

Heli Parikka, Tiina Härkönen

FÖRETAGENS ANSVAR STRÄCKER SIG TILL DATA

Perspektiv på och förslag till främjande
av ansvarsfull användning av data

OKTOBER 2020

Sitras promemoria

©Sitra oktober 2020

Skribenter: Heli Parikka, Tiina Härkönen

Redaktionssekreterare: Mira Nupponen

Ombrytning: PunaMusta

Promemorian baseras på resultaten av Workshop-serien Data som en del av företagsansvar som samordnades av Sitra och FIBS under våren 2020 och det tänkande som utvecklades med dem.

**Företagens ansvar sträcker sig till data –
Perspektiv på och förslag till främjande av ansvarsfull
användning av data**

ISBN 978-952-347-196-2 (PDF) www.sitra.fi

Promemorias språkversioner:

Yritysvastuu ulottuu dataan

978-952-347-189-4 (PDF) www.sitra.fi

Corporate social responsibility encompasses data

978-952-347-190-0 (PDF) www.sitra.fi

Sitras promemorior är innehåll som producerats som bakgrund för vårt framtidsarbete.

Innehåll

Inledning	4
Sammanfattning	5
1. Vad innebär data som en del av företagsansvar?	7
1.1 En ansvarsfull användning av data bygger upp en rättvis dataekonomi	7
1.2 Situationsbilden för dataansvar	8
2. Dimensioner för ansvarsfull användning av data	11
2.1 Data som en förtroendeskapande resurs	11
2.2 Datadelning som en ansvarsfull handling	12
2.3 Bedömning av vilka miljökonsekvenser utnyttjande av data har	13
3. Mot en mer etisk användning av data och affärsverksamhet	14
3.1 Hur kan en hållbar affärsverksamhet främjas med tanke på rättvis dataanvändning – Tre teser	14
3.2 Exempel på rättvis dataekonomi	15
4. Kännetecknen för företag som tillämpar dataansvar	20
4.1 Dataansvar ökar förtroendet	20
4.2 Åtgärder och praxis vid ett företag som tillämpar dataansvar	20
5. Vision – Hur fortsätter man vidare mot en rättvis dataanvändning?	22
Som avslutning	25
Källor	26

Inledning

Data har blivit en av de mest värdefulla råvarorna för affärsverksamhet i världen. Allt fler kunder kräver transparens i hur företagen utnyttjar data samt en möjlighet att påverka hur deras data används.

En rättvis användning av data är en del av ansvarsfull affärsverksamhet och erbjuder i bästa fall åt företaget en ny konkurrensfördel. Att uppfatta data som en resurs och inkludera dem som en del av företagsansvaret hjälper oss att förstå olika perspektiv som gäller utnyttjande av data. Utgångspunkten är att data är en kostnad som uppstår till exempel av insamling och förvaring. Först de insikter, tjänster och produkter som uppstår genom fullständigt utnyttjande och förädling ger ökat värde åt företaget.

En ansvarsfull användning av persondata har redan blivit en etablerad del av företagens ansvar allteftersom lagstiftningen har utvecklats. Ikraftträdandet av EU:s allmänna dataskyddsförordning (GDPR) i maj 2018 har särskilt bidragit till detta. Att handla enligt dataskyddsförordningens krav är ett viktigt steg mot en användning av data som är hållbarare än i nuläget. Enligt Europeiska kommissionens färsk utredning (pdf på engelska) (European Commission 2020) erbjuder dataskyddsförordningen emellertid tills vidare ur individens perspektiv rätt begränsade möjligheter att påverka hanteringen av data. Ur detta perspektiv är organisationerna i allt större utsträckning skyldiga, och har samtidigt möjligheten, att överträffa kraven i dataskyddsförordningen. Europeiska företag har kapaciteten att bli föregångare inom en rättvis dataekonomi, öka sin attraktionskraft som partner och stärka sin konkurrenskraft på den globala marknaden.

I en genuint människoorienterad företagsverksamhet är hållbar användning och hantering av data en integrerad del av företagsansvaret. Definitionen av förhållandet mellan dessa två, data och företagsansvar, har bara börjat. Sitra beslutade under våren 2020 börja granska, definiera och avgränsa temat som en del av IHAN®-projektet för rättvis dataekonomi (Sitra 2020). Promemorians innehåll uppstod som ett resultat av workshopserien Data som en del av företagsansvar (Sitra 2020) som koordinerades av Sitra och FIBS (FIBS 2020), den ledande påskyndaren av hållbar affärsverksamhet i Norden. I workshopparna deltog representanter för tiotals olika stora företag och organisationer i den offentliga sektorn från Finland i februari–juni 2020.

Promemorian är riktad särskilt till företagsledningen, utvecklare av affärsverksamhet, experter inom kundhantering samt instanser som ansvarar för informationshantering och företagsansvar. Vi önskar att den även gagnar konsulter inom företagsledning och analytiker samt anställda inom marknadsföring och kommunikation. Vi vill även synliggöra befintliga konkreta genomföranden, god praxis och verktyg som siktar mot rättvis användning av data. Framförallt vill vi uppmuntra organisationer att betrakta sin praxis för affärsverksamhet och företagsansvar på ett nytt sätt.

Arbetet är en del av Sitras IHAN-projekt för en rättvis dataekonomi, vars syfte är att förbättra europeiska företags konkurrenskraft genom att främja en människoorienterad europeisk datamarknad som utgår från tillit.

Sammanfattning

Utgångspunkten för en människoorienterad, rättvis dataekonomi är att skapa för individer möjligheten att påverka utnyttjandet av data som en del av ett livskraftigt och rättvist digitalt ekosystem. I en rättvis dataekonomi ses individer som aktiva aktörer, inte enbart som källor för data eller objekt för utbud.

Företagen har ett ansvar att handla med uppskattning, rättvist och transparent både mot sina kunder och partner, och detta ska synas även i användningen av data. I framtidens europeiska dataekonomi delas data ännu friare i framgångsrika ekosystem. I rättvisa datapartnerskap delas data mellan olika aktörer med samtycke, smidigt och transparent, utifrån gemensamma avtal.

Data har blivit en viktig resurs och råvara för företagen, och ett ansvarsfullt och intelligent utnyttjande av data medför fördelar både åt företaget och dess intressentgrupper. I och med detta är det nyttigt att betrakta datans roll också inom referensramen för företagsansvar.

Dataansvar ses som en verksamhet som genomsyrar alla delområden inom företagsansvar. Traditionellt uppdelas företagsansvar i ekonomiskt och socialt ansvar samt ansvar som tas för miljön. Företagsansvar är kopplat till såväl mänskliga rättigheter som hållbar utveckling, sociala faktorer och god förvaltning. Ett ansvarsfullt företag handlar enligt lagar, förordningar, regler och internationella avtal och kan rapportera transparent om sina åtgärder och resultat. Företag, för vilka företagsansvar är ett strategiskt fokusområde, har som mål att överträffa kraven i lagstiftningen och skapa en konkurrensfördel av en ansvarsfull affärsverksamhet.

Syftet med internationella anvisningar som utgår från frivillighet är att främja företagets ansvarsfulla verksamhet och minska de skadliga effekter som deras verksamhet har på miljön och mänskliga rättigheter. Till exempel är FN:s Global Compact-initiativ och [OECD:s riktlinjer](#) (pdf på engelska) (OECD 2018) de mest centrala anvisningar som utgår från frivillighet för multinationella företag. En del anvisningar som utgår från frivillighet har även införts som förpliktelser i lagstiftningen på EU-nivå och den nationella lagstiftningen. Tills vidare har lagstiftningen fokuserat på att reglera särskilt riskfyllda verksamhetsområden eller så har man föreskrivit om skyldigheten att rapportera om åtgärder som företag använder för att verkställa tillbörlig aktsamhet. (ANM 2020, pdf på finska.)

