

Yritysten ja yhteisöjen digiosaaminen

Suosituksia digituen tarjoamisesta



2021



DIGI- JA
VÄESTÖTIETO-
VIRASTO

Sisällysluettelo

Tiivistelmä	3
<hr/>	
1 Johdanto	4
Hankkeen tausta ja tavoitteet	4
Digituen tavoitteet ja määritelmä	4
Digituen tarjoajat ja rahoittajat	6
Digituen tarvitsijat	7
Profiilitesti paljastaa, mihin ryhmään kuulut	9
<hr/>	
2 Yritysten ja yhteisöjen digituen kokeilut	10
Digituen verkosto – yhteistyöllä kohti sujuvampaa viranomaisasiointia	11
SUL:n seurojen digitaitotesti ja suositukset digitaitojen kehittämiseen	12
Sinäkin osaat!	13
Näin koulutat digiä taloyhtiöön – isännöitsijälle suunnattu koulutus ja tuki	14
Digituen kartta	15
Rohkaiseminen kyselyyn vastaamiseen	16
Kokeilujen tavoitteet ja tavoitteiden täyttymisen mittaaminen	17
Digituen haasteet ja ratkaisut suhteessa kokeilujen oppeihin	20
<hr/>	
3 Johtopäätökset	22
Digituen tarve ja palveluiden laatu kulkevat käsi kädessä	22
Kohti yhtenäisiä digituen malleja ja vaatimuksia	22
Hyvä digituki on erilaisten tarpeiden huomiointia	23
Digituen käytännön toteutustavalla on väliä	24
<hr/>	
4 Tilannekuva	25
Digituen tilannekuva	25
Tilannekuvan määrittäminen ohjaa digituen kehitystä	28
<hr/>	
5 Digituen kehitysteemat	30
<hr/>	
Lähteet	32

Tiivistelmä

Digitukea kehitetään ja digitaitoja edistetään useiden toimijoiden yhteistyönä. Digituki ei ole yksin kenenkään vastuulla ja siksi sen kehittämiseen tarvitaan eri sektoreiden toimijoita. Yritysten ja yhteisöjen haasteet ja mahdollisuudet digin käytössä on tunnistettava, jotta voidaan löytää parhaat tavat tukea digiosaamista. Sekä itse kohderyhmä että tukea tarjoavien joukko on laaja ja ulottuu pienistä paikallisista toimijoista valtakunnallisiin.

Yritysten ja yhteisöjen digituen järjestämistä koskevat suositukset nostavat esiin ajankohtaisia tarpeita ja ratkaisuja digituen ja -taitojen kehittämiseen. Suositukset tarjoavat tietoa ja tukea digipalvelujen ja -tuen parissa toimiville, niitä suunnitteleville ja rahoitettaville kuntien ja valtion viranomaisille, järjestöille, yrityksille sekä muille elinkeinotoimintaa harjoittaville organisaatioille.

Keskeisinä havaintoina voidaan nostaa digituen tarpeen ja palveluiden laadun yhteys, yhtenäisen digituen tarve, erilaisten tukitarpeiden huomiointi sekä digituen käytännön toteutustapojen kehittäminen.

Projektin aikana on tunnistettu tarve kehittää digiosaamisen tilannekuva. Digituen tarpeiden ja digiosaamisen mittaamista ei voida kuitenkaan toteuttaa irrallisena digitalisaation muusta kehityksestä.

Digituella tarkoitetaan digitaalisten palveluiden ja laitteiden käytön tukea. Tuen muotoja ovat:

ETÄTUKI Chat-, puhelin- tai videotuki, kylmät asiointipisteet

LÄHITUKI Asiointipisteet, vertaistuki, kotiin vietävä tuki

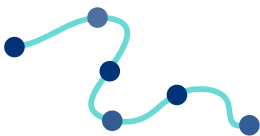
KOULUTUKSET Verkkokoulutukset, kansalaisopistojen ja opintokeskusten kurssit

OHJEMATERIAALIT Suositukset, vinkit, videot, raportit

1 Johdanto

Suomalaiset ovat digitaitavaa kansaa. Digipalveluja hyödynnetään asioinneissa monin tavoin ja työntekoa osataan helpottaa teknisin välinein. Ajasta ja paikasta riippumaton asiointi sujuvoittaa yritysten ja yhteisöjen arkea.

Digivälineiden hyödyntäminen edellyttää riittävää osaamista, jotta ne tukisivat toimintaa – eivätkä aiheuttaisi harmia. Yritysten ja yhteisöjen digiosaamisesta puhuttaessa on hyvä muistaa, että kyseessä on laaja joukko toimijoita, joiden tarpeet ja toiminta eroavat toisistaan.



Hankkeen tausta ja tavoitteet

Pääministeri Sanna Marinin hallituksen ohjelmassa on asetettu tavoitteeksi, että Suomi tunnetaan edelläkävijämaana, jossa digitalisaation ja teknisen kehityksen tuomia mahdollisuuksia kehitetään ja otetaan käyttöön yli hallinto- ja toimialarajojen. Tavoitteena on nostaa julkisen sektorin teknologia- ja digitalisaatiokyvykkyyttä sekä kehittää julkisen ja yksityisen sektorin yhteistyötä.

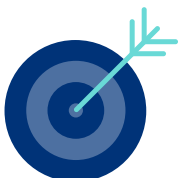
Valtiovarainministeriön asettamassa Digitalisaation edistämisen ohjelmassa (Digiohjelma) on asetettu tavoitteeksi tuottaa julkiset palvelut digitaalisina kansalaisten ja yritysten saataville vähintään digipalvelulain vaatimusten mukaisesti. Tavoitteena on myös, että elinkeinotoimintaa harjoittavien paperi- ja käyntiasiointia vähennetään merkittävästi, ja tarjotaan useita vain digitaalisia yrityspalveluja. Sujuvan asiointin edistämiseksi tarvitaan myös digiosaavia käyttäjiä. Digiohjelman yhtenä tavoitteena onkin, että digitukea on tarjolla koko maassa ja sitä kehitetään palvelemaan myös elinkeinotoimintaa harjoittavia.

Elinkeinoimintaa harjoittavilla tarkoitamme niin yrityksiä kuin yhteisöjä. Tässä yhteydessä niihin kuuluvat eri alojen yritysten ja yhteisöjen lisäksi yhdistykset, osuuskunnat, taloyhtiöt sekä maa- ja metsätalous- sekä kevytyrittäjät.

Digituen tavoitteet ja määritelmä

Digituki edistää yhdenvertaisuutta. Digituen tavoitteena on vahvistaa osallisuutta auttamalla palvelujen ja laitteiden käyttämisessä sekä madaltaa kynnystä omaksua uusia sähköisiä palveluja tukemalla digitaitojen kehittymistä. Siten digituki edistää viranomaisasioinnin siirtymistä digitaalisiin asiointikanaviin.

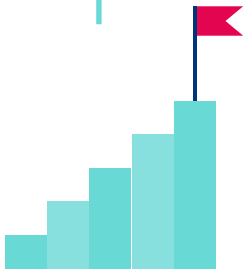
Digitukea voidaan määritellä useista näkökulmista ja laajemmin siihen voidaan sisällyttää myös muun muassa digiosaamisen, medialukutaidon ja digiturvataidon osaamisen kehittämistä.



Yhteistyössä digitukea antavien tahojen kanssa laaditun yleisen määritelmän mukaan digituella tarkoitetaan sähköisen asiointin, palveluiden ja laitteiden käytön tukea, jonka tarkoituksena on auttaa asiakasta itsenäiseen ja turvalliseen laitteiden käyttöön ja sähköiseen asiointiin.

Digituen sisältö vaihtelee sähköisen asiointin opastamisesta palveluiden ja laitteiden valintasuositukseen, asentamiseen sekä käyttöönottoon.

On hyvä huomata, että määritelmää on tarpeen päivittää digipalvelujen ja -taitojen osaamisedellytysten muuttuessa.



DVV:n digituen päätavoitteisiin lukeutuvat Digituen laadun ja löydettävyyden edistäminen, digituen valtakunnallisten, alueellisten ja paikallisten toimijoiden tukeminen informaatio-ohjauksen keinoin, digituessa tarvittavan osaamisen kasvattaminen sekä ajantasaisen tilannekuvatiedon tuottaminen mm. digituen tarpeesta ja digiosaamisesta.

Digituen toimijat

Digituen rahoitus

VM
OKM
ESR
STEA
EAKR
LEADER
Säätlöt
Järjestöt
Kunnat

Valtakunnallinen koodointi

Digi- ja väestötietovirasto

Valtakunnallinen temaattinen kehittäminen

Digi- ja väestötietovirasto

Digituen tarjoajat

Valtakunnallinen
Alueellinen
Paikallinen

Digituen tarvitsijat

Kansalaiset
Yritykset
Yhdistykset



Digituen tarjoajat ja rahoittajat

Digituen tarjoajat

Digituen tarjonta on moninaista. Tukea tarjotaan ja tarvitaan yhteiskunnan kaikilla tasoilla niin valtakunnallisesti, alueellisesti kuin paikallisesti.

YRITYKSET

Yritykset, kuten pankit, vakuutusyhtiöt ja puhelinoperaattorit neuvovat yleensä omien palveluidensa käytössä. Suomessa on myös joitakin digi-tukea palveluna myyviä yrityksiä.

VIRANOMAISET

Viranomaisilla on hallintolain mukainen velvollisuus opastaa omien palveluidensa käytössä. Lisäksi tarjolla on myös tätä laajempia, yleisluontoisia neuvontapalveluita, kuten Kansalaisneuvonta.

JÄRJESTÖT

Järjestöjen ja yhdistysten tarjoama digituki perustuu tavallisesti vapaaehtoisuuteen ja vertaisneuvontaan. Kohderyhmä voi olla rajoittamaton, tai toiminta voi kohdistua johonkin erityisryhmään (esim. Kuuloliitto).

LÄHEISET

Vanhemmat, lapset ja ystävät ovat digituen suurin tarjoaja. Ja taho, josta digitukea lähdetään ensimmäiseksi hakemaan.

Digituen rahoittajat

Digituen rahoitus on monimuotoista, valtakunnallista sekä alueellista.

EU

EU:n taholta digitukea rahoitetaan rakennerahastojen (EAKR & ESR) kautta erilaisina hanketukina. Pääosin EU:lta, valtiolta ja kunnilta rahoituksensa saava LEADER-toiminta rahoittaa digitukitoimintaa eri puolilla Suomea.

