Företagens och samfundens digitala kompetens

Rekommendationer om tillhandahållande av digistöd

2021

MYNDIGHETEN FÖR DIGITALISERING OCH BEFOLKNINGSDATA

Innehållsförteckning

Sammanfattning 3

1 Inledning 4

Projektets bakgrund och mål 4
Mål och definition av digistöd 4
Tillhandahållare och finansiärer av digistöd 6
Vem behöver digistöd 7
Profiltestet avslöjar till vilken grupp du hör 9

2 Företagens och samfundens försök med digistöd 10

Digistödets nätverk – med samarbete mot smidigare myndighetsärenden 11
SUL:s digikompetenstest för föreningar och rekommendationer för utveckling av digifärdigheter 12
Du kan också! 13
Så här utbildar du husbolaget i digi – utbildning och stöd för disponenter 14
Digistödets karta 15
Uppmuntran till att besvara enkäten 16
Målet med försöken och mätning av hur målen uppfyllts 17
Digistödets utmaningar och lösningar i förhållande till försökens lärdomar 20

3 Slutsatser 22

Behovet av digistöd och kvaliteten på tjänsterna går hand i hand 22
Mot enhetliga modeller och krav på digistöd 22
Ett bra digistöd beaktar olika behov 23
Det spelar roll hur digistödet genomförs i praktiken 24

4 Lägesbild 25

Digistödets lägesbild 25
Fastställandet av lägesbilden styr utvecklingen av digistödet 28

5 Digistödets utvecklingsteman 30

Källor 32

Sammanfattning

Digistödet utvecklas och digitala färdigheter främjas i samarbete mellan flera aktörer. Digistödet ligger inte enbart på en aktörs ansvar och därför behövs aktörer från olika sektorer för att utveckla det. Företagens och samfundens utmaningar och möjligheter att använda digi måste identifieras för att man ska kunna hitta de bästa sätten att stöda digital kompetens. Både själva målgruppen och gruppen som erbjuder stöd är omfattande och sträcker sig från små lokala aktörer till riksomfattande aktörer.

Rekommendationerna om hur företagen och samfunden ska ordna digistöd lyfter fram aktuella behov och lösningar för att utveckla digistödet och de digitala färdigheterna. Rekommendationerna erbjuder information och stöd för personer som arbetar med digitala tjänster och digistöd, kommunala och statliga myndigheter, organisationer, företag samt andra organisationer som bedriver näringsverksamhet som planerar och finansierar dessa.

Som centrala observationer kan man lyfta fram sambandet mellan behovet av digistöd och tjänsternas kvalitet, behovet av enhetligt digistöd, beaktandet av olika stödbehov samt utvecklingen av digistödets praktiska genomförandesätt.

Under projektet har man identifierat ett behov av att utveckla lägesbilden för digital kompetens. Mätningen av behovet av digistöd och den digitala kompetensen kan dock inte genomföras separat från digitaliseringens övriga utveckling.

Med digistöd avses stöd för användning av digitala tjänster och apparater. Stödformerna är:

FJÄRRSTÖD Chatt-, telefon- och videostöd, kalla servicepunkter

NÄRSTÖD Servicepunkter, kamratstöd, stöd hem

UTBILDNINGAR Webbutbildningar, kurser vid medborgarinstitut och studiecentraler

ANVISNINGSMATERIAL Rekommendationer, tips, videor, rapporter

1 Inledning

Finländarna är ett folk med stor digital kompetens. Digitala tjänster utnyttjas på många sätt och man kan göra arbetet lättare med tekniska redskap. Att kunna uträtta ärenden oberoende av tid och plats gör vardagen smidigare för företag och samfund.

Att kunna utnyttja digitala verktyg förutsätter tillräcklig kompetens för att de ska stöda verksamheten – och inte orsaka gråa hår. När man talar om företagens och samfundens digitala kompetens är det bra att komma ihåg att det är fråga om en stor grupp aktörer vars behov och verksamhet skiljer sig från varandra.

Projektets bakgrund och mål

Ett av målen i stadsminister Sanna Marins regeringsprogram är att Finland ska vara känt som en föregångare, där de möjligheter som digitaliseringen och den tekniska utvecklingen medför utvecklas och tas i bruk över förvaltnings- och sektorsgränser. Målet är att öka den offentliga sektorns teknologi- och digitaliseringsförmåga samt utveckla samarbetet mellan den offentliga och den privata sektorn.

I finansministeriets program för främjande av digitalisering (Digitaliseringsprogrammet) har man satt som mål att göra offentliga tjänster digitala för medborgare och företag åtminstone i enlighet med kraven i lagen om digitala tjänster. Målet är även att pappers- och besökstjänsterna för dem som idkar näringsverksamhet minskar avsevärt och det erbjuds flera företagstjänster som endast är digitala. För att främja smidig ärendehantering behövs också digikunniga användare. Ett av målen med digitaliseringsprogrammet är att digistöd erbjuds i hela landet och utvecklas för att även betjäna dem som bedriver näringsverksamhet.

Med näringsverksamhet avses såväl företag som sammanslutningar. Till dessa hör i detta sammanhang förutom företag och samfund inom olika branscher även föreningar, andelslag, husbolag samt jord- och skogsbruksföretagare och lättföretagare.

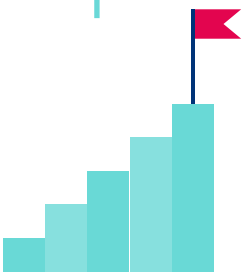
Mål och definition av digistöd

Det digitala stödet främjar likabehandling. Målet med digistödet är att stärka delaktigheten genom att hjälpa till att använda tjänster och apparater samt sänka tröskeln för att tillägna sig nya elektroniska tjänster genom att stöda utvecklingen av digitala färdigheter. Därmed främjar det digistödet överföringen av myndighetsärenden till digitala servicekanaler.

Digistöd kan definieras ur flera synvinklar och i vidare bemärkelse kan man också inkludera utveckling av bland annat digital kompetens, medieläskunnighet och kompetens i digital säkerhet.

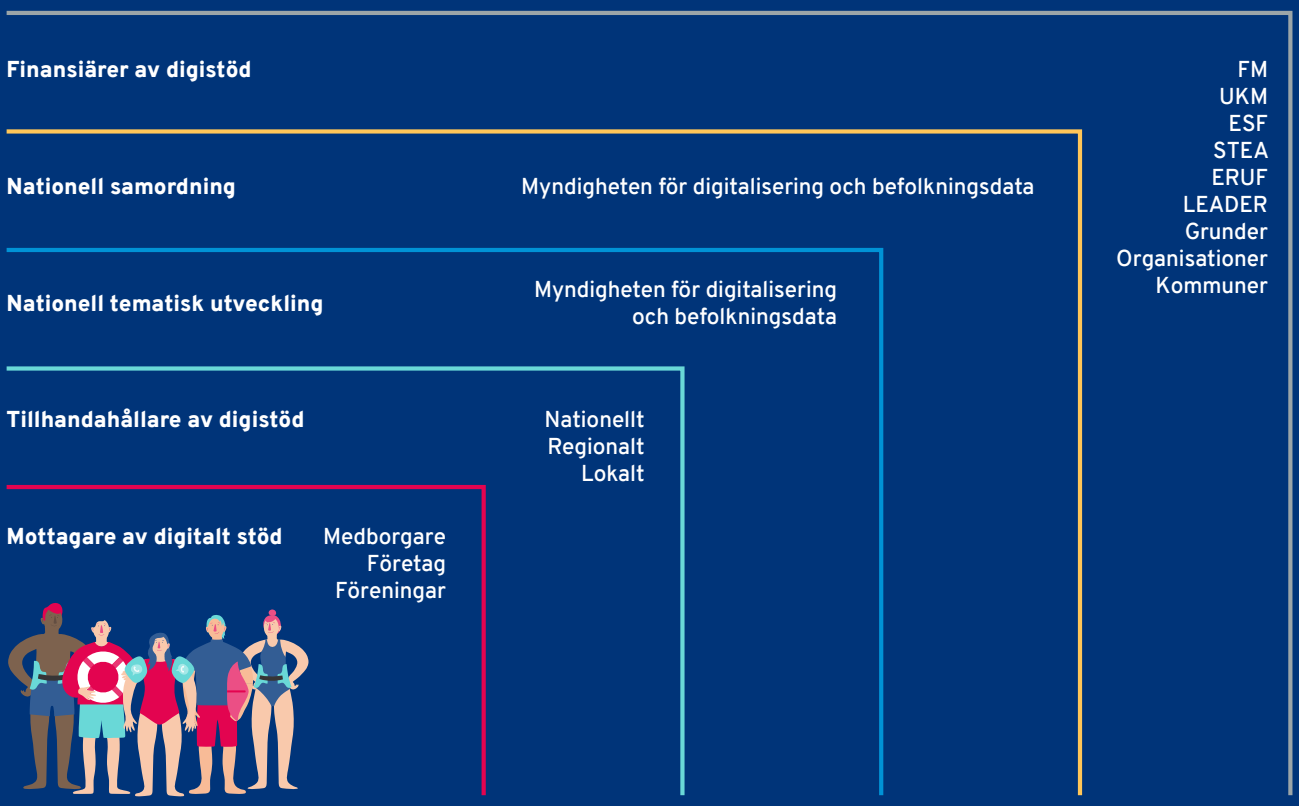
Enligt den allmänna definitionen som utarbetats i samarbete med de instanser som ger digistöd avses med digistöd stöd för användning av elektroniska tjänster, tjänster och apparater. Syftet med stödet är att hjälpa kunden att använda apparater självständigt och säkert och att uträtta ärenden elektroniskt.