Denna promemoria granskar datans roll som en del av ansvarsfullhet och samlar konkreta förslag, praxis och sätt att föra vidare företagets verksamhet mot en mer etisk, människoorienterad och hållbar kultur och affärsverksamhet för utnyttjande av data.

Vi presenterar i promemorian tre teser, utifrån vilka företagen kan främja en mer ansvarsfull användning av data jämfört med nuläget.

Tes 1. Dialog med intressentgrupper är nödvändig för en affärsverksamhet som tillämpar dataansvar. Till exempel är Förenta Nationernas (FN) Global Compact-initiativ (United Nations 2020, på engelska) och OECD:s riktlinjer (OECD 2018, på engelska).

Tes 2. Partnerskap för datadelning bidrar till en hållbar affärsverksamhet, men kräver strategiska beslut.

Tes 3. Exempellösningar visar vägen åt andra.

Dessutom presenteras i promemorian konkreta kännetecken för företag som tillämpar dataansvar och åtgärdsförslag för företag som främjar dataansvarsfull verksamhet. Vårt huvudargument är att framtidens framgångsrika digitala tjänster utgår från nya slags affärsmodeller, baserar sig på förtroende och skapar värde för alla: företagen, individer och samhället.

De mest centrala kännetecknen för företag som tillämpar dataansvar är:

- Företaget har definierat **teman** som är väsentliga för dataansvar genom att betrakta möjligheter och hot som gäller data både med tanke på sin egen verksamhet och sina intressentgruppers perspektiv.
- Med hjälp av data skapar företaget **värde** – till och med utan ersättning – förutom för sin egen verksamhet också för människor, samhället och miljön.
- Företaget är **transparent** i fråga om insamling, hantering, utnyttjande, delning och radering av data.
- Företaget beaktar **individens rättigheter** i större omfattning än kraven i lagstiftningen.
- Företaget förstår sina **datatillgångar** och har kompetens att utnyttja dem.
- Företaget har definierat **etiska principer** för utveckling och utnyttjande av algoritmer och artificiell intelligens.
- Företaget samlar in data **ändamålsenligt** och transparent samt ser till att livscykeln av data hanteras väl.
- Företaget **delar data** med sina intressentgrupper.

Utnyttjande av data på ett rättvist sätt är redan med på föregångarföretagens agenda för företagsansvar. Centralt särskilt i digitala tjänster som riktas till konsumenter är att individens rättigheter beaktas i större omfattning än vad lagstiftningen kräver. I nuläget fokuserar man särskilt på frågor som gäller dataskydd och integritetsskydd, men temat borde betraktas i ett bredare sammanhang. Även ett mer effektivt utnyttjande av företagens datatillgångar är en viktig del av företagsansvar. Genom att dela data kan företaget skapa välbefinnande för sig själv, men också i sin omgivning. Att utnyttja data till fullo och transparent med gemensamma regler stöder en ansvarsfull affärsverksamhet och möjliggör tillväxt av affärsverksamheten.

1. Vad innebär data som en del av företagsansvar?

1.1 En ansvarsfull användning av data bygger upp en rättvis dataekonomi

Dataekonomi är ett delområde inom ekonomi, där affärsmodellen baserar sig på utnyttjande och användning av data på olika sätt. EU har fått upp ögonen för de möjligheter som dataekonomin erbjuder, och gav ut under våren 2020 en ny [EU:s datastrategi](#) (Europeiska kommissionen 2020), vars syfte är att öka de europeiska företagens konkurrenskraft. Datastrategin eftersträvar en gemensam europeisk inre marknad för data, där data rör sig mer fritt mellan olika verksamhetsområden. Detta möjliggör nya affärsmodeller och nya, innovativa digitala tjänster.

Sitra har tagit fram för såväl företag som beslutsfattare sina [åtgärdsförslag](#) (Sitra 2020) för att genomföra EU:s datastrategi. Åtgärder är till exempel stärkande av individens rättigheter i fråga om delning av data som insamlats om honom eller henne samt stärkande av kompetens som gäller hantering och utnyttjande av data både bland individer och företag.

I en rättvis dataekonomi skapas tjänster och produkter som utgår från data etiskt och så att värde och välbefinnande produceras åt alla: åt individer, företag och samhället. Företagen kan skapa helt nya slags fördelar då de delar data mellan företag och andra aktörer inom datapartnerskap och nätverk på ett hållbart sätt och med individernas samtycke.

Företagsansvaret gäller både data med anknytning till personer och data mellan företag. Utgångspunkten för en rättvis dataekonomi är emellertid människoorientering och innovationer som gäller nya affärsmodeller och tjänster både med hjälp av data som gäller personen och andra data.

Även principerna för en europeisk dataekonomi betonar människoorientering och hållbarhet. Principerna betonar datans tillgänglighet och delning av dem, stärkande av individernas funktionsförmåga, betydelsen av innovationer samt förtroende och lärande. Utifrån dessa kan även företagen betrakta och utveckla sin egen verksamhet.

Principer för en rättvis dataekonomi: [Principles for a human-centric, thriving and balanced economy](#) (pdf på engelska) (efter) (EU Council 2019)

PRINCIPER FÖR EN RÄTTVIS DATAEKONOMI

<p>DELNING</p> <p>↑ Organisationer delar data med sina intressentgrupper, vilket möjliggör en fungerande data-marknad.</p>	<p>TILLIT</p> <p>↑ Organisationer är transparenta vad gäller dataanvändning. Det finns hållbara spelregler för delning och utnyttjande av data (i Europa). Data som delas håller hög kvalitet, data insamlas och utnyttjas etiskt, och data medför mervärde åt alla parter.</p>	<p>INNOVATIONER</p> <p>↑ På marknaden för en rättvis dataekonomi vinner de bästa tjänsterna oberoende av vem som utvecklar dem.</p>
<p>I fokus ligger återanvändning och förädling av data för att skapa bättre tjänster.</p>	<p>Begripliga användningsvillkor och transparenta spelregler för datadelning.</p>	<p>En öppen datamarknad, som verkar enligt rättvisa och icke-diskriminerande spelregler.</p>
<p>TILLGÄNGLIGHET</p> <p>↑ Utgångspunkten är att väsentliga uppgifter för alla sektorer är tillgängliga enligt rättvisa, rimliga och icke-diskriminerande villkor.</p>	<p>KUNNANDE</p> <p>↑ I en rättvis dataekonomi främjas en försökskultur och ledarskapet, organisationskulturen och -praxisen utvecklas aktivt.</p>	<p>MÄNNISKOORIEN-TERING</p> <p>↑ Organisationer respekterar individens rättigheter, skapar för individer en lätt tillgång till data som insamlats om dem och erbjuder omfattande medel som är lätta att använda för att hantera återanvändning av deras data.</p>
<p>Individernas och företagens jämlika rättigheter.</p>	<p>Förståelse och en vilja att skapa nya tjänster och produkter utifrån data.</p>	<p>Individens rätt att ha nytta av data som insamlats om honom eller henne.</p>

