

Standardisointi Suomessa

Loppuraportti

Huhtikuu 2018

Ilkka Niemelä ja Harri Jokinen



Sisältö

- Toimeksianto ja toteutus
- Toimintaympäristö ja kilpailutilanne
- Edunvalvonta ja standardisointi
- Yritysten ja asiakkaiden näkökulmia
- Tulevaisuuden näkymiä
- Johtopäätöksiä
- Visio ja tavoitteet
- Osaaminen ja kyvykkyydet
- Toimenpiteitä



Tehtävä: miten järjestää toiminnot hyötyjen maksimoimiseksi?

Standardit hyödyttävät yhteiskuntaa, elinkeinoelämää ja yksilöä

Standardisointi on vapaaehtoista, avointa, konsensuskseen perustuvaa toimintaa, johon kaikilla on mahdollisuus osallistua. Standardisointi on kansainvälistä toimintaa.

Standardisointi parantaa tuotteiden yhteensopivuutta ja turvallisuutta, suojelee kuluttajaa ja ympäristöä sekä helpottaa kotimaista ja kansainvälistä kauppaa.

Vuonna 2016 Suomessa oli voimassa noin 26 000 standardia kymmenillä eri toimialoilla. Standardeista 95 prosenttia on joko eurooppalaisia tai maailmanlaajuisia standardeja.

HYÖDYT YRITYKSILLE

Standardit

- parantavat kilpailukykyä
- tehostavat toimintaa
- helpottavat markkinoille pääsyä
- varmistavat vaatimustenmukaisuuden
- lisäävät toimintaympäristön hallittavuutta

HYÖDYT YHTEISKUNNALLE

Standardit

- vahvistavat kansainvälistä kilpailukykyä
- keventävät lainsäädäntötyötä
- parantavat kansalaisten elinympäristöä

HYÖDYT KULUTTAJILLE

Standardisointi parantaa tuotteiden ja palveluiden

- turvallisuutta

VUOSIKERTOMUS 2016



Paljon selvityksiä – hyviä arvioita
Ne koskevat kuitenkin nykyjärjestelmää – eivät katso ”kulman taakse”

Selvityksen toteutus

- Annettu aika 2,5 kuukautta
- Nykytilanne: Dokumentit ja verkkosivut, keskustelut
- Asiakastarpeen analyysi: haastattelut ja aikaisemmat kyselyt
- Keskusjärjestöt, TAYt, TEM, haastattelut
- CEN/CENELEC management, komissio, teollisuusjärjestöt
- Pohjoismainen vertailu, Ruotsi ja Tanska,
- Analyysi, yhteenvedo, ehdotukset toimenpiteiksi
- Palaute
- Loppuraportin viimeistely



Strateginen viitekehys

Toimintaympäristö:

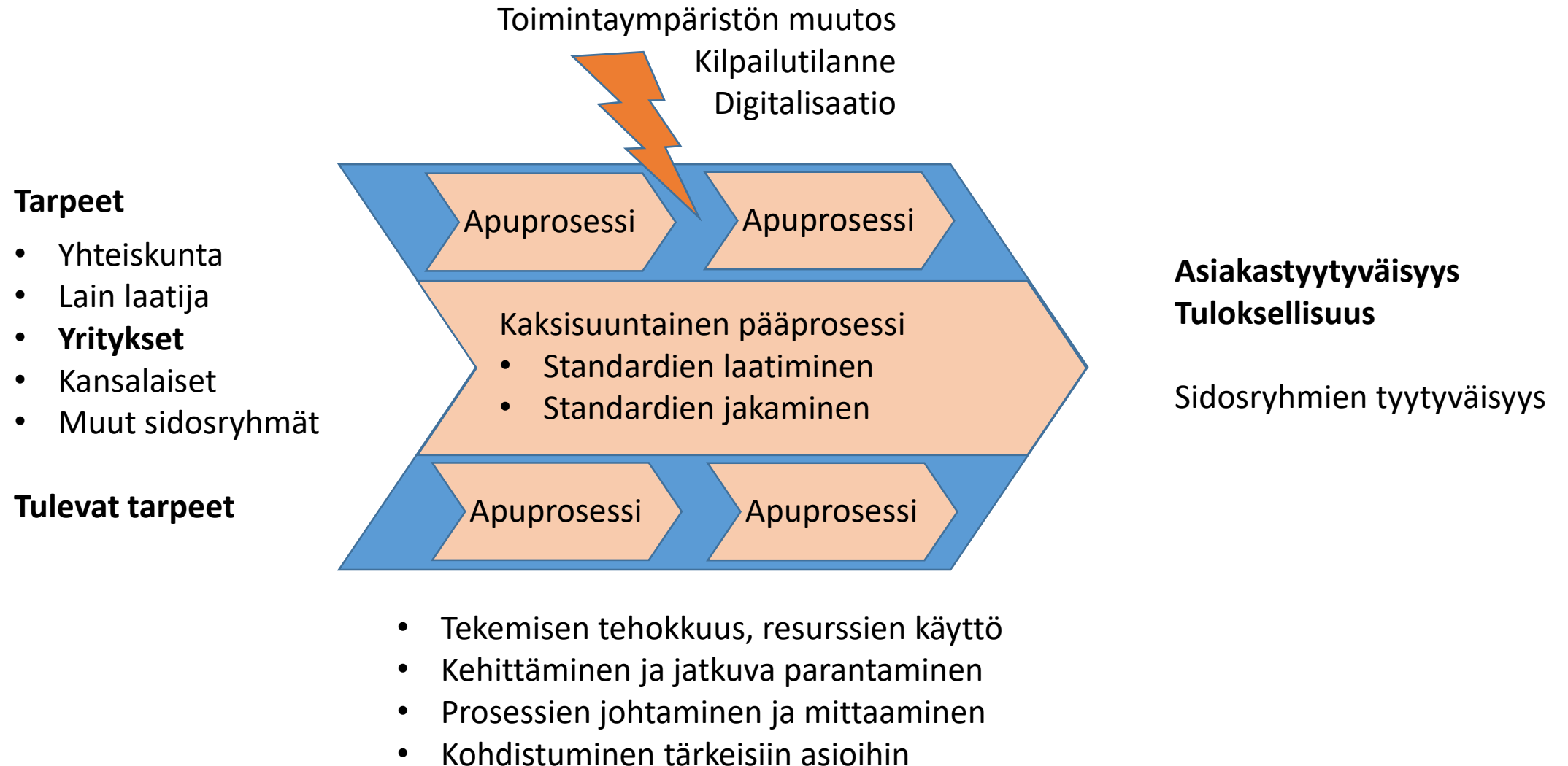
- Globalisaatio
- Digitalisaatio
- Kiertotalous
- Sisämarkkinat
- Kauppasopimukset
- Protektionismi
- Lainsäädäntö
- STD-työnjako



