

Eurooppalaisten yritysten tulevaisuus datataloudessa

Mikko Ulander, Tanja Vierula, Meiju Ahomäki, Helena Kultanen, Arndt Polifke
Innolink

Sisällys

1. Yleistä tutkimuksesta
2. Datatalous ja nykyinen tekeminen
3. Datatalouden mahdollisuudet
4. Datatalouden haasteet
5. Yritysten tavoitteet datataloudessa
6. Reilun datan merkki
7. Yhteenveto

Yleistä tutkimuksesta

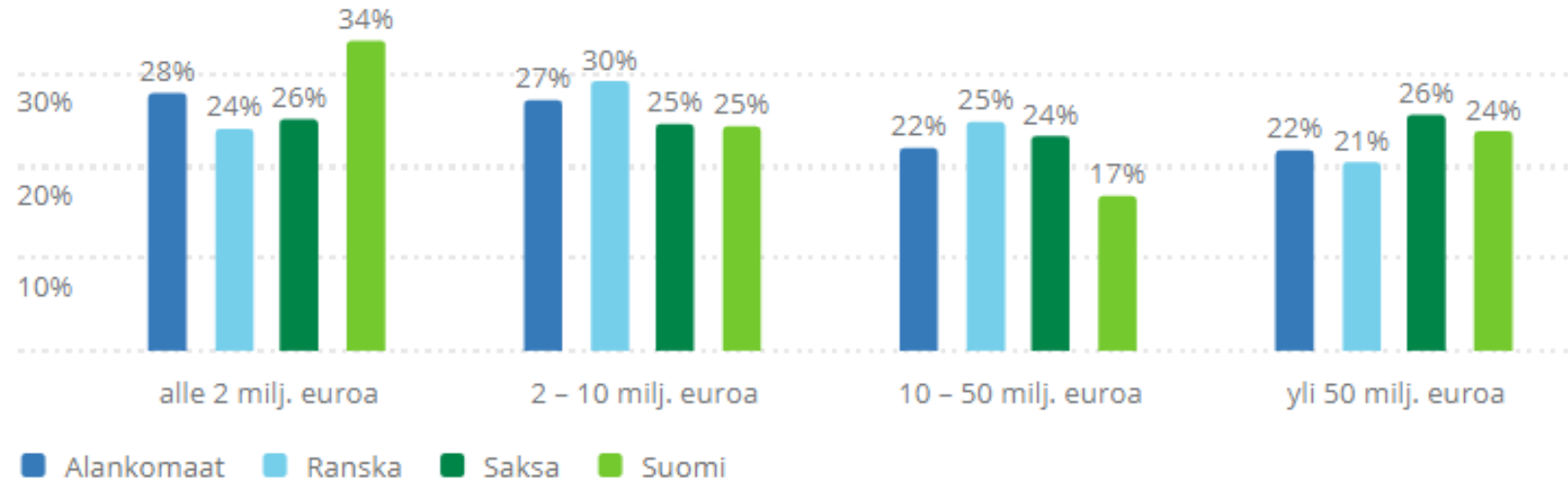
Tutkimuksen tavoite ja toteutus

- Kyselyn tarkoituksena on tuottaa sisältöä, joka kuvaa yritysten nykytilaa suhteessa IHAN-projektin tavoitteisiin ja periaatteisiin.
- IHAN-hanke tuottaa tietoa kotimaisen ja EU-tason päätöksenteon tueksi erilaisten raporttien ja selvitysten muodossa, joiden avulla lisää kohdeyleisöjen datataloustietoisuutta sekä rakentaa yhteiset pelisäännöt ja työkaluja nykyistä vastuullisempiin ja kestävämpiin digitaalisiin palveluihin. IHAN-hankkeen periaatteena on, että datan vaihdanta on reilua, sillä yksilö hallitsee itsestään kertyvää tietoa ja datanvaihdanta tapahtuu yhteisin, reiluin, periaattein.
- Tutkimus toteutettiin yrityspäättäjäpaneelissa maaliskuussa 2021. Tuloksia vertaillaan soveltuvin osin vastavanlaisesti vuonna 2019 toteutettuun kyselyyn.
- Kohderyhmän muodostivat yrityspäättäjät suur- ja pk-yrityksistä Alankomaissa, Saksassa, Ranskassa ja Suomessa. Tutkimus kohdistettiin erityisesti seuraaviin päättäjärooleihin: Chief data/digital officer, liiketoimintajohto ja strategiajohto, liiketoiminnan kehittämisjohto, markkinointipäättäjät, asiakkuuspäättäjät sekä tietohallintopäättäjät.
- Tutkimus perustuu 1 200 vastaukseen, jotka jakautuvat tasaisesti 300 per maa. Vuoden 2019 aineistossa vastauksia on yhteensä 1 667, eli noin 400 per maa.
- Tutkimuksen virhemarginaali on 5,7 %.

Vastaajien taustatiedot

Yrityksen liikevaihto

Yrityksen liikevaihto (2021) 1 102 vastausta



Vuosivertailu	Alankomaat		Ranska		Saksa		Suomi	
	2021	2019	2021	2019	2021	2019	2021	2019
alle 2 milj. euroa	28 %	38 %	24 %	29 %	26 %	28 %	34 %	35 %
2 – 10 milj. euroa	27 %	19 %	30 %	20 %	25 %	20 %	25 %	24 %
10 – 50 milj. euroa	22 %	11 %	25 %	12 %	24 %	15 %	17 %	19 %
yli 50 milj. euroa	22 %	33 %	21 %	39 %	26 %	37 %	24 %	22 %

Vastaajien taustatiedot

Yrityksen päätoimiala

	Alankomaat		Ranska		Saksa		Suomi	
	2021	2019	2021	2019	2021	2019	2021	2019
Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta	6 %	9 %	9 %	13 %	6 %	16 %	5 %	12 %
Muu palvelutoiminta	12 %	11 %	19 %	15 %	19 %	9 %	14 %	14 %
Teollisuus	16 %	12 %	9 %	9 %	10 %	7 %	11 %	13 %
Rahoitus- ja vakuutustoiminta	8 %	8 %	8 %	7 %	9 %	9 %	6 %	3 %
Rakentaminen	8 %	8 %	7 %	7 %	3 %	6 %	3 %	6 %
Kiinteistöalan toiminta	1 %	0 %	3 %	2 %	1 %	1 %	4 %	3 %
Informaatio ja viestintä	9 %	10 %	4 %	7 %	9 %	9 %	18 %	9 %
Terveys- ja sosiaalipalvelut	7 %	7 %	7 %	6 %	12 %	9 %	6 %	7 %
Tukku- ja vähittäiskauppa; moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus	6 %	4 %	5 %	7 %	7 %	4 %	8 %	5 %
Hallinto- ja tukipalvelutoiminta	9 %	9 %	5 %	4 %	5 %	10 %	6 %	5 %
Koulutus	3 %	2 %	5 %	6 %	7 %	4 %	5 %	8 %
Kuljetus ja varastointi	5 %	5 %	6 %	6 %	3 %	4 %	3 %	3 %
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	3 %	3 %	5 %	3 %	1 %	4 %	4 %	4 %
Taiteet, viihde ja virkistys	2 %	3 %	1 %	2 %	2 %	4 %	3 %	4 %
Maatalous, metsätalous ja kalatalous	1 %	1 %	2 %	1 %	3 %	2 %	2 %	2 %
Sähkö-, kaasu-, lämpö- ja ilmastointihuolto	2 %	2 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %
Kansainvälisten organisaatioiden ja toimielinten toiminta	1 %	1 %	1 %	2 %	0 %	1 %	1 %	1 %
Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto, jätehuolto ja muu ympäristön puhtaanapito	0 %	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %	1 %	1 %
Kaivostoiminta ja louhinta	1 %	1 %	0 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %

Vastaajien taustatiedot

Yrityksen toiminta-alue

2020: Mikä seuraavista väittämistä kuvaa yritystänne parhaiten? Toimimme pääasiassa...	Alanko- maat	Ranska	Saksa	Suomi
B2B-markkinoilla (yritykseltä yritykselle)	36 %	30 %	31 %	35 %
B2B- ja B2C-markkinoilla (sekä yritykseltä yritykselle että yritykseltä kuluttajille)	30 %	37 %	28 %	38 %
B2C-markkinoilla (yritykseltä kuluttajille)	30 %	24 %	34 %	20 %
B2G-markkinoilla (yritykseltä kunnille tai valtiolle)	4 %	9 %	7 %	7 %

2019: Mikä seuraavista väittämistä kuvaa yritystänne parhaiten? Toimimme pääasiassa...	Alanko- maat	Ranska	Saksa	Suomi
globaaleilla B2B-markkinoilla	21 %	17 %	17 %	16 %
globaaleilla B2C-markkinoilla	9 %	11 %	11 %	6 %
Euroopan B2B-markkinoilla	16 %	16 %	11 %	7 %
Euroopan B2C-markkinoilla	10 %	10 %	11 %	4 %
kansallisilla B2B-markkinoilla	14 %	13 %	15 %	21 %
kansallisilla B2C-markkinoilla	7 %	7 %	6 %	11 %
paikallisilla B2B-markkinoilla	6 %	4 %	9 %	14 %
paikallisilla B2C-markkinoilla	4 %	2 %	7 %	8 %
En halua / en osaa sanoa	13 %	19 %	14 %	13 %

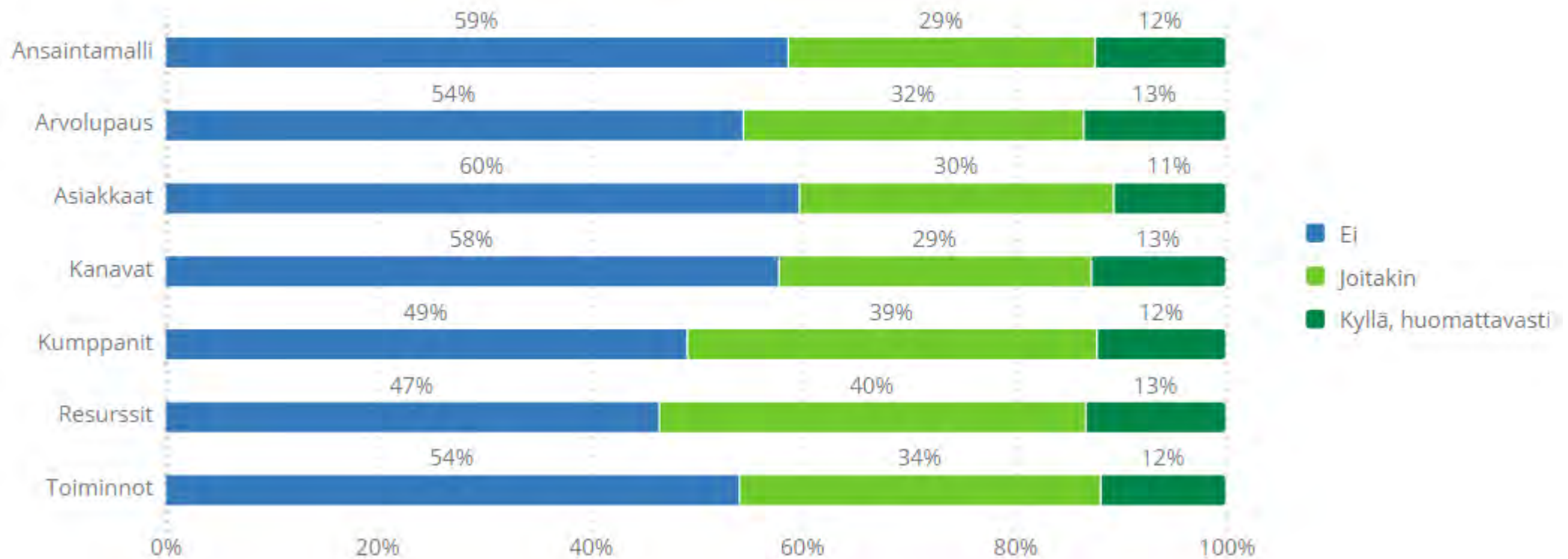
Vaihtoehdot muuttuneet vuosien väleillä.