VALTIO

Julkishallinnosta rahoitusta digituelle tulee mm. valtiovarainministeriöltä, opetus- ja kulttuuriministeriöltä sekä sosiaali- ja terveysministeriöltä. Veikkauksen voittovaroista yleishyödyllisiä yhdistyksiä avustava Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus STEA on yksi suurimmista digitukitoiminnan rahoittajista.

KUNNAT

Kunnat rahoittavat omalla alueellaan järjestettävää digitukea sekä järjestämällä omaa että avustamalla kunnan ulkopuolisten toimijoiden toimintaa. Monilla kunnilla on esimerkiksi paikallisille yhdistyksille suunnattuja avustuksia. Lisäksi kunnat tarjoavat muiden toimijoiden digituelle tiloja.

JÄRJESTÖT, SÄÄTIÖT

Valtakunnalliset kattojärjestöt tukevat alueellisten jäsenyhdistystensä toimintaa. Myös erilaiset säätiöt rahoittavat digitukea niin alueellisesti kuin valtakunnallisesti.

Digituen tarvitsijat

Suomalaiset ovat aktiivisia digin hyödyntäjiä, mutta samaan aikaan digituen tarve on yhteiskuntaa läpileikkaava. Jotta tuki täyttää tehtävänsä, täytyy ymmärtää, mihin tarpeeseen tukea annetaan ja missä muodossa se tehokkaimmin tarvitsijansa tavoittaa.

Syksyllä 2020 teimme laadullisen tutkimuksen yritysten ja yhteisöjen digiosaamisesta ja digituen tarpeista. Tätä seurasi jatkotutkimus yhteistyössä Uusyrityskeskuksen kanssa keväällä 2021. Tämän määrällisen esitutkimuksen tarkoituksena ei ollut kertoa profiilien edustavuudesta kohderyhmässä, vaan tarkentaa profiilisegmenttien määrittelyä. Jatkotutkimus toteutettiin verkkokyselyllä, joten siinä korostuvat ylemmän digiosaamisen profiilit. Vastausmäärä (n=114) on määrälliselle tutkimukselle suhteellisen pieni, mutta riittävä tuottamaan segmentoinnille tarvittavat tilastollisesti merkitsevät tulokset.

Digiprofiileista on hyötyä organisaatioille, ovatpa ajankohtaiset tavoitteet strategisia tai pehmeämpiä, operatiivisiin keinoihin liittyviä. Kun organisaatio tuntee asiakkaidensa digiprofiilit, tukiresurssien kohdentaminen valittuihin kohderyhmiin on helpompaa. Samoin oikeiden kumppanien ja vartaistuen löytäminen helpottuu. Digiprofiilit lisäävät myös organisaation itsetuntemusta ja laajentavat näkökulmia. Suunnittelutyön vakiokarikko: itsensä kaltaisille ihmisille suunnitteleminen on helpompaa välttää, kun tunnistaa oman profiilinsa ja oivaltaa kohderyhmien koot ja erityistarpeet.

DIGITAITAJAT



▲
Korkea digikyvykyys, motiivit ja taito

◀ Enemmän valintaan liittyvää tukea, ideoita ja vinkkejä

KOKEILUNHALUISET



Enemmän käyttöön liittyvää tukea, opastusta ja ohjaamista ▶

HYÖTYÄ ARVOSTAVAT



KAUEMPAA KATSELEVAT



▼
Matala digikyvykyys, motiivit ja taito

Digitaitaja

Digitaitaja liikkuu digimaailmassa kuin kala vedessä. Monenlaiset digityökalut, sovellukset ja alustat logiikoineen ovat hänelle tuttuja. Hänellä on myös erinomaiset valmiudet uusien työvälineiden haltuunottoon.

Digitaitajan taidot edellyttävät kiinnostusta aiheeseen. Digimaailma ei ole ikävä ja vieras, vaan avautuviin mahdollisuuksiin tartutaan reippaalla kädellä. Asioita tutkitaan ja selvitetään itse, usein ilman ulkopuolisten neuvoja.

Digitaitaja omaksuu myös vertailutietoa helposti. Erilaisia työkaluja käyttäessään hän hahmottaa selkeästi niiden hyödyt, vahvuudet ja heikkoudet. Digiasioista keskusteleminen muiden digitaitajien kanssa on mieluista.

Digitaitajalla riittää rohkeutta kokeilla ja soveltaa tietoja luovasti omia oikopolkuja ja tekemisen tapoja kehitellen.



Kokeilunhaluinen

Kokeilunhaluinen on digimaailman rento löytöretkeilijä. Kokeilunhaluinen suhtautuu avoimesti ja kiinnostuksella erilaisiin digivälineisiin ja sovelluksiin. Hänelle digimaailma on täynnä mahdollisuuksia, vaikka välillä asiointiprosessit aiheuttavatkin päänvaivaa. Kokeilunhaluinen ei välttämättä näe aina tarpeelliseksi perehtyä kaikkeen juurta jaksain. Hän kokeilee rohkeasti ja osaa etsiä neuvoja tai digitukea aina tarvittaessa – välillä tutuilta, joskus chatistä, toisinaan ehkä manuaaleista.

Kokeilunhaluinen on digikäyttäjänä jo melko kokenut. Hänen osaamisensa on hyvällä tasolla ja hän pystyy hyödyntämään monenlaisia alustoja ja kanavia niin digipalveluiden kuin digituenkin osalta. Hän poimii niiden joukosta itsellensä sopivimmat ja porskuttaa iloisesti eteenpäin.

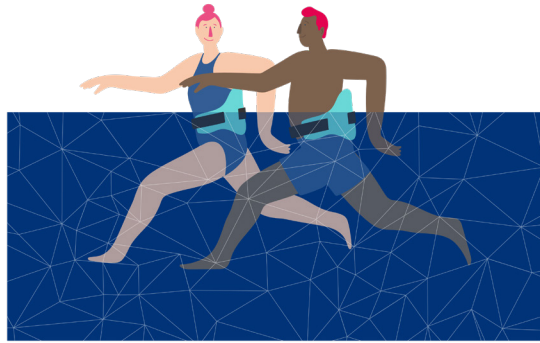


Hyötyä arvostava

Hyötyä arvostavalla on myös digimaailmassa taito keskittyä olennaiseen! Digitaaliset työvälineet ja uudet ratkaisut eivät ole itseisarvo mutta hyötyä arvostava poimii niiden tarjoamat ratkaisut matkaansa, jos ne vain ovat hyödyksi ja palvelevat tarkoitustaan.

Hyötyä arvostava arvostaa ratkaisukeskeisiä palveluita ja ytimekästä opastusta. Turhat rönsyt eivät kiinnosta. Aina uusiin asioihin ei ehdi perehtyä. Onkin helpompi keskittyä olennaiseen. Ajankohtaistietoiskut, reaaliaikaiset koulutukset ja deadlineet hyödynnetään, jotta asiat eivät jää roikkumaan.

Hyötyä arvostava kuuntelee myös ystävien ja kollegoiden tarinat ja hyödyntää vertaistukea. Ne ovat usein paras tie napakkaan täsmätietoon.



Kauempaa katselevat

Kauempaa digimaailmassa seikkailevia tuttaviah katseleva ihmettelee, miksi kaikki tämä tohina. Kauempaa katseleva suhtautuu jatkuvasti muuttuviin digiratkaisuihin ja -palveluihin ehkä hiukan epäillen, tai ei vain jaksa kiinnostua niistä, kun maailma pyörii ilmankin.

Kauempaa katseleva ei hehku innosta uuden teknologian äärellä. Hän kuitenkin ymmärtää, että tietyt perustaidot ja taito pyytää neuvoja tai tukea käyvät jatkuvasti tärkeämmiksi, koska esimerkiksi palvelupisteverkostot harvenevat.



Profiilitesti paljastaa, mihin ryhmään kuulut

DVV on tuottanut profiilitestin, johon on mahdollista vastata kymmenen kysymyksen kautta. Lopputuloksena testi antaa vastaajan digituki-profiilin – jonkin näistä neljästä.

Profiilitesti on löydettävissä osoitteessa <https://digiprofiili.dvv.fi>

2 Yritysten ja yhteisöjen digituen kokeilut

Sujuvan digituen järjestämiseksi tarvitaan tietoa yritysten ja yhteisöjen tuen tarpeesta; missä asioissa ja millä tavoin toteutettuna tukea tarvitaan. Vuonna 2020 julkaistussa Yritysten ja yhteisöjen digiosaaminen -katsauksessa totesimme pienten ja paikallisten toimijoiden tarvitsevan todennäköisemmin tukea digitaaliseen toimintaympäristöön siirtymisessä. Haasteita liittyy myös digituen löydettävyyteen ja tuen oikeanlaiseen kohdentamiseen.

Toteutimme vuoden 2021 aikana useita kokeiluja, joilla etsittiin ratkaisuja digitukeen liittyviin haasteisiin. Kokeilut kohdennettiin viranomaisille, urheiluseurojen edustajille, kampaamoyrittäjille ja isännöitsijöille. Kokeiluilla halusimme testata oletettua ratkaisua, toimintamallia tai konseptia käytännössä – poistaa epävarmuutta ja kerätä riittävästi ymmärrystä ja näyttöä, joiden perusteella kehittämistä voidaan jatkaa tai lopettaa.

Kokeilut toivat kattavan määrän oppeja sekä digituen tarpeesta että sen järjestämisen haasteista. Jo aiemmin havaittiin tukea olevan tarjolla, mutta paikallistasolla sen löytäminen osoittautui ongelmaksi. Yritykset ja yhteisöt eivät koe olevan paikkaa, josta saatavilla oleva digituki löytyisi kootusti. Kokeiluilla haluttiin löytää ratkaisuja digituen parhaiden käytäntöjen löytämiseen ja niistä vedettäviin suosituksiin. Tärkeänä muistutuksena kokeilut toivat esiin, että ihmiset eivät halua digitukea vaan sujuvaa asioiden hoitoa.

Digitaitojen ja asiointitaitojen rajaa on vaikea määritellä. Silloin kun asiointiprosessi on asioiden jalle vieras, korostuu sekä asiointitaitojen että digipalvelun käyttämisen tuen tarve. Näin on esimerkiksi monilla uusilla ja maahanmuuttajataustaisilla yrittäjillä. Viranomaiset toivovat digituen määrittelyä ja yhdenmukaistamista oman työnsä helpottamiseksi. Viranomaisten väliselle tiedonvaihdolle ja yhteisen tilannekuvan rakentamiselle on tarve.

Yksi kokeilujen tärkeä oppi on, että oikein kohdennettu ja sisällöltään selkeä ja kannustava viestintä rohkaisee digityökalujen sekä ratkaisujen käyttöön. Vertaistuki auttaa poistamaan ennakkoluuloja ja kannustaa. Konkreettiset kokemukset ovat aina vaikuttavimpia.

