

DIGITAALISUUS TYÖELÄMÄN JA IHMISEN TEKEMÄN TYÖN MUUTTAJANA

DigiReWork-valmennuksen vaikutus yksilötasolla



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Visamäki, Liiketalouden koulutusohjelma

Kevät, 2018

Kati Järvinen

Liiketalous
Visamäki

Tekijä	Kati Järvinen	Vuosi 2018
Työn nimi	Digitaalisuus työelämän ja ihmisen tekemän työn muuttajana – DigiReWork-valmennuksen vaikutus yksilötasolla	
Työn ohjaaja/t	Kyllikki Valkealahti	

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on Hämeen Ammattikorkeakoulun Älykkäät palvelut -tutkimusyksikön DigiReWork-hanke. Hankkeen tavoitteena on auttaa paikallisia matkailun ja valmistavan teollisuuden pk-yritysten henkilöstön yli 54-vuotiaita työntekijöitä kehittämään omia digitaitojaan ja -valmiuksiaan. Kevätkaudella 2017 järjestettiin kahdelle ryhmälle valmennusta, jossa opittiin hyödyntämään digitaalisia työvälineitä, kuten esimerkiksi sosiaalista mediaa ja kuvankäsittelyohjelmia.

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, kuinka valmennukseen osallistuneet henkilöt kokivat valmennuksen, vaikuttiko valmennus heidän asenteisiinsa digitaalisuutta kohtaan sekä miten he pystyivät hyödyntämään oppimiaan taitoja niin työelämässä kuin henkilökohtaisessa elämässä. Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisena tutkimuksena, jossa haastateltiin neljää valmennukseen osallistunutta henkilöä.

Työn teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään digitaalisuuden eri muotoja sekä digitaalisuuden vaikutuksia työelämään ja yhteiskuntaan yleensä. Aihetta on tarkasteltu lähinnä liike-elämän ja kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta.

Kaikki osallistujat kokivat valmennuksen hyödyllisenä, sillä se selkeytti osallistujien käsitystä digitaalisuudesta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista eri tilanteissa. Haastateltavat pystyivät hyödyntämään uusia tietoja ja taitoja työtehtävissään jonkin verran, motivaatiota omaa työtä kohtaan valmennus kuitenkin lisäsi merkittävästi. Myös henkilökohtaisessa elämässä digitaalisuutta hyödynnettiin enemmän kuin ennen valmennusta.

Avainsanat digitalisaatio, työelämän muutos, osaaminen

Sivut 35 sivua, joista liitteitä 1 sivu

Business Administration
Visamäki

Author	Kati Järvinen	Year 2018
Subject	Digitalization changing work life and work made by humans - how DigiReWork-training influences on the individual level	
Supervisors	Kyllikki Valkealahti	

ABSTRACT

This thesis has been made for the DigiReWork project of the Smart Services research unit of Häme University of Applied Sciences. The purpose of the project is to help local companies' personnel over the age of 54 to develop their own digital skills and capabilities. In Spring 2017 coaching sessions for two groups were held to instruct how to use digital tools such as social media and image editing software.

This thesis examines how coaching participants experienced coaching and how they were able to utilize their skills in both working life and personal life. The study was conducted as a qualitative research in which four people were interviewed.

The theoretical part of the thesis deals with the different forms of digitalization and how it affects the working life and society in general. The topic has been examined mainly from the point of view of business and consumer behavior.

All participants felt the coaching was useful as it clarified the participants' perceptions about digitalization and the possibilities offered by it in different situations. The interviewees were able to utilize some of the new knowledge and skills in their work, but the motivation for their own work, however, increased considerably. In their personal life too, digitalization was utilized more than before the coaching.

Keywords digitalization, change in work life, digital know-how

Pages 35 pages including appendices 1 page

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Opinnäytetyön tausta ja tavoite	1
1.2	Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys.....	1
1.3	Tutkimusmenetelmä	2
2	TYÖELÄMÄN RAKENNEMUUTOS.....	3
2.1	Historiaa	3
2.2	Tietoyhteiskunta.....	4
3	DIGITALISAATIO	7
3.1	Digitalisaation murrokset	8
3.1.1	Asiakaskäyttäjymisen murros.....	8
3.1.2	Teknologian murros.....	9
3.1.3	Markkinoiden murros.....	10
3.2	Liiketoimintojen digitaalimurros	11
3.3	Automaatiot ja robotiikka	13
3.4	Digitaalisuus Suomessa: uhat ja mahdollisuudet.....	15
4	TIETOA TOIMEKSIANTAJASTA.....	17
4.1	Älykkäät palvelut	17
4.2	DigiReWork-hanke	18
5	HAASTATTELUT	21
5.1	Haastattelu 1	21
5.1.1	Lähtötilanne.....	21
5.1.2	Valmennuksen jälkeen	22
5.2	Haastattelu 2	23
5.2.1	Lähtötilanne.....	23
5.2.2	Valmennuksen jälkeen	24
5.3	Haastattelu 3	25
5.3.1	Lähtötilanne.....	25
5.3.2	Valmennuksen jälkeen	26
5.4	Haastattelu 4	27
5.4.1	Lähtötilanne.....	27
5.4.2	Valmennuksen jälkeen	28
6	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	30
	LÄHTEET	32
	HAASTATTELUT.....	35

Liitteet

Liite 1 Haastattelukysymykset

1 JOHDANTO

Digitaalisuus on tullut osaksi elämäämme jäädäkseen; se on käytössämme niin työelämässä kuin vapaa-ajalla. Sen tulo osaksi työprosessia voi aiheuttaa pelkoa: vievätkö robotit ja automatiikka kokonaan työmme? Samankaltainen murros koettiin jo muutama vuosikymmen sitten, kun koneet ja liukuhihnat tulivat osaksi työelämää, silloin siirryttiin maatalousyhteiskunnasta teolliseen yhteiskuntaan. Työt eivät kuitenkaan loppuneet, ne vain muuttivat muotoaan: tarvittiin uusia ammatteja koneen käyttäjiin ja ylläpitäjiin. Nykyisin uudet ammatit liittyvät lähinnä digitalisaation, automaatioiden ja robotiikan kehittämiseen, ja rutiinitöistä vapautunutta työaikaa voi käyttää muihin asiantuntijatehtäviin.

1.1 Opinnäytetyön tausta ja tavoite

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on Hämeen Ammattikorkeakoulun Älykkäät palvelut -tutkimusyksikkö, ja työn tavoitteena on selvittää hankkeen järjestämän DigiReWork-valmennuksen vaikutuksia yksilötasolla. Työssä tutkitaan, auttoiko valmennus valmennettavia ottamaan digitaalisuus osaksi työelämäänsä, miten he pystyvät hyödyntämään uusia taitojaan työ- ja siviilielämässään ja vaikuttiko valmennus heidän asenteisiinsa digitaalisuutta kohtaan. Valmennuksen kohderyhmänä olivat paikalliset eli Kanta-Hämeen alueella toimivien valmistavan teollisuuden sekä matkailun pk-yritysten henkilöstön yli 54-vuotiaat. Valmennus tarjosi osamiskartoituksen perusteella suunnattuja digitaalisten työkalujen käyttöön liittyviä lähiopetuskertoja sekä kehittämistehtäviä. Myös työhyvinvoinnin osuus oli huomioitu valmennuksessa, sillä uuden teknologian tulo osaksi omia työtehtäviä saatetaan kokea ahdistavaksi, varsinkin jos tietotaitoa ei vielä ole tarpeeksi sen hyödyntämiseen.

1.2 Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys

Tämän opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä kerrotaan digitaalisuuden vaikutuksesta työelämään ja yhteiskuntaan yleensä. Koska aihe on erittäin ajankohtainen, on aiheesta saatavilla runsaasti materiaalia ja tutkimuksia. Aihe on rajattu koskemaan digitaalisuutta lähinnä liike-elämän ja kuluttajakäyttäytymisen kannalta, toki mukana on myös muita digitaalisuuden käyttökohteita ja vaikutuksia. Työelämän sekä digitaalisuuden kehityksen historiaa on myös otettu teoriaan mukaan.

Tästä projektista on myös aiemmin tehty opinnäytetyö ”Digitaalisuuden vaatimukset tulevaisuuden työpaikoilla – ihminen muuttuvassa työympäristössä”. Opinnäytetyössä selvitettiin Kanta-Hämeen alueen pk-yritysten digitaalisen osaamisen tilaa ja digitaalisuuden aiheuttamia vaatimuksia tulevaisuuden työelämässä yksittäiselle ihmiselle. Tämä tutkimus suoritettiin

esitutkimuksena DigiReWork-hankkeelle ja selvitettiin valmennusohjelman tarvetta. (Rantanen 2015.)

1.3 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tutkimus on suoritettu kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Laadullinen tutkimusmenetelmä valikoitui käyttöön, koska sen avulla voidaan selvittää syvemmin tutkimukseen osallistujien tietoja, taitoja, asenteita ja mielipiteitä samasta aiheesta eli digitaalisuudesta. Tutkimus suoritettiin yksilöityinä teemahaastatteluina, joissa haastatteluilta kysyttiin ennakkoon suunnitellut kysymykset, mutta ilman tarkkaa esittämisjärjestystä. Tämä haastattelututkimuksen muoto mahdollisti tarkemmat havainnoinnit ja antoi mahdollisuuden tarkentaa kysymyksiä ja vastauksia sekä opastaa vastaajia. Yksilöhaastatteluun päädyttiin aiheen arkaluonteisuuden vuoksi, sillä kyseessä oli jokaisen henkilökohtaiset tiedot ja asenteet, joita ei välttämättä haluta kertoa julkisesti. (Kananen 2015, 143–149; Tuukkanen 2017.)

Vertailukohtana on käytetty ennen valmennusta tehtyjä haastatteluja, joissa selvitettiin tietoja, taitoja ja asenteita digitaalisuutta kohtaan ennen valmennusta ja joiden pohjalta tehtiin osaamiskartoitus valmennusta varten. Haastatteluja ei ole litteroitu eli purettu tekstiksi, sillä litterointi olisi ollut aikaa vievää, lisännyt kustannuksia eikä siitä olisi ollut merkittävää hyötyä jälkikäteen. (Kananen 2015, 132, 160–161).

Tutkimukseen haastateltavat henkilöt valikoituivat valmennuksesta vastaavan lehtorin Tarjaleena Tuukkasen ehdotuksesta. Haastateltavat oli valittu niin, että he muodostivat mahdollisimman heterogeenisen otoksen molemmista valmennusryhmistä. Haastattelukysymykset käytiin läpi yhdessä Tuukkasen kanssa ennen haastatteluja. Tarkoitus oli löytää kysymykset, jotka toisivat eniten ja oikeanlaista tietoa hankkeen kannalta ja joita voitaisiin hyödyntää myös hankkeen tulevissa valmennuksissa. Haastattelukysymykset löytyvät tämän opinnäytetyön liitteistä (Liite 1).

2 TYÖELÄMÄN RAKENNUMUUTOS

Yhteiskuntahistoriassa aikakaudet nimetään vallitsevan elinkeinorakenteen mukaan, ja elämme tällä hetkellä voimakkaasti tietoyhteiskunnassa. Muutoksen tietoyhteiskuntaan on katsottu olleen yhtä suuri kuin maatalousyhteiskunnasta siirryttiin teolliseen ja palkkatyön yhteiskuntaan, ja molemmat muutokset Suomessa ovat tapahtuneet maailmanlaajuisesti katsoen nopeasti. Molemmissa muutoksissa ovat uudet toimintatavat ja tekniikat helpottaneet ja vähentäneet ihmisten tekemää työtä, mutta myös luoneet uusia osaamistarpeita ja ammatteja. (Kahilainen 2000, 16.)

2.1 Historiaa

Jos katsotaan yhteiskuntamme historiaa muutama vuosikymmen taaksepäin, olivat elinkeinorakenteet ja työelämä hyvin erilaisia kuin nykyisin. 1970-luvulle saakka suurin osa suomalaisista sai toimeentulonsa maa- ja metsätaloudesta, jolloin luonto ja omavaraisuus olivat isossa roolissa. Karjanhoito oli tärkeä elinkeino, ja maatilat olivat yleensä pieniä perheitä, jotka työllistivät kaikki perheenjäsenet vauvasta vaariin. Varsinkin naisten osuus maatalouden työntekijöinä oli suuri, sillä he yleensä vastasivat karjanhoidosta sekä maito- ja ruokataloudesta. Vuodenaikojen vaihtelu vaikutti työllisyyteen niin, että miesten hoitama maataloustyö painottui selvästi kesäaikaan, toukokuusta syyskuuhun. Metsätalouden varassa oli pitkään kansantalouden hyvinvointi, sillä suurin osa vientituloista saatiin toiseen maailmansotaan saakka puu- ja paperitalouden tuotteista. Metsätyöt ajoittuivat lokakuusta huhtikuuhun, ja niitä tekivät pääosin miehet. Vuonna 2011 maatalouden työllisiä oli enää 3,6 prosenttia kaikkien alojen työllisistä (Keinänen 2009, 43-46; Knuuttila 2013, 8.)

Vaikka teollistuminen Suomessa alkoikin jo 1860-luvulla sahateollisuuden kehityttyä, vasta toisen maailmansodan jälkeen Suomi teollistui nopeasti. Teollisuus työllistäjänä ohitti maaseutuelinkeinot 1960-luvun alussa ja oli merkittävä työllistäjä aina 1980-luvun puoliväliin saakka. 1980-luvun lopun ja 1990-luvun alun taloudellinen lama aiheutti teollisuuden työllisyyden voimakkaan laskun. Teollisuuden suurin työllistäjä on 1990-luvun lopusta lähtien ollut metalliteollisuus, joka nykyisinkin työllistää yli puolet teollisuuden henkilöstöstä. Miesten osuus on aina ollut naisia suurempi, ainostaan tekstiili- ja elintarviketeollisuuden työntekijöistä suurempi osa on ollut naisia. Rakennusteollisuus työllisti myös huomattavan osan väestöä toisen maailmansodan jälkeen, kun tarvittiin uusia rakennuksia, varsinkin

asuinrakennuksia, sodassa tuhoutuneiden ja menetettyjen rakennusten tilalle. Valtio avusti korvauksilla uudelleenrakentamista. (Keinänen 2009, 47-50.)

