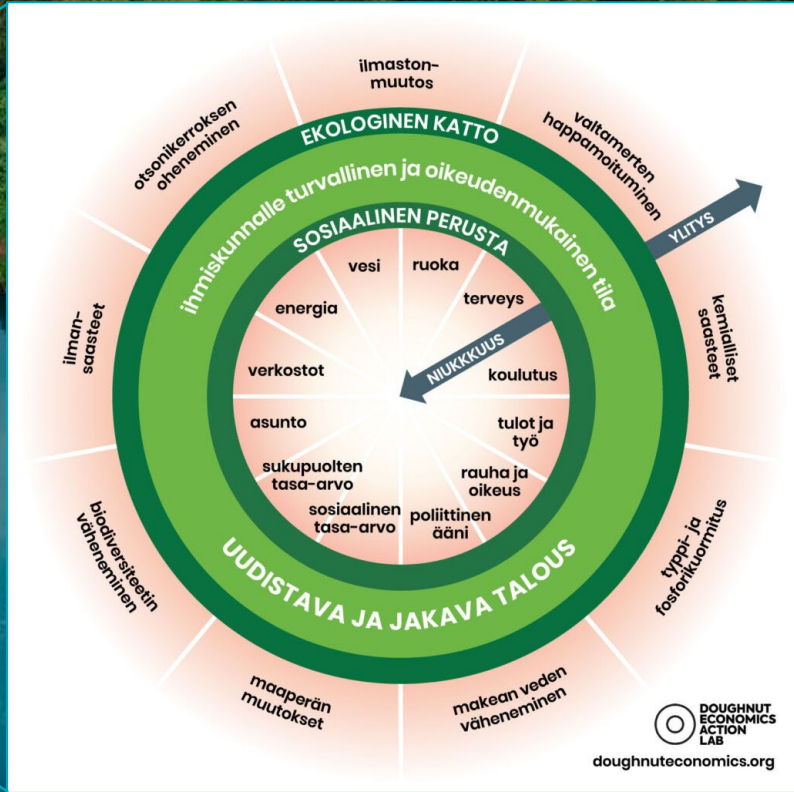
# Talouden rakennemuutos

"Oil & Gas" Economy

Renewable Economy

RwE

O&G



7000m\$

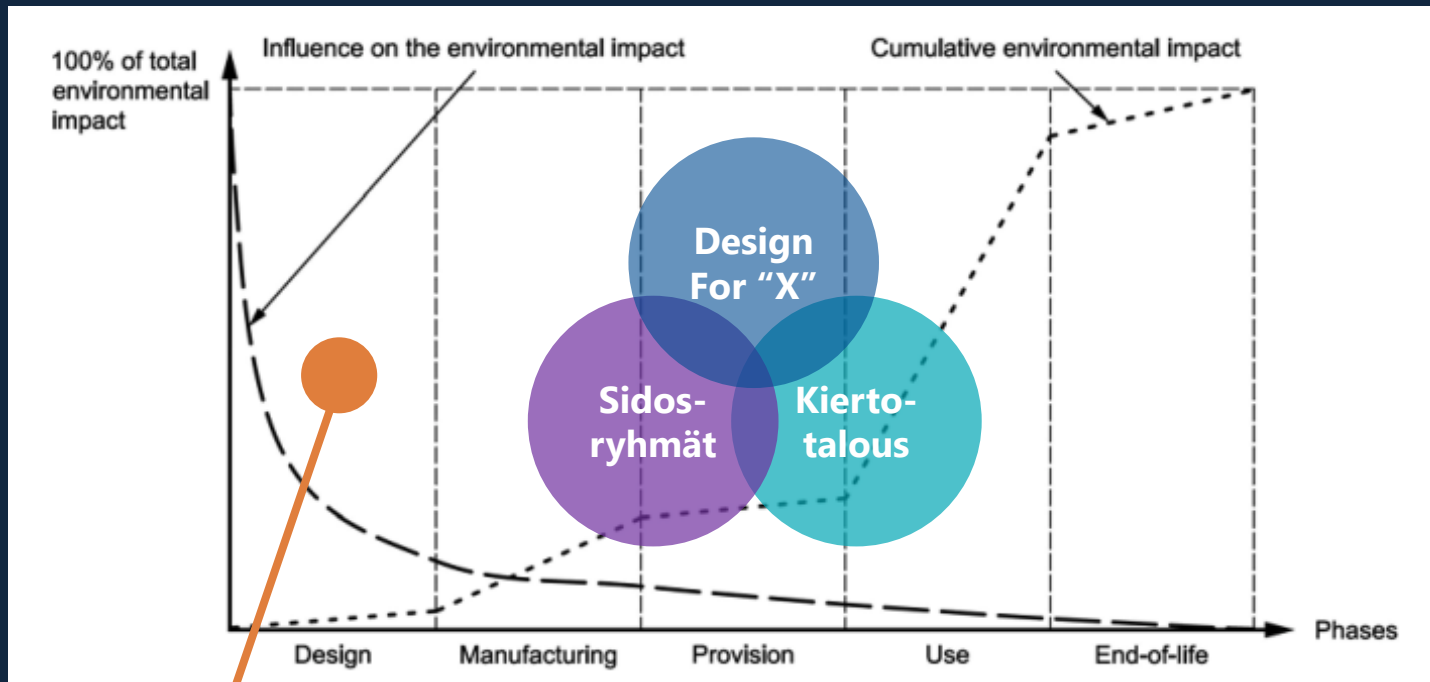
Fossiilitalouden ikeestä kohti uusiutuvaa taloutta!

Talouden rakenteet on tehty aikanaan fossiilitalouden tarpeisiin ja teollisen vallankumouksen voimalla...

