

Digitalisaatio tuli politiikkaan



PETTERI JÄRVINEN

Kirjoittaja on tietokirjailija ja tutkija.

VIIME KEVÄÄN tv-tenteissä eri puolueiden puheenjohtajat toistivat, miten digitalisaatio tuo Suomeen uutta kasvua ja työpaikkoja.

Kuinkahan moni poliitikoista on oikeasti perehtynyt digitalisaation merkitykseen ja sen vaikutuksiin? Ilmeisesti ei kovin moni, koska samaan hengenvetoon julkishallinnon it-menoista luvattiin etsiä jopa miljardin säästöt yksilöimättä lainkaan, mistä ne tulevat.

Digitalisaatio ei ole moderni devalvaatio, jolla talous saadaan nousuun ilman vaikeita päätöksiä. Kyseessä on muutostekijä, joka vaikuttaa koko yhteiskuntaan, eivätkä poliitikot voi poimia tästä pullasta pelkkiä rusinoita.

DIGITALISAATIO TARKOITTA liiketoiminnan tehostamista tietotekniikan, robotiikan ja uusien teknologioiden avulla. Kyse on erityisesti palveluista: valmistavan teollisuuden merkitys vähenee, ja arvo syntyy tuotetta tukevista tai sitä parantavista lisäominaisuuksista.

Tässä kehityksessä piilee huimia liiketoimintamahdollisuuksia. Yhteiskunnalliset seuraukset ovat jääneet vähemmälle huomiolle, vaikka juuri niistä poliitikkojen tulisi olla kiinnostuneita. Bisnes pitää kyllä huolen omistaan.

Tekniikka korvaa yhä enemmän ihmistyötä, mutta niin on ollut aina. Uutta on se, että suorittavan tason töiden ohella digitalisaatio nakertaa kiihtyvällä vauhdilla keskiluokkaisia ammatteja ja varmaan työpaikkaan tottuneita asiantuntijoita.

Sitä mukaa kuin vanhoja ammatteja häviää, tilalle syntyy uusia, mutta ne vaativat joko huipputason osaamista tai suurta luovuutta. Koulutus reagoi viipeellä. Kaikki eivät myöskään sovellu hoiva-ammattihin, vaikka siellä kysyntää riittäisikin.

DIGITALISAATIO ON armoton isäntä, sillä se siirtää valtaa yrityksiltä kuluttajille. He ovat vielä ahneempia kuin pörssiyritykset, eikä heitä voi edes säännellä.

Media ja kaupan toimiala ovat saaneet maistaa digitalisaatiota ensimmäisinä. Kotimainen journalismi kutistuu silmissä, ja suuret kauppakettjut kärsivät asiakkaiden siirtyessä edullisempiin nettikauppoihin.

Kaupan ala on ollut merkittävä työllistäjä. Nettikaupalta ei voi odottaa samaa, sillä Suomen korkea

kustannustaso ja pienet varastot eivät mahdollista kilpailua kansainvälisten jättien kanssa. Lähes puolet nettikaupan euroista valuu jo ulkomaille.

Tämä on vasta alkua. Uber, Airbnb, jakamistalous sekä muut digiajan ilmiöt mullistavat kokonaisia toimialoja samalla kun globaalit nettijätit ahmitvat yhä suuremman osan paikallisista bisneksistä.

POLIITIKOT JOUTUVAT pohtimaan, mitä tehdä digitalisaation syrjäyttämille ihmisille. Siis niille, joista ei uudelleen kouluttamallaakaan saada tehtyä pelikoodareita tai somemanagereita.

Niille, joilta halpa nettikauppa vei työn mutta antoi vastalahjaksi rajattoman valikoiman tuotteita, joita ei ole varaa tilata. Niille virkailijoille, joiden työn kansalaiset nyt tekevät sähköisenä itsepalveluna kotoaan. Ja niille, jotka opiskelivat monta vuotta alaa, jota ei enää ollutkaan heidän valmistuessaan.

Jos Suomi olisi yritys, se voisi antaa potkut tarpeettomaksi käyneille ihmisille. Yhteiskunta ei voi toimia samalla tavalla. Sen on huolehdyttävä kaikista.

KANSALAI SPAL KKA NOUSEE varmasti keskusteluun – mutta mistä saadaan rahat, jos palkkasumma vähenee, ja yhä suurempi osa yritystoiminnasta kanavoituu globaaleihin nettipalveluihin? Asiantuntijoiden liikkuvuus ja globaali kysyntä estävät tuloverojen korottamisen. Ovatko kulutus- ja haittaverojat jatkossa ainoa tapa kerätä rahaa valtion kassaan?

Koko kansan hyvinvointi on Suomen yhteinen etu. Ilman kotimaista kysyntää ja kulutusta digitehityksen voittajatkaan eivät voi pärjätä, eivät ainkaan Suomen rajojen sisällä.

Jostain on polkaistava pystyyn huima määrä aivan uusia – ja uudenlaisia – yrityksiä, jotta digitalisaation syrjäyttämät ihmiset saadaan takaisin tuottavaan työhön ja maksamaan veroja.

Digitalisaatiosta nyt kohkaavien poliitikkojen tehtäväksi jää keksiä, miten se toteutetaan. ■

“POLIITIKOT POHTIVAT MITÄ TEHDÄ DIGITALISAATION SYRJÄYTTÄMILLE.”