Teollisessa yhteiskunnassa tuotannontekijöinä olivat työ ja pääoma, ja investointien kohteena olivat tuotantovälineet eli koneet ja laitteet. Massatuotanto ja standardit olivat yhteiskunnan perustana, tuotannon määrän perustana olivat kasvutarpeet. Työväestö alkoi siirtyä maalta kaupunkiin, ja yhä enemmän siirryttiin palkkatyöhön muiden palvelukseen. Koneet ja laitteet korvasivat osan ihmisten tekemästä työstä, mutta myös synnyttivät uusia ammatteja ja osaamistarpeita. (Hautamäki 1996, 19.)

Palvelualojen kehitys alkoi voimistua yhdessä teollistumisen kanssa. Palvelualat jaetaan yksityisiin ja julkisiin palveluihin. Yksityisiin palveluihin luetaan kauppa, hotelli- ja ravintolapalvelut, kuljetus ja tietoliikenne, rahoitus- ja vakuutusala sekä liike-elämän palvelut, julkisiin palveluihin taas koulutus, sosiaali- ja terveyspalvelut sekä julkinen hallinto. Yksityiset palvelut ovat kehittyneet nopeammin ja työllistävät enemmän kuin julkiset palvelut. Yksityisten palvelujen alalla ovat yleistyneet epätyypilliset työsuhteet ja työajat, sillä työvoiman tarpeeseen vaikuttavat kysynnän vaihtelut vuorokauden, viikonpäivien ja vuodenaikojen mukaan. Julkisen palvelun alalla, varsinkin sosiaalipalveluissa, työvoiman lisäys johtuu aiemmin perheissä ja kodeissa tehtävän työn siirtyessä markkinoille tai yhteiskunnan vastuulle palkkatyöksi, kuten esimerkiksi lasten päivähoito. Julkisen palvelun alat ovat naisvaltaisia, varsinkin sosiaali- ja terveyspalveluiden työntekijöistä miltei kolme neljäsosaa on naisia. (Keinänen 2009, 51–55.)

2.2 Tietoyhteiskunta

Tietoyhteiskunnan syntymisen mahdollisti vuonna 1947 keksitty transistori. Keksinnön tekivät fyysikot William Shockley, John Bardeen ja Walter Brattain, ja heidät palkittiin fysiikan Nobelilla vuonna 1956. Ensimmäiset transistorit olivat melko kookkaita, mutta materiaalien vaihtuessa laitteista tuli yhä pienempiä. Ensimmäisiä transistoreita hyödynnettiin muun muassa kuulokojeissa, sydämentahdistimissa sekä transistoriradioissa. Transistorin seuraava versio oli integroitu piiri, jota käytettiin 1960-luvulla esimerkiksi Apollo-kuu-alusten ja Minuteman-ohjusten tietokoneissa. Tällöin transistorien piisiruihin saatiin ahdettua yhä enemmän dataa, ne kuitistivat ja tulivat samalla nopeammiksi. Intel julkisti ensimmäisen mikroprosessorin vuonna 1971, ja se sisälsi 2300 transistoria. Vertailun vuoksi kerrottakoon, että nykyisissä prosessoreissa niitä on satoja miljoonia. Nykyisin transistorien täyttämiä siruja käytetään esimerkiksi matkapuhelimissa, kelloissa, autoissa, pesukoneissa ja kameroissa. (Lehto 2007.)

Tietoyhteiskunnan ohella käsitteenä voitaisiin puhua informaatioyhteiskunnasta, sillä tieto on informaation kvalitatiivinen eli jalostettu, perusteltu ja totuudenmukainen käsite, ja yhteiskunta perustuu lähinnä kvantitatiivisen eli fyysikaalisen informaation käsittelyyn. Tietoyhteiskunta terminä tuntuu olevan vakiintuneempi käytössä, vaikka se saattaakin virheellisesti johtaa päättelyyn, jossa tietotekniikan olemassaolo on välttämättömyyksiä tietoyhteiskunnan kannalta. (Hautamäki 1996, 9.)

Tietoyhteiskunnassa tieto ja tiedon käsittely ovat keskeiset tuotannontekijät ja tuotteet. Informaatio muutetaan sähköiseen muotoon eli digitalisoidaan, jolloin sitä voidaan helposti käsitellä ja siirtää tietokoneiden välityksellä. Tämä vaatii myös uudenlaista ”verkonluku- ja kirjoitustaitoa”, vuorovaikutusta ja kommunikaatiota, joka ei tapahdu ihmisten välillä kasvoista kasvoihin, vaan esimerkiksi ihmisten ja koneiden välillä tai digitaalisen välineen kautta. Työelämässä informaatioammattien määrä on kasvanut räjähdysmäisesti. Itseohjautuvuus on merkittävä tekijä, niin yksilöiden kuin koko elinkeinoelämän osalta. Tässä kohtaa korostuvat henkilöiden oma aktiivisuus ja toimivuus. (Hautamäki 1996, 10.)

Internetin räjähdysmäinen kasvu 1990-luvun alussa vauhditti tietoyhteiskuntaan siirtymistä. Ensimmäisiä verkossa yleisesti tarjottavia palveluita olivat esimerkiksi sähköpostit sekä pankkipalvelut. Suomalaiset olivat uudelle teknologialle hyvinkin vastaanottavaisia ja meillä internet-palvelimien ja matkapuhelinten määrä kasvoi erittäin voimakkaasti. Se myös loi Suomelle imagon tietoyhteiskunnan edelläkävijämaana, vaikka teknologia-painotteisuudesta ollaankin siirrytty laadullisten tekijöiden painottamiseen. Valitettavasti olemme tämän jälkeen jääneet kehitysvauhdissa varsinakin muita Pohjoismaita jälkeen, vaikka internetin ja digitaalisten palveluiden käyttö on meilläkin jokapäiväistä. (Ilmarinen & Koskela 2015, 35; Kahilainen 2000, 16.)

Globalisaatio eli maailmanlaajuinen verkottuminen on informaatioteknologian kehittymisen lisäksi yksi tietoyhteiskunnan kehitysvuorosta. Globalisaatio näyttäytyy paitsi talous- ja yritysmaailmassa, myös politiikassa sekä kulttuurissa. Poliitikassa globaalius helpottaa ylikansallisten ongelmien hoitamista yhteistyössä eri valtioiden ja tahojen välillä, kuten ympäristö-ongelmat ja väestönkasvu. Esimerkkeinä poliittisesta globalisaatiosta voidaan mainita globaalit instituutiot ja kansainväliset liittoumat, kuten YK ja NATO. Kulttuurisesti globalisaatio mahdollistaa toisilta kulttuureilta oppimisen kulttuurien välisen vuorovaikutuksen lisääntyä. Kansainväliset kansalaisjärjestöt, esimerkiksi Greenpeace, voivat tehostaa toimintaansa maailmanlaajuisesti hankkimalla kannattajia ympäri maailmaa. (Kahilainen 2000, 7.)

Globalisaation vaikutuksia talous- ja työelämään voidaan nähdä joko uhkina tai mahdollisuuksina. Uhkakuvia voi syntyä sillä, että maailmanlaajuinen kilpailu kovenee ja kustannusten karsimiseksi esimerkiksi tuotanto-

töitä voidaan siirtää niitä edullisemmin tekeviin maihin. Irtisanomiset, fyysisesti kenties maailman toisella puolella oleva yritysjohto esimerkiksi isoissa monikansallisissa yrityksissä ja erilaiset toiminta-kulttuurit voivat aiheuttaa henkilöstölle uhkakuvia globalisaatiosta. Globalisaatio mahdollistaa työvoiman liikkuvuuden niin, että lahjakkaista työntekijöistä käydään kovaa kilpailua. Kilpailukyvyyn parantamiseksi voidaan toimintoja sijoittaa eri paikkoihin, esimerkiksi panostamalla tuotekehitys kokonaan huippuosaamisen maahan ja siirtämällä yksinkertainen valmistustoiminta edullisen työvoiman ja tuotannon maihin. (Viitala 2015, 275-277.)

Taulukko 1. Yhteiskunnan kehitysvaiheiden eroavaisuus (Hautamäki 1996, 19.)

	MAATALOUSYHTEISKUNTA	TEOLLISUUSYHTEISKUNTA	TIETÖYHTEISKUNTA
Esiluvana	luonto	kone	äivot
Keskeiset tuotannontekijät	maa	työ ja pääoma	tieto ja osaaminen
Keskeinen toimija	maanviljelijä	palkkatyöläinen (maanviljely jatkuu supistuvana)	yrittäjä tai yrittäjän tapaan palkkatyötä tekevä (perinteinen palkkatyö jatkuu rinnalla)
Ominaisuudet	omavaraisuus	solidaarisuus	omatoimisuus
	luovuus	standardisaatio	innovatiivisuus
	luonnonmukaisuus	suunnitelmallisuus	kestävä kasvu
	itseohjautuvuus	keskitetty ohjaus	itseohjautuvuus

3 DIGITALISAATIO

Digitalisaatiolla tarkoitetaan tietotekniikan ja kehittyneen teknologian hyödyntämistä ja käyttämistä yhä uusilla elämänalueilla. Digitalisaatiota tapahtuu, kun ennen fyysisesti suoritettuja asioita muutetaan digitaalisesti tehtäviksi tai analogisia asioita, esineitä tai prosesseja konvertoidaan digitaaliseksi. Tätä muutostyötä kutsutaan digitalisoinniksi. Esimerkkinä digitalisoinnista on äänilevyjen ja CD-levyjen muuttuminen suoratoistomusiikkipalveluiksi, kuten Spotify, jolloin musiikin fyysinen olomuoto korvautuu digitaalisella palvelulla. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22; Hämäläinen, Maula & Suominen 2016, 21.)

Yritykset voivat tehostaa toimintojaan digitalisaation avulla aivan pienistä teoista lähtien. Yksi esimerkki tästä on dokumenttien digitalisointi, jolla pyritään paperittomuuteen. Tästä on yrityksille monta eri hyötyä: kustannukset laskevat, sillä paperien käsittely (tulostus, arkistointi, postittaminen, hävittäminen) sitoo henkilötyötä, hidastaa toimintoja sekä aiheuttaa kustannuksia; tilaa säästyy, kun dokumentit arkistoidaan erilaisiin arkistointi- ja taltiopalveluihin varastojen ja fyysisten arkistojen sijasta sekä asiakkaat saavat parempaa ja nopeampaa palvelua, sillä heidänkään ei tarvitse käsitellä tai arkistoida papereita, vaan omat sopimukset ym. ovat helposti löydettävissä sähköisistä palveluista tai sähköpostista. (Ilmarinen & Koskela 2015, 123.)

Paperit voidaan digitalisoida kahdella eri perusvaihtoehdolla: ensimmäinen on skannaus, jolloin paperilla olevat tiedot eivät välttämättä ole järjestelmien hyödynnettävissä, jos skannauksessa ei ole käytetty sisällön lukevaa merkintunnistusjärjestelmää. Toinen ja suositellumpi vaihtoehto on dokumenttien ja lomakkeiden tietosisällön muuttaminen järjestelmissä, palveluissa ja automatisoiduissa prosesseissa hyödynnettäviksi tiedoiksi. Esimerkkinä tästä voidaan pitää e-laskua, jossa asiakkaalle lähtee lasku tietomuotoisena, asiakkaan niin halutessa hän voi kuitenkin vielä saada näköislaskun lisätietona. (Ilmarinen & Koskela 2015, 123–124.)

Haasteena paperittomuudessa yritykset saattavat pitää sopimuksiin ja muihin oikeustoimiin vaadittavia allekirjoituksia. Digitaaliseen muotoon muutetuissa sopimuksissa voidaan käyttää esimerkiksi digitaalista allekirjoitusta, jota on mahdollista saada kaupallisena palveluna, tai käyttää allekirjoitusvälineinä pankin verkkopalvelutunnuksia, operaattorien mobiilivarmennetta, sähköistä henkilökorttia tai jotain muuta tunnistustapaa. Tähän varmasti tulevaisuudessa keksitään uusia ja helpompia vaihtoehtoja. (Ilmarinen & Koskela 2015, 124.)

3.1 Digitalisaation murrokset

Ilmarinen & Koskela (2015, 52) ovat jakaneet digitalisaation murroksen kolmeen osaan: asiakaskäyttäytymisen, teknologian ja markkinoiden murrokseen. Kaikki nämä murrokset vaikuttavat toisiinsa ja sen myötä koko yhteiskuntaan ja toimintaympäristöön. Digitalisaatio etenee nopeasti, ja on ennustettu, että suurimmat muutokset ovat vasta edessäpäin.

3.1.1 Asiakaskäyttäytymisen murros

Vaikka helppous, nopeus, edullisuus ja laatu ovat olleet asiakaspalvelussa ja kaupankäynnissä voimakkaita kilpailutekijöitä jo kauan, ovat niiden roolit korostuneet digitaalisten innovaatioiden käyttöönottamisen myötä. Asiakkailla on entistä enemmän vaihtoehtoja, ja esimerkiksi hintojen vertailu käy vaivattomasti, ostetaan sieltä mistä tuotteen tai palvelun saa edullisimmin ja vaivattomammin. On arvioitu, että jopa 80 prosenttia ostopäätöksistä tehdään netissä hintoja ja valikoimia vertaillen, ennen kun tuote tai palvelu ostetaan. Ostamiskokemuksen tulee olla helppo ja vaivaton, kynnys vaihtaa helpompaan tarjoajaan on matala. Ulkomaiset verkkokaupat ovat tulleet mukaan kansallisten verkkokauppojen kilpailuun, ja nykyisin paketti toiselta puolelta maapalloa saatetaan toimittaa paljon nopeammin kuin samassa kaupungissa sijaitsevan verkkokaupan varastosta. Kivijalkakaupat ovat pahimmillaan muuttuneet näyttelytiloiksi, joissa käydään kokeilemassa tuote, ennen kuin se tilataan edullisemmin kilpailijan verkkokaupasta. (Hämäläinen ym. 2016, 23–25; Ilmarinen & Koskela 2015, 53–54.)

