

# Alustatalouden faktat ja myytit -podcast

## Jakso 22: Alustatalouden ABC, osa 2 – mitä alusta tarkoittaa teollisuudelle?

Alustatalouden Aapinen saa jatkoa! Tässä jaksossa palataan alustatalouden peruskysymysten äärelle teollisuuden näkökulmasta. Onko alustatalouden villi toimijamaailma tarpeeksi luotettava teollisuusyrityksille? Kun digitaalisuus on alustatalouden supervoima, pitäisikö digi kytkeä fyysisen tuotteen kylkeen vai fyysinen tuote digin kylkeen?

William von der Pahlenin, Timo Seppälän ja Robin Gustafssonin kanssa keskustelemassa on Aalto-yliopiston strategisen johtamisen apulaisprofessori Kimmo Karhu.

**Puhujat:** William von der Pahlen  
Robin Gustafsson  
Timo Seppälä  
Kimmo Karhu

[musiikkia]

William: Tervetuloa kuuntelemaan Alustatalouden faktat ja myytit -podcastia. Mun nimi on William von der Pahlen, ja meillä on uusintajakso tiedossa. Tänäkin tehdään ABC-jakso. Studioon on saapunut Aalto-yliopiston professori Robin Gustafsson, Aallosta opettaja Etlan johtava tutkija Timo Seppälä ja Aallosta apulaisprofessori Kimmo Karhu. Tervetuloa kaikille.

[keskustelijat kiittelevät]

[musiikkia]

William: Me tosiaan tehtiin viime kaudella yksi tällöinen Alustatalouden ABC -jakso, missä kerrottiin tärkeimpiä määrittelyitä sille, että mitä alustamaisuus on tai mitä alustatalous on. Jos me käydään ne eka läpi ja sitten mennään päivän aiheeseen.

Kimmo: Tosiaan ne ABC. Alustataloudessa on neljä keskeistä elementtiä. Alustatalouden ensimmäinen juttu on se, että siinä on aina suora interaktio, eli sen sijaan, että se on alustajalleenmyyjä, alustataloudessa suoraan tuottajat ja kuluttajat kohtaavat. Eli se suora interaktio on ensimmäinen alustatalouden fundamentti. Sitten toinen, mikä tästä suorasta interaktiosta kumpuaa, on se alustatalouden kasvu eli verkostovaikutus. Eli mitä enemmän on siellä tuottajia, sitä houkuttelevampi se alusta on kuluttajille, ja se menee myös toiste päin, että mitä enemmän kuluttajia, sitä kiinnostavampi tuottajille, ja nämä rupeavat ruokkimaan itse itseään. Tästä ilmiöstä puhutaan verkostovaikutuksena. Alustoissa on tällöinen itse itseään ruokkiva kasvu, joka tuo sen menestyksen niille alustoille. Nyt kun nämä tuottajat skaalautuvat isoissa määrin, tarvitaan keinoja, miten niitä tuottajia manageerataan. Sitten päästään siihen alustatalouden kolmanteen fundamenttiin eli rajaresurssit. Alustoissa ei niinkään keskitytä siihen kuluttajaosapuoleen, vaan sen alustan omistajan täytyy keskittyä siihen tuottajaosapuoleen, tuoda sille tuottajalle käyttöliittymä, eli ne rajaresurssit helpottavat sitä tuotantoa ja sitten taas tuottajat tuovat sen tarjoamuksen sinne kuluttajille. Nyt kun tässä ei puhuttu mitään vielä digitalisaatiosta, tämä onkin se juttu. Eli alustatalouden nämä kolme fundamenttia toimivat ihan digitalisaatiosta riippumatta. Nykyaalustoissa, miksi me on tämä menestys nähty, tietysti siinä on iso syy olla digitalisaatiolla, ja digitaalisilla resursseilla on supervoimia, eli neljäs fundamentti on digitaaliset supervoimat. Digitaalisia resursseja on helppo siirtää. Ne ovat hirmu suorituskykyisiä. Ne ovat erittäin täsmällisiä ja niistä voi tehdä mitä vain. Ei mitään fyysisen maailman rajoituksia. Sen takia alustat skaalautuvat globaalisti ja niissä on valtava kuhina ja niissä tehdään monenlaisia innovaatioita.

Robin: Tosiaan joo se viides on se itsenäinen tuottajuus tässä yhteydessä, eli mahdollistetaan se, että kuka tahansa voi milloin tahansa tuottaa alustoille vaikka sisältöä tai erilaisia palveluita ja innovoida sen ympärillä. Eli tämä on se viides fundamentti.

