



DATA OSANA VASTUULLISTA LIIKETOIMINTAA

-kyselyn tulokset 2020

Huomioitavaa

- **Kysely on suuntaa antava**, eikä otos ole riittävän kattava johtopäätelmiin yritysten tai Suomen tilanteesta.
- **Vastaukset tehtiin anonyymisti**, eikä niitä voi yhdistää yksittäisiin henkilöihin tai yrityksiin. Tästä johtuen ei ole mahdollista tehdä johtopäätöksiä organisaatioiden datapohjaisen liiketoiminnan kypsyystason vaikutuksesta vastauksiin.
- **Kyselyyn vastasi 47 eri suomalaisen yrityksen ja julkisen sektorin edustajaa** keväällä 2020. Kysely oli avoinna Sitran verkkosivuilla. Lisäksi kyselyä nostettiin esille FIBSin kanavissa.
- **Vastaajat edustivat hyvin eri kokoisia yrityksiä:** kolmasosa edusti pieniä, viidesosa keskikokoisia, 9 prosenttia keskisuuria ja 40 prosenttia suuryrityksiä.
- **Yritykset edustivat myös monipuolisesti eri toimialoja**, vaikkakin eniten vastaajia (28 %) oli informaatio ja viestintä -toimialalta.
- Neljä prosenttia vastaajista oli **julkisen sektorin edustajia**.

1. Kuinka datapohjaista on yrityksenne toiminta?

Vastaajien määrä: 47

Dataa käytetään hyvin laajasti ohjaamaan kaikkia liiketoimintapäätöksiä.

15%

Dataa käytetään yleisesti ohjaamaan keskeisiä liiketoimintapäätöksiä.

49%

Dataa käytetään tukemaan yksittäisiä liiketoimintapäätöksiä.

21%

Dataa käytetään satunnaisesti tukemaan liiketoimintapäätöksiä.

13%

Dataa ei käytetä liiketoimintapäätöksiäns tukena.

2%

0%

20%

40%

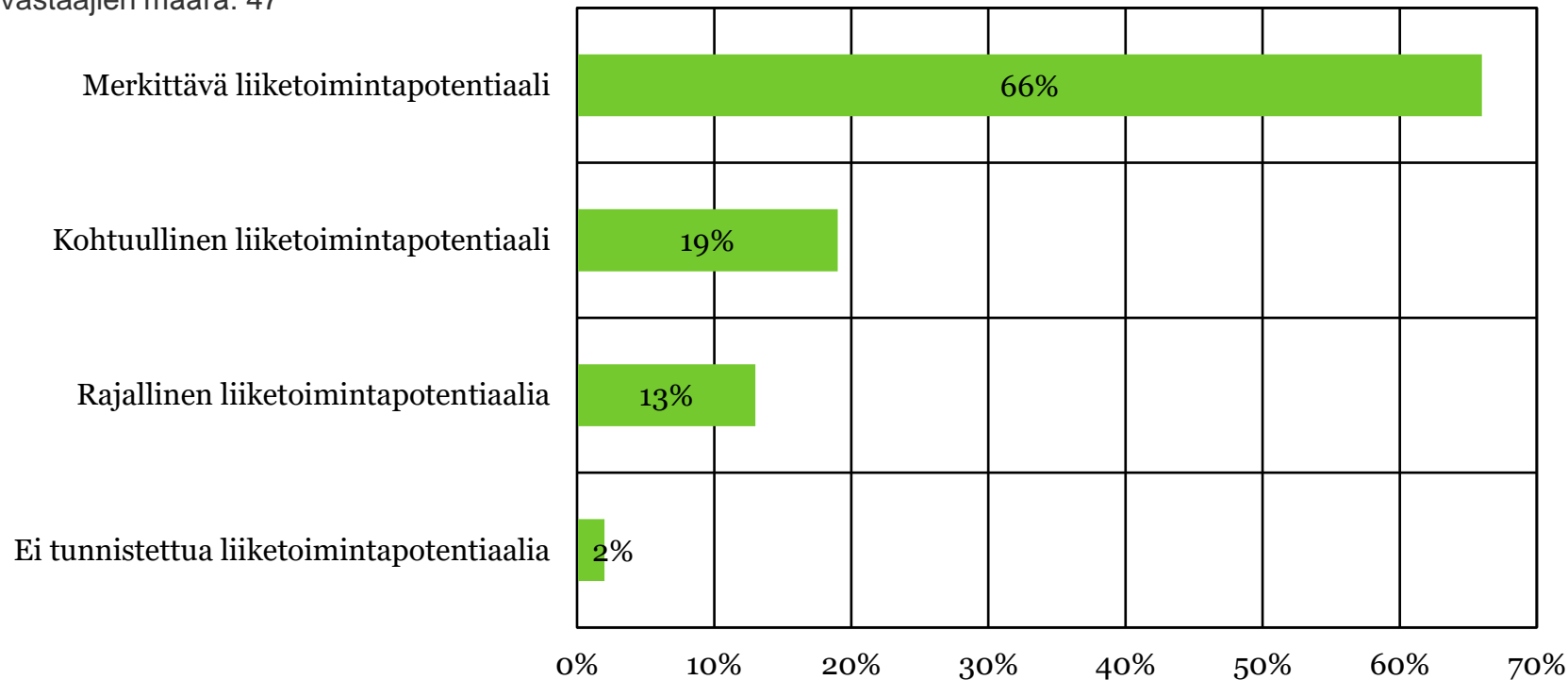
60%

Data päätöksenteon tukena

- **Puolet (49 %) vastaajista totesi, että dataa käytetään yleisesti ohjaamaan keskeisiä liiketoimintapäätöksiä.**
- Toiseksi suurin osa (21 %) vastaajista oli sitä mieltä, että dataa käytetään tukemaan vain yksittäisiä liiketoimintapäätöksiä.
- Kolmanneksi suurin osa (15 %) vastaajista totesi, että datalla on suuri merkitys yritykselle, sillä dataa käytetään hyvin laajasti ohjaamaan kaikkia liiketoimintapäätöksiä.
- Neljänneksi suurin osa (13 %) vastaajista sanoi, että dataa käytetään satunnaisesti tukemaan liiketoimintapäätöksiä.
- Vain yksi 47:stä vastaajasta uskoi, ettei dataa käytetä liiketoiminnan päätöksenteon tukena lainkaan.

4. Kuinka suuri datan liiketoimintapotentiaali on yrityksellenne?

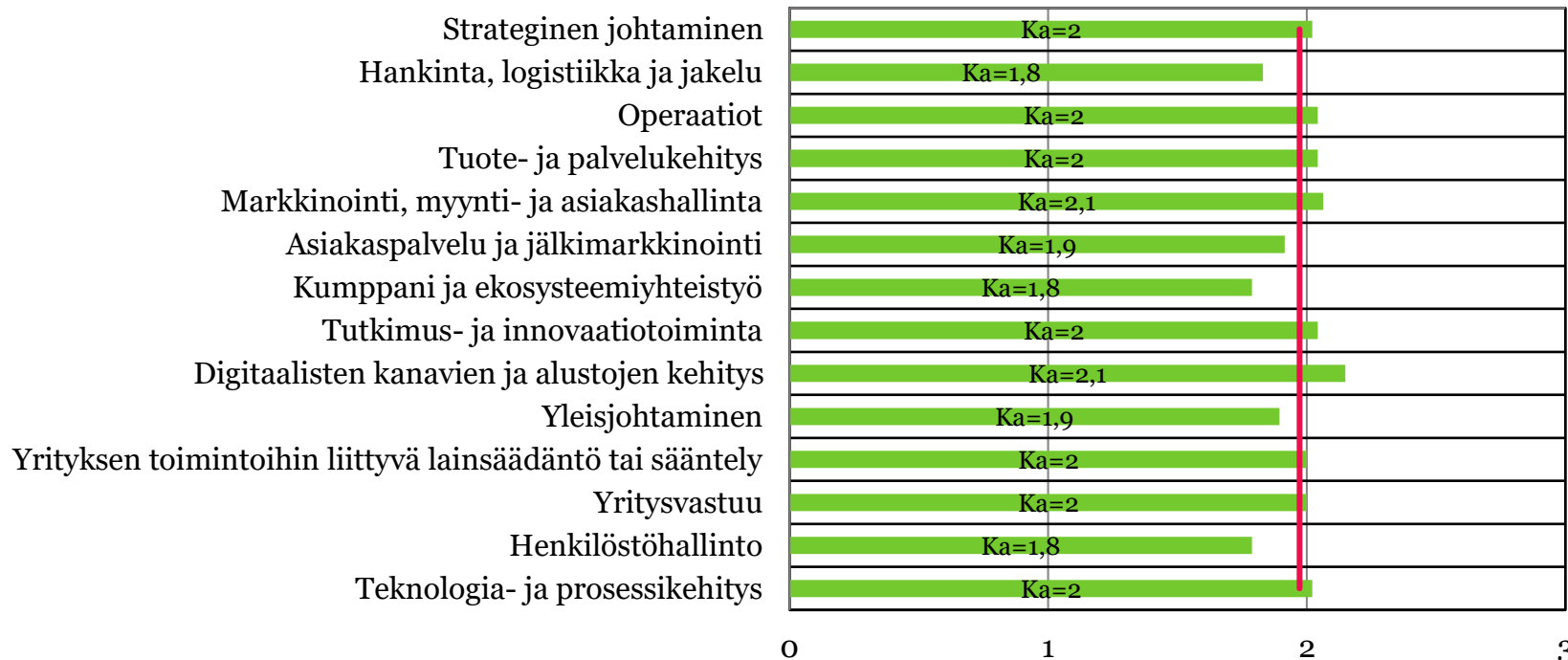
Vastaajien määrä: 47



Datan liiketoimintapotentiaali

- **Selvä enemmistö (66 %) koki datan liiketoimintapotentiaalin merkittäväksi yrityksessään.**
- Lähes viidesosa (19 %) koki datan liiketoimintapotentiaalin kohtuullisen merkittäväksi.
- Pienempi osa (13 %) arvioi liiketoimintapotentiaalin rajalliseksi.
- Vain yksi vastaaja ei nähnyt liiketoimintapotentiaalia lainkaan yrityksessään.

5. Millä tasolla arvioisit yrityksessänne olevan datan hallintaan ja hyödyntämiseen liittyvän osaamisen ja ymmärryksen yrityksenne eri toiminnoissa?