Vertaisryhmien arviot ja palautteet ovat myös nousseet merkittäviksi ostopäätöksiä tukeviksi asioiksi, ja näitä on helposti saatavilla esimerkiksi sosiaalisen median kautta tai verkkokaupan omien tuotearvioiden ja palautteiden kautta. Tämä luo myös yritysten toimintaan läpinäkyvyyttä, sillä väritetty tai ristiriitainen informaatio ja epäeettinen toiminta paljastuvat helposti. Huono ja negatiivinen julkisuus leviää varsinkin sosiaalisessa mediassa helposti, yksi esimerkki tästä on viimekeväinen United Airlinesin ylihuukatulta lennolta väkivaltaisesti poistetun matkustajan tapaus. Toisen matkustajan kuvaama video levisi sosiaalisessa mediassa, ja aiheutti lentoyhtiölle maineen menetyksen lisäksi myös taloudellisia tappioita osakkeiden arvon laskemisen kautta. (Ilmarinen & Koskela 2015, 56; Yle 2017.)

Asiakkaat voidaan jakaa eri ryhmiin heidän digitaitojensa, tottumuksiensa ja suhtautumisensa perusteella. Jako korreloi ikää, mutta ei ole täysin ikäsidonainen:

1. **Diginatiivit** kuuluvat sukupolveen, jotka ovat kasvaneet tietokoneiden, internetin ja älypuhelimien maailmassa. He ovat syntyneet vuo-

den 1980 jälkeen, ja kuuluvat niin kutsuttuihin Y- ja Z -sukupolviin. Diginatiivit ovat tottuneet nopeaan tiedonsaantiin ja jatkuvaan uutisvirtaan, heille medialukutaito on kehittynyt käsi kädessä perinteisen lukutaidon kanssa. He eivät seuraa perinteisiä medioita, kuten televisiota tai sanomalehtiä, vaan erilaisia tallenne- ja videopalveluita, digitaalisia uutispalveluita sekä blogeja ja yhteisöjä. Heille uusien käyttötapojen ja palveluiden käyttöönotto on helppoa kokeillen, visuaalisuutta ja videoita tutoriaaleina käyttäen.

2. **Digi-immigranttien** joukkoon kuuluu vielä suurin osa suomalaisista. He saattavat olla digitaalisten palvelujen suurkäyttäjiä, mutta digitaaliset palvelut täydentävät heille perinteisempiä palvelu- ja mediavaihtoehtoja. Tietokoneen käytön he ovat opetelleet aikuisiällä, ja uusien digitaalisten käyttötapojen omaksuminen saattaa olla haastavaa. Myös heidän asenteensa uuden opettelua kohtaan voi vaikeuttaa omaksumista.
3. **Digiresistentit** ovat jääneet tai jättäytyneet osittain tai kokonaan digitalisaation ulkopuolelle, heitä voidaan kutsua myös digitaalisiksi orvoiksi. He ovat usein seniorikansalaisia, ja syitä eristäytymiseen voivat olla osaamisen puute, terveydelliset syyt tai oma aktiivinen päätös. Tietokoneet saattavat vaikuttaa pelottavilta asioilta, olosuhteiden pakosta he ovat joutuneet opettelemaan esimerkiksi käyttämään pankkien laskunmaksuautomaatteja. (Ilmarinen & Koskela 2015, 57-58.)

3.1.2 Teknologian murros

Uudet digitaaliset innovaatiot ja niiden sovellukset, laitteiden, ohjelmistojen ja tiedonsiirron kehittyminen ovat mahdollistaneet digitalisaation nopean kehityksen. Tietotekniset laitteet ovat tulleet yhä tehokkaimmiksi ja nopeammiksi mikrosirujen prosessori-tiheyden kasvun myötä. Myös hinnat ovat alentuneet, joten se on mahdollistanut niiden saamisen yhä useamman ulottuville ja käyttöön. Uutta teknologiaa hyödynnetään arjessa esimerkiksi älypuhelimissa ja kodinkoneissa. (Ilmarinen & Koskela 2015, 59-60.)

Tiedonsiirto on nopeutunut uuden teknologian myötä, tämä näkyy varsinkin langattomassa tiedonsiirrossa eli WiFi-, 3G/4G- ja Bluetooth -yhteyksissä. Tämän vuoksi älylaitteiden kehitys on kiihtynyt, kuten myös erilaisien anturien käyttö tiedonkeruussa. Älypuhelimet eivät enää ole pelkästään puheluja ja tekstiviestejä varten, vaan toimivat monipuolisesti kamerana, musiikki- ja videosoittimena, navigaattorina, digitaalisena lompakkona sekä terveyden ja hyvinvoinnin seurantavälineenä. (Ilmarinen & Koskela 2015, 60–62.)

Yritysten kannalta teknologian kehitys näkyy siinä, ettei enää välttämättä tarvita isoja investointeja laitteisiin, ohjelmistoihin ja konesaleihin, vaan

palvelut voidaan ostaa pilvipalveluina ja XaaS-palveluna (anything/everything as a service), jossa käyttäjää veloitetaan vain palvelun käytöstä ja mahdollisesti käyttöönotosta. Hyötyinä yrityksille ovat esimerkiksi tietotekniikkaan sidotun pääoman tarpeen väheneminen ja palveluiden ajankäyttö ja mukautuvuus tarpeisiin, myös tilapäisiin. (Ilmarinen & Koskela 2015, 63 – 64.)

Jatkuvasti kasvava tiedon ja informaation määrä on yritysten toiminnassa yhä tärkeämpi osa. Jotta yritys pystyisi hyödyntämään saatavilla olevaa dataa mahdollisimman tehokkaasti, tulee näitä tietovarantoja osata oikealla tavalla kerätä, jäsentää ja analysoida. Keinoina datan hyödyntämiseen voidaan käyttää esimerkiksi automatisoitua päätöksentekoa, puheentunnistusta, tekoälyä ja käsittely- ja päättelyalgoritmeja. Niiden avulla yritys voi esimerkiksi kohdentaa markkinointiaan, optimoida valikoimaansa tai ennustaa kysyntää ja siten tarjota asiakkaille yksilöllisempää, räätälöidämpää ja parempaa palvelua. (Ilmarinen & Koskela 2015, 62–63.)

3.1.3 Markkinoiden murros

Kilpailu asiakkaista on koventunut, koska digitaalisuus mahdollistaa globaalin kaupankäynnin esimerkiksi verkkokauppojen välityksellä ajasta ja paikasta riippumatta. Moni ulkomainen verkkokauppa on laajentanut Suomen markkinoille ottamalla yhdeksi palvelun kieleksi suomen kielen. Suomalaiset verkkokaupat voivat kokea tämän haasteeksi, mutta samalla se antaa heille myös mahdollisuuden laajentaa uusille markkina-alueille ja asiakaskunnille. EU tukee alueellaan kaupankäyntiä yhdenmukaistamalla sähköiseen kaupankäyntiin liittyviä kuluttajansuojan, tietosuojan, immateriaalioikeuksien ja maksamisen käytäntöjä ja sääntelyitä ja pyrkii näin poistamaan eri maiden välillä olevia kaupan käynnin esteitä. (Ilmarinen & Koskela 2015, 65–68.)

Toimialarajat ovat hyvin liukuvia, sillä kasvua voidaan hakea aivan uusilta liiketoiminta-alueilta. Esimerkkinä tästä liukuvasta toimialarajasta voidaan mainita Verkkokauppa.com, joka alusta asti on ollut haastajana perinteisille tietotekniikan ja kodinkoneiden kaupoille. Nykyisin sen valikoimiin kuuluu lisäksi leluja, lastentarvikkeita, polkupyöriä ja elintarvikkeita. Uusia haastajia voi tulla lähes tyhjästä, sillä kynnys tulla mukaan verkkoon on mataltunut. Hyvällä liikeidealla ja ohjelmointitaidolla voi nopeallakin aikataululla luoda esimerkiksi mobiilisovelluksen. Verkkokaupan perustaja ei enää tarvitse suurta alkupääomaa, ei tarvita kivijalkakauppaa, vaan perustamisen voi tehdä valmiina oleville alustoille tai jonkun olemassa olevan nettikaupan yhteyteen. Pienet toimijat voivat myös yhdistää voimansa ja luoda yhteisen verkkokaupan, tästä esimerkkinä Weecos, suomalaisten käsityön pienyritysten oma kauppapaikka. (Ilmarinen & Koskela 2015, 67-68; Hämäläinen ym. 2016, 27; Ruokonen 2016, 68.)

Menestyäkseen uudessa, tiukentuneessa kilpailutilanteessa yritysten tulisi olla hyvinkin herkkiä asiakkaiden muuttuneita odotuksia kohtaan, ja olla

valmiina uudistumaan ja tarjoamaan asiakkaille uudenlaisia palvelu- ja liiketoimintamalleja, jolla ylittää asiakkaiden odotukset. Vakiintuneille yrityksille tämä voi olla haastavampaa ja heillä voi olla enemmän menetettävää, kun uusilla, aggressiivisilla haastajilla, jotka voivat tulla markkinoille hyvinkin kapealla liiketoiminnan fokuksella. Globaalisuus näkyy paitsi kaupankäynnissä, myös rahoituksessa, joten rahoitus liiketoiminnan aloittamiseen voi tulla myös globaalisti riskirahoittajilta tai enkelisijoittajilta. Helsingissä vuosittain järjestettävä kansainvälinen Slush-tapahtuma pyrkii yhdistämään sijoittajat ja startup-yritykset, ja tapahtuma on saanut runsaasti näkyvyyttä ympäri maailman. (Ilmarinen & Koskela 2015, 66.)

3.2 Liiketoimintojen digitaalimurros

Ruokonen (2016, 24–27; Ilmarinen & Koskela 2015, 28–29.) on jakanut liiketoimintojen digitaalimurroksen etenemisen neljään eri vaiheeseen, jotka etenevät aalloittain. Ensimmäisessä vaiheessa digitaalinen liiketoiminta on yritykselle lisä, eli fyysinen liiketoiminta dominoi ja digitaalinen toiminta tukee tätä fyysistä puolta. Tähän digitalisaation alkuaikaan sisältyy esimerkiksi sanomalehtien ensimmäisten verkkolehtien julkaisut. Verkossa julkaistut näköislehdet olivat paperilehden toisintoja digitaalisessa muodossa, eli sisältö vastasi täysin painettua paperilehteä. Myös verkko-kauppojen synty sijoittuu tähän vaiheeseen, joka ajallisesti tapahtui vuosituhaten vaihteen tienoilla. Terminä digitaalisuus ei vielä ollut juurikaan käytössä, vaan puhuttiin e-bisneksestä.

Seuraavassa vaiheessa digitaalisuus on jo muuttunut yritykselle vallitsevaksi toimintamalliksi, jota fyysinen puoli tukee. Digitaalinen tuote tai jakelukanava ovat siirtyneet volyymitaan fyysistä liiketoimintaa merkittävämmäksi. Tästä vaiheesta esimerkkinä voidaan ottaa matkailu, jossa matkojen ja lentojen varaaminen on siirtynyt matkatoimistojen tiskeiltä pääsääntöisesti verkkoon. Digitaaliset tuotteet tai palvelut eivät välttämättä ole kokonaan sulkeneet fyysistä puolta pois, vaan sekä fyysistä tarjoomaa että digitaalista liiketoimintaa käytetään yhdessä. (Ruokonen 2016, 28-31.)

Digimurroksen aallon kolmannessa vaiheessa digitaalisuus on jo muuttunut yleiseen käyttöön koko toimialalla ja fyysinen tuote tai palvelu on jäänyt vain esimerkiksi alan harrastelijoiden käyttöön. Tällöin digitaalisen liiketoiminnan on todistettava todellinen lisäarvonsa ja erottauduttava kilpailijoistaan. Hinta- ja valikoimakilpailukyvyt ovat merkittävässä roolissa, mutta myös digitaalisen tuotteen tai palvelun käyttökokemuksen tulee olla tehokas ja miellyttävä, jotta kuluttaja jatkossakin käyttäisi juuri tämän yrityksen palveluita. Palvelun tekninen toteutus, helppokäyttöisyys ja uusiutumiskyky ovat merkittäviä kilpailutekijöitä, ja markkinat yleensä karsivat vain toimivimmat digitaaliset palvelut jäljelle. Esimerkkinä tämän aallon liiketoiminnasta voidaan ottaa jo edellä mainittu matkailu, jossa esimerkiksi

lentolippua varatessa voi kätevästi varata samalla myös hotellin ja autovuokrauksen. (Ruokonen 2016, 32–35.)

Olemme parhaillaan kokemassa digimurroksen neljättä aaltoa. Tässä vaiheessa digitaalista liiketoimintaa hallitsevat mobiili, videot, data ja sosiaalisuus. Mobiililaitteilla eli älypuhelimilla ja tableteilla käytetään verkkopalveluita pöytätietokoneita ja kannettavia enemmän. Tämä korostuu varsinkin nuorempien käyttäjien keskuudessa. Mobiililaitteet ovat henkilökohtaisia ja mukana yleensä lähes aina, joten kynnys käyttää mobiilipalveluita on matala. Mobiililaitteiden ominaisuudet eli paikannus, kamera, sosiaalisen median sovellukset, kalenteri ja osoitekirja tekevät niistä omanlaisensa, toisiaan tukevan kokonaisuuden. Kilpailu käyttäjistä on kovaa, ja yritysten voi joskus olla haastavaa siirtää liiketoimintaa mobiililaitteisiin perinteisistä tietokonemaailmasta. Moni verkkopalvelu joudutaankin rakentamaan kokonaan uudelleen, jotta sitä on mahdollista käyttää mobiililaitteissa. (Ruokonen 2016, 36–39.)

