

Roope Koitola

# DIGITALISAATION VAIKUTUKSET YRITTÄJYYTEEN



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO  
INFORMAATIOTEKNOLOGIAN TIEDEKUNTA  
2018

## TIIVISTELMÄ

Koitola, Roope  
Digitalisaation vaikutukset yrittäjyyteen  
Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2018, 31 s.  
Tietojärjestelmätiede, kandidaatin tutkielma  
Ohjaaja: Luoma, Eetu

Tämän kandidaatin tutkielman tarkoituksena oli selvittää kirjallisuuskatsauksen avulla minkälaisia vaikutuksia digitalisaatiolla on yrittäjyyteen. Jotta näitä vaikutuksia pystyttiin löytämään, tutkielmassa pureuduttiin ensin digitalisaation ja yrittäjyyden määritelmiin. Digitalisaation katsotaan tarkoittavan uusien teknologioiden käyttöönoton aiheuttamaa muutosta ihmisten, yritysten ja yhteiskunnan toiminnassa. Yrittäjyyttä puolestaan määritellään erilaisilla yrittäjään liitettävillä piirteillä, kuten innovatiivisuudella ja toiminnoilla, kuten yrityksen perustamisella. Kirjallisuuskatsauksen tuloksena selviää, että digitalisaatio tuo yrittäjyyteen lukuisia uusia mahdollisuuksia ja helpotuksia aina yrityksen perustamisesta liiketoiminnan kansainvälistämiseen. Suurimmiksi digitalisaation aiheuttamiksi haasteiksi kirjallisuuskatsauksen perusteella löydettiin digitalisaation huomiotta jättäminen sekä digitaalisen toimintaympäristön kansainvälisyyden aiheuttama kilpailun suuri määrä.

Asiasanat: digitalisaatio, yrittäjyys, digitaalinen yrittäjyys

## **ABSTRACT**

Koitola, Roope

The effects of digitalization on entrepreneurship

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2018, 31 p.

Information Systems Science, Bachelor's Thesis

Supervisor: Luoma, Eetu

The aim of this Bachelor's thesis was to find out what kind of effects digitalization has on entrepreneurship, through conducting a literature review. In order to find these effects, the thesis first examined the definitions of digitalization and entrepreneurship. Digitalization is considered to denote the changes in the way people, businesses and society function due to implementation of new technologies. Entrepreneurship is defined by a variety of entrepreneurial features such as innovation and activities such as establishing a business. As a result of conducting this literature review it was found that digitalization brings numerous new opportunities and facilitations to entrepreneurship from establishing a business to internationalization of a business. The biggest challenges caused by digitalization, based on the literature review, were the ignorance of digitalization and the large number of competition caused by the internationality of the digital business environment.

Keywords: digitalization, entrepreneurship, digital entrepreneurship

## KUVIOT

|  |    |
|--|----|
| KUVIO 1 (Suomennettu Parviaisen ym. 2017 kuviosta) ..... | 13 |
| KUVIO 2 Yrittäjyyden tasot (Kyrö, 1998) .....            | 19 |

# SISÄLLYS

|   |    |
|---|----|
| TIIVISTELMÄ .....                                     | 2  |
| ABSTRACT .....  | 3  |
| KUVIOT.....   | 4  |
| SISÄLLYS .....  | 5  |
| 1 JOHDANTO.....                                       | 6  |
| 2 DIGITALISAATIO.....                                 | 9  |
| 2.1 Määritelmä ja käsitteet .....                     | 9  |
| 2.2 Historia .....                                    | 11 |
| 2.3 Digitalisaation vaikutukset liiketoimintaan ..... | 12 |
| 2.4 Yhteenveto digitalisaatiosta.....                 | 16 |
| 3 YRITTÄJYYS.....                                     | 17 |
| 3.1 Määritelmät .....                                 | 17 |
| 3.1.1 Yrittäjä .....                                  | 17 |
| 3.1.2 Yrittäjyys .....                                | 18 |
| 3.1.3 Digitaalinen yrittäjyys.....                    | 21 |
| 3.2 Digitalisaation vaikutukset yrittäjyyteen.....    | 22 |
| 3.3 Yhteenveto yrittäjyydestä .....                   | 25 |
| 4 YHTEENVETO.....                                     | 26 |
| LÄHTEET .....   | 29 |

# 1 JOHDANTO

Kandidaatin tutkielman aiheeksi valikoitui digitalisaatio, jota tutkielmassa tarkastellaan yrittäjyyden näkökulmasta. Yrittäjyyttä on käsitelty kirjallisuudessa jo pitkään kuten myös digitalisaatiota, vaikkakin se yrittäjyyteen verrattuna on käsitteenä melko tuore. Molemmat käsitteet ovat valtaosalle tuttuja, mutta niiden määrittelyt akateemisessa kirjallisuudessa ovat monimuotoisia ja osittain toisistaan poikkeavia. Digitalisaation katsotaan alkaneen kirjoittajasta riippuen 1900-luvun puolivälin molemmin puolin. Drathin ja Horchin (2014) mukaan digitalisaatio sai alkunsa kolmannen teollisen vallankumouksen myötä, kun teknologiayritys Modicon julkaisi vuonna 1969 ensimmäisen ohjelmoitavan logiikan ohjaimen (engl. programmable logic controller), joka mahdollisti automaatiojärjestelmien digitaalisen ohjelmoinnin. Digitalisaatioon liittyvässä kirjallisuudessa ilmiötä käsitellään termein kuten: digitaalinen transformaatio (engl. digital transformation), digitaalinen vallankumous (engl. digital revolution), digitalisointi ja samaa tarkoittava digitointi (engl. digitization, digitizing) ja digitaalinen konvergenssi (engl. digital convergence).

Yrittäjyydelle ei kirjallisuuden perusteella ole olemassa universaalia määritelmää, vaan yrittäjyyttä kuvaillaan suurilta osin erilaisilla yrittäjään liitettävillä piirteillä ja toiminnoilla ja yrittäjyyteen liitetään usein uuden yrityksen perustaminen. Shanen & Venkataramanin (2000) mukaan yrittäjyys ei kuitenkaan vaadi uuden yrityksen perustamista, mutta voi sisältää sen. Suomen kielien sanoilla yrittäjä ja yrittäjyys viitataan yleensä henkilön omistamaan yritykseen, kun taas englanninkielisiin vastineisiin entrepreneur (yrittäjä) ja entrepreneurship (yrittäjyys) liitetään usein myös tietynlainen yrityksen johtamistyyli ja kasvupalukkuus, jota kirjallisuudessa kutsutaan yrittäjähenkisyydeksi (Huuskonen, 1992; Carland, Hoy, Boulton & Carland, 1984). Myös englanninkielisessä kirjallisuudessa yrittäjyyteen yhdistetään usein pienyrityksen omistus ja johtaminen, vaikka ne eivät ole toisiaan mahdollistavia tai poissulkevia tekijöitä.

Digitalisaation on tunnistettu olevan yksi suurimmista tekijöistä, joka on vaikuttanut ja tulee vaikuttamaan yhteiskuntaan (Paasi, 2017). Digitalisaation määrittelmistä voidaan päätellä, että se muuttaa maailmaa ja toimintatapoja uusien teknologioiden yleistymisen ja niiden käyttöönoton myötä. Näin ollen myös yrittäjien tulisi muuttaa toimintatapojaan hyötyäkseen tästä muutoksesta

ja pysyäkseen kilpailussa mukana. Digitalisaatio vaikuttaa kaikkiin yrityksiin ja vaikutukset tulevat vain kasvamaan tulevaisuudessa (Parviainen, Tihinen, Kääriäinen & Teppola, 2017). Digitalisaation tärkeys tiedostetaan, mutta yrittäjillä on vaikeuksia tunnistaa sen tuomia vaikutuksia ja etenkin sitä arvoa mitä digitalisaatiolla on tarjota liiketoimintaan (Parviainen ym., 2017; Neumeier, Wolf & Oesterle, 2017). Yrittäjien tulee ottaa huomioon uusien teknologioiden ja niihin liittyvien liiketoimintamallien kehittyminen tuotteiden lisäksi myös yrityksen sisäisissä prosesseissa (Hernesniemi, 2010). Esimerkiksi pelkästään tietovaltaisten prosessien digitalisoinnilla voidaan saavuttaa jopa 90 % säästöt kustannuksissa (Parviainen ym., 2017). Digitalisaation vaikutuksesta yrittäjyyden kirjallisuudessa on alettu puhua digitaalisesta yrittäjyydestä. Digitaalinen yrittäjyys on akateemisessa kirjallisuudessa vielä melko tuore käsite ja aineistoa on saatavilla rajallisesti. Tässä kandidaatin tutkielmassa pyritään kartoittamaan digitaaliseen yrittäjyyteen liittyvää kirjallisuutta. Digitaalinen yrittäjyys on saanut huomiota kansallisten johtajien ja akateemikoiden keskuudessa lukuisten innovatiivisella tavalla teknologiaa hyödyntävien yritysten, kuten Airbnb:n ja Uberin ansiosta. Digitaalisen yrittäjyyden toivotaankin olevan maailmantalouden pelastaja. (Leong, Pan & Liu, 2016.)

Tämän tutkielman tavoitteena on löytää kirjallisuudesta digitalisaation mahdollisia vaikutuksia yrittäjyyteen sekä mitä yrittäjien tulisi ottaa huomioon, jotta he pystyisivät väistämään digitalisaation mukanaan tuomat sudenkuopat sekä onnistuisivat hyödyntämään sen tarjoamat mahdollisuudet liiketoimintansa. Tästä syystä tutkielmalle on asetettu tutkimuskysymys:

- **Mitä vaikutuksia digitalisaatiolla on yrittäjyyteen?**

Jotta näitä vaikutuksia, niin uhkia kuin mahdollisuuksiakin voidaan löytää ja analysoida, tulee ensin selvittää kirjallisuuden avulla mitä digitalisaatio ja yrittäjyys kirjallisuuden mukaan tarkoittavat sekä mitä vaikutuksia digitalisaatiolla on liiketoiminnalle yleisesti. Tästä syystä tutkielmalle on asetettu apukysymykset:

- **Mitä on digitalisaatio?**
- **Mitä on yrittäjyys?**
- **Mitä on digitaalinen yrittäjyys?**
- **Mitä vaikutuksia digitalisaatiolla on liiketoiminnalle?**

Tutkielma toteutettiin kirjallisuuskatsauksena. Aineistoa etsittiin pääosin erilaisista verkossa olevista tietokannoista kuten: AIS Electronic Library, Google Scholar, IEEE Xplore Digital Library, JYKDOK. Digitalisaatioon liittyviä hakusanoja, joita käytettiin ovat: "digitalization", "digitalisation", "digital transformation", "digital convergence", "digital revolution" sekä "digitizing". Yrittäjyyteen liittyviä hakusanoja, joita käytettiin ovat: "entrepreneurship", "entrepreneur" sekä "digital entrepreneurship". Lisäksi hakusanoina on käytetty kaik-

kien yllämainittujen yhdistelmiä sekä suomenkielisiä vastineita hakusanoista. Digitalisaation osalta lähteissä painotettiin aineiston tuoreutta ja viittausten määrää. Yrittäjyyden osalta aineiston tuoreutta tärkeämmäksi koettiin viittausten määrä, koska yrittäjyyttä on käsitelty kirjallisuudessa huomattavasti digitalisaatiota pitempään.