1.2 Situationsbilden för dataansvar

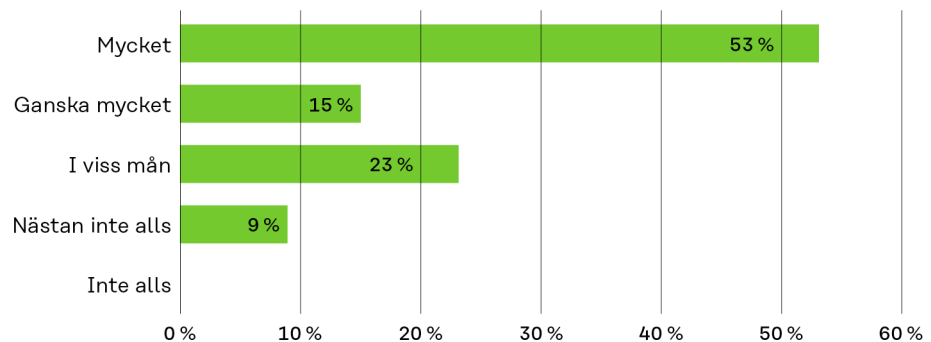
På grund av den europeiska dataskyddsförordningen tryggar företagen allt bättre sina kunders integritet. I fråga om datadelning är situationen emellertid inte lika bra, även om 49 procent av de finländska företagen berättar redan i nuläget att de delar data med andra företag (Sitra 2019, företagsenkät, pdf på finska). Det finns emellertid fortfarande mycket att utveckla i fråga om hur och till vem data delas. Det är anmärkningsvärt att stora företag delar mindre data (på engelska) än små och medelstora (SME) företag. (CTO Forum 2019).

Även en enkät (N=47) som genomfördes av Sitra under våren 2020 och riktades till finländska företag ger indikationer på att företagen fortfarande har långt kvar till en övergripande ansvarsfull användning av data. Enkäten är riktgivande och kräver en mer omfattande utredning. Det är emellertid beaktansvärt att respondenterna upplever att ansvarsfull användning av data ger företagets affärsverksamhet mervärde, men att konkreta åtgärder för mer ansvarsfull användning av data delvis är bristfälliga. Till exempel hade nästan hälften av de företag som respondenterna representerade ingen datastrategi för olika delområden av dataanvändning (till exempel anskaffning, hante-

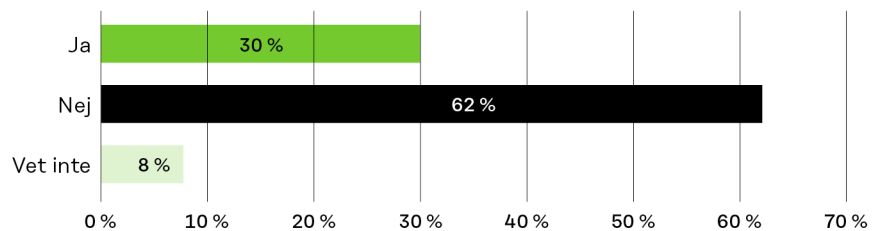
ring, lagring, delning av data osv.). Även organisationens kommunikation utåt om användningen av data verkar generellt vara ett svagt område.

Man bör emellertid observera att i olika företag förstås sannolikt ansvarsfull användning av data på olika sätt. Även på grund av detta är det viktigt att man ökar den gemensamma förståelsen och definitioner kring temat.

Enligt min syn skapar ansvarsfull dataanvändning ett mervärde för företagets affärsverksamhet...



Jag anser att ansvarsfull dataanvändning redan ligger på en bra nivå i vårt företag och det uppmärksammas tillräckligt



Majoriteten uppgav att de har som mål att få konkurrensfördelar genom ansvarsfull användning och hantering av data. Merparten trodde att ansvarsfull dataanvändning skapar mervärde. Data har en betydande roll i företagens framtidsplaner, men samtidigt varierar kompetensen och förståelsen i fråga om data. Mer än hälften av dem som svarade i enkäten berättade att de behöver hjälp och stöd från olika instanser. Stöd för ett hållbart utnyttjande av potentialen i dataekonomi behövs också från såväl regleringen, expertorganisationer som andra företag.

En stor del av respondenterna ansåg att ansvarsfull dataanvändning ännu inte ligger på önskad nivå i företagen, och saken ägnas inte tillräckligt med uppmärksamhet. När det gäller användningen av individdata är trycket från konsumenthåll ett förhållandevis nytt fenomen, och företagets åtgärder och tänkande släntrar efter i viss mån. Beträktande av företagsansvar i fråga

om data som till exempel ett större företags ansvar att dela med sig av sina datatillgångar till mindre företag är ett ännu nyare tankesätt. Därför har företag som handlar snabbt en möjlighet att skilja sig ur mängden, utveckla sin kompetens och dra nytta av fördelarna före andra.

Utöver kompetensutveckling behövs en utveckling av verksamhetsförutsättningarna så att de blir mer gynnsamma för finländska och europeiska företag i syfte att göra konkurrensen med internationella stora dataekonomiföretag mer jämlik och få framgångsrika dataekonomiföretag som skiljer sig ur mängden med hjälp av rättvis dataanvändning.

2. Dimensioner för ansvarsfull användning av data

Företagens fokusområden bestäms i organisationerna enligt vad deras betydelse är i företagets värdekedja, affärsverksamhet och bland intressentgrupper. Den traditionella tanken är att företagets främsta mål är att ge vinst åt sina aktieägare. I en modell för hållbar affärsverksamhet däremot definierar företaget på nytt företagets ekosystem och operativa modeller, med hjälp av vilka det har som mål att skapa mervärde åt alla sina intressentgrupper (Porter, Kramer 2011).

Det finns vetenskapliga belägg med tanke på affärsmässig nytta att företagets hållbarhetsprogram inte bara korrelerar starkt med ett bra ekonomiskt resultat, utan att de har en central roll för att uppnå resultaten (på engelska) (Whelan, Tensie, Flink, Carly 2016). (McKinsey 2014, Ameer & Othman 2012.)

Även annan forskning stöder det ovan presenterade tänkandet. Till exempel i en enkät som genomfördes 2015 av Nielsen i 60 länder framgår att 66 procent av konsumenterna skulle betala mer för ansvarsfullt producerade produkter och märken än för andra. Den procentuella ökningen var betydande jämfört med de föregående åren (55 procent under 2014 och 50 procent under 2013). En konsumentenkät som genomfördes före covid19-pandemin i USA visade att 74 procent av millennialer berättade att de om möjligt föredrar köp av produkter och tjänster som stöder deras värderingar. Inom konsumentaffärsverksamheten finns de otaliga undersökningar med samma resultat. Det lönar sig emellertid att betrakta frågan även ur personallens perspektiv, eftersom det blir dyrt om värdefulla experter lämnar företag. Enligt den internationella organisationen World Federation of Advertisers (WFA) som representerar annonsörer skulle 82 procent av arbetstagarna i dess medlemsföretag överväga att lämna företaget om företagets dataanvändning inte skulle vara etisk.

2.1 Data som en förtroendeskapande resurs

Företagen utnyttjar ofta i sin bedömning av företagsansvar FN:s globala mål för hållbar utveckling (Förenta Nationerna 2015) eller fokuserar på miljöansvar och socialt ansvar samt perspektiven med god förvaltningssed. Dataanvändning har traditionellt beaktats som en del av socialt ansvar genom åtgärder och perspektiv som gäller kundernas datasäkerhet och integritetsskydd.