Digitaitoihin liittyvät testit vaativat toimiakseen vastaanottajan kannalta oikean, luotettavan suhteen lähettäjään. Itsearvoinneilla ja itseopiskelulla tavoitetaan vain osa digituen tarvitsijoista. Mutta osana laajempaa keinovalikoimaa ne toimivat hyvin.



ENTÄ SITTEEN MVP?

Kokeiluilla viitataan usein termiin MVP, joka on lyhenne sanoista “Minimum Viable Product” – “pienin julkaisukelpoinen tuote”. MVP:n avulla selvitetään mahdollisimman nopeasti ja ketterästi uuden konseptin elinkelpoisuus. MVP on mahdollisimman kevyt toteutus konseptista, joka ilmentää arvon tuottoa asiakkaalle oppimisen ja jatkotoimenpiteiden kannalta.

Digituen verkosto – yhteistyöllä kohti sujuvampaa viranomaisasiointia



MITÄ ONGELMAA RATKAISTIIN?

Vuonna 2020 tekemämme Digituen kartoitus toi esiin, että tuen tarjoajia, tukimuotoja ja toimintamalleja on kirjavasti, toiminta ja kehittäminen on siiloutunutta ja tuen tarjoajilla on kehittämisiäideoita, joita halutaan jakaa, mutta joille ei aina ole välineitä tai sopivaa foorumia.

Digitukea on kehitetty jo pitkään erilaisissa verkostoissa. Kutsuimme nyt ensimmäistä kertaa yhteen verkkopalveluja elinkeinotoimintaa harjoittaville tuottavat viranomaiset pohtimaan ja ratkomaan palvelujen sujuvuuteen ja digitukeen liittyviä haasteita. Verkoston kokeilun tavoitteina oli selvittää parhaat tavat ylläpitää ja kehittää digituen valtakunnallista verkostoa, oppia parhaat tavat toteuttaa verkostotyötä sekä kuvata verkoston toimintamalli rooleineen ja vastuineen.



TOTEUTUSTAPA

Verkostoon kutsuttiin mukaan digipalveluja elinkeinotoimintaa harjoittaville tarjoavia viranomaisia kuten Verohallinto, Kela, DVV, Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus (ELY), Patentti- ja rekisterihallitus, maaseutuhallinto ja kunnat. Verkostolle järjestettiin kolme fasilitoitua työpajaa, joissa työstettiin digituen teemoja. Verkoston jäsenet valitsivat yhdessä työstettävät kehitysteemat. Verkoston työskentely työpajojen kautta tarjosi selkeän rakenteen viedä kehitysteemoja yhdessä eteenpäin. Kehitys oli vahvasti osallistavaa ja yhteissuunnitteluun pohjaavaa. Yhteisen ymmärryksen jakaminen ja luominen digituesta oli keskeinen haaste, johon tartuimme.



TÄRKEIMMÄT LÖYDÖKSET

Toimintamallikokeilu haastoi miettimään digituen valtakunnallista verkostotyötä ja digituen kehittämistä kriittisesti. Kokeilu kehittyi osallistujien kanssa yhdessä määriteltyyn suuntaan ja siinä tunnistettiin toimijoiden kanssa iso määrä yhteisiä tarpeita ja tavoitteita mm. tilannekuvatiedon osalta.

Verkostolle löytyi alustava yhteinen tarkoitus ja ensimmäiset relevantit kehitysteemat. Kokeilu myös innosti osallistujia jatkamaan verkostotyöskentelyä ja siinä saatiin aikaiseksi konkreettisia tuotoksia kuten digituen määritelmä, yhdenmukaistamista tukevat ja verkostossa jaettavat data-alueet sekä digituen osaamista mittaava kyselyrunko. Työpajamallista saatiin hyvää palautetta: konkreettista tekemistä arvostettiin.

SUL:n seurojen digitaitotesti ja suositukset digitaitojen kehittämiseen



MITÄ ONGELMAA RATKAISTIIN?

Eryityisesti pienet ja paikalliset urheiluseurat toimivat usein yksin digitalisaation haasteiden kanssa. Oletuksena oli, että seurat ottaisivat digitaalisia ratkaisuja nopeammin käyttöön, jos niistä tarjottaisiin kohdennettuja ja tarpeisiin perustuvia suosituksia.

Kokeilussa aktivoitiin seurojen edustajia itsearvioimaan digitaitotasonsa ja tunnistamaan digikehitysalueita. Lisäksi kokeilu kannusti tutustumaan digiosaamiseen liittyvään tukimateriaaliin sekä tekemään toimenpiteitä seuran digitaitotason kehittämiseksi.



TOTEUTUSTAPA

Loimme 20 kysymyksen verkkokyselyn (ks. liitteet) seurojen digitaitotason itsearvioinnille. Vastaaja arvioi seuran digitaitotason vastaamalla kysymyksiin digitaalisten järjestelmien käytöstä (mm. jäsenrekisteri), viestinnästä ja yhteistyöstä (mm. sähköinen ilmoittautumisjärjestelmä) sekä digikehityksen ajureista ja esteistä (mm. jäsenistön osaaminen). Jos vastaaja vastasi alle etukäteen määritetyn tavoitetason, kyselyn tulosten jälkeen annettiin suosituksia, jotka ohjasivat tarjolla olevaan tukeen, materiaaleihin ja kontakteihin. Digitaitotesti jaettiin Suomen Urheiluliiton (SUL) seuratieotteessa, sosiaalisen median kanavissa sekä kohdennetulla sähköpostilla seurojen vetäjille.



TÄRKEIMMÄT LÖYDÖKSET

Kannustimista huolimatta suurin haaste oli saada seurat avaamaan testi. Seurakirjeen ja Facebookin klikkausmäärät jäivät mataliksi. Suurin teho saatiin suoralla sähköpostilla SUL:lta urheiluseurojen vetäjille.

Syitä matalaan vastaajamäärään kerättiin palautekyselyn ja haastattelujen perusteella. Viestejä tulee seuroille paljon ja itsearviointi aktivoi vain tietyn tyyppisiä vastaajia. Lisäksi jotkut kokivat SUL:n liian kaukaiseksi toimijaksi: haastatteluista nousi esiin näkemys, että seuroilla on vähäinen kiinnostus tarttua liitoilta tuleviin viesteihin ja ne toimivat mieluummin itsenäisesti.

Suurimman hyödyn saaminen tämäntyyppisestä digituesta vaatii vastaanottajan kannalta relevantin lähettävän tahon. Lisäksi kanavien laaja hyödyntäminen on tärkeää. Suositusten ja toimenpiteiden osalta kokeilu tuotti odotettua toimintaa: 70 % vastanneista koki testin hyödylliseksi. Jokainen vastannut sai tulokseksi suosituksia jollekin kehittämisen alueelle. Suosituksissa olleita sisältölinkkejä avattiin lähes yhtä monta kertaa kuin testiä oli täytetty, eli suosituksia oli käyty läpi ja mielenkiintoisia asioita tutkittu pidemmälle. Palautekyselyssä suurin osa vastanneista ilmoitti ottaneensa suositukset talteen ja tehneensä niiden pohjalta toimenpiteitä.

Sinäkin osaat!



MITÄ ONGELMAA RATKAISTIIN?

Digitaitojen kehittäminen on jatkuvaa uuden löytämistä ja oppimista. Menestystarinat siitä, mitä digitaidoilla on saatu aikaan sekä yksilöiden että yritysten ja yhteisöjen kohdalla ovat tarpeen. Tarinat innostavat ja niihin voi samaistua. Digiasioissa vähemmän osaavaa kohderyhmää, jota tässä kokeilussa edustivat hiusalan yrittäjät, rohkaistiin kokeilemaan, yrittämään ja onnistumaan kertomalla heille samaistuttava tarina omasta viiteryhmästä. Kannustavan viestinnän avulla kokeiltiin, edistääkö se ottamaan käyttöön uusia digitaalisia työvälineitä.



TOTEUTUSTAPA

Kokeilussa lähdettiin testaamaan oletusta kannustavan viestinnän vaikuttavuudesta tuottamalla video, jossa kampaajayrittäjä kertoo omista alkuvaiheen epävarmuuksista ja myöhemmistä hyvistä kokemuksistaan nettiajanvarausjärjestelmän käyttöönotossa. Video lähetettiin sähköpostitse parille tuhannelle suomalaiselle hiusalan ammattilaiselle. Lisäksi Suomen Hiusyrittäjät ry jakoi videolinkin omassa jäsentiedotteessaan ja videon yhteyteen liitettiin linkki lyhyeen palautekyselyyn.



TÄRKEIMMÄT LÖYDÖKSET

Videon vaikuttavuuden merkityksellisin hetki oli heti vastaanottamisen aikaan ja 4/5 katsojakerroista tapahtui viimeistään vastaanottamista seuraavana päivänä.

Yritysten digiasteessa oli laajaa hajontaa. Viidennes vastanneista kuului varsinaiseen ydin-kohderyhmään: heillä ei vielä ollut nettiajanvarausta käytössä. Uudet yritykset olivat lähteneet heti liikkeelle nettiajanvarauksen kanssa. Digiasteen eroavaisuuksista kertoi sekin, ettei 2/5:lla yrityksistä ollut edes sähköpostitiliä, vaan omistaja käytti henkilökohtaista osoitettaan yrityksen asioiden hoitamiseen. Videon vastaanotto ja koettu hyöty olivat korkeammat ydin-kohderyhmässä kuin niillä, joilla jo oli nettiajanvaraus.

Videon vaikuttavuus oli hyvä. Videon nähtyään 3/4 kohderyhmästä jäi harkitsemaan nettiajanvarausta ja yli puolet myös keskusteli aiheesta kollegojen, asiakkaiden tai perheen kanssa.

Näin koulutat digiä taloyhtiöön – isännöitsijöille suunnattu koulutus ja tuki



MITÄ ONGELMAA RATKAISTIIN?

Taloyhtiöiden digitaalisten ratkaisujen käyttöönotto on hidasta ja työlästä, kiinteistöala on murroksessa ja muutosta tulisi nopeuttaa. Oletuksena kokeilussa oli, että digitalisaatioaste sekä taloyhtiöissä että isännöinnissä nousisi, jos isännöitsijät koulutettaisiin opettamaan taloyhtiöille digivälineiden käyttöä. Kokeilussa haluttiin oppia erityisesti, ottaisivatko isännöitsijät neuvoja käyttöön, jos niissä tarjottaisiin selkeää tukea ja suosituksia.