Tutkielman rakenne on seuraavanlainen: Ensimmäisessä sisältöluvussa pureudutaan digitalisaatioon, sen määritelmiin ja käsitteisiin, digitalisaation historiaan ja digitalisaation vaikutuksiin liiketoimintaan ja vedetään lyhyesti yhteen löydöksiä. Toinen sisältöluke käsittelee yrittäjyyttä, sen määritelmiä ja keskeisiä käsitteitä sekä digitalisaation vaikutuksia yrittäjyyteen. Lisäksi luvussa avataan käsitettä digitaalinen yrittäjyys. Kolmas sisältöluke eli yhteenveto, käsittelee löydettyjä tuloksia ja pohdintoja. Yhteenvedossa myös esitellään löydettyt vastaukset tutkimuskysymyksiin ja jatkotutkimusaiheet.



## 2 DIGITALISAATIO

Digitalisaation on tunnistettu olevan aikakautemme suurin muutosvoima (Ilmarinen & Koskela, 2015), joka muuttaa ihmisten käyttäytymistä ja yritysten toimintaympäristöä. Termiä digitalisaatio käytetään kirjallisuudessa paljon ja sitä on määritelty useiden eri tahojen toimesta. Digitalisaatiosta käytetään kirjallisuudessa erilaisia termejä, kuten Digitaalinen transformaatio (engl. Digital transformation), Digitaalinen konvergenssi (engl. Digital convergence), Digitaalinen vallankumous (engl. Digital revolution), Digitalisointi (engl. Digitization, digitizing) ja kolmas teollinen vallankumous. Digitalisaation määritelmät ovat kirjallisuudessa monimuotoiset ja vaihtelevat osittain kirjoittajan mukaan. Usein eroavaisuudet johtuvat kullakin hetkellä tarkasteltavana olevasta näkökulmasta ja sen laajuudesta. Määritelmistä on kuitenkin löydettävissä myös yhtäläisyyksiä. Tämän kappaleen tarkoituksena on tarkastella, mitä digitalisaatiosta on akateemisessa kirjallisuudessa kirjoitettu. Aluksi tarkastellaan digitalisaation määritelmiä ja keskeistä käsitettä: digitalisointia. Sen jälkeen tarkastellaan digitalisaation historiaa, jonka jälkeen siirrytään tarkastelemaan digitalisaation vaikutuksia liiketoimintaan.

### 2.1 Määritelmä ja käsitteet

Digitalisaatio ja digitalisointi ovat kaksi toisiaan lähellä olevaa ja usein kirjallisuudessa samaa tarkoittavina käytettyjä termejä (Brennen & Kreiss, 2016). Vaikka digitalisaatio ja digitalisointi liittyvätkin vahvasti toisiinsa, Tilsonin, Lyytisen ja Sørensenin (2010) mukaan on tärkeää erottaa nämä termit toisistaan. Myös Brennen ja Kreiss (2016) korostavat, että on tärkeää vetää raja digitalisoinnin ja digitalisaation välille. Digitalisaatio saa muutosvoimansa digitalisoinnista ja sitä kautta teknologiasta, mutta digitalisaatiosta voidaan puhua vasta kun digitalisointi aiheuttaa muutoksen ihmisten käyttäytymisessä, markkinoiden dynamiikassa ja yritysten ydintoiminnassa (Ilmarinen & Koskela, 2015).

Digitalisoinnilla tarkoitetaan prosessia, jossa analogista tietoa muutetaan digitaaliseen muotoon (Tilson ym., 2010). Brennen ja Kreiss (2016) yhtyvät tähän määritelmään mutta tarkentavat, että tieto muutetaan digitaalisiksi biteiksi, ykkösiksi ja nolliksi, jotka eivät voi saada muuta muotoa. Koska digitalisoitu tieto voi saada vain kaksi eri arvoa, ykkösen tai nollan, sitä voidaan hyödyntää monella eri tavalla, toisin kuin analogista tietoa, joka voi saada arvokseen lähes mitä arvoja vain (Brennen & Kreiss, 2016). Analogisen tiedon ja sen käsittelyyn liittyvien laitteiden välillä on tiukat paritukset, esimerkiksi VHS-kasettien katseluun tarvitaan tiettyä tiedon muotoa vastaava laite, VHS-nauhuri (Yoo, Lyytinen, Boland & Berente, 2010). Digitalisointi poistaa tämän tiukan parituksen tietotyypin ja sen käsittelyyn liittyvän teknologian välillä, koska digitalisoitu tieto on yhtenäisessä muodossa, sitä voidaan varastoida, siirtää sekä käsitellä samalla teknologialla (Tilson ym., 2010). Myös Hernesniemi (2010) myötäilee aiempia määritelmiä digitalisoinnista. Hän jopa vertaa digitalisointia kirjapainon keksimiseen, koska painettu kirja mahdollisti tiedon levittämisen suuremmalle yleisölle kuin käsintehdyt kopiot. Nyt digitalisoitua tietoa saadaan välitettyä helpommin tiedon tuottajalta tiedon käyttäjille pienillä kustannuksilla, saavuttaen tiedon rajattoman levittämisen ja hyödyntämisen. Vaikka digitaaliset teknologiat ovat kalliimpia kuin analogiset, voidaan digitalisoitua tietoa hyödyntää monipuolisemmin, samalla tehostaen toimintaa ja karsien kuluja. (Hernesniemi, 2010.) Tietovaltaisten prosessien digitalisoinnilla voidaan saavuttaa jopa 90 % säästöt kustannuksissa (Parviainen ym., 2017).

Fichmanin, Dos Santosin ja Zhengin (2014) mukaan digitalisaatiolla viitataan käytäntöön, jossa ennen osittain tai kokonaan analogista tai fyysisistä sisältöä tai prosesseja muutetaan digitaaliseen muotoon ja samalla saavutetaan parempi tehokkuus ja joustavuus prosesseissa. Määritelmä vastaa siis aiemmin esiteltyjä määritelmiä digitalisoinnista.

Parviainen ym. (2017) ovat lähteneet määrittelemään digitalisaatiota organisaation näkökulmasta. Heidän mukaan digitalisaatiossa on kyse enemmänkin perustavanlaatuisesta muutoksesta, kuin pelkästään olemassa olevien prosessien digitalisoinnista. Heidän mukaan digitalisaatiolla tarkoitetaan erilaisten digitaalisten teknologioiden käyttöönoton myötä useilla tasoilla tapahtuvaa muutosta työtavoissa ja rooleissa organisaation sisällä tai organisaation toimintaympäristössä. He listaavat muutosten tapahtuvan niin prosessi-, organisaatio-, liiketoiminta-, kuin yhteiskuntatasollakin. Prosessitasolla tapahtuvilla muutoksilla he tarkoittavat uusien digitaalisten työkalujen käyttöönottoa ja prosessien virtaviivaistamista, vähentäen samalla manuaalisen työn määrää. Organisaatiotason muutoksilla he tarkoittavat uudenlaisten palvelujen tarjoamista ja vanhentuneiden käytäntöjen hylkäämistä sekä olemassa olevien palvelujen uudistamista. Liiketoimintatason muutoksilla he tarkoittavat roolien ja arvoketjujen muuttamista toimintaympäristössä. Arvoketjujen muuttamisesta he antavat esimerkiksi sen, että digitalisaation myötä turhat välikädet voidaan karsia ja asiakkaisiin voidaan olla suoraan yhteydessä esimerkiksi mobiililaitteen välityksellä. Yhteiskuntatason muutoksilla he tarkoittavat muutosta yhteiskuntarakenteissa, esimerkiksi muutosta työskentelymalleissa ja keinoissa vaikuttaa päätöksentekoon. (Parviainen ym., 2017).

Stolterman ja Fors (2004) myötäilevät sitä, että digitalisaatiossa on kyse suuremmasta ilmiöstä kuin pelkästään tiedon digitalisoinnista. Heidän mukaan digitalisaatiossa on kyse digitaalisten teknologioiden aiheuttamista muutoksista ja vaikutuksista elämän jokaisella osa-alueella, laajentaen näkökulmaa organisaatiosta koko yhteiskuntaan (Stolterman & Fors, 2014). Valtionkonttorin (2015) mukaan digitalisaatiossa on kyse toimintatapojen uudistamisesta uudenlaisia digitaalisia teknologioita, kuten pilvipalveluita ja sosiaalista mediaa hyödyntäen.

Tilsonin ym. (2010) mukaan digitalisaatiossa on kyse sosioteknisestä prosessista, jossa digitalisointia hyödyntämällä muutetaan sosiaalisia ja vakiintuneita käytäntöjä sekä digitaalisten teknologioiden infrastruktuuria. He myös nostavat esille, että digitalisaatioon liittyy vahvasti perinteisten (fyysisten) infrastruktuurien korvaaminen digitaalisilla infrastruktuureilla. Myös Yoo ym. (2010) sanovat että kyseessä on sosiotekninen muutos, johon liittyy uusien sosioteknisten rakenteiden organisoituja artefakteja hyödyntäen, kuin myös muutokset artefakteissa itsessään. Digitalisaatio mahdollistaa ennen tiettyä tarkoitusta varten luotujen laitteiden, verkkojen, palveluiden ja sisältöjen järjestelyn ja uudelleen järjestelyn. He lisäävät vielä, että digitalisaatio on jatkuva, itseään ruokkiva kierre. (Yoo ym., 2010.)

## 2.2 Historia

Digitalisaation katsotaan alkaneen kirjoittajasta sekä digitalisaation määritelmästä riippuen eri ajanjaksoina. Digitalisoinnin katsotaan saaneen alkunsa 1800-luvun loppupuolella, kun filosofi Gottfried Leibniz kehitti binäärilukujärjestelmän. Järjestelmä loi myöhemmin perustan morseaakkosille ja morsetukselle, josta tuli sähkösanomien lähettämisen standardi. Tämän katsotaan olleen historiallinen perusta myöhemmälle kehitykselle digitalisoinnin ja ohjelmistotalan parissa. (Brennen & Kreiss, 2016.) Binäärilukujärjestelmän keksimisen voidaan katsoa mahdollistaneen digitalisaation.