Datatalous ja nykyinen tekeminen

Muutokset liiketoimintamalliin

Kokonaistulos

Oletteko tehneet merkittäviä muutoksia liiketoimintamalliinne (esimerkiksi seuraaviin osioihin) viimeisen kahden vuoden aikana? 1 192 vastausta



Muutokset liiketoimintamalliin

Vertailu maan mukaan

	Alankomaat			Ranska			Saksa			Suomi		
	Ei	Joitakin	Kyllä, huomattavasti	Ei	Joitakin	Kyllä, huomattavasti	Ei	Joitakin	Kyllä, huomattavasti	Ei	Joitakin	Kyllä, huomattavasti
Ansaintamalli	59 %	32 %	9 %	53 %	29 %	18 %	57 %	29 %	14 %	66 %	26 %	8 %
Arvolupaus	62 %	30 %	9 %	50 %	30 %	20 %	50 %	34 %	16 %	56 %	35 %	9 %
Asiakkaat	63 %	29 %	9 %	57 %	28 %	15 %	53 %	35 %	12 %	66 %	27 %	6 %
Kanavat	60 %	30 %	10 %	53 %	32 %	15 %	52 %	31 %	17 %	66 %	25 %	9 %
Kumppanit	56 %	33 %	11 %	46 %	37 %	17 %	46 %	43 %	11 %	48 %	42 %	10 %
Resurssit	55 %	36 %	9 %	48 %	33 %	19 %	49 %	38 %	12 %	34 %	54 %	12 %
Toiminnot	62 %	31 %	7 %	49 %	30 %	21 %	57 %	33 %	11 %	50 %	41 %	9 %

Datatalouden väittämien kuvaavuus

Kokonaistulos - keskiarvot

Valitse seuraavista datatalouteen liittyvistä väittämistä kuvaavatko ne yrityksenne nykyistä liiketoimintaa? (N = 1 167)

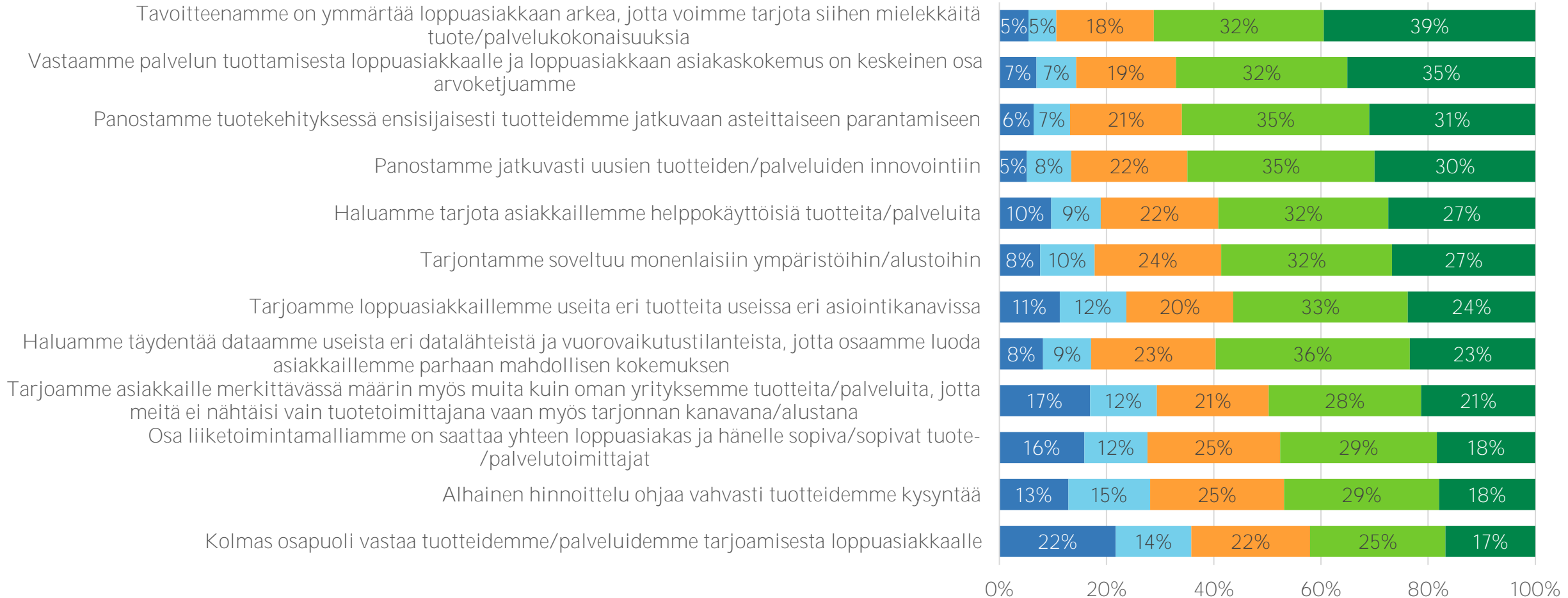


Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin

Datatalouden väittämien kuvaavuus

Kokonaistulos - jakaumat

Valitse seuraavista datatalouteen liittyvistä väittämistä kuvaavatko ne yrityksenne nykyistä liiketoimintaa? (N = 1 167)



Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan
... 5 = kuvaa erittäin hyvin

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

Datatalouden väittämien kuvaavuus

Vertailu maan mukaan

	Alankomaat		Ranska		Saksa		Suomi	
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N
Alhainen hinnoittelu ohjaa vahvasti tuotteidemme kysyntää	3,3	281	3,4	279	3,0	277	3,2	287
Haluamme tarjota asiakkaillemme helppokäyttöisiä tuotteita/palveluita	3,7	277	3,7	272	3,3	273	3,6	282
Haluamme täydentää dataamme useista eri datalähteistä ja vuorovaikutustilanteista, jotta osaamme luoda asiakkaillemme parhaan mahdollisen kokemuksen	3,8	279	3,7	275	3,3	274	3,5	287
Kolmas osapuoli vastaa tuotteidemme/palveluidemme tarjoamisesta loppuasiakkaalle	3,1	278	3,2	275	3,0	272	2,7	284
Osa liiketoimintamalliamme on saattaa yhteen loppuasiakas ja hänelle sopiva/sopivat tuote-/palvelutoimittajat	3,4	278	3,3	279	3,1	271	3,1	287
Panostamme jatkuvasti uusien tuotteiden/palveluiden innovointiin	3,9	284	3,9	283	3,5	278	3,8	289
Panostamme tuotekehityksessä ensisijaisesti tuotteidemme jatkuvaan asteittaiseen parantamiseen	3,9	276	3,8	275	3,5	273	3,9	289
Tarjoamme asiakkaille merkittävässä määrin myös muita kuin oman yrityksemme tuotteita/palveluita, jotta meitä ei nähtäisi vain tuotetoimittajana vaan myös tarjonnan kanavana/alustana	3,3	279	3,5	278	3,1	271	3,1	288
Tarjoamme loppuasiakkaillemme useita eri tuotteita useissa eri asiointikanavissa	3,6	279	3,6	279	3,2	273	3,4	287
Tarjontamme soveltuu monenlaisiin ympäristöihin/alustoihin	3,6	282	3,8	277	3,3	274	3,6	281
Tavoitteenamme on ymmärtää loppuasiakkaan arkea, jotta voimme tarjota siihen mielekkäitä tuote/palvelukokonaisuuksia	3,9	280	4,1	278	3,6	276	4,2	286
Vastaamme palvelun tuottamisesta loppuasiakkaalle ja loppuasiakkaan asiakaskokemus on keskeinen osa arvoketjuamme	3,8	280	3,9	276	3,6	276	4,0	291

Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin

Datatalouden väittämien kuvaavuus

Kehitys – Alankomaat

	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
Alhainen hinnoittelu ohjaa vahvasti tuotteidemme kysyntää	3,4	400	3,3	281	-0,1
Haluamme tarjota asiakkaillemme helppokäyttöisiä tuotteita/palveluita	3,5	389	3,7	277	0,2
Haluamme täydentää dataamme useista eri datalähteistä ja vuorovaikutustilanteista, jotta osaamme luoda asiakkaillemme parhaan mahdollisen kokemuksen	3,5	392	3,8	279	0,3
Kolmas osapuoli vastaa tuotteidemme/palveluidemme tarjoamisesta loppuasiakkaalle	3,2	397	3,1	278	-0,1
Osa liiketoimintamalliamme on saattaa yhteen loppuasiakas ja hänelle sopiva/sopivat tuote-/palvelutoimittajat	3,5	397	3,4	278	-0,1
Panostamme jatkuvasti uusien tuotteiden/palveluiden innovointiin	3,7	400	3,9	284	0,2*
Panostamme tuotekehityksessä ensisijaisesti tuotteidemme jatkuvaan asteittaiseen parantamiseen	3,6	400	3,9	276	0,3*
Tarjoamme asiakkaille merkittävässä määrin myös muita kuin oman yrityksemme tuotteita/palveluita, jotta meitä ei nähtäisi vain tuotetoimittajana vaan myös tarjonnan kanavana/alustana	3,4	401	3,3	279	-0,1
Tarjoamme loppuasiakkaillemme useita eri tuotteita useissa eri asiointikanavissa	3,5	393	3,6	279	0,1
Tarjontamme soveltuu monenlaisiin ympäristöihin/alustoihin	3,5	387	3,6	282	0,1
Tavoitteenamme on ymmärtää loppuasiakkaan arkea, jotta voimme tarjota siihen mielekkäitä tuote/palvelukokonaisuuksia	3,7	396	3,9	280	0,2
Vastaamme palvelun tuottamisesta loppuasiakkaalle ja loppuasiakkaan asiakaskokemus on keskeinen osa arvoketjuamme	3,7	401	3,8	280	0,1

Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin

Datatalouden väittämien kuvaavuus

Kehitys – Ranska

	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
Alhainen hinnoittelu ohjaa vahvasti tuotteidemme kysyntää	3,6	372	3,4	279	-0,2
Haluamme tarjota asiakkaillemme helppokäyttöisiä tuotteita/palveluita	3,7	368	3,7	272	0,0
Haluamme täydentää dataamme useista eri datalähteistä ja vuorovaikutustilanteista, jotta osaamme luoda asiakkaillemme parhaan mahdollisen kokemuksen	3,8	376	3,7	275	-0,1
Kolmas osapuoli vastaa tuotteidemme/palveluidemme tarjoamisesta loppuasiakkaalle	3,3	369	3,2	275	-0,1
Osa liiketoimintamalliamme on saattaa yhteen loppuasiakas ja hänelle sopiva/sopivat tuote-/palvelutoimittajat	3,4	374	3,3	279	-0,1
Panostamme jatkuvasti uusien tuotteiden/palveluiden innovointiin	3,9	370	3,9	283	0,0
Panostamme tuotekehityksessä ensisijaisesti tuotteidemme jatkuvaan asteittaiseen parantamiseen	3,8	370	3,8	275	0,0
Tarjoamme asiakkaille merkittävässä määrin myös muita kuin oman yrityksemme tuotteita/palveluita, jotta meitä ei nähtäisi vain tuotetoimittajana vaan myös tarjonnan kanavana/alustana	3,5	374	3,5	278	0,0
Tarjoamme loppuasiakkaillemme useita eri tuotteita useissa eri asiointikanavissa	3,7	375	3,6	279	-0,1
Tarjontamme soveltuu monenlaisiin ympäristöihin/alustoihin	3,9	376	3,8	277	-0,1
Tavoitteenamme on ymmärtää loppuasiakkaan arkea, jotta voimme tarjota siihen mielekkäitä tuote/palvelukokonaisuuksia	4,0	372	4,1	278	0,1
Vastaamme palvelun tuottamisesta loppuasiakkaalle ja loppuasiakkaan asiakaskokemus on keskeinen osa arvoketjuamme	3,9	373	3,9	276	0,0

Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin

* Tähdellä merkityt muutokset ovat tilastollisesti merkitseviä

Datatalouden väittämien kuvaavuus

Kehitys – Saksa

	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
Alhainen hinnoittelu ohjaa vahvasti tuotteidemme kysyntää	3,2	370	3,0	277	-0,2
Haluamme tarjota asiakkaillemme helppokäyttöisiä tuotteita/palveluita	3,5	362	3,3	273	-0,2
Haluamme täydentää dataamme useista eri datalähteistä ja vuorovaikutustilanteista, jotta osaamme luoda asiakkaillemme parhaan mahdollisen kokemuksen	3,4	364	3,3	274	-0,1
Kolmas osapuoli vastaa tuotteidemme/palveluidemme tarjoamisesta loppuasiakkaalle	3,2	365	3,0	272	-0,2
Osa liiketoimintamalliamme on saattaa yhteen loppuasiakas ja hänelle sopiva/sopivat tuote-/palvelutoimittajat	3,3	364	3,1	271	-0,2
Panostamme jatkuvasti uusien tuotteiden/palveluiden innovointiin	3,5	375	3,5	278	0,0
Panostamme tuotekehityksessä ensisijaisesti tuotteidemme jatkuvaan asteittaiseen parantamiseen	3,6	368	3,5	273	-0,1
Tarjoamme asiakkaille merkittävässä määrin myös muita kuin oman yrityksemme tuotteita/palveluita, jotta meitä ei nähtäisi vain tuotetoimittajana vaan myös tarjonnan kanavana/alustana	3,2	364	3,1	271	-0,1
Tarjoamme loppuasiakkaillemme useita eri tuotteita useissa eri asiointikanavissa	3,4	368	3,2	273	-0,2
Tarjontamme soveltuu monenlaisiin ympäristöihin/alustoihin	3,4	364	3,3	274	-0,1
Tavoitteenamme on ymmärtää loppuasiakkaan arkea, jotta voimme tarjota siihen mielekkäitä tuote/palvelukokonaisuuksia	3,6	365	3,6	276	0,0
Vastaamme palvelun tuottamisesta loppuasiakkaalle ja loppuasiakkaan asiakaskokemus on keskeinen osa arvoketjuamme	3,5	370	3,6	276	0,1

Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin

Datatalouden väittämien kuvaavuus

Kehitys – Suomi

	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
Alhainen hinnoittelu ohjaa vahvasti tuotteidemme kysyntää	3,1	399	3,2	287	0,1
Haluamme tarjota asiakkaillemme helppokäyttöisiä tuotteita/palveluita	3,6	394	3,6	282	0,0
Haluamme täydentää dataamme useista eri datalähteistä ja vuorovaikutustilanteista, jotta osaamme luoda asiakkaillemme parhaan mahdollisen kokemuksen	3,4	403	3,5	287	0,1
Kolmas osapuoli vastaa tuotteidemme/palveluidemme tarjoamisesta loppuasiakkaalle	2,8	404	2,7	284	-0,1
Osa liiketoimintamalliamme on saattaa yhteen loppuasiakas ja hänelle sopiva/sopivat tuote-/palvelutoimittajat	3,1	404	3,1	287	0,0
Panostamme jatkuvasti uusien tuotteiden/palveluiden innovointiin	3,6	406	3,8	289	0,2
Panostamme tuotekehityksessä ensisijaisesti tuotteidemme jatkuvaan asteittaiseen parantamiseen	3,7	402	3,9	289	0,2
Tarjoamme asiakkaille merkittävässä määrin myös muita kuin oman yrityksemme tuotteita/palveluita, jotta meitä ei nähtäisi vain tuotetoimittajana vaan myös tarjonnan kanavana/alustana	3,0	399	3,1	288	0,1
Tarjoamme loppuasiakkaillemme useita eri tuotteita useissa eri asiointikanavissa	3,2	405	3,4	287	0,2
Tarjontamme soveltuu monenlaisiin ympäristöihin/alustoihin	3,3	399	3,6	281	0,3
Tavoitteenamme on ymmärtää loppuasiakkaan arkea, jotta voimme tarjota siihen mielekkäitä tuote/palvelukokonaisuuksia	4,0	405	4,2	286	0,2
Vastaamme palvelun tuottamisesta loppuasiakkaalle ja loppuasiakkaan asiakaskokemus on keskeinen osa arvoketjuamme	3,9	401	4,0	291	0,1

Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin

* Tähdellä merkityt muutokset ovat tilastollisesti merkitseviä

Yrityksen valmius toimia datataloudessa

Kokonaistulos - keskiarvot

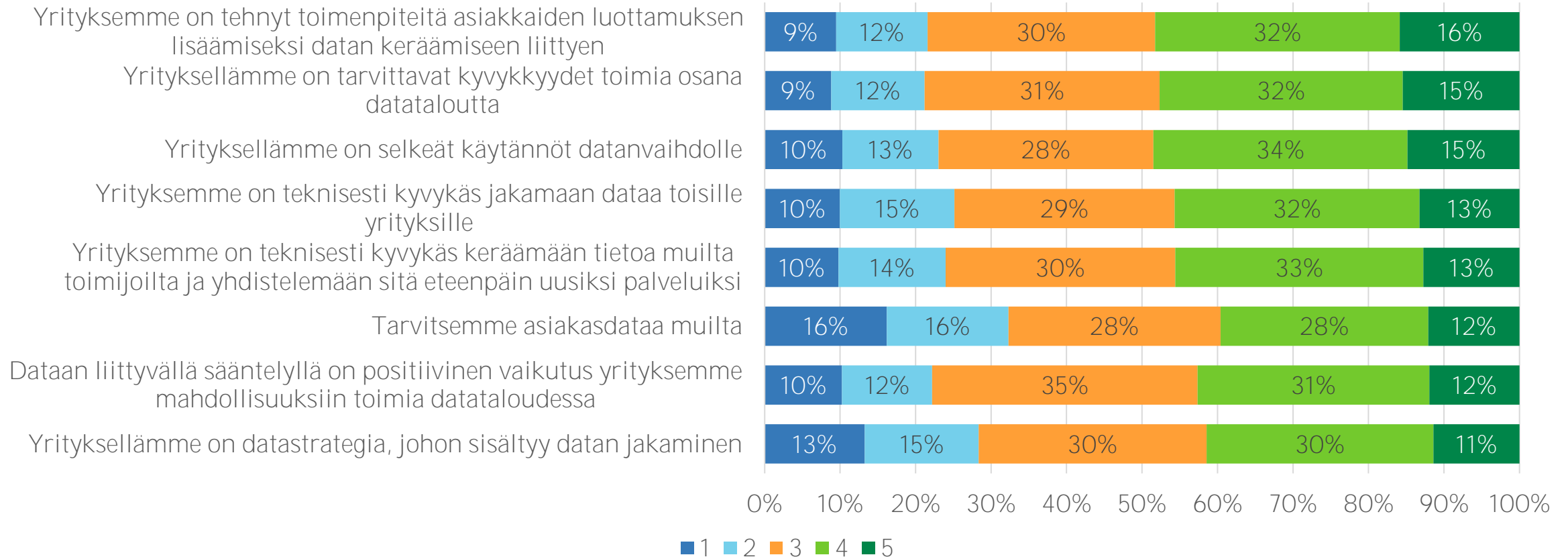
Arvioikaa yrityksenne valmiutta toimia datataloudessa seuraavien väittämien avulla? (N = 1 197)



Yrityksen valmius toimia datataloudessa

Kokonaistulos - jakaumat

Arvioikaa yrityksenne valmiutta toimia datataloudessa seuraavien väittämien avulla? (N = 1 197)



Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin

Yrityksen valmius toimia datataloudessa

Vertailu maan mukaan

	Alankomaat		Ranska		Saksa		Suomi	
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N
Dataan liittyvällä sääntelyllä on positiivinen vaikutus yrityksemme mahdollisuuksiin toimia datataloudessa *	3,3	300	3,3	296	3,2	295	3,0	298
Tarvitsemme asiakasdataa muilta *	2,9	298	3,2	297	3,0	298	3,0	299
Yrityksellämme on datastrategia, johon sisältyy datan jakaminen *	3,2	298	3,4	297	3,0	298	2,9	299
Yrityksellämme on selkeät käytännöt datanvaihdolle *	3,4	300	3,5	298	3,3	297	3,0	299
Yrityksellämme on tarvittavat kyvykkyudet toimia osana datataloutta	3,3	298	3,4	298	3,3	298	3,3	295
Yrityksemme on tehnyt toimenpiteitä asiakkaiden luottamuksen lisäämiseksi datan keräämiseen liittyen *	3,4	297	3,4	299	3,3	298	3,2	297
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs jakamaan dataa toisille yrityksille *	3,4	298	3,3	299	3,1	299	3,1	297
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs keräämään tietoa muilta toimijoilta ja yhdistelemään sitä eteenpäin uusiksi palveluiksi	3,3	299	3,4	297	3,2	299	3,2	298

Yrityksen valmius toimia datataloudessa

Kehitys – Alankomaat

	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
Dataan liittyvällä sääntelyllä on positiivinen vaikutus yrityksemme mahdollisuuksiin toimia datataloudessa	3,2	423	3,3	300	0,1
Tarvitsemme asiakasdataa muilta	3,2	423	2,9	298	-0,3
Yrityksellämme on selkeät käytännöt datanvaihdolle	3,3	423	3,4	300	0,1
Yrityksemme on tehnyt toimenpiteitä asiakkaiden luottamuksen lisäämiseksi datan keräämiseen liittyen	3,3	425	3,4	297	0,1
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs jakamaan dataa toisille yrityksille	3,4	427	3,4	298	0,0
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs keräämään tietoa muilta toimijoilta ja yhdistelemään sitä eteenpäin uusiksi palveluiksi	3,4	426	3,3	299	-0,1

Yrityksen valmius toimia datataloudessa

Kehitys – Ranska

	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
Dataan liittyvällä sääntelyllä on positiivinen vaikutus yrityksemme mahdollisuuksiin toimia datataloudessa	3,4	397	3,3	296	-0,1
Tarvitsemme asiakasdataa muilta	3,3	396	3,2	297	-0,1
Yrityksellämme on selkeät käytännöt datanvaihdolle	3,5	395	3,5	298	0,0
Yrityksemme on tehnyt toimenpiteitä asiakkaiden luottamuksen lisäämiseksi datan keräämiseen liittyen	3,6	397	3,4	299	-0,2
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs jakamaan dataa toisille yrityksille	3,5	400	3,3	299	-0,2
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs keräämään tietoa muilta toimijoilta ja yhdistelemään sitä eteenpäin uusiksi palveluiksi	3,4	398	3,4	297	0,0