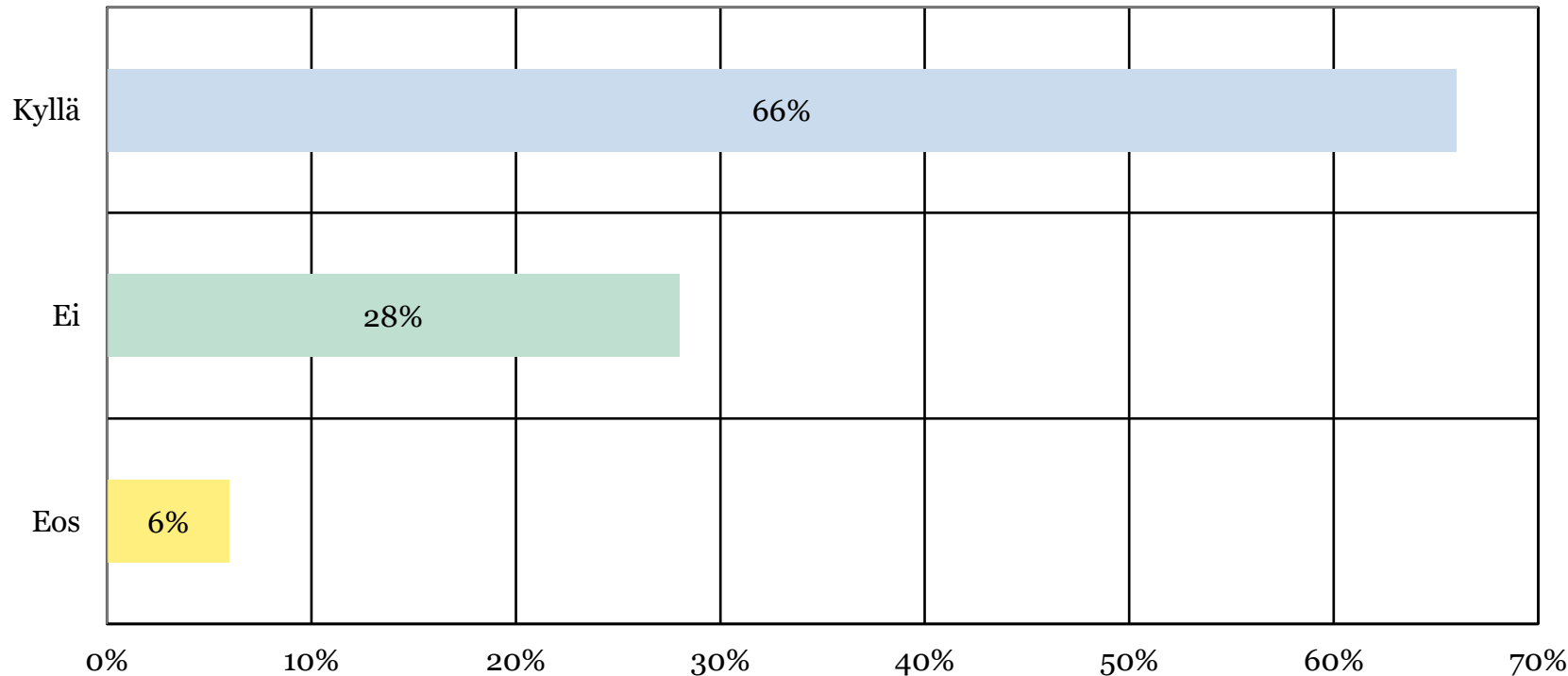


Dataosaaminen yrityksissä

- Vastaajia pyydettiin arvioimaan yritystensä datan hallintaan ja hyödyntämiseen liittyvää osaamista ja ymmärrystä yrityksen eri toiminnoissa. Arviota tilanteesta pyydettiin asteikolla 0-3 (matala–keskitasoinen–korkea) kustakin toiminnosta erikseen.
- **Noiin kolmasosa arvioi dataosaamisen korkeaksi tutkimus- ja innovaatiotoiminnassa (36 %), digitaalisten kanavien ja alustojen kehityksessä (34 %), sekä markkinointi, myynti- ja asiakashallinnassa (32 %).**
- Vähän alle puolet (43 %) arvioi dataosaamisen matalaksi kumppani- ja ekosysteemiyyhteistyössä. Lisäksi reilusti yli kolmasosa (36 %) yrityksistä koki osaamisen henkilöstöhallinnon osa-alueella matalaksi.

6. Jakaako yrityksenne toiminnastaan syntyvää dataa muiden tahojen kanssa?

Vastaajien määrä: 47

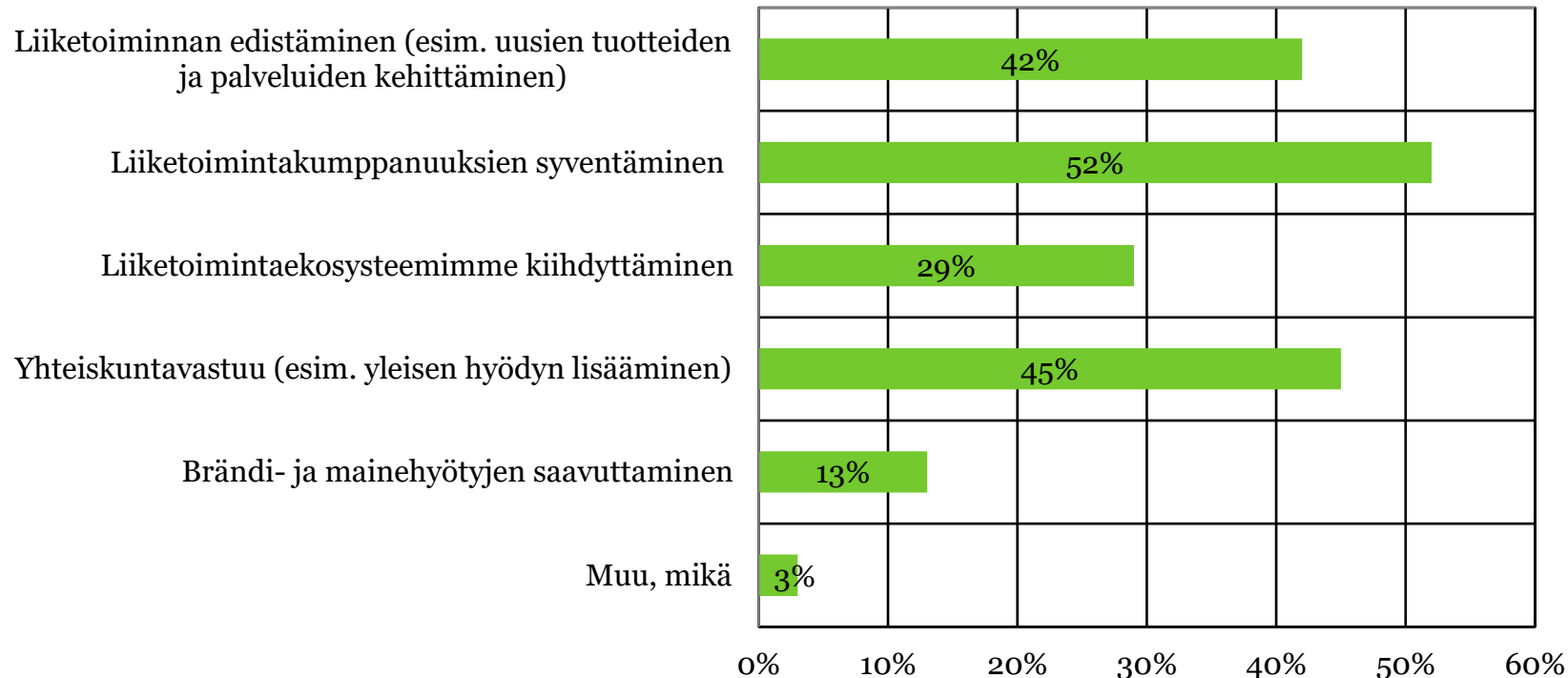


Datan jakaminen

- Kaksi kolmesta (66 %) yrityksistä kertoi jo jakavansa dataa muiden organisaatioiden kanssa.
- Alle kolmasosa (28 %) vastasi, ettei dataa jaeta.
- Pieni osa (6 %) vastaajista ei osannut sanoa, tapahtuuko näin.