Kimmo: Aivan ja tuon voi ajatella tuon viidennen (--) [epäselvää] liittyy siihen rajaresurssiin vahvasti, eli just se rajaresurssi mahdollistaa tämän itsenäinen tuottajuuden. Tosiaan me taidettiin kutsua sitä itsenäiseksi tuottajuudeksi viime kerralla.

William: Mutta tämä on hyvä kertaus tähän alkuun. Voitte käydä kuuntelemassa toki koko jakson eli Alustatalouden ABC. Tänäkin olisi tarkoitus puhua myös toisesta aapisesta, mutta teollisuusyritysten näkökulmasta. Jos lähdetään liikkeelle siitä kysymyksestä, että miltä tämä aapinen ja fundamentit näyttävät teollisuusyritysten silmin tällä hetkellä.

Timo: Sanotaan, että siellä on oikeastaan yksi pullonkaula ja se ehkä on se, että aika harvoin teollisuusyritys päästää näitä tuottajia suoraan juttelemaan heidän asiakkaiden kanssa. Sillä voidaan esimerkiksi tarkoittaa sitä, että kun suunnitellaan uusia tuotteita tai palveluita, asiakasmääritykset tulevat nimenomaan siltä asiakasyritykseltä eikä siltä loppuasiakkaalta. Tässä tietenkin se yritys, joka välittää sitten näitä asiakasvaatimuksia, rajaa tavallaan omasta

näkökulmastansa niitä ja tehdään tavallaan tuotteita heidän mieltymysten mukaisesti, ei välttämättä oteta kaikkia asioita huomioon, mitä se loppuasiakas todellisuudessa vaatii.

Kimmo: Tosiaan tuo, että ne tuottajat eivät suoraan kohtaa kuluttajan kanssa, mikä on se alustan määritelmällinen suoran interaktion ehdoton edellytys, että olemassa alusta. Siihen liittyy se varmasti teollisuusyrityksissä, että teollisuusyritykset historiassa ovat tottuneet tuottamaan jotain asiaa. Ne ovat koko sen firman identiteetin rakentaneet jonkun asian tuottamisen ympärille. Jotta voisi suoraan kohdata ne tuottajat kuluttajat, sen firman täytyisi luopua siitä omasta tuottajuudestaan ja antaa niitten kolmansien osapuolien tehdä sen tuottamisen ja sitten kohtaa suoraan niitten kuluttajien kanssa. Se on tosi vaikeata. Siinä tosiaan joutuu luopumaan vähän niin kuin paradoksaalisesti siitä kaikesta arvokkaasta, mitä sä olet aina tottunut tekemään. Alustataloudessa sä luovut siitä ja sä keskityt vaan matchaamaan niitä tuottajia ja kuluttajia. Tämä on varmaan teollisuusyrityksille huomattavasti vaikeampaa kuin uusille startupeille, joilla ei ole sitä historian painolastia. Ne pystyvät ryntäämään siihen alustatalouteen paljon helpommin.

William: Joo. Nimenomaan piti kysyä tästä alihankinnasta ja siitä, että sitä tähän tehdään paljon, mutta se arvo syntyy nimenomaan siinä, että sä omistat ne asiakassuhteet. Aina puhutaan pörssiyrityksissä tilauskirjoista, ja se on mittari, millä määritellään sitä firman arvoa. Jos sä yhtäkkiä sitten oletkin vain alusta, se on varmaan aika pelottava asia. Se myös voi johtaa varmaan, voisi kuvitella, siihen että sun liikevaihto voi dramaattisestikin tippua. Eli voisi kuvitella, että se vaatii aika paljon rohkeutta oikeasti lähteä muuttamaan sitä totaalisesti yön yli tai ainakin pitkällä aikavälillä jopa sitä bisnesmallia.

Timo: Parhaimmillaan elektroniikka- tai tietokonepuolen ja kännykkäpuolen eri yritykset käyttivät aikoinaan tällaisia ulkopuolisia tuottajia. Niitä sanottiin ODM:ksi eli original design and manufacturing -yrityksiksi. Heille annettiin periaatteessa mandaatti esimerkiksi suunnitella täysin komplementaarinen tuote tämän kyseisen asiakasyrityksen portfolioon, mutta harvoin tässäkin tilanteessa oli sitä, että päästiin suoraan keskustelemaan sen loppuasiakkaan kanssa, joka tässä tapauksessa oli operaattori tai operaattorin takana oleva kuluttaja. Kyllä se tapahtui hyvin pitkälle sen annetun määrityksen mukaan, minkä tämä yritys oli tehnyt heidän markkinanäkökulmastansa.