Nyt ollaan herätty muutoksen tarpeeseen!

Fossil fuel subsidies topped \$7 trillion last year  
(Total fossil fuel subsidies, 7 trillions of USD, 2022, IMF)

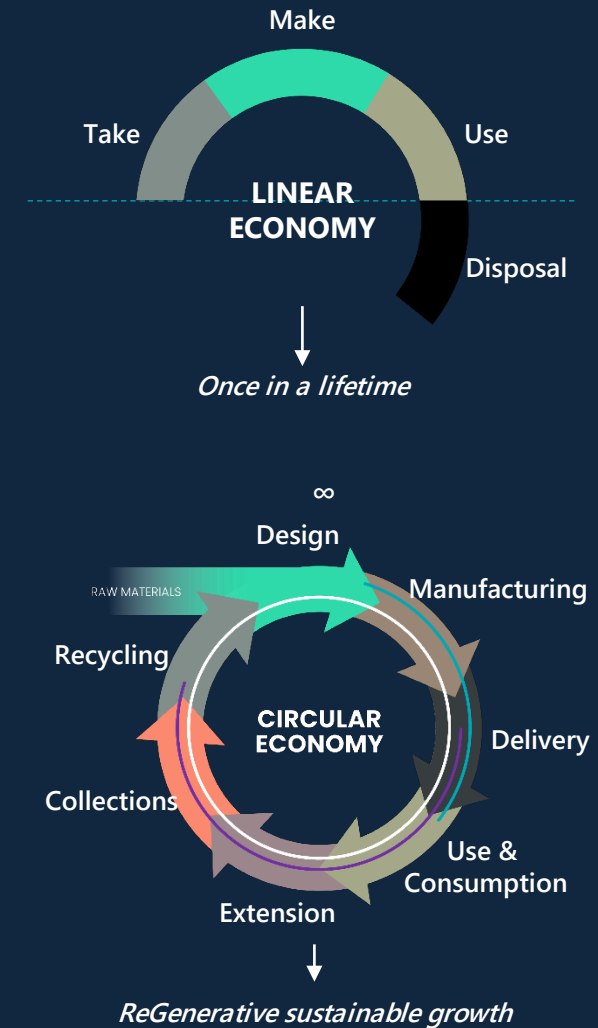
# Arvoketjujen "outside of the box" suunnittelu



**80 %**

Tuotteen elinkaaren aikaisista ympäristövaikutuksista määritetään jo suunnitteluvaiheessa!