7. Minkä arvioisit olevan pääasiallinen motiivi yrityksenne toimille jakaa dataa muiden tahojen kanssa? (Voit valita 2)

Vastaajien määrä: 31, valittujen vastausten lukumäärä: 57

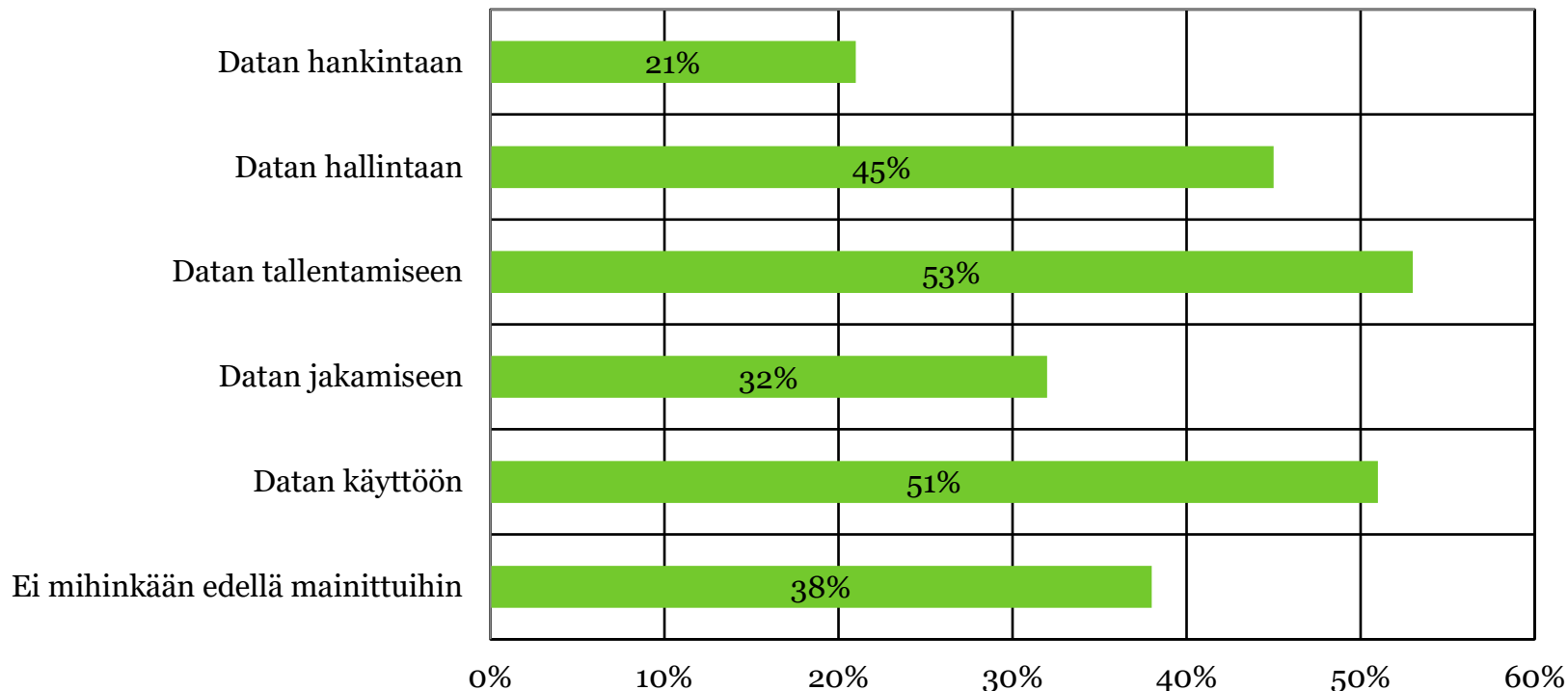


Datan jakamisen motivaatio

- **Yleisin motivaatio datan jakamiselle oli liiketoimintakumppanuuksien syventäminen, sillä yli puolet (52 %) vastaajista valitsi tämän vaihtoehdon.**
- Toiseksi suosituin syy oli yhteiskuntavastuu (esim. yleisen hyödyn lisääminen), jonka valitsi alle puolet (45 %) vastaajista.
- Lähes yhtä suosittua (41 %) oli liiketoiminnan edistäminen (esim. uusien tuotteiden ja palveluiden kehittäminen).
- Annetuista vaihtoehdoista kaksi vähiten suosittua olivat liiketoimintaekosysteemin kiihdyttäminen (29 %) ja brändi- ja mainehyötyjen saavuttaminen (13 %).

8. Yrityksellämme on datastrategia liittyen

Vastaajien määrä: 47, valittujen vastausten lukumäärä: 113

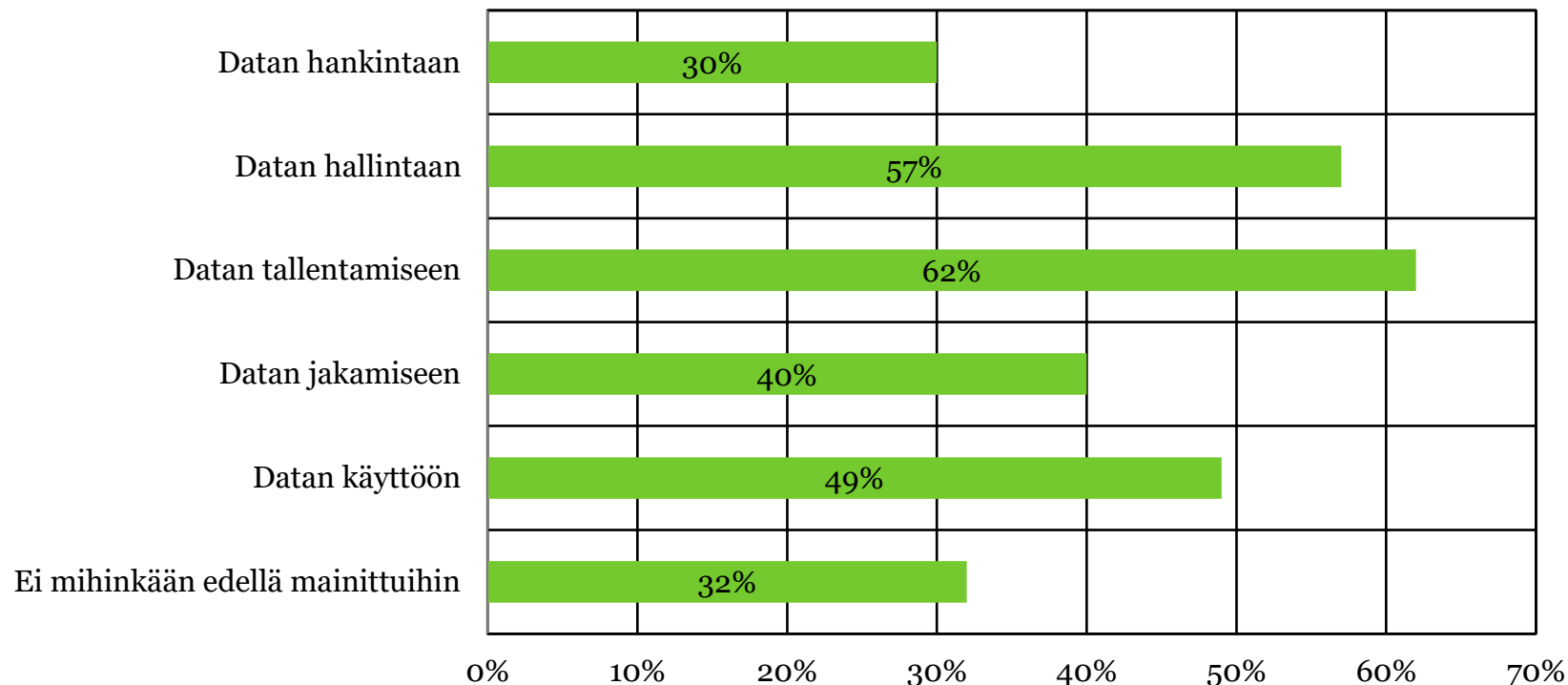


Datastrategia

- **Datan tallentaminen (53 %) ja datan käyttö (51 %) olivat selkeästi merkittävimmät olemassa olevan datastrategian alueet.**
- Datan hallinta (45 %), jakaminen (32 %) ja hankkiminen (21 %) olivat vähemmän yleisiä.
- Lähes 40 % vastanneista ilmoitti, ettei edustamallaan yrityksellä ole datastrategiaa millekään listatuista alueista.

9. Yrityksellämme on datan hallintomalli liittyen

Vastaajien määrä: 47, valittujen vastausten lukumäärä: 127

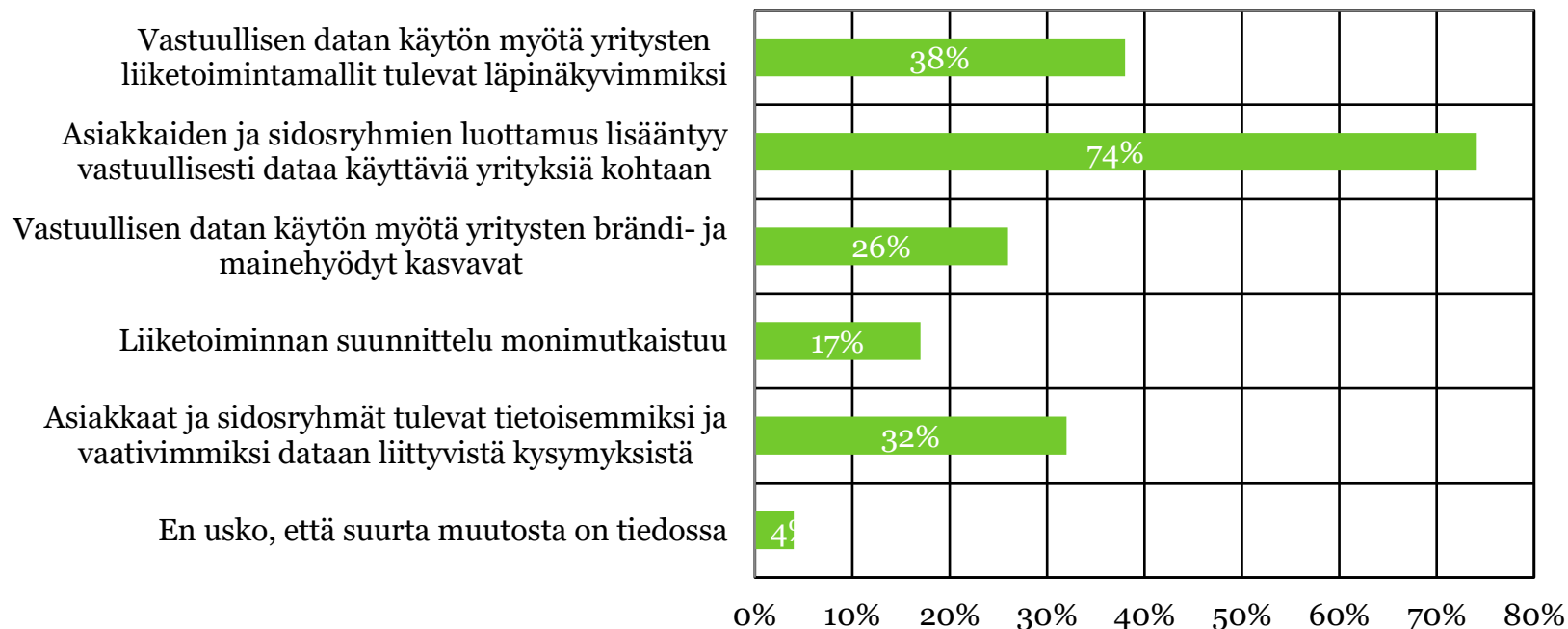


Datan hallintomalli

- **Selkeä enemmistö (62 %) ilmoitti, että datan hallintomalli on tehty datan tallentamisen osa-alueelle, ja yli puolet (57 %) oli tehnyt sen myös datan hallinnalle yleisesti.**
- Datan käytön hallintomallin oli tehnyt 49 % yrityksistä, mutta datan jakamiselle vain puolet (40 %) vastanneista.
- Vähiten vastauksia sai datan hankinta, sillä vain alle kolmasosa (30 %) valitsi tämän vaihtoehdon.
- Lähes kolmasosa (32 %) yrityksistä ilmoitti, ettei hallintomallia oltu tehty millekään edellä mainituista alueista.