Kimmo: Nyt kun mainitsit tuossa tuon totaalisuuden, ehkä se pointsi tässä just on tämä alustamaisuus. Eli teollisuusyrityksissä ratkaisu on se, että ei pyri olemaan se täydellinen kaksipuolinen markkina niin kuin App Store tai joku muu. Vaan sä voit vaan valita, että sä otat jonkun osan siitä tuotannosta, josta sä luovut kolmansien osapuolien hyväksi ja annat siellä kohdata. Sitten sä olet jo alustabisneksessä. Hommaa rullaa, niin sitten sä voit pikkuhiljaa laajentaa sitä. Eli vastaavasti niin kuin Applekin ei luopunut laitteiden tuottajuudesta kun taas Google luopui. Niissä on eroja. Kummatkin ovat alustoja. Toinen on vähän enemmän ja toinen vähemmän alusta. Tämä on varmaan se ratkaisu teollisuusyrityksille.

Robin: Joo. Ja ehkä tässä ominaispiirre on tämä suora interaktio, jota ei pystytä toteuttamaan samalla tavalla kuin kuluttajaliiketoiminnassa. Sen takia me ollaan toki nähty täällä business to business -puolella alustoja, jotka ovat syntyneet, mutta ne ovat olleet esimerkiksi vaihdanta-alustoja vaikka niin kuin rakennusmateriaalien markkinapaikka. Eli jos ei käytetä jotain materiaalia jostain rakennuspaikalta, sieltä voidaan sitten myydä sitä rakennusmateriaalia. Samanlaista esimerkiksi on ollut näitä rakennustarvikkeiden osalta niitten tällamoista jakamisen alustaa. Eli jos sulla on jotain rakennustarviketta, jota sä tarvitset, sä et omista sitä, vaan joku muu välittää sitä ja käytetään sitä samaa resurssia tehokkaammin näin.

Kimmo: Tämä oli itse asiassa tosi tärkeä pointsi tämä B2B. Sekin kertoo just siitä, että vähän niin kuin määritelmällisesti teollisuusalustoissa ei ole niin kova kuhina kuin kuluttaja-alustoissa. Kuluttaja-alustoissa puhutaan miljardeista kuluttajista ja miljoonista tuottajista, mutta teollisuusalustoissa yleensä paljon pienemmistä määristä. Se silti voi olla alusta, ja sen sijaan että on ne valtavat lukumäärät, siellä voi olla joku hyvin kuhiseva alusta pienillä lukumäärillä. Sekin on hyvä alusta.

William: Niin, eli se määritelmä ei ole välttämättä se, että sen pitää olla käyttövolyymltaan valtava tai että sen tarvii olla totaalinen, vaan sulla voi olla alustamaisia piirteitä sun liiketoiminnan sisällä, vaikka sun koko firma ei ole alusta ja vaikka se ei olisikaan niin iso.

Kimmo: Aivan. Lukumäärätkin voivat olla pieniä, mutta sitten voi olla tosiaan kovat interaktiot, tiheä kuhina siellä alustassa. Se on hyvä asia kanssa.

William: Eli jos mietitään, yksi tapa firmoille lähestyä tätä ongelmaa tai alustaksi muuttumista on nimenomaan semmoinen lähestymistapa, missä tehdään osittain tai tehdään jotain pientä, pilotoidaan jotain pientä hanketta ja pistetään tavoitteet kuriin. Mitä muita tapoja voisi olla? Mitä rajaresursseja, mitkä mainittiin tuossa? Mitä palveluita? Miten yritykset tai teollisuusyritykset voisivat lähteä ratkaisemaan ja lähestymään tätä ongelmaa, jos ne haluavat kuitenkin uudistaa omaa liiketoimintaansa ja muuttua enemmän alustamaiseksi?

Timo: Jos ajatellaan näitä rajaresursseja, niitähän on myöskin teollisissa tuotteissa. Hyvin yksinkertainen rajaresurssi on vaikka pistorasia seinässä, eli me linkitetään tietyn rajapinnan kautta meidän tietokoneet sähköverkkoon. Siinä on rajaresurssi, joka yhdistää nämä kaksi järjestelmäkokonaisuutta toisiinsa. Eli rajapintoja on ollut olemassa hyvin pitkään myöskin tässä fyysisessä maailmassa. Niitten käyttötarkoitus on ollut tietynlainen. Niitten käyttötarkoitus on ollut liittää tällamoisia komplementaarisuksia, mutta tämä eroaa hyvin pitkälle tästä alustataloudesta sillä tavalla, että nyt niillä ei olekaan mitään yhtenäistä... Nämä teollisuusyritykset eivät kontrolloi sitä markkinapaikkaa, vaan niitten markkinoiden on annettu syntyä ihan erillisenä kokonaisuutena. Tietenkin tämä alustatalous toi enemmänkin tämän softan näkökulman tähän näin. Siitä tulee tietenkin erilaisia mahdollisuuksia käyttää erilaisia resursseja, näitä digitaalisia resursseja.