Enligt en enkät (Sitra 2019) som Sitra genomförde för medborgare önskar människor transparens i fråga om användning av data som samlas in om individer samt medel att identifiera företag som använder data på ett etiskt rättvist sätt, till exempel med hjälp av ett märke för rättvisa data. Undersökningen som genomfördes i fyra europeiska länder avslöjade även människors oro över sin integritet och brist på förtroende vad gäller tillhandahållare av digitala tjänster.

För att ansvarsfullt utnyttjande av data också ska medföra affärsmässiga fördelar lönar det sig att granska temat i större omfattning än att enbart

behandla frågor som gäller integritetsskydd. Då data betraktas med tanke på ekonomiskt ansvar och behandlas på samma sätt som företagets andra resurser, kan de avslöja nya slags innovationsmöjligheter, effektivisera processer och därigenom minska kostnader.

Data utan ett användningssyfte är en kostnad. Först när data förädlas och utnyttjas till fullo uppstår nya tjänster och innovationer som betjänar samhället och individerna på ännu bredare bas och på helt nya sätt.

Att inkludera ansvarsfullt utnyttjande av data som en del av företagsansvaret stöder de traditionella riskhanteringssätten i anknytning till data och hjälper att identifiera och hantera till exempel risker som gäller affärsverksamhet, kunder, datasäkerhet och rykte. Å andra sidan bidrar transparens i användningen av data till att öka kundernas, arbetstagarnas och andra intressentgruppers förtroende gentemot företagets verksamhet eller den tjänst som används. Förtroendekapital kan också ses som en av företagets viktigaste framgångsfaktorer.

Till skillnad från traditionella affärsverksamhetsrisker, kommer sociala risker och miljörisker ofta fram på lång sikt och kan ha mångsidiga effekter på företagets verksamhet. Det kan vara utmanande för företaget att i efterhand hantera de konsekvenser som uppstår. Effekterna av dataläckage eller -intrång syns omedelbart, men urholkningen av förtroende som är av kritisk betydelse inom affärsverksamhet tar en längre tid. Detta är svårare att upptäcka särskilt om man inte har ett nära förhållande till kunderna och om utvecklingen av tjänster endast sker utifrån företagets egna utgångspunkter.

2.2 Datadelning som en ansvarsfull handling

Data blir en allt mer integrerad del av företagets ansvarsfulla verksamhet, då de börjar förutom företaget självt även gagna dess partner, samhället eller individer till exempel i form av bättre tjänster. Liksom med alla resurser eftersträvas även med en ansvarsfull och effektiv användning av data ekonomisk tillväxt och lönsamhet. Enligt Gartners (2020) färsk rapport får organisationer, som delar data med sina partner, en tre gånger så stor ekonomisk nytta jämfört med företag som inte delar sina data. Då företagsansvar utvidgas till att gälla datadelning i ansvarsfulla (pdf på engelska) (Seppälä et al. 2019) datanät (Malkamäki 2020) skapar företagen mervärde såväl för varandra som för sina intressentgrupper, exempelvis kunderna.

Men hur klarar företaget av att identifiera den nuvarande och framtida betydelsen av data för sin affärsverksamhet och konkurrenskraft samt att skapa principer och processer, genom vilka data frigörs för delning? Datadelning utgör sannolikt för företaget en större utgift och risk än förstörelse av dem, och därför borde man också motivera detta med vilken nytta företaget får både på kort och lång sikt. Utmaningar som gäller datadelning kan även vara åtgärder och frågor i anknytning till hantering av data, brist på verktyg och teknologi, intressentgruppernas attityder eller lagstiftningsmässiga hinder och frågor som gäller dataskydd. Å andra sidan är det bra för organisationen att stanna upp och fundera över vilka risker och förlorade möjligheter som uppstår om man beslutar att inte dela data. (Clougherty Jones (Gartner) 2020.)

Datastrategin hjälper att uppfatta organisationens datatillgångar samt bättre förstå och utnyttja egna data, kartlägga brister och därigenom underlätta datadelning i ekosystem. Partnerskap för datadelning skapas med sådana aktörer som samlar in, förvarar och delar data ansvarsfullt och transparent. En fungerande datastrategi däremot hjälper organisationer att uppnå dessa mål. (Wärynen 2020, på engelska.)

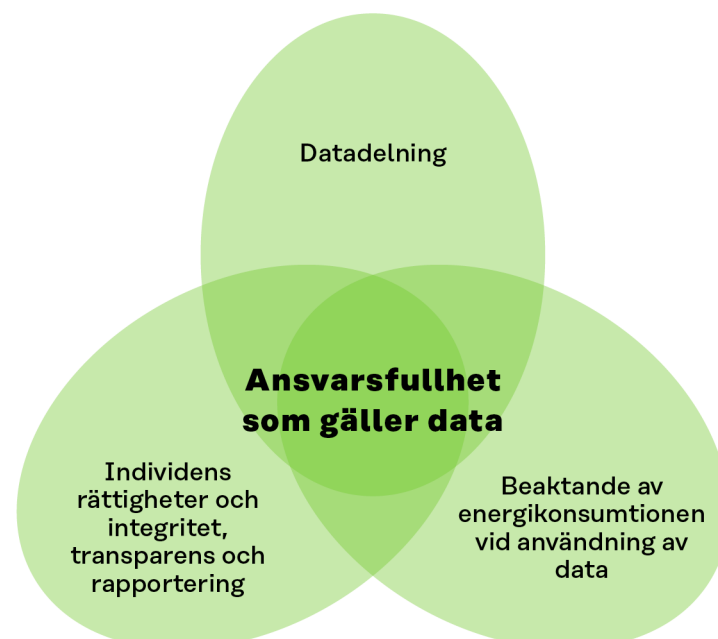
2.3 Bedömning av vilka miljökonsekvenser utnyttjande av data har

Det finns också anledning att beakta vilka miljö- och klimatkonsekvenser (Näringslivets forskningsinstitut ETLA och Aalto-universitetet 2020) utnyttjande av data har. Då ska man förutom minskningen av negativa konsekvenser även betrakta vilka fördelar genom vilka man kan skydda miljön och dess mångfald samt bromsa in klimatförändringen data ger.

I och med den snabba ökningen av enheter och överförda data ökar energikonsumtionen inom informations- och kommunikationsteknologi-branschen. De växthusgasutsläpp och den materialkonsumtion som användningen av informations- och kommunikationsteknologin orsakar har fått rätt lite uppmärksamhet jämfört med utsläpp från andra branscher, såsom industrin. Datacentraler, kommunikationsnät, terminalutrustning och användningen av tjänster ger upphov till miljökonsekvenser. Enligt prognoser kommer under 2030 över en femtedel av den energi som konsumeras i världen från konsumtionen inom informations- och kommunikationsteknibranschen.

Till exempel är minimering av insamling av onödiga data och därigenom ett mer effektivt utnyttjande av enhets- och kalkylkapaciteten samt val av energieffektiva lösningar åtgärder som genomsyrar både miljöansvar och socialt ansvar.

Dimensioner för ansvarsfull användning av data



3. Mot en mer etisk användning av data och affärsverksamhet

Vilka saker borde företag och organisationer beakta, då målet är att data ska integreras närmare som en del av företagsansvaret? Man kan börja utveckla företagets ansvarsfulla dataanvändning utifrån tre centrala teser.