Lähde: Schwarz ym. (2017); Euroopan komissio (2014)



# Strateginen valinta (minimi vai mahdollisuus)

## Sisäänpäin kääntynyt strategia (Riskienhallinta):

Yritykset, jotka noudattavat sisäänpäin kääntynyttä strategiaa, keskittyvät pääasiassa lakisääteisten ja muiden ulkoisten standardien noudattamiseen ympäristö- ja sosiaalisissa asioissa riskien välttämiseksi. Tällä strategialla ei pyritä syventämään kestävän kehityksen kysymyksiin tarkemmin.

## Ulospäin suuntautunut strategia (Legitimointi):

Tässä strategiassa yritys pyrkii kommunikoidaan kestävyys-sitoumuksensa yhteiskunnalle erottuakseen kilpailijoista ja lisätäkseen uskottavuuttaan. Strategia voi olla joko perinteinen tai transformaatioon tähtäävä.

**Perinteinen ulospäin suuntautunut strategia:** Yritys pyrkii esittelemään kestävyys-sitoumuksensa enemmän kuin laki vaatii, mikä voi asettaa sen alttiiksi "vihreälle pesulle", jos yhteistyö viestintäosaston ja muiden yritystoimintojen välillä on rajoittunutta.

**Transformaatioon tähtäävä ulospäin suuntautunut strategia:** Yritys pyrkii aktiivisesti vaikuttamaan markkinoiden perus olosuhteisiin edistääkseen kestävää kehitystä ja saavuttaa siten korkeamman uskottavuuden yhteiskunnassa.

## Konservatiivinen strategia (Tehokkuus):

Konservatiivisessa strategiassa keskitytään sisäisiin toimenpiteisiin, jotka tähtäävät kustannustehokkuuteen ja hyvin määriteltyihin prosesseihin. Tämä strategia korostaa erityisesti teknologiasijoituksia, työntekijöiden terveyttä ja turvallisuutta sekä ekologista kestävyttä.

## Visioiva strategia (Kokonaisvaltainen kestävyys):

Visioivat strategiat jaetaan perinteisiin ja systeemiisiin.

**Perinteinen visioiva strategia:** Tässä strategiassa kestävän kehityksen sitoumus on erittäin kehittynyt, ja tavoitteena on olla markkinajohtaja kestävyys kysymyksissä. Strategia on suunnattu markkinavaikutusten maksimointiin.

**Systeeminen visioiva strategia:** Tämä strategia yhdistää ulkoa sisään -näkömyksen (markkinaperusteinen) ja sisältä ulos -näkömyksen (resurssiperusteinen), tähdäten ainutlaatuisen kilpailuasemaan kestävän kehityksen sisäistämisen ja jatkuvan parantamisen kautta yrityksen sisällä.

 PROFILIT
 

**Reaktiivinen:** Tällä ensimmäisellä tasolla yritykset reagoivat pääasiassa ulkoisiin paineisiin ja vaatimuksiin, kuten lainsäädäntöön tai asiakkaiden vaatimuksiin. Kestävyys on ad hoc -pohjaista, eikä sitä ole vielä integroitu yrityksen strategiaan tai operatiiviseen toimintaan.

**Puolustava:** Tällä tasolla yritykset ovat alkaneet tunnustaa kestävyuden tuomat hyödyt ja mahdollisuudet, mutta toimet ovat vielä suurelta osin puolustavia. Yritys pyrkii välttämään riskejä ja negatiivista julkisuutta liittyen kestävyys kysymyksiin. Vastuullisuus on osa riskienhallintaa, mutta ei vielä merkittävästi integroitu liiketoimintastrategiaan.