Kimmo: Joo ja tavallaan alustataloudessa tuo rajaresurssi just kytkee asioita yhteen, mutta nimenomaan sitä, että sä voit tuottaa siihen alustaan jotain. Eli tavallaan se helpottaa niitä tuottajia toisaalta kytkemään ne omat komplementaariset juttunsa siihen alustaan, mutta toisaalta sitten ihan konkreettisesti voi olla semmoisia resursseja, jotka auttavat siinä tuottamisessa vaikka softakehityksessä. Teollisuusyrityksellä voi ajatella, että se liittyy siihen, että jos ne pystyvät tunnistamaan sen jonkun asian, minkä tuottajuudesta ne voivat luopua. Sitten kun ne luopuvat siitä omasta tuottajuudesta sen kolmannen osapuolen hyväksi, kannattaa heti miettiä, että millaisia digitaalisia rajaresursseja voisoin tehdä, jotta se kolmannen osapuolen tuottaminen olisi mahdollisimman helppoa ja se integroituisi siihen mun tarjoamaan mahdollisimman hyvin. Se on se keskeinen juttu tässä tuottajuudessa.

Timo: Tämä olisikin aika mielenkiintoinen keskustelu, jos mä ostan Continentalin renkaat ja sitten mä avaisinkin Continentalille ihan oman rajapinnan niihin renkaisiin, että se ei olisikaan kontrolloidusti sieltä auton käyttöliittymän kautta, vaan se tapahtuisikin omena kokonaisuutena. Syntyisikö siihen sitten uusia innovaatioita tähän rengas...

William: Ainakaan huoltoasemat ei tykkää susta, mutta...

Timo: Niin.

[musiikkia]

William: Mites sitten jos miettii rahoittajan näkökulmasta. Kuitenkin jos miettii sitä skaalautuvuutta, se on rahoittajille aika iso asia, eli potentiaali siihen, miten iso siitä hommasta voi kasvaa, onko tämä ongelma? Vai voiko ajatella niin, että nämä isot teollisuusyritykset ovat itse niin varakkaita tai niillä on niin kovat taseet monella, että se pystyy itse rahoittamaan tätä tuotekehitystä? Heillä on kuitenkin pienempi riski lähteä tällaisista tekemään kuin vaikka perinteisellä rahoittajalla.

Robin: Kyllä se näin just on, että totta kai suurilla yrityksillä on riskinotto kyky. Kyllähän ne selvästi ovat liikkuneet sinne suuntaan päin, että ne muodostavat tällaisia yhdessä tekemisen konsortioita, joissa lähdetään hakemaan vaikka näitä yhteisiä rajapintoja vaikka datan käyttöön. Eli koko ajanhan kysymys on siitä, että tällainen data on arvokasta ja ei haluta avata tätä dataa muille kilpailijoille. Ollaan hyvin varovaisia siitä, että kuka päästetään mukaan tällaisiin konsortioihin. Otetaan kumppaneita ja pienempiä toimijoita, ja sen takia tämä etenee hitaammin kuin esimerkiksi kuluttajaliiketoiminnassa. Tämä on lähtökohta ja toinenhan on se, että tässä liiketoiminnassa totta kaihan nämä laitteet itsessään se teknologia tuottaa todella ison arvon itsessään. Elikä se data on semmoinen lisäelementti siihen, että koneet ja laitteet voivat toimia paremmin tai tehokkaammin tai me voidaan hyödyntää niitä tehokkaammin. Mutta totta kai tässä on toisaalta syntymässä uudenlaisia omistajuuksille ehkä.

Kimmo: Perinteisessä teollisuudessa jos sulla on joku fyysinen laita tai joku muu se sun ydinjuttusi, digitalisaatio tuo sinnekin valtavasti mahdollisuuksia. Tosiaan digitalisaation digitaalinen yksi supervoima on tämä rajattomuus, että nolilla ja ykköillä voi tehdä ihan mitä vain. Teollisuusyrityksillä olisi se mahdollisuus, että ne voisivat avata sen digitaalisen innovaatioavaruuden siihen fyysisen kylkeen.

Timo: Ja näinhän se oikeastaan on tapahtunutkin monella teollisuuden alalla. Jos me vaikka katsotaan John Deeren traktoreita, siihen on rakentunut nimenomaan tähän digitaalisuuden ympärille ihan oma verkosto toimijoita, mutta se verkosto toimijoita ei ole läheskään niin suuri. Sitten oikeastaan näihin liittyy monesti myöskin sellaista asiaa, mitä ei välttämättä digitaalisten alustojen yhteydessä ole keskusteltu. Näihin liittyy liiketoiminnallisia salaisuuksia niihin tuotteisiin. Siellä on ehkä erilaiset innovaatioiden suojausmekanismit, salassapitosopimukset. Siinä tulee tällaisia tiettyjä lainsäädännöllisiä rajoitteita siihen, että välttämättä sitä tietoa ei voida niin avoimesti jakaa kaikille tuottajille kuin tällaisessa alustataloudessa, jossa kuitenkin se käyttäjä on "anonyymi", kun se käyttää sitä järjestelmää.