Drath ja Horch (2014) puhuvat digitalisaatiosta kolmantena teollisena vallankumouksena. Ensimmäinen teollinen vallankumous tapahtui 1780-luvulla, kun höyrykoneen keksimisen myötä tehtaissa pystyttiin vähentämään manuaalisen työn määrää ja lisäämään tuottavuutta. Toinen teollinen vallankumous tapahtui noin sata vuotta myöhemmin, kun teollisuudessa alettiin käyttämään katkeamattomia sähköisiä tuotantolinjoja, liukuhihnoja, mahdollistaen esimerkiksi Ford T-automallin massatuotannon. Myös toisessa teollisessa vallankumouksessa manuaalisen työn määrä väheni ja tuottavuus kasvoi räjähdysmäisesti. Kolmas teollinen vallankumous, digitalisaatio, sai alkunsa vuonna 1969 kun teknologiayritys Modicon loi ensimmäisen ohjelmoitavan logiikan ohjaimen (engl. Programmable Logic Controller), joka mahdollisti automaatiojärjestelmien digitaalisen ohjelmoinnin. Modiconin kehittämä ohjelmointiparadigma ohjaa automaatiojärjestelmien suunnittelua tänäkin päivänä ja mahdollistaa nykyiset joustavat ja tehokkaat automaatiojärjestelmät. (Drath & Horch, 2014.)

Yoon ym. (2010) mukaan digitalisaation historia etenee kolmessa aallossa. Digitalisaation ensimmäinen aalto sisältää analogisten sisältöjen digitalisointia ilman sen suurempaa perustavanlaatuaista muutosta teollisuuden rakenteissa (Yoo ym., 2010). Eli digitalisaation ensimmäisen aallon voidaan katsoa tämän näkemyksen mukaan alkaneen 1800-luvun loppupuolella, jolloin Brennen ja Kreiss (2016) kertoivat digitalisoinnin saaneen alkunsa.

Digitalisaation toisen aallon myötä aiemmin tiukasti paritettujen laitteiden, verkkojen, palveluiden ja sisältöjen väliset rajat alkavat haihtua. Digitalisoidut sisällöt voidaan tarjota monikäyttöisen verkon ja ohjelmistopohjaisten laitteiden kautta. Esimerkiksi puhelut voidaan tuottaa samalla laadulla huolimatta siitä, onko käyttäjällä käytössä lankapuhelin, matkapuhelin vai pöytätietokone. Myös muuta mediaa esimerkiksi musiikkia, kirjoja ja elokuvia voidaan toimittaa käyttäjille ilman aiempia tiukkoja laiterajoja.

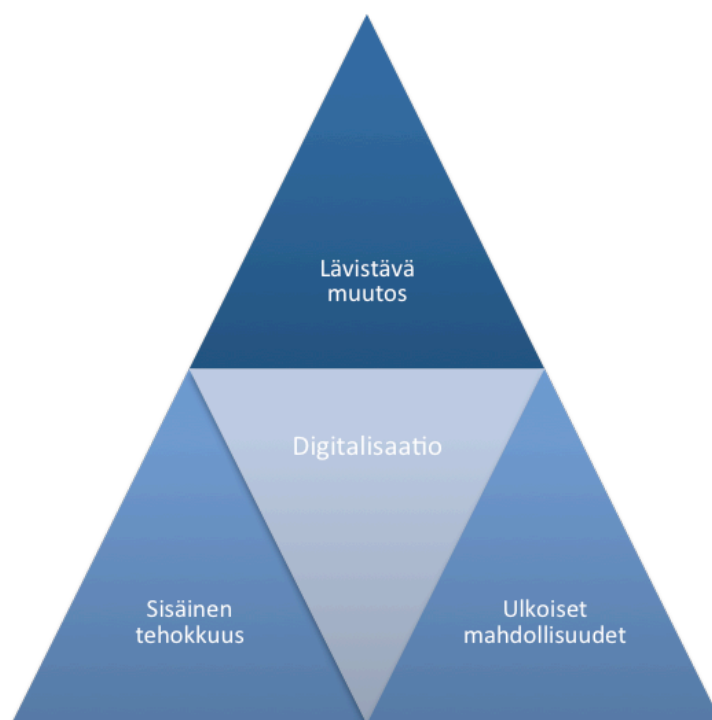
Digitalisaation kolmannen aallon myötä markkinoille alkoi ilmestymään ennennäkemättömiä, tuoterajat ylittäviä tuotteita ja palveluita. Näille tuotteille ja palveluille ominaista on perinteisten ja digitalisoitujen ominaisuuksien yhdistäminen uudella innovatiivisella tavalla. Esimerkki tällaisesta tuotteesta on juoksukenkään asennettava RFID-siru, joka mahdollistaa datan keräämisen juoksijasta. Kerättyä dataa, esimerkiksi sijaintitietoja ja juoksuvauhtia, voidaan myöhemmin analysoida ja jakaa suoraan juoksijan sosiaaliseen mediaan. Digitalisaation kolmannen aallon tuloksena ennen näkymätöntä dataa voidaan nyt kaapata ja tehdä näkyväksi ja näin ollen mahdollistaa digitalisaation myötä loputtomat mahdollisuudet uusille innovaatioille. (Yoo ym., 2010.)

### **2.3 Digitalisaation vaikutukset liiketoimintaan**

Kuten aiemmin on todettu, digitalisaatiossa on kyse muutoksesta niin organisaatioissa kuin elämän jokaisella osa-alueellakin. Digitalisaatio muuttaa kilpailun sääntöjä ja yritysten tulee sopeutua sen tuomiin ulkoisiin muutoksiin (Neumeier ym., 2017). Liiketoiminnan digitalisaatio näyttäytyy usein erilaisina verkkosisältöinä, esimerkiksi verkkokauppoina tai mobiilisovelluksina. Kyseessä on oikeasti kuitenkin paljon suurempi muutos yritysten toiminnassa ja se koskettaa kaikkia yrityksiä toimialasta riippumatta. (Ilmarinen & Koskela 2015.) Parviaisen ym. (2017) mukaan digitalisaatio vaikuttaa organisaatioihin monella eri tavalla. Vaikutukset näkyvät informaatioteknologiassa, strategiassa, liiketoimintamalleissa, tuotteissa ja palveluissa, sisäisissä ja ulkoisissa prosesseissa sekä organisaatio- ja yrityskulttuureissa. Digitalisaatio vaikuttaa yritysten koko liiketoimintaympäristöön, niin sisäiseen kuin ulkoiseenkin toimintaan, ja vaikutukset tulevat vain kasvamaan tulevaisuudessa. Vaikka digitalisaation tärkeys tiedostetaan, yrityksillä on usein vaikeuksia tunnistaa ja ymmärtää sen tuomat potentiaaliset hyödyt ja vaikutukset. (Parviainen ym., 2017.) Neumeier ym. (2017) myötäilevät tätä ja sanovat, että yritykset eivät ymmärrä sitä arvoa, jota digitalisaatiolla on tarjota liiketoimintaan. Yritysten tulisi olla proaktiivisia digitalisaation suhteen sen sijaan, että yritykset jäisivät odottamaan mitä tuleman

pitää ja olettaisivat että tämän hetkinen asema markkinoilla säilyisi tekemättä mitään (Parviainen ym., 2017).

Parviainen ym. (2017) ovat jakaneet digitalisaation vaikutukset liiketoimintaan kolmeen osa-alueeseen (KUVIO 1). Näissä kolmessa osa-alueessa on esitetty mitä yritysten tulee ottaa huomioon, että voidaan ymmärtää digitalisaation vaikutukset paremmin ja hyötyä niistä.



KUVIO 1 (Suomennettu Parviaisen ym. 2017 kuviosta)

Sisäisellä tehokkuudella tarkoitetaan lisääntyneitä tehokkuutta, laatua ja johdonmukaisuutta liiketoimintaprosesseissa digitaalisia keinoja hyödyntäen. Manuaalisten toimenpiteiden vähentäminen on tärkeä osa tehokkuuden parantamista. Digitalisoiduista prosesseista saadaan kerättyä dataa helpommin, jonka myötä saadaan parempi reaaliaikainen kuva prosessien toimivuudesta ja tuloksista. Rutiininomaisten työtehtävien automatisoinnilla työntekijöiden resursseja voidaan ohjata tehokkaammin uusien taitojen kehittämiseen, joka johtaa parantuneeseen työtyytyväisyyteen. Digitalisaation avulla organisaation sisäistä dataa voidaan organisoida paremmin sekä integroida dataa myös muista lähteistä liiketoiminnan tueksi. Sisäinen tehokkuus on siis työskentelytapojen ja sisäisten prosessien tehostamista digitaalisten keinojen avulla.

Ulkoisilla mahdollisuuksilla tarkoitetaan digitalisaation tuomien uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamista nykyisellä toimialalla. Uudet digitaaliset teknologiat voivat luoda mahdollisuuksia uusille tuotteille ja palveluille sekä mahdollistaa nopeamman reagoinnin asiakkaiden tarpeisiin. Digitaalisten kanavien kautta voidaan lyhentää arvoketjua ja olla asiakkaisiin yhteydessä

suoraan. Digitaalisten kanavien myötä on myös helpompi tavoittaa kokonaan uusia asiakkaita.

Lävistäväällä muutoksella tarkoitetaan digitalisaation aiheuttamia muutoksia yrityksen toimintaympäristössä. Toimintaympäristön muuttumisen johdosta yrityksen nykyinen liiketoiminta voi olla kokonaan vanhentunut. Digitalisaation vaikutuksia liiketoimintaan ei voida ajatella vain nykyisten prosessien digitalisoinnin kautta, vaan tarkastella nykyisiä liiketoimia digitaalisten keinojen tuomien mahdollisuuksien kautta täysin uudesta näkökulmasta. Esimerkkeinä tällaisista muutoksista voidaan mainita Uber, joka on häirinnyt perinteistä taksi-liiketoimintaa sekä Airbnb, joka on muuttanut perinteistä hotelliliiketoimintaa. Lisäksi erilaiset suoratoistopalvelut ovat muuttaneet media-alaa. Yritysten on vastattava näihin toimintaympäristön muutoksiin pysyäkseen mukana kilpailussa. (Parviainen ym., 2017.)

Neumeier ym. (2017) ovat löytäneet vastaavanlaisia vaikutuksia. He jaksavat digitalisaation vaikutukset liiketoimintaan viiteen osa-alueeseen ja avaavat näitä kunkin osa-alueen kautta saavutettavissa olevien hyötyjen kautta. Digitalisaation aiheuttamat vaikutukset tapahtuvat infrastruktuurissa, informaation käsittelyssä, liiketoimintaprosesseissa, liiketoimintamalleissa ja asiakastasolla.

Infrastruktuuritason tavoitteena on älykkäiden teknologioiden käyttöönotto. Älykkäiden teknologioiden käyttöönotto ei itsessään luo vaikutuksia liiketoimintaan, mutta teknologioiden hyödyntäminen vaikuttaa liiketoimintaan muiden neljän osa-alueen kautta.