3.1 Hur kan en hållbar affärsverksamhet främjas med tanke på rättvis dataanvändning – Tre teser

Tes 1. Dialog med intressentgrupper är nödvändig för en affärsverksamhet som tillämpar dataansvar

Utveckling av affärsverksamhet och tjänster i samarbete med intressentgrupper hjälper att också förstå kunders perspektiv på utnyttjande av data. Förtroendekapital kan ökas med hjälp av en begriplig, sanningsenlig och uppriktig kommunikation. Företagen kan främja dialog med sina intressentgrupper till exempel:

- att aktivt delta i diskussionen om användningen av data i olika forum
- genom att kommunicera om sin användning av data och verksamhetsmodeller förståeligt både inuti och utanför organisationen
- genom att utnyttja tillgängliga, färdiga verktyg (på engelska) (Open Data Institute 2019) som underlättar kommunikationen vid planering av etisk användning och utnyttjande av data.

Företag som intensivt utnyttjar kunddata gör också klokt i att se möjligheter i på vilka sätt kunderna och partnererna tas med i processer för utnyttjande av data.

Tes 2. Partnerskap för datadelning bidrar till en hållbar affärsverksamhet, men kräver strategiska beslut.

Företagets datastrategi är ett centralt element då man utvecklar ett ekosystem för datadelning. En datastrategi binder data till en helhet för digital utveckling. Den tar också ställning till hur man handlar inuti ett företag och hur man kan skapa värde av data med hjälp av tjänster och produkter. Det är bra för företagen att försöka definiera:

- hurdana data ger det största värdet
- var samlas de in och hur utnyttjas de
- vilka fördelar erbjuder datadelning och vilka fördelar önskas
- med hurdana partner samarbetar man och vilka krav ställs på partnererna.

Dessutom behövs konkreta lösningar som främjar delning av data, såsom gemensamma avtalsmodeller. Till exempel Regelboken för delning av data (på engelska) (Sitra 2020) är en verktyglåda som är tillgänglig för alla och som underlättar och påskyndar byggandet av ansvarsfulla partnerskap samt anslutning till dem. Regelboken innehåller bland annat färdiga avtalsmallar och etiska riktlinjer. Den kan också vara ett sätt att visa för finansärer, partner och marknader ansvarsfulla modeller för delning och användning av data.

Tes 3. Praktiska modeller och exempellösningar visar vägen åt andra

Konkreta exempel behövs för att visa så tydligt som möjligt hur data administreras och hur utnyttjandet av dem främjas. Kopiering av god praxis och synliggörande av egen praxis påskyndar resan mot ett ekosystem med en rättvis dataekonomi.

Till exempel hjälper en transparent och tydlig rapportering vid utvecklingen av viktiga interna processer och ökar förtroendet mellan företaget, partnerna och kunderna. Även en öppen och aktiv partnerkommunikation om organisationens metoder och sätt att administrera och utnyttja data ökar transparensen och samarbetsmöjligheterna. Ett bra sätt är att utnyttja existerande kanaler för presentation av egen god praxis.

3.2 Exempel på rättvis dataekonomi

Utnyttjande av välfärdsdata vid behandling av diabetes, case Sensotrend

Typ: En tjänst för medborgare inom den offentliga hälsovården, tjänsten genomförs av ett företag

Bakgrund och företagets förhållande till data?

Sensotrend producerar åt patienten utifrån blodsockers- och insulinpumpdata samt otaliga välfärdsapplikationer visualiserad information som patienten kan utnyttja både i sin egen behandling och på läkar- eller skötarmottagningar. Med hjälp av visualisering kan man synliggöra vad olika ändringar i fråga om variationer av blodsockret beror på.

Vad var utmaningen – vilket problem löser man?

En enda applikation kan inte på bästa möjliga sätt svara på behoven hos alla diabetiker. I den bästa modellen får otaliga olika applikationer tillgång till data. Varje applikation producerar en egen vy och svarar mot behovet hos sin egen användargrupp.

De data som tjänsten hanterar har också ett stort värde till exempel vid utvecklingen av nya läkemedel. Om man lyckas med att bygga korrekt ett ekosystem för sekundär användning av hälso- och välfärdsdata, skapar detta nya affärsmöjligheter för applikationer som använder välfärdsdata. Det förekommer emellertid otaliga utmaningar vad gäller datadelning mellan olika parter.

Lösning

Välfärdsapplikationer såsom Sensotrend-tjänsten som har ett aktivt och förtroende- fullt förhållande till sina användare befinner sig i en idealisk ställning i fråga om att möjliggöra sekundär användning av data.

För att dela data mellan parter behövs ett ekosystem som har rättvisa villkor och är lönsam för alla parter och där individen bestämmer vilka av hans eller hennes upp- gifter man kan använda.

Tjänstens ekosystem

Sensotrends egen applikation integrerar data från tiotals medicintekniska hjälpme- del och välfärdsapplikationer. Sammanlagt finns det över 100 informationskällor. Sensotrend sparar inte själv hälso- och välfärdsuppgifter, utan utgör en tjänst för olika plattformar. I Finland är till exempel Kanta-tjänsternas Datatillgångar för egna uppgifter en sådan plattform.

Tillsammans med andra välfärdsapplikationer har Sensotrend som mål att bygga ett ekosystem för utnyttjande av data som produceras av olika applikationer i sekundär användning, till exempel i läkemedelsforskning.

Ofta anser företagen att de befinner sig i centrum för ekosystemet, men i verklighe- ten börjar ekosystemen verkligen att växa först när aktörer ansluter sig till plattfor- mar som drivs av andra.

En vision om framtiden

Värdet på data växer då man delar dem. Sensotrend ser många konkurrensfördelar i ett människoorienterat och datasäkert utnyttjande av data. Affärsmodeller och tjänster som rättvist delar data i ekosystem är till nytta för medlemmarna i hela nät- verket som delar data, särskilt slutkunden. Ekosystem som fungerar enligt öppna och rättvisa principer har större potential än slutna ekosystem för tillväxt och håll- barhet.

I framtiden ökar tjänster som är mer skraddarsydda, och i och med detta ökar även individens makt att välja de tjänster som passar honom eller henne bäst. Med tanke på kunder vore det idealiskt att kunna känna igen och välja rättvisa tjänster till exempel med hjälp av en logotyp för rättvis data.

Tips till andra

Det behövs harmonisering av tillvägagångssätt och standarder för att betjäna indivi- der. Individer lär sig att bättre uppfatta tjänster och företag som tillämpar praxisen med rättvis data, då tjänster eller applikationer blir enhetligare till exempel med hjälp av standardanvändningsvillkor som är lätta att känna igen.

Digital undersökningsplattform, case Oriola

Typ: En tjänst som genomfördes av ett företag för medborgare och läkemedelsföretag

Bakgrund och företagets förhållande till data?

Med hjälp av Oriolas digitala undersökningsplattform sammanslås nationella registeruppgifter och information om läkemedelsbehandling som patienterna själva rapporterar. Plattformen betjänar både läkemedelsforskningen och patienter. Oriolas verksamhet är dataintensiv, och man håller på att utveckla möjligheterna att utnyttja data.

Vad var utmaningen – vilket problem löser man?

Det har varit svårt att få tag på patienters självuppföljningsdata för läkemedelsforskning. Tidigare ledde rekrytering av respondenter via olika nätkanaler till att den största delen slutade svara på enkäter då man frågade om deras personbeteckning. Till exempel visste man genom respons som fåtts av cancerpatienter att de gärna skulle delta i undersökningar, men att de inte ville ge sin personbeteckning i nätkanaler. För insamling av data behövdes en pålitlig plattform som konsumenterna hade förtroende för.