Robin: Senhän taki teollisuudessa tällä hetkellä puhutaan ja mietitään paljon tällaisia lokaaleja verkostoja, jotka voidaan nyt muodostaa 5G:n avulla esineiden välillä. Se mahdollistaa turvallisemman toiminnan näitten laitteiden välisessä kommunikoinnissa. Ja myös totta kai tämän datan poolaaminen mahdollistuu silloin, kun me voidaan luoda näitä lokaaleja verkostoja.

William: Nimenomaan, eli tässä on tiettyjä esteitä sille, että miten teollisuusyritykset voivat käyttää dataa. Eli pitäisi synnyttää aika paljon luottamusta niihin, jotka pääsevät käsiksi siihen, omiin alihankkijoihinsa, omiin asiakkaisiinsa, jotta sitä pystyy käyttämään ilman, että siitä syntyy ongelmia. Mutta se kuitenkin kuulostaa siltä, että se, että sitä dataa saataisiin valjastettua käyttöön, olisi todella iso asia ja se voisi olla nimenomaan yksi niistä tavoista, millä nämä teollisuusyritykset voisivat vauhdittaa arvonluontia.

Timo: Ja oikeastaan se asia lähtee hyvin pitkälle purkautumaan siitä, että jos nämä isot teolliset toimijat ensimmäisessä vaiheessa muuttaisivat heidän loppuasiakassopimuksiansa siihen suuntaan, että siellä olisi erillisiä klausuuleita siitä, että miten dataa voidaan jakaa kolmansien osapuolien kesken. Hyvin useinhan teollisuudessa sopimukset ovat kahdenkeskeisiä. Alustataloudessa ne ovat siinä vaiheessa, kun me ruvetaan käyttämään sitä sovellusta, se sopimus, mikä me allekirjoitetaan, on heti monikeskeinen, eli se data voidaan jakaa eteenpäin, mutta teollisessa kontekstissa näin ei ole. Sen pitää lähteä sen muutoksen sieltä.

Kimmo: Tämä datan jakaminen tässä on mun mielestä tärkeä huomaa se, että data on tosissaan hyvin alikäytetty resurssi. Jos ihmisen työaikaa, normaalia resurssia käytetään, sitä voi käyttää vain yksi taho. Ihminen voi tehdä yhtä työtä. Dataa voi käyttää miljoonat samaan aikaan, ja se ei kulu mihinkään. Siinä on valtava potentiaali. Jos se saataisiin jaettua siihen miljoonien tahojen yhtäaikaan käyttöön, siitä saataisiin arvoa luotua valtavan paljon. Tästä on hyviä esimerkkejä open source ja avoimet vaikka lääketieteelliset tietokannat. Niillä on valtava käyttöarvo, koska ne ovat avoimia ja jaettuja. Tässä ehkä se ratkaisu voisi olla, että voisi katsoa näitä, että miten vaikka open sourcen ympärille

on tullut kuitenkin niitä bisnesmahdollisuuksia. Se bisnes voi olla jossain muualla kuin siinä itse asian omistamisessa, siinä softakoodissa tai nyt tässä tapauksessa datassa, vaan jossain tukevissa palveluissa tai jossakin toisessa. Potentiaalia siellä on lähtökohtaisesti.

Timo: Joku sanoi mulle sillain, että yrityksiin tarvitaan joustava juristi [nauraa].

Kimmo: Ja vastaavasti julkisella puolella varmasti, että sielläkin saataisiin alustatalous rullaamaan, sinne tarvittaisiin kanssa joustavia juristeja, että pikkaisen osattaisiin tulkita, välillä tehdä jotain kokeiluja, että saataisiin kokemusta. Sieltä saattaa löytyä se oikea ratkaisu.

Timo: Mehän voitaisiin heittää tässä vähän haastetta tuonne Helsingin yliopiston ja oikeustieteellisen laitoksen puoleen, että rupeaisi kouluttamaan tällaisia joustavia juristeja.

William: Uusi koulutuslinja.

Timo: Joo.