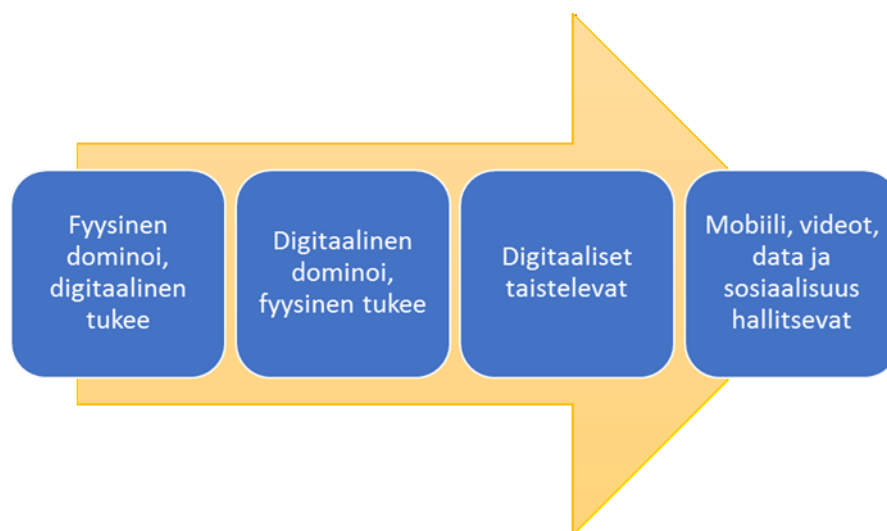
Toinen digitaalisen liiketoiminnan meneillään olevaa aaltoa hallitseva trendi on videomuotoinen sisältö ja kerronta. Tästä tunnetuin esimerkki on varmasti YouTube-suoratoistovideopalvelu, jota varsinkin nuoret seuraavat päivittäin. Lisäksi usean harrastuksena tai jopa työnä voi olla ”tubettaminen” eli videosisällön tuottaminen verkkoon. Menestyäkseen tässä trendissä yritysten tulisi kyetä tuottamaan laadukasta videomuotoista tietoa mahdollisimman nopeasti ja kustannustehokkaasti, eli hallitsemaan videon eri formaatit, jakelukanavat sekä tuottamistavat. (Ruokonen 2016, 39–42.)

Kolmas trendi on data ja digitaalisen datan hallinta. Dataa tulee jatkuvasti lisää, sillä jokaisesta ihmisen digitaalisesta tekemisestä jää jälki, joka voidaan muuttaa dataksi ja hyödyntää sitä liiketoiminnassa. Erilaista dataa käyttäjistä voidaan kerätä kolmella tavalla:

1. Käyttäjä voi itse luovuttaa tietojaan, esimerkiksi kirjautumalla verkkopalveluun.
2. Palveluntarjoaja havainnoi dataa, esimerkiksi sivustovierailuista tai linkkien klikkailuista.
3. Palveluntarjoaja johtaa dataa, esimerkiksi tekee analyysiä asiakkaan todennäköisistä ostoaikeista. (Ruokonen 2016, 42–45.)

Kaikkia näitä tietoja yritys voi hyödyntää liiketoiminnan kehittämisessä ja palvelun parantamisessa. Käyttäjä voi saada jatkossa esimerkiksi juuri itselleen kohdennettua mainostamista. Käyttäjälle tosin saattaa joskus tulla tunne, että yritys saa liikaa tietoa, joten yrityksen tulee huolehtia tiedon keruun, säilytyksen ja käytön vastuullisuudesta ja luottamuksellisuudesta. Käyttäjille paras ja luotetuin datankeruumuoto on digitaaliseen palveluun kirjautuminen, jolloin käyttäjältä saadaan tiedon keräämiseen suostumus. (Ruokonen 2016, 42–45.)

Neljäntenä trendinä on sosiaalisuus, yhteisöllisyys ja jakaminen. Sosiaalisia suhteita saatetaan ylläpitää digitaalisten kanavien kautta, ja helpomman verkottumisen myötä esimerkiksi tavaroiden ja palvelujen myyminen, jakaminen, vaihtaminen tai antaminen käyttäjältä toiselta on tehostunut. Esimerkkinä uudenlaisesta jakamisen kulttuurista on AirBnB, jossa omaa kotia vuokrataan toiselle kuluttajalle, tai Wikipedia, jossa sisältöä voidaan luoda yhteisvoimin. (Ruokonen 2016, 45–47.)



Kuva 1. Digitaalimurroksen aallot (Ruokonen 2016, 24).

3.3 Automaatiot ja robotiikka

Automaatioita on käytetty teollistumisesta lähtien eli jo useamman vuosikymmenen ajan tehostamassa toimintoja, mutta vasta digitalisaation ja tekniikan kehityksen myötä sen käyttö on levinnyt useammalle toiminnan alalle. Automaatiossa ihmisen tekemä työ siirretään tietojärjestelmän, koneen tai robotin tekemäksi. Automaatiota käytetään järjestelmien sisällä auttamaan ja nopeuttamaan työnkulkua eri prosessien välillä. Usein automatisoitu työ on ollut rutiiniluontoista, mekaanista tai jopa vaarallista, mutta nykyisin yhä monimutkaisempien toimintojen automatisointi on mahdollista. Virhevalvonnan automatisointi ja toistuvien päättelyketjujen automatisointi ostolaskujen käsittelyssä ovat esimerkkeinä automaatioiden hyödyntämisestä liiketoimintaprosesseissa. (Aditro 2016; Ilmarinen & Koskela 2015, 125.)

Automaation käyttämisellä on monia hyötyjä. Automaation käyttö lisää tuottavuutta ja kustannustehokkuutta, kun henkilötyötä voidaan vapauttaa esimerkiksi asiakaspalveluun tai muuhun henkilötyötä vaativien asiakastarpeiden täyttämiseen. Automaatio nopeuttaa toimintoja moninkertaisesti, esimerkiksi vakuutusyhtiöiden korvauspäätökset ovat osittain automatisoitu niin, että korvauspäätös tulee välittömästi vahinkoilmoituksen

lähettämisen jälkeen. Toiminnan laatu paranee, sillä inhimillisten virheiden osuus jää pois ja laatuvaihtelut vähenevät. Esimerkkinä tästä voidaan ottaa päivittäistavarakauppa, jonka tilausmäärät on optimoitu automaation avulla. Automatisoidut toiminnot tarjoavat helpommin ja mitattavampaa informaatiota kuin manuaaliprosesseista, tämä puolestaan luo uudenlaisia edellytyksiä prosessien johtamiselle ja optimoinnille, kun esimerkiksi volyymeja ja läpimenoaikoja voidaan mitata reaaliaikaisesti. (Ilmarinen & Koskela 2015, 126.)

Robotit ovat laitteita tai tekoälyn avulla toimivia tietokoneohjelmistoja, jotka suorittavat monimutkaisia tehtäviä joko ihmisen käskyttämänä ja valvonnan alla tai täysin itsenäisesti. Yleensä robottien suorittamat tehtävät ovat ihmisten suorittamiksi liian yksinkertaisia, likaisia tai vaarallisia, tai joihin tarvitaan tarkempaa hienomotoriikkaa kuin ihmisellä. Digitaalinen tieto muutetaan robottien avulla fyysisiksi teoiksi. Ohjelmistorobotiikalla tarkoitetaan ohjelmia, jotka käyttävät olemassa olevia tietojärjestelmiä ilman muutostarpeita ja voivat verrata, tarkastaa, pilkkoa tai täydentää puuttuvaa dataa eri järjestelmien välillä. Näistä rutiinistöistä ihmisten tehtäviksi jää vain poikkeustapausten käsittely. (Aditro 2016; Hämäläinen ym. 2016, 53.)

Robotteja käytetään eniten teollisuudessa, mutta niitä kehitetään yhä enemmän myös yksityisten kuluttajien, viihteen ja terveydenhuollon käyttöön. Itsestään kulkevia robottiautoja on jo Piilaaksossa, ja Suomessa kin robottibussit ovat olleet kokeiluluontoisessa käytössä sekä Tampereella että Helsingissä. Yksityiset kuluttajat ovat voineet jo useamman vuoden ajan käyttää robotteja sekä imuroimiseen että ruohonleikkuuseen. Amerikassa robotti on valjastettu myös pikaruokaravintolaan, siellä robotti hoitaa kokonaan hampurilaisen valmistuksen aina pihvinpaistosta tomaatin ja sipulin leikkaamiseen ja valmiin hampurilaisen pakkaamiseen 400 hampurilaisen tuntivauhdilla. (Hämäläinen ym. 2016, 53; Palmèn 2017.)

Taloushallinnossa robotiikkaa voidaan hyödyntää rutiinia vaativien töiden tekemiseen, esimerkiksi osto- ja myyntilaskujen täsmäytykset tilauksiin ja automaattiseen maksuun. Tämä vapauttaa työntekijöiden työaikaa esimerkiksi poikkeustapausten käsittelyyn, asiakaspalveluun tai kehitystyöhön. Esimerkkinä voidaan ottaa Hämeenlinnassa sijaitseva Valtion talous- ja henkilöstöhallinnon palvelukeskus Palkeet, jossa ohjelmistorobotit ovat olleet käytössä vuodesta 2016 saakka. Siellä kolmessa kohteessa on käytössä kahdeksan robottia. Robotti hoitaa rutiininomaisia tehtäviä, kuten suorittaa menotositteiden numerotarkistukset, päivittää uusien toimittajien tiedot järjestelmään sekä tarkistaa henkilöstöhallinnon tietojen eheyttä eri komponenttien välillä. Tämä paitsi vapauttaa työntekijöiden aikaa asiakaspalveluun ja asiantuntijatehtäviin, myös vähentää turhaa työtä. (Aditro 2016; Mäkipere 2017.)

3.4 Digitaalisuus Suomessa: uhat ja mahdollisuudet

Suomi oli vielä 2000-luvun alussa yksi digitaalisuuden kärkimaista, mutta kehityksen vauhti on hiipunut huolestuttavasti suhteessa muihin. Digitalisaation hyödyntämistä mittaavan digibarometrin vuodelta 2015 mukaan Suomi on 22 maan vertailussa sijalla 5, mutta kehittyneisyyden muutosta vuosina 2008–2013 mittaavassa tutkimuksessa viidenkymmenen maan joukossa Suomi oli sijalla 48. Suomessa ei ole tarpeeksi liiketoimintamalleja tai palveluita, joilla olisi globaalia kantavuutta. Suomessa digitalisuuteen suhtaudutaan varovasti, eikä yhteiskuntaa ole vielä täysin digitalisoitu eli prosesseja ei mietitä, suunnitella ja toteuteta vielä täysin digitaalisella tavalla. Digitaalisuuden kehitys vaatii toimintatapoihimme ja ihmisten, yritysten ja hallinnon asenteisiin muutosta, se ei enää ole kiinni tekniikan kehityksestä. (Ilmarinen & Koskela 2015, 48-49; Junger 2015, 5, 9.)

Suomalaiset hyödyntävät melko hyvin digitaalisia palveluita kuluttajina, esimerkiksi vähittäiskaupan tuotteita on verkkokaupoista ostettu vuonna 2016 4,6 miljardilla eurolla, joka on lähes viidennes koko erikois- ja tavara-talokaupan arvonlisäverollisesta liikevaihdosta. Koko verkko-ostosten yhteismäärästä 1,9 miljardia euroa käytetään ulkomaisiin verkkokauppoihin, joiden ostetuimpia tuoteryhmiä ovat naisten vaatteet ja jalkineet, kosmetiikka, asusteet sekä matkapuhelimet ja tarvikkeet. Kotimaisista verkkokaupoista tilatuimmat tuoteryhmät ovat kodintekniikka (pois lukien matkapuhelimet ja tarvikkeet) ja puutarhatuotteet. Verkko-ostosten kokonaissummasta 3,9 miljardia euroa käytettiin matkailupalveluiden, pääsylippujen ja ruoka-annosten digitilauksiin. (Kaupan liitto 2017.)

Kotimaisen verkkokaupan myynnin osuus ulkomaille on puolestaan jäljessä muita Pohjoismaita Islantia lukuun ottamatta. Suomalaiset verkkokaupat toimittavat keskimäärin noin kolmeen maahan, kun esimerkiksi tanskalaiset verkkokaupat keskimäärin yhteentoista maahan. Palvelukielinä suomalaisissa verkkokaupoissa on usein vain suomi ja englantia, tanskalaisissa verkkokaupoissa palvellaan seitsemällä kielellä. Lisäksi Suomessa on panostettu digitaaliseen mainontaan hitaammin ja vähemmän kuin muissa Pohjoismaissa. (Ilmarinen & Koskela 2015, 43–45.)

Vaikka digitalisaatio on muuttanut ihmisiä yksilötasolta lähtien asiakaskäyttäytymisen myötä, aiheuttaa lisääntynyt teknologia ja uudet toimintatavat jossain määrin uhkakuvia. Helposti ajatellaan, että robotit tulevat ja vievät kaiken työmme. Näin mustavalkoisestihan asia ei ole, vaan vaikka robotit korvaavat osan ihmisen tekemästä työstä, eivät ne silti pysty työskentelemään vielä täysin itsenäisesti. Voisi sanoa, että ihminen ja robotti työskentelevät työparina. Robotit eivät vielä hallitse liiketoiminnan kaikkia lainalaisuuksia, suuria kokonaisuuksia eivätkä niiden kehittämistä, joten vaikka osa työtehtävistä on korvattu, uudenlaiset työtehtävät tulevat työntekijöiden tehtäväksi robotiikan lisääntymisen myötä. On ennustettu, että 20 vuoden sisällä seitsemän prosenttia Suomen työpaikoista voidaan kor-

vata automatisoimisella, mutta samalla syntyy myös uusia tarpeita, yrityksiä, tuotteita ja palveluita, joissa ihminen tekee työn. (Hämäläinen ym. 2016, 54; Vaattovaara 2016.)