Yrityksen valmius toimia datataloudessa

Kehitys – Saksa

	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
Dataan liittyvällä sääntelyllä on positiivinen vaikutus yrityksemme mahdollisuuksiin toimia datataloudessa	3,1	402	3,2	295	0,1
Tarvitsemme asiakasdataa muilta	3,1	401	3,0	298	-0,1
Yrityksellämme on selkeät käytännöt datanvaihdolle	3,4	403	3,3	297	-0,1
Yrityksemme on tehnyt toimenpiteitä asiakkaiden luottamuksen lisäämiseksi datan keräämiseen liittyen	3,4	402	3,3	298	-0,1
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs jakamaan dataa toisille yrityksille	3,4	404	3,1	299	-0,3
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs keräämään tietoa muilta toimijoilta ja yhdistelemään sitä eteenpäin uusiksi palveluiksi	3,4	404	3,2	299	-0,2*

Yrityksen valmius toimia datataloudessa

Kehitys – Suomi

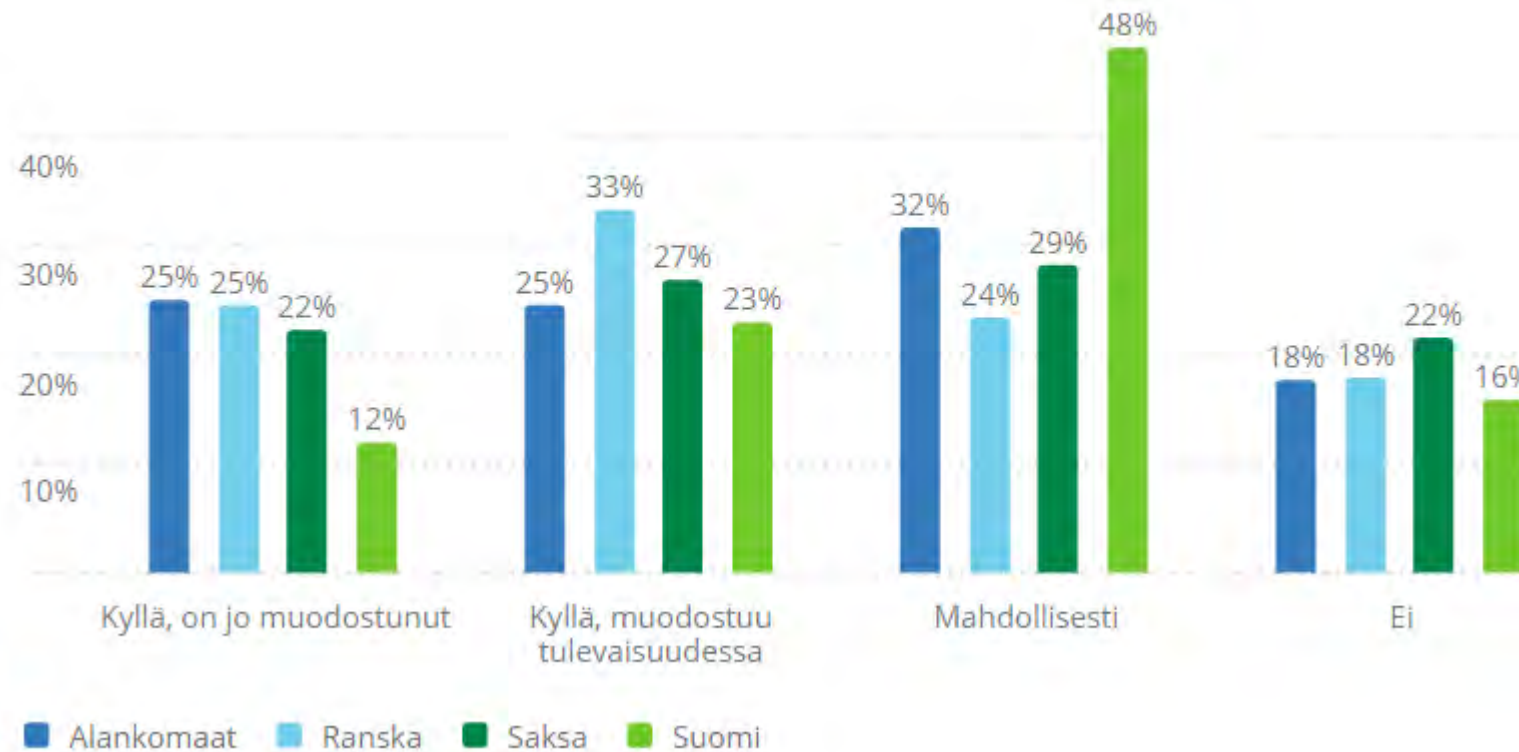
	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
Dataan liittyvällä sääntelyllä on positiivinen vaikutus yrityksemme mahdollisuuksiin toimia datataloudessa	2,7	419	3,0	298	0,3*
Tarvitsemme asiakasdataa muilta	2,9	417	3,0	299	0,1
Yrityksellämme on selkeät käytännöt datanvaihdolle	2,9	423	3,0	299	0,1
Yrityksemme on tehnyt toimenpiteitä asiakkaiden luottamuksen lisäämiseksi datan keräämiseen liittyen	3,1	421	3,2	297	0,1
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs jakamaan dataa toisille yrityksille	3,1	424	3,1	297	0,0
Yrityksemme on teknisesti kyvykäs keräämään tietoa muilta toimijoilta ja yhdistelemään sitä eteenpäin uusiksi palveluiksi	3,1	421	3,2	298	0,1

Datatalouden mahdollisuudet

Kilpailuetu datavaihdosta

Vertailu maan mukaan

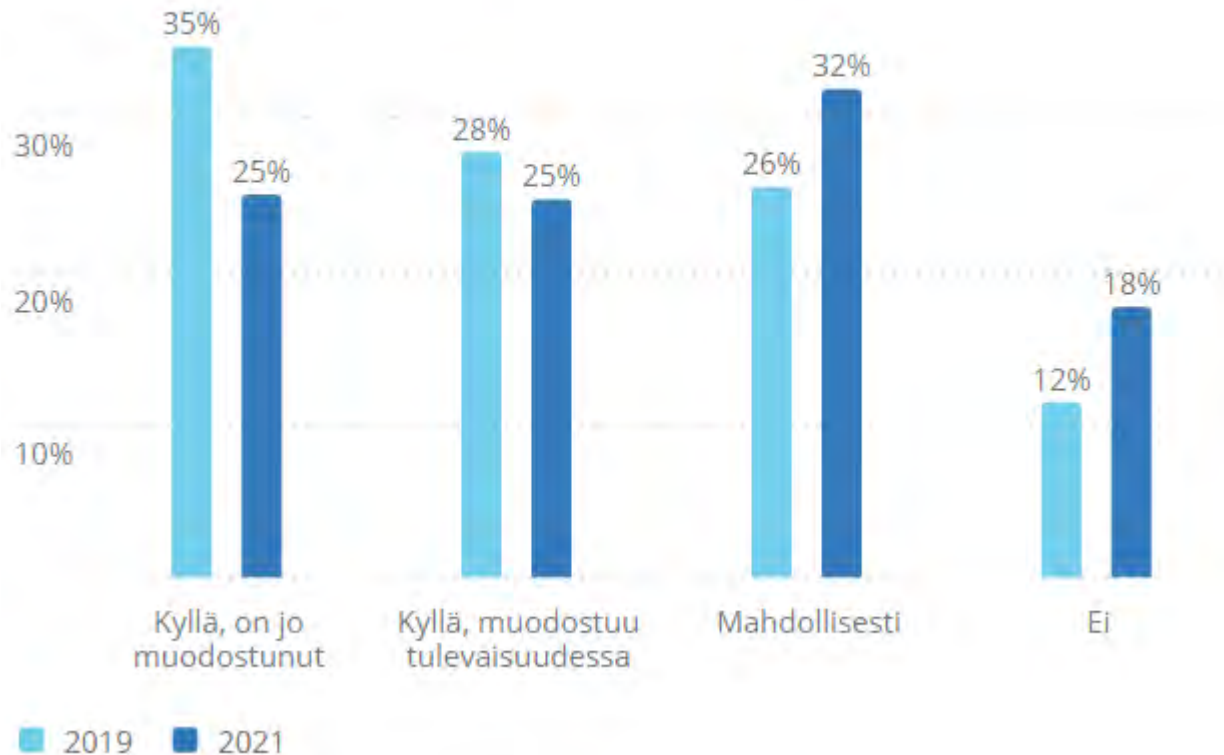
Voisiko datanvaihdosta muodostua organisaatiolleen kilpailuetua? 1 191
vastausta



Kilpailuetu datavaihdosta

Kehitys – Alankomaat

Voisiko datanvaihdosta muodostua organisaatiolleenne kilpailuetua? 722 vastausta

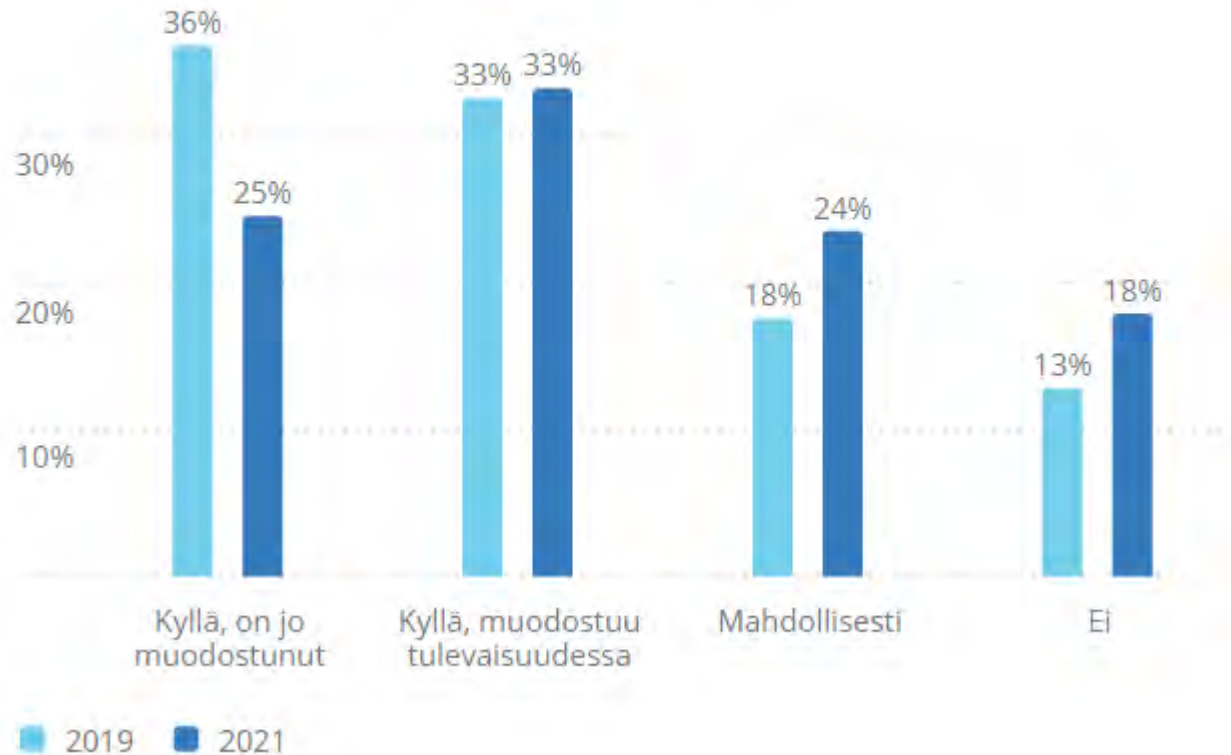


Muutos on tilastollisesti merkitsevä.