Robin: Ja eihän me heitetä vain läppää tästä joustavasta juristista, koska se tulee jatkuvasti, kun käydään keskustelua teollisuuden kanssa ja myös muiden toimialojen kanssa siitä datan hyödyntämisestä, avaamisesta. Tässä yhteydessä just tietyllä tavalla se varovaisuus on läsnä siinä ja juristit ovat nostamassa esille tätä. Ja totta kai ne ovat tietyllä tavalla oikeassa, mutta toisaalta ehkä just se, mitä Kimmo puhui aikaisemmin siitä, että pientä kokeilua, alustamaista kokeilua on ainoa tapa edetä tässä, koska nämä firmat tarvitsevat myös datan käytöstä lisää osaamista ja se tulee vain sillä, että lähdetään kokeilemaan. Mutta siihen tosiaan on iso varovaisuus tällä hetkellä. Se toinen asia, mitä mä tuon vielä esille tässä, on toki datan arvon määrittelyn vaikeus. Datan arvoa on hankala määrittellä, sen hyödyntämispotentiaali, ennen kuin sitä käytetään.

Timo: Ja me puhutaan kuitenkin sitten yrityksissä ihan huomattavista investoinneista, mitä he joutuvat tekemään ennakkoon ennen kuin he edes pystyvät kokeilemaan, että onko sille datalle jotain käyttöä olemassa.

William: Miten sitä voisi lähestyä? Voisiko syntyä mitään arvoa siitä, että yritykset sitoutusivat antamaan anonymista dataa johonkin aggregaattialustalle tai aggregoiduille alustoille ja kaikki saisivat käyttää sitä yhteistä dataa? Voiko sitä ajatella näin?

Timo: Tässä on ihan sama ongelma vähän, että niillä on liian yksityiskohtaista dataa meistä monella yrityksellä. Jos ne tekevät siitä anonymista, se on ihan samalla tavalla jalostusjuttu, eli se pitää jalostaa siihen käyttötarkoitukseen. Ja nämä ovat tietenkin ylimääräisiä ponnistuksia siellä yrityksessä lähteä tekemään tämäntyyppisiä asioita monesti.

Kimmo: Se on monesti lähes mahdotonta se anonymisointi. Henkilödatasta vaikka millaisia esimerkkejä löytyy maailmalta, miten jostakin hyvinkin lähtökohtaisesti anonymista datasta, jostakin webin cookie-datasta, pystytään valtavasti yksityiskohtaisia tietoja päättelemään ihmisten elämästä. Tässä tavallaan se digitaalinen supervoima se täsmällisyys on rajoittava tekijä. Digitaalinen on niin täsmällistä, että sieltä on vaikea hävittää se tiukka informaatio. Mä veikkaan, että teollisista prosesseista jos kerätään dataa, kyllä se on aika vaikea tasapaino löytää, miten sä hävität sen firman kannalta kriittisen tiedon siitä prosessista silleensä, että se silti kertoisi jotain olennaista siitä prosessista, jotta se olisi jotenkin arvokasta jollekin toiselle. Se on hyvin vaikea ratkaista.

[musiikkia]

William: Pohditaan vielä vähän liiketoimintamalleja ja monetisointia. Se on tullut vähän epäsuorasti tässä, että jos luopuu siitä asiakassuhteesta, siitä ydintoiminnastaan, voi olla, että ainakin paperilla tuntuu siltä, että suuri osa omasta liiketoiminnasta katoaa. Jos sä katsot digijättejä, kaikki melkein käyttävät Googlen tai Facebookin jotain palveluita eivätkä maksa siitä mitään, mutta ne kuitenkin ovat maailman arvokkaimpia yhtiöitä, eli he selvästi onnistuvat monetisoimaan sen epäsuorasti tai jollain tapaa ilman, että se kuluttaja maksaa omilla rahoillaan. Se maksaa tietenkin datalla niin kuin ollaan puhuttu. Mitkä voisivat olla ne mallit teollisuusyrityksille? Pystyttekö te kertomaan jotain ideoita tai esimerkkejä? Jos mä nyt olen teollisuusyrityksen pomo tässä ja (--) [epäselvää] kaikki tämä kuulostaa ihan hyvältä, että olisihan se ihan kiva, jos ei tarvitse omistaa asiakassuhteita ja voisi vain luoda alustan ja antaa ihmisten tuolla pyöriä ja tehdä ja me saadaan koko ajan rahaa sisään. Mun on vaikea teollisuuspomona kuitenkin nähdä sitä, että miten se pitäisi olla, mitä mun pitäisi rakentaa, mitkä ovat teollisuuden epäsuorat monetisaation mahdollisuudet.