Innehållet i digistödet varierar från handledning i elektronisk ärendehantering till rekommendationer för val av tjänster och apparater, installation och ibruktagande. Det är bra att notera att definitionen behöver uppdateras när kompetensförutsättningarna för digitala tjänster och färdigheter förändras.



Till huvudmålen för MDB:s digistöd hör att främja digistödets kvalitet och tillgänglighet, stöda de riksomfattande, regionala och lokala aktörerna inom digistödet med hjälp av informationsstyrning, öka den kompetens som behövs i digistödet samt producera aktuell lägesbildsinformation om bl.a. behovet av digistöd och digital kompetens.

Digistöd operatörer



Tillhandahållare och finansiärer av digistöd

Tillhandahållare av digistöd
Utbudet av digistöd är mångsidigt. Stöd erbjuds och behövs på alla nivåer i samhället, både nationellt, regionalt och lokalt.

FÖRETAG
Företag, såsom banker, försäkringsbolag och telefonoperatörer ger i allmänhet råd i användningen av sina egna tjänster. I Finland finns det också vissa företag som säljer digistöd som en tjänst.

MYNDIGHETER
Myndigheterna har en skyldighet enligt förvaltningslagen att ge handledning i att använda sina egna tjänster. Dessutom erbjuds mer omfattande, allmänna rådgivningstjänster, såsom Medborgarrådgivningen.

ORGANISATIONER
Digistödet som organisationer och föreningar erbjuder grundar sig vanligen på frivillighet och kamratrådgivning. Målgruppen kan vara obegränsad eller verksamheten kan gälla någon specialgrupp (t.ex. Hörselförbundet).

NÄRSTÅENDE
Föräldrar, barn och vänner är den största tillhandahållaren av digistöd. Och även den instans där man först söker digistöd.

Finansiärer av digistöd
Finansieringen av digistödet är mångsidig, riksomfattande och regional.

EU
EU finansierar digistöd via strukturfonderna (ERUF & ESF) i form av olika projektstöd. Leaderverksamheten, som huvudsakligen finansieras av EU, staten och kommunerna, finansierar den digitala stödverksamheten på olika håll i Finland.

STATEN
Den offentliga förvaltningen finansierar digistöd bl.a. från finansministeriet, undervisnings- och kulturministeriet samt social- och hälsovårdsministeriet. Social- och hälsovårdsorganisationernas understödscenter STEA, som bistår allmännyttiga föreningar med Veikkaus vinstmedel, är en av de största finansiärerna av den digitala stödverksamheten.

KOMMUNERNA
Kommunerna finansierar digi stöd som ordnas i det egna området både genom att ordna den egna verksamheten och genom att hjälpa aktörer utanför kommunen. Många kommuner har till exempel bidrag till lokala föreningar. Dessutom erbjuder kommunerna lokaler för digistöd till andra aktörer.

ORGANISATIONER, STIFTELSER
De riksomfattande takorganisationerna stöder de regionala medlemsföreningarnas verksamhet. Även olika stiftelser finansierar digistödet både regionalt och nationellt.

Vem behöver digistöd

Finländarna utnyttjar aktivt digitaliseringen, men samtidigt är behovet av digistöd genomgående i samhället. För att stödet ska uppfylla sin uppgift måste man förstå vilket behov stödet ges för och i vilken form det bäst når den som behöver det.

Hösten 2020 gjorde vi en kvalitativ undersökning av företagens och samfundens digitala kompetens och behov av digistöd. Detta följdes av en fortsatt undersökning i samarbete med Nyföretagarcentralen våren 2021. Syftet med den kvantitativa förstudien var inte att berätta om profilernas representativitet i målgruppen, utan att precisera definitionen av profilsegmenten. Den fortsatta undersökningen genomfördes med en webbenkät, så i den betonas profilerna för högre digital kompetens. Svarsantalet (n = 114) är relativt litet för en kvantitativ forskning, men tillräckligt för att producera de statistiskt signifikanta resultat som behövs för segmenteringen.

De digitala profilerna är till nytta för organisationerna, oberoende av om de aktuella målen är strategiska eller mjukare, förknippade med operativa metoder. Då organisationen känner sina kunders digitala profiler är det lättare att rikta stödresurserna till valda målgrupper. Likaså blir det lättare att hitta rätt partner och stöd av jämlika. Digiprofilerna ökar också organisationens självkännedom och utvidgar synvinklarna. En standardgrynna i planeringsarbetet: det är lättare att undvika att planera för andra som är likadana som en själv om man först identifierar sin egen profil och förstår målgruppernas storlek och specialbehov.

Hög digital förmåga, motiv och färdighet

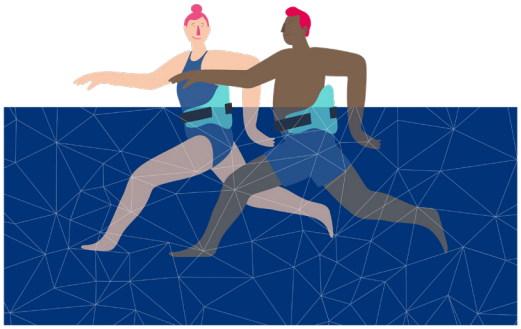
DIGIKUNNIG

FÖRSÖKSVILLIG

Mer stöd, idéer och tips om valet

Mer användarstöd, vägledning och handledning

VÄRDESÄTTARE AV NYTTA



BETRAKTARE PÅ AVSTÅND

Låg digital förmåga, motiv och förmåga

Digikunnig

Den digikunniga rör sig i den digitala världen som en fisk i vattnet. Den digikunniga är bekant med många digitala verktyg, applikationer och plattformar och deras logik. Personen har också utmärkta färdigheter att ta kontroll över nya arbetsredskap.

Den digikunnigas färdigheter förutsätter intresse för ämnet. Den digitala världen är inte obehaglig och främmande, utan personen anammar snabbt de möjligheter som öppnas. Den digikunniga undersöker och utreder ärenden själv, ofta utan utomstående råd.

Den digikunniga tillägnar sig också enkelt jämförelseinformation. Då den digikunniga använder olika verktyg förstår han eller hon tydligt deras fördelar, styrkor och svagheter. Personen diskuterar gärna digitala frågor med andra digitala experter.

Den digikunniga har mod att pröva och tillämpa information kreativt genom att utveckla sina egna genvägar och arbetssätt.

Försöksvillig

Den försöksvilliga är den digitala världens avslappnade upptäcktsresande. Den försöksvilliga förhåller sig öppet och intresserat till olika digitala verktyg och applikationer. Den digitala världen är full av möjligheter, även om ärendehanteringsprocesserna ibland orsakar huvudbry. Den försöksvilliga ser inte nödvändigtvis alltid att det är nödvändigt att sätta sig in i allt från början. Han eller hon prövar modigt och kan alltid vid behov söka råd eller digitalt stöd – ibland hos bekanta, ibland via chatt, ibland kanske i manualer.

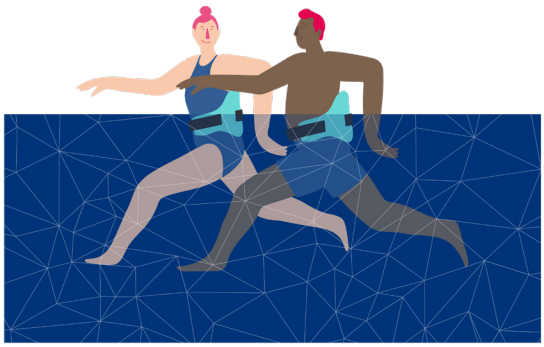
Den försöksvilliga är redan ganska erfaren som digianvändare. Den försöksvilliga kompetens är på en god nivå och personen kan utnyttja många slags plattformar och kanaler både för digitala tjänster och för digitalt stöd. Bland dem plockar den försöksvilliga ut de lämpligaste och tuffar glatt vidare.

Värdesättare av nytta

E Också i den digitala världen kan man fokusera på det väsentliga! De digitala redskapen och de nya lösningarna är inte ett egenvärde, men den som värdesätter nyttan plockar de lösningar som de erbjuder för sin resa, om de bara är till nytta och tjänar sitt syfte.

Den som värdesätter nyttan uppskattar lösningsfokuserade tjänster och koncis handledning. Krusiduller är inte intressanta.

Det finns inte alltid tid sätta sig in i nya saker. Det är lättare att koncentrera sig på det väsentliga. Aktuella informationsinslag, utbildningar i realtid och deadlines utnyttjas så att saker inte blir på hälft.



Den som värdesätter nyttan lyssnar också på vännernas och kollegernas berättelser och utnyttjar kamratstöd. De är ofta den bästa vägen till en bra exakt information.

Betraktare på avstånd

Den som betraktar sina digiäventyrande vänner på avstånd undrar varför det är sådant ståhej. Personen förhåller sig kanske lite skeptiskt till digitala lösningar och tjänster som ständigt förändras, eller så orkar hen inte bara bli intresserad av dem då världen fungerar även utan dem.

Den som betraktar på avstånd är inte superintresserad av ny teknologi. Men personen förstår dock att å andra sidan blir dock vissa grundläggande färdigheter och förmågan att be om råd eller stöd allt viktigare, eftersom till exempel nätverket med servicepunkter blir glesare.

Profiltestet avslöjar till vilken grupp du hör

MDB har skapat ett profiltest som kan besvaras via tio frågor. Testets resultat är svarandens digistödprofil – som är en av dessa fyra.