Kilpailuetu datavaihdosta

Kehitys – Ranska

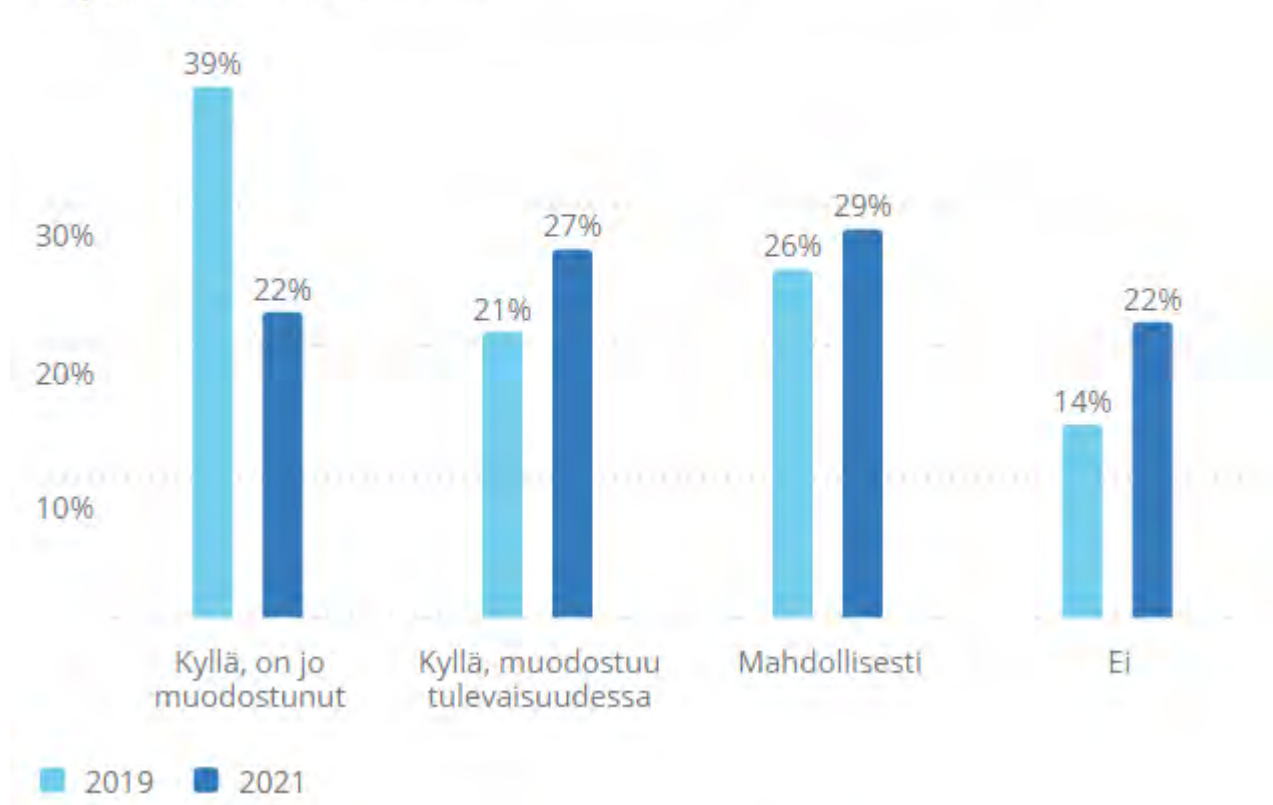
Voisiko datanvaihdosta muodostua organisaatiolleenne kilpailuetua? 698 vastausta



Kilpailuetu datavaihdosta

Kehitys – Saksa

Voisiko datanvaihdosta muodostua organisaatiolleen kilpailuetua? 703 vastausta

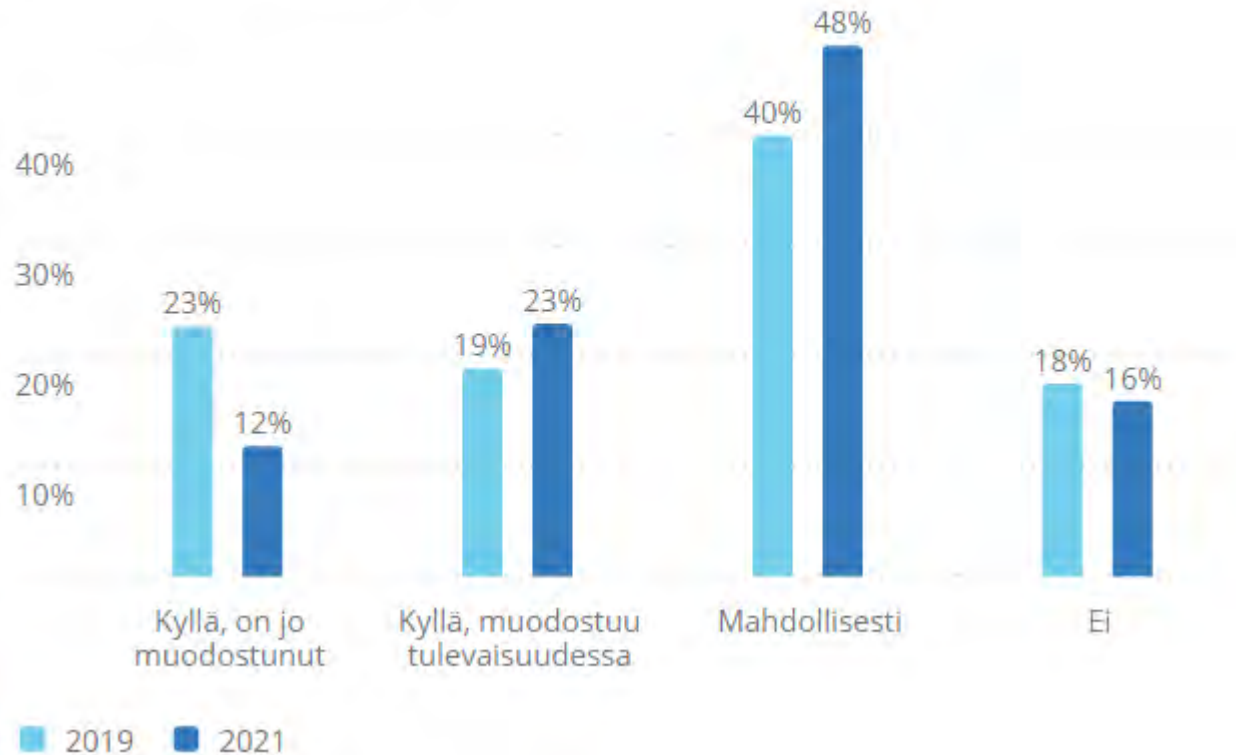


Muutos on tilastollisesti merkitsevä.

Kilpailuetu datavaihdosta

Kehitys – Suomi

Voisiko datanvaihdosta muodostua organisaatiolleenne kilpailuetua? 722 vastausta



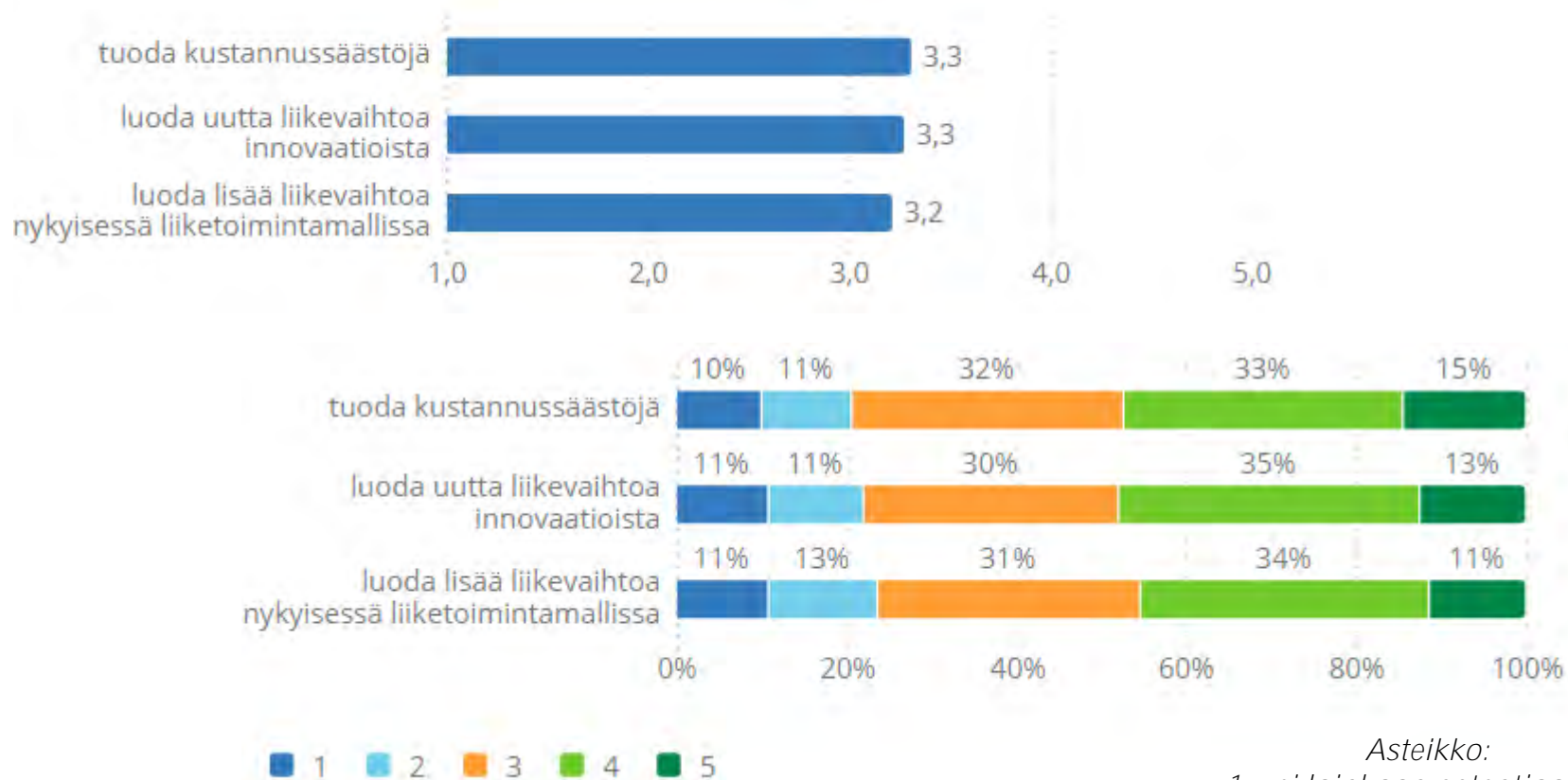
Muutos on tilastollisesti merkitsevä.

Potentiaali datan jakamisella

Kokonaistulos

Arvioikaa kuinka suuri potentiaali datan jakamisella on... 1 197

vastausta



Asteikko:

1 = ei lainkaan potentiaalia ...