Lösning

Lösningen gagnar i synnerhet undersökningar av läkemedels effekt i vardagligt bruk (Real World Evidence, RWE). Med hjälp av dem kan man kombinera officiella registreringsdata till de uppgifter som patienterna rapporterar om läkemedelsbehandlingen. Genom den plattform som Oriola har utvecklat har de som deltar i undersökningar möjligheten till stark autentisering, ge ett elektroniskt samtycke och administrera användningen av sina egna uppgifter. Detta ökar undersökningens transparens och möjliggör sammanslagning av olika data på ett tryggt sätt som bevarar patientens anonymitet.

Tjänstens ekosystem

Undersökningsplattformen har utvecklats av Oriola, men Vastuu Group har utvecklat dess komponenter, samtyckesportmonnä och den starka autentiseringen. I ekosystemet deltar även Institutet för hälsa och välfärd och Cancerpatienterna i Finland rf samt läkemedelsföretag som utnyttjare av data. Datadelningen sker med individens samtycke. Fördelarna sprids till ekosystemets alla parter.

En vision om framtiden

Ekosystemtänkandet stärks, och Oriolas mål är att utvidga användningen av plattformen och samla en patientgrupp som utifrån samtycke från individen kan kontaktas för läkemedelsundersökningar och patientstöd-tjänster.

Visionen är en allt mer omfattande läkemedelsforskning där patientens röst hörsammats. Dessutom är ett viktigt mål att ge ut resultaten av data som patienterna själva har producerat åt en bredare publik. Datadelning för beslutsfattande i samhället är en del av företagsansvar. Samarbete mellan den offentliga sektorn och företag ska främjas ytterligare i fråga om utnyttjande av data.

Tips till andra

Målet borde vara att övergå från ett tänkande som är begränsat till verksamhetsområden till bredare perspektiv. Aktörer inom olika områden bör ha som mål att slå samman datatillgångar som de administrerar, så att man kan bilda ett bredare perspektiv om olika företeelser och påverkansmekanismer. Ett exempel på detta är sammanslagning av hälsodata med andra data.

Det är också fråga om attityder och tillägnande av nya slags tillvägagångssätt. Det behövs olika slags aktörer både från den privata och offentliga sektorn. Målet är att man ska lära sig att i större omfattning utnyttja data i samhället.

Databokslut, case OP

Typ: En tjänst som genomförs av ett företag / ett verktyg i stor omfattning åt olika intressentgrupper såsom kunder och utvecklare av affärsverksamhet. Ett externt verktyg för kommunikation och internt för strategiskt ledarskap.

Bakgrund och företagets förhållande till data?

OP-gruppen verkar i ett dataintensivt verksamhetsområde. Data utgör ett livsvillkor och en av de mest betydelsefulla reserverna. Data är råmaterial vars förädling förutsätter investeringar, utifrån vilka man skapar mervärde åt kunden och bidrar med effektivitet till affärsverksamheten. Data utgör samtidigt en kostnad. Data har nämligen inget egenvärde, utan värdet kommer från kopplingen till kunden och affärsverksamheten. Databokslutet synliggör företagets kunskapskapital och hjälper att förstå värdekedjor för data samt berättar transparent om utnyttjande av dem.

Vad var utmaningen – vilket problem löser man?

OP-gruppen har en marknadsandel på 40 procent både i bank- och försäkringsverksamheten och därigenom ett enormt kunskapskapital. Före databokslutet var emellertid realiseringen av de fördelar som data gav inte tillräckligt strategiskt. Databokslutet skiljer sig från ett ekonomiskt bokslut i fråga om att det klarar av att beakta kunskapskapitalets betydelse i företagets verksamhet och utvecklingen av serviceinnovationer.

Lösning

Med hjälp av en databalansräkning ville man i större omfattning synliggöra OP-gruppens kunskapskapital. Bakom detta låg dataombudsmannens rekommendationer gällande databokslut för organisationer. Man ville i synnerhet ändra OP:s databokslut till att särskilt betjäna affärsverksamheten och kunderna.

Även företagsansvar har haft en viktig roll i arbetet med att utveckla OP:s databokslut, men man beslutade att den egentliga rapporten ska hållas separat från rapporteringen av företagsansvar.

Tjänstens ekosystem

Databokslutet samlar företagets funktioner som gäller data och betjäna brett olika intressentgrupper. OP väntar sig också av sina partner en strategisk vision om dataanvändning.

En vision om framtiden

Vad gäller företagsansvar skulle ESG-modellen (ansvarsfrågor kopplade till miljö, socialt ansvar och ägarstyrning) kunna innehålla data som en delfaktor där integritetsskydd är ett centralt perspektiv. Även etik för artificiell intelligens är indirekt kopplat till detta.

Miljöperspektivet är också viktigt, varvid man ska fästa vikt vid energieffektivitet vid användningen av data eller minimering av insamling av data. Det är inte möjligt eller klokt att i framtiden samla in data över allt och alla.

I fråga om ekonomiskt ansvar måste man även tänka på intäktssidan av data samt frågor som gäller värdering av data. OP:s mål är att databokslutet utvecklas och blir mer konkret för varje år. Ett långsiktigt mål är att man kan värdera kunskapskapital.

Tips till andra

Det finns olika sätt att skapa en rättvis dataekonomi. OP-gruppen har medvetet investerat i verktyg och därigenom fått ett effektivare utnyttjande av data att bli en del av företagskulturen.

Partnerskaps- och plattformsekonomin är fortfarande i sin linda. Företagen har mycket att lära sig i fråga om att bygga partnerskap och om datans andel i affärsmodeller. Man måste fortfarande även arbeta med att hitta nya affärsmodeller. Strategiskt utnyttjande av data börjar med engagemang av ledningen.

En ansvarsfull verksamhet ökar kundernas vilja att ge samtycke för dataanvändning. Därigenom kan man även erbjuda kunderna bättre tjänster. Med samtycke av kunden och förtroende möjliggörs bättre kundservice med hjälp av data.

4. Kännetecken för företag som tillämpar dataansvar

4.1 Dataansvar ökar förtroendet

Ansvarsfull datahantering betyder att uppgifter som fås om människors handlingar och som påverkar människors liv hanteras rättvist och etiskt, med öppna principer. Därmed skyddas datakällornas integritet och självbestämmanderätt samt byggs upp ett förtroende som behövs för att skapa innovationer.

Ett grundläggande betraktande av dataansvar också ur etiska utgångspunkter hjälper att fokusera på de rätta sakerna. Utöver iakttagande av den befintliga lagstiftningen och regelverk för dataanvändning är etisk granskning kopplad till upprätthållande och ökning av förtroende, den teknologiska utvecklingens snabbhet och en djupare förståelse för dataanvändning ([Internet society, 2019, pdf på engelska](#)).

Dataetik kan betraktas ur tre perspektiv, varav det första fokuserar på själva data och hur de produceras, sparas, samlas, delas och används. Etik som gäller algoritmer däremot betraktar automation och dess förhållande till processerna för datahantering. En etik som gäller olika praxis fokuserar på att betrakta organisationers och människors ansvar som gäller de ovan nämnda faktorerna. (Lehtiniemi 2020.)

De kännetecken för ett företag som tillämpar dataansvar som presenteras i denna promemoria har härletts från principerna för en europeisk dataekonomi som beskrivits tidigare (sida 8). En ansvarsfull användning av data börjar uppfyllas om företaget så bra som möjligt tar hand om transparens vid datahantering och om livscykeln för sina datatillgångar samt beaktar individens önskemål och rättigheter utöver vad dataskyddsförordningen kräver. Dessutom ska företaget se till att det har förståelse och aktuellt kunnande om sina datatillgångar. Då blir det även möjligt att företaget kan dela data med sina intressentgrupper och därmed öka sitt antal datatillgångar och deras diversitet.