Profiltestet finns på adressen https://digiprofiili.dvv.fi/sv/

2 Företagens och samfundens försök med digistöd

För att ordna smidigt digistöd behövs information om företagens och samfundens stödbehov; i vilka frågor och på vilket sätt stödet behövs. I översikten Företagens och samfundens digitala kompetens som publicerades 2020 konstaterade vi att små och lokala aktörer mer sannolikt behöver stöd för övergången till den digitala verksamhetsmiljön. Det finns också utmaningar med att hitta digistöd och rikta det på rätt sätt.

Under 2021 genomförde vi flera försök för att hitta lösningar på utmaningar i anslutning till digistöd. Försöken riktades till myndigheter, representanter för idrottsföreningar, frisörföretagare och disponenter. Genom försöken ville vi testa den förmodade lösningen, verksamhetsmodellen eller konceptet i praktiken – eliminera osäkerheten och samla in tillräckligt med förståelse och bevis som kan användas för att fortsätta eller avsluta utvecklingen.

Försöken gav en omfattande mängd lärdomar om både behovet av digistöd och utmaningarna med att ordna det. Redan tidigare observerades att det fanns stöd att få, men på lokal nivå visade det sig vara ett problem att hitta det. Företagen och samfunden upplever inte att det finns en plats där digistödet finns samlat. Genom försöken ville man hitta lösningar för att hitta den bästa praxisen inom digistödet och de rekommendationer som ges om stödet. Som en viktig påminnelse lyfte försöken fram att människor inte vill ha digistöd utan de vill kunna sköta ärenden smidigt.

Det är svårt att definiera gränsen mellan digitala färdigheter och färdigheterna att uträtta ärenden. När ärendehanteringsprocessen är främmande för den som uträttar ärenden framhävs behovet av stöd för både färdigheter att uträtta ärenden och användning av den digitala tjänsten. Så är fallet till exempel för många nya företagare med invandrarbakgrund. Myndigheterna önskar att digistödet definieras och förenhetligas för att underlätta deras arbete. Det finns ett behov av informationsutbyte mellan myndigheterna och av att skapa en gemensam lägesbild.

En viktig lärdom av försöken är att en korrekt riktad och till innehållet tydlig och uppmuntrande kommunikation uppmuntrar till användning av digitala verktyg och lösningar. Kamratstöd hjälper till att avlägsna fördomar och uppmuntrar. Konkreta erfarenheter är alltid de mest effektiva.

Tester med anknytning till digital kompetens kräver ett korrekt, tillförlitligt förhållande till avsändaren. Genom självvärdering och självstudier når man endast en del av dem som behöver digistöd. Men som en del av ett bredare urval av metoder fungerar de bra.

OCH MVP DÅ?

I försöken hänvisas ofta till termen MVP, som är en förkortning av orden ”Minimum Viable Product” - ”Minsta publicerbara produkt”. Med hjälp av MVP utreds så snabbt och smidigt som möjligt det nya konceptets livskraft. MVP är ett så lätt genomförande som möjligt av ett koncept som uttrycker värdevinster för kundens lärande och fortsatta åtgärder.

Digistödets nätverk – med samarbete mot smidigare myndighetsärenden

VILKET PROBLEM LÖSTES?

Vår kartläggning av digitalt stöd 2020 visade att det finns ett brokigt antal stödgivare, stödformer och verksamhetsmodeller, att verksamheten och utvecklingen är splittrad och att de som erbjuder stöd har utvecklingsidéer som man vill dela med sig, men att det inte alltid finns verktyg eller ett lämpligt forum för detta.

Digistöd har redan länge utvecklats i olika nätverk. För första gången kallade vi nu samman de myndigheter som producerar webbtjänster för dem som bedriver näringsverksamhet för att fundera på och lösa utmaningar i anslutning till tjänsternas smidighet och digistöd. Målet med nätverkets försök var att utreda de bästa sätten att upprätthålla och utveckla det nationella nätverket för digistöd, att lära sig de bästa sätten att genomföra nätverksarbetet samt att beskriva nätverkets verksamhetsmodell med dess roller och ansvar.

GENOMFÖRANDE

Till nätverket kallades myndigheter som erbjuder digitala tjänster för näringslivet, såsom Skatteförvaltningen, FPA, MDB, Närings-, trafik- och miljöcentralen (NTM), Patent- och registerstyrelsen, landsbygdsförvaltningen och kommunerna. För nätverket ordnades tre faciliterade workshopar där temat digistöd bearbetades. Nätverkets medlemmar valde utvecklingsteman som skulle bearbetas tillsammans. Nätverkets arbete via workshoparna erbjöd en tydlig struktur för att föra utvecklingstemana framåt tillsammans. Utvecklingen var starkt inkluderande och grundade på gemensam planering. Att dela och skapa en gemensam förståelse för digistöd var en central utmaning som vi tog tag i.

DE VIKTIGASTE FYNDEN

Försöket med verksamhetsmodeller utmanade till att fundera kritiskt på det nationella nätverksarbetet inom digistödet och utvecklingen av digistödet. Försöket utvecklades tillsammans med deltagarna i en fastställd riktning och tillsammans med aktörerna identifierades ett stort antal gemensamma behov och mål, bl.a. beträffande lägesbildsinformationen.

Nätverket fick ett preliminärt gemensamt syfte och sina första relevanta utvecklingsteman. Försöket inspirerade också deltagarna till att fortsätta nätverksarbetet och i det åstadkom man konkreta resultat såsom definitionen av digistöd, dataområden som stöder och sprider harmonisering i nätverket samt en enkätram som mäter kompetensen inom digistöd. Verkstadsmodelen gav bra respons: konkreta aktiviteter uppskattades.

SUL:s digikompetenstest för föreningar och rekommendationer för utveckling av digifärdigheter

VILKET PROBLEM LÖSTES?

I synnerhet små och lokala idrottsföreningar arbetar ofta ensamma med digitaliseringens utmaningar. Antagandet var att föreningarna skulle ta i bruk digitala lösningar snabbare om de skulle erbjudas riktade och behovsbaserade rekommendationer.

I försöket aktiverades föreningarnas representanter att själva bedöma sin digitala kunskapsnivå och identifiera områden för digital utveckling. Dessutom uppmuntrade försöket till att bekanta sig med stödmaterialet för digital kompetens och vidta åtgärder för att utveckla föreningens digitala kunskapsnivå.

GENOMFÖRANDE

Vi skapade 20 frågor för självutvärdering av föreningarnas digitala kunskapsnivå (se bilagorna). Respondenten bedömer föreningens digitala kunskapsnivå genom att svara på frågor om användningen av digitala system (bl.a. medlemsregistret), kommunikation och samarbete (bl.a. det elektroniska anmälningssystemet) samt drivrutiner och hinder för den digitala utvecklingen (bl.a. medlemskårens kompetens). Om respondentens svar låg under den på förhand fastställda målnivån gavs efter resultaten av enkäten rekommendationer som hänvisade till det stöd, material och kontakter som erbjuds. Det digitala färdighetstestet delades ut i Finlands Idrottsförbunds (SUL) föreningsmeddelande, i sociala medier och med riktad e-post till föreningarnas ledare.

DE VIKTIGASTE FYNDEN

Trots incitamenten var den största utmaningen att få föreningarna att öppna testet. Antalet klickar på föreningsbrevet och Facebook var lågt. Den största effekten fick man genom direkt e-post från SUL till idrottsföreningarnas ledare.

Orsakerna till det låga antalet respondenter samlades in utifrån responsenkäten och intervjuerna. Föreningarna får många meddelanden och självutvärderingen aktiverar endast vissa typer av respondenter. Dessutom upplevde vissa SUL som en alltför avlägsen aktör: av intervjuerna framgick att föreningarna har litet intresse av att läsa meddelanden från förbunden och att de hellre fungerar självständigt.

För att få den största nyttan av den här typen av digistöd krävs en för mottagaren relevant sändare. Dessutom är det viktigt att utnyttja olika kanaler i stor utsträckning. Vad gäller rekommendationerna och åtgärderna producerade försöket den förväntade verksamheten: 70 procent av respondenterna upplevde testet som nyttigt. Alla som svarade fick rekommendationer för något utvecklingsområde som resultat. Innehållslänkarna i rekommendationerna öppnades nästan lika många gånger som testet hade fyllts i, det vill säga man gick i genom rekommendationerna och undersökte det som var intressant. I responsenkäten uppgav största delen av de svarande att de tagit till vara rekommendationerna och vidtagit åtgärder utifrån dem.

Du kan också!

VILKET PROBLEM LÖSTES?

Att utveckla digitala färdigheter är att ständigt hitta och lära sig nytt! Det behövs framgångshistorier om vad digitala färdigheter har åstadkommit både för individer och i företag och samfund. Berättelserna inspirerar och man kan identifiera sig med dem. I digitala frågor uppmuntrades en mindre kunnig målgrupp, som i det här försöket representerades av företagare inom hårbranschen, att prova, försöka och lyckas genom att de fick höra en identifierbar berättelse om sin referensgrupp. Med hjälp av uppmuntrande kommunikation testade man om den främjar ibruktagandet av nya digitala verktyg.

GENOMFÖRANDE

I försöket började man testa effekten av den uppmuntrande kommunikationen genom att producera en video där en frisörföretagare berättar om sina egna osäkerheter i det inledande skedet och om sina senare goda erfarenheter i ibruktagandet av systemet för tidsbokning på webben. Videon skickades per e-post till ett par tusen finländska experter inom hårbranschen. Dessutom delade Suomen Hiusyrittäjät ry videolänken i sitt medlemsmeddelande och i anslutning till videon bifogades en länk till en kort responsenkät.

DE VIKTIGASTE FYNDEN

Den mest betydelsefulla tidpunkten för videons effekt var genast vid mottagandet och 4/5 av tittarna tittade på videon senast dagen efter mottagandet.