5 = erittäin suuri potentiaali

Potentiaali datan jakamisella

Vertailu maan mukaan

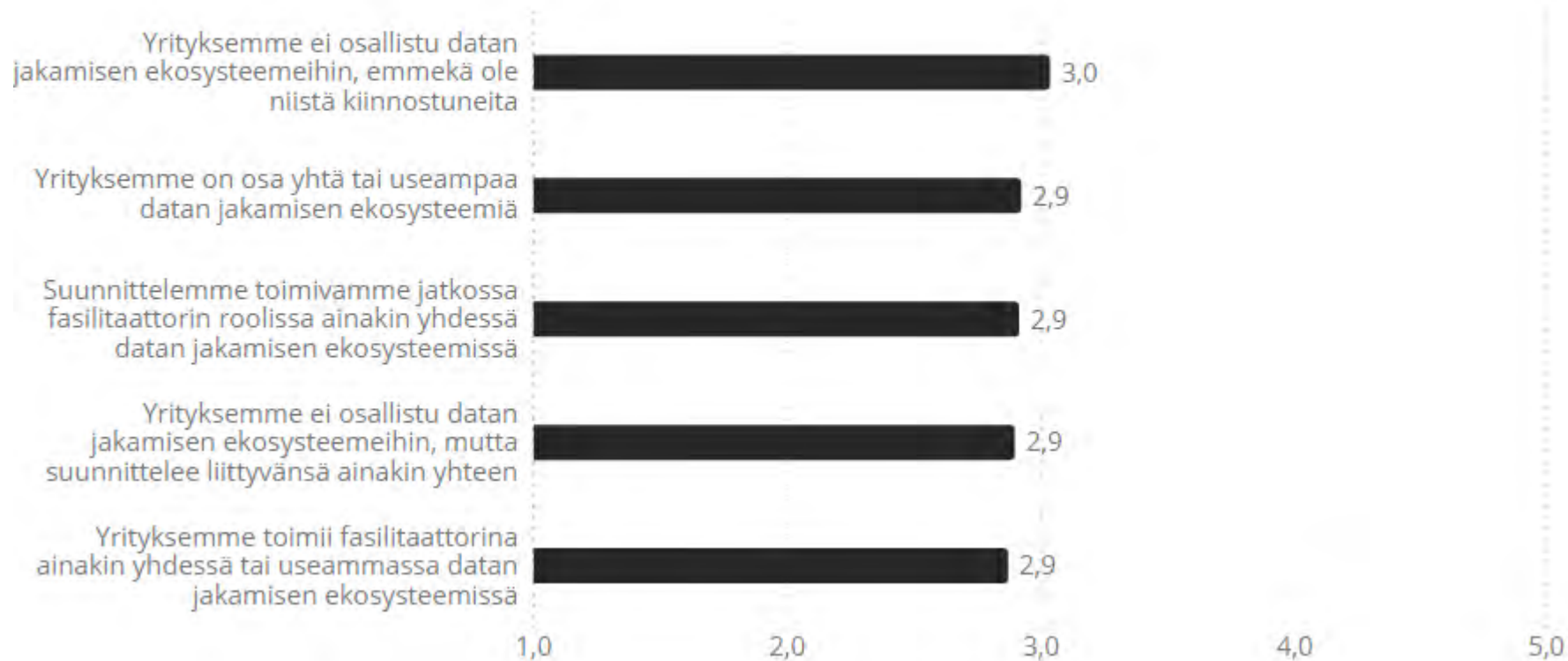
	Alankomaat		Ranska		Saksa		Suomi	
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N
luoda lisää liikevaihtoa nykyisessä liiketoimintamallissa	3,2	299	3,4	299	3,1	299	3,2	300
luoda uutta liikevaihtoa innovaatioista	3,3	299	3,4	297	3,2	298	3,2	299
tuoda kustannussäästöjä	3,4	298	3,4	297	3,2	298	3,3	300

Asteikko: 1 = ei lainkaan potentiaalia ... 5 = erittäin suuri potentiaali

Yrityksen tämänhetkinen tilanne

Kokonaistulos - keskiarvot

Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat yrityksenne tämänhetkistä tilaa? 1 198
vastausta

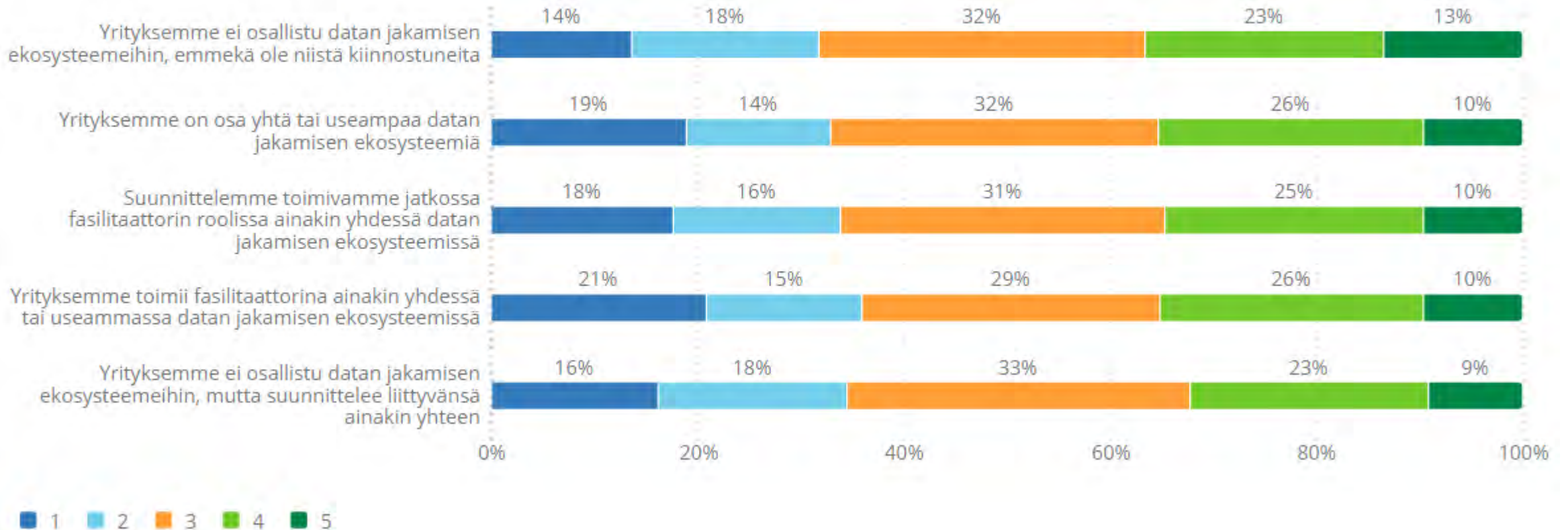


Asteikko: 1 = ei pidä lainkaan paikkaansa ... 5 = pitää täysin paikkansa

Yrityksen tämänhetkinen tilanne

Kokonaistulos - jakaumat

Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat yrityksenne tämänhetkistä tilaa? 1 198 vastausta



Asteikko: 1 = ei pidä lainkaan paikkaansa ... 5 = pitää täysin paikkansa

Yrityksen tämänhetkinen tilanne

Vertailu maan mukaan

	Alankomaat		Ranska		Saksa		Suomi	
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N
Yrityksemme ei osallistu datan jakamisen ekosysteemeihin, emmekä ole niistä kiinnostuneita.	3,2	297	3,1	297	3,1	296	2,8	300
Yrityksemme ei osallistu datan jakamisen ekosysteemeihin, mutta suunnittelee liittyvänsä ainakin yhteen.	3,0	298	3,0	299	2,9	299	2,7	299
Yrityksemme on osa yhtä tai useampaa datan jakamisen ekosysteemiä.	3,1	297	3,0	297	2,9	300	2,7	300
Suunnittelemme toimivamme jatkossa fasilitaattorin roolissa ainakin yhdessä datan jakamisen ekosysteemissä.	3,0	296	3,2	296	2,9	298	2,6	300
Yrityksemme toimii fasilitaattorina ainakin yhdessä tai useammassa datan jakamisen ekosysteemissä.	3,0	294	3,1	294	2,9	297	2,5	298

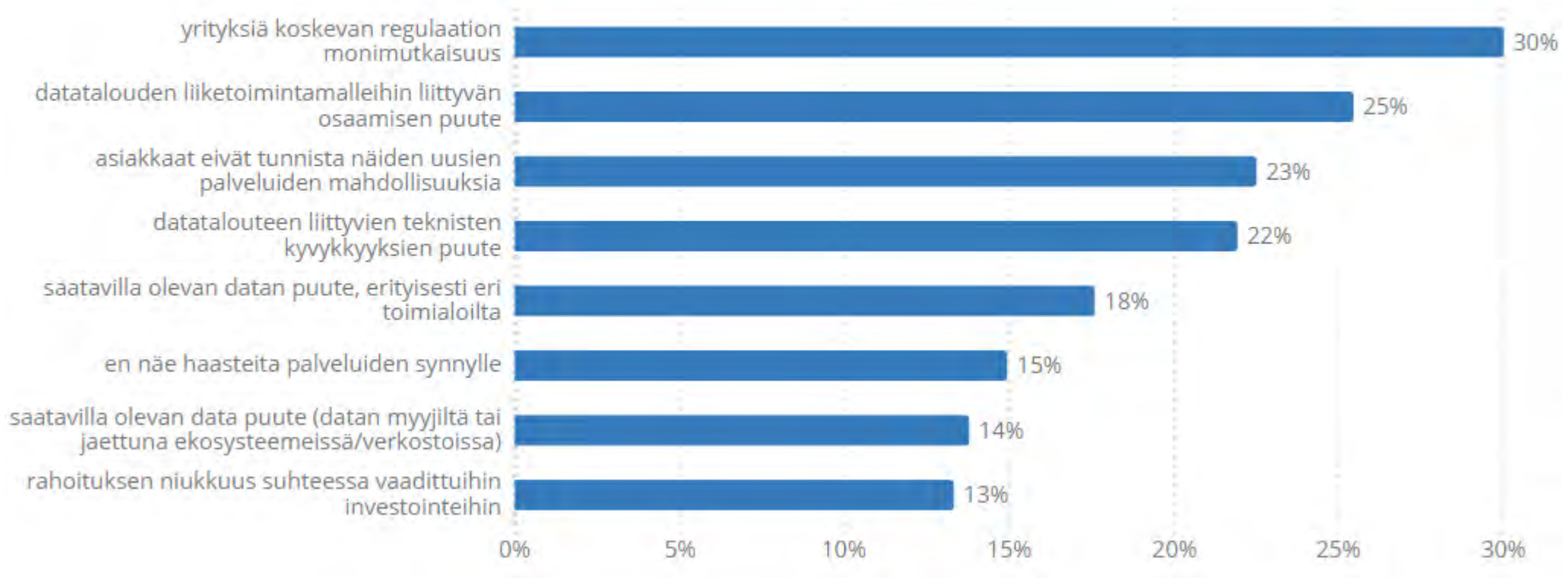
Asteikko: 1 = ei pidä lainkaan paikkaansa ... 5 = pitää täysin paikkansa

Datatalouden haasteet

Suurimmat haasteet palveluiden synnylle

Kokonaistulos

Mitkä seuraavista näette suurimmiksi haasteiksi dataa hyödyntävien uusien eurooppalaisten palveluiden synnylle? 1 193 vastausta



Suurimmat haasteet palveluiden synnylle

Vertailu maan mukaan

Mitkä seuraavista näette yrityksille suurimmiksi haasteiksi dataa hyödyntävien uusien eurooppalaisten palveluiden syntymiselle?	Alankomaat	Ranska	Saksa	Suomi
en näe haasteita palveluiden synnylle	21 %	12 %	13 %	13 %
rahoituksen niukkuus suhteessa vaadittuihin investointeihin	15 %	13 %	9 %	17 %
yrityksiä koskevan regulaation monimutkaisuus	32 %	36 %	31 %	21 %
datatalouden liiketoimintamalleihin liittyvän osaamisen puute	24 %	25 %	27 %	26 %
asiakkaat eivät tunnista näiden uusien palveluiden mahdollisuuksia	14 %	24 %	22 %	31 %
datatalouteen liittyvien teknisten kyvykkyyksien puute	17 %	23 %	24 %	24 %
saatavilla olevan datan puute, erityisesti eri toimialoilta	14 %	21 %	21 %	14 %
saatavilla olevan data puute (datan myyjiltä tai jaettuna ekosysteemeissä/verkostoissa)	12 %	13 %	17 %	13 %

Yritysten tavoitteet datataloudessa

Tavoitteiden vieminen käytäntöön

Kokonaistulos - keskiarvot

Useimmat yritykset kertovat toimivansa reilusti, mutta eivät pyyteettömästi.