10. Mihin asioihin arvelisit vastuullisen datan käytön vaikuttavan erityisesti yrityksissä ja yritysten toimintaympäristössä? (Valitse enintään kaksi)

Vastaajien määrä: 47, valittujen vastausten lukumäärä: 90

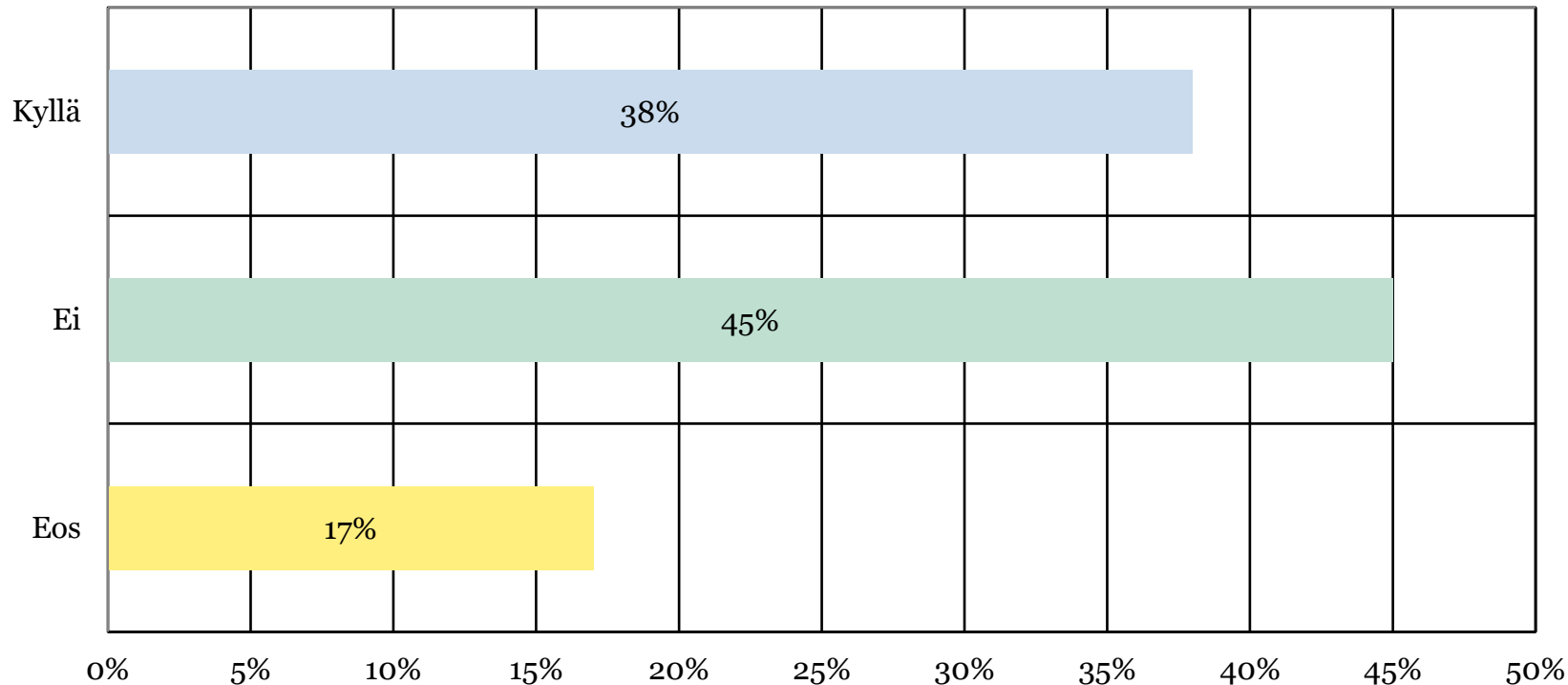


Vastuullisen datan käytön vaikutukset

- **Ylivoimainen enemmistö (74 %) koki, että asiakkaiden ja sidosryhmien luottamus lisääntyy vastuullisesti dataa käyttäviä yrityksiä kohtaan.**
- Noin kolmasosa (38 %) katsoo, että vastuullisen datan käytön myötä yritysten liiketoimintamallit tulevat nykyistä läpinäkyvämmiksi.
- Alle kolmasosa (32 %) valitsi vastausvaihtoehtona seuraavan: ”Asiakkaat ja sidosryhmät tulevat tietoisemmiksi ja vaativimmiksi dataan liittyvistä kysymyksistä”.
- Noin neljäsosa (26 %) uskoi, että vastuullisen datan käytön kautta yritysten brändi- ja mainehyödyt kasvavat, mutta toisaalta noin viidesosa (17 %) vastaajista koki, että liiketoiminnan suunnittelu tulee sen myötä nykyistä monimutkaisemmaksi.
- Kaksi henkilöä 47 yritysvastaajasta ei uskonut, että suurta muutosta on näköpiirissä.

11. Organisaatiomme yritysvastuustrategia sisältää dataulottuvuuden

Vastaajien määrä: 47

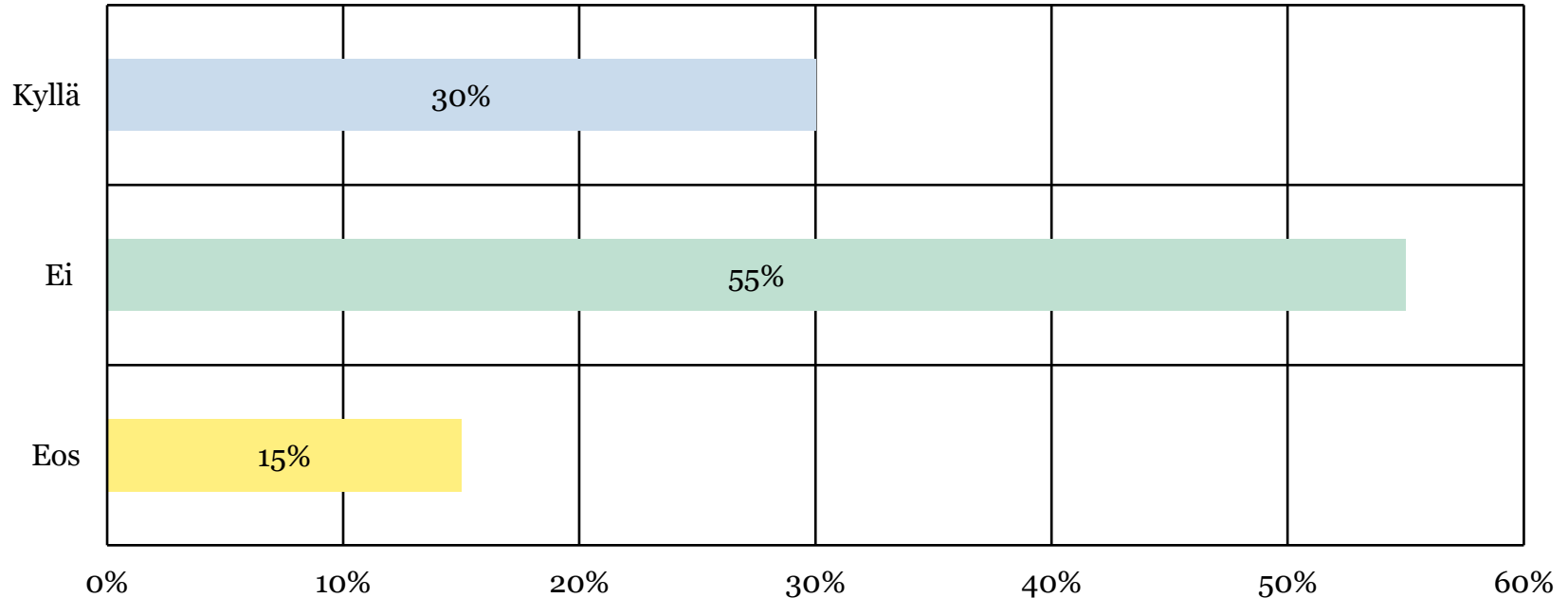


Yritysvastuustrategia ja data

- Noin puolet (45 %) totesi, ettei organisaatiolla ole otettu huomioon dataulottuvuutta yritysvastuustrategiassa.
- Vähän päälle kolmasosa (38 %) yrityksistä ilmoitti, että datan kuuluu yritysvastuustrategiaansa.
- Noin viidesosa (17 %) vastaajista ei osannut ottaa kantaa.