I företagens digitaliseringsgrad förekom en omfattande spridning. En femtedel av respondenterna hörde till den egentliga kärnmålgruppen: de använde ännu inte tidsbokning på nätet. Nya företag hade genast startat med tidsbokning på nätet. Den digitala sektorns olikheter visade också att 2/5 av företagen inte ens hade ett e-postkonto, utan att ägaren använde sin personliga adress för att sköta företagets ärenden. Videon och den upplevda nyttan var högre i kärnmålgruppen än för dem som redan använde tidsbokning på nätet.

Videons effekt var god. Efter att ha sett videon började 3/4 av målgruppen överväga tidsbokning på nätet och över hälften diskuterade också ämnet med kollegor, klienter eller familjer.

Så här utbildar du husbolaget i digi – utbildning och stöd för disponenter

VILKET PROBLEM LÖSTES?

Ibruktagandet av bostadsaktiebolagens digitala lösningar går långsamt och arbetsamt, fastighetsbranschen genomgår en brytningstid och förändringen borde påskyndas. Hypotesen i försöket var att digitaliseringsgraden både i husbolagen och i disponentverksamheten skulle stiga om disponenterna utbildades i att undervisa husbolagen i användningen av digitala verktyg. I försöket ville man särskilt lära sig om disponenterna skulle ta i bruk råd om de skulle erbjuda klart stöd och rekommendationer.

GENOMFÖRANDE

Utbildningssättet valdes ut utifrån en förhandsenkät som skickades till Isännöintiliittos medlemsråd. Enkäten gav möjlighet att anmäla sig till utbildningen på förhand. På så sätt säkerställdes ett tillräckligt intresse. Utifrån enkäten valdes en kombination av utbildning och workshop, där de som förhandsanmält sig bjöds in för att lära sig och bearbeta material i ärendet. Elektronisk underskrift, elektroniska dokumentbeställningar, invånarsidor samt distans- och hybridmöten valdes ut som teman för utbildningen. Av dessa valdes distans- och hybridmöten och elektroniska underskrifter själva som workshopens teman på grund av tidtabellsbegränsningarna samt ämnenas tydlighet och relevans. Disponenterna fick dessutom utbildning och praktiska verktyg för att genomföra utbildningen för husbolag. Genom att göra en utbildning/workshop ville man testa befintligt utbildningsmaterial och följa upp om disponenterna utifrån materialet börjar utbilda bostadsaktiebolagen. Dessutom ville man samplanera utbildningsmaterialet ännu bättre.

DE VIKTIGASTE FYNDEN

Förhandsförfrågan hjälpte till att hitta de viktigaste ämnena i utbildningen samt säkerställde disponenternas intresse för ämnet och ett sådant sätt att ge digitalt stöd. I förhandsförfrågan mottogs 32 svar av 88 mottagare, 75 procent av respondenterna uppgav att de saknade information och utbildning om hur dessa ärenden kunde utbildas till bostadsaktiebolag, 75 procent, dvs. 24 respondenter anmälde sig också på förhand till utbildningen. Enligt en uppföljningsenkät som genomfördes fyra veckor efter utbildningen hade 67 procent av disponenterna utnyttjat materialet, presenterat det för sina kollegor eller utifrån det utarbetat nytt material med hjälp av vilket man kunde utbilda husbolagens styrelser i användningen av digitala verktyg. Det var också planerat att utnyttja materialet av de disponenter som tillsvidare inte hade hunnit återvända till det. 100 procent av respondenterna rekommenderade workshoppen för sina kollegor.

Disponenterna upplevde utbildningens ämnen som mycket relevanta. Särskilt de delar som gällde konkreta digitala verktyg såsom distans- och hybridmöten samt elektroniska signaturer ansågs vara lätta att tillämpa i det praktiska disponentarbetet. För de delar som behandlade inlärningen och stödet för den var tillämpligheten inte lika tydlig, även om temat ansågs viktigt. Försöket visade att disponenterna är intresserade av att utnyttja digitala verktyg både i sin egen verksamhet och i arbetet med kunderna, dvs. husbolagen (styrelserna). Med hjälp av det färdiga materialet är det lättare att utbilda nya verktyg.

Digistödets karta

VILKET PROBLEM LÖSTES?

Genom försöket ville vi kontrollera om det finns en visualiseringslösning i kartform som sammanställer dem som erbjuder stöd för ett problem där det erbjuds mycket digitalt stöd, men det är inte alltid lätt att hitta det. Målet med försöket var att samla den splittrade världen och styra vidare, inte att erbjuda digitalt stöd i sig.

GENOMFÖRANDE

Man började bygga upp prototypen för digistödets karta ur ett innehållsperspektiv: hurdana kategorier av stöd finns det och hur skulle det vara smart att gruppera anbudsgivarna ur ett användarperspektiv? Via olika iterationer beslöt man sig för följande modell med fyra grupper:

Tillhandahållare av digistöd i anslutning till tillstånd och anmälningar (grundande av företag och sammanslutningar)
Tillhandahållare av digistöd i anslutning till stöd, finansiering och ansökningar
Tillhandahållare av digistöd i anslutning till digital praxis och verktyg samt
Tillhandahållare av digistöd i specialsituationer i verksamheten

För alla dessa personers del var den intressanta hypotesen för digistöd en sparsam trespecifik strukturering av data: vem erbjuds digistöd, hur är digistödet tillgängligt och var finns mer information. För att kartan ska tjäna sin målgrupp ska den kombinera tydlighet, synlighet och tillhandahållande av tillräckligt exakta uppgifter. Kartan ges till företag och samfund under deras etableringsprocess.

DE VIKTIGASTE FYNDEN

I början av kartförsöket gjorde vi en tabell över olika leverantörer av digistöd. Tabellen blev en utmanande helhet att fylla i och upprätthålla. Därför upplevdes också försöket som en alltför stor helhet inom projektet. Trots detta finns det ett behov och man borde börja lösa ärendet som en egen helhet i fortsättningen.

Uppmuntran till att besvara enkäten

VILKET PROBLEM LÖSTES?

Som en del av försöken under projektets gång kan räknas en kvantifiering av digistödets profiler tillsammans med Nyföretagarcentralen. Även i detta försök var utmaningen att involvera kunderna inom digistödet. Vi var medvetna om utmaningen redan i början, så vi fokuserade på att motivera nyföretagarcentrets kunder att svara på profiltestet.

GENOMFÖRANDE

För motiveringen önskade man få exempel på knuff-metodologin (nudging) för att öka antalet svar. Vid knuffning vägleds människor att fatta fördelaktiga beslut

genom att redigera urvalsarkitekturen – genom att alltså lyfta fram element som för båda parter mot önskad lösning. Dessa faktorer är typiskt kopplade till fyra faktorer: enkelhet, attraktivitet, sociala motiv och tid.

Enkelheten motiverades i kallelsetexten genom att beskriva enkäten som koncist: ”Det tar bara 5 minuter att svara”. Det var viktigt att lyfta fram detta eftersom människor enligt erfarenhet är trötta på alltför långa enkäter. Som lockbete användes nyttan: ”Tack för dina svar på förhand – med hjälp av dem kan vi i fortsättningen erbjuda bättre stöd för e-tjänster.” Dessutom lottades presentkort på 50 euro ut bland respondenterna.

Som socialt motiv utnyttjades inbjudningar på lokal nivå. Meddelandena skickades alltså inte via det enklaste sättet, dvs. generiskt i hela Nyföretagarcentralens namn, utan på lokal nivå, undertecknad av en bekant instans. Dessutom skickades en påminnelse där det nämndes hur många kollegor som redan hade svarat och påverkat utvecklingen av digistödet. Som tidsmotivator i själva kallelsen och anmärkningen lyfte man fram tidsbegränsningen: ”Svarstiden är fram till fredagen den 30 april, så du svarar väl snart!”

DE VIKTIGASTE FYNDEN

Motiveringen med knuff-metoden fungerade. Inom den korta tidsfristen fick man nästan fyra procent svar, vilket är ett bra resultat för företagarmålgruppen med tanke på att relevansen för de cirka 3 000 e-postadresser som användes inte granskades.

Eftersom lärdomarna var bra lönar det sig även i fortsättningen att utnyttja knuff-motiveringar i försök där det är viktigt att få svar. En bra lärdom av detta och andra försök är att deltagarna i regel inte tycker att försöken är intressanta. Därför bör nyttan av dem lyftas fram och man ska förstå olika incitament och knuffteknikker för att uppnå det önskade slutresultatet.

Målet med försöken och mätning av hur målen uppfyllts

Hur försöken lyckades och resultaten granskades med hjälp av försöksspecifika mätare. Målen och indikatorerna granskades vid tre tidpunkter: utgångsläget före försöket, under och efter försöket.

Målen och indikatorerna för försöken med digitalt stöd är länkade till huvudmålen för det digitala stödet. Om mätarna och målen kan länkas till dem är utvecklingsarbetet imponerande med stor sannolikhet.

Det finns inte ett enda korrekt sätt att bedöma försökets effektivitet: åtgärden, målgruppen, den eftersträvade förändringen och tidsintervallet påverkar vad det lönar sig att mäta och hur. Att mäta verksamheten och åsikterna berättar sin egen berättelse om förändringen.

Att fastställa mål och mätare är en del av försöket, varvid även mätarnas funktion ska bedömas på samma sätt som objektet. Mätarna för experimentell utveckling bör vara mer omfattande än vad som slutligen behövs för att man också ska kunna lära sig hur man mäter. Exempel på mätare för försök med digistöd och bedömningar av hur de fungerar har sammanställts i följande tabell.