Kimmo: Jos me tähän osattaisiin vastata, [naurahtelua] oltaisiin varmaan rikkaita. Ehkä se tärkein pointti tässä on just tosiaan tajuta se, että pitää miettiä niitä epäsuoria malleja, eli vaikka että mainostulojen kautta. Google kuitenkin tekee rahansa mainostulojen kautta. Sitten se pystyy ne muut asiat antamaan ilmaiseksi. Se liittyy tähän tuottajuudesta luopumiseen ja asiakkaista huolehtimisesta luopumiseen ja myös siihen, että se ainut tapa firmalle laskea rahaa on niille asiakkaille tehtävästä myynnistä. Teollisuusyritysten täytyy tavallaan kyseenalaistaa kokonaan ne mallit ja oma ajattelu ja kyetä ajattelemaan uudella lailla.

Timo: Mä ehkä sanoisin sillä tavalla, että tämä liittyy oleellisesti siihen, että aikaisemmin maailma oli täynnä tällaisia monialayrityksiä ja sitten meillä tuli strategiakirjallisuus ja se pyysi yrityksiä keskittymään tiettyihin liiketoimintoihin ja tiettyyn coreen. Nyt yhtäkkiä me havaitaan, että nyt ne vaikka paperiteollisuuden asiakkaatkin tulevatkin kosmetiikkateollisuudesta tai ne tulevatkin jostain muualta. Tässä tulee tavallaan se, että nämä teollisuusyritykset joutuvat miettimään sitä uudelleen, että mikä on heidän asiakaskuntansa, että kuinka se asiakaskunta laajenee mahdollisten erilaisten sivumateriaalivirtojen ja datavirtojen kautta uusiin asiakassegmentteihin. Semmoinen

ajattelutapa pitäisi pikkuhiljaa tuoda näitten suuryritysten johtoryhmien sinne agendalle, että hei, onko meidän asiakaskunta muuttumassa tässä ja ruveta tekemään sen mukaisia panostuksia.

Kimmo: Toi on mun mielestä tosi tärkeä pointsi, minkä Timo nosti esiin toi monialayrityskulma. Jos ajattelee näitä isoja alustajajättejä niin kuin Amazon tai Google, ne toimivat valtavan laajalla skaalalla meidän elämässä ja yritysten elämässä. Okei, sulla on joku epäsuora monetisointimalli. Se on yksi ratkaisu. Toinen voi olla tosiaan se, että sä teet jossakin sektorissa rankkaa tappiota jonkun aikaa tai pitkänkin aikaa ja sitten sä vuolet rahaa toisaalla. Amazon on tästä mun mielestä hyvä esimerkki. Nehän tekivät siitä niitten hienoimmasta alustasta, siitä e-commerce-alustasta, vuosikausia ihan valtavia tappioita, mutta ne vuolivat rahaa taas tästä pilvipalvelusta, joka oli vähän vahinkoalusta niille, mutta äärimmäisen tuottoisa. Tavallaan se tuo sitä turvaa, että kun sä toimit monella sektorilla, jostakin sä voit tehdä rahaa. Ehkä näitten teollisuusyritysten tosiaan täytyy miettiä, että ei vain se yksi juttu, vaan semmoisia tukevia juttuja, joista jostakin voi tehdä rahaa. Se on kanssa yksi ratkaisu.

William: Mites sitten vielä jos miettii tuotesuunnittelun näkökulmasta, keskustelu mitä käydään aika usein, on nimenomaan se, että miten sä liität fyysisen maailman digiin, miten sä saat alustamaisuutta luotua jonkun sun fyysisen palvelun ympärille. Tässä oli kirjoitettu tällainen quote tähän käsikirjoitukseen myös, että mitäs jos se olisi silleen, että tulevaisuudessa kuitenkin fyysiset tuotteet rakennetaan digin sisään. Eli syökö digi ihan oikeasti maailman niin, että tulee kunnan ajattelutavan muutos silleen, että kaikki rakennetaan digi edellä myös ikään kuin fyysinen maailma?