Suurella osalla yrityksiä ei digitalisaatiota osata vielä täysillä hyödyntää eikä mahdollisuuksia edes tunnusteta. Tutkimusyhtiö Gartnerin kesäkuussa 2016 julkistamassa tutkimuksessa selvisi, että 51 prosenttia suomalaisista yrityspäätäjistä on sitä mieltä, että digitalisaatio vaikuttaa yrityksen liiketoimintaan ainoastaan vähän tai ei ollenkaan. Digitalisaation hyödyt nähdään ainoastaan kulujen alenemisena. Muutos tähän vaatii yritykseltä täysin uutta asennetta ja uusia strategioita, joissa digitaalinen liiketoiminta otetaan mukaan yrityksen strategiaan. Tulee hankkia yrityksen liiketoiminnan kannalta oikeaa digitaalista osaamista, joka parantaa organisaation suoritusta ja lisää omien asiakkaiden tyytyväisyyttä, tämä vaatii aktiivista otetta ja systemaattista kehittämistä. (Hämäläinen ym. 2016, 23; Ruokonen 2016, 14.)

Jotta Suomi nousisi taas kärkimaiden joukkoon digitaalisuudessa, se vaatii koko yhteiskunnan osalta konkreettisia ja päättäväisiä toimia: kaikki, mikä on mahdollista digitalisoida, tulee digitalisoida. Pelkkä nykyisten prosessien muuttaminen digitaalisiksi ei ole tarpeeksi tehokasta, vaan prosessit tulee miettiä alusta saakka digitaaliseen maailmaan sopiviksi. Hyvä esimerkki tästä koko prosessin uudistamisesta on veroehdotus, jossa suuri osa verotuksen tiedoista kerätään automaattisesti, verovelvollisen vastuulle jää ainoastaan muutaman puuttuvan kohdan täyttäminen ja tietojen tarkistaminen. Vielä on kuitenkin matkaa Kansallisen tulorekisterin perustamiseen, jolloin kansalaisten kaikki tulotiedot olisi kerätty yhteen järjestelmään, jota esimerkiksi Kela pääsee käyttämään ja laskemaan sekä sovittelemaan sosiaalietuuksia järjestelmän tietojen pohjalta. (Junger 2015, 17.)

Digitaalisuuden täyteen hyödyntämiseen on perusta jo valmiina. Digitaalisten perustaitojen opettaminen aloitetaan nykyisin jo peruskoulusta, kun ohjelmoinnin perusteita opetetaan osana matematiikan kursseja. Koulutus yliopistoja myöten on ilmaista ja laadukasta. Digitaalisen liiketoiminnan kehittämistä tukee aktiivisesti innovaatio- ja tutkimuskeskus Tekes. Laajakais-tayhteydet toimivat lähes koko maassa. Kansainvälisesti menestyneet suomalaisyritykset (Supercell, Rovio) antavat esimerkkejä uudelta yritystoiminnasta ja -kulttuurista. Tästä perustasta ja vahvuksistamme tulisi nyt ottaa kaikki hyöty irti, jotta pysymme mukana digitalisoituvassa maailmassa. (Ruokonen 2016, 11–14.)

4 TIETOA TOIMEKSIANTAJASTA

Hämeen ammattikorkeakoulu HAMK toimii Kanta-Hämeessä ja Etelä-Pirkanmaalla seitsemällä eri toimipisteellä, joita ovat Evo, Forssa, Hämeenlinna, Lepaa, Mustiala, Riihimäki ja Valkeakoski. HAMKissa opiskelee noin 7200 opiskelijaa, opettajia sekä muuta henkilöstöä on 625. Koulutustarjonta koostuu 23 AMK-tutkintoon ja seitsemästä YAMK-tutkintoon johtavasta koulutuksesta, neljästä Bachelor's- ja kahdesta Master's-koulutuksesta sekä neljästä ammatillisesta opettajankoulutuksesta. Tarjottavat koulutusalat ovat tekniikka- ja liikenneala, luonnonvara- ja ympäristöala, sosiaali-, terveys ja liikunta-ala, yhteiskuntatieteiden-, liiketalouden ja hallinnon ala, kulttuuriala sekä luonnontieteiden ala. Sen lisäksi tarjontaan kuuluu myös lisä- ja täydennyskoulutusta sekä avoimen ammattikorkeakoulun opintoja. (Hämeen Ammattikorkeakoulu n.d.)

HAMK on panostanut kansainvälisyyteen. Kansainvälisiä opiskelijoita vuonna 2017 oli 620. Kansainvälisyys näkyy mm. opiskelija- ja harjoittelija-liikkuvuutena, opettaja- ja asiantuntijaliikkuvuutena, vieraskielisenä opetuksena ja monikulttuurisuuden tukemisena. HAMK tekee yhteistyötä ulkomaisten korkeakoulujen kanssa, esimerkiksi Euroopassa HAMKilla on noin sata yhteistyökorkeakoulua. Strategisia kumppaneita HAMKilla on Feevale University Brasiliassa ja VIA University College Tanskassa. Näiden korkeakoulujen kanssa HAMK tekee yhteistyötä strategisella tasolla korkeakoulujen kehittämisessä ja koulutus- ja tutkimustoiminnassa. HAMKissa on myös mahdollista suorittaa kaksoistutkinto eli toinen ulkomainen korkeakoulututkinto. (Hämeen Ammattikorkeakoulu n.d.)

HAMKissa toimii neljä erillistä tutkimusyksikköä, jotka koostuvat 22 eri tutkimusryhmästä ja 50 henkilöstä. Tutkimusyksiköt ovat Ammatillinen osaminen, Biotalous, Ohutlevykeskus ja Älykkäät palvelut. Tutkimustoimintaa ohjaavat tutkimusohjelmat ja kärkiosaamisalueet. Yhteistyö eri tutkimusyksikköjen välillä sekä strategisten kumppaneiden välillä mahdollistavat monipuolisen ja korkeatasoisen tutkimustoiminnan sekä myös opiskelijoiden mukanaolon. (Hämeen Ammattikorkeakoulu n.d.)

4.1 Älykkäät palvelut

Älykkäät palvelut -tutkimusyksikön tavoitteena on lisätä kilpailukykyä tarjoamalla alueen julkisen ja yksityisen sektorin toimijoille ja yrityksille tukea soveltuvien tutkimusten ja kehityksen keinoin digitaalisuuden lisääntyessä

ja palvelujärjestelmien kehittyessä. Tutkimusyksikkö toimii kuudella eri toimialueella:

1. uusi työympäristö ja elinikäinen oppiminen
2. hyvinvointiratkaisut ja -palvelut
3. älykäs koti ja rakennus
4. ympäristöliiketoiminta ja -palvelut (cleantech)
5. joustava logistiikka ja älyliikenne
6. teollisuuden digitalisaatio ja elinkaaripalvelu.

Tutkimusryhmien hankkeita ja tutkimuskohteita ovat muun muassa Arjen palvelut ja digitaalisuus, Moniaistisuus ja avustava teknologia, Pk-yritykset ja digitaalisuus sekä Teollisuuden digitaalisuus ja elinkaaripalvelu. (Hämeen Ammattikorkeakoulu n.d.)

Älykkäät palvelut -tutkimusyksikön Pk-yritykset ja digitaalisuus -tutkimusryhmän hankkeita ovat pk-yrityksille yritystasolle suunnattu DigiCoach-hanke sekä sitä tukeva ja täydentävä henkilöstötasolle suunnattu DigiReWork-hanke. DigiCoach-hankkeessa yritysvalmennuksessa haetaan käytännön ratkaisuja digijohtamiskyvykkyyden ja digivalmiuksien lisäämiseen sekä uusien kumppanuuksien ja yrityssuhteiden syntymiseen yhdistämällä teknologiaa ja liiketoimintaprosesseja. Valmennus on yrityslähtöistä, eli yritysten tarpeet selvitetään. Lyhyen aikavälin tuloksia on muun muassa yrityksen digivalmiuksien ja -taidon paraneminen ja päivittäiset toiminnot muuttuvat digitaalisuutta hyödyntäviksi. Pitkällä aikavälillä tuloksia on esimerkiksi uusiutumiskyvyn paraneminen sekä uusien asiakasryhmien ja toimintatapojen vuoksi kasvun kiihtyminen. (Hämeen Ammattikorkeakoulu n.d.)

4.2 DigiReWork-hanke

DigiReWork – digitaalisuus työelämän uudistajana on yksi HAMKin Älykkäät palvelut -tutkimusyksikön ja siellä tarkemmin pk-yritykset ja digitaalisuus -tutkimusryhmän hanke, joka alkoi 1.9.2015. Hankkeen rahoittajana toimii Hämeen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Hankkeen tavoitteena on auttaa alueen pk-yrityksiä hyödyntämään digitaalisuuden eri muotoja liiketoimintaprosesseissaan. Digialoittelijoita neuvotaan ja tuetaan digitaalisuuden hyödyntämiseen valmennuksen avulla. Valmennuksessa käydään läpi erilaisten tehtävien ja opetuksen avulla muun muassa sosiaalisen median hyödyntämistä yritysmarkkinoinnissa sekä kuvankäsittelyä. (Hämeen Ammattikorkeakoulu n.d.; Tuukkanen 2017.)

Hankkeen ja varsinkin valmennuksen kohderyhmänä ovat Kanta-Hämeen alueella toimivat valmistavan teollisuuden sekä matkailun pk-yritykset, ja niiden yli 54-vuotiaat työntekijät. Tavoitteena on tietoja ja taitoja lisäämällä henkilöstön digivalmiuksien kehittäminen ja sen myötä kehittää yri-

tysten toimintaa ja luoda parempaa asiakasarvoa hyödyntämällä digitaalisuutta jo olemassa olevissa prosesseissa sekä luomalla uusia. (Hämeen Ammattikorkeakoulu n.d., Tuukkanen 2017.)

DigiReWork-projekti koostuu kolmesta osasta, joita ovat digitohtoritoiminta, työpajat sekä valmennus. Digitohtoritoiminnassa ratkotaan yritysten tietoteknisiä ongelmia, esimerkiksi ohjelmien asennuksiin liittyviä ongelmia. Työpajat ovat noin kolmen tunnin kestoisia opetustuokioita, joiden aiheena ovat esimerkiksi sosiaalinen media, Youtube ja kuvankäsittelyohjelmat. Valmennus koostuu kolmesta osasta: yritysten hankinta mukaan valmennukseen, osaamiskartoitukset ja lähiopetuspäivät. (Tuukkanen 2017.)

Yritysten hankinta mukaan valmennukseen tapahtui uutiskirjeen välityksellä postitusryhmälle, johon yritykset ovat voineet liittyä. Osallistujille suoritettiin osaamiskartoitus, jolloin keskustelun ja avointen kysymysten kautta pyrittiin saamaan selville digitaalisten työkalujen käyttöön liittyvät työelämän ongelmat, joihin osallistuja toivoisi saavansa opastusta ja neuvoja. Yleisellä tasolla laajemmat valmennuksen teemat kouluttaja ja tutkimusryhmä olivat valinneet etukäteen, tarkemmat aihealueet valikoituivat osaamiskartoitusten perusteella. Yrityksiltä itseltäänkin saattoi tulla aiheita, mutta yleensä ne liittyivät asiakkuudenhallintaohjelmiin tai tuotannon hallintaan liittyviä ohjelmiin, jolloin spesifien luonteidensa vuoksi niitä ei voitu ottaa yleisiin valmennuksen aiheisiin mukaan. Lähiopetuskertoilla opeteltavia asioita käytiin ryhmässä läpi, opintopohjana toimi Moodle. Ryhmäläisille jäivät tunnukset Moodleen vuodeksi voimaan, joten he pystyvät halutessaan hyödyntämään opintopohjaa valmennuksen jälkeenkin. Lähiopetuspäivien välillä suoritettiin kehittämistehtäviä, esimerkiksi asiakaskirjeen tai lomakkeen suunnittelua, jotka toteutettiin valmiiksi seuraavilla lähiopetuskertoilla. (Tuukkanen 2017.)

Syksyyn 2017 mennessä valmennuksia on pidetty kahdelle ryhmälle. Valmennukseen osallistui yhteensä 17 henkilöä, ensimmäisessä valmennusryhmässä osallistujia oli 10 ja jälkimmäisessä 7. Valmennukseen osallistuvia oli matkailun ja valmistavan teollisuuden lisäksi myös it-, sosiaali- ja terveysalalta. Ikähaarukka valmennusryhmissä on ollut laajempi kuin kohde-ryhmä, eli valmennettavien ikä on vaihdellut alle 40- ja yli 60-vuotiaiden välillä. Ryhmille oli luotu omat Facebook-sivut sekä viestinnässä käytetty Whatsapp-pikaviestipalvelua. Ryhmissä oli havaittavissa hieman heterogeenisyyttä, eli valmennettavat erosivat toisistaan jonkin verran alkutiedoiltaan ja -taidoiltaan. Ryhmässä luottamus ja vertaistuki olivat suuressa roolissa. (Tuukkanen 2017.)

Moni saattaa kokea uuden teknologian ja digitaalisuuden tulon työtehtäviinsä uhkaksi ja ahdistavaksi, varsinkin jos taitoa ei ole vielä tarpeeksi käyttämiseen ja hyödyntämiseen. Tämä näkyy työntekijän työhyvinvoinnin ja työtyytyväisyyden vähenemisenä. Tähän seikkaan hankkeessa haluttiin

puuttua myös, joten valmennuksessa oli HAMKin kouluttajien lisäksi mukana Voimavaravalmennus Vaisto Oy:stä Ann-Mari Nordenswan, joka osallistuu vastasi työhyvinvointiin liittyvistä seikoista toimien henkisenä valmentajana. (Tuukkanen 2017.)