Miten seuraavat datankäytön tavoitteet on viety käytäntöön yrityksessänne? (N = 1 200)

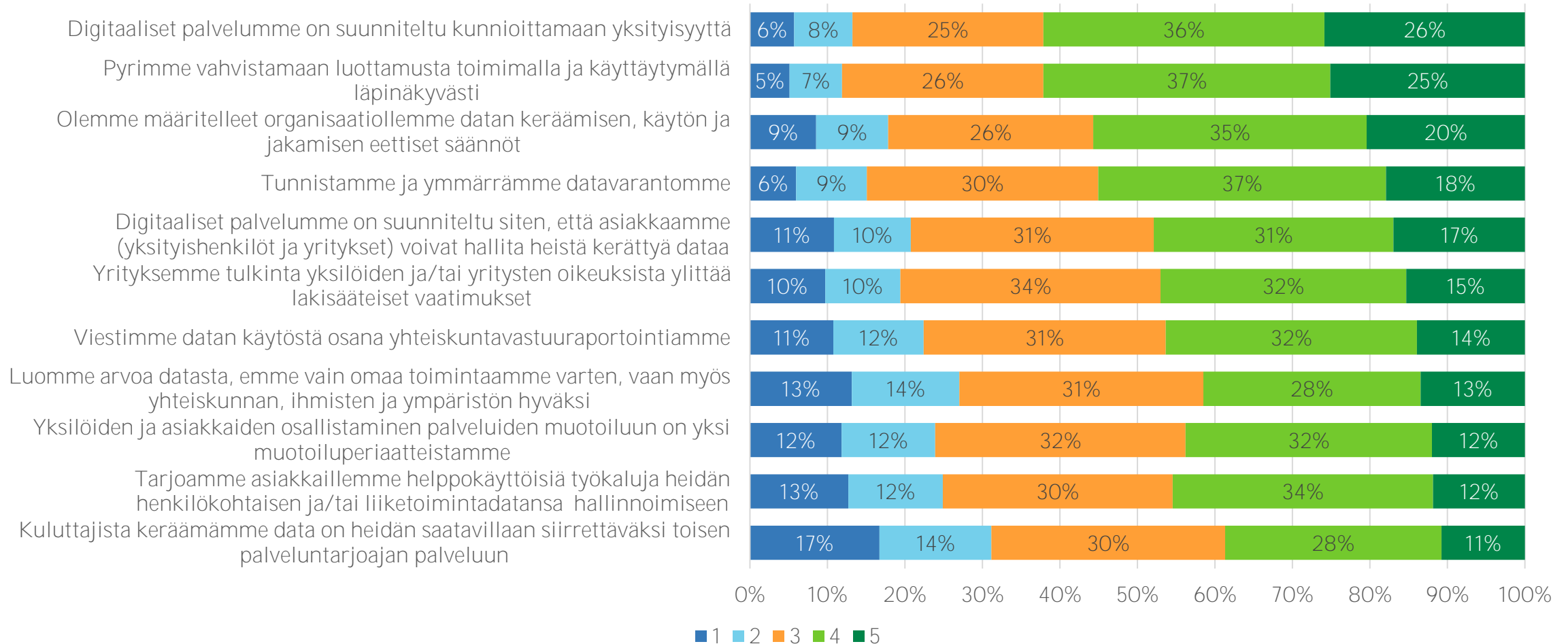


Asteikko: 1 = vahvasti eri mieltä ... 5 = vahvasti samaa mieltä 40

Tavoitteiden vieminen käytäntöön

Kokonaistulos - jakaumat

Miten seuraavat datankäytön tavoitteet on viety käytäntöön yrityksessänne? (N = 1 200)



Asteikko: 1 = vahvasti eri mieltä ... 5 = vahvasti samaa mieltä 41

Tavoitteiden vieminen käytäntöön

Vertailu maan mukaan

	Alankomaat		Ranska		Saksa		Suomi	
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N
Digitaaliset palvelumme on suunniteltu kunnioittamaan yksityisyyttä	3,8	300	3,7	298	3,7	296	3,7	300
Digitaaliset palvelumme on suunniteltu siten, että asiakkaamme (yksityishenkilöt ja yritykset) voivat hallita heistä kerättyä dataa *	3,4	298	3,4	297	3,4	298	3,1	297
Kuluttajista keräämämme data on heidän saatavillaan siirrettäväksi toisen palveluntarjoajan palveluun *	3,1	300	3,2	298	3,1	299	2,7	300
Luomme arvoa datasta, emme vain omaa toimintaamme varten, vaan myös yhteiskunnan, ihmisten ja ympäristön hyväksi *	3,2	299	3,3	298	3,2	299	3,0	299
Olemme määritelleet organisaatiollemme datan keräämisen, käytön ja jakamisen eettiset säännöt *	3,7	298	3,5	299	3,5	299	3,3	298
Pyrimme vahvistamaan luottamusta toimimalla ja käyttäytymällä läpinäkyvästi	3,8	298	3,6	298	3,6	300	3,7	298
Tarjoamme asiakkaillemme helppokäyttöisiä työkaluja heidän henkilökohtaisen ja/tai liiketoimintadatansa hallinnoimiseen *	3,3	299	3,3	298	3,2	300	3,0	300
Tunnistamme ja ymmärrämme datavarantomme *	3,6	300	3,5	299	3,6	299	3,4	295
Viestimme datan käytöstä osana yhteiskuntavastuuraportointiamme *	3,5	299	3,4	299	3,1	299	3,0	294
Yksilöiden ja asiakkaiden osallistaminen palveluiden muotoiluun on yksi muotoiluperaatteistamme	3,3	300	3,2	297	3,2	298	3,1	297
Yrityksemme tulkinta yksilöiden ja/tai yritysten oikeuksista ylittää lakisääteiset vaatimukset *	3,5	300	3,4	298	3,4	300	3,1	297

Asteikko: 1 = vahvasti eri mieltä ... 5 = vahvasti samaa mieltä

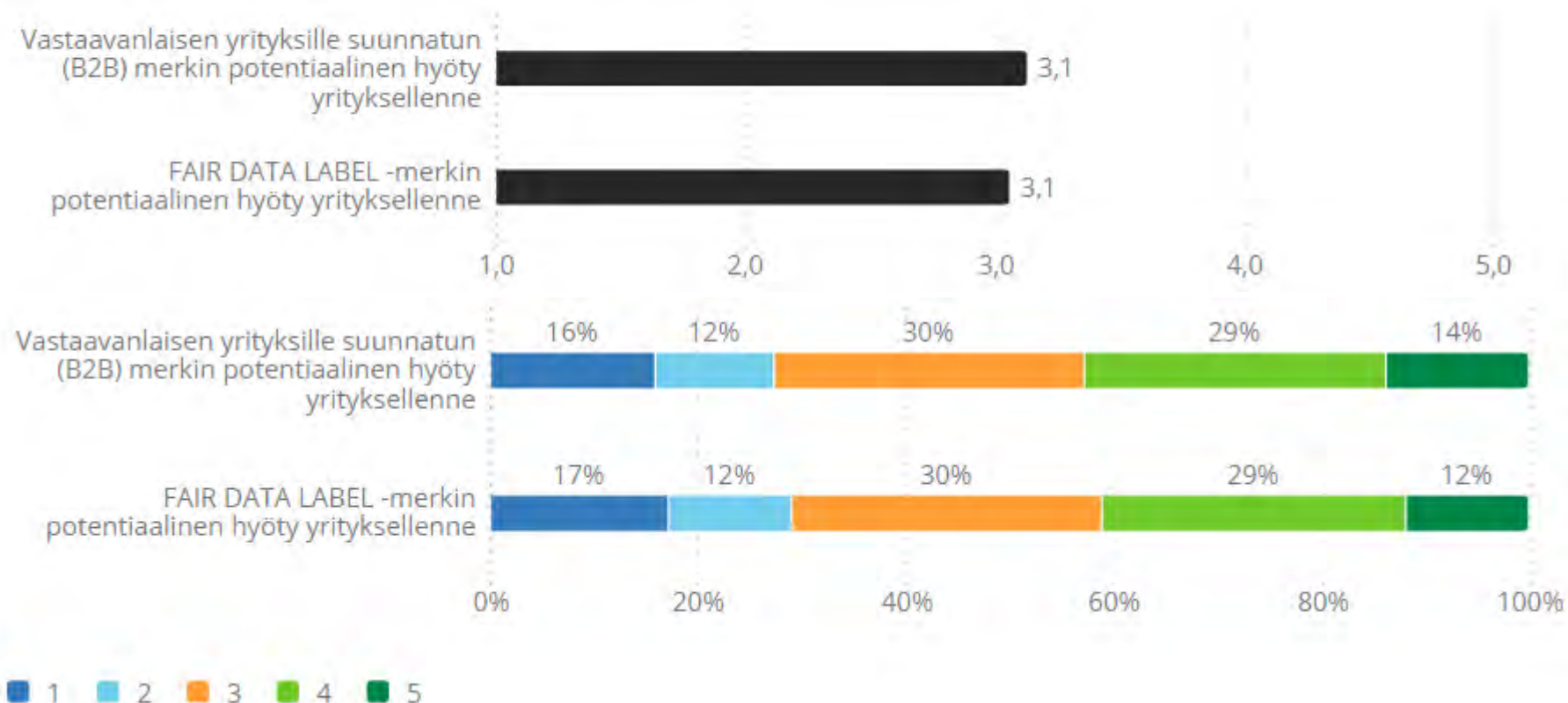
* Tähdellä merkityissä väittämässä maiden väliset erot olivat tilastollisesti merkitseviä

Reilun datan merkki

Reilun datan merkki

Kokonaistulos

Kulutushyödykkeillä on reilun kaupan merkki, joka kertoo tuotteen olevan Reilun kaupan määritelmien mukainen. Olisiko vastaavanlaisesta kuluttajille suunnatusta reilun datan merkistä (FAIR DATA LABEL) tai yrityksille suunnatusta samanlaisesta B2B-merkistä hyötyä yrityksellenne? 1 199 vastausta



Reilun datan merkki

Vertailu maan mukaan

	Alankomaat		Ranska		Saksa		Suomi	
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N	Keskitaso	N
FAIR DATA LABEL -merkin potentiaalinen hyöty yrityksellenne *	3,1	300	3,1	300	3,2	298	2,9	299
Vastaavanlaisen yrityksille suunnatun (B2B) merkin potentiaalinen hyöty yrityksellenne	3,1	300	3,2	300	3,2	297	3,0	298

Asteikko: 1 = vahvasti eri mieltä ... 5 = vahvasti samaa mieltä

Reilun datan merkki

Kehitys

ALANKOMAAT	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
FAIR DATA LABEL -merkin potentiaalinen hyöty yrityksellenne	3,4	414	3,1	300	-0,3*

RANSKA	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
FAIR DATA LABEL -merkin potentiaalinen hyöty yrityksellenne	3,4	397	3,1	300	-0,3

SAKSA	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
FAIR DATA LABEL -merkin potentiaalinen hyöty yrityksellenne	3,2	394	3,2	298	0,0

SUOMI	2019		2021		Muutos
	Keskitaso	N	Keskitaso	N	
FAIR DATA LABEL -merkin potentiaalinen hyöty yrityksellenne	3	414	2,9	299	-0,1

