

Viitteiden ja lähteiden merkintä

Viestintä ja projektinhallinta

A77A00300, FT yliopistonlehtori Marketta Majapuro 2020
Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu

Viitteiden käyttö

1. Eettinen periaate: kunnia (tutkimus)tiedosta sille, joka alkuperäisen tekstin tai tutkimuksen on tehnyt
2. Keskusteleavuus: kirjoittaja
 - ✓ ottaa kantaa lähteiden esittämään tietoon
 - ✓ tuo oman äänensä esille
 - ✓ osoittaa omaa ymmärrystään
 - ✓ suhteuttaa omaa ajatteluaan siihen, mitä lähdekirjallisuudessa on esitetty
 - ✓ keskusteluttaa lähteitä keskenään

Esimerkiksi

1. Introduction

The pressure for businesses to respond to sustainability concerns is increasing. Organizations are expected to more actively address issues such as financial crises, economic and [social inequalities](#), environmental events, material [resource scarcity](#), energy demands and technological development as part of their focus. On the one hand, those challenges can be seen as an increase in risk ([Tennberg, 1995](#), [Paterson, 2001](#)). On the other, those same challenges can be seen as opportunities for organizations to engage in sustainability-oriented innovation ([Adams et al., 2015](#), [Hart, 2005](#), [McDonough and Braungart, 2002](#)). For organizations to succeed, they must respond to such challenges by creatively integrating eco-efficient and eco-effective innovations which help conserve and improve natural, social and financial resources into their core business ([Castelló and Lozano, 2011](#), [Rifkin, 2014](#), [Jackson, 2009](#)). Yet for sustainability-oriented innovation to be truly impactful, it needs to move beyond [incremental](#), compartmentalized changes within an organization and towards integrated and integral changes which reach across the organization and beyond its larger stakeholder environment ([Adams et al., 2015](#), [Nidumolu et al., 2009](#)).

For the past 25 years, businesses have been looking at sustainability issues from a far ([Dyllick and Hockerts, 2002](#)) without meaningfully reducing their aggregate resource and energy use. Most organizational approaches have failed to create necessary reductions in impact at least, in part, because business thinking has failed to integrate a more natural sciences-based awareness of sustainability and the ecological limits to our planetary boundaries ([Pain, 2014](#); [Rockström et al., 2009](#); [Whiteman et al., 2013](#)).

This article proposes the Triple Layer Business Model Canvas (TLBMC) as a [practical tool for coherently integrating economic, environmental, and social concerns into a holistic view of an organization's business model](#). The TLBMC builds on [Osterwalder and Pigneur \(2010\)](#) original business model canvas – a popular and widely adopted tool for supporting [business model innovation](#) – by explicitly integrating environmental and social impacts through additional business model layers that align directly with the original economic-oriented canvas. The TLBMC is a practical and easy to use tool which supports creatively developing, visualizing, and communicating sustainable business model innovation ([Stubbs and Cocklin, 2008](#)). The TLBMC follows a triple-bottom line approach to organizational sustainability ([Elkington, 1994](#)), explicitly addressing and integrating economic, environmental, and social value creation as core to an organization's business model. In particular, it leverages [life-cycle analysis](#) and stakeholder management perspectives within newly created environmental and social canvases to conceptualize and connect multiple types of value creation within a business model perspective.

Ilmiön kuvausta
tutkimuskirjallisuudessa: miten
yritykset vastaavat kestävään
kehitykseen: haasteet ja
mahdollisuudet

Mihin aikaisemmissa tutkimuksissa on
keskitytty? Mitä puutteita voidaan
havaita?

Mikä on tämän artikkelin fokus,
näkökulma ja tavoite

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.

Viittauksen muodollinen tekniikka

- ✓ Nimi-vuosijärjestelmä (Harvardin järjestelmä)
- ✓ Johdonmukaisuus
- ✓ Tarkkuus (mm. pisteen paikka osoittamassa viitetiedon alaa)
- ✓ Viitetiedon ja lähdeluettelon tiedon kytkeytyminen toisiinsa
- ✓ Lähdeluettelon tietojen järjestys, välimerkkien käyttö, typografia
- ✓ RefWorks-viitteidenhallintapalvelu

Ks. Oppimiskeskuksen ohjeet

A? Aalto-yliopiston oppimiskeskus Oppaat Yhteystiedot In English

Learning Centre / LibGuides / Tieteellinen viittaaminen / Tietolähteiden käyttö

Tieteellinen viittaaminen: **Tietolähteiden käyttö**

Tietolähteiden käyttö Viittauskäytännöt Viittausjärjestelmiä Lähdeluettelon laatiminen Viitteidenhallintaohjelmia In English