TABELL 1. Exempel på mätare för försök med digistöd

FÖRSÖK	DEN EFTERSTRÄVADE FÖRÄNDRINGEN OCH VILKET HUVUDMÅL FÖR DIGISTÖDET DEN PÅVERKAR	MÅL OCH INDIKATORER	BEDÖMNING AV MÄTARENS ANVÄNDBARHET FÖR AKTÖRER INOM DIGITALT STÖD
SUL:s digitala färdighetstest och åtgärdsrekommendationer för föreningarna	Identifiering av utvecklingsbehoven för digital kompetens **Kompetens:** Förbättra företagens och sammanslutningarnas digitala maturitet	Antal svar över 10 procent av mottagarna På basis av svaren får över 90 procent rekommendationer för de kompetensområden som de bedömer som lägst	Det är lätt att följa antalet respondenter i testerna och enkäterna, det kräver endast ett lämpligt verktyg. Att svara på testet indikerar ännu inte att respondenten börjar genomföra ändringar utifrån det. Identifieringen av respondenternas behov kräver god förståelse för eventuella behov och den rekommenderade kompetensnivån. När dessa har definierats är kompetensnivån lätt att verifiera. Identifieringen av kompetensbehoven tar initiativet till förändring, men berättar inte ifall något verkligen ändrades

FÖRSÖK	DEN EFTERSTRÄVADE FÖRÄNDRINGEN OCH VILKET HUVUDMÅL FÖR DIGISTÖDET DEN PÅVERKAR	MÅL OCH INDIKATORER	BEDÖMNING AV MÄTARENS ANVÄNDBARHET FÖR AKTÖRER INOM DIGITALT STÖD
SUL:s digitala färdighetstest och åtgärdsrekommendationer för föreningarna	Inledande av åtgärder på basis av rekommendationerna i testet **Kompetens:** Förbättra företagens och sammanslutningarnas digitala maturitet	Genomgång av rekommendationerna, alla som fått rekommendationerna har öppnat länken till den rekommendation som är relevant. Öppnade länkar som leder till rekommendationer om hur man framskrider. En uppföljningsenkät där respondenterna ombeds meddela vilka åtgärder som vidtagits	Det är lätt att följa igenom rekommendationerna med hjälp av länkar som skapats för ändamålet (t.ex. bit.ly), en längre uppföljning kräver registrering i verktyget. En genomgång av rekommendationerna är redan en stark indikation på en planerad förändring. De åtgärder som anges i uppföljningsenkäten är en stark indikation på en verklig förändring eller åtminstone på att den inleds. Antalet svar på uppföljningsenkäten blir lätt lågt för att visa betydande resultat, det lönar sig att binda eventuella incitament till att besvara enkäten. Helheten ska också planeras så att svaranden inte har anledning att svara
SUL:s digitala färdighetstest och åtgärdsrekommendationer för föreningarna	Bedömning av hur användbart testet är efter att testresultaten har erhållits **Kvalitet:** Smidig ärendehantering och digistöd i alla kanaler	Efter att de fått testresultaten fick respondenterna frågan: upplevde du att testet var till nytta? Svar ja/nej, mål: över 70 procent upplevde att det var nyttigt	Lätt att genomföra, förutsatt att tidtabellen för att svara på testet, ta emot och gå igenom resultaten samt nyttighetsfrågan fungerar. Mäter den omedelbara känslan av testets kvalitet, inte den verksamhet som testet ger upphov till.

FÖRSÖK	DEN EFTERSTRÄVADE FÖRÄNDRINGEN OCH VILKET HUVUDMÅL FÖR DIGISTÖDET DEN PÅVERKAR	MÅL OCH INDIKATORER	BEDÖMNING AV MÄTARENS ANVÄNDBARHET FÖR AKTÖRER INOM DIGITALT STÖD
Du kan också! Video om frisörernas tidsbokning på nätet	Göra tidsbokning på nätet bekant för frisörsalonger **Kompetens:** Förbättra företagens och sammanslutningarnas digitala maturitet	Antalet gånger videon tittades på i förhållande till antalet mottagare Procent av dem som svarade på responsenkäten, vilka som inte använder tidsbokning på nätet	Det är lätt att följa med hur många gånger videorna visats. Att titta på videon indikerar ännu inte att respondenten börjar genomföra ändringar utifrån det. Indikerar att man har nått en relevant målgrupp, lätt att genomföra.
Du kan också! Video om frisörernas tidsbokning på nätet	Inledande av åtgärder som leder till ibruktagande av tidsbokning på nätet **Kompetens:** Förbättra företagens och sammanslutningarnas digitala maturitet	Antalet åtgärder som rapporterats på basis av responsenkäten hos respondenter som inte har bokat tid på nätet	De åtgärder som anges i uppföljningsenkäten är en stark indikation på en verklig förändring eller åtminstone på att den inleds. Svarsmängderna i uppföljningsenkäten är lätt låga för att visa betydande resultat. Det lönar sig att koppla eventuella incitament till att svara på uppföljningsenkäten. Helheten ska också planeras så att svaranden inte har anledning att svara felaktigt.
Du kan också! Video om frisörernas tidsbokning på nätet	Hur intressant tyckte målgruppen att innehållet i videon var **Kvalitet:** Smidig ärendehantering och digistöd i alla kanaler	Uppföljningsenkät där man frågade om videon var intressant på skalan 1–5	Lätt att genomföra, tidtabellen mellan videon och uppföljningsförfrågan ska vara kort. Mäter den omedelbara känslan av videons kvalitet, inte den verksamhet som den ger upphov till.

Digistödets utmaningar och lösningar i förhållande till försökens lärdomar

I och med försöken säkerställdes behovet av hjälp utanför små företag och sammanslutningar för att utnyttja digitala verktyg. För ensamföretagare räcker det inte alltid med tid för att utveckla digitala färdigheter eller ta i bruk nya verktyg, även om det finns motivation. Ofta behövs utomstående uppmuntran. Till exempel för företagare inom hårbranschen väcktes företagarnas intresse för att ta i bruk nya digitala verktyg när de fick konkret information om saker.

I fråga om företag och samfund riktas behovet av digitalt stöd ofta på basis av hurdana redskap som tjänar deras verksamhet. Det är svårt att göra upphandlingar om man inte kan beskriva behovet och det inte finns tillräckligt med resurser för kompetens, personer eller ekonomi. Utomstående uppmuntran, kommunikation av andra i samma ställning eller annan kommunikation riktad till en viss bransch eller en begränsad målgrupp stöder små aktörer i att göra val. Den som erbjuder stöd och väcker inspiration kan vara en takorganisation, ett fackförbund eller någon annan som känner till branschen i fråga. Även andra företagare kan uppmuntra i användningen av digitala verktyg genom att berätta om sina egna erfarenheter av nyttan med dem. Även myndigheterna lyfte fram behovet av stöd hos små och nya företagare. Det är inte fråga om att deras digitala färdigheter är sämre än andra, utan om att varje företag för första gången när ny verksamhet inleds går igenom användningen av vissa tjänster och därför betonas behovet av hjälp.

Utbudet av digistöd är lika splittrat som företagens och samfundens behov. De som tillhandahåller digistöd, i synnerhet de myndigheter som varit målgrupp för nätverksförsöket, har en stark vilja att sinsemellan definiera digistödet på samma sätt samt utveckla digistödet i en enhetlig och kundorienterad riktning. Centraliseringen av digistödet är inte rätt väg för dem som behöver det, utan folk vill helst ta emot digitalt stöd från de instanser som man även i övrigt växelverkar med, det vill säga från närstående och bekanta samarbetspartner. Detta bekräftades till exempel i försöken med SUL och företag inom hårbranschen.

Digistödet ska inte vara en separat tjänst som kunden måste söka utanför den digitala tjänsten eller lösningen. I bästa fall har digistödet integrerats i den digitala tjänsten och ur detta perspektiv är det motiverat att utbudet är splittrat. På så sätt är digistödet utspritt på lika många ställen som det finns digitala tjänster och lösningar att tillgå. Utbudet av digistöd behöver en struktur som gör det möjligt att bättre lyfta fram olika former av utbud. En sådan struktur kan till exempel vara de populäraste sätten att erbjuda digistöd som härletts från de digitala profilerna. Med hjälp av strukturen kan man också på ett användarorienterat sätt fastställa att digitalt stöd erbjuds på ett relevant sätt och i relevanta kanaler enligt vilken kanal och hurdant stöd olika profiler sannolikt behöver.

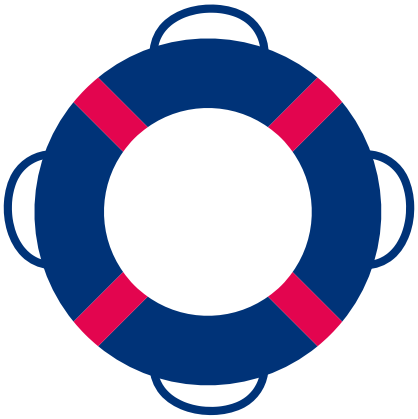
Problemen med det digitala stödet har att göra med tillgängligheten och med att rikta stödet. När problem uppstår vet man inte var man kan få stöd eller att det överhuvudtaget finns att få. I försöket med att testa föreningarnas digitala färdigheter tillsammans med SUL framgick det att det också är viktigt med ett korrekt förhållande mellan den som erbjuder och den som

tar emot stödet. Stödet tas helst emot på nära och lokalt plan, i idrottsföreningar snarare från grenförbundet än från centralorganisationen. Att förstå kontexten och se den i utbudet av stöd är i nyckelposition. Allt kan inte lösas via ”centralförvaltningen”.