**Valikoiva:** Kolmannella tasolla yritykset ovat valikoivia siinä, miten ja millä alueilla ne integroivat kestävyuden osaksi liiketoimintaansa. Vastuullisuus alkaa näkyä osana yrityksen strategiaa ja arvoja, ja se voi olla linkitetty tietyille liiketoiminta-alueille tuomaan kilpailuetua. Yritys saattaa kohdistaa toimensa tiettyihin, strategisesti tärkeisiin kestävyys alueisiin.

**Proaktiivinen:** Neljännellä ja korkeimmalla tasolla kestävyys on täysin integroitu yrityksen ydinliiketoimintaan ja -strategiaan. Yritys ei ainoastaan reagoi kestävyys kysymyksiin, vaan pyrkii olemaan edelläkävijä kestävien käytäntöjen kehittämisessä ja soveltamisessa. **Proaktiivinen lähestymistapa näkyy innovatiivisissa ratkaisuisa ja kestävän kehityksen edistämässä koko toimialalla.**

**KYPSYYS**

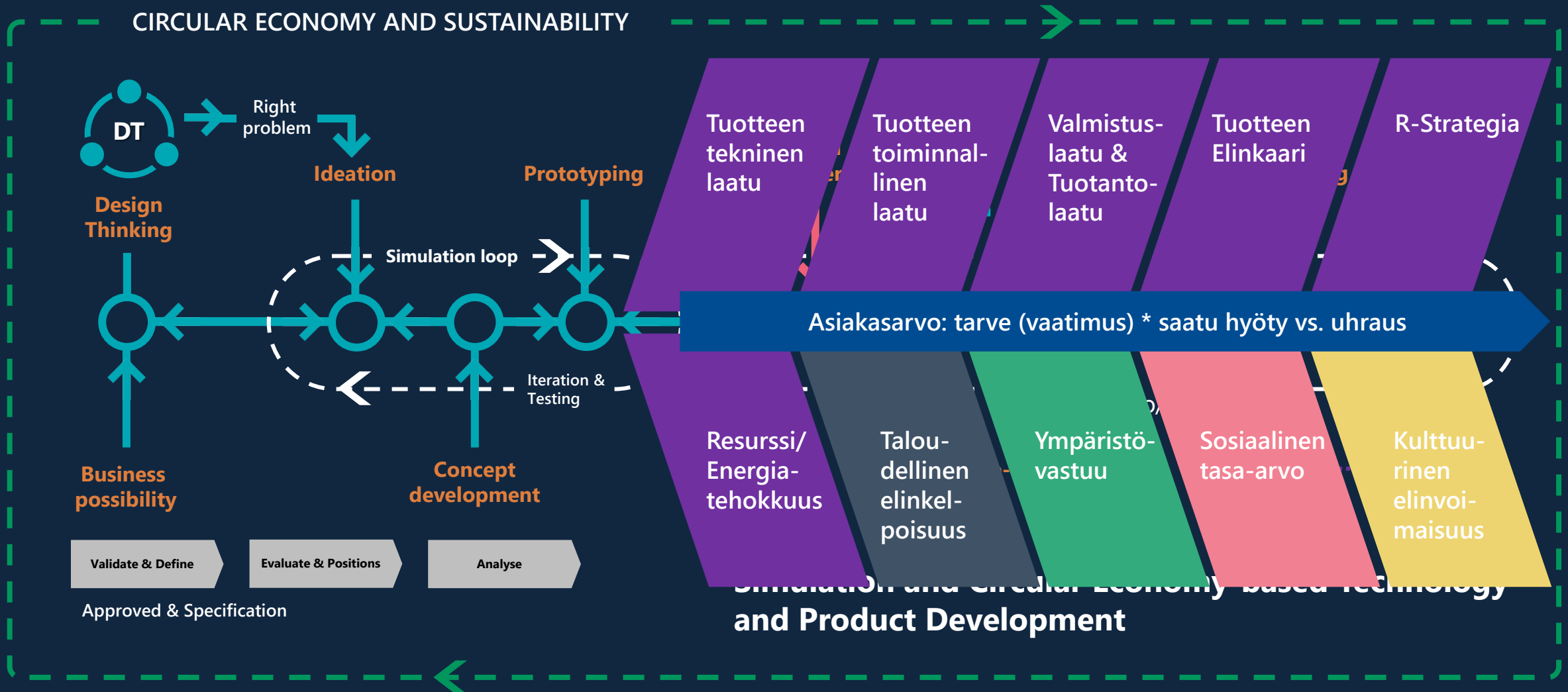
Alkeellinen taso

Elementaarinen taso

Tyydyttävä taso

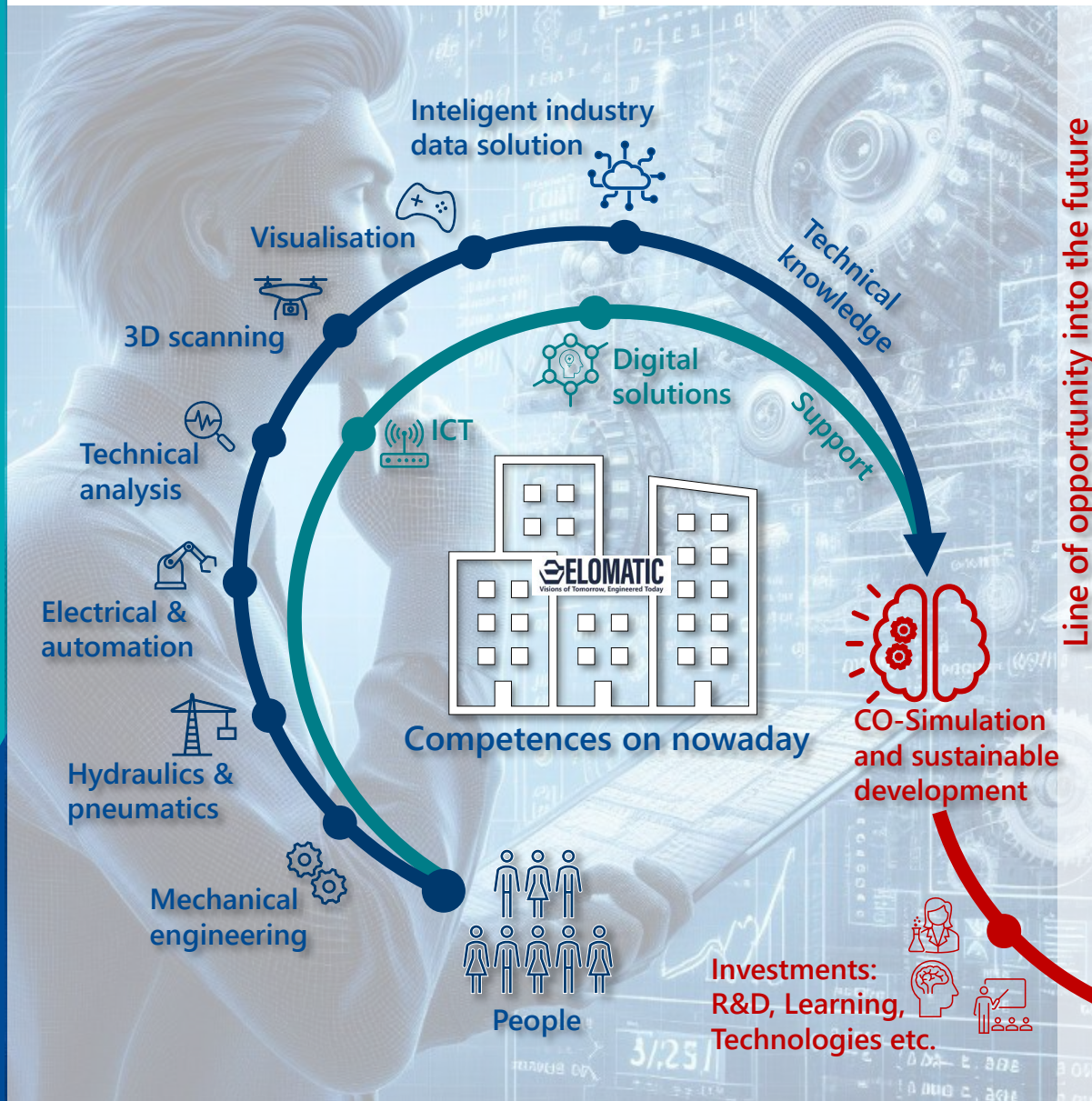
 Edistynyt taso
 

# Tuottavuuden arvonlisäys vaikuttavuudesta

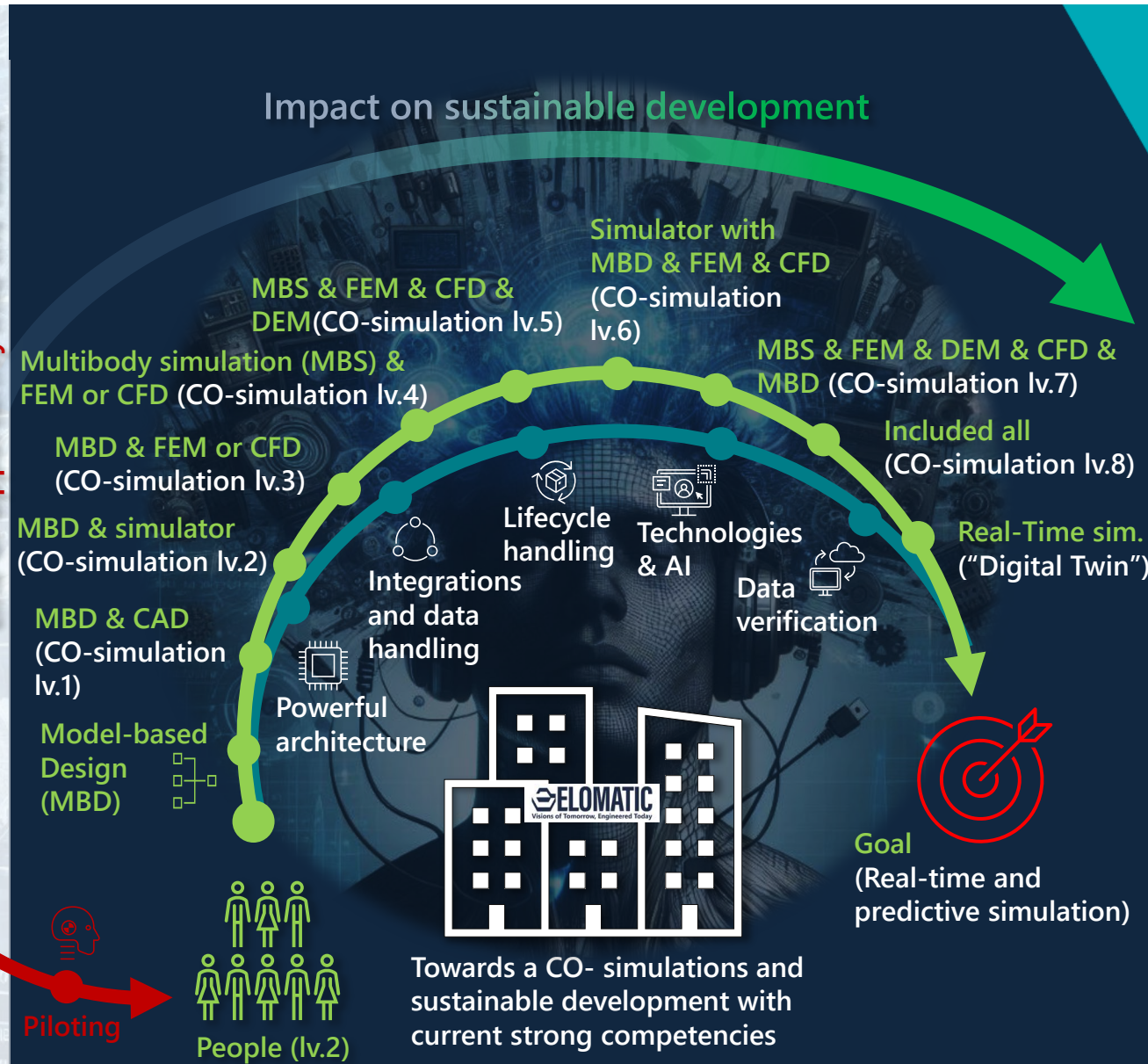