12. Organisaatiomme tuottamassa yritysraportissa käsitellään yrityksen datan käyttöä yhtenä osa-alueena / teemana

Vastaajien määrä: 47

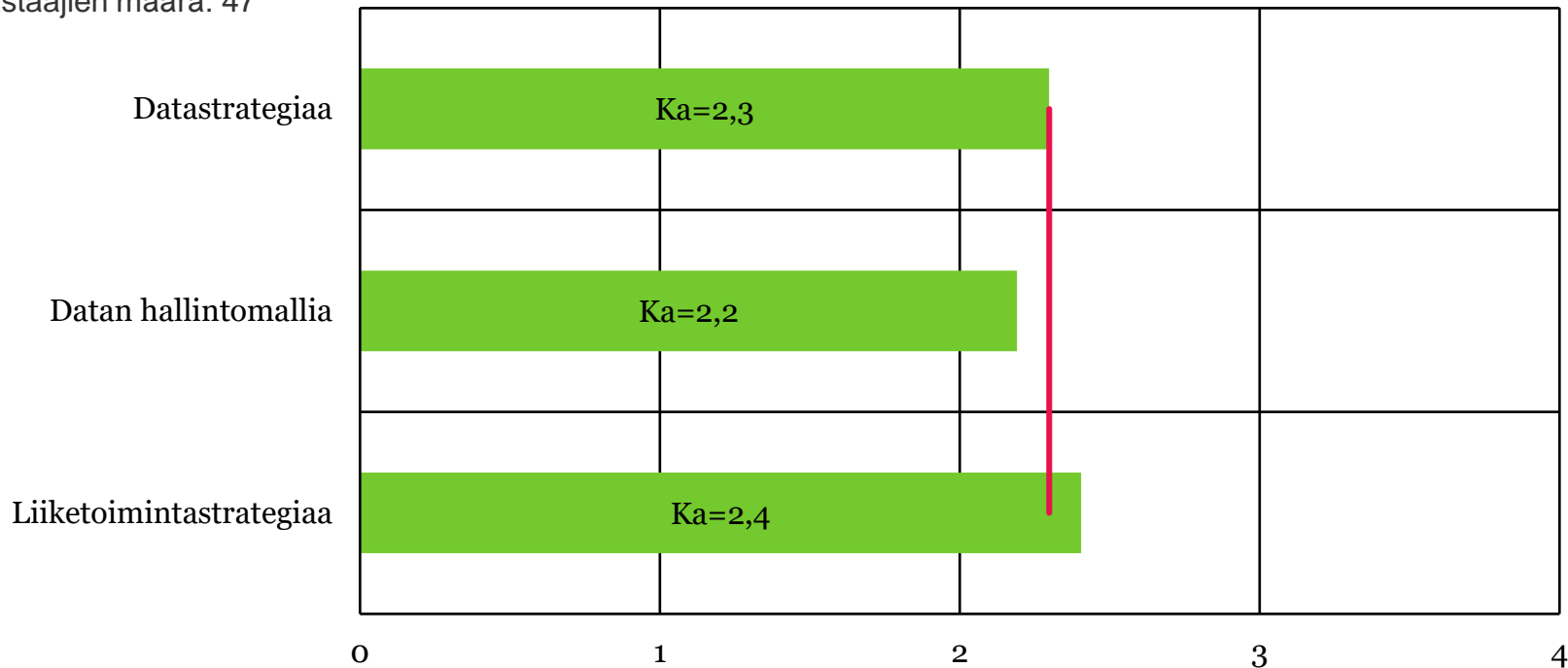


Yritysvastuuraportti ja data

- Selvä enemmistö (55 %) ilmoitti, että datan käyttö puuttuu organisaationsa yritysvastuuraportista.
- Vain alle kolmasosa (30 %) vastaajista ilmoitti, että yritysvastuuraporttinsa ottaa kantaa myös datan käyttöön.
- Pieni osa (15 %) vastaajista ei osannut vastata kysymykseen.

13. Missä määrin arvioit datan hyödyntämisen eettisten periaatteiden tai vastuullisuuskysymysten olevan osa yrityksenne

Vastaajien määrä: 47



Datan hyödyntämisen vastuullisuus ja strategiat

- Kyselyssä pyydettiin arvioimaan datan hyödyntämisen eettisten periaatteiden tai vastuullisuuskysymysten roolia ja tilannetta yrityksen eri strategisilla osa-alueilla. Arviota tilanteesta pyydettiin asteikolla 0-4 (mainittu vain ohimennen – erittäin hyvin huomioitu) kustakin seuraavista alueista erikseen: datastrategia, datan hallintomalli ja liiketoimintastrategia.
- Yli puolet (53 %) vastasi, että edustamansa yritys oli huomionnut datan vastuullisuuden erittäin tai melko hyvin data- tai liiketoimintastrategiassaan.
- Noin kaksi kolmesta (64 %) arvioi, että edustamansa yritys huomioi vastuullisuuden datan hallintomallissa erittäin tai melko hyvin.
- Vajaa puolet vastanneista (47 %) arvioi, ettei datan vastuullisuutta huomioida juuri lainkaan tai se on vain ohimennen mainittu datastrategiassa. Vajaa puolet (49 %) arvioi asian samoin liiketoimintastrategian kohdalla. Noin kolmasosalla (36 %) oli sama tilanne myös suhteessa datan hallintomalliin.

14. Millä tavoin yrityksenne on pohtinut datan vastuullista käyttöä?

Vastaajien määrä: 47, valittujen vastausten lukumäärä: 234

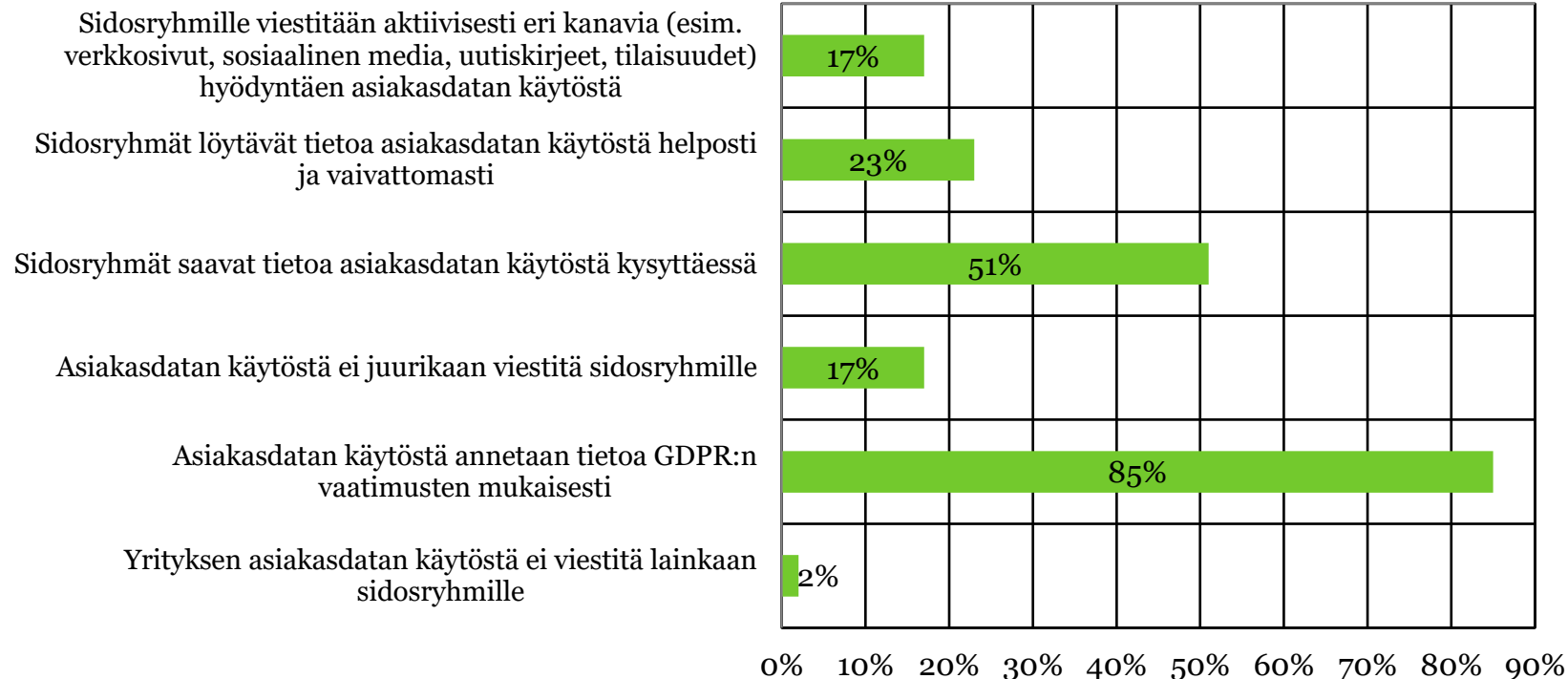


Yritys ja vastuullisen datan käytön pohdinta

- **Valtaosa (81 %) yrityksistä ilmoitti laatineensa erilliset ohjeet arkaluonteisia ja luottamuksellisia tietoja sisältävän datan hallintaan.** Myös reilusti yli puolet (70 %) vastasi, että heidän yrityksensä kerää vain välttämättömän määrän asiakasdataa. Yli puolet (53 %) yrityksistä kertoi järjestävänsä henkilöstölleen koulutusta aiheesta ja puolet (51 %) myös nimenneensä datan vastuullisesta käytöstä vastaavan henkilön yritykseen.
- Jopa hieman alle puolet (40 %) yrityksistä kertoi, että heillä on käytössään vastuullisen datan käytön periaatteet tai vastaavia toimintaperiaatteita. Koska data osana yritysvastuuta on uusi ajatus kansainvälisestikin, on näin suuri prosentti yllättävä. Yksi mahdollinen selitys on yritysten GDPR-hankkeiden vuoksi tehdyt järjestelyt. Kuitenkin hieman yli kolmasosa (38 %) vastaajista vielä täsmensi, että vastuullinen datan käyttö on määritelty keskeiseksi osaksi yrityksen toimintaa. Täten voidaan nähdä, että eettisesti kestävä datan käytön ajattelu on käynnistynyt vastanneissa yrityksissä.
- Yritysvastuun kannalta ollaan toki vasta matkan alkutaipaleella, sillä vain noin kolmasosa (34 %) yrityksistä kertoi huolehtivansa, että datan hyödyntäminen on mahdollisimman läpinäkyvää ja hieman alle kolmasosa (30 %) hyödyntävänsä vastuullista datan käyttöä edistäviä työkaluja.
- Vain noin alle kolmasosa (30 %) yrityksistä on määritellyt selkeästi datan keräämistä ja hallintaa ohjaavat päämäärät. Alle viidesosa (15 %) vastaajista ilmoitti, ettei heidän yrityksensä ole lainkaan miettinyt vastuullisuuskysymyksiä liittyen datan käyttöön.