Vastaajien asemointi

Taustaa vastaajien asemoinnista

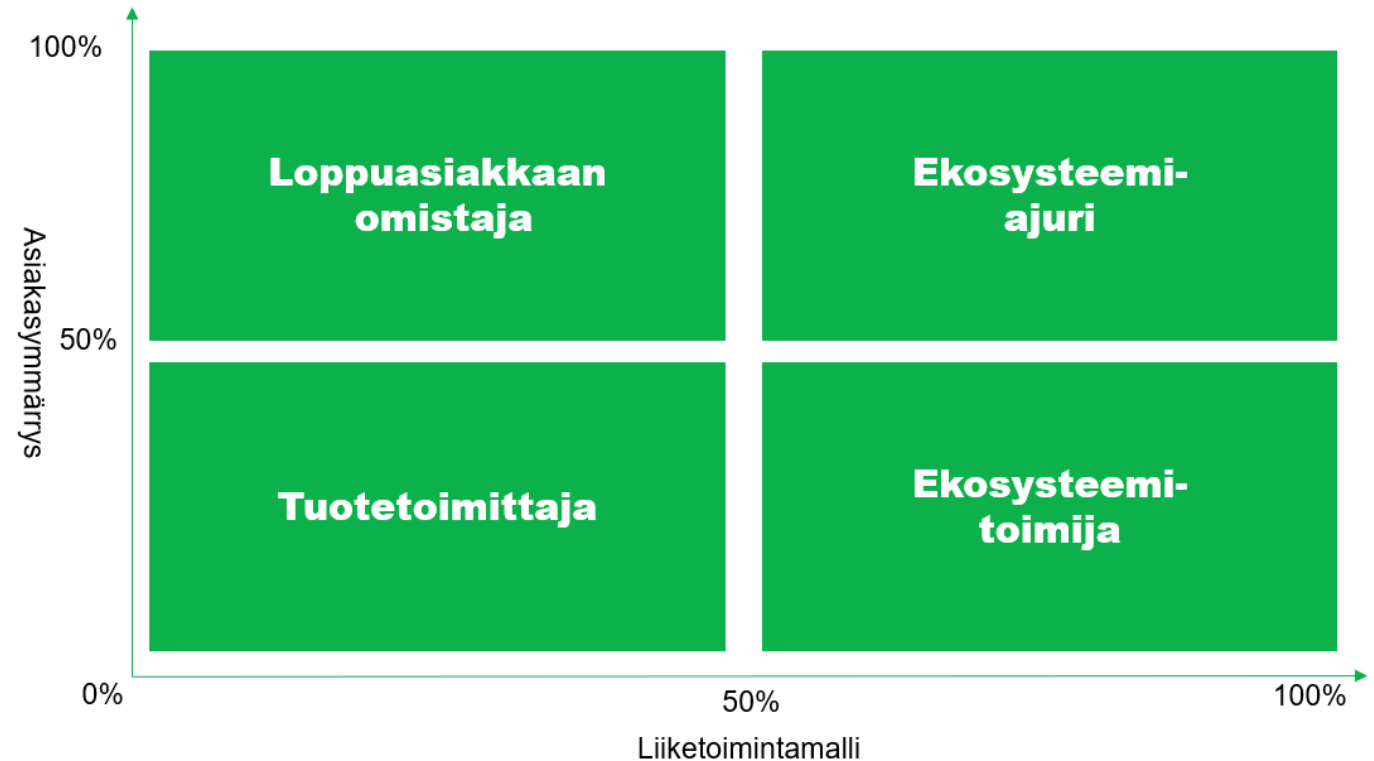
Osana kartoitusta selvitettiin vastaajayritysten digitaalisten liiketoimintamallien luonnetta.

Analyyssissä on sovellettu viitteellisesti MIT Sloan Center for Information System Researchin (2017) jaottelumallia (Weill & Woerner: **What's Your Digital Business Model?: Six Questions To Help You Build The Next-Generation Enterprise**, HBR Press 2018).

Kukin neljästä digitaalisesta liiketoimintaprofiilista (alla nelikentässä) muunnettiin niitä vastaaviksi liiketoimintaväittämiksi kahdella akselilla:

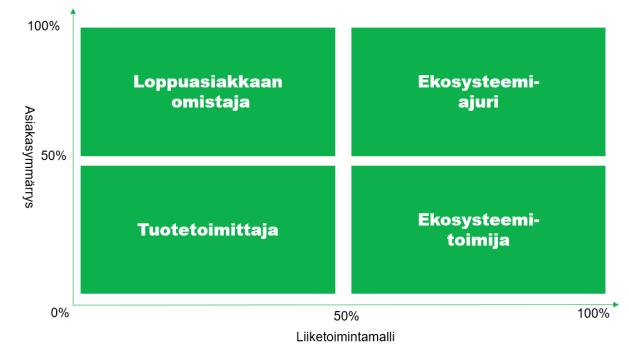
- Y-akseli: Asiakasymmärryksen synnyttämisen ja hyödyntämisen kypsyyden kypsyys.
- X-akseli: Digitaalisen liiketoimintamallin jalostuneisuus.

Tämän kysymyspatteriston kysymyskohtaiset tulokset on esitetty raportin sivuilla 11-17.



Ryhmien osuudet aineistossa

Asemoituminen digitaalisessa liiketoimintamallissa. Kaikki maat (N=924):



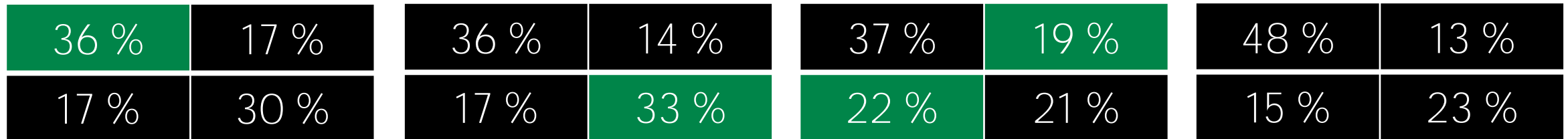
Asemoituminen maan mukaan (huomioitu vain tiettyyn ryhmään kuuluvat)	Alankomaat (N=224)			Ranska (N=222)			Saksa (N=236)			Suomi (N=242)		
	2019	2021	Muutos	2019	2021	Muutos	2019	2021	Muutos	2019	2021	Muutos
Loppuasiakkaan omistaja	31 %	36 %	+5 %	32 %	36 %	+4 %	29 %	37 %	+8 %	47 %	48 %	+1 %
Tuotetoimittaja	18 %	17 %	-1 %	18 %	17 %	-1 %	20 %	22 %	+2 %	16 %	15 %	-1 %
Ekosysteemiajuri	24 %	17 %	-7 %	19 %	14 %	-5 %	17 %	19 %	+2 %	13 %	13 %	-
Ekosysteemitoyimija	26 %	30 %	+4 %	30 %	33 %	+3 %	30 %	21 %	-9 %	25 %	23 %	-2 %

Alankomaat:

Ranska:

Saksa:

Suomi:



Loppuasiakkaan omistajia selvästi eniten Suomessa.

Tuotetoimittajia ja ekosysteemiajureita melko tasaisesti kaikilla markkinoilla, hieman enemmän Saksassa.

Ekosysteemitoyimijoita eniten Ranskassa ja Alankomaissa.

23 % (2019: 24 %) vastaajista ei voitu luokitella joko vastaamattomuuden tai täysin samojen arviointien takia.

Yhteenveto

Yhteenveto 1/3

- Valtaosa vastaajista näkee datatalouden vaikuttavan organisaatioonsa positiivisesti; niiden vastaajien osuus, jotka arvioivat näin jo tapahtuneen, on pienentynyt kilpailijoiden kirieissä heidät kiinni. Kaikkiaan lähes puolet vastaajista uskoo, että datatalous voi tuoda heidän organisaatiolleen kilpailuetua.
- Tärkeimpänä positiivisena vaikutuksena nähdään kustannussäästöt. Oman roolin hahmottamien on paikoin epäselvää: keskimäärin vastaajat osallistuvat hieman, mutta suurin osa ei koe osallistuvansa aktiivisesti.
- Suurimmat haasteet uusiin dataan liittyviin palveluihin liittyen koskevat säännösten monimutkaisuutta sekä osaamisvajeita datatalouden liiketoimintamalleihin liittyen.
- Yritykset kertovat kunnioittavansa asiakkaidensa yksityisyyttä ja läpinäkyvyyttä datan käsittelyssä, mutta eivät yhtä mielellään palauta sitä asiakkailleen.
- Reilun datan merkkiin suhtauduttiin positiivisesti kaikissa maissa, mutta niiden vastaajien osuus jotka näkivät tästä suurta hyötyä on laskenut vuodesta 2019.
- Loppuasiakkaan omistajien osuus on suurin (32-47 %). Seuraavaksi eniten on ekosysteemitomimijoita (21-33 %). Ekosysteemiajureita oli vastaajissa vähiten (13-19%).

Yhteenveto 2/3

Muutoksia liiketoimintamalleissa viimeisen kahden vuoden aikana:

- Liiketoimintamallin eri ominaisuuksien kehittämisen vertailussa eri teemojen väliset erot ovat pieniä: 11-13 prosenttia vastaajista on tehnyt merkittäviä muutoksia, riippumatta mitä tekijää tarkastellaan.
- Ranskassa on tehty useimmin muutoksia ansaintamalliin, arvolupaukseen, kumppaneihin ja toimintoihin. Vastaavasti Saksassa on tehty useimmin muutoksia liiketoimintamalliin, asiakkaisiin ja kanaviin liittyen. Suomessa on tehty selvästi useimmin muutoksia resursseihin.

Yritysten nykyinen liiketoiminta:

- Keskiarvot kaikkiin tekijöihin vaihtelivat välillä 3,0-3,9. Parhaiten yritysten nykyistä liiketoimintaa kuvaava väittämä oli: **“Tavoittemme on ymmärtää loppuasiakkaan arkea, jotta voimme tarjota siihen mielekkäitä tuote/palvelukokonaisuuksia”**. Heikoimmaksi arvioitiin **“Kolmas osapuoli vastaa tuotteidemme/palveluidemme tarjoamisesta loppuasiakkaalle”**.
- Maavertailussa Alankomaat sai parhaat tulokset omien tietojen täydentämisestä eri tietolähteillä. Ranskassa parhaimmiksi oli arvioitu mm. alhainen hinnoittelu, kolmansien osapuolten jakelu ja alustojen yhteensopivuus. Suomessa parhaiten onnistuneita tekijöitä olivat loppuasiakkaan ymmärtäminen tärkeänä osana yrityksen arvoketjua. Saksan osalta arviot olivat muita heikompia kaikissa paitsi yhdessä tekijässä. Suomen tulokset ovat parantuneet lähes kaikissa tekijöissä vuodesta 2019 samalla kun Ranskassa ja Saksassa tulokset ovat vastaavasti heikentyneet. Alankomaiden osalta vastauksissa on muutosta molempiin suuntiin.

Yhteenveto 3/3

Valmiudet datatalouteen:

- Arviot olivat tasaisia kaikkien arvioitavien tekijöiden osalta (3,0-3,3).
- Parhaan arvion sai **“Yrityksellämme on tarvittavat kyvykkyudet toimia osana datataloutta” ja “Yrityksemme on tehnyt toimenpiteitä asiakkaiden luottamuksen lisäämiseksi datan keräämiseen liittyen. Heikoimmin arvioitiin “Tarvitsemme asiakasdataa muilta”.**
- Maavertailussa Ranska on kärkisijalla. Suomessa kyvykkyudet, tai arviot niistä, ovat heikoimmat yhtä tekijää lukuun ottamatta. Kuitenkin muutos on ollut Suomessa huomattavan positiivista ja tulokset ovat parantuneet selvästi, erityisesti dataan liittyvän sääntöilyn positiivisen vaikutuksen suhteen (+0,3). Ranskassa ja Saksassa tulokset ovat heikentyneet, osin merkittävästi.