# Elomaticin simulointipalvelut tulevaisuuteen



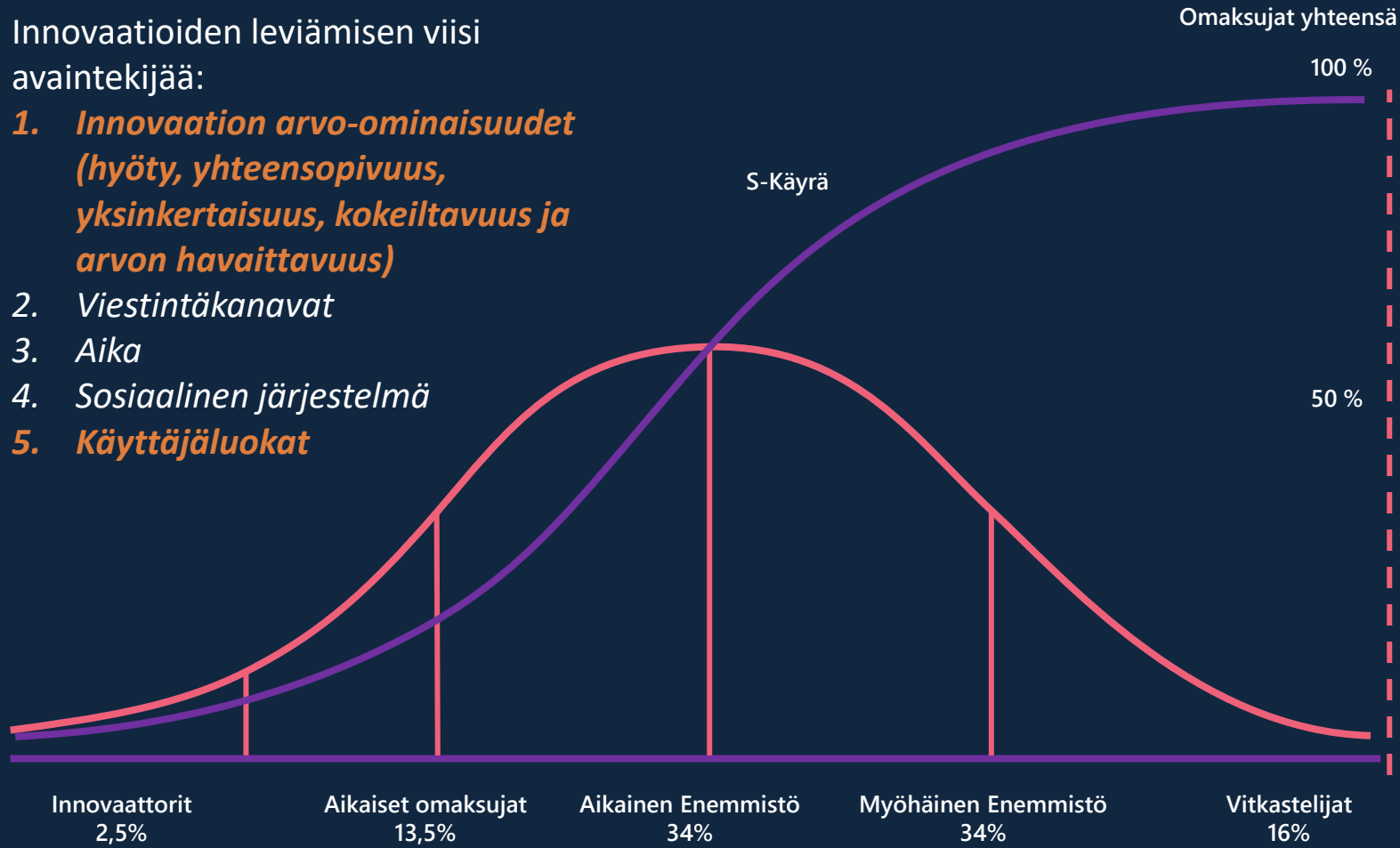
Line of opportunity into the future



# Innovaatiokulttuurin edistäminen

Innovaatioiden leviämisen viisi avaintekijää:

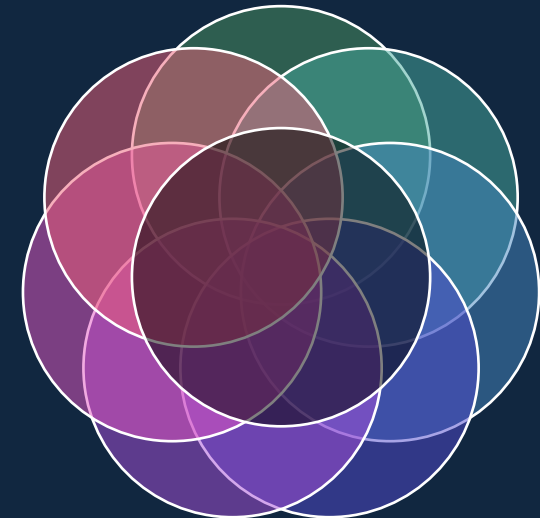
1. **Innovaation arvo-ominaisuudet (hyöty, yhteensopivuus, yksinkertaisuus, kokeiltavuus ja arvon havaittavuus)**
2. Viestintäkanavat
3. Aika
4. Sosiaalinen järjestelmä
5. Käyttäjäluokat