15. Millä tavoin organisaationne viestii sidosryhmille kuten asiakkaille tai kuluttajille vastuullisesta datan käytöstä?

Vastaajien määrä: 47, valittujen vastausten lukumäärä: 92

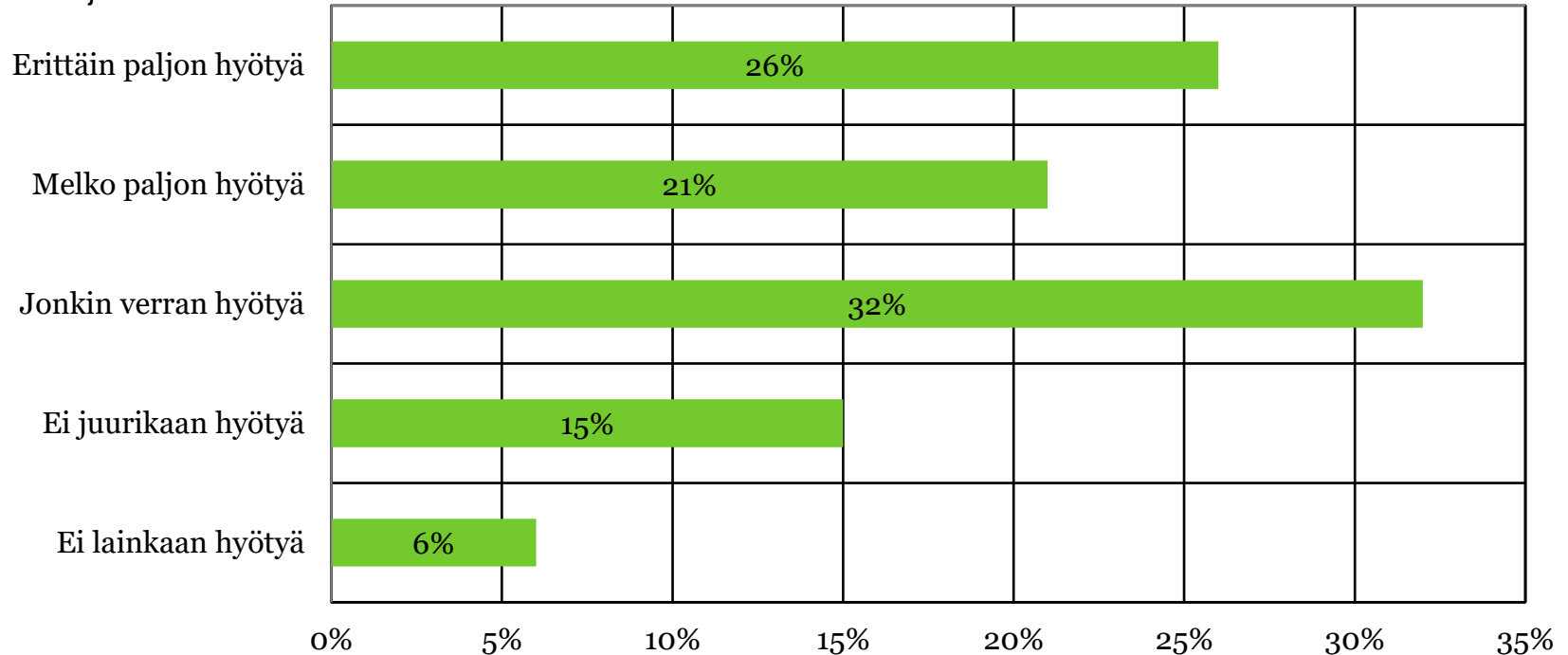


Organisaation viestintä vastuullisesta datan käytöstä

- **Valtaosa (85 %) yrityksistä kertoo antavansa asiakasdatan käytöstä tietoa GDPR:n vaatimusten mukaisesti.**
- Yli puolet (51 %) yrityksistä kertoi, että sidosryhmät saavat tietoa asiakasdatan käytöstä kysyttäessä.
- Noin viidesosa (23 %) toteaa, että sidosryhmät löytävät tietoa asiakasdatan käytöstä helposti ja vaivattomasti.
- Alle viidesosa (17 %) yrityksistä viestii sidosryhmille aktiivisesti eri kanavia (esim. verkkosivut, sosiaalinen media, uutiskirjeet, tilaisuudet) hyödyntäen asiakasdatan käytöstä, mutta yhtä suuri osuus ilmoittaa (17 %), että asiakasdatan käytöstä ei juurikaan viestitä sidosryhmille.
- Yksi vastaaja toteaa, ettei yrityksen asiakasdatan käytöstä viestitä lainkaan sidosryhmille.

16. Kulutushyödykkeillä on reilun kaupan merkki, joka kertoo tuotteen olevan reilun kaupan määritelmien mukainen. Olisiko vastaavanlaisesta reilun datan merkistä hyötyä yrityksellenne?

Vastaajien määrä: 47

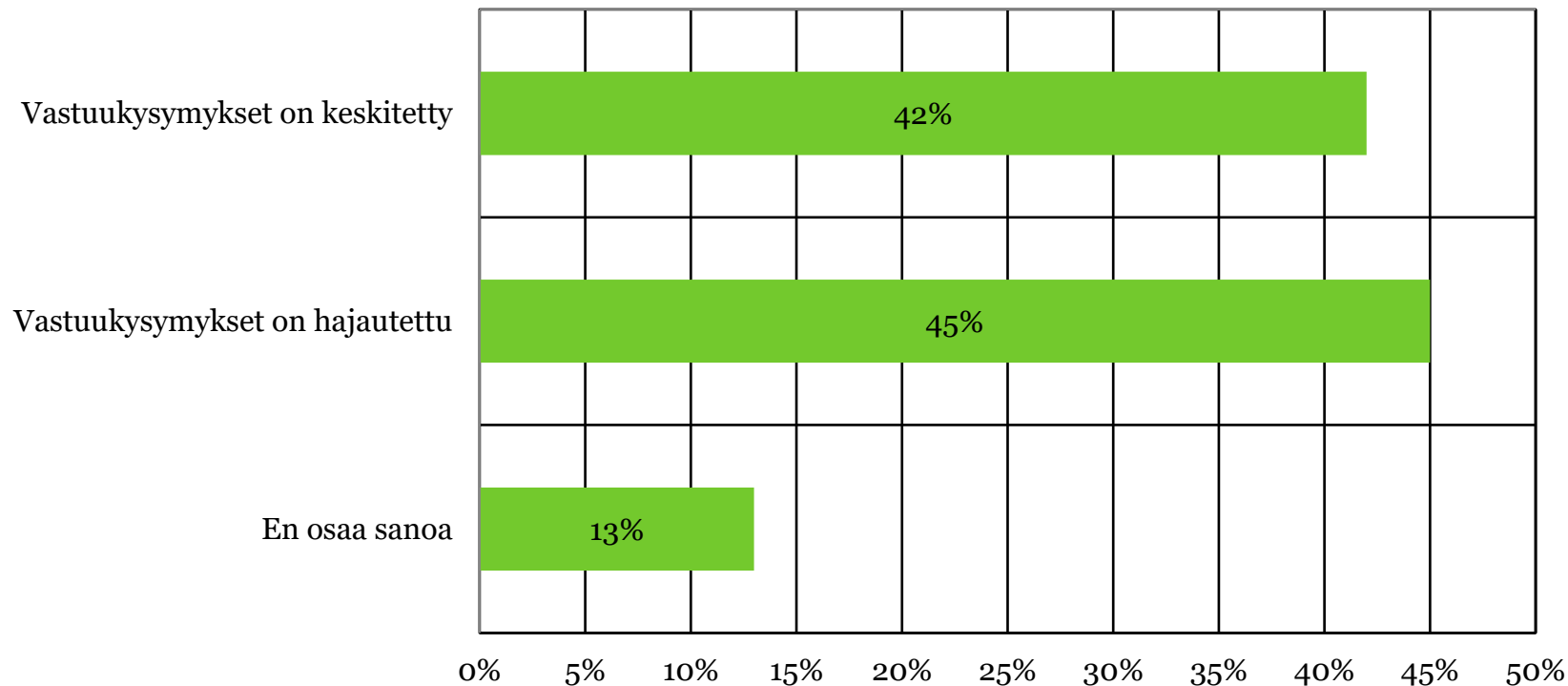


Reilun datan merkki

- **Noin puolet (47 %) yrityksistä arvioi, että merkistä voisi olla joko erittäin tai melko paljon hyötyä.**
- Kolmasosa (32 %) yrityksistä uskoi, että merkistä olisi jonkin verran hyötyä.
- Viidesosa (21 %) yrityksistä puolestaan uskoi, ettei merkistä olisi juurikaan tai lainkaan hyötyä.

17. Kuinka datan keräämiseen, käyttöön ja hyödyntämiseen liittyvät vastuukysymykset on yrityksessänne järjestetty?

Vastaajien määrä: 47

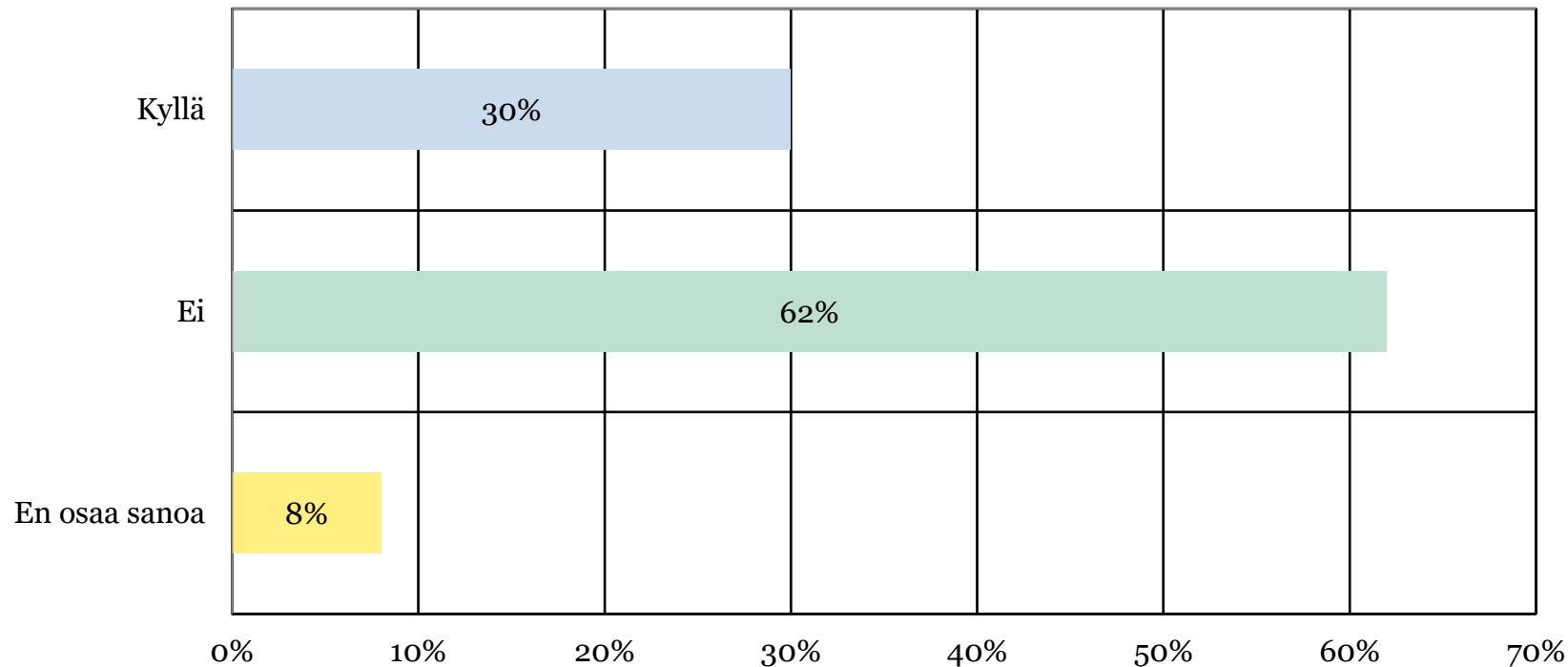


Datan vastuukysymysten organisointi

- Alle puolet (45 %) vastaajista kertoi, että datan vastuukysymykset on yrityksessä hajautettu.
- Myös alle puolet (42 %) vastaajista kertoi, että datan vastuukysymykset on yrityksessä keskitetty.
- Pieni osa (13 %) vastanneista ei osannut vastata kysymykseen.