Dataansvaret består av konkreta handlingar. Tabellen nedan innehåller rekommendationer om åtgärder och tillvägagångssätt som det lönar sig för ett dataansvarsfullt företag eller en organisation att främja.

4.2 Åtgärder och praxis vid ett företag som tillämpar dataansvar

Om organisationen vill främja en ansvarsfull dataanvändning gör den klokt i att granska sin egen verksamhet i olika funktioner både internt och externt. I tabellen har vi samlat åsikter av organisationer som deltog i vårens workshoppar över vad det lönar sig för företag eller aktörer att uppmärksamma på sin resa mot ett mer ansvarsfullt utnyttjande av data.

Åtgärder och praxis vid ett företag som tillämpar dataansvar

Definition och rekommendationer om konkreta åtgärder	Företaget är transparent vad gäller användningen av data	Företaget respekterar individens rättigheter (över kraven i GDPR)	Företaget har kompetens och förståelse om sina datalager	Företaget ser till att det har en bra hantering av livscykeln för data	Företaget delar data med sina intressentgrupper
Organisation, verksamhet och processer	Interna och externa anvisningar som gäller data är lättillgängliga och lätta att hitta.	Framtidsperspektivet beaktas i planering av verksamheten – till exempel ändringar av kundbehov och omvärlden.	Datastrategin i fokus: Det är viktigt att förstå och definiera hurdan data som blir tillgänglig och kan delas – likaså varifrån och hur.	Nödvändigheten av existerande data definieras utifrån sin väsentlighet. Framtidsscenarier utnyttjas i datastrategiarbetet.	Beslut fattas utifrån företagets datastrategi. Utnyttjande av färdiga avtals- och sekretessmodeller.
Interna roller, ansvar och resurser	Ansvarsområdena är tydliga. Förmågan att kommunicera om dem begripligt både internt och externt försäkras.	Kundperspektivet beaktas på organisationens olika nivåer, även utanför kundgränssnittet.	Man tar hand om dataförmågor och kompetens överallt i organisationen.	Det utses tydliga ansvariga parter i anknytning till hantering av data och beslut, system och åtgärder som gäller detta.	De interna processerna är tydliga innan man deltar i nätverk som delar data.
Beaktande av extern verksamhet och intressentgrupper	Öppna anvisningar om regler och villkor för användning av data tas fram internt och för samarbetsinstanserna. Man säkerställer att användningsvillkoren och beskrivningarna är begripliga.	Tillgänglighet och dataförmågor på olika nivåer beaktas, då man berättar om användningen av data. Konsumenternas olika roller som källor till data beaktas.	Man säkerställer öppenhet i fråga om hurdan data som insamlas, varför och i vilket syfte. Man bildar en förståelse om hurdan slags data det lönar sig att dela med varje partner.	Vid behov används extern hjälp för att främja delning av data med partner.	Man är verksam endast med tillförlitliga partner – även partnernas användning och hantering av data samt principer för detta beskrivs tydligt.
Att vara verksam i omvärlden	Man deltar aktivt i diskussionen om användningen av data i olika forum. Man värnar om en öppenhetskultur.	Kunder engageras i utvecklingen av processer och verksamhet.	Man genomför smidiga samarbetsförsök och identifierar kundbehov utifrån befintlig data.	Man handlar i samarbete med andra aktörer för att hitta god praxis.	I samarbetsprojekt beskrivs tydligt alla parter, förmåner, fördelar och roller. Delning av data ska gagna alla.

5. Vision – Hur fortsätter man vidare mot en rättvis dataanvändning?

Varför lönar det sig för organisationer att ta på allvar och sätta sig in i ansvarsfull dataanvändning? En central orsak är förtroende. Då konsumenternas eller andra företags misstro mot datainsamling ökar, kan en dataansvarsfull verksamhet och tjänster som utnyttjar data ansvarsfullt utmärka sig och ge företaget en konkurrensfördel.

En verksamhet som tillämpar dataansvar innebär inte enbart minimering av insamling av data och finjustering av praxis, utan även att man sätter sig in i datakällans situation. Följande frågor kan vara till hjälp då man behandlar temat: ”Om jag skulle använda tjänsten eller vara företagets kund, skulle det finnas något som överraskar eller förbryllar mig i användningen av data som uppstår?” eller ”Om dataanvändningen i mitt företag skulle få uppmärksamhet i medier, skulle där förekomma något man borde oroa sig över med tanke på företagets rykte?” (Internet Society, 2019).

Särskilt måste tillvägagångssätten för marknadsföring och kundhantering i konsumentaffärsverksamheten ses över. Företagen bör ställa åt sig själva några grundläggande frågor om rättvis dataekonomi. Stöder företagets praxis för marknadsföring och datahantering individernas behov av respekt för integritet? Är utgångspunkten för tjänsteutveckling en aktiv och öppen dialog med kunderna, och visar sig företaget för kunderna som en pålitlig partner som kan erbjuda nya, skraddarsydda tjänster? Tjänar en maximal datainsamling och den energi som används till detta företagets klimatmål?

Handlingar skapar förtroende mer effektivt än ord. Tillvägagångssättet för ett ansvarsfullt företag syns i kontakter med kunden som öppenhet och konkret som rättvis cookiepraxis och begripliga, rimligt långa användarvillkor. Information om produkterna erbjuds aktivt som en tydlig och lätt kommunikation överallt i värde- och leveransnätverken. Kommunikationen går alltid i två eller flera riktningar: kunden står ända från början i fokus för utvecklingen av tjänster med sina behov. Man utvecklar verktyg och användargränssnitt som gör det lätt för kunden att påverka användningen av sina egna data och man erbjuder även proaktivt en responskanal i riktning mot företaget eller ekosystemtjänsten. Utgångspunkten är att data som samlats in med hjälp av marknadsföring utgår från behov och är optimerade, inte maximala, och att de utnyttjas ansvarsfullt och till fullo vid utvecklingen av tjänster.

Det finns redan fungerande exempel och verktyg som främjar ansvarsfullt utnyttjande av data och dessa utvecklas kontinuerligt. Det är nyttigt för företag och organisationer att bekanta sig med befintliga lösningar, då avsikten är att ta dataanvändningen i en allt rättvisare riktning.

Regelbok för datadelning

Regelboken för rättvis dataekonomi regelbok erbjuder en ram för en trygg och transparent datadelning samt avtalsmallar som gör det lättare att bygga ett datanätverk. I regelboken beskrivs juridiska, affärsmässiga, tekniska och administrativa regler som organisationerna följer i datanätverket då de delar data med varandra. Regelboken tar också hänsyn till etiska principer och kraven på medborgarnas integritet och dataskydd.

Testbädd

Ihan.fi (Sitra 2020) är en utvecklingsplattform för rättvisa digitala tjänster. Praktiska verktyg för en rättvis dataekonomi och modellapplikationer samlas på webbplatsen ihan.fi som stöder tjänsteutvecklingen med principen alla tjänster över en disk. Tjänsteutvecklarna kan logga in i utvecklingsmiljön och kan testa i testbädden skapandet av riktiga tjänster inom en rättvis dataekonomi med hjälp av färdiga tekniska komponenter samt lägga upp i testbädden sina egna data som andra kan utnyttja.