TOTEUTUSTAPA

Koulutustapa valikoitui ennakkokyselyn perusteella, joka lähetettiin Isännöintiliiton jäsenraadille. Kyselyssä oli mahdollisuus ennakoilmoittautua koulutukseen. Tällä varmistettiin, että asialle on riittävästi kiinnostusta. Kyselyn perusteella toteutustavaksi valikoitui koulutuksen ja workshopin yhdistelmä, jossa ennakoilmoittautuneet kutsuttiin oppimaan ja työstämään asiaan liittyvää materiaalia. Koulutuksen aiheiksi valikoitiin sähköinen allekirjoitus, sähköiset asiakirjatilaukset, asukassivut sekä etä- ja hybridikokoukset. Näistä etä- ja hybridikokoukset ja sähköinen allekirjoitus valittiin itse workshopin aiheiksi aikataulurajoitteiden sekä aiheiden selkeyden ja relevanttiuden vuoksi. Lisäksi isännöitsijöille annettiin koulutusta ja käytännön välineitä toteuttaa koulutusta taloyhtiöille. Koulutus-/workshop-toteutuksella haluttiin testata jo olemassa olevaa koulutusmateriaalia ja seurata, ryhtyvätkö isännöitsijät sen pohjalta kouluttamaan taloyhtiöitä. Lisäksi haluttiin yhteissuunnitella koulutusmateriaalista entistä parempaa.



TÄRKEIMMÄT LÖYDÖKSET

Ennakkokysely auttoi löytämään tärkeimmät aiheet koulutukseen sekä varmisti isännöitsijöiden kiinnostusta aiheeseen ja tällaiselle tavalle antaa digitukea. Ennakkokyselyyn saatiin 32 vastausta 88 vastaanottajalta, 75 % vastanneista ilmoitti kaipaavansa tietoa ja koulutusta, miten näitä asioita voisi kouluttaa taloyhtiöille, 75 % eli 24 vastaajaa myös ennakoilmoittautui koulutukseen.

Neljä viikkoa koulutuksen jälkeen toteutetun seurantakyselyn perusteella 67 % isännöitsijöistä oli hyödyntänyt materiaalia, esitellyt sitä kollegoilleen tai laatinut sen pohjalta uutta materiaalia, jonka avulla kouluttaa digivälineiden käyttöä taloyhtiöiden hallituksille. Materiaalin hyödyntäminen oli suunnitteilla myös niillä isännöitsijöillä, jotka eivät toistaiseksi olleet ehtineet siihen palata. 100 % vastaajista suositteli työpajaa kollegoilleen.

Isännöitsijät kokivat koulutuksen aiheet erittäin relevanteiksi. Etenkin konkreettisia digityökaluja kuten etä- ja hybridikokouksia sekä sähköistä allekirjoitusta koskevat osuudet nähtiin helposti sovellettaviksi käytännön isännöintityöhön. Oppimista ja sen tukemista käsitteiden osuuskien kohdalla sovellettavuus ei ollut yhtä selkeää, vaikka tema nähtiinkin tärkeäksi.

Kokeilu osoitti, että isännöitsijöillä on kiinnostusta hyödyntää digityökaluja sekä omassa toiminnassaan että asiakkaiden eli taloyhtiöiden (hallitusten) kanssa työskennellessä. Valmiin materiaalin avulla uusien työvälineiden kouluttaminen on helpompaa.

Digituen kartta



MITÄ ONGELMAA RATKAISTIIN?

Kokeilulla halusimme todentaa, onko karttamuotoinen, tuen tarjoajia koostava visualisointi ratkaisu ongelmaan, jossa tarjolla on paljon digitukea, mutta sitä ei ole aina helppoa löytää. Kokeilun tavoitteena oli koota pirstaleista maailmaa ja ohjata eteenpäin, ei itsessään tarjota digitukea.



TOTEUTUSTAPA

Digituen kartan prototyyppiä alettiin rakentaa sisällön näkökulmasta: millaisia tuen tarjonnan kategorioita on olemassa ja miten tarjoajat olisi fiksua ryhmitellä käyttäjänäkökulmasta? Eri iteraatioiden kautta päädyttiin seuraavaan neljän ryhmän malliin:

Lupiin ja ilmoituksiin liittyvät digituen tarjoajat (yrityksen ja yhteisöjen perustaminen)
 Tukiin, rahoitukseen ja hakemuksiin liittyvät digituen tarjoajat
 Digitaalisiin käytäntöihin ja työvälineisiin liittyvät digituen tarjoajat sekä
 Toiminnan erikoistilanteisiin liittyvät digituen tarjoajat

Kaikkien näiden osalta kiinnostava tieto digituen hypoteesina oli napakka kolmikohtainen tiedon jäsenitys: mihin digitukea tarjotaan, miten digituki on saatavilla ja mistä lisätietoa on saatavilla. Jotta kartta palvelee kohderyhmäänsä, siinä tulee yhdistyä selkeys, silmälähtöisyys ja riittävän tarkkojen tietojen tarjoaminen. Kartta annetaan yrityksille ja yhteisöille niiden perustamisprosessin aikana.



TÄRKEIMMÄT LÖYDÖKSET

Karttakokeilun alkuvaiheessa teimme taulukon eri digituen tarjoajista. Taulukko muodostui haastavaksi kokonaisuudeksi täyttää ja ylläpitää. Siksi myös kokeilu koettiin liian isoksi kokonaisuudeksi toteuttaa hankkeen piirissä. Silti tarve on olemassa ja asiaa tulisi lähteä ratkomaan jatkossa omana kokonaisuutenaan.

Rohkaiseminen kyselyyn vastaamiseen



MITÄ ONGELMAA RATKAISTIIN?

Osaksi hankkeen aikaisia kokeiluja voidaan lukea digituen profiilien määrällistäminen yhdessä Uusyrityskeskukseen kanssa. Haasteena tässäkin kokeilussa oli saada digituen asiakkaat mukaan. Haaste tiedostettiin jo alkuvaiheessa, joten keskityimme motivoimaan uusyrityskeskukseen asiakkaita, jotta he vastaisivat profiilitestin kyselyyn.



TOTEUTUSTAPA

Motivointiin haluttiin tuupaus-metodologiaan (nudging) liittyviä keinoja vastausmäärien kasvattamiseen. Tuuppauksessa ihmisiä ohjataan tekemään itselleen edullisia ratkaisuja

muokkaamalla valinta-arkkitehtuuria – tuomalla siis esiin elementtejä, jotka vievät kohti kummankin osapuolen haluttua ratkaisua. Nämä tekijät liittyvät tyypillisesti neljään tekijään: helpouteen, houkuttelevuuteen, sosiaalisiin vaikuttimiin ja aikaan.

Helppousnäkökulma perusteltiin kutsutextissä kyselyn napakkuudella: “Vastaaminen vie vain 5 minuuttia”. Tämä oli tärkeää nostaa esiin, koska ihmiset ovat kokemuksen mukaan kyllästyneitä ylipitkiin kyselyihin. Houkuttimena käytettiin hyötyperustelua: “Kiitos vastauksistasi jo etukäteen – niiden avulla voimme jatkossa tarjota parempaa tukea sähköiseen asiointiin liittyen.” Lisäksi vastaajien kesken arvottiin 50 euron lahjakortteja.

Sosiaalisena vaikuttimena hyödynnettiin paikallistason kutsuja. Kutsuja ei siis lähetetty helpoimman kautta eli geneerisesti koko Uusyrityskeskukseen nimissä vaan paikallistasolta, tutun tahon allekirjoittamana. Lisäksi lähetettiin muistutus, jossa mainittiin, kuinka moni kollega oli jo vastannut ja vaikuttanut digituen kehitykseen. Aikamotivaattorina itse kutsussa sekä muistutuksessa tuotiin esiin ajan rajallisuus: “Vastausaikaa on perjantaihin 30.4. asti, joten reagoithan pian!”



TÄRKEIMMÄT LÖYDÖKSET

Tuupaus-metodiikkaan perustuva motivointi toimi. Lyhyessä määräajassa saatiin lähes neljän prosentin vastausmäärä, mikä on yrittäjäkohderyhmässä hyvä tulos, kun otetaan huomioon, ettei käytetyn noin 3000 sähköpostiosoitteen relevanttiutta tarkastettu.

Kosta opit tästä olivat hyvät, kannattaa tuuppaukseen perustuvaa motivointia hyödyntää jatkossakin kokeiluissa, joissa vastausten saaminen on tärkeää. Hyvänä oppina tästä ja muista kokeiluista on, että kokeilut eivät lähtökohtaisesti ole osallistujien mielestä mielenkiintoisia. Siksi niiden hyödyt tulee tuoda esiin ja ymmärtää eri kannustimia ja tuuppaustekniikoita, jotta haluttuun lopputulokseen päästään.

Kokeilujen tavoitteet ja tavoitteiden täyttymisen mittaaminen

Kokeilujen onnistumista ja tuloksia tarkasteltiin kokeilukohtaisten mittarien avulla. Tavoitteiden ja mittareiden tarkasteluajankohtia oli kolme: lähtötilanne ennen kokeilua, kokeilun aikana ja sen jälkeen.

Digituen kokeilujen tavoitteet ja mittarit on linkitetty **digituen päätavoitteisiin**. Jos mittarit ja tavoitteet saadaan linkitettyä niihin, kehittämistyö on vaikuttavaa suurella todennäköisyydellä.

Kokeilujen vaikuttavuuden arviointiin ei ole yhtä oikeaa tapaa: toimenpide, kohderyhmä, tavoiteltu muutos ja aikajänne vaikuttavat siihen, mitä kannattaa mitata ja miten. Toiminnan ja mielipiteiden mittaaminen kertoo omaa tarinaansa muutoksesta.

Tavoitteiden ja mittareiden määrittelyt ovat osa kokeilua, jolloin myös mittareiden toimivuutta pitää arvioida siinä missä kohdettakin. Kokeilevan kehittämisen mittareiden kannattaa olla laajempia kuin lopulta on tarpeen, jotta myös mittaamisen tavoista voidaan oppia. Esimerkkejä digituen kokeilujen mittareista ja arviot niiden toimivuudesta on koottu seuraavaan taulukoon.