18. Datan vastuullinen käyttö on mielestäni jo hyvällä tasolla yrityksessämme ja siihen kiinnitetään huomiota riittävästi

Vastaajien määrä: 47

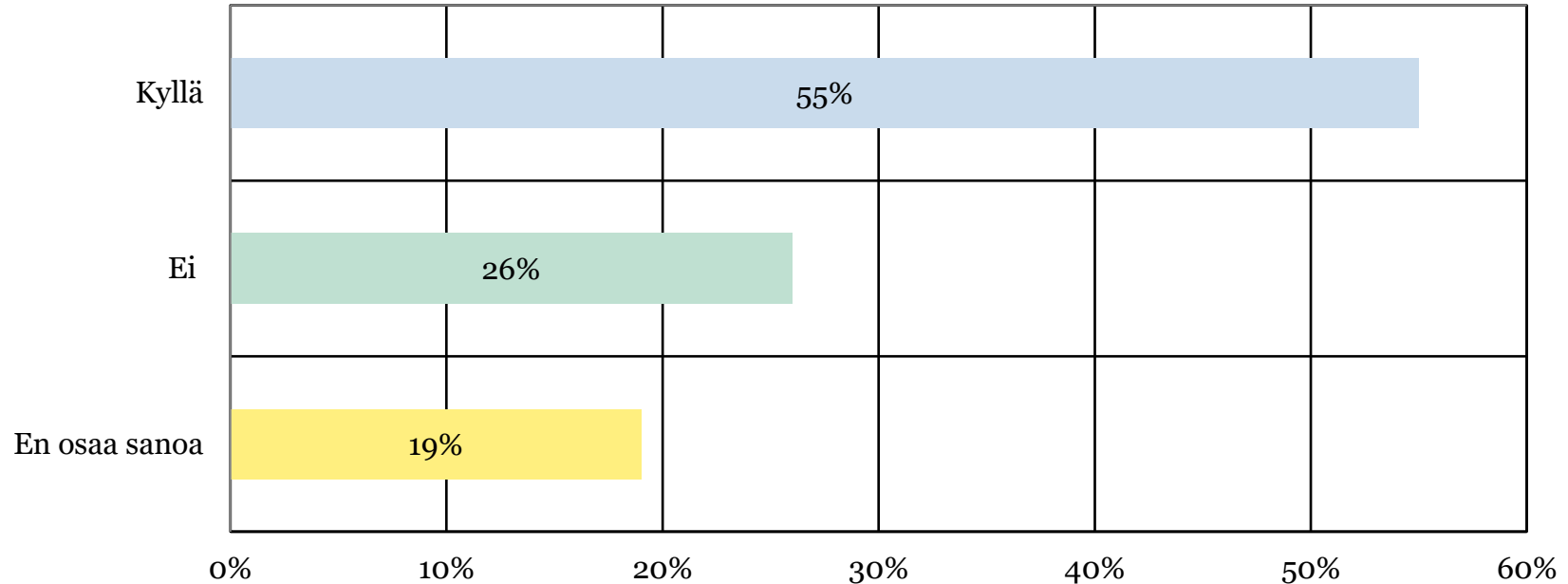


Datan yritysvastuun taso yrityksessä

- Reilusti yli puolet (62 %) vastasi, että tilanne ei ole hyvä kummankaan osa-alueen kohdalla.
- Vain alle kolmasosa (30 %) vastaajista oli sitä mieltä, että datan yritysvastuu on yrityksessä hyvällä tasolla ja saa riittävästi huomiota.
- Pieni osa (8 %) ei osannut vastata kysymykseen.

19. Yrityksemme kaipaa tukea datan jakamiseen ja datan vastuullisessa hyödyntämisessä eri tahoilta (esim. valtio ja sääntely- ja valvontaelimet, edunvalvontatahot, erilaiset verkostot ja asiantuntijatahot)

Vastaajien määrä: 47

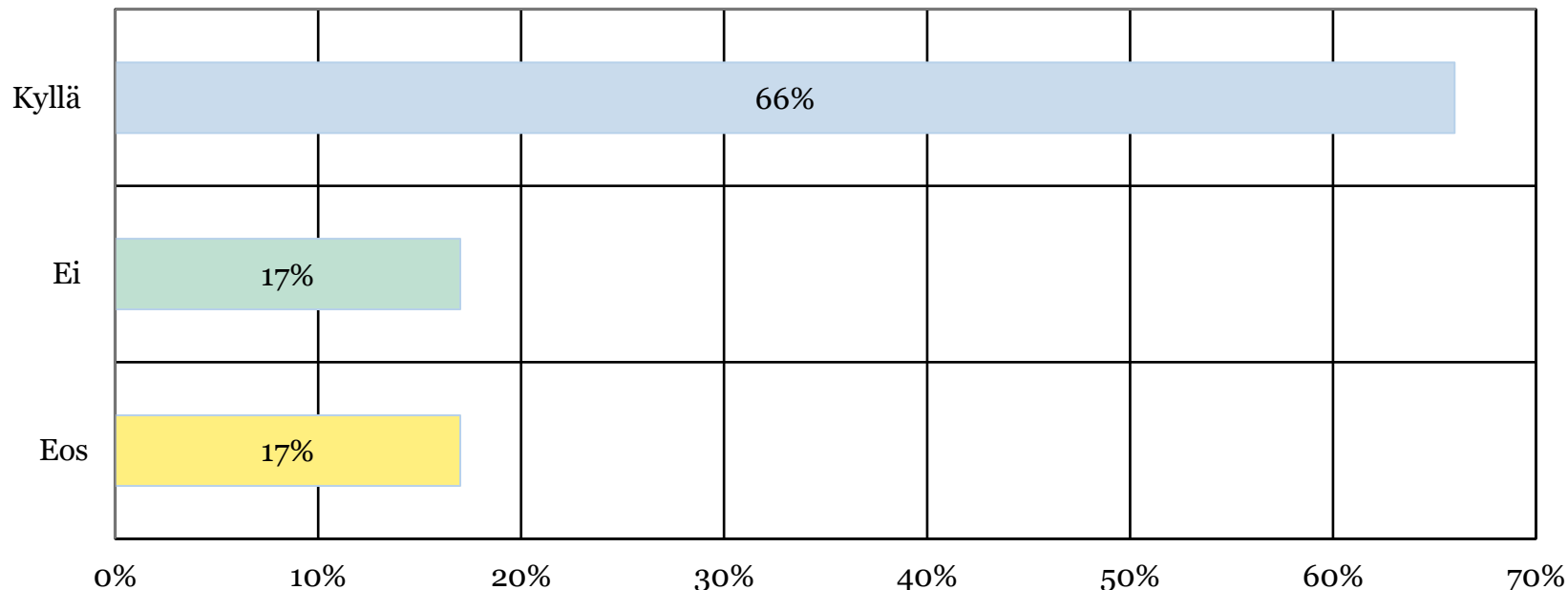


Yrityksen kaipaama tuki datan jakamisen ja yritysvastuun suhteen

- **Yli puolet (55 %) yrityksistä kertoi kaipaavansa tukea datan jakamiseen ja datan vastuulliseen hyödyntämiseen.**
- Hieman yli viidesosa (26 %) ei puolestaan kaivannut sitä.
- Noin viidesosa (19 %) ei osannut vastata kysymykseen.

20. Yrityksellämme on pyrkimyksenä saavuttaa kilpailuetua datan vastuullisella käytöllä ja hallinnalla

Vastaajien määrä: 47

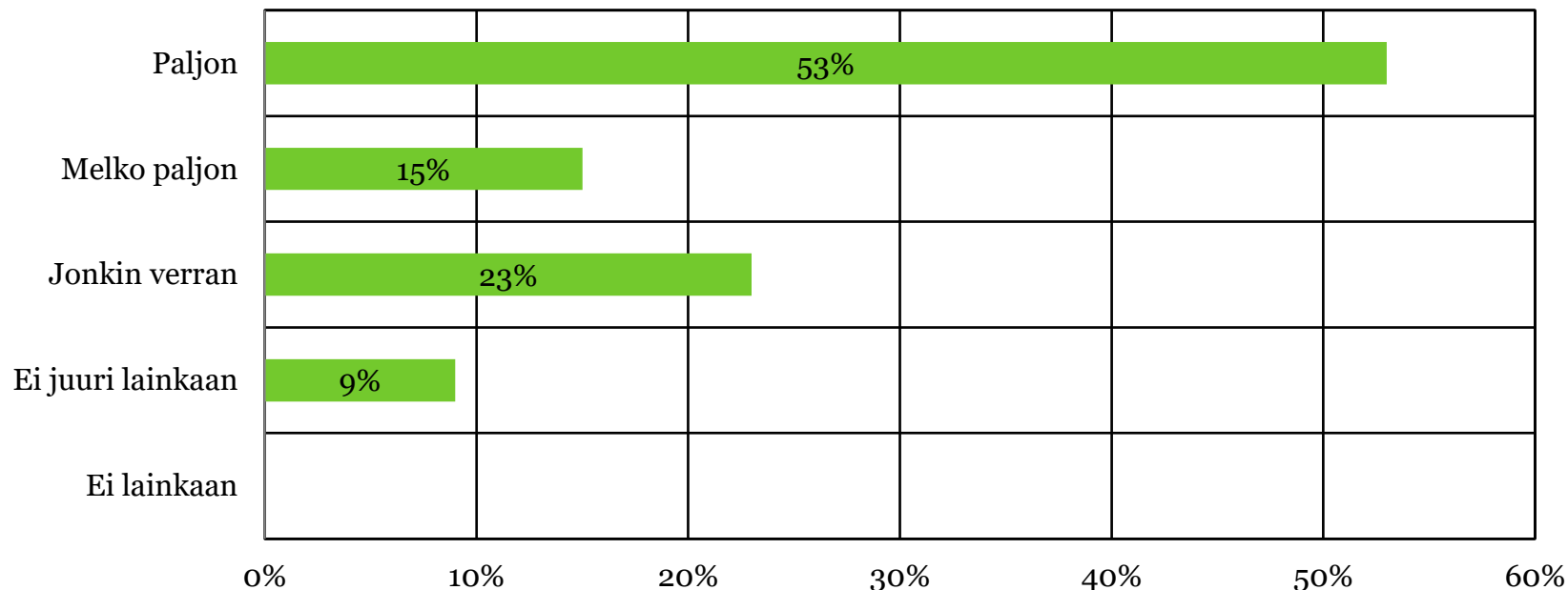


Datan yritys vastuun kilpailuetu

- **Yli puolet (66 %) ilmoitti datan vastuullisen käytön ja hallinnan tavoitteeseen kilpailuedun näkökulmasta.**
- Alle viidesosa (17 %) ilmoitti, ettei datan vastuullinen käyttö ja hallinta ole heidän tavoitteensa.
- Sama määrä yrityksiä (17 %) ei osannut vastata kysymykseen.