Kriterier för rättvisa data (under utveckling)

Kriterierna utgår från principer för dataekonomi och erbjuder företagen kriterier och indikatorer som organisationer kan använda för att se över sin verksamhet i förhållande till rättvist och effektivt utnyttjande av data. Utifrån utveckling av kriterier planeras ett certifikat för rättvisa data, vars syfte ska vara att hjälpa företag att i framtiden skilja sig som aktörer inom hållbar dataanvändning.

Andra verktyg som används av företag och organisationer och som främjar effektiv dataanvändning

Datastrategi

Att skapa en holistisk datastrategi hjälper att uppfatta affärsmässiga möjligheter i data som används av företaget. En bra datastrategi hjälper att bättre förstå och utnyttja egna data, kartlägga brister och underlätta datadelning i ekosystem.

Databokslut

Ett databokslut gagnar organisationsledningens förmåga att fatta beslut samt kundernas och intressentgruppernas kunskapsbehov. Det ger en helhetsbild av nuläget för organisationens databehandling och tillgängliga dataflöden. Ett databokslut är en del av organisationens informationsledning och det kan användas som en rapport över organisationens interna informationsledning. Med ett databokslut kan man även rapportera åt organisationens intressentgrupper om centrala ärenden som gäller informationshantering. (Dataombudsmannen 2012)

Som avslutning

Vi önskar att de metoder och åtgärder som presenterats hjälper företaget att reflektera i ett större perspektiv över sina möjligheter att främja ett ansvarsfullt utnyttjande av data och även dess roll i utvecklingen av den egna affärsverksamheten och som en del av åtgärder som gäller företagsansvar. Dessutom hoppas vi att de åsikter och utvecklingsidéer som presenteras i promemorian väcker diskussion om temat på olika håll – inte bara i företag, utan även på nivån för det politiska beslutsfattandet.

Enligt en enkät som genomfördes av Sitra behöver över hälften av de företag som svarade på den stöd av olika instanser för delning av data och ansvarsfullt utnyttjande av data. Som exempel kan nämnas staten och reglerings- och tillsynsorgan, intressebevakare, olika nätverk och experter. Det finns fortfarande saker som måste utvecklas från beslutsfattandet till gräsrotsnivån, så att en dataekonomi som utgår från europeiska värderingar ska börja producera sådana fördelar som man kan förvänta sig av den.

Sitras projekt för en rättvis dataekonomi betraktar främjandet av en människoorienterad dataekonomi ur flera olika perspektiv, varav ett är att göra data en del av företagsansvar. Etiska, juridiska, ekonomiska och sociala perspektiv är alla viktiga då man talar om rättvist utnyttjande av data. Därför är det nyttigt med ett övergripande angreppssätt på datastrateginivå och detta minskar separata handlingar samt i bästa fall effektiviserar olika kund- och produktionsprocesser.

Vi tackar alla representanter för företag och den offentliga sektorn som har deltagit och använt sin tid under våren och sommaren 2020 för att delta i workshopserien Data som en del av företagsansvar och bjudit på sin expertis genom att kommentera resultaten och bidra med nya perspektiv. Promemorian är ett sammanställande dokument över diskussioner som förts med företag och åsikter. Föregångarföretagens entusiasm och intresse för temat har varit viktiga för att främja arbetet. Ett särskilt tack för intervjuerna och exemplen med god praxis till OP-gruppen, Oriola och Sensotrend.

Även om temat redan är bekant i en del företag, är det nytt för majoriteten och förutsätter därför vidare granskning, ytterligare bearbetning samt uppbyggande och etablering av bästa praxis. Arbetet fortsätter bland annat med utveckling av kriterier för en rättvis dataekonomi. Med hjälp av kriterierna kan företagen redan inom den närmaste framtiden bedöma hur mogen deras verksamhet är i en dataekonomi. Målet är även att främja ett märke för rättvisa data eller ett motsvarande sätt som gör det möjligt att känna igen och välja produkter och tjänster som utnyttjar data ansvarsfullt. Med hjälp av de steg och lösningar som presenteras i detta dokument är det möjligt att förbereda sig inför en framtida rättvis dataekonomi.

Källor

Ameer, Rashid, Othman, Radiah 2012. Sustainability Practices and Corporate Financial Performance: A Study Based on the Top Global Corporations.

Arbets- och näringsministeriet 2020. Oikeudellinen selvitys yritysvastuulaista (på finska).

Clougherty Jones L. (Gartner) (2020): Flip 'Don't Share Data' Mantras — Introducing Gartner's 'Must Share Data Unless' Data Sharing Model.

CTO Forum 2019. How we use data is evolving (Data on the Move, CTO Survey).

Dataombudsmannens byrå 2012. Handboken Gör upp ett databokslut.

EU Council (2019) Presidency discussion paper Towards a human-centric, thriving and balanced data economy.

European Commission 2020. Communication from the Commission to the European Parliament and the Council. Data protection as a pillar of citizens' empowerment and the EU's approach to the digital transition – two years of application of the General Data Protection Regulation.

Europeiska kommissionen 2020. Kommissionens meddelande till Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt regionkommittén. En EU-strategi för data.

FIBS ry (2020). Finland's leading promoter of sustainable business.

Förenta Nationerna (2015). Hållbar Utveckling.

Förenta Nationerna 2020. Global Compact-initiativ.

Internet Society 2019. Policy brief – Principles for Responsible Data Handling.

Kanta (2020): Kanta finns till för alla.

Lehtiniemi, Tuukka 2020. Imagining the Data Economy. University of Turku.

Malkamäki, Saara 2020. Datanätverk – vad är det för något? Sitra.

McKinsey 2014. Profits with purpose: How organizing for sustainability can benefit the bottom line.

OECD 2018. OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct.

Open Data Institute 2020. What is the Data Ethics Canvas?

Porter, Michael E, Mark R. Kramer 2012. Creating shared value. Harvard Business Review.

Seppälä Timo, Hakanen Esko, Lahteenmaki Ilkka, Mattila Juri and Niemi Rasmus 2019. The Resource Dependency of Data: A Prospective on Data Sharing in Supply Chains. Aalto University.

Seppälä, Timo, Ylhäinen Ilkka, Hiekkänen Kari 2020. Informaatiosektorin energian- ja sähkönkäyttö Suomessa. Etla.

Sitra 2020. 35 förslag för genomförande av Europeiska unionens datastrategi.

Sitra 2020. Data som en del av företagsansvar.

Sitra 2019. Enkät: Användning av digitala tjänster.

Sitra 2019. Eurooppalaisten yritysten tulevaisuus datataloudessa (företagsenkät).

Sitra 2020. Företagens ansvar sträcker sig till data.

Sitra 2020. Ihan.fi – Testbädd för rättvis dataekonomi.

Sitra 2020. IHAN – Rättvis dataekonomi.

Sitra 2020. Regelboken för rättvis dataekonomi.

Whelan, Tensie, Flink, Carly 2016. The Comprehensive Business Case for Sustainability. Harvard Business Review.

Wäyrynen, Anna 2020. Develop your business with shared data. Sitra.

Wäyrynen, Anna 2020. Director – when did you last think about data strategy? Sitra.

SITRA

SITRA PROMEMORIA oktober 2020

Sitras promemrior som ges ut är innehåll som producerats som bakgrund för vårt framtidsarbete.

ISBN 978-952-347-196-2 (PDF)
www.sitra.fi

SITRA.FI
Östersjögatan 11–13
PB 160
00181 Helsingfors
Telefon: 0294 618 991
 @SitraFund