TAULUKKO 1. Esimerkkejä digituen kokeilujen mittareista

KOKEILU	TAVOITELTU MUUTOS JA MIHIN DIGITUEN PÄÄTAVOITTEeseen SE VAIKUTTAA	TAVOITTEET JA MITTARIT	ARVIO MITTARIN HYÖDYNNETTÄVYYDESTÄ DIGITUEN TOIMIJOILLE
SUL:n seurojen digitaitotesti ja toimenpidesuosituks	Digiosaamisen kehittämistarpeiden tunnistaminen Osaaminen: Yritysten ja yhteisöjen digimaturiteetin parantaminen	Vastausten määrä yli 10 % vastaanottajista Vastausten perusteella yli 90 % saa suositukset matlimmiksi arvioimilleen osaamisalueille	Vastaajamäärää on helppo seurata testeissä ja kyselyissä, se vaatii vain soveltuvan työkalun. Testiin vastaaminen ei vielä indikoi, että vastaaja lähtee toteuttamaan muutoksia sen perusteella. Vastaajien tarpeiden tunnistaminen vaatii hyvää ymmärrystä mahdollisista tarpeista ja suositeltavasta osaamisesta. Kun nämä on määritetty, osaamistaso on helppo todentaa. Osaamistarpeiden tunnistaminen herättelee muutokseen, mutta ei kerro, että mikään todella muuttuu

KOKEILU	TAVOITELTU MUUTOS JA MIHIN DIGITUEN PÄÄTAVOITTEESEEN SE VAIKUTTAA	TAVOITTEET JA MITTARIT	ARVIO MITTARIN HYÖ- DYNNETÄVYYDESTÄ DIGITUEN TOIMIJOILLE
SUL:n seurojen digitaitotesti ja toimenpidesuosituks	<p>Toimenpiteiden aloittaminen testin suositusten perusteella</p> <p>Osaaminen: Yritysten ja yhteisöjen digimaturiteetin parantaminen</p>	<p>Suosituksen läpikäynti, jokainen suositus saanut on avannut linkin itselle relevanttiin suositukseen. Avatut linkit, jotka johdattavat suositukseen etenemisestä.</p> <p>Seurantakysely, jossa pyydetään vastaajia ilmoittamaan toteutetut toimenpiteet</p>	<p>Suosituksen läpikäyntiä on helppo seurata tarkoitukseen luotujen linkkien avulla (esim Bit.ly), pidempiaikainen seuranta vaatii työkaluun rekisteröitymistä. Suositusten läpikäynti on jo vahva indikaatio aiotusta muutoksesta.</p> <p>Seurantakyselyssä ilmoitetut toimenpiteet ovat vahva indikaatio todellisesta muutoksesta tai ainakin sen aloittamisesta. Seurantakyselyyn vastausmäärät jäävät helposti alhaisiksi merkittävien tulosten näyttämiseksi, mahdolliset kannustimet kannattaa sitoa kyselyyn vastaamiseen. Kokonaisuus tulee myös suunnitella sen mukaan, että vastaajalla ei ole syytä vastata tehdyistä toimenpiteistä virheellisesti.</p>
SUL:n seurojen digitaitotesti ja toimenpidesuosituks	<p>Testin hyödyllisyyden arviointi testin tulosten saamisen jälkeen</p> <p>Laatu: Sujuva asiointi ja digituki kaikissa kanavissa</p>	<p>Testin tulosten saamisen jälkeen kysymys vastanneille: koitko testin hyödylliseksi? Vastaus kyllä/ei, tavoite: yli 70 % koki hyödylliseksi</p>	<p>Helppo toteuttaa, kunhan aikataulu testiin vastaamisen, tulosten saamisen ja läpikäynnin sekä hyödyllisyyskysymyksen osalta on toimiva. Mittaa välitöntä tunnetta testin laadusta, ei sen synnyttämää toimintaa.</p>

KOKEILU	TAVOITELTU MUUTOS JA MIHIN DIGITUEN PÄÄTAVOITTEeseen SE VAIKUTTAA	TAVOITTEET JA MITTARIT	ARVIO MITTARIN HYÖ- DYNNETÄVYYDESTÄ DIGITUEN TOIMIJOILLE
Sinäkin osaat! Kampaamoiden nettiajanvaraus -video	<p>Nettiajanvarauksen tutuksi tekeminen kampaamoille</p> <p>Osaaminen: Yritysten ja yhteisöjen digimaturiteetin parantaminen</p>	<p>Videon katselukerrat vastaanottajamäärään suhteutettuna</p> <p>% palautekyselyyn vastanneista, keillä ei nettiajanvaraus käytössä</p>	<p>Videoiden katselukertoja helppo seurata. Videon katsominen ei vielä indikoi, että vastaaja lähtee toteuttamaan muutoksia sen perusteella.</p> <p>Indikoi, että on tavoitettu relevantti kohderyhmä, helposti toteutettavissa.</p>
Sinäkin osaat! Kampaamoiden nettiajanvaraus -video	<p>Nettiajanvarauksen käyttöönottoon johtavien toimenpiteiden aloittaminen</p> <p>Osaaminen: Yritysten ja yhteisöjen digimaturiteetin parantaminen</p>	<p>Palautekyselyn perusteella raportoitujen toimenpiteiden määrä vastaajissa, joilla ei nettiajanvarausta</p>	<p>Seurantakyselyssä ilmoitetut toimenpiteet ovat vahva indikaatio todellisesta muutoksesta tai ainakin sen aloittamisesta. Seurantakyselyn vastausmäärät jäivät helposti alhaisiksi merkittävien tulosten näyttämiseksi. Mahdolliset kannustimet kannattaa sitoa seurantakyselyyn vastaamiseen. Kokonaisuus tulee myös suunnitella sen mukaan, että vastaajalla ei ole syytä vastata virheellisesti.</p>
Sinäkin osaat! Kampaamoiden nettiajanvaraus -video	<p>Kuinka kiinnostavana kohderyhmä piti videon sisältöä</p> <p>Laatu: Sujuva asiointi ja digituki kaikissa kanavissa</p>	<p>Seurantakysely, jossa kysyttiin videon kiinnostavuutta asteikolla 1–5</p>	<p>Helppo toteuttaa, aikataulu videon katsomisen ja seurantakyselyn oltava lyhyt. Mittaa tunnetta videon laadusta, ei sen synnyttämää toimintaa.</p>

Digituen haasteet ja ratkaisut suhteessa kokeilujen oppeihin

Kokeilujen myötä varmentui pienten yritysten ja yhteisöjen ulkopuolisen avun tarve digivälineiden hyödyntämisessä. Digitaitojen kehittämiseksi tai uusien työvälineiden käyttöönotolle ei yksinyrittäjien kohdalla aina riitä aikaa, vaikka motivaatiota olisikin. Usein tarvitaan ulkopuolista kannustamista. Esimerkiksi hiusalan yrittäjien kohdalla yrittäjille heräsi kiinnostus ottaa käyttöön uusia digivälineitä, kun he saivat konkreettista tietoa asioista.

Yritysten ja yhteisöjen kohdalla digituen tarve kohdentuu usein sen perusteella, millaiset välineet palvelevat heidän toimintaansa. Hankintojen tekeminen on hankalaa, jos tarvetta ei osata kuvata, eikä resursseja ole riittävästi käytettävissä osaamisen, henkilöiden tai talouden puolesta. Ulkopuolinen kannustus, vertaisviestintä tai muu tietylle toimialalle tai rajatulle kohderyhmälle suunnattu viestintä tukee pieniä toimijoita valintojen tekemisessä. Tuen tarjoajana ja innostuksen herättäjänä voi olla kattojärjestö, ammattiliitto tai muu taho, joka tuntee kyseisen toimialan. Myös toinen yrittäjä voi toimia kannustajana ja rohkaisijana digivälineiden käyttöön kertomalla omia kokemuksiaan niihin liittyvistä hyödyistä. Myös viranomaiset nostivat esiin pienten ja aloittavien yrittäjien tuen tarpeen. Kyse ei ole siitä, että näiden digitaidot olisivat muita huonommat, vaan siitä, että uutta toimintaa aloittaessa jokainen yritys käy ensimmäistä kertaa läpi tiettyjen palvelujen käytön ja siksi avun tarve korostuu.

Digituen tarjonta on yhtä pirstaleista kuin yritysten ja yhteisöjen tarpeet. Digituen tarjoajilla, etenkin (verkostokokeilun kohderyhmänä olleilla) viranomaisilla, on vahva tahtotila määrittää digituki keskenään samalla tavoin sekä kehittää digitukea yhteneväiseen ja asiakaslähtöiseen suuntaan. Digituen keskittäminen ei ole digituen tarvitsijoiden näkökulmasta oikea suunta vaan digitukea halutaan mieluiten ottaa vastaan niiltä tahoilta, joiden kanssa ollaan muutenkin vuorovaikutuksessa eli läheisiltä ja tutuilta yhteistyökumppaneilta. Tämä todentui esimerkiksi SUL:n ja Hiusalan yrittäjien kanssa toteutetuissa kokeiluissa.

Digituen ei pitäisi olla erillinen palvelu, jota asiakkaan täytyy etsiä digipalvelun tai -ratkaisun ulkopuolelta. Parhaimmillaan digituki on integroitu osaksi digipalvelua ja tästä näkökulmasta tarjonnan pirstaleisuus on perusteltua. Näin digituki on hajaantunut yhtä moneen paikkaan kuin missä digitaalisia palveluita ja ratkaisuja on saatavilla. Digituen tarjonta kaipaa rakennetta, jonka kautta eri tarjonnan muotoja voi paremmin tuoda esille. Tällaisena rakenteena voi toimia esimerkiksi digiprofiileista johdetut suosituimmat digituen tarjoamisen tavat. Rakenteen avulla pystytään myös käyttäjälähtöisesti määrittämään, että digitukea on tarjolla relevantilla tavalla ja relevanteissa kanavissa sen mukaan, mitä kanavaa ja millaista tukea eri profiilit todennäköisesti kaipaavat.

Digituen ongelmat liittyvät löydettävyyteen ja tuen kohdentamiseen. Ongelmatilanteessa ei tiedetä, mistä tukea voisi hakea tai että sitä ylipäätään on saatavissa. SUL:n kanssa tehdyssä seurojen digitaitotestikokeilussa kävi ilmi, että tärkeää on myös tuen tarjoajan ja vastaanottajan oikeantasoinen suhde. Tukea otetaan mieluiten vastaan läheltä ja paikallisesti, urheiluseuroissa ennemmin lajiliitolta kuin keskusjärjestöltä. Kontekstin ymmärtäminen ja näkyminen tuen tarjonnassa ovat avainasemassa. Kaikkea ei voi ratkaista ”keskushallinnosta”.

Kampaajakokeilun kohdalla tukea digivälineiden käyttöönottoon tarjosi hiusalan yrittäjien arjen haasteita tunteva ammattiliitto. Tässä kokeilussa merkityksellistä oli myös sisällön toteutustapa eli se, että saman alan yrittäjä kertoi omakohtaisia kokemuksiaan digivälineiden käyttöönoton ennakoajatuksista ja kokemuksista.