Kimmo: Jotenkin kyllä itse ajattelen, että maailma on kuitenkin fyysinen. Me eletään fyysistä maailmaa, ja asiat tapahtuvat täällä. Osa asioista tapahtuu digimaailmassa ja osa tapahtuu fyysisessä maailmassa, mutta kyllä mä kuitenkin jotenkin ajattelen, että merkittävin osa kuitenkin loppupeleissä... Niin kuin nyt nämä nykyiset kriisit osoittavat. Energia on aika fyysistä asiaa. Se on meille äärimmäisen merkityksellinen. Ehkä se on vähän niin kuin molemmat, että siellä on arvoa siellä digimaailmassa etenkin kuluttajapuolella, mutta varmasti myös yrityspuolella. Se on ehkä semmoinen, mitä ei ole vielä hirveästi puhuttu, että millaista puhdasta arvoa on bisneksille ihan puhtaasti digimaailmassa. Mutta merkittävää on myös se, että miten sitä digiä kytketään siihen fyysiseen maailmaan. Se voi tuoda merkittävää lisäarvoa siihen fyysiseen maailmaan. Sielläkin on varmaan kortteja katsomatta vielä ihan hirveä määrä. Eihän meitä auta yhtään, jos meillä on joku maailman hienoin neuroverkko ja maailman syvin neuroverkko ja muut koneoppimisratkaisut ja saadaan jonkun datan perusteella tehtyä joku hieno analyysi ja lopputulema, jos sitä ei saada takaisin sinne fyysiseen maailmaan toiminnaksi. Jos se nojaa siihen, että joku johtaja lukee jostakin ruudulta sen lopputuloksen ja sitten rupeaa taas executoimaan sitä organisaatiossa, okei se on yksi tapa saattaa se datasta löytynyt tulos takaisin sinne fyysiseen maailmaan. Sen takia se, että on myös tämä vanha robotiikka ja... Robottikädet voivat tuoda sen päätöksen takaisin sinne fyysiseen maailmaan. Se helposti unohtuu meiltä, että tosiaan ne päätökset pitää saada takaisin sinne fyysiseen maailmaan, koska tämä maailma on fyysinen. Se on tässä ehkä unohtunut viime aikoina tässä koneoppimisinnostuksessa.

Timo: Niin, nyt me viedään asioita pilveen, mutta me ei tuoda sieltä pilvestä takaisin sinne käytäntöön. Esimerkiksi tässä koko teollisen internetin kehityksessä on ollut vielä se ongelma, että sitä kerätään niistä laitteista sitä dataa jonnekin laitetoimijan ratkaisuun, mutta sitä laajempaa datamassaa ei ikinä palauteta takaisin sinne sille assetin omistajalle, koska siellä assetilla ei ole sitä kykyä käsitellä. Elikä puolet asioista jää toteutumatta edelleen.

Robin: Niin. Siinä mielessä (-) [epäselvää] toteutuu tämäntyyppinen futuurinen ajattelu. Sehän on Google Maps. Siihen voidaan kytkeä tosiaan ravintoloita. Sinne voidaan kytkeä näitä erilaisia kauppia ynnä muuta. Me löydetään ne sieltä. Me saadaan entistä enemmän dataa siitä. Me akkumuloidaan sinne dataa, ja toisaalta ne, jotka ovat siellä alustalla, saavat informaatiota omista asiakkaistaan ja ne voivat myös markkinoida itseään tätä kautta. Samaa on yritetty nyt täällä liikkumisen puolella, tämä Mobility as a Service, MaaS-ratkaisuilla. Siinä yhdistetään taksit, polkupyörät, autot ynnä muuta, ja sä ostat sen kokonaispaketin, sen liikkumisen siinä, mutta se on osoittautunut hirveän hankalaksi, todella hankalaksi saada nämä eri osapuolet toimimaan tällaisessa alustassa ja myös jakaa tiettyllä tavalla sitä siivua niille takaisin ja toisaalta millä tavalla ne hyötyvät. Elikä molemmat osapuolet pitää hyötyä tämäntyyppisistä ratkaisuista, missä me poolataan monia toimijoita tällaiseen softaympäristöön.

Timo: Tämä on mun mielestä tosi hyvä esimerkki tämä Google Maps siitä, että miten kaikki voi hyvin toimia yhteen ja miten kaikki toimijat liittyvät osaksi sitä järjestelmää. Tässä on teollisuusyrityksillä tosi iso mun mielestä haaste tarkastella ja lähteä tutkimaan, että miten Google Maps toimii tässä kuluttajarajapinnassa ja että löytyykö sieltä sitten oppeja näihin teollisiin datan jakamisen ja yhteensopivuuden käytänteisiin. Oikeastaan se kysymys kuuluu, että mikä on teollisuuden Google Maps.

William: Siihen kysymykseen me ehkä päätetään tämä aapiskeskustelu, mutta eiköhän me taas viisastuttu tai ainakin esitetty hyviä kysymyksiä. Ehkä yhteenvetona voi todeta, että teollisuusyrityksillä on pikkasen vielä matkaa tässä alustatalouskehityksessä verrattuna ehkä kuluttajayrityksiin. Siellä on iso potentiaali, mutta se verkosto, mikä luodaan, on huomattavasti pienempi kuin kuluttajapuolella, mutta siellä on kuitenkin mahdollisuus luoda täysin uusia liiketoimintamalleja. Me ei vielä keksitty ihan täysin, mitä ne ovat. Jos me keksittäisiin, se olisi hyvä asia, mutta me nähdään, että muuttamalla ajatustapaa teollisuusyrityksillä on aika iso potentiaali muuttaa omaa liiketoimintamallia ja myös pärjätä ehkä tulevaisuudessa. Kiitos Robin ja Timo ja Kimmo.

[keskustelijat kiittävät]

[musiikkia]