Syksystä 2017 lähtien DigiReWork-valmennukset muuttuivat niin, että ryhmävalmennukset jäivät pois ja ne korvattiin työpajamuotoisella opetuksella. Jokainen osallistuja voi itse valita, mitä aihealueita haluaa opiskella. Suoritetusta opetuksesta saa opetusmerkinnän. (Tuukkanen 2017.)

5 HAASTATTELUT

Haastattelujen pohjalta oli tarkoitus selvittää, miten valmennus muutti osallistujien asennetta, tietoja ja taitoja digitalisuutta kohtaan ja pystyvätkö valmennukseen osallistuneet hyödyntämään uusia taitojaan työtavissaan tai henkilökohtaisessa elämässään. Lähtökohtana tutkimuksessa käytettiin alkuhaastatteluja, jotka oli tehty ennen valmennuksen alkua. Nämä haastattelut suorittivat valmennuksesta vastaava lehtori Tarjaleena Tuukkanen yhdessä Vaisto Oy:n työhyvinvointivalmentajan Ann-Mari Nordenswanin kanssa keväällä 2017, ja näiden haastattelujen pohjalta tehtiin alkukartoitukset valmennusta varten. Näissä haastatteluissa selvisi, millaisia asenteita, tietoja ja taitoja osallistujilla oli ennen valmennusta.

Haastattelut valmennuksen jälkeen suoritettiin 20.11.2017–12.12.2017 jokaisen haastateltavan työpaikalla. Haastattelukysymykset oli suunniteltu etukäteen, ja samat kysymykset esitettiin kaikille. Haastatelluista ei mainita mitään tietoja, joilla valmennukseen osallistuneet henkilöt tai yritykset, joissa he työskentelevät, voitaisiin tunnistaa. Tämä anonyymiyden vuoksi, ja koska henkilöstön tiedot ja taidot ovat yrityksille pääomaa, joka kuuluu liikesalaisuuden piiriin. Sen vuoksi haastatelluista käytetään nimikkeitä ”haastateltava 1”, ”haastateltava 2” ja niin edelleen.

5.1 Haastattelu 1

5.1.1 Lähtötilanne

Haastateltava 1 on työskennellyt asiakaspalvelutehtävissä usean vuoden ajan, ja hän kertookin omien vahvuuksiensa työssä olevan juuri pitkän asiakasrajapinnassa työskentelyn kautta saadun hyvän näkemyksen asiakkaitaan ja myyntitoiminnoista sekä myyntityössä vaadittavan pitkäjänteisyyden. Työssään hänellä päivittäin on käytössä CRM-asiakkuudenhallintajärjestelmä sekä tuotannonohjausjärjestelmä, jossa ovat kaikki yrityksen tarjoamat tuotteet ja tarjoustiedot. Perusarkipäivän toiminnot toimivat hyvin kannettavan tietokoneen, puhelimen sekä yrityksen eri järjestelmien välillä. Vapaa-aikana haastateltavalla on käytössä digikamera sekä videokamera, joten kuvien käsittelystä on jonkin verran kokemusta.

Sosiaalinen media on haastateltavalle aika vieras, ainoastaan LinkedIn on hänellä käytössä ja tärkeä työkalu verkostoitumisessa. Sosiaalinen media herättää haastatellussa ristiriitaisia tunteita, sillä häntä arveluttaa oman

yksityisyyden säilyttäminen ja sosiaalisessa mediassa liikaa vietettävä aika, toisaalta taas varsinkin yrityksen kannalta verkostoituminen on tärkeässä roolissa. Sosiaalisen median kanavista esimerkiksi Facebook ei kiinnosta haastateltavaa, sillä hän kokee, ettei hänellä ole siellä kerrottavaa ja jaettavaa.

Yritys, jossa haastateltava työskentelee, ei vielä hyödynnä digitaalisuutta juuri lainkaan, ja haastateltava toteaa tämän kyllä vaikuttavan kilpailukykyyn. Parempi hyödyntäminen vaatisi yritykseltä voimakasta panostusta kouluttautumiseen, ja tämä on myös yrityksen kannalta strateginen kysymys. Yrityksessä tehdään jonkun verran etätöitä, mutta se on tähän saakka sujunut puhelimen sekä sähköpostin välityksellä. Skype-kokoukset voisivat olla ensimmäinen askel uudenlaisen teknologian hyväksikäyttöön.

Valmennukselta haastateltava odottaa digitaalisuuden tarjoamia uusia mahdollisuuksia sekä miten digitaalisuutta voisi työssään hyödyntää. Myös verkostoituminen on myös haastateltavalle tärkeää. Halu oppia uutta on suurta, sillä hän kokee sen tärkeäksi tulevaisuuden kannalta. Se on myös keino itselle ja työskentelemälleen yritykselle erottautua muista kilpailijoista. Motivaatio valmennusta kohtaan on korkealla, sillä hän haluaa parantaa omaa osaamistaan kaikilla mahdollisilla tavoilla, iästä riippumatta. Digitaalisuuden hän kokee tärkeäksi ja osaksi tätä päivää, sillä se mahdollistaa monella toiminta-alalla monipuolisuutta. Haastateltava kokee, että myös yrityksellä on tässä valmennuksessa tärkeä rooli tukijana ja uudenlaisten järjestelmien tarjoajana, eli hänellä ei ole pelkästään henkilökohtaisia tarpeita.

5.1.2 Valmennuksen jälkeen

Haastateltava 1:lle valmennuksen tärkein oppi oli huomata, kuinka paljon mahdollisuuksia on tänä päivänä digimaailmassa olemassa ja miten niiden avulla pystyttäisiin omaa työnkuvaa ja työtehtäviä helpottamaan ja parantamaan. Valmennus muutti asennetta digitaalisuutta kohtaan entistä positiivisemmaksi, aiemmin haastateltava oli hieman sitä mieltä, ettei tarvitse digitaalisia asioita, mutta on todennut, että täytyy kuitenkin pysyä mukana kehityksessä, muuten ”juna jättää”.

Yritystasolla varsinkin myynnin ja markkinoinnin kannalta olisi tärkeä olla kärkiyritysten joukossa. Haastateltavan työpaikalla ei vielä täysillä hyödynnetä digitaalisuutta. Syynä tähän voi olla, että yrityksen johtotasolla ei tunneta kiinnostusta digitaalisuutta kohtaan eikä nähdä sen mahdollisuuksia. Varsinkin markkinoinnin voisi saada digitaalisuuden avulla täysin eri tasolle, mutta se vaatii yritysjohtolta osallistumista, panostusta ja tukea. Haastateltava ei ole huomannut asioiden muuttuneen viimeisen vuoden aikana, mutta keskustelunavauksia digitaalisuuden mahdollisuuksista työpaikalla on jo käyty.

Motivaatio ja asenne omaa työtä kohtaan muuttui valmennuksen myötä, ja haastateltava on myös päässyt käyttämään oppimiaan taitoja joissakin työtehtävissään, vaikka itse työssä tai työnkuvassa ei suuria muutoksia olekaan tapahtunut. Valmennus avasi haastateltavan silmät huomaamaan, kuinka paljon mahdollisuuksia digimaailma hänenkin työhönsä voisi tarjota, mutta niiden parempi hyödyntäminen vaatisi enemmän työpaikan tukea esimerkiksi kone- ja laitehankintojen myötä. Myös siviilielämässä haastateltava on käyttänyt uusia taitojaan. Kiinnostavimmiksi valmennuksen osa-alueiksi haastateltava mainitsi suunnitteluun ja varsinkin 3D-suunnitteluun liittyvät asiat sekä sosiaalisen median kokonaisuuden. Sosiaalisesta mediasta kiinnostaa varsinkin LinkedIn, jonka haastateltava kokee tärkeäksi verkostoitumisen välineeksi. Facebookista ja muista kanavista haastateltava tietää toiminnot ja toimintaperiaatteen, mutta ei koe niitä itselleen tärkeiksi kanaviksi.

Valmennus kokonaisuudessaan oli haastateltavan mukaan hyvin suunniteltu, ja osallistujat olivat valikoituneet niin, että kaikilla oli tarvetta ja motivaatiota opiskella uusia asioita. Puitteet opiskelulle olivat loistavat, ja erikoismaininnan haastateltavalta sai myös Digihoitoritoiminta, eli tukiklinikka kone- ja laiteongelmille. Jatkokoulutusta haastateltava voisi myös ajatella, esimerkiksi Digoach -koulutusta, jolla pääsee hieman syvemmälle digiosaamiseen. Koulutuksen avulla pysyisi hyvin mukana kehityksessä. Jatkokoulutus voisi myös olla suunnattu ja räätälöity suoraan yrityksen omiin tarpeisiin, sillä haastateltava uskoo, että työpaikallaan olisi useampi koulutuksesta kiinnostunut henkilö. Koulutus voisi myös olla hieman enemmän jaksotettua, niin että yhdellä kerralla opeteltaisiin vain yhden osa-alueen asioita.

5.2 Haastattelu 2

5.2.1 Lähtötilanne

Haastateltava 2 on joutunut vaihtamaan työnkuvaansa terveyssyistä pois käytännön töistä. Tietotekniikan käyttö on alkanut kiinnostaa häntä yhä enemmän, mitä enemmän sen kanssa on tekemisissä. Kiinnostus on tullut ikään kuin pakon sanelemana, ja haastateltava on itsekin hieman yllättynyt omasta kiinnostuksen tasostaan, hänen asenteensa on viime aikoihin saakka ollut, ettei tietotekniikka voisi vähempää kiinnostaa.

Haastateltavalla on jonkin verran digiosaamista ja digitietoa, mutta kaikki pohjautuu itseopeteltuun tai mutu-tietoon. Yrityksessä, jossa hän työskentelee, haastateltava on isossa roolissa tietoteknisissä ja digitalisaatioasioissa sivujen päivittämisen kautta. Työpäivän aikana haastateltava käyttää eniten sähköpostia, Exceliä sekä yrityksen tilanvarausjärjestelmiä.

Yrityksellä ei ole suunnitelmaa digitaalisuudesta tai edes punaista lankaa digitoiminnalle, esimerkiksi markkinoinnille sosiaalisessa mediassa, vaan kaikki tapahtuu periaatteella ”tehdään nyt ja katsotaan, miten se toimii”. Yrityksessä on huomattu teknologian ja digitaalisuuden olevan yhä suuremmassa roolissa asiakkaiden suhteen, sillä eniten negatiivista palautetta tulee juuri tekniikan päivittämisestä ja internet-yhteyksien toimimattomuudesta. Sijainti vaikuttaa internet-yhteyksien toimimiseen, ja osa tekniikkapäivityksistä on yritykselle kustannuskysymys, mutta ongelmat ovat kuitenkin yrityksen tiedossa ja niihin pyritään puuttumaan mahdollisuuksien mukaan.

Haastateltavan työtehtäviin kuuluu yrityksen kotisivujen, Facebook-sivun ja Instagram-tilin päivittäminen. Näihin hän ei ole saanut juuri lainkaan koulutusta, vaan hän on itseoppinut eli kokeillut ja hakenut itsenäisesti tietoa, miten mikäkin asia tehdään. Valmennukselta hän odottaa, että se voisi antaa neuvoja ja varmuutta, miten asioita voitaisiin viedä tehokkaammin eteenpäin tai hyödyntää kaikkia mahdollisuuksia, mitä esimerkiksi eri sosiaalisen median välineillä on tarjota esimerkiksi markkinoinnin kohdistamiseen. Se voisi myös tarjota suunnitelmallista kehittämistä digitaalisten asioiden hoitamisessa. Digitaalisten palautelomakkeiden tekoa haastateltava odottaa myös, ja myös mitä muita hyödynnettäviä työkaluja digitaaliselta puolelta löytyisi. Lisäksi yrityksen hiljattain perustetulle verkkokaupalle olisi tarkoitus löytää uusia markkinointikeinoja ja myyntiä lisääviä asioita.

Omina vahvuuksinaan valmennukseen haastateltava pitää käytännölläheisyyttä, ongelmanratkaisukykyä ja -halua sekä rauhallisuutta. Vaikka hänellä on digitaalisuudesta hieman enemmän osaamista kuin muilla valmennukseen osallistujilla, hän odottaa innokkaasti valmennukselta perusosaamiseen varmuutta ja nimenomaan helpomman kautta toimimista. Ajankäytön kanssa hän ei usko tulevan ongelmia, sillä tähänkin saakka hän on pystynyt merkitsemään kalenteriinsa rauhoitettuja aikoja, jolloin hän voi rauhassa esimerkiksi päivittää kotisivuja, ja häntä saa häiritä ainoastaan hätätapauksessa.

5.2.2 Valmennuksen jälkeen

Haastateltava 2:lla oli valmennuksen käyneistä eniten pohjatietoja ja kokemusta digitaalisuudesta jo ennakkoon, ja hän myös käyttää digitaalisia työvälineitä haastatelluista eniten työssään. Työpaikalla digitaalisuus näkyy päivittäisissä toiminnoissa toimisto-ohjelmien käytön kautta. Yrityksellä on kotisivujen lisäksi näkyvyyttä myös sosiaalisessa mediassa, heillä on Facebook-, Instagram- sekä LinkedIn-tilit. Lisäksi työyhteisöllä on oma Whatsapp-ryhmä, jolla he viestivät esimerkiksi työvuoroihin ja ruokailuihin liittyvistä asioista. Viimeisen vuoden aikana digitaalisuuden osuus yrityksessä on lisääntynyt, ja varsinkin näkyvyys sosiaalisessa mediassa lisääntyi valmennuksen jälkeen. Haastateltava kertoo myös esimiehensä havain-

neen digitaalisuuden positiivisen vaikutuksen varsinkin vanhempiin markkinointimuotoihin verrattuna, enää ei messuille osallistuminen tai myyntikäynnit ole markkinoinnissa menestyksekkäimpiä muotoja. Haastateltava loi valmennuksen jälkeen ensimmäisen maksullisen Facebook-mainoskampanjan, hän kertoo olevansa kokeilevalla linjalla ja testaavansa suhteellisen pienellä sijoituksella, miten kampanja toimii.