För kampanjens del erbjöds stöd för ibruktagandet av digitala verktyg av ett fackförbund som är förtroget med de dagliga utmaningarna för företagare inom hårbranschen. I det här försöket var det också betydelsefullt hur innehållet genomfördes, dvs. att en företagare inom samma bransch berättade om sina egna erfarenheter om tankarna och erfarenheterna av ibruktagandet av digitala verktyg.

Utmaningen att hitta och rikta stödet stärks av att man sällan söker digistöd. För företag och sammanslutningar är behovet av digistöd mer kopplat till ibruktagandet och användningen av digitala tjänster och verktyg. Företag och samfund behöver inte identifiera att de fått digistöd; det är viktigare att de har tillgång till tillräcklig kompetens för att skaffa och ta i bruk rätt verktyg och annan digitalisering som stöder verksamheten.

Digistödet är en utmaning både för dem som behöver det och för dem som erbjuder det. Med tanke på en smidig servicehandledning är det bra för aktörerna inom digistöd att veta hur och var en kund som behöver digistöd får det. Detta konstaterades i myndighetsnätverkets arbete. När stödet riktas rätt borde man kunna kombinera den stödbehövandes kompetensnivå, digitala profil och den tjänst för vilken stödet behövs.



3 Slutsatser

Behovet av digistöd och kvaliteten på tjänsterna går hand i hand

Vi behöver alla digistöd - som medborgare eller som representant för ett företag/samfund. Behoven varierar och även de mer kompetenta behöver stöd, eftersom nya saker är nya för alla. Stödbehovet och stödformen varierar. En viktig del av detta är också tjänsternas kvalitet – deras användbarhet och tillgänglighet. Med bättre kvalitet på tjänsterna kan man minska, om inte rentav helt radera, stödbehovet. Intuitiva tjänster vars terminologi är tydlig och där det är lätt att röra sig är bra service och eliminerar behovet av digitalt stöd.

Ämnet har undersökts till exempel i projektet FöretagsDigi som ingår i programmet för främjande av digitalisering. Av de nästan 2 000 e-tjänster som rapporterats till projektet uppfyllde endast strax under 30 procent den nuvarande lagstiftningens kravnivå. Med den nuvarande utvecklingstakten uppnås inte målet att göra de offentliga tjänsterna tillgängliga för företag i digital form före 2023.

Bristerna i tjänsternas kvalitet och användbarhet leder till efterfrågan på störningar. Det uppstår när servicesystemet inte kan svara på kundernas behov, varvid deras förväntningar och behov inte möter utbudet av tjänster och de söker sig till tjänsterna om och om igen – ofta med tilläggskrav. Detta ökar kundens dåliga erfarenhet, belastar servicesystemet och höjer kostnaderna.

En förvirrad användarupplevelse kan leda till behov av digistöd även när lösningen skulle vara att göra det smidigare att uträtta ärenden. Genom användarorienterad utveckling kan man minska behovet av digistöd och rikta resurserna till dem som behöver personligt stöd.

Mot enhetliga modeller och krav på digistöd

Utgångspunkten för utvecklingen av digistödet är bra att vara en öppen och kontinuerlig dialog mellan aktörer som utvecklar digitala tjänster och aktörer som erbjuder digistöd samt kunder som får digistöd. Innehållet i det digistödet skiljer sig mellan organisationerna beroende på om det är fråga om stöd som riktas till användningen av deras egna tjänster, stöd som myndigheterna producerar eller utveckling av mer omfattande digitala färdigheter.

Ordnandet av digistöd förutsätter att organisationerna har kompetens och engagemang i att erbjuda digistöd. Oberoende av organisationer är det smidigare att uträtta ärenden för dem som behöver digistöd om stödformerna är enhetliga. I bästa fall är digistödet en fast del av serviceupplevelsen och inte en separat tjänst som kunden måste kunna söka sig till.

Genom att bilda nätverk och dela god praxis kan organisationerna förenhetliga sina modeller för digitalt stöd. Organisationerna kan lära sig av varandra om identifiering av behov av digi-

stöd, stödjande av uträttande av ärenden och uppmuntran till utveckling av digital kompetens. Ur kundernas, dvs. företagens och samfundens, synvinkel innebär detta ett korrekt definierat behov och riktat stöd.

Även om man i modellerna för digistöd strävar efter enhetlighet måste man samtidigt delvis acceptera att de är splittrade. Stödets innehåll varierar bland annat beroende på om det är fråga om en handledande myndighetsaktör för användningen av de egna tjänsterna eller till exempel en aktör som producerar ekonomiförvaltningstjänster för ett företag. Med tanke på de tillgängliga resurserna har det också betydelse om det är fråga om en aktör på nationell, regional eller lokal nivå. Inom vissa branscher kan stödet också individualiseras, till exempel i fråga om tjänster som disponenterna erbjuder bostadsaktiebolagen.

Ett gemensamt mål för både de som behöver och de som erbjuder stöd är en så smidig vardag som möjligt och tillräckliga digitala färdigheter med tanke på den. För att säkerställa att digistödet fungerar smidigt för företag och samfund vore det bra att rikta blicken bort från ansvarsgränserna mot solidaritet.

Med enhetliga modeller för digitstöd blir vardagen smidig för både dem som behöver och dem som erbjuder stöd. Att dela god praxis med dem som erbjuder stöd underlättar utvecklingen och gör det smidigare för dem som behöver stöd. I bästa fall har digistödet byggts upp inom tjänsterna så att företaget eller samfundet inte behöver söka det separat.

Ett bra digistöd beaktar olika behov

Digistöd innebär inte enbart att de som tar de första digitala stegen får handledning i grundläggande digifärdigheter. Det är fråga om en mer omfattande uppgift som i fråga om företag och sammanslutningar innehåller handledning i anskaffning och användning av digitala verktyg, apparater och program som är viktiga för verksamheten.

Inom digistödet är det viktigt att beakta olika användares och gruppers behov samt att stödet riktas rätt till företagens och samfundens aktuella behov. Identifieringen av behoven och tillhandahållandet av rätt slags stöd förutsätter tillräcklig kännedom om användarna och deras verksamhet. Utan tillräcklig kundorientering och -förståelse är det svårt att rikta digistödet rätt.

Rätt riktat digistöd erbjuder förutom hjälp med att uträtta ärenden för företaget eller samfundet även stöd för att upprätthålla digitala färdigheter. Ofta uppmuntrar det också till att skaffa sig ny digital kompetens.

Företag och sammanslutningar kan behöva digistöd för att ta i bruk eller välja nya program och arbetsredskap, utnyttja digitaliseringen som stöd för verksamheten eller till exempel för att uträtta ärenden i en tjänst som används mer sällan. Ibland behövs också motivation och uppmuntran att ta digitala steg eller börja använda nya verktyg. För att möta dessa behov krävs

olika stödformer samt nätverksbaserat arbete av dem som tillhandahåller digistöd.

För att utveckla digistödet behovsbaserat behövs alla aktörer inom digistödet.

De som erbjuder digistöd och utvecklar digitala tjänster bör beakta kundernas olika behov. Med rätt stöd gör man det smidigare att uträtta ärenden och uppmuntrar företag och sammanslutningar att utveckla sin kompetens.

Det spelar roll hur digistödet genomförs i praktiken

Ur de stödbehövandes synvinkel räcker det inte att digistöd finns tillgängligt – ofta är det en viktigare fråga vilken typ av digistöd som finns tillgängligt. Under det senaste decenniet har antalet kanaler ökat, nya kommunikationsformer har kommit vid sidan av de gamla och dessutom måste användarna behärska flera servicekanaler samtidigt. Även digistöd erbjuds i flera olika former, från personlig handledning till t.ex. videoanvisningar. Olika stödformer fungerar för olika användningsprofiler och behov.

Digistöd är också kommunikation – inspiration, uppmuntran och uppmuntran att pröva och hitta relevanta fördelar med nya verksamhetssätt. Att vara medveten om betydelsen av bättre digital kompetens är en del av målet, där alla medborgare och representanter för företag och sammanslutningar har tillräckliga digitala färdigheter för att kunna sköta ärenden smidigt.

En allmän regel är att när digistöd behövs så behövs det omedelbart och just i den kontext där man befinner sig för tillfället. Formerna bör stödja detta behov. Till exempel i myndighetstjänsternas e-tjänster kan stödet finnas separat på en annan webbadress än användaren. Detta är problematiskt om personen vill ha stöd för en viss detalj i tjänsten och inte vill lämna sidan i fråga. Därför bör stöd och anvisningar ingå i kontexten. Ett fungerande exempel på en lösning är till exempel chatt, där man med låg tröskel får mer information om ärendepunkten. I digistödet behövs substanskompetens, men också pedagogisk kompetens, hur man kan berätta och handleda saker med beaktande av olika användargruppers kompetensnivå och nivån på det stöd som ges.

Det är lätt att uträtta ärenden i en tjänst som fungerar med en bekant och bekant användarlogik. Ett intressant exempel på en enhetlig digital upplevelse av att uträtta ärenden är det så kallade monovarumärket för den offentliga förvaltningen inom Storbritannien: den digitala användarupplevelsen och tjänsterna är i stor utsträckning standardiserade och verksamhetslogiken för kunden är enhetlig för olika myndigheter och således bekant och lätt att använda.

Digistöd är en del av utvecklingen av tjänsterna. Stödet bör planeras direkt som en del av tjänsterna – inte som en separat helhet. Tillhandahållandet av digistöd bör vara övergripande – bort från ansvarsgränserna mot solidaritet.