21. Datan vastuullinen käyttö tuo yrityksen liiketoiminnalle lisäarvoa oman näkemykseni mukaan

Vastaajien määrä: 47



Lisäarvon saaminen

- Enemmistö (68 %) vastaajista arvioi, että datan vastuullisesta käytöstä voisi saada lisäarvoa joko paljon tai melko paljon.
- Noin viidesosa (23 %) arvioi, että lisäarvoa voisi saada jonkin verran.
- Pieni osa (9 %) vastaajista oli sitä mieltä, ettei lisäarvoa tulisi juuri lainkaan, mutta kukaan vastaajista ei ollut sitä mieltä, ettei lisäarvoa tulisi yhtään.

YHTEENVETO JA HUOMIOITA



- **Datalla on suuri merkitys yritysten tulevaisuuden suunnitelmissa.** Dataa käytetään hyvin laajasti ohjaamaan liiketoimintapäätöksiä ja myös sen liiketoimintapotentiaaliin uskotaan.
- **Dataosaaminen ja ymmärrys vaihteli yrityksissä.** Asiakas- ja markkinointiorganisaatiot ovat hyödyntäneet dataa keskeisenä toiminnan elementtinä jo vuosikymmeniä, mikä selittää sitä, miksi dataosaaminen arvioitiin vahvimaksi esimerkiksi myynti- ja asiakashallinnassa, sekä markkinoinnissa. Dataosaamisen kehitys olisi tarpeen kumppani- ja ekosysteemiyhdistäytössä, mikä tukee Sitran aiempaa yrityskyselyä datataloudesta vuodelta 2019. Suomalaisten yritysten ajattelu ei ole vielä kypsää dataverkoston ja -kumppanuuksien muodostamisessa ja siitä saatujen hyötyjen arvioinnissa. Myös henkilöstöhallinnon tilanne koettiin yhtä heikoksi.
- **Liiketoimintakumppanuuksien syventäminen oli yleisin motivaatio datan jakamiselle.** Toiseksi suosituin syy datan jakamiselle oli ehkä hieman yllättäen yhteiskuntavastuu, mikä on rohkaisevaa datan yritysvastuun tulevaisuuden kannalta. Kuva ekosysteemiymmärryksen ja osaamisen puutteesta vahvistui vielä kysyessä datan jakamisen motivaatioista, sillä liiketoimintaekosysteemin kiihdyttäminen oli toiseksi vähiten suosittu vaihtoehto, vaikkakin kaksi kolmasosaa yrityksistä jo kertoo jakavansa dataa muiden organisaatioiden kanssa.







- **Datakumppanuudet näyttävät muodostuneen orgaanisesti tuttujen toimijoiden ja yrityksen lähiympäristön kautta.** Dataverkostoissa toimiminen nähdään merkittäväksi tavaksi päästä kiinni uuteen liiketoimintapotentiaaliin, jota kyselyyn vastanneiden yritysten heikko osaaminen hidastaa. Datatalouden ja siihen liittyvien uusien liiketoimintamallien osaamisen kehittämiseen kannattaisi panostaa yrityksissä.
- **Jopa lähes puolella vastaajista ei ollut datastrategiaa millekään ehdotetuista avainalueista.** Tämä on huolestuttavaa, sillä datastrategia on keskeinen työväline datan liiketoimintapotentiaalin haltuun ottamisessa ja omien datavarantojen hahmottamisessa. Datastrategian tulisi ottaa kantaa myös esim. datan jakamiseen, mutta ainoastaan alle kolmasosa yrityksistä oli sisällyttänyt datan jakamisen osaksi datastrategiaansa. Datastrategian merkitystä ja laajuutta ei vastanneissa yrityksissä ole vielä hahmotettu ja siihen tulisi kiinnittää nykyistä enemmän huomiota.
- **Lähes kolmasosa ilmoitti, ettei hallintamallia ole tehty datan tallennuksen alueelle tai datan hallinnalle yleisesti.** Kuitenkin useimmiten datan hallintamalli on tehty juuri näille alueille. Tämä on osoitus siitä, ettei hallintamallinkaan merkitystä datavarantojen hallinnassa ole täysin ymmärretty. Olisi mielenkiintoista tietää, ovatko yritykset samoja kuin ne, jotka ilmoittivat, ettei niillä ole datastrategiaa. Hieman yllättävää on, että alle kolmasosa yrityksistä on määritellyt selkeästi datan keräämistä ja hallintaa ohjaavat päämäärät, vaikka datalla on niin suuri merkitys yritysten toiminnassa.

- **Yritysten oma aktiivisuus datan käytöstä viestimisessä tai muiden toimenpiteiden osalta on ristiriidassa odotusten kanssa.** Vastuullisen datan käytön vaikutuksia arvioitaessa yritysten suuri enemmistö tuntuu uskovan, että asiakkaiden ja sidosryhmien luottamus lisääntyy vastuullisesti dataa käyttäviä yrityksiä kohtaan. Kolmannes yrityksistä olettaa myös, että vastuullisen datan käytön myötä yritysten liiketoimintamallit tulevat läpinäkyvimmiksi, ja että asiakkaat ja sidosryhmät tulevat nykyistä tietoisemmiksi ja vaativammiksi dataan liittyvissä kysymyksissä.
- **Dataulottuvuuden käsittely jää tulosten mukaan vähäiseksi sekä yritys vastuustrategiassa että yritys vastuuraportoinnissa.** Koska vastaajajoukko on osin valikoituinut yritys vastuusta erityisesti kiinnostuneiden yritysten joukosta, voidaan olettaa, että tilanne on kaikkia yrityksiä ajatellen todellisuudessa vieläkin heikompi. Tämä oli odotettua, sillä datan mieltäminen osana yritys vastuuta on vielä uutta, eikä siihen löydy valmiita työkaluja tai helposti kopioitavia toimintamalleja.
- **Datan käytöstä viestiminen vaikuttaa olevan yleisesti heikko alue.** Lähes kaikki yritykset ilmoittavat, että ne antavat tietoa EU:n tietosuoja-asetuksen (GDPR) vaatimusten mukaisesti. Yli puolet toteaa, että sidosryhmät saavat tietoa asiakasdatan käytöstä kysyttäessä. Vain pieni osa kertoo, että he viestivät asiasta aktiivisesti, eri kanavia käyttäen. Tilannetta ei voida pitää yritys vastuun tai yksilöiden kannalta ihanteellisena. Viestintä ja läpinäkyvyys vaikuttavat olevan ennen kaikkea sidoksissa GDPR:n vaatimukseen, joka on edellytystekijä, eikä lain noudattaminen tuo yritykselle minkäänlaista lisäarvoa. Viestinnän avoimuus ja proaktiivisuus olisi helppo tapa herättää luottamusta, mutta kyselyyn vastanneiden yritysten osalta tämä mahdollisuus on toistaiseksi jätetty käyttämättä.

- **Lähes puolet koki, että ”reilun datan merkistä” tulisi merkittävää hyötyä. Vain viidennes koki, ettei merkistä olisi juurikaan hyötyä.** Kuitenkin enemmistön mielestä erottautuminen jollakin tavalla muista yrityksistä saattaisi olla hyödyllistä. Reilulla datan käytöllä erottautuminen voisi olla brändin rakentamisen tekijä ja kilpailuetu. Sitran toteuttaman kansalaiskyselyn (2018) mukaan kuluttajat toivovat voivansa tunnistaa reilulla tavalla dataa käyttävät yritykset.
- **Suurin osa oli sitä mieltä, ettei datan vastuullinen käyttö ole yrityksissä vielä toivotulla tasolla, eikä asiaan kiinnitetä riittävästi huomiota.** Yksilödatan käytön osalta esim. kuluttajilta tuleva paine on suhteellisen tuore ilmiö, ja yritysten toimenpiteet ja ajattelu raahaavat jonkin verran perässä. Jos datan yritys vastuuta taas ajatellaan esim. isomman yrityksen vastuuna jakaa datavarannoistaan pienemmille yrityksille, ollaan vielä tuoreemman ajattelun äärellä. Siksi ripeästi toimivilla yrityksillä olisi mahdollisuus erottua, kehittää osaamistaan ja korjata hyötyjä muita aiemmin.
- **Enemmistö ilmoitti pyrkimyksekseen saavuttaa kilpailuetua datan vastuullisella käytöllä ja hallinnalla, sekä valtaosa uskoi datan vastuullisen käytön tuovan lisäarvoa.** Samalla kuitenkin reilusti yli puolet kertoi kaipaavansa apua ja tukea eri tahoilta. Tukea datatalouden potentiaalin hyödyntämiseksi kestävin keinoin tarvitaankin niin regulaatiosta, asiantuntijaorganisaatioilta kuin muista yrityksistäkin. Osaamisen kehittämisen lisäksi tarvitaan toimintaedellytysten kehittämistä suomalaisille ja eurooppalaisille yrityksille suotuisammiksi, jotta kilpailuasetelma kansainvälisten datatalouden suuryritysten kanssa olisi tasapuolisempi ja Eurooppaan saataisiin reilulla datan käytöllä erottuvia datatalouden menestyjiä.

**HYVÄÄ
HUOMISTA,
SUOMI!**



sitra.fi | seuraavaerä.fi
@sitrafund      

SITRA