Informaation käsittelytasolla tavoitteena on uudet toimintamallit. Uuden toimintamallin kehittäminen vaatii kehittyneen informaatiopohjan, joka puolestaan vaatii kehittyneemmän tietämyksenhallinnan sekä asiakasoivalluksia. Asiakasoivallukset voidaan saavuttaa analysoimalla asiakasdataa. Kehittynyt tietämyksenhallinta taas voidaan saavuttaa analysoimalla yrityksen sisäistä dataa sekä hyödyntämällä reaaliaikaista dataa.

Liiketoimintaprosessitasolla tavoitteena on tuottavuuden lisääminen. Tuottavuutta voidaan lisätä kehittämällä prosesseja. Prosessien kehittäminen taas tapahtuu automatisoimalla prosesseja ja tekemällä niistä joustavia.

Liiketoimintamallitasolla tavoitteena on voiton lisääminen. Voiton lisääminen koostuu kolmesta osa-alueesta: tulojen kasvattamisesta, riskien vähentämisestä ja kilpailuedun saavuttamisesta. Tulojen kasvattaminen vaatii myynnin kasvattamista, joka puolestaan vaatii asiakaskunnan kasvattamista. Asiakaskuntaa voidaan kasvattaa laajentamalla toimintaa digitaalisiin kanaviin ja uusille liiketoimintakentille sekä tehostamalla markkinointiviestintää. Toiminnan laajentaminen uusille liiketoimintakentille vaatii uusia digitaalisiin innovaatioihin perustuvia liiketoimintamalleja. Kilpailuedun saavuttaminen voidaan saavuttaa karsimalla kuluja, joka taas voidaan saavuttaa tehokkuuden kautta. Riskien vähentäminen voidaan saavuttaa kehittyneellä riskinhallintastrategialla.

Asiakastasolla tavoitteena on asiakaskonversion lisääminen. Asiakaskonversion lisääminen on mahdollista asiakaskäyttäytymisen ohjaamisella, joka puolestaan on riippuvainen siitä, miten merkitykselliseksi asiakkaat kokevat yrityksen. Tämä taas riippuu asiakaskokemuksesta, johon voidaan vaikuttaa yrityksen ja asiakkaan välisellä vuorovaikutuksella, räätälöidyillä ratkaisulla,

innovatiivisilla tuotteilla ja palveluilla sekä tuotteiden ja palveluiden laadulla. (Neumeier ym., 2017.)

Fichman ym. (2014) käsittelevät digitalisaation vaikutuksia liiketoimintaan digitaalisten innovaatioiden kautta. Yritysten johtajilla on digitalisaation myötä mahdollisuudet kehittää digitaalisia innovaatioita itse aiempaa helpommin. Digitaalisten innovaatioiden kehittämiseen he tarjoavat neljäntasoisin mallin johon sisältyy havaitseminen, kehittäminen, leviäminen sekä vaikutukset.

Havaitsemisvaiheessa uusia digitalisaation mahdollistamia ideoita, joilla on potentiaalia kehittyä uudeksi prosessiksi, tuotteeksi tai liiketoimintamalliksi, yritetään joko keksiä itse tai havaita ulkopuolelta. Uusien ideoiden keksimisellä tarkoitetaan jonkin uuden luomista yrityksen omien luovien prosessien kautta. Ulkopuolisten ideoiden havaitsemisella taas tarkoitetaan potentiaalisten ideoiden löytämistä ja arviointia yrityksen ulkopuolelta, ja niiden käyttöönottamista sellaisenaan tai yritykselle sopivaksi muokattuna. Tuote- ja liiketoimintamalli-innovaatioissa käytetään molempia: itse keksimistä sekä ulkopuolisten ideoiden havaitsemista. Prosessi-innovaatioissa yleisempää on ulkopuolisten ideoiden havaitseminen.

Kehitysvaiheessa idean keskiössä oleva teknologia kehitetään käytettäväksi innovaatioksi. Tuote- ja liiketoimintamalli-innovaatioissa tämä vaihe sisältää keskiössä olevan teknologian viimeistelyä täydentävillä tuotteilla ja palveluilla valmiiksi ratkaisuksi johonkin tiettyyn käyttötarkoitukseen. Prosessi-innovaatioissa valitaan mitä teknologian ominaisuuksia käytetään ja käytetäänkö niitä sellaisenaan vai vaativatko ne mukauttamista sekä pohditaan, miten teknologia integroidaan yrityksen olemassa oleviin teknologioihin. Lisäksi pohditaan, tarvitseeko yrityksen prosesseja muuttaa ja miten yritys sulauttaa teknologian osaksi toimintaansa käyttääkseen sitä hyväksi.

Leviämisvaiheessa kehitetty innovaatio leviää potentiaalisten käyttäjien keskuudessa. Tällä tarkoitetaan käyttäjien hyväksyntää ja innovaation omaksumista osaksi jokapäiväisiä rutiineja tai työskentelytapoja.

Viimeisessä vaiheessa tarkastellaan innovaation tahallisia ja tahattomia vaikutuksia yksilöihin, organisaatioihin, markkinoihin sekä yhteiskuntaan. Yrityksissä digitaaliset innovaatiot voivat parantuneen tehokkuuden myötä vaikuttaa positiivisesti kustannuksiin sekä muista erottuvien tuotteiden ja liiketoimintamallien myötä tuloihin. Tämä vaihe sisältää myös arvon omimisen sekä muuntamisen. Tuote- ja liiketoimintamalli-innovaatioissa arvon omimisella tarkoitetaan aineettoman omaisuuden sekä täydentävien tuotteiden ja palveluiden turvaamista kilpailijoilta. Prosessi-innovaatioissa arvon omiminen sisältää jatkuvan teknologian ja yrityksen muuntamisen niin, että yritys voi hyödyntää innovaation tuomat uudet mahdollisuudet. (Fichman ym., 2014)

## 2.4 Yhteenveto digitalisaatiosta

Digitalisaation määritelmät vaihtelevat kirjallisuudessa tarkasteltavana olevan näkökulman mukaan. Usein digitalisaatiota määritellään esimerkiksi organisaation tai yrityksen näkökulmasta, jolloin määritelmästä saadaan suppeampi ja konkreettisempi. Kaikille digitalisaation määritelmille on kuitenkin yhteistä teknologioiden hyödyntäminen ja sen aiheuttamat muutokset niin ihmisten, yritysten kuin yhteiskunnankin toiminnassa. Myös digitalisointi, eli analogisen tiedon saattaminen digitaaliseen muotoon, on keskiössä suurimmassa osaa määritelmiä.

Digitalisaation vaikutuksia liiketoimintaan käsitellään kirjallisuudessa lähinnä sen tuomien mahdollisuuksien kautta. Mahdollisuuksia on tunnistettu käytännössä kaikilta liiketoiminnan tasoilta, aina teknologioiden käyttöönotosta yrityksen ja asiakkaan väliseen interaktioon. Vaikutuksiin liitetään usein myös innovaatiot ja niiden hyödyntäminen liiketoiminnassa. Perusajatuksena on siis yrityksen tai organisaation toimintaympäristön muuttuminen ja tähän muutokseen sopeutuminen sekä mahdollisuuksien hyödyntäminen. Digitalisaation negatiiviset vaikutukset liiketoimintaan rajoittuvat kirjallisuudessa lähes poikkeuksetta digitalisaation aliarvioimiseen ja sen huomiotta jättämiseen.



## 3 YRITTÄJYYS

Yrittäjyyttä ja yrittäjää on akateemisessa kirjallisuudessa määritelty aina 1700-luvulta saakka. Vielä tänäkin päivänä akateemikoiden näkemykset yrittäjyyden ja yrittäjän määritelmistä eroavat toisistaan huomattavasti ja yleisesti hyväksytyä, universaalia määritelmää ei ole tunnustettu. Yrittäjyyttä ja yrittäjää on aikojen saatossa määritelty yleensä joko ominaispiirteiden tai käyttäytymismallien kautta. Osa kirjoittajista kuitenkin yhdistelee osa-alueita molemmista määritelmässään. Suurin este yrittäjyyttä käsittelevän teoreettisen viitekehyksen luomiselle on sen määritelmä (Shane & Venkataraman, 2000). Digitalisaatio on tuonut muutoksia ja vaikutuksia niin yrittäjyyteen kuin sen määritelmiinkin. Tämän kappaleen tarkoituksena on perehtyä siihen, mitä yrittäjyydestä ja yrittäjistä on akateemisessa kirjallisuudessa kirjoitettu. Aluksi tarkastellaan yrittäjyyden ja yrittäjän määritelmiä, jonka jälkeen siirrytään käsittelemään digitaalista yrittäjyyttä. Lopuksi tarkastellaan digitalisaation vaikutuksia yrittäjyyteen ja vedetään lyhyesti löydöksiä yhteen.

### 3.1 Määritelmät

#### 3.1.1 Yrittäjä

Yrittäjän määritelmä on vuosien saatossa kehittynyt mutta tänäkään päivänä sille ei ole yhtä universaalia määritelmää. Vielä vuonna 1897 yrittäjä (engl. entrepreneur) tarkoitti Oxford English Dictionaryssa kapellimestaria, joka järjesti musiikkiesityksiä. Vasta vuoden 1930 painoksessa yrittäjän määritelmään sisällytettiin yritystoimintaan liittyviä merkityksiä. (Huuskonen, 1992.)

Yksi aikaisimmista akateemisessa kirjallisuudessa tunnistetuista yrittäjän määritelmistä on Cantillonin (1734) määritelmä, jonka mukaan yrittäjä on yksilö, joka tekee rationaalisia päätöksiä, hyväksyy riskejä ja johtaa yritystä (Carland ym., 1984). Schumpeterin (1934) mukaan yrittäjä on innovatiivinen yksilö, joka yhdistää resursseja uudella innovatiivisella tavalla. Carland ym. (1984) myötäilevät sitä, että yrittäjä on innovatiivinen yksilö. Heidän mukaan yrittäjä on in-

novatiivisesti käyttäytyvä yksilö, joka perustaa yrityksen ja johtaa sitä saavuttaakseen voittoa ja kasvua. Heidän mukaan on tärkeää vetää raja yrittäjän ja pienyrityksen omistajan välille. Yrittäjän ja pienyrityksen omistajan tai yrityksen johtajan erottaa nimenomaan pyrkimys kasvuun sekä innovatiivisuus. (Carland ym., 1984.) Mill (1848) taas on sitä mieltä, että yrittäjän riskin kantaminen on yrittäjän ja yrityksen johtajan erottava tekijä. Kun taas Schumpeterin (1934) mukaan riski on yrityksen omistajan, ei yrittäjän vastuulla.

Isenbergin (2011) mukaan yrittäjä on henkilö, joka tavoittelee taloudellista arvoa kasvun kautta ja on aina tyytymätön nykytilaan. Yrittäjä ostaa resursseja halvalla, muuntaa ne riskin kautta ja myy ne voitolla eteenpäin. (Isenberg, 2011.)