4 Lägesbild

Digistödets lägesbild

Lägesbilden för digistödet för företag och sammanslutningar ger information om digitaliseringens trender och om de drivkrafter som visar riktningen för framtiden och utifrån vilka de huvudsakliga målen för det digitala stödet skapas. Lägesbilden är en föränderlig helhet som återspeglar fenomen i digitaliseringsutvecklingen.

Huvudmålens uppgift är att förutse behovet av digistöd. Behovet kan förutses till exempel med följande indikatorer:

Övergången av myndighetsärenden till digitala kanaler ökar behovet av digitalt stöd, antalet kunder ökar

Att förbättra företagens och samfundens digitala kompetens på ett förebyggande sätt minskar behovet av digitalt stöd eller överför det till utmaningar med högre digital kompetens

Högklassiga, användarorienterade digitala tjänster minskar behovet av digistöd i anslutning till tjänsterna

Dessutom säkerställer säkerställandet av utbudet av digitalt stöd och en kundorienterad utveckling av det ett högklassigt och tillräckligt digistöd för dem som behöver det.

Drivkrafterna för digistödet berättar i vilken riktning utvecklingen av digistödet bör utvecklas i fortsättningen. Åtgärderna inom digistödet kan inte direkt påverka robotarnas utveckling.

De digitala tjänsternas tillgänglighet måste alltid säkerställas, detta styr utvecklingen av de digitala tjänsterna och stödet i anslutning till dem samt resursanvändningen

Tyngdpunkterna i finansieringen styr tyngdpunkten i utvecklingen och möjligheterna att kontinuerligt utveckla digistödet

Behovet av digistöd per kundprofil hjälper till att förstå hurdant stöd och på vilket sätt digistöd borde erbjudas. Med profiler avses identifierade digitala profiler (se Inledning, Vem behöver digistöd) samt andra relevanta klassificeringar, såsom företagets/samfundets storlek eller till exempel indelningen i centralorganisation/lokal organisation

En undersökning av mängden digistöd skulle ge information om de resurser som är bundna till digistödet. Med tanke på målen är antalet dock en problematisk mätare, eftersom man utifrån det inte entydigt kan säga om digistödet borde ökas eller minskas.

Behovet av digistöd och mängden digistöd som ges på detta sätt beror på användarnas digitala kompetens, kvaliteten på de digitala tjänster som erbjuds, hur smidigt det är att uträtta ärenden och mängden digitala tjänster som erbjuds.

Mer konkret kan lägesbilden för digistöd för närvarande fokusera på till exempel fyra delområden

- De digitala tjänsternas kvantitet, kvalitet och tillgänglighet
- Digital kompetens och behov av digistöd
- Utbudet av digistöd
- Finansiering av digistöd

Utifrån vår skiss skulle det vara möjligt att sammanställa en lägesbild av det digitala stödet från olika källor. När lägesbildsinformationen utnyttjas bör man dock beakta att de använda källorna skiljer sig från varandra, inte bara enligt sätten att samla in information utan också enligt de prioriterade delområdena. Den första lägesbilden blir klar under 2022.

TABELL 2. Föremål för undersökningen, datakällor och identifierade brister i lägesbilden

FÖREMÅL FÖR UNDERSÖKNINGEN	UNDERSÖKNINGAR OCH DATAKÄLLOR	IDENTIFIERADE BRISTER I LÄGESBILDEN
Antalet digitala tjänster: Överföring av myndighetsärenden till en digikanal	Servicelöfte (FM) Digibarometern (ANM, KM, Företagarna i Finland, EK)	Statsförvaltningens och kommunernas procentandel av den tjänst som erbjuds via digitala kanaler? Mängden digistöd som getts
Kvaliteten på de digitala tjänsterna: Smidig ärendehantering och digistöd i alla kanaler	Kvalitetsverktyg (MDB) Digibarometern (ANM, KM, Företagarna i Finland, EK, ETLA)	Förståelse för kvaliteten på det erbjudna digistödet
Digifärdigheter: Förbättring av företagens och sammanslutningarnas digitala mognadsnivå utifrån behoven	Digibarometern (ANM, KM, Företagarna i Finland, EK, ETLA), De finländska små och medelstora företagens digitala kompetens 2019 (Företagarna i Finland), Organisationsdigi (TIEKE, Viestintä-Piritta, Vitec), Organisationsbarometern (Soste), Företagens och samfundens digitala kompetens – Rekommendationer för anordnande av digistöd för dem som bedriver näringsverksamhet (MDB)	

FÖREMÅL FÖR UNDERSÖKNINGEN	UNDERSÖKNINGAR OCH DATAKÄLLOR	IDENTIFIERADE BRISTER I LÄGESBILDEN
Utbudet av digistöd: De som erbjuder digistöd förbinder sig till digistödet och en kundorienterad utveckling av det	Servicelöftesrapporten (FM), Företagens och samfundens digitala kompetens, Behov av digitalt stöd 2020 (MDB), Digibarometern (ANM, KM, Företagarna i Finland, EK, ETLA), Kommunerna	Kundorienterad utveckling av digistödet utifrån kundprofilernas behov Utvecklingen av digitala tjänster utifrån användarna och digistödet i anslutning till tjänsterna och dess kvalitet.
De digitala tjänsternas tillgänglighet	Servicelöftesrapporten (FM), Digibarometern (ANM, KM, Företagarna i Finland, EK, ETLA), Organisationsdigi (TIEKE, Viestintä-Piritta, Vitec), Rapporter publicerade av Regionförvaltningsverket i Södra Finland	
Behovet av digistöd per kundprofil	Företagens och samfundens digitala kompetens – Rekommendationer för anordnande av digistöd för dem som bedriver näringsverksamhet (MDB)	Behovet av digitalt stöd per kundprofil borde undersökas mer omfattande i hela fältet för digistöd och jämföras med det befintliga utbudet
Prioriteringar i finansieringen	Digibarometern (ANM, KM, Företagarna i Finland, EK, ETLA), Uppgifter från finansiärerna	

Fastställandet av lägesbilden styr utvecklingen av digistödet

Lägesbildens aktualitet bedöms årligen samt alltid när det finns ny, betydande information om digistödets drivkrafter.

TABELL 3. Väsentliga trender, huvudmål och drivkrafter för lägesbilden för digistödet

DIGISTÖDETS NYCKELTRENDER	DIGISTÖDETS HUVUDMÅL	DIGISTÖDETS STYRNING	CENTRALA ÅTGÄRDER I UTVECKLINGEN AV DIGISTÖDET
Förväntningar på service och uträttande av ärenden oberoende av tid och plats	**Antal:** Överföring av myndighetsärenden till en digikanal	De digitala tjänsternas tillgänglighet	Förenhetligande av utbudet av digistöd
Från kundservice till självbetjäning och automation	**Kvalitet:** Smidig ärendehantering i alla kanaler	Behovet av digistöd per kundsegment	Inriktning av digistödets utbud utifrån behovet
Digitaliseringen finns överallt	**Kompetens:** Företagens och samfundens digitala maturitet förbättras	Prioriteringar i finansieringen	Att stärka den nationella kommunikationen om utbudet av digistöd och förbättrad tillgänglighet
Den digitala säkerhetsmiljön blir mer komplicerad	**Utbud:** De som erbjuder digistöd förbinder sig till digistödet och en kundorienterad utveckling av det		

Att definiera de huvudsakliga målen och prioriteringarna i lägesbilden

Ändringarna i digistödets styrmedel påverkar definitionen av stödmålen och lägesbilden. Definitionen påverkas också av till exempel om man i betoningarna av olika kundprofiler har identifierat förändringar i tillgängligheten till digitala tjänster eller i finansieringen av digistödet. Den finansiering som digitaliseringen av myndighetsärenden och digistödet får kan granskas till exempel i början av budgetåret.

Genomgång av informationskällorna i lägesbilden för digistödet

Informationskällorna som identifierats i lägesbilden av digistödet färdigställs under hela kalenderåret med olika cykler. Informationskällorna genomförs i regel av andra aktörer än MDB och undersöker ett mer omfattande fenomen än digistödet. Till exempel Digibarometern är ETLA:s årliga undersökning och publikation. Det sägs vara en beskrivare och prognostiserare för det digitala Finland, eftersom det mäter utnyttjandet av digitaliseringen.

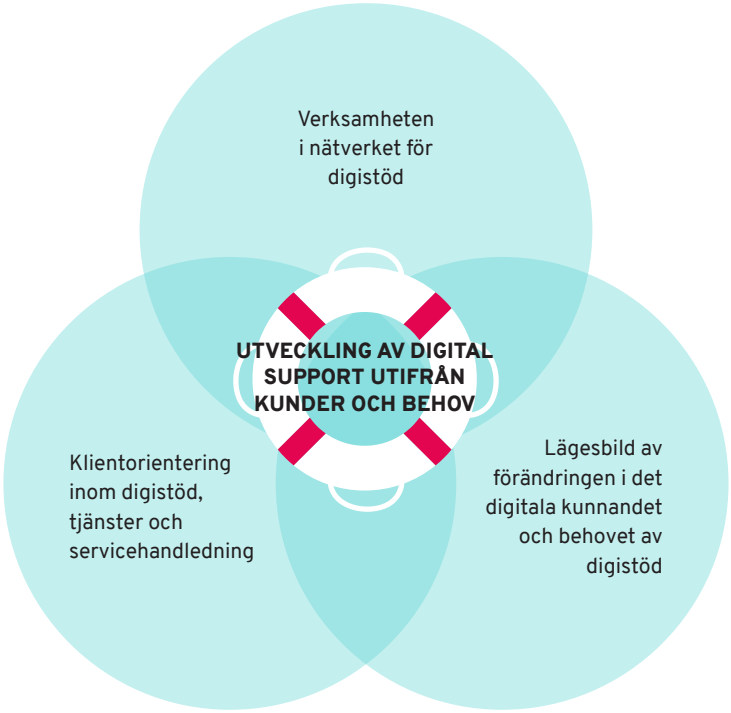
Från identifierade informationskällor hämtas väsentlig information för digistöd. Nätverket för digistöd klargör vad den nya forskningsinformationen innebär i praktiken och vilka åtgärder som vidtas utifrån den. I nätverket för digistöd granskas kartläggningen Organisationsdigi, varefter resultatens betydelse analyseras, nödvändiga åtgärder identifieras och hur de ska genomföras.