**Innovaatioiden leviäminen, Rogers (2003).** Innovaatioiden omaksujaryhmät ja leviämiskehitys. S-käyrä on omaksujien osuuden summa.

## Innovaatiokulttuurin 8 elementtiä

1. Psykologinen turvallisuus
2. Monimuotoisuus
3. Johtajuus ja tuki
4. Avoin ja tehokas viestintä
5. Palkitseminen ja tunnustaminen
6. Resurssit ja tuki
7. Kokeilukulttuurin edistäminen
8. Pitkäjänteisyys



- Suomesta EU:n globaali kestävän teknologian “supervalta”
  - Markkinoinnin ja myynnin saumaton toiminta asiakkaan ostopolulla auttamaan kaupallistamisessa
  - Innovaatioiden leviämisen kiihdyttäminen
  - Pääomaomistajuuden omaksuminen
  - Prosessien liinaus tuottavuuden maksimoimiseksi teknologian avulla
  - Tuottavuuden jalostusarvon arvonlisäys asiakasarvon maksimoinniksi
  - Rohkeus strategiaan ja vastuullisuudesta kilpailuetu
- *Tekoäly ja automaatiot tekevät ihmistä nopeammin monet työt lähes virheettömästi!*



**When it's time to face the future,  
face it with Elomatic.**



**Visions of Tomorrow, Engineered Today**