Haastateltava kertoo valmennuksen tärkeimpien oppien olevan varmuus omaan tekemiseen, innostus opiskeluun sekä kuvankäsittelyyn Canva-sovelluksen käytön opetus. Canva-sovellus on yrityksessä otettu myös käyttöön sähköisten julkaisujen tekemiseen. Innostus opiskeluun näkyy siinä, että valmennuksen jälkeen haastateltava hakeutui opiskelemaan lisää vuoden mittaiselle opintojaksolle Haaga-Helia -ammattikorkeakouluun. Työyhteisössä haastateltava on myös saanut muut innostumaan digitaalisesta maailmasta esimerkiksi näyttämällä yrityksen Facebook-sivuja ja kuinka seuraajien määrä siellä on lisääntynyt. Henkilökohtaisessa elämässä digitaalisuuden käyttö on myös lisääntynyt. Haastateltava on tehnyt kotisivuja tuttavilleen oman kiinnostuksen, kokeilunhalun ja mielenkiinnon vuoksi, sekä ottanut käyttöön Snapchatin viestintäkanavaksi kummilapsien kanssa.

Haastateltavan asenne sekä digitaalisuutta että omaa työtä kohtaan muuttui valmennuksen myötä vieläkin positiivisemmaksi. Vaikka digitaalisuudesta oli jo ennestään runsaasti kokemusta, loi valmennus varmuutta ja uutta intoa omaan työhön entistä enemmän. Haastateltava kuitenkin tunnistaa, että digitaalinen ala muuttuu koko ajan, joten koko ajan on myös lisää ja uutta opeteltavaa. Ongelmana varsinkin pienessä yrityksessä on, että aikaa ei välttämättä muilta töiltä tahdo tarpeeksi riittää. Jos eteen tulee vastaan tarpeeksi mielenkiintoinen osa-alue, niin aikaa opiskelulle löytyy varmasti. DigiCoach-valmennus ei välttämättä vielä ole muiden opintojen vuoksi ajankohtainen juuri nyt, mutta voisi myöhemmin tiettyjen osa-alueiden kohdalta tulla kysymykseen. Yritykselle räätälöityä koulutusta haastateltava ei tällä hetkellä koe tarpeelliseksi.

5.3 Haastattelu 3

5.3.1 Lähtötilanne

Haastateltava 3:lla ei ole juurikaan kokemusta tietotekniikasta ja digitaalisuudesta ennakkoon, mutta hän haluaisi jakaa vastuuta yrityksessä toimitotyötä tekevän henkilön kanssa. Valmennusta haastateltava odottaa hien jännittyneenä ja kauhulla, sillä tietokone on ollut tähän saakka hyvin vähäisellä käytöllä. Lisämotivaatiota tähän valmennukseen hän haki hankkimalla uuden tietokoneen.

Yrityksessä on käytössä nettisivut, jotka tosin ovat jo hieman vanhahtavat, sekä Facebook-sivut, jotka haastateltava loi yhdessä ystävänsä kanssa. Yrityksen nettisivujen päivittämiseen ei taitoja löydy, mutta Facebook-sivut on aloitettu raikkaasti, joten niiden päivittämistä ja ajankohtaisten asioiden kertomista sosiaalisen median kautta tulisikin jatkaa. Haastateltava toivoo saavansa valmennuksesta taitoja Facebook-sivujen itsenäiseen päivittämiseen, kuten tekstin ja kuvien lisäämiseen sekä kuvankäsittelyyn, nyt ne onnistuvat perheenjäsenten ja ystävien avustuksella.

Yleisistä taidoista hän toivoo varmuutta esimerkiksi sähköpostien lähettämiseen, sillä hän sai alkuhaastattelua edeltävällä viikolla lähetetyksi ensimmäisen sähköpostin liitteen kera. Lisäksi hän toivoo oppivansa tekemään markkinointikirjeitä ja vastaamaan niiden sähköisestä jakelusta, sekä budjetoitua taulukkolaskentaohjelmilla. Oma henkilökohtaista rahaliikennettään hän on hoitanut tietokoneen välityksellä, mutta muuten tietokoneiden maailma on hänelle kokonaisuudessaan hieman vieras.

Yritys kaipaisi kokonaisuudessaan toimintansa päivittämistä modernimpaan suuntaan. Asiakasryhmät ovat tähän saakka olleet melko iäkkäitä, nyt tähän toivottaisiin muutosta. Lisäksi olisi tarkoitus suuntautua enemmän valmistuspainotteisesta konseptista elämispainotteiseen konseptiin, mutta se vaatii uusia taitoja, osaamisen tuotteistamista ja houkuttavuutta. Yritys kaipaa näkyvyyttä, ja haastateltava myös toivoo valmennukselta uusia vinkkejä verkostoitumiseen ja sitä kautta uusiin yhteyksiin.

Haastateltava pitää vahvuuksinaan vahvoja näkemyksiä asioista, hän tietää, mitä haluaa ja miltä asioiden tulee näyttää, mutta hänellä ei ole vielä työkaluja näiden toteuttamiseen. Motivaatio ja kiinnostus valmennusta varten on korkealla, valmennus kuulostaa juuri siltä, mitä haastateltava tarvitsee. Tunteet ovat myös hieman epäuskoiset ja jännittyneet, sillä taitoa puuttuu ja haastateltava pitää itseään hieman kärsimättömänä opetettavana. Asenteet ovat siis puolesta ja vastaan, enemmän kuitenkin myönteisiä, sillä on tärkeää päästä asioissa eteenpäin, ja juuri tätä valmennusta ja näitä taitoja tarvitaan. Kaikki, mitä valmennuksessa oppii, on haastateltavan mukaan hyväksi.

5.3.2 Valmennuksen jälkeen

Haastateltava 3 on huomannut työpaikallaan viimeisen vuoden aikana digitaalisuuden lisääntyneen, lähinnä markkinoinnissa. Käyttöön on tullut markkinointikampanjoita esimerkiksi yrityksen Facebook-sivulla. Valmennuksen tärkeimpänä oppina haastateltava pitää koko digimaailman selkeytymistä; käsitteet alkoivat selkeytyä ja kynnyks tarttua koneisiin ja laitteisiin madaltui. Lisäksi oli hyödyllistä nähdä, mitä kaikkia mahdollisuuksia digitaalisuus tarjoaa. Valmennuksessa lähdettiin liikkeelle peruskäsitteistä, ja

niitä käytiin läpi esimerkkien avulla, tämä oli haastateltavan mielestä erittäin hyödyllistä. Lisäksi opetus oli tarpeeksi selkeää, jokaisella oli mahdollista esittää kysymyksiä ja saada myös henkilökohtaista neuvontaa ongelmatilanteissa. Turhaa tietoa valmennus ei tarjonnut, ainoastaan tietyt osa-alueet (esimerkiksi Google Analytics) tuntuivat hieman hankalilta, mutta perustiedot niistäkin oli hyödyllistä saada.

Haastateltavan työnkuvaa valmennus laajensi niin, että nyt hän pystyy osallistumaan paremmin markkinointiin. Kuvankäsittelyn avulla hän on saanut esille uusia kuvia yrityksestä ja tuotteista, sekä luonut printtisesitteitä. Oman sormenjäljen saaminen esille visuaalisessa markkinoinnissa on piristänyt ja antanut uutta motivaatiota työtehtäviin. Koko asenne digitaalisuutta kohtaan muuttui valmennuksen myötä positiivisemmaksi, kun haastateltava huomasi kaikki digitaalisuuden tarjoamat mahdollisuudet. Hän myös totesi, ettei digitaalisten työkalujen käyttö ole niin vaikeaa kuin mitä hän aluksi pelkäsi. Henkilökohtaisessa elämässä hän on alkanut päivittää ahkerammin omia Facebook-sivujaan, julkaissut enemmän kuvia ja saanut näin enemmän kontaktia nuorisoon ja lisännyt sosiaalisuuttaan.

Haastateltava kuitenkin toteaa myös, että vielä paljon olisi digimaailmassa opeteltavaa, myös ihan perusasioita, jotta voisi paremmin hyödyntää niitä omassa tekemisessään. Myös käytännön kokemusta häneltä vielä puuttuu, mutta rohkeutta tarttua uusiin työkaluihin löytyi valmennuksen myötä. Haastateltavaa voisi kiinnostaa markkinointiin liittyvät koulutukset, esimerkiksi monikanavamarkkinointi tai mainospostien lähettäminen. DigiCoach-koulutusta hän ei tällä hetkellä koe itselleen ajankohtaiseksi, ehkä muutaman vuoden kuluttua sekin voisi olla mahdollinen koulutuskanava.

5.4 Haastattelu 4

5.4.1 Lähtötilanne

Haastateltava 4 käyttää päivittäin töissä tietokonetta, ja sillä lähinnä taulukkolaskentaohjelmaa sekä sähköpostia. Tietokoneen käyttöön hän on saanut peruskoulutuksen jo vuosia sitten, Vanajaveden opistossa suoritetun tietokoneen ajokortin myötä. Hän on myös käynyt lisäkurssin Excelin käytöstä, mutta totesi sen olevan liian spesifiä tietoa, jota hän ei käytännössä tarvitse. Vaikeuksia tietokoneen käytössä hän tuntee silloin, kun kaikki ei toimi niin kuin pitäisi, esimerkiksi kun tietokone jumituu, silloin tarvitaan muiden apua ongelman ratkaisemiseksi.

Haastateltavan työskentelemä ala on sellainen, jossa ei vielä digitaalisuutta paljoakaan hyödynnetä. Asiakkaiden yhteydenotot tapahtuvat pääasiassa henkilökohtaisen käynnin tai sähköpostin välityksellä. Asiakasrekisteri on vielä manuaalisen paperikortiston muodossa. Haastateltava kuitenkin

kin tunnistaa, että myös heidän alallaan palvelu ja asiakastyö tulee siirtymään jossain vaiheessa yhä enenemässä määrin verkkoon. Varsinkin nuoremmat asiakkaat saattavat jo odottaa palvelua ajasta ja paikasta riippumatta, myös sosiaalisen median välityksellä. Kotisivut yrityksellä on, ja sieltä löytyy linkkejä tarkempiin valikoimatietoihin. Sosiaalisen median käyttöä on yrityksessä myös mietitty, mutta vielä sen eteen ei olla tehty mitään. Haastateltava pitää sosiaalista mediaa tietynlaisena välineenä yhteydenpitoon, mutta sen käyttö tulisi olla hyvin hallussa ja tietää, mitä voi julkaista, muuten sillä voi saada paljon pahaa aikaiseksi.

Haastateltavalla on kova halu oppia paljon digiasioista ja syventää osaamistaan. Valmennukselta hän odottaa käytännönläheistä digiosaamista, eniten häntä kiinnostaisi oppia lisää taulukkolaskennasta, kotisivujen tekemisestä sekä verkkokaupan perustamisesta. Vaikka näitä tietoja ei valmennuksessa välttämättä opetetakaan, valmennuksen kautta voi myös saada tietoa siitä, mistä kautta voisi löytää lisätietoja ja lisäoppia itseä kiinnostavista aiheista. Haastateltava uskoo, että valmennus lisää motivaatiota ja kiinnostusta omaa työtä kohtaan ja työstä voi tulla mielenkiintoisempaa digitaalisten oppien ansiosta. Valmennus antaa tietynlaisen kokonaiskuvan digimaailmasta, ja auttaa huomaamaan, olisiko joku osa-alue sellainen, josta myöhemmin voisi itse hakea lisätietoa. Ryhmässä opiskelua haastateltava pitää hyvänä, sillä myöntää, että ryhmän tuki ja tietynlainen ”paine” auttaa häntä pysymään mukana, yksin opiskellessa ei opiskelu ole välttämättä niin tehokasta ja tuloksellista.

5.4.2 Valmennuksen jälkeen

Haastateltava 4 ei ole huomannut työpaikallaan muutoksia digitaalisuudessa viimeisen vuoden aikana, heillä on päivittäin käytössä tietokone ja siinä lähinnä sähköposti sekä toimisto-ohjelmat. Haastateltavan mielestä valmennus oli kuitenkin hyödyksi, sen avulla oppi monipuolisemmin käyttämään ja hyödyntämään jo osaamiaan ohjelmia ja järjestelmiä. Tähän saakka sopivien koulutuskanavien löytäminen on ollut hieman haasteellista.

DigiReWork-hankkeen valmennuksen tärkeimpänä oppina haastateltava pitää havaintoja siitä, kuinka paljon on maksuttomia sovelluksia ja ohjelmia olemassa, joita voisi hyödyntää. Tähän saakka haastateltavan itseopiskelu on jäänyt hieman tuloksettomaksi ja työn jalkoihin, sillä harjoituksia olisi pitänyt tehdä suunnitelmallisemmin. Ryhmän tuki ja hyvä kouluttaja auttoivat kuitenkin tämän valmennuksen läpi. Kiinnostavimpina osa-alueina haastateltava piti toimisto-ohjelmien ja varsinkin Excelin läpikäymistä, sillä niiden käyttö on hänelle tutuinta ja lisäoppi hyödyllisintä, muun muassa makrojen käyttö olisi hyvä oppia. Haastateltavalle vähiten hyödyksi oleva valmennuksen osa-alue oli joukkokirjeiden luonti. Vaikka ei niitä tällä hetkellä työssään tarvitsekaan, tietoisuus siitä, miten niitä luodaan, voi olla hyödyksi jatkossa.