Gartnerin (1988) mukaan yrittäjä on henkilö, joka perustaa yrityksen. Muita vaatimuksia yrittäjän määritelmälle ei ole. Hänen mukaan yrittäjää ei voi määritellä ominaispiirteillä, vaan nimenomaan yrityksen perustamisella. Tätä väitettä hän perustelee sillä, että useissa tutkimuksissa yrittäjien ominaispiirteitä on tutkittu vuosia yrityksen perustamisen jälkeen, jolloin henkilön ominaispiirteet ovat voineet muuttua yrityksen perustamisen jälkeen. Lisäksi jos yrittäjä määrittelee ominaispiirteillä, tuloksena on liian heterogeeninen joukko. (Gartner, 1988.) Low ja MacMillan (1988) kritisoiivat Gartnerin näkemystä yrittäjästä. He perustelevat kritiikkiään siten, että esimerkiksi Thomas Watson, joka kasvatti teknologiayritys IBM:n kansainväliseksi suuryritykseksi, ei Gartnerin määritelmän mukaan ollut yrittäjä, koska hän ei perustanut yritystä.

Huuskonen (1992) on samaa mieltä siitä, että yrittäjää ei voi määritellä ominaispiirteillä, vaan toiminnoilla. Esimerkiksi urheilijoilla ja taiteilijoilla voi olla samanlaisia ominaispiirteitä kuin yrittäjillä, mutta se ei tee heistä kuitenkaan yrittäjiä. Yrittäjiin kirjallisuudessa yhdistetyt ominaispiirteet vain osoittavat, että ihmiset ovat erilaisia. Huuskosen määrittelemä yrittäjä on samanaikaisesti vastuussa hoidossaan olevasta yrityksestä, on yrityksen riskipääoman sijoittaja, sekä ylin auktoriteetin lähde yrityksessä. (Huuskonen, 1992.) Myös Sharman ja Chrismanin (2007) mukaan yrittäjät ovat yksilöitä, tai ryhmä yksilöitä, jotka luovat uusia yrityksiä. Heidän määritelmässään yksilöt voivat kuitenkin olla yrittäjiä myös olemassa olevien organisaatioiden sisällä, panemalla alulle uudistuksia tai innovaatioita, perustamatta uutta yritystä. (Sharman & Chrisman, 2007.) Tällöin puhutaan sisäisestä yrittäjästä (Huuskonen, 1992; Kyrö, 1998; Sharma & Chrisman, 2007).

### 3.1.2 Yrittäjäyys

Kuten yrittäjää, myös yrittäjäyyttä määritellään kirjallisuudessa suurelta osin ominaispiirteiden sekä toimintojen kautta. Yrittäjäyyttä myös nähdään tapahtuvan niin uusien yritysten muodossa kuin jo olemassa olevien organisaatioidenkin sisällä (Cuervo, Ribeiro & Roig, 2007; Gartner, 1990; Huuskonen, 1992; Kyrö, 1998; Sharma & Chrisman, 2007; Veciana, 2007).

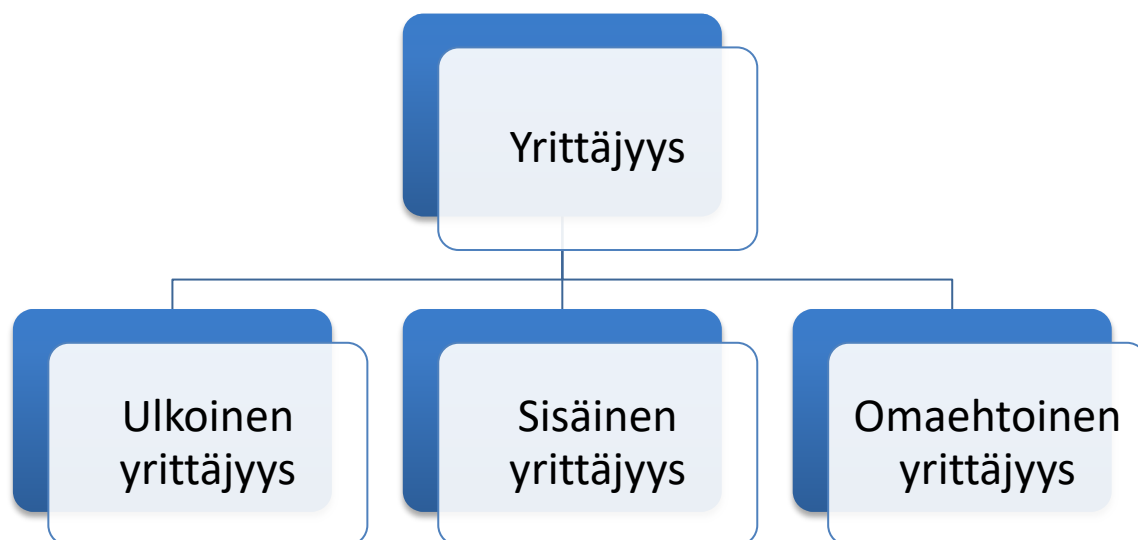
Kyrö (1998) on jaotellut yrittäjäyyden kolmeen alakategoriaan: Ulkoiseen yrittäjäyyteen, sisäiseen yrittäjäyyteen ja omaehtoiseen yrittäjäyyteen (KUVIO 2).

Tässä tutkielmassa tarkastelu keskittyy pääosin ulkoiseen ja sisäiseen yrittäjyyteen.

Ulkoisella yrittäjyydellä tarkoitetaan perinteistä näkemystä yrittäjyydestä, vaikka määritelmät kirjallisuudessa eroavatkin toisistaan huomattavasti. Kyrö itse määrittelee ulkoisen yrittäjyyden prosessiksi, jonka tuloksena ja ulkoisena tunnusmerkkinä syntyy pienyritys, jonka omistajana ja johtajana yrittäjä itse on (Kyrö, 1998). Ulkoista yrittäjyyttä ei ole englanninkielisessä kirjallisuudessa tunnustettu tai määritelty erikseen, vaan siitä puhutaan yksinkertaisesti yrittäjyytenä.

Sisäisellä yrittäjyydellä (engl. corporate entrepreneurship, intrapreneurship) hän tarkoittaa työyhteisön tai organisaation yrittäjämäistä toimintatapaa (Kyrö, 1998). Huuskonen (1992) määrittelee sisäisen yrittäjyyden tarkoitettavan aloitteellisuutta ja vastuun kantamista tuloksista olemassa olevan organisaation sisällä, esimerkiksi työnantajan palveluksessa. Sisäinen yrittäjyys on tunnustettu ja määritelty myös englanninkielisessä kirjallisuudessa. Englanninkielisessä kirjallisuudessa sisäinen yrittäjyys tarkoittaa yrittäjämäistä toimintatapaa olemassaolevan yrityksen sisällä (Cuervo ym., 2007; Gartner, 1990; Sharma & Chrisman, 2007; Veciana, 2007), jolla tunnustetaan uusia mahdollisuuksia (Veciana, 2007) tai uudistetaan yritystä (Cuervo ym., 2007; Gartner, 1990; Sharma & Chrisman, 2007).

Omaehtoisella yrittäjyydellä (engl. self-oriented entrepreneurship) Kyrö (1998) tarkoittaa henkilön kokonaisvaltaista yrittäjämäistä asennetta ja toimintatapaa. Omaehtoiseen yrittäjyyteen ei välttämättä liity yritystoimintaa, vaan keskiössä on yksilön asenne ja toimintatapa kaikilla elämän osa-alueilla, jossa korostuu halu vaikuttaa omaan tulevaisuuteen sekä vastuu omasta toimeentulosta (Kyrö, 1998). Omaehtoinen yrittäjyys viittaa osittain samoihin asioihin kuin englanninkielisessä kirjallisuudessa käytetty termi yrittäjähenkisyys.



KUVIO 2 Yrittäjyyden tasot (Kyrö, 1998)

Shanen ja Venkataramanin (2000) mukaan yrittäjyyteen sisältyy kahden ilmiön yhteys: kannattavien mahdollisuuksien ja aloitekykyisten yksilöiden olemassaolo. Yrittäjyydessä on kyse kannattavien mahdollisuuksien havaitsemisesta ja hyödyntämisestä. Ihmisillä on oltava erilainen käsitys resurssien arvosta, jotta yrittäjyys on mahdollista. Jos resurssien omistajilla olisi sama käsitys resurssien arvosta kuin yrittäjällä, he yrittäisivät itse hyödyntää mahdollisuuden hinnoitteleamalla resurssit korkeammaksi, samalla syöden yrittäjän mahdollisia tuottoja. Lisäksi jotta kannattavia mahdollisuuksia voidaan havaita ja hyödyntää, vaaditaan siihen ennakkotietoja mahdollisuuden havaitsemiseksi sekä kognitiivisia taitoja sen arvioimiseen. Mahdollisuuksien löytäminen ja havaitseminen ei vielä itsessään ole yrittäjyyttä. Shanen ja Venkataramanin kriteerit yrittäjyyteen täytyvät vasta kun tehdään päätös mahdollisuuden hyödyntämisestä. Mahdollisuuksien hyödyntäminen tapahtuu joko uuden yrityksen kautta tai myymällä hyväksi koettu mahdollisuus muualle. Yleinen oletus yrittäjyydestä on, että mahdollisuudet hyödynnetään itse perustamalla sen ympärille uusi yritys. Yrittäjyyden kriteerit kuitenkin täytyvät vaikka mahdollisuus myytäisiin muualle. (Shane & Venkataraman, 2000.) Low & MacMillan (1988) myötäilevät tätä näkemystä mahdollisuuksien hyödyntämisestä yrittäjyyden keskiössä. Heidän mukaan yrittäjyyden perusolemus on halukkuus tavoitella mahdollisuuksia. (Low & MacMillan, 1988)

Sharman ja Chrismanin (2007) mukaan yrittäjyys sisältää yrityksen perustamisen, yrityksen uudistamisen tai innovaation, joko uuden yrityksen muodossa tai olemassa olevan organisaation sisällä. Uuden yrityksen muodossa tapahtuvaa yrittäjyyttä he kutsuvat itsenäiseksi yrittäjyydeksi (vrt. Ulkoinen yrittäjyys), olemassa olevan organisaation sisällä tapahtuva yrittäjyys taas on sisäistä yrittäjyyttä. He lisäävät, että vaikka innovaatio on riittävä edellytys yrittäjyydelle, se ei kuitenkaan ole välttämätön, koska yrityksiä voidaan perustaa ja uudistaa myös ilman innovaatiota. Lisäksi koska innovaation määrä ja vaikutus voi vaihdella, yrittäjyyteen tarvittavaa innovaation määrää on vaikea määrittää. Siksi he näkevät innovaation mahdollisena osana yrittäjyyttä, ennemmin kuin ainoana tekijänä joka mahdollistaa yrittäjyyden. (Sharman & Chrisman, 2007.)