Tietolähde ja lähdeviite

- **Tietolähde:** aineisto tai resurssi, johon viitataan; esimerkiksi sähköiset ja painetut kirjat, tutkimusraportit, kokoomateokset, lehtiartikkelit, konferenssisitelmät ja erilaiset www-sivut
- **Lähdeviite:** viitemerkintä, jonka avulla tietolähde voidaan tunnistaa tai paikantaa

URL ja URN

URL (Uniform Resource Locator):
yhdenmukainen resurssin paikannin, jota käytetään tietolähteiden sijainnin ilmoittamiseen verkossa

URN (Uniform Resource Name):
pysyvä tunniste, jonka avulla tietolähde on paikallistettavissa verkossa

Tietolähteiden käyttö

Tietolähteitä käytetään tieteellisessä kirjoittamisessa (tutkielmat, esseet, tutkimusraportit jne.) joko tukemaan esitettyjä väitteitä tai tuomaan esille näkemyksiä, joita halutaan kritisoida. Molemmissa tapauksissa edellytetään, että lainaus sanoo jotain olennaista käsitellystä aiheesta.

Tekstissä on viitattava käytettyihin lähteisiin. Lähdeviitteiden täsmällisyys ja oikeellisuus ovat osa hyvin tehtyä julkaisua. Täsmällisten lähdetietojen avulla kyseessä olevan tiedon pystyy kuka tahansa vaivattomasti löytämään. Lähdeviittaukset ilmaisevat myös tekijänoikeudelliset suhteet. Täsmällisyys on yhtä tärkeää painetuissa ja elektronisissa tietolähteissä.

Lähteitä käytetään tutkimuksessa pääsääntöisesti kahdella tavalla: **referoimalla** ja **lainaamalla**. Tutkielman lukijan on oltava koko ajan selvillä, milloin kyseessä on kirjoittajan oma ajatus, milloin taas referoidaan tai lainataan toisten tekstejä.

Referointi

Referoitaessa tiivistetään oman tutkimuksen kannalta olennaiset lähteessä olevat tiedot. Koska referointi ei ole lainausta sanasta sanaan, sitaattimerkkejä ei käytetä. Referoinnin lähde ilmaistaan usein seuraavasti: *Herreran mukaan*. *Komonen toteaa*. Tämän lisäksi on tehtävä asianmukainen viitemerkintä.

Lisätietoa aiheesta

Viittaustekniikat ja muut tutkielman tekoon liittyvät muotoiseikat vaihtelevat suuresti eri tieteenaloilla ja laitoksilla. Omalta laitokselta tai kurssin ohjaajalta saa tarvittaessa ohjeita opinnäytteen muotovaatimuksista. Kirjastoissa ja Internetissä on myös lukuisia oppaita tutkielmantekoon.

Aalto-yliopiston kirjaston opetus perustuu erilaisiin suosituksiin ja oppaisiin, mutta oman laitoksesi viittauskäytännöt saattavat erota siitä. Yleisimmin käytetyt järjestelmät ovat kuitenkin nimi-vuosijärjestelmä ja numeroviitejärjestelmä. Johdonmukaisuus valitussa merkintätavassa on tärkeää.

Plagiointi

Plagioinnilla tarkoitetaan jonkun toisen tekstin tai

Kuvakaappaus: <http://libguides.aalto.fi/c.php?g=410672&p=2796865>

Vaikka digitalisaation aiheuttama murros toteutuu eri palvelualoilla hyvin erinäköisenä, digitalisaatiolla on myös useita kaikille palvelualoille yhteisiä vaikutuksia. Digitalisaation vaikutukset on kuvattu Doblinin Ten types of innovation -viitekehyksen avulla (Doblin, 2013), jonka mukaisesti digitalisaation keskeiset vaikutukset esitetään kolmesta eri näkökulmasta (Kuva 5):

...

Hitaammin automatisoituvat esimerkiksi ohjelmistoalan tehtävät, monimutkaisemmat lakitoimistojen palvelut, taiteen ja media-alan työtehtävät sekä haastavat johtotehtävät (Frey & Osborne, 2013).

...