Identifiering av saknade lägesbildsuppgifter och genomförande av undersökningar

Nätverket för digistöd utvärderar och följer med utvecklingen av lägesbilden under ledning av MDB och identifierar de tilläggsutredningar som behövs i anslutning till de huvudsakliga målen, prioriteringarna och åtgärderna för det digitala stödet.

Tilläggsutredningarna planeras utifrån behovet. Identifierade behov av tilläggsutredningar är bl.a. mätning av digistödets kvalitet och behovsbaserad utveckling. Metoderna kan till exempel vara en kundenkät som utvecklats tillsammans med myndighetsaktörerna, en kvalitativ intervjuundersökning för en viss målgrupp eller att frågor som gäller digitalt stöd regelbundet inkluderas i undersökningar som genomförs av andra, såsom SMF-företagens Digibarometer och Organisationsdigi.

5 Digistödets utvecklingsteman



Av resultaten av försöken med digitalt stödprojekt som idkar näringsverksamhet identifierade vi tre utvecklingsteman.

VERKSAMHETEN I NÄTVERKET FÖR DIGISTÖD

Nätverket för digistöd kan utvidgas inte bara till myndigheter utan också till andra organisationer som arbetar med digistöd till företag och sammanslutningar. Det behöves stöd för att utveckla nätverkets verktyg. Dessutom skulle ett monovarumärke, en harmonisering av myndigheternas digistöd - i tillämpliga delar - erbjuda kunden en mer enhetlig serviceupplevelse.

Identifieringen av digistödets (tjänstens) ekosystem skulle inkludera alla delaktiga i den gemensamma utvecklingen av verksamheten. MDB bör också definiera sin roll i förhållande till de övriga medlemmarna i ekosystemet.

Nätverket borde dela med sig av god praxis och annan information om utvecklingen av digistödet. Dessutom bör kompetensen i anslutning till tillhandahållandet av digistöd identifieras och utvecklas i organisationer. Dessa teman kan stödas starkare genom att utvidga och utveckla nätverkets verksamhet.

KLIENTORIENTERING INOM DIGISTÖD, TJÄNSTER OCH SERVICEHANDLEDNING

Säkerställandet och utvecklingen av kundorienteringen har identifierats som ett viktigt utvecklingsobjekt inom digistödet. Målgruppen som idkar näringsverksamhet är mycket omfat-

tande och heterogen, men behovet av att uträtta ärenden är sekundärt, eftersom alla också måste uträtta ärenden som medborgare. Genom att utveckla kundorienteringen kan man också utveckla servicehandledningen mellan aktörerna inom det digitala stödet.

Kundorienterad utveckling av digistöd och digitala tjänster bör stödas. I anslutning till detta är det viktigt att identifiera och dela information om tjänsternas kvalitet. I utvecklingen bör man beakta såväl den strategiska, taktiska som den operativa nivån. För digistödet inrättas en uppföljningsgrupp för kundorientering för att säkerställa utvecklingen av det digitala stödet i denna riktning. Till gruppen inbjuds nyckelpersoner som representerar olika personer som behöver digistöd.

LÄGESBILD AV FÖRÄNDRINGEN I DET DIGITALA KUNNANDET OCH BEHOVET AV DIGISTÖD

Som stöd för utvecklingen av digistödet behövs riktad information om förändringen i det digitala kunnandet och behovet av digistöd. En lägesbild utvecklas för digistödet samt en plan för utnyttjande av information, där definitionen av digikompetens på EU-nivå beaktas. Målet är att ta i bruk kontinuerlig mätning och en lägesbild.

Digistödets uppgift är att reagera på den föränderliga verksamhetsmiljön

När denna översikt skrivs inleder Myndigheten för digitalisering och befolkningsdata beredningen av den permanenta uppgiften med digistöd. Digistödets roll som möjliggörare av användningen av digitala tjänster och utvecklare av digital kompetens har identifierats och man vill stärka den. Utvecklingen av digistöd och digital kompetens för dem som bedriver näringsverksamhet är i fortsättningen en permanent del av Myndigheten för digitalisering och befolkningsdatas uppgift som digistöd.

Innehållet i den digitala kompetensen förändras. Färdigheterna och kompetensen måste upprätthållas och utvecklas i samma takt som digitaliseringsutvecklingen. I kartläggningen av ungas digitala färdigheter (2021) identifierade unga framtiden som digital bland annat algoritmisk läskunnighet och kritisk medieläskunnighet. Digistödets roll är också att synliggöra dessa digitala färdigheter som behövs i framtiden och erbjuda möjligheter att undervisa och upprätthålla dem.

Projektet för digistöd för dem som bedriver näringsverksamhet har fått ett varmt mottagande både bland de som tillhandahåller digistöd och de som behöver stöd. Verksamheten har skapat ny förståelse och lärdom av det digitala kunnandet och det stöd som behövs hos dem som bedriver näringsverksamhet. Rekommendationerna i denna publikation om hur det digitala stödet för dem som bedriver näringsverksamhet ska ordnas med sina utvecklingsobjekt skapar en god grund för den permanenta uppgiften.

En omfattande och mångformig målgrupp ställer egna krav på utvecklingen av det digitala stödet. Nätverkssamarbetet erbjuder också en bra utgångspunkt för detta. Ingen behöver i princip mer stöd, utan smidighet när de ska sköta ärenden.

Källor

OFFICIELLA KÄLLOR

Lag om tillhandahållande av digitala tjänster (306/2019)

Förvaltningslag (434/2003)

LITTERATURKÄLLOR

Myndigheten för digitalisering och befolkningsdata, Kartläggning av digitala färdigheter. 2020. [https://dvv.fi/-/suomalaistendigitaidot-ovat-suurimmaksi-osaksi-hyvalla-tasolla]

Myndigheten för digitalisering och befolkningsdata, Företagens och samfundens digitala kompetens, Behov av digitalt stöd 2020 2020. [https://dvv.fi/documents/16079645/20502009/Yritysten+ja+yhteis%C3%B6jen+digiosaaminen+2020+verkkoon+fin.pdf/db23e8fc-76cd-378e-b4fc-13e5254a3fd8/Yritysten+ja+yhteis%C3%B6jen+digiosaaminen+2020+verkkoon+fin.pdf?t=1607062070840]

Myndigheten för digitalisering och befolkningsdata, kartläggning av ungas digitala färdigheter. 2021. [https://dvv.fi/-/digitaidot-eivat-synny-itsestaan-nuoret-kaipaavat-enemman-tukea-digimaailmassa-toimimiseen]

Ries, Eric, The Lean Startup. Crown Business. 2011.

Företagarna i Finland, Suomalaisten pk-yritysten digiosaaminen 2019. 2019. [https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/09/suomalaisten_pk_yritysten_digitaalituus_2019_prior_konsultointi.pdf]

Statsrådet, regeringsprogrammet för statsminister Sanna Marins regering 10.12.2019: Ett inkluderande och kunnigt Finland – ett socialt, ekonomiskt och ekologiskt hållbart samhälle. 2019. Statsrådets publikationer 2019:31.

Finansministeriet, projektet FöretagsDigi, Programmet för främjande av digitalisering: Rapport om servicelöften. 2020. [https://vm.fi/documents/10623/30028323/Palvelulupaus+-+raportti+2020.pdf/14128f47-532e-f965-7529-27c370bbc6c2/Palvelulupaus+-+raportti+2020.pdf?t=1607069120783]

WEBBKÄLLOR

Myndigheten för digitalisering och befolkningsdata, kvalitetsverktygen. [https://dvv.fi/-/laatutyokalujen-avulla-parempia-digitaalisia-palveluita] (19-11-2021)

Myndigheten för digitalisering och befolkningsdata, Elektronisk tidsbokning ger flexibilitet i frisörens arbete. [https://dreambroker.com/channel/3r2i5g5o/a521wrax] (27-10-2021)

Myndigheten för digitalisering och befolkningsdata, Företagens och samfundens digitala kompetens, Behov av digitalt stöd 2020 [https://dvv.fi/digituki-yrityksille-ja-yhteisoille] (09-09-2021)

Finlands Näringsliv - ETLA - Kommunikationsministeriet - Företagarna i Finland - Arbets- och näringsministeriet, Digibarometern. [https://www.etla.fi/digibarometri/] (28-09-2021)

Regionförvaltningsverket i Södra Finland, tillgänglighetskrav. [https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/] (03-11-2021)

SOSTE, Organisationsbarometern. [https://www.soste.fi/jarjestobarometri/] (13-10-2021)

Viestintä-Piritta – Tieke – Vitec, Järjestödigi. [https://www.jarjestodigi.fi/] (06-10-2021)

Storbritannien, de offentliga tjänsterna i Storbritannien [https://www.gov.uk/] (11.11.2021)

Finansministeriet, Programmet för främjande av digitalisering. [https://vm.fi/digitalisaation-edistamisen-ohjelma] (05-10-2021)

Finansministeriet, projektet FöretagsDigi. [https://vm.fi/yritysdigi] (01-11-2021)

MYNDIGHETEN FÖR
DIGITALISERING OCH
BEFOLKNINGSDATA