Gartner (1988) määrittelee yrittäjyyden uusien yritysten perustamisena. Myös olemassa olevan yrityksen ostaminen lasketaan yrittäjyydeksi (Gartner, 1990). Gartnerin määritelmää yrittäjyydestä tukee myös hänen myöhemmin tekemä tutkimus yrittäjyyden määritelmästä. Tutkimuksessa hän pyysi johtavia yrittäjyyden tutkijoita, yritysten johtajia sekä poliitikoita määrittelemään yrittäjyyden ja arvioimaan määritelmän tärkeimpiä ominaisuuksia. Analysoituaan määritelmät, tärkeimmiksi yrittäjyyden ominaisuuksiksi löydettiin: yrityksen perustaminen, innovaatio sekä resurssien hankkiminen ja yhdistäminen. Yrityksen perustaminen koettiin tärkeimmäksi yrittäjyyden ominaisuudeksi määritelmässä. (Gartner, 1990.) Myös Veciana (2007) tukee Gartnerin määritelmää siitä, että yrittäjyys on uusien yritysten perustamista. Isenbergin (2011) mukaan yrityksen perustaminen ja itsensä työllistäminen ei täytä yrittäjyyden kriteereitä. Vasta kun siihen lisätään pyrkimys johonkin ja riskin ottaminen, voidaan puhua yrittäjyydestä. Hän korostaa, että yrityksen perustaminen tai omistaminen ei yksinään riitä määrittelemään yrittäjyyttä. (Isenberg, 2011.)

Huuskonen (1992) määritteli yrittäjän henkilöksi, joka on samanaikaisesti vastuussa hoidossaan olevasta yrityksestä, on yrityksen riskipääoman sijoittaja sekä ylin auktoriteetin lähde yrityksessä. Yrittäjyyden hän puolestaan määrittelee yrittäjänä toimimisena yrittäjän määritelmän mukaisesti. Eli yrittäjyys on toimintaa, joka johtaa oman yrityksen perustamiseen, johtamiseen ja kehittämiseen. (Huuskonen, 1992.)

### 3.1.3 Digitaalinen yrittäjyys

Digitalisaation mahdollistama liiketoiminnan osittainen tai kokonainen siirtyminen verkkoon on tuonut yrittäjyyden kirjallisuuteen uuden termin: digitaalisen yrittäjyyden (engl. digital entrepreneurship). Digitaalisessa yrittäjyydessä yhdistyvät digitalisaatio ja yrittäjyys. Digitaalinen yrittäjyys tarkoittaa yrittäjänä toimimista digitaalisessa ympäristössä. (Anckar, 2016.)

Shane & Venkataraman (2000) määrittelivät yrittäjyyden mahdollisuuksien havaitsemisena ja hyödyntämisenä. Leong, Pan ja Liu (2016) määrittelevät digitaalisen yrittäjyyden jatkuvana mahdollisuuksien hyödyntämisenä, erona Shanen ja Venkataramanin määritelmään yrittäjyydestä on se, että mahdollisuudet ovat uusien teknologioiden mahdollistamia.

Davidson ja Vaast (2010) myötäilevät tätä ja heidän mukaan digitaalinen yrittäjyys on digitaalisen median ja informaatioteknologioiden käyttöön pohjautuvaa mahdollisuuksien hyödyntämistä. Digitaalinen yrittäjyys voidaan jakaa kolmeen erilliseen mahdollisuuksien hyödyntämisen muotoon: liiketoimintayrittäjyyteen, tietoyrittäjyyteen sekä vakiintuneeseen yrittäjyyteen. Kaikki kolme muotoa voivat esiintyä yksin tai yhdessä. Informaatioteknologioiden käyttö on kuitenkin keskiössä kaikissa kolmessa.

Liiketoimintayrittäjyydessä on kyse liikevoiton luomisesta perustamalla uusi yritys tai kaupallistamalla uusi innovaatio. Liiketoimintayrittäjyydestä he antavat esimerkkinä Amazonin, joka on yksi ensimmäisistä yrityksistä, joka on digitalisoinut koko vähittäismyyntiprosessin, samalla luoden uuden liiketoimintamallin.

Tietoyrittäjyydessä luodaan kilpailuetua levittämällä tietoa ja ideoita hyödyntäen uusia medioita ja sosiaalisia verkostoja. Tietoyrittäjyydestä he antavat esimerkiksi konsultit, journalistit ja tutkijat, jotka eivät välttämättä hyödy taloudellisesti tiedon levittämisestä.

Vakiintuneessa yrittäjyydessä on kyse vanhojen normien rikkomisesta ja uusien muodostamisesta digitaalisuuteen perustuvalla yritystoiminnalla. Tästä he antavat esimerkiksi Googlen, joka on muuttanut ihmisten käsitystä tiedon etsimisestä ja on onnistunut muodostamaan yleisesti hyväksytyyn synonyymiin tiedon etsimiselle, ”googlauksen”. (Davidson & Vaast, 2010.)

Euroopan komission (2014) mukaan digitaalinen yrittäjyys sisältää kaikki uudet yritykset, jotka luovat tai käyttävät uusia digitaalisia teknologioita. Lisäksi siihen sisältyy myös uusia digitaalisia teknologioita hyödyntämällä uudistetut yritykset (Euroopan komissio, 2014).

Giones ja Brem (2017) määrittelevät digitaalisen yrittäjyyden suppeammin. Digitaalinen yrittäjyys heidän mukaan tarkoittaa internetiin perustuvien uusien

tuotteiden ja palveluiden kehittämistä. Digitaalisessa yrittäjyydessä ei niinkään ole kyse liiketoimintaidean mahdollistamasta teknologiasta, vaan nimenomaan siihen teknologiaan perustuvasta tuotteesta tai palvelusta. Esimerkiksi digitaalisesta yrittäjyydestä he antavat AirBnb:n, joka on internetissä toimiva sivusto, jossa yksityishenkilöt voivat vuokrata asuntojaan sekä Dropboxin, joka on pilvipalvelu johon ihmiset voivat varastoida tiedostojaan.

Hull, Hung, Hair ja Perotti (2007) määrittelevät digitaalisen yrittäjyyden yrittäjyyden alakategoriaksi. Erona perinteiseen yrittäjyyteen on se, että osa yrityksen toiminnasta tai koko yritystoiminta, joka perinteisessä yrittäjyydessä olisi fyysisessä muodossa, on digitalisoitu. He tarkentavat määritelmää jakamalla digitaalisen yrittäjyyden kolmeen tasoon: lievään, kohtalaiseen ja äärimmäiseen digitaaliseen yrittäjyyteen. Lievässä digitaalisessa yrittäjyydessä vain osa yritystoiminnasta tapahtuu digitaalisessa ympäristössä. Kohtalaisessa digitaalisessa yrittäjyydessä merkittävä osa yritystoiminnasta keskittyy digitaalisiin tuotteisiin tai muihin digitaalisiin liiketoiminnan osa-alueisiin. Äärimmäisessä digitaalisessa yrittäjyydessä koko yritystoiminta tapahtuu digitaalisesti, sisältäen tuotannon, tuotteet ja palvelut, markkinoinnin, jakelun ja kanssakäymisen asiakkaiden kanssa. (Hull ym., 2007.)

### 3.2 Digitalisaation vaikutukset yrittäjyyteen

Digitalisaatio on tuonut mukanaan uuden aikakauden yrittäjyydessä, aikakauden jossa perinteisiä tapoja toimia kyseenalaistetaan ja uudistetaan jatkuvasti (Nambisan, 2017). Internet ja verkossa toimivat digitaaliset alustat ovat alentaneet markkinoille pääsyn kynnystä mm. pienentämällä alkupääoman tarvetta, joka on johtanut eBayn kaltaisten internetissä toimivien yritysten lisääntymiseen.

Yrittäjät kohtaavat kuitenkin myös haasteita digitaalisessa liiketoimintaympäristössä. Alentunut markkinoille pääsyn kynnys tarkoittaa myös suurempaa määrää kilpailijoita, joka vaikeuttaa joukosta erottautumista. (Leong ym, 2016.) Yrittäjät kohtaavat maailmanlaajuisen kilpailun välittömästi siirryessään digitaaliseen liiketoimintaympäristöön. Liiketoiminnan myös odotetaan toimivan ympärivuorokautisesti digitaalisessa ympäristössä. (Hull ym., 2007.) Yrittäjien pitää myös ottaa huomioon, että vaikka digitalisaatio mahdollistaa yrityksen liiketoimintaprosessien digitalisoinnin, kaikki sidosryhmät eivät välttämättä ole omaksuneet digitaalisia kanavia digitaalisten aineistojen käsittelyyn, esimerkiksi laskujen vastaanottamiseen (Suomen Yrittäjät, 2016). Uudet tietoon perustuvat teknologiat ovat mahdollistaneet siirtymän materiaalien hyödykkeiden tuotannosta tietopohjaisten palveluiden luomiseen. Tiedon levittämisestä on tullut lähes ilmaista ja hankalaa turvata kilpailijoilta, joka on johtanut siihen, että tietoon perustuvilla liiketoimintamalleilla on vaikeaa muodostaa kestäviä yrityksiä ja luoda kilpailuetua. (Davidson & Vaast, 2010.)

Hull ym. (2007) ovat löytäneet digitalisaation vaikutuksia yrittäjyyteen seitsemältä eri liiketoiminnan osa-alueelta. Ensimmäisenä he nostavat esille yrityksen perustamisen helppouden. Yrityksen voi perustaa internetissä muuta-

malla klikkauksella ja yrityksen kotisivutkin voidaan luoda lähes yhtä pienellä vaivalla. Yrittäjät voivat myös hyödyntää olemassa olevia digitaalisia kauppa- paikkoja, kuten eBayta ja Amazonia tuotteidensa myynnissä.

Toisena he nostavat esille tuotteiden digitalisoinnin seurauksena pienem- mät tuotanto- ja varastointikulut. Digitaaliset tuotteet ja palvelut eivät tarvitse suuria tuotanto- tai varastotiloja. He kuitenkin korostavat, että tämä hyöty on saavutettavissa vain kokonaan digitaalisten tuotteiden osalta.

Kolmantena he nostavat esille digitaalisten jakelukanavien myötä helppo- tuneen jakelun. Digitaalisia kanavia pitkin tuotteita ja palveluita voidaan toi- mittaa ympäri maailmaa nopeasti ja edullisesti. Täysin digitaalisessa muodossa olevien tuotteiden, kuten musiikin tai ohjelmistojen toimittaminen tapahtuu käytännössä välittömästi ja ilmaiseksi.