Löydettävyyden ja tuen kohdentamisen haastetta vahvistaa se, että digitukea haetaan harvoin. Yritysten ja yhteisöjen kohdalla digituen tarve linkittyy enemmän digitaalisten palveluiden ja työvälineiden käyttöönottoon ja käyttöön. Yritysten ja yhteisön ei tarvitse tunnistaa saaneensa digitukea; tärkeämpää on, että heillä on käytössään riittävästi osaamista oikeiden työvälineiden ja muun toimintaa tukevan digitaalisuuden hankintaan ja käyttöönottoon.

Digituen löydettävyys on haaste sekä tukea tarvitseville että sitä tarjoaville. Sujuvan palveluhajauksen kannalta digituen toimijoiden on hyvä tietää, miten ja mistä digitukea tarvitseva asiakas sitä saa. Tämä todentui viranomaisverkoston työskentelyssä. Tuen oikeassa kohdentamisessa pitäisi pystyä yhdistämään tuen tarvitsijan osaamistaso, digiprofiili ja palvelu, jonka suhteen hän sitä tarvitsee.



3 Johtopäätökset

Digituen tarve ja palveluiden laatu kulkevat käsi kädessä

Me kaikki tarvitsemme digitukea – kansalaisena tai yrityksen/yhteisön edustajana. Tarpeet vaihtelevat, ja myös osaavammat tarvitsevat tukea, koska uudet asiat ovat kaikille uusia. Tuen tarve ja muoto vaihtelevat. Tähän liittyy tärkeänä osana myös palveluiden laatu – niiden käytettävyys ja saavutettavuus. Palveluiden paremmalla laadulla voidaan pienentää, ellei jopa kokonaan poistaa tuen tarve. Intuitiiviset palvelut, joiden termistö on selkeää ja jossa liikkuminen on helppoa, ovat hyvää palvelua ja poistavat digituen tarvetta.

Aihetta on tutkittu esimerkiksi Digitalisaation edistämisen ohjelmaan kuuluvassa YritysDigi-hankkeessa. Hankkeelle raportoiduista liki 2000 asiointipalvelusta vain hieman alle 30 prosenttia täytti nykyisen lainsäädännön vaatimustason. Nykyisellä kehittämisvauhdilla tavoite saattaa julkiset palvelut yritysten saataville digitaalisina vuoteen 2023 mennessä ei toteudu.

Palveluiden puutteet laadussa ja käytettävyydessä johtavat häiriökysyntään. Sitä syntyy, kun palvelujärjestelmä ei pysty vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin, jolloin asiakkaan odotukset ja tarpeet eivät kohtaa palvelujen tarjonnan kanssa ja asiakas hakeutuu palveluiden piiriin yhä uudelleen ja uudelleen – usein lisävaatimusten kera. Tämä lisää asiakkaan huonoa kokemusta, kuormittaa palvelujärjestelmää ja nostaa kustannuksia.



Sekava käyttökokemus voi johtaa digituen tarpeeseen silloinkin, kun ratkaisuksi riittäisi asiointin sujuvoittaminen. Käyttäjälähtöisellä kehittämisellä voidaan vähentää digituen tarvetta ja kohdentaa resurssit henkilökohtaista tukea tarvitseville.

Kohti yhtenäisiä digituen malleja ja vaatimuksia

Digituen kehittämisen lähtökohtana on hyvä olla avoin ja jatkuva vuoropuhelu digipalveluja kehittävien, digitukea tarjoavien toimijoiden sekä digituen asiakkaiden välillä. Digituen sisältö eroaa organisaatioiden välillä riippuen siitä, onko kyseessä heidän omien palveluidensa käyttöön kohdennettu tuki, viranomaisten tuottama tuki vai laajempi digitaalisten taitojen kehittäminen.

Digituen järjestäminen edellyttää organisaatioilta osaamista ja sitoutumista digituen tarjoamiseen. Riippumatta organisaatioista digituen tarvitsijoiden kannalta asiointi on sujuvampaa, jos tuen muodot ovat yhtenäisiä. Parhaimmillaan digituki on kiinteä osa palvelukokemusta eikä erillinen palvelu, jonka luokse asiakkaan on erikseen osattava hakeutua.

Verkostoitumalla ja hyviä käytäntöjä jakamalla organisaatiot voivat yhtenäistää digituen mallejaan. Organisaatiot voivat oppia toisiltaan digituen tarpeiden tunnistamisesta, asiointin tukemisesta ja digiosaamisen kehittämiseen kannustamisesta. Asiakkaiden eli yritysten ja yhteisöjen näkökulmasta tämä tarkoittaa oikein määriteltyä tarvetta ja kohdennettua tukea.

Vaikka digituen malleissa pyritään yhtenäisyyteen, on samalla osittain hyväksyttävä myös niiden pirstaleisuus. Tuen sisältö vaihtelee muun muassa sen mukaan, onko kyseessä omien palveluidensa käytössä opastava viranomaistoimija vai esimerkiksi yritykselle taloushallintopalvelua tuottava toimija. Käytettävissä olevien resurssien kannalta merkitystä on myös sillä, onko kyseessä valtakunnallisen, alueellisen vai paikallisen tason toimija. Tuki saattaa tietyillä aloilla myös henkilöityä, kuten esimerkiksi isännöitsijöiden tarjoamissa palveluissa taloyhtiöille.

Yhteisenä tavoitteena sekä tuen tarvitsijoille että tarjoajille on mahdollisimman sujuva arki ja sen kannalta riittävät digitaidot. Yritysten ja yhteisöjen sujuvan digiasioinnin varmistamiseksi digituessa olisi hyvä suunnata katse pois vastuurajoista kohti yhteisvastuuta.



Digituen yhtenäisillä malleilla tuodaan sujuvuutta sekä tuen tarvitsijoiden että tarjoajien arkeen. Tuen tarjoajien kannalta hyvien käytäntöjen jakaminen helpottaa kehittämistä ja tuen tarvitsijoiden kannalta sujuvoittaa asiointia. Parhaimmillaan digituki on rakennettu palveluiden sisään siten, ettei yrityksen tai yhteisön tarvitse sitä erikseen etsiä.

Hyvä digituki on erilaisten tarpeiden huomiointia

Digituki ei tarkoita ainoastaan perusdigitaalitojen opastamista ensimmäisiä digiaskeliaan ottaville. Kyseessä on laajempi tehtävä, johon sisältyy yritysten ja yhteisöjen kohdalla ohjausta toiminnan kannalta olennaisten digivälineiden, laitteiden ja ohjelmien hankintaan ja käyttöön.

Digituessa on tärkeää erilaisten käyttäjien ja tarpeiden huomioiminen sekä tuen oikea kohdistaminen yritysten ja yhteisöjen ajankohtaisiin tarpeisiin. Tarpeiden tunnistaminen ja oikeanlaisen tuen tarjoaminen edellyttävät käyttäjien ja heidän toimintansa riittävää tuntemista. Ilman riittävää asiakaslähtöisyyttä ja -ymmärrystä digituen oikea kohdentaminen on haastavaa.

Oikein kohdennettu digituki tarjoaa paitsi apua yrityksen tai yhteisön asiointiin, myös tukea digitaalitojen ylläpitämiseen. Usein se kannustaa myös hankkimaan uutta digiosaamista.

Yrityksissä ja yhteisöissä digitukea voidaan tarvita uusien ohjelmien ja työvälineiden käyttöönottoon tai valintaan, digitaalisuuden hyödyntämiseen toiminnan tueksi tai vaikkapa harvemmin käytettävässä palvelussa asiointiin. Joskus tarvitaan myös motivointia ja rohkaisua digiaskeleiden tai uusien työvälineiden käyttöönottoon. Näihin tarpeisiin vastaaminen edellyttää erilaisia tuen muotoja sekä digituen tarjoajilta verkostomaista työskentelyä.

Digituen tarvelähtöiseen kehittämiseen tarvitaan mukaan kaikki digituen toimijat.



Digitukea tarjoavien ja digipalveluja kehittävien on hyvä huomioida asiakkaiden erilaiset tarpeet. Oikealla tuella sujuvoitetaan asiointia ja kannustetaan yrityksiä ja yhteisöjä kehittämään osaamistaan.

Digituen käytännön toteutustavalla on väliä

Tuen tarvitsijoiden näkökulmasta ei riitä, että digitukea on saatavilla – useasti tärkeämpi kysymys on, millaista digitukea on saatavilla. Viimeisen vuosikymmenen aikana kanavien määrä on kasvanut, uusia viestimutoja on tullut vanhojen rinnalle ja lisäksi käyttäjien on hallittava samanaikaisesti useampia asiointikanavia. Myös digitukea tarjotaan useassa eri muodossa lähtien henkilökohtaisesta vierihoidosta aina esim. video-ohjeisiin saakka. Erilaiset tukimuodot toimivat erilaisille käyttöprofiileille ja tarpeille.

Digituki on myös viestintää – innostamista, kannustusta ja rohkaisua kokeilla ja löytää uusista toimintatavoista relevantteja hyötyjä. Paremman digiosaamisen merkityksen tiedostaminen on osa tavoitetta, jossa kaikilla kansalaisilla ja yritysten ja yhteisöjen edustajilla on riittävät digitaidot sujuvaan asiointiin.

Yleispätevänä sääntönä on, että kun digitukea tarvitaan, sitä kaivataan välittömästi ja juuri siinä kontekstissa, jossa sillä hetkellä ollaan. Muotojen tulisi tukea tätä tarvetta. Esimerkiksi viranomaispalveluiden verkkoasioinnissa tuki voi olla irrallisesti eri verkko-osoitteessa kuin käyttäjä. Tämä on ongelmallista, jos hän haluaa tuen tiettyyn palvelussa olevaan yksityiskohtaan liittyen eikä halua poistua ko. sivuilta. Siksi tuki ja ohjeet tulisi tuoda kontekstiin. Toimiva ratkaisuesimerkki tähän on esimerkiksi chat, josta saa matalalla kynnyksellä asiointikohtaan liittyvää lisätietoa. Digituessa tarvitaan substanssiin liittyvää osaamista, mutta myös pedagogista osaamista, miten asiat voidaan kertoa ja opastaa huomioiden eri käyttäjäryhmien osaamistaso ja annettavan tuen taso.

Tutussa ja tutulla käyttölogiikalla toimivassa palvelussa on helppo asioida. Kiinnostava esimerkki yhdenmukaisesta digitaalisesta asiointikokemuksesta on UK:n julkishallinnon ns. monobrändääminen: digitaalinen käyttökokemus ja palvelut on pitkälti standardoitu ja asiakkaalle toimintalogiikka on eri viranomaisten osalta yhdenmukainen ja siten tuttu ja helppokäyttöinen.