Valmennus muutti haastateltavan asennetta digitaalisuutta kohtaan positiivisemmaksi, ja henkilökohtaisessa elämässään hän on hyödyntänyt oppejaan lataamalla verkosta erilaisia ohjelmia ja sovelluksia. Vaikka työtehtäviin ei valmennus tuonutkaan muutoksia, vaikutti se silti positiivisesti ja uutta intoa antavasti myös asenteeseen omaa työtä kohtaan. Haastateltava toivoo seuraavaksi koulutusta, jossa opeteltaisiin enemmän koneen ja ohjelmien teknisestä puolesta, eli mitä tehdä, jos tietokone tai ohjelma lakkaa toimimasta. Koulutus voisi olla mieluummin laaja-alaista ja monimuotoista, sisältäen sekä etä- että lähiopetusta, mutta ei välttämättä suoraan haastateltavan työpaikalle räätälöityä, sillä siihen ei ole tarvetta. DigiCoach-valmennukseen osallistumista haastateltava ei myöhemmin pidä mahdottomana ajatuksena, vaikkei se ehkä tällä hetkellä olisi kovin ajankohtaista.

6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miten DigiReWork-hankkeen valmennukseen osallistuneet kokivat valmennuksen, vaikuttiko se heidän asenteisiinsa digitaalisuutta kohtaan ja miten he pystyivät hyödyntämään oppimiaan taitoja sekä työtehtävissään että henkilökohtaisessa elämässä. Tutkimus suoritettiin haastattelututkimuksena, jossa haastateltiin neljää valmennukseen osallistunutta henkilöä, kahta kummastakin valmennusryhmästä. Haastateltavat valikoituivat mukaan ryhmien koulutuksesta vastaavan lehtorin Tarjaleena Tuukkasen ehdotuksesta ja niin, että he muodostivat mahdollisimman heterogeenisen otoksen valmennettavista. Ennen haastattelua käytiin läpi ennen valmennusta tehdyt alkuhaastattelut, jotta selvisi, millaiset pohjatiedot ja -taidot haastateltavilla oli.

Alkuhaastatteluissa selvisi, että termi ”digitaalisuus” oli vieras lähes jokaiselle osallistujalle, heille se tarkoitti pelkästään sosiaalista mediaa. Alkukartoituksen tietoja ja taitoja sisältävässä kyselyssä oli eriteltyä eri digitaalisia työvälineitä, ja tämä herätti kaikki huomaamaan, kuinka laaja kenttä koko digitaalisuus on. Eräs haastateltava sanoi näistä erittelyistä: ”Nyt tiedän, mitä en tiedä.” Ennakoasenteet valmennusta kohtaan olivat myönteiset ja valmennus koettiin jo etukäteen hyödylliseksi, sillä kaikki osallistujat haluavat pysyä mukana kehityksessä. Muutama osallistuja oli myös hieman epävarmalla ja jännittyneellä asenteella lähdössä mukaan valmennukseen, johtuen omista taidoista ja niiden puutteesta, esimerkiksi tietokoneen käytön epävarmuudesta.

Haastateltavien työpaikoissa digitaalisuuden näkyvyys oli vielä aika minimaalista, eivätkä haastateltavien työt eivätkä sisältäneet vielä paljoakaan digitaalisia työvälineitä. Tietokonetta kaikki toki käyttivät työssään, mutta sen käyttö rajoittui lähinnä toimisto-ohjelmien käyttöön ja sähköpostiin. Kahden haastateltavan työpaikalla käytettiin sosiaalista mediaa yrityksen näkyvyyden lisäämiseksi, mutta sitä ei hyödynnetty suunnitelmalliseen markkinointiin tai kampanjointiin. Kaikki haastatellut myönsivät, että digitaalisuuden suurempi hyödyntäminen voisi hyödyntää koko yritystä ja parantaa kilpailukykyä. Yrityksen johdolla on iso merkitys digitaalisuuden lisäämiselle yrityksen toiminnassa, sillä heidän vastuullaan on isojen strategisten päätösten teko. Yritysten johtotason piittaamattomuus digitaalisuuden lisääntymisestä tuntuu olevan iso ongelma kaikkialla, ja tämä vaikuttaa esimerkiksi laite- ja ohjelmistohankintoihin tai markkinoinnin suuntaamiseen digitaalisiin medioihin.

Valmennus ei muuttanut radikaalisti kenenkään työnkuvaa, mutta haastatelluista lähes kaikki pystyivät jollakin tasolla hyödyntämään oppimiaan asioita työtehtävissään. Suurempi merkitys valmennuksesta oli siinä, että

se antoi kaikille uutta potkua ja lisämotivaatiota omaan työhönsä. Valmennus antoi heille uutta varmuutta omaan toimintaansa. Valmennus selvensi haastatelluille, mitä kaikkea digitaalinen maailma pitää sisällään ja mitä mahdollisuuksia se voi tarjota käyttäjilleen.

Kaikki haastatellut myös kertoivat, että ovat lisänneet henkilökohtaisessa elämässään digitaalisuutta, esimerkiksi kuvankäsittelyllä tai sosiaalisen median käytön lisäämisellä. Muutama haastateltava kertoikin sosiaalisen median olevan heille uusi kanava yhteydenpidossa nuoremman sukupolven kanssa. Valmennus poisti kynnystä ja pelkoja tarttua koneisiin ja laitteisiin. Haastateltavat uskaltavat nyt rohkeammin sukeltaa digitaaliseen maailmaan esimerkiksi maksuttomien verkosta ladattavien ohjelmien myötä.

Digitaalinen maailma on kuitenkin laaja ja muuttuu koko ajan, joten jatkossakin saatetaan tarvita lisäkoulutusta aiheeseen. Valmennus tarjosi hyvän kannustimen mahdollisille myöhemmille opinnoille, ja myös mahdollisuuden tutustua muihin opiskelukanaviin. Vaikka tällä hetkellä esimerkiksi DigiCoach-valmennus ei olisikaan ajankohtaista, voisi lisäkoulutus esimerkiksi muutaman vuoden sisällä olevan mahdollista kaikille.

LÄHTEET

Aditro. (2016). Robotiikka ja automaatio ovat tehokkaita digitalisaation edistämisen ja asiantuntijuuden syventämisen välineitä. Blogijulkaisu. Viitattu 23.8.2017. <https://www.aditro.fi/blog/robotiikka-ja-automatio-ovat-tehokkaita-digitalisaation-edistamisen-ja-asiantuntijuuden>

Hautamäki, A. (1996). *Suomi teollisen ja tietoyhteiskunnan murroksessa. Tietoyhteis-kunnan sosiaaliset ja yhteiskunnalliset vaikutukset*. Hautamäki, Antti (toim.) Suomen itsenäisyyden juhlarahaston julkaisu. Helsinki: Sitra.

Hämeen Ammattikorkeakoulu. n.d. Digicoach. Viitattu 9.8.2017. <http://www.hamk.fi/tyoelamalle/hankkeet/digicoach/Sivut/default.aspx>

Hämeen Ammattikorkeakoulu. n.d. DigiReWork. Viitattu 9.8.2017. <http://www.hamk.fi/tyoelamalle/hankkeet/digirework/Sivut/default.aspx>

Hämeen Ammattikorkeakoulu. n.d. HAMK yleisesitys 2017. Viitattu 7.8.2017. [http://www.hamk.fi/tietoa-hamkis-ta/viestintamateriaali/PublishingImages/Sivut/default/HAMK%20yleisesitys%202017..%20\(v2.2c\).pdf](http://www.hamk.fi/tietoa-hamkis-ta/viestintamateriaali/PublishingImages/Sivut/default/HAMK%20yleisesitys%202017..%20(v2.2c).pdf)

Hämeen Ammattikorkeakoulu. n.d. Kansainvälisyys. Viitattu 7.8.2017. <http://www.hamk.fi/tietoa-hamkista/kansainvalisyys/Sivut/default.aspx>

Hämeen Ammattikorkeakoulu. n.d. Pk-yritykset ja digitaalisuus. Viitattu 8.8.2017. <http://www.hamk.fi/tyoelamalle/tutkimusyksikot/alykkaat-palvelut/pk-yritykset-ja-digitaalisuus/Sivut/default.aspx>

Hämeen Ammattikorkeakoulu. n.d. Tietoa HAMKista. Viitattu 7.8.2017. <http://www.hamk.fi/tietoa-hamkista/Sivut/default.aspx#>

Hämeen Ammattikorkeakoulu. n.d. Tutkimusyksiköt. Viitattu 7.8.2017. <http://www.hamk.fi/tyoelamalle/tutkimusyksikot/Sivut/default.aspx>

Hämeen Ammattikorkeakoulu. n.d. Älykkäät palvelut. Viitattu 7.8.2017. <http://www.hamk.fi/tyoelamalle/tutkimusyksikot/alykkaat-palvelut/Sivut/default.aspx>

Hämäläinen, V. & Maula, H. & Suominen, K. (2016). *Digiajan strategia*. Helsinki: Alma Talent.

Ilmarinen, V. & Koskela, K. (2015). *Digitalisaatio Yritysjohdon käsikirja*. Helsinki: Talentum.

Jungner, M. 2015. *Otetaan digiloikka! – Suomi digikehityksen kärkeen*. Elinkeinoelämän Keskusliitto. Helsinki.

Kahilainen, J. (2000). *Kohti kestäväää verkostoyhteiskuntaa. Kestävä kehitys ja tietoyhteiskunta*. Helsinki: Edita.

Kananen, J. (2015). *Opinnäytetyön kirjoittajan opas – Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 202.

Kauppan liitto. (2017). Digikuluttaja ostaa innokkaasti verkosta – myös ulkomailta. Tiedote 15.3.2017. Viitattu 28.8.2017. http://kauppa.fi/ajan-kohtaista/tiedotteet/digikuluttaja_ostaa_innokkaasti_verkosta_myoეს_ulkomailta_26099

Keinänen, P. (2009). Elinkeinorakenteen muutos -maatalousvaltaisuudesta palkansaajien ja palveluiden yhteiskuntaan. Teoksessa A. Pärnänen & K-M. Okkonen (toim.) *Työelämän suurten muutosten vuosikymmenet*. Helsinki: Tilastokeskus, 41 – 59.

Knuuttila, M. (2013). Maatalouden toimintaympäristö: Maa – ja elintarviketalous kansantalouden osana. Teoksessa J. Niemi & J. Ahlstedt (toim.) *Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2013*. Helsinki: Maa- ja elintarviketeollisuuden tutkimuskeskuksen julkaisuja, 5 – 9.

Lehto, A. (2007). Transistori 60 v. Maailma mullistui puolivahingossa. *Tiede* 30.11.2007. Viitattu 14.8.2017. http://www.tiede.fi/artikkeli/juut/artikkelit/transistori_60_v_maailma_mullistui_puolivahingossa

Mäkipere, T. (2017). Robotti työskentelee tietokoneessa. Hämeen sanomat 25.8.2017, A6.

Palmèn, J. (2017). Robotit kokoavat pian hampurilaisesi – ja pikaruokaketjujen keittiöistä loppuvat työt. *Talouselämä* 16.6.2017. Viitattu 24.8.2017. <http://www.talouselama.fi/uutiset/robotit-kokoavat-pian-hampurilaisesi-ja-pikaruokaketjujen-keittioista-loppuvat-tyot-6657887>

Rantanen, J. (2015). *Digitaalisuuden vaatimukset tulevaisuuden työpaikoilla – Ihminen muuttuvassa työympäristössä*. Opinnäytetyö. Teknologiaosaamisen johtaminen. Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 30.9.2017. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/98974/Rantanen_Jouni.pdf

Ruokonen, M. (2016). *Biteistä bisnestä! Digitaalisen liiketoiminnan käsikirja*. Jyväskylä: Docendo.

Vaattovaara, T. (2016). Mihin sitä ihmistä nyt enää tarvitaan? Blogijulkaisu 3.2.2016. Viitattu 24.8.2017. <http://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/efima/mihin-sita-ihmista-nyt-ena-tarvitaan-6250204>

Viitala, R. (2015). *Henkilöstöjohtaminen Strateginen kilpailutekijä*.

HAASTATTELUT

Haastateltava 1. 20.11.2017.

Haastateltava 2. 30.11.2017.

Haastateltava 3. 10.12.2017.

Haastateltava 4. 12.12.2017.

Tuukkanen, Tarjaleena. Lehtori. 13.6.2017; 9.11.2017. Hämeenlinna

- Hyödynnetäänkö työpaikallasi digitaalisuutta toiminnoissa, käytetäänkö esimerkiksi digitaalisia työvälineitä? Miten?/Miksi ei?
- Onko tämä asia muuttunut viimeisen vuoden aikana johonkin suuntaan?
- Mikä oli tärkein saamasi oppi valmennuksesta?
- Mitkä osa-alueet koit valmennuksessa tärkeimmäksi?
- Oliko valmennuksessa jokin osio, josta et kokenut saavasi mitään uutta tietoa?
- Onko työsi/työnkuvasi muuttunut valmennuksen jälkeen? Jos ei, miksei?
- Miten olet pystynyt hyödyntämään valmennuksessa oppimiasi asioita työelämässä? Jos ei, miksei?
- Miten olet pystynyt hyödyntämään valmennuksessa oppimiasi asioita henkilökohtaisessa elämässä?
- Koetko asenteesi digitaalisuutta kohtaan muuttuneen valmennuksen myötä? Miten?/Miksi ei?
- Muuttiko valmennus motivaatiasi ja asennettasi omaa työtäsi kohtaan?
- Mitä taitoja/osaamista sinulta vielä puuttuu työtehtävissäsi?
- Millaista valmennusta ja opastusta tähän kaipaisit, millä tavalla? Täsmäkoulutusta, yritykselle yksilöityä mentorointia?
- Olisiko kiinnostusta digicoach-koulutuksesta, jossa mennään syvemmälle asioihin?