Neljäntenä he nostavat esille internetin mahdollistaman riippumattomuus- den ajasta tai paikasta. Internetin ansiosta yrittäjät voivat palkata työntekijöitä ja tehdä yhteistyötä maailmanlaajuisesti ilman, että kenenkään tarvitsee olla fyysisesti tietyssä paikassa. Näin yrittäjät voivat hyödyntää kulttuurista moni- muotoisuutta yrityksessään, sekä lisätä joustavuutta ja reagointikykyä. Yritys ei myöskään välttämättä tarvitse fyysistä toimistotilaa, vaan työntekijät voivat tehdä töitä milloin vain, missä vain. Suomen Yrittäjät (2016) lisäävät, että yrittä- jät voivat hyödyntää aika- ja paikkasidonaisuuden vähentymistä myös esi- merkiksi työ- ja yksityiselämän suunnittelussa.

Viidentenä Hull ym. (2007) nostavat esille digitaalisten tuotteiden muokat- tavuuden. Digitaalisia tuotteita voidaan muokata helposti jopa niin pitkälle, että mullistaviakin innovaatioita voidaan tuoda markkinoille siten, että se ei häiritse meneillään olevia tuotanto- tai myyntiprosesseja. Yrittäjät voivat markkinoida uutta tuotetta, käsitellä siitä saatavan palautteen, päivittää tuotetta, ja julkaista uuden version tuotteesta, kun alkuperäisen tuotteen julkaisuprosessi on vielä kesken.

Kuudentena he nostavat esille digitaaliset palvelut. Digitaalisia palveluita voidaan automatisoida kokonaan, jolloin palvelun ylläpitämisestä tulee käy- tännössä kulutonta. Automatisoinnin etuna on todella nopea vasteaika, jolla voidaan luoda asiakkaalle arvoa.

Viimeisenä vaikutuksena he nostavat esille vaikeuden sitoutua digitaali- seen yritykseen. Vaikka liiketoiminnasta saatava raha on oikeaa, työntekijät ja digitaaliset yrittäjät itse voivat tuntea työskentelevänsä virtuaalisessa pelissä, jossa he hoitavat yritystä. Yritykseen sitoutuminen voi olla helpompaa uudessa perinteisessä yrityksessä kuin uudessa digitaalisessa yrityksessä. (Hull ym., 2007.)

Nambisanin (2017) mukaan digitalisaatio on vaikuttanut yrittäjyyteen kahdella tavalla: tekemällä yrittäjyyden prosesseista ja seurauksista vähemmän rajattuja sekä tekemällä yritystoiminnasta vähemmän ennalta määritettyä. Nambisan (2017) on jaotellut digitalisaation vaikuttavan yrittäjyyteen kolmea kautta, digitaalisilla artefakteilla, digitaalisilla alustoilla sekä digitaalisilla infra- struktuureilla.

Digitaalisella artefaktilla hän tarkoittaa digitaalista komponenttia, sovel- lusta tai media sisältöä, joka on tietyn toiminnallisuuden luova osa uutta tuotet- ta tai palvelua. Digitaalinen artefakti voi olla valmis tuote myös itsessään. Esi-

merkiksi älypuhelimiin ladattavat sovellukset ja sähköhammasharjan dataa keräävä sensori ovat digitaalisia artefakteja. Digitaaliset artefaktit tuotteissa ja palveluissa mahdollistavat arvon luomisen asiakkaalle myös tuotteen tai palvelun ostamisen jälkeen koska niitä voidaan päivittää ja muokata senkin jälkeen, kun ne on toimitettu asiakkaalle.

Digitaalisilla alustoilla hän tarkoittaa jaettua palvelua tai arkkitehtuuria johon voidaan lisätä täydentäviä tuotteita, mukaan lukien digitaalisia artefakteja. Esimerkiksi digitaalisesta alustasta hän antaa Applen iOS käyttöjärjestelmän, jossa sovellukset toimivat. Digitaaliset alustat luovat yrittäjille lukemattoman määrän uusia mahdollisuuksia esimerkiksi täydentävien tuotteiden, kuten älypuhelinsovellusten kehittämisessä. Digitaaliset alustat kuitenkin muuttuvat jatkuvasti, joka luo yrittäjille myös epävarmuutta. Esimerkiksi Apple lisää uusia toiminnallisuuksia digitaaliseen alustansa tasaisin väliajoin, jolloin olemassa olevat mahdollisuudet voivat muuttua radikaalisti. Toisaalta uudet toiminnallisuudet digitaalisissa alustoissa voivat tuoda mukanaan täysin uusia mahdollisuuksia.

Digitaalisilla infrastruktuureilla hän tarkoittaa digitaalisia teknologiatyökaluja ja järjestelmiä, kuten pilvipalveluita, data-analytiikkaa ja sosiaalista mediaa, jotka tarjoavat kommunikaatiota, yhteistyötä ja laskentatehoa yrittäjyyden tueksi. Esimerkkeiksi digitaalisesta infrastruktuurista hän mainitsee joukkoistamisen ja joukkorahoituksen, jotka mahdollistavat yrittäjien verkostoitumisen potentiaalisten asiakkaiden tai sijoittajien kanssa. Lisäksi digitaaliset infrastruktuurit mahdollistavat tuoteideoiden ja liiketoimintamallien nopean luomisen ja testaamisen. Digitaaliset infrastruktuurit ovat myös helposti ja edullisesti skaalattavissa yrittäjän tarpeiden mukaan. (Nambisan, 2017.)

OECD:n (2017) mukaan digitalisaatio on helpottanut myös yritysten kansainvälistymistä. Aiemmin vain suuret monikansalliset yritykset pystyivät toimimaan maailmanlaajuisesti. Nykyinen digitalisaation mukanaan tuoma valikoima erilaisia digitaalisia työkaluja on mahdollistanut myös pienyrittäjien liiketoiminnan laajentamisen maailmanlaajuiseksi. Facebookin ja maailman pankin kanssa yhteistyössä tehdyn tutkimuksen mukaan, jopa yksinyrittäjät voivat saada suurimman osan tuloistaan kansainvälisestä liiketoiminnasta digitaalisten työkalujen ansiosta. Lisäksi digitalisaatio on mahdollistanut digitaalisten alustojen kautta niin sanotun keikkatalouden. Keikkataloudella tarkoitetaan sitä, että ihmiset voivat toimia digitaalisten alustojen kautta yrittäjinä perustamatta uutta yritystä. Esimerkiksi Uberin kautta ihmiset voivat työllistää itsensä taksiyrittäjänä perustamatta omaa taksiyritystä. (OECD, 2017.)

Erilaiset digitaaliset työkalut ja palvelut helpottavat myös yrittäjäksi ryhtymistä ja liiketoimintamallin testaamista ennen yrityksen perustamista. Esimerkiksi suomalainen Ukko.fi -palvelu mahdollistaa oman osaamisen myymisen ilman yrityksen perustamista eli toimimisen niin sanottuna kevytyrittäjänä (vrt. Keikkatalous). Palvelu hoitaa kaikki tarvittavat paperityöt kuten verot, vakuutusmaksut, laskutuksen ja perinnän. Yrittäjän tarvitsee vain valita asiakkaansa ja määritellä oma hintansa. (Ukko.fi, 2018.)



### 3.3 Yhteenveto yrittäjyydestä

Yrittäjyyden kirjallisuudesta on tunnistettavissa selkeästi kaksi koulukuntaa. Toisessa yrittäjää ja yrittäjyyttä kuvaillaan siihen liitettävillä piirteillä ja ominaisuuksilla kuten riskin kantamisella ja innovatiivisuudella, kun taas toisessa keskiössä on yrittäjän toiminta, kuten yrityksen perustaminen ja mahdollisuuksien hyödyntäminen. Digitalisaation mukanaan tuomaa termiä digitaalista yrittäjyyttä määritellään samanlaisilla piirteillä ja toiminnoilla kuin yrittäjyyttäkin. Tärkeimpänä erona perinteiseen näkemykseen yrittäjästä on, että digitaalisen yrittäjän toiminta tapahtuu digitaalisessa liiketoimintaympäristössä tai digitaaliset teknologiat ovat mahdollistaneet toiminnan. Lisäksi digitaalista yrittäjyyttä ei kirjallisuudessa erikseen jaotella yrittäjyyteen ja sisäiseen yrittäjyyteen.

Kirjallisuudessa löydetyt vaikutukset yrittäjyyteen ovat samankaltaisia kuin digitalisaation vaikutukset liiketoimintaan yleisestikin. Kirjallisuus käsittelee enimmäkseen digitalisaation tuomia mahdollisuuksia yrittäjyydelle, esimerkiksi digitaalisten työkalujen tuomien helpotusten ja lisääntyneiden liiketoimintamahdollisuuksien muodossa. Lisäksi digitalisaatio on mahdollistanut uusia yrittäjyyden muotoja kevytyrittäjyyden ja keikkatalouden muodossa. Digitaalisessa ympäristössä yrittäjänä toimimisen negatiivisia vaikutuksia on kirjallisuudessa käsitelty niukasti. Suurimpana negatiivisena vaikutuksena on kilpailijoiden suuri määrä. Koska digitaalinen toimintaympäristö on maailmanlaajuinen, yrittäjät kohtaavat myös maailmanlaajuisen kilpailun.

## 4 YHTEENVETO

Tämän kandidaatin tutkielman tavoitteena oli tarkastella digitalisaatiota yrittäjyyden näkökulmasta sekä löytää digitalisaation vaikutuksia yrittäjyyteen. Tutkielma toteutettiin kirjallisuuskatsauksena. Ensimmäisessä sisältöluvussa perehdyttiin digitalisaatioon ja sen määritelmiin, sen historiaan sekä esiteltiin kirjallisuudesta löydettyjä digitalisaation vaikutuksia liiketoimintaan yleisesti. Toisessa sisältöluvussa perehdyttiin yrittäjyyteen ja sen määritelmiin sekä esiteltiin kirjallisuudesta löydettyjä digitalisaation vaikutuksiin yrittäjyyteen.

Ensimmäisessä sisältöluvussa etsittiin kirjallisuudesta vastauksia tutkimuskysymyksiin:

- **"Mitä on digitalisaatio?"**
- **"Mitä vaikutuksia digitalisaatiolla on liiketoimintaan?"**

Kirjallisuuskatsauksen tuloksena havaittiin, että digitalisaatiolle ei ole olemassa yleisesti hyväksyttyä universaalia määritelmää, vaan määritelmät vaihtelivat kirjoittajan ja tarkasteltavana olevan näkökulman laajuuden mukaan. Digitalisaation määritelmistä löytyi kuitenkin myös yhtäläisyyksiä. Digitalisaation katsotaan saaneen alkunsa 1960-luvun lopussa. Digitalisaatiolla tarkoitetaan kirjallisuudessa teknologioiden lisääntymisen ja käyttöönoton aiheuttamia muutoksia ihmisten, yritysten ja yhteiskunnan toiminnassa. Digitalisaation keskiössä on digitalisointi eli prosessi, jossa analogista tietoa muutetaan digitaaliseen muotoon. Pelkästään teknologioiden lisääntyminen tai tiedon digitalisointi ei kuitenkaan riitä kuvaamaan digitalisaatiota. Digitalisaatiossa on kyse teknologioiden lisääntymisen ja tiedon rajattoman levittämisen yhteisvaikutuksen aiheuttamasta muutoksesta yhteiskunnassa.