Digituki on osa palveluiden kehittämistä. Tuki tulisi suunnitella suoraan osaksi palveluita – ei erilliseksi kokonaisuudeksi. Digituen tarjoamisen tulisi olla kokonaisvaltaista – pois vastuurajoista kohti yhteisvastuuta.

4 Tilannekuva

Digituen tilannekuva

Yritysten ja yhteisöjen digituen tilannekuva antaa tietoa digitalisaation trendeistä ja tulevaisuuden suuntaa näyttävistä ohjureista, joiden pohjalta muodostetaan digituen päätavoitteet. Tilannekuva on ajassa muuttuva kokonaisuus, joka heijastelee digitalisaatiokehityksen ilmiöitä.

Päätavoitteiden tehtävänä on ennakoida digituen tarvetta. Tarvetta voidaan ennakoida esimerkiksi seuraavilla mittareilla:

Viranomaisasioinnin siirtyminen digikanaviin lisää digituen tarvetta, digikanavien asiakasmäärä kasvaa

Yritysten ja yhteisöjen digiosaamisen parantaminen ennakoivasti vähentää digituen tarvetta tai siirtää sitä korkeamman digiosaamisen haasteisiin

Laadukkaat, käyttäjälähtöisesti toteutetut digipalvelut vähentävät palveluihin liittyvän digituen tarvetta

Lisäksi digituen tarjonnan varmistaminen ja sen asiakaslähtöinen kehittäminen varmistavat laadukkaan ja riittävän digituen sitä tarvitseville.

Digituen ohjurit kertovat mihin suuntaan digituen kehitystä tulisi jatkossa viedä. Digituen toimenpiteillä ei voida suoraan vaikuttaa ohjurien kehittämiseen.

Digitaalisten palveluiden saavutettavuus on aina varmistettava, tämä ohjaa digitaalisten palveluiden ja niihin liittyvän tuen kehittämistä ja resurssien käyttöä

Digituen tarve asiakasprofiileittain auttaa ymmärtämään, minkälaista tukea ja millä tavoin toteutettuna digitukea tulisi olla tarjolla. Profiileilla tarkoitamme tunnistettuja digiprofiileja (ks. Johdanto, Digituen tarvitsijat) sekä muita relevantteja luokituksia, kuten yrityksen/yhteisön koko tai vaikka keskusorganisaatio/paikkali-organisaatio -jakoa

Rahoituksen painotukset ohjaavat kehittämisen painopistettä ja mahdollisuuksia digituen jatkuvalle kehittämiseksi.

Digituen määrän tutkiminen antaisi tietoa digitukeen sidotuista resursseista. Tavoitteiden kannalta määrä on kuitenkin ongelmallinen mittari, koska sen pohjalta ei voida yksiselitteisesti sanoa, tulisiko digituen määrää kasvattaa vai vähentää.

Digituen tarve ja sitä kautta annetun digituen määrä riippuu käyttäjien digiosaamisesta, tarjolla olevien digipalveluiden laadusta, asiointitapahtuman sujuvuudesta ja tarjolla olevien digipalveluiden määrästä.

Konkreettisemmin tarkasteltuna digituen tilannekuvassa voitaisiin tällä hetkellä keskittyä esimerkiksi neljään osa-alueeseen:

—
Digitaalisten palveluiden määrä, laatu ja saavutettavuus

—
Digituen tarjonta

—
Digiosaaminen ja digituen tarve

—
Digitukeen kohdistuva rahoitus

Hahmotelmamme perusteella digituen tilannekuva olisi mahdollista koostaa eri lähteistä. Tilannekuvatiedon hyödyntämisessä tulisi kuitenkin huomioida, että käytetyt lähteet eroavat toisistaan paitsi tiedonkeruutapojen myös painotettujen osa-alueiden mukaan. Ensimmäinen tilannekuva valmistuu vuoden 2022 aikana.

TAULUKKO 2. Tutkimuksen kohteet, datalähteet ja tunnistetut puutteet tilannekuvassa

TUTKIMUKSEN KOHDE	TUTKIMUKSET JA DATALÄHTEET	TUNNISTETUT PUUTTEET TILANNEKUVASSA
Digitaalisten palveluiden määrä: Viranomaisasioinnin siirtyminen digikanavaan	Palvelulupaus (VM) Digibarometri (TEM, LVM, Suomen Yrittäjät, EK)	Valtionhallinnon ja kuntien %-osuus digikanavissa tarjotusta palvelusta? Annetun digituen määrä
Digitaalisten palveluiden laatu: Sujuva asiointi ja digituki kaikissa kanavissa	Laatutyökalu (DVV) Digibarometri (TEM, LVM, Suomen Yrittäjät, EK, ETLA)	Tarjotun digituen laadun ymmärrys
Digitaidot: Yritysten ja yhteisöjen digikypsyyssytason tarvelähtöinen paraneminen	Digibarometri (TEM, LVM, Suomen Yrittäjät, EK, ETLA), Suomalaisten PK-yritysten digiosaaminen 2019 (Suomen Yrittäjät), Järjestödigi (TIE-KE, Viestintä-Piritta, Vitec) Järjestöbarometri (Soste), Yritysten ja yhteisöjen digiosaaminen – Suosituksia elinkeinotoimintaa harjoittavien digituen järjestämisestä (DVV)	

TUTKIMUKSEN KOHDE**TUTKIMUKSET JA DATALÄHTEET****TUNNISTETUT PUUTTEET TILANNEKUVASSA**

Digituen tarjonta:
Digituen tarjoajien sitoutuminen digitueen ja sen asiakaslähtöiseen kehittämiseen

Palvelulupausraportti (VM)
Yritysten ja yhteisöjen digiosaaminen, Digituen tarve vuonna 2020 (DVV)
Digibarometri (TEM, LVM, Suomen Yrittäjät, EK, ETLA), Kunnat

Digituen asiakaslähtöinen kehittäminen asiakasprofiilien tarpeiden pohjalta

Digitaalisten palveluiden kehitys käyttäjälähtöisesti ja palveluiden yhteydessä oleva digituki ja sen laatu.

Digitaalisten palveluiden saavutettavuus

Palvelulupausraportti (VM)
Digibarometri (TEM, LVM, Suomen Yrittäjät, EK, ETLA), Järjestödigi (TIEKE, Viestintä-Piritta, Vitec), Etelä-Suomen Aluehallintoviraston julkaisemat raportit

Digituen tarve asiakasprofiileittain

Yritysten ja yhteisöjen digiosaaminen – Suosituksia elinkeinotoimintaa harjoittavien digituen järjestämisestä (DVV)

Digituen tarvetta asiakasprofiileittain tulisi tutkia laajemmin koko digituen kentässä ja verrata olemassa olevaan tarjontaan

Rahoituksen painotukset

Digibarometri (TEM, LVM, Suomen Yrittäjät, EK, ETLA)

Tiedot rahoittajilta

Tilannekuvan määrittäminen ohjaa digituen kehitystä

Tilannekuvan ajantasaisuus arvioidaan vuosittain, sekä aina kun uutta, merkittävää tietoa digituen ohjureista on tarjolla.

TAULUKKO 3. Digituen tilannekuvalle oleelliset trendit, päätavoitteet ja ohjurit

DIGITUEN AVAINTRENDIT	DIGITUEN PÄÄTAVOITTEET	DIGITUEN OHJURIT	DIGITUEN KEHITTÄMISEN KESKEISET TOIMENPITEET
Odotukset aika- ja paikkariippumattomasta palvelusta ja asioinnista	Määrä: Viranomaisasioidin siirtyminen digikanavaan	Digitaalisten palveluiden saavutettavuus	Digituen tarjonnan yhdenmukaistaminen
Asiakaspalvelusta itsepalveluun ja automaatioon	Laatu: Sujuva asiointi kaikissa kanavissa	Digituen tarve asiakassegmentteittäin	Digituen tarjonnan kohdentaminen tarvelähtöisesti
Digitalisoituminen on kaikkialla	Osaaminen: Yritysten ja yhteisöjen digimaturiteetin paraneminen	Rahoituksen painotukset	Digituen tarjonnan valtakunnallisen viestinnän vahvistaminen ja löydettävyyden parantaminen
Digitaalinen turvallisuusympäristö monimutkaistuu	Tarjonta: Digituen tarjoajat sitoutuvat digitukeen ja sen asiakaslähtöiseen kehittämiseen		

Tilannekuvan päätavoitteiden ja painotusten päättäminen

Digituen ohjureiden muutokset vaikuttavat tuen tavoitteiden ja tilannekuvan määrittelyyn. Määrittelyyn vaikuttaa myös esimerkiksi se, onko eri asiakasprofiilien painotuksissa tunnistettu muutosta digitaalisten palveluiden saavutettavuudessa tai digituen saamassa rahoituksessa. Digituen ja viranomaisasioinnin digitalisoinnin saamaa rahoitusta voidaan tarkastella esimerkiksi budjettivuoden alussa.

Digituen tilannekuvan tietolähteiden läpikäynti

Digituen tilannekuvaan tunnistetut tietolähteet valmistuvat pitkin kalenterivuotta erilaisilla sykleillä, tietolähteet ovat pääsääntöisesti muiden tahojen kuin DVV:n toteuttamia ja tutkivat laajempaa ilmiötä kuin digituki. Esimerkiksi Digibarometri on ETLA:n vuosittain tekemä tutkimus ja julkaisu. Sen sanotaan olevan digitaalisen Suomen kuvaaja ja ennustaja, sillä se mittaa digitaalisuuden hyödyntämistä.