Digitalisaation luomien mahdollisuuksien hyödyntäminen näkyy erityisen vahvasti kasvavien palveluyritysten agendalla: 70 prosenttia kasvavista palveluyrityksistä on määrittänyt liiketoiminnan digitalisoinnin strategiseksi tavoitteekseen. Toistaiseksi suomalaiset palveluyritykset eivät ole olleet kansainvälisesti merkittävimpien toimijoiden joukossa luomassa digitalisaatiota hyödyntäviä uusia liiketoimintamalleja ja palveluita. Kasvava määrä suomalaisia palveluyrityksiä aikoo kuitenkin tavoitella täysin uutta arvonluonnin tasoa digitalisaation avulla. (Palta, 2015; Palta, 2016)

Kuvakaappaukset:

https://www.palta.fi/wp-content/uploads/2016/11/Digitalisaatio-palvelualoilla-Pysykö-Suomi-mukana-digikehityksessä_FINAL.pdf

Pisteen paikka,
jos viitteen
vaikutusala on
enemmän kuin
yksi virke.

Eli viitetiedon ala

Kaikkikanavaisuus tarkoittaa yrityksen toimintaa vuorovaikutuksessa sekä potentiaalisten että nykyisten asiakkaiden kanssa useiden eri kanavien kautta. Markkinointitoimet synkronoidaan kaikkiin asiakaspolun kosketuspisteisiin. Tuloksena on integroitu, saumaton ja personoitu asiakaskokemus asiakkaalle mieluisissa kanavissa. (Lukkari 2015; Friman 2019.) Personoinnilla voidaan tarkoittaa palveluntarjoajan asiakkaalle tai käyttäjälle antamia toimintamalleja ja sisältöehdotuksia käyttöhistorian perusteella (ks. esim. Babich 2017; Maddox 2018).

Pisteiden paikat osoittavat, että kappaleen ensimmäiset virkkeet on koottu Lukkarin ja Frimanin tietojen perusteella. Sulkeiden sisällä olevan pisteen voi myös jättää pois.

Kappaleen lopussa on vain yksi virke, jonka tiedot on koottu kahdesta lähteestä.

**Viitetiedon täytyy johtaa
lähdeluettelon tietoon.**

**Lähdeluettelon tieto alkaa siis
viitetiedolla.**

Teos, useampi kirjoittaja

Artto, K., Martinsuo, M., & Kujala, J. (2008). *Projektiliiketoiminta*. 2. painos. Helsinki: WSOY.

Ei mainittu kirjoittajaa; sähköinen lähde

Euromonitor International (2020). Engaging with the sustainable development goals: A business opportunity.

<https://www.marketresearch.com/Euromonitor-International-v746/Engaging-Sustainable-Development-Goals-Business-12729359/>, 27.2.2020.

Dokumentin
verkko-osoite
linkkinä

Viittaamisen
ajankohta

Artikkeli toimitetussa teoksessa

Raskin, M. & Yermack, D. (2018). Digital currencies, decentralized ledgers and the future of central banking. Teoksessa *Research handbook on central banking*, toim. Conti-Brown, P. & Lastra, R.M. The online content platform for Edward Elgar Publishing Inc. 474–486.

Artikkeli julkaisusarjassa

Flyverbom, M., Deibert, R. & Matten, D. (2017). The Governance of Digital Technology, Big Data, and the Internet: New Roles and Responsibilities for Business. *Business & Society*, 58(1). 3–19.

Lehtiartikkeli

Salin, M. (2019). Fiskars on arvo-osakkeiden aatelineen – eikä sitä ole tällä hetkellä hinnalla pilattu. *Arvopaperi*, 20.10.2019.

Haastattelu

Söderholm, K. (2019). Tekoälyn hyödyntäminen asiakassegmentoinnissa. Head of Data & Analytics. Fortum Oyj.

Konferenssiesitelmä

Thomas, J. (2019). Recent STAMP/STPA developments and new applications to autonomy. Esitelmä konferenssissa International Seminar on Safety and Security of Autonomous Vessels (ISSAV). Espoo: Aalto-yliopisto.

Samalta kirjoittajalta useampi teos tai artikkeli samana vuonna

Jalonen, H. (2014a). Negatiiviset tunteet ja sosiaalinen media muodostavat yrityksille vaikean yhdistelmän. *Liiketaloustieteellinen aikakauskirja*, 2. 158–166.

Jalonen, H. (2014b). Sontaa tuulettimeen – Miksi ja miten negatiiviset tunteet ja kokemukset leviävät sosiaalisessa mediassa?

<http://nemohanke.blogspot.com/2014/05/sontaa-tuulettimeen-miksi-ja-miten.html>, 4.2.2020.

Pienaakkonen
tulee myös
viitetietoon
tekstissä

Toissijainen viite:

Kotlerin ja Armstrongin mukaan kuluttajan ostopäätökseen vaikuttavat seuraavat tekijät xx (ks./ref. Mäkinen 2018, 75).

Lähdeluettelon tieto Mäkisen mukaan!

Jompikumpi
ks. = katso tai
ref. = referoitu