Digitalisaation on tunnistettu vaikuttavan liiketoimintaan sen jokaisella osa-alueella aina teknologioiden käyttöönotosta yrityksen ja asiakkaan väliseen kanssakäymiseen. Kirjallisuudessa tunnistetut vaikutukset ovat pääosin positiivisia, esimerkiksi liiketoimintaprosessien digitalisoinnilla saavutettavia kustannussäästöjä ja parantunutta tehokkuutta tai liiketoimintaympäristön muutoksen tuomia uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Negatiiviset vaikutukset rajoittuvat

lähes poikkeuksetta digitalisaation huomiotta jättämiseen, jonka johdosta yritykset voivat jäädä jälkeen kilpailussa.

Toisessa sisältöluvussa etsittiin kirjallisuudesta vastauksia tutkimuskysymyksiin:

- **”Mitä on yrittäjyys?”**
- **”Mitä on digitaalinen yrittäjyys?”**
- **”Mitä vaikutuksia digitalisaatiolla on yrittäjyyteen?”**

Kirjallisuuskatsauksen tuloksena havaittiin, että myöskään yrittäjyydelle ei ole olemassa yleisesti hyväksyttyä universaalia määritelmää. Kirjallisuudesta oli selkeästi havaittavissa kaksi koulukuntaa. Toisessa yrittäjyyttä kuvaillaan siihen liitettävillä piirteillä ja ominaisuuksilla, kuten riskin kantamisella ja innovatiivisuudella, kun taas toisessa tarkastellaan yrittäjän toimintaa, kuten yrityksen perustamista ja mahdollisuuksien hyödyntämistä. Osassa kirjallisuutta yrittäjyyttä määriteltiin yhdistelemällä sekä yrittäjän ominaisuuksia, että yrittäjän toimintaa. Koulukunnasta riippumatta yrittäjyyttä nähdään tapahtuvan niin uusien yritysten muodossa kuin olemassa olevien organisaatioidenkin sisällä, jolloin puhutaan sisäisestä yrittäjyydestä.

Kuten yrittäjyyden, myös digitaalisen yrittäjyyden määritelmät vaihtelivat kirjallisuudessa. Digitaalista yrittäjyyttä määritellään samanlaisilla ominaisuuksilla ja toiminnoilla kuin yrittäjyyttäkin. Tärkeimpänä erona yrittäjyyden määritelmiin on se, että digitaaliseen yrittäjyyteen liitetään usein digitaalinen toimintaympäristö tai teknologian mahdollistama yritystoiminta. Digitaalisen yrittäjyyden voidaan katsoa olevan yrittäjyyden alakategoria, joka keskittyy yrittäjyyteen digitaalisessa toimintaympäristössä ja jossa hyödynnetään uusien teknologioiden tarjoamia liiketoimintamahdollisuuksia.

Kirjallisuudesta löydetyt digitalisaation vaikutukset yrittäjyyteen ovat samankaltaisia kuin digitalisaation vaikutukset liiketoimintaan yleisestikin. Kirjallisuus käsittelee enimmäkseen digitalisaation tuomia mahdollisuuksia yrittäjyydelle, esimerkiksi digitaalisten työkalujen tuomien helpotusten ja lisääntyneiden liiketoimintamahdollisuuksien muodossa. Digitalisaation negatiivisia vaikutuksia yrittäjyyteen on kirjallisuudessa käsitelty niukasti. Suurimpana negatiivisena vaikutuksena on kilpailijoiden suuri määrä. Koska digitaalinen toimintaympäristö on maailmanlaajuinen, yrittäjät kohtaavat myös maailmanlaajuisen kilpailun. Suuressa kuvassa digitalisaation vaikutukset yrittäjyyteen ovat kuitenkin positiivisia.

Tutkielmassa löydettiin vastaukset kaikkiin tutkimuskysymyksiin. Tutkimustuloksiin tulee suhtautua kuitenkin hieman varautuen, koska molemmat tarkasteltavana olevat suuret käsitteet digitalisaatio ja yrittäjyys ovat jossakin määrin tulkinnanvaraisia ja universaaleja määritelmiä ei vielä tähän päivään mennessä ole löydetty. Digitalisaation vaikutuksia yrittäjyyteen käsitellään kirjallisuudessa pääosin digitaalisessa toimintaympäristössä toimivien yritysten näkökulmasta, joten kaikki löydetyt vaikutukset eivät ole yleistettävissä yrittäjyyteen yleisesti. Toisaalta taas, koska yrittäjyyttä nähdään tapahtuvan myös olemassa olevien organisaatioiden sisällä, suuri osa digitalisaation vaikutus-

ta liiketoimintaan voidaan yleistää yrittäjyyteen ja päinvastoin. Tutkielma antaa kuitenkin hyvän kuvan digitalisaatiosta ja sen vaikutuksista yrittäjyyteen.

Digitalisaation sanotaan olevan jatkuva, itseään ruokkiva kierre (Yoo ym., 2010) sekä aikakautemme suurin muutosvoima (Ilmarinen & Koskela, 2015) ja sen vaikutukset tulevat kasvamaan tulevaisuudessa (Parviainen ym., 2017), joten tutkittavaa riittää varmasti tulevaisuudessakin. Digitalisaation ansiosta yrityksen perustamiseen riittää nykyään tietokone sekä internetyhteys ja koko liiketoimintaa on mahdollista pyörittää tietokoneelta käsin, jopa maailmanlaajuisesti. Koska yrityksen perustaminen on digitalisaation ansiosta helpompaa, olisi tulevaisuudessa mielenkiintoista tutkia esimerkiksi digitalisaation vaikutusta perustettujen yritysten määrään jollakin tietyllä ajanjaksolla. Lisäksi, koska digitalisaatio mahdollistaa kansainvälisen liiketoiminnan pienemmillä resursseilla kuin aiemmin, olisi mielenkiintoista tutkia digitalisaation vaikutuksia uusien yritysten kansainvälistymiseen. Digitalisaation tuomia haasteita on käsitelty kirjallisuudessa niukasti, joten olisi mielenkiintoista tutkia myös perinteisessä liiketoimintaympäristössä toimivien yrittäjien haasteita digitaaliseen liiketoimintaympäristöön siirtymisessä.

## LÄHTEET

- Anckar, R. (2016). Digital Entrepreneurship in Finland – a Narrative of a Finnish digital entrepreneur. *Innovative (Eco-) Technology, Entrepreneurship and Regional Development. Conference proceedings.*
- Brennen, J. S., & Kreiss, D. (2016). Digitalization. The international encyclopedia of communication theory and philosophy.
- Cantillon, R. (1734). *Essai sur la nature du commerce en general*. [Essay on the nature of general commerce] (Translated by Henry Higgs) London, MacMillan.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of management review*, 9(2), 354-359.
- Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (Eds.). (2007). *Entrepreneurship: concepts, theory and perspective*. Springer Science & Business Media.
- Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Introduction. In *Entrepreneurship* (pp. 1-20). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. In *System Sciences (HICSS), 2010 43rd Hawaii International Conference on* (pp. 1-10). IEEE.
- Drath, R., & Horch, A. (2014). Industrie 4.0: Hit or hype?[industry forum]. *IEEE industrial electronics magazine*, 8(2), S. 56-58.
- Euroopan Komissio (2014). ENTR/E4 - Fuelling Digital Entrepreneurship in Europe – Background paper. Haettu 15.3.2018 osoitteesta <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5313>
- Fichman, R. G., Dos Santos, B. L., & Zheng, Z. E. (2014). Digital Innovation As A Fundamental And Powerful Concept In The Information Systems Curriculum. *MIS quarterly*, 38(2). S. 329-353.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11-32.
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship?. *Journal of Business venturing*, 5(1), 15-28.

- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5): 44-51.
- Hernesniemi, H. (2010). Digitaalinen Suomi 2020. *Älykäs tie menestykseen. Teknologiateollisuus ry.*
- Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Hair, N. & Perotti, V. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations* , 4 (3), 290-303.
- Huuskonen, V. (1992). Yrittäjäksi ryhtyminen: Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu. Turku: [Turun kauppakorkeakoulu].
- Ilmarinen, V., & Koskela, K. (2015). Digitalisaatio: yritysjohdon käsikirja. *Helsinki: Talentum.*
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. *Presentation at the Institute of International and European Affairs.*
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of management*, 14(2), 139-161.
- Mill, J. S. (1848). Principles of Political Economy With Some of Their Applications to Social Philosophy. 1857. *George Routledge and Sons, Manchester*, 467-474.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.
- Neumeier, A., Wolf, T., & Oesterle, S. (2017). The Manifold Fruits of Digitalization - Determining the Literal Value Behind. In *Proceedings of the 13th International Conference on Wirtschaftsinformatik*, St. Gallen, S. 484-498
- OECD (2017), Entrepreneurship at a Glance 2017. OECD Publishing, Paris.
- Paasi, J. (Ed.). (2017) Towards a new era in manufacturing. *Final report of VTT's For Industry spearhead programme* Haettu 21.2.2018 osoitteesta: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/technology/2017/T288.pdf>  
Teknologian tutkimuskeskus VTT Oy

- Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen, J., & Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1), 63-77
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Sharma, P., & Chrisman, S. J. J. (2007). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. In *Entrepreneurship* (pp. 83-103). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Stolterman, E., & Fors, A. C. (2004). Information technology and the good life. In *Information systems research* (pp. 687-692). Springer, Boston, MA.
- Suomen Yrittäjät 2016. Digitaalisesti suuntautuneiden pienten yritysten menestystekijät tutkimusraportti. Haettu 16.3.2018 osoitteesta: [https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/digiselvityksen\\_raportti2016.pdf](https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/digiselvityksen_raportti2016.pdf)
- Tilson, D., Lyytinen, K., & Sørensen, C. (2010). Research commentary-digital infrastructures: the missing IS research agenda. *Information systems research*, 21(4), 748-759.
- Ukko.fi (2018). Kevytyrittäjäyys. Haettu 27.3.2018 osoitteesta: <https://www.ukko.fi/kevytyrittajyyys/>
- Valtiokonttori. (2015). Digitalisaatio ja virastojen tuottavuuspotentiaali -selvitys. Valmiina digikiriin. Helsinki: Valtiokonttori.
- Yoo, Y., Lyytinen, K. J., Boland, R., & Berente, N. (2010). The Next Wave of Digital Innovation: Opportunities and Challenges: A Report on the Research Workshop 'Digital Challenges in Innovation Research'.