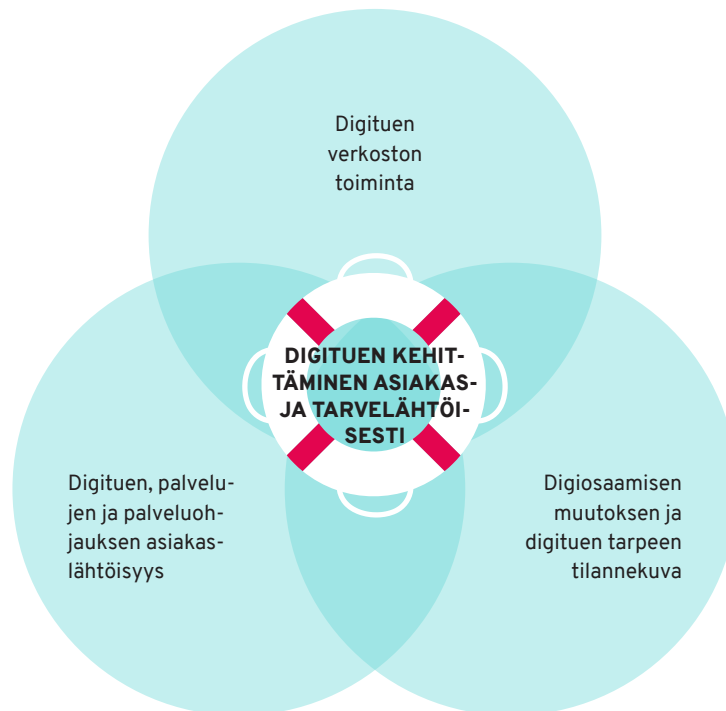
Tunnistetuista tietolähteistä poimitaan digituelle olennainen tieto. Digituen verkosto kirkastaa, mitä uusi tutkimustieto tarkoittaa käytännössä ja mihin toimenpiteisiin sen pohjalta ryhdytään. Digituen verkostossa tarkastellaan Järjestödigi-kartoitusta, jonka jälkeen analysoidaan tulosten merkitys, tunnistetaan tarvittavat toimenpiteet ja miten ne tulisi toteuttaa.

Puuttuvan tilannekuvatiedon tunnistaminen ja tutkimusten toteutus

Digituen verkosto arvioi ja seuraa tilannekuvan kehittymistä DVV:n johdolla ja tunnistaa siihen tarvittavia lisäselvityksiä, jotka liittyvät digituen päätavoitteisiin, painotuksiin ja toimenpiteisiin.

Lisäselvitykset suunnitellaan tarpeeseen pohjautuen. Tunnistettuja tarpeita lisäselvityksille ovat mm. digituen laadun mittaaminen ja tarvepohjainen kehittäminen. Menetelminä voivat olla esim. viranomaistoimijoiden kanssa yhdessä kehitetty asiakaskysely, laadullinen haastattelututkimus tietyille kohderyhmälle tai digitukeen liittyvien kysymysten sisällyttäminen säännöllisesti muiden toteuttamiin tutkimuksiin, kuten PK-yritysten Digibarometri ja Järjestödigi.

5 Digituen kehitysteemat



Elinkeinotoimintaa harjoittavien digitukiprojektin kokeilujen tuloksista tunnistimme kolme kehitysteemaa.

DIGITUEN VERKOSTON TOIMINTA

Digituen verkostoa voidaan laajentaa viranomaisten lisäksi myös muihin yritysten ja yhteisöjen digituen parissa toimiviin organisaatioihin. Tämä tarvitsee tuekseen verkoston työvälineiden kehittämistä. Lisäksi monobrändääminen, viranomaisten tarjoaman digituen yhtenäistäminen – soveltuvien osin – tarjoaisi asiakkaalle yhdenmukaisemman palvelukokemuksen.

Digituen (palvelu)ekosysteemin tunnistaminen ottaisi kaikki osalliset mukaan toiminnan yhteiseen kehittämiseen. DVV:n tulisi määritellä oma roolinsa myös suhteessa muihin ekosysteemin jäseniin.

Verkostossa tulisi jakaa hyviä käytänteitä ja muuta digituen kehittämiseen liittyvää tietoa. Lisäksi digituen tarjoamiseen liittyvää osaamista tulisi tunnistaa ja kehittää organisaatioissa. Näitä teemoja voidaan tukea vahvemmin verkoston toimintaa laajentamalla ja kehittämällä.

DIGITUEN, PALVELUJEN JA PALVELUOHJAUKSEN ASIAKASLÄHTÖISYYS

Asiakaslähtöisyyden varmistaminen ja kehittäminen on tunnistettu digituen tärkeäksi kehityskohteeksi. Elinkeinotoimintaa harjoittavat on kohderyhmänä erittäin laaja ja heterogeeninen, mutta asiointitarve sekundaarinen, sillä kaikki joutuvat asioimaan myös kansalaisen roolissa. Asiakaslähtöisyyttä kehittämällä voidaan kehittää myös digituen toimijoiden välistä palveluohjausta.

Digituen ja -palvelujen asiakaslähtöistä kehittämistä tulisi tukea. Tähän liittyen olisi tärkeää tunnistaa palvelujen laatuun liittyvä tieto ja jakaa sitä. Kehittämisessä tulisi huomioida niin strateginen, taktinen kuin operatiivinen taso. Digituelle perustetaan Asiakaslähtöisyyden seurantaryhmä varmistamaan digituen kehittämistä tähän suuntaan. Ryhmään kutsutaan mukaan avainhenkilöitä, jotka edustavat erilaisia digituen tarvitsijoita.

DIGIOSAAMISEN MUUTOKSEN JA DIGITUEN TARPEEN TILANNEKUVA

Digituen kehittämisen tueksi tarvitaan kohdennettua tietoa digiosaamisen muutoksesta ja digituen tarpeesta. Digituelle kehitetään tilannekuva sekä tiedon hyödyntämisen suunnitelma, joissa huomioidaan EU-tasoinen digiosaamisen määrittely. Tavoitteena on jatkuvan mittaamisen ja tilannekuvan käyttöönotto.

Digituen tehtävä reagoi muuttuvaan toimintaympäristöön

Tätä katsausta kirjoitettaessa Digi- ja väestötietovirastossa on käynnistymässä digituen pysyvän tehtävän valmistelu. Digituen rooli digipalvelujen käytön mahdollistajana ja digiosaamisen kehittäjänä on tunnistettu ja sitä halutaan vahvistaa. Elinkeinotoimintaa harjoittavien digituen ja digiosaamisen kehittäminen on jatkossa pysyvä osa Digi- ja väestötietoviraston digituen tehtävää.

Digiosaamisen sisällöt muuttuvat. Taitoja ja osaamista täytyy ylläpitää ja kehittää samaan tahtiin digitalisaatiokehityksen kanssa. Nuorten digitaidot -kartoituksessa (2021) nuoret tunnistivat tulevaisuuden digitaidoiksi muun muassa algoritmisen lukutaidon ja kriittisen medialukutaidon. Digituen roolina on myös tehdä näkyväksi näitä tulevaisuudessa tarvittavia digitaitoja ja tarjota mahdollisuuksia niiden opettamiseen ja ylläpitämiseen.

Elinkeinotoimintaa harjoittavien digitukiprojekti on saanut lämpimän vastaanoton sekä digituen tarjoajien että tuen tarvitsijoiden parissa. Toiminta on luonut uutta ymmärrystä ja oppia elinkeinotoimintaa harjoittavien digiosaamisesta ja tarvittavasta tuesta. Tässä julkaisussa esitellyt suositukset elinkeinotoimintaa harjoittavien digituen järjestämisestä kehityskohteineen luovat hyvää pohjaa pysyvälle tehtävälle.

Laaja ja monimuotoinen kohderyhmä asettaa omat vaatimuksensa digituen kehittämiseksi. Verkostoyhteistyö tarjoaa tähänkin hyvän lähtökohdan. Kukaan ei kaipaa lähtökohtaisesti lisää tukea vaan sujuvuutta asioiden hoitamiseen.

Lähteet

VIRALLISLÄHTEET

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta (306/2019, digipalvelulaki)

Hallintolaki (434/2003)

KIRJALLISUUSLÄHTEET

Digi- ja väestötietovirasto, Digitaalokartoitus. 2020. [<https://dvv.fi/-/suomalaistendigitaidot-ovat-suurimmaksi-osaksi-hyvalla-tasolla>]

Digi- ja väestötietovirasto, Yritysten ja yhteisöjen digiosaaminen, Digituen tarve vuonna 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>]

Digi- ja väestötietovirasto, Nuorten digitaidot -kartoitus. 2021. [<https://dvv.fi/-/digitaidot-eivat-synny-itsestaan-nuoret-kaipaavat-enemman-tukea-digimaailmassa-toimimiseen>]

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

Suomen Yrittäjät, Suomalaisten pk-yritysten digiosaaminen 2019. 2019. [https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/09/suomalaisten_pk_yritysten_digitaaliuus_2019_prior_konsultointi.pdf]

Valtioneuvosto, Pääministeri Sanna Marinin hallituksen ohjelma 10.12.2019: Osallista-va ja osaava Suomi – sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä yhteiskunta. 2019. Valtioneuvoston julkaisuja 2019:31.

Valtiovarainministeriö, YritysDigi-hanke, Digitalisaation edistämisen ohjelma: Raportti palvelulupauksista. 2020. [<https://vm.fi/documents/10623/30028323/Palvelulu-paus+-raportti+2020.pdf/14128f47-532e-f965-7529-27c370bbc6c2/Palvelulu-paus+-raportti+2020.pdf?t=1607069120783>]

VERKKOLÄHTEET

Digi- ja väestötietovirasto, Laatu työkalut. [<https://dvv.fi/-/laatu-yokalu-avulla-parempia-digitaalisia-palveluita>] (19.11.2021)

Digi- ja väestötietovirasto, Sähköisestä ajanvarauksesta joustavuutta parturi-kampaajan työhön. [<https://dreambroker.com/channel/3r2i5g5o/a521wrax>] (27.10.2021)

Digi- ja väestötietovirasto, Yritysten ja yhteisöjen digiosaaminen – Digituen tarve vuonna 2020. [<https://dvv.fi/digituki-yrityksille-ja-yhteisoille>] (9.9.2021)

Elinkeinoelämän keskusliitto – ETLA – Liikenne- ja viestintäministeriö – Suomen Yrittäjät – Työ- ja elinkeinoministeriö, Digibarometri. [<https://www.etla.fi/digibarometri/>] (28.9.2021)

Etelä-Suomen Aluehallintovirasto, Saavutettavuusvaatimukset. [<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/>] (3.11.2021)

SOSTE, Järjestöbarometri. [<https://www.soste.fi/jarjestobarometri/>] (13.10.2021)

Viestintä-Piritta – Tieke – Vitec, Järjestödigi. [<https://www.jarjestodigi.fi/>] (6.10.2021)

Yhdistynyt kuningaskunta, Yhdistyneen kuningaskunnan julkiset palvelut. [<https://www.gov.uk/>] (11.11.2021)

Valtiovarainministeriö, Digitalisaation edistämisen ohjelma. [<https://vm.fi/digitalisaation-edistamisen-ohjelma>] (5.10.2021)

Valtiovarainministeriö, YritysDigi-hanke. [<https://vm.fi/yritysdigi>] (1.11.2021)



**DIGI- JA
VÄESTÖTIETO-
VIRASTO**