Kilpailutilanne:

- Asiakastarpeet
- Sisärjestöt
- Kaupalliset toimijat
- Ansaintamalli/Järjestelmän rahoitus
- Palvelutarjonta
- Kansainvälinen vs. eurooppalainen
- Viralliset vs. de facto -standardit

Näkökulmana ISO 9000 -toimintajärjestelmä



Toimialayhteisöjen ja toimialojen haastattelut

Henkilöt	Yhteisö	PVM
Pekka Järvinen	SFS	18.1.2018
Hanna Järvenpää ja Esko Keskinen	MetSta	18.1.2018
Antti Karppinen ja Susanna Vahtila	SFS	19.1.2018
Sinikka Hieta-Wilkman ja Juha Vesa	SESKO	30.1.2018
Antti Koponen	RTT	5.2.2018
Kimmo Konkarinkoski	YTL	6.2.2018
Sami Nikander	Kemianteollisuus	8.2.2018
Vesa Kärhä	Muoviteollisuus	9.2.2018
Patrick Frostell	Teknologiateollisuus	13.2.2018
Klaus Nieminen	Viestintävirasto	16.2.2018
Anja Holmsten	SYKE	26.2.2018
Sami Petäjä	Liikennevirasto	28.2.2018
Alina Ruonala-Lindgren	Metsäteollisuus	5.3.2018
Kimmo Saarinen	SESKO	8.3.2018
Satu Nissi-Rautakömi	TEVASTA	21.3.2018
Helena Vänskä ja Virpi Nummisalo	ÖBA	28.3.2018
Tomi Lounema	TEM	29.3.2018

Yritysasiantuntijoiden haastattelut

Henkilö	Yritys	Pvm
Martti Vilpas	STUK	14.2.2018
Juha Kainulainen	Uponor	19.2.2018
Kari J. Lång	Nokia	20.2.2018
Timo Heikka	Stora Enso	23.2.2018
Timo Ali-Vehmas	Nokia	23.2.2018
Topi Paananen	Peikko Group	27.2.2018
Heikki Uusitalo	ABB	27.2.2018
Ari Ketonen	Kone	2.3.2018
Mikko Pöysti	Leca Finland/Weber	6.3.2018
Samuli Lintonen	Safera	12.3.2018

Ulkomaiset haastattelut

Henkilöt	Yhteisö	Position	PVM
Maitane Olabarria	CECIMO	Head of Technical Affairs	12.3.2018
Philippe Portalier	Orgalime	Head of Technical Affairs	13.3.2018
Radek Maly	EC, B3 Standards for Growth	Head of Unit	14.3.2018
Hein Bollens		Deputy Head of Unit	
Martijn Hendriksen		Policy Officer	
Aarre Viljanen		Policy Officer, external	
Laura Degallaix	ECOS	Director	14.3.2018
Elena Santiago	CEN/CENELEC Management Center	CEO	15.3.2018
Sarah Penny		Director Strategy & Governance	
Cinzia Missiroli		Director Standardization & Digital Solutions	
Kirsi Ekroth-Manssila	EC, Growth, Unit F.3	Head of Unit	16.3.2018
Antonio Conte		Policy Officer, ICT Standards	
Emanuel Badehi Kullander	Teknikföretagen	Adviser	22.3.2018
Göran Andersson		External Consult	
Thomas Korsell	SEK	CEO	22.3.2018
Thomas Idemark	SIS	CEO	23.3.2018
Jens Heiede	Dansk Standard	CEO	26.3.2018

Toimintaympäristö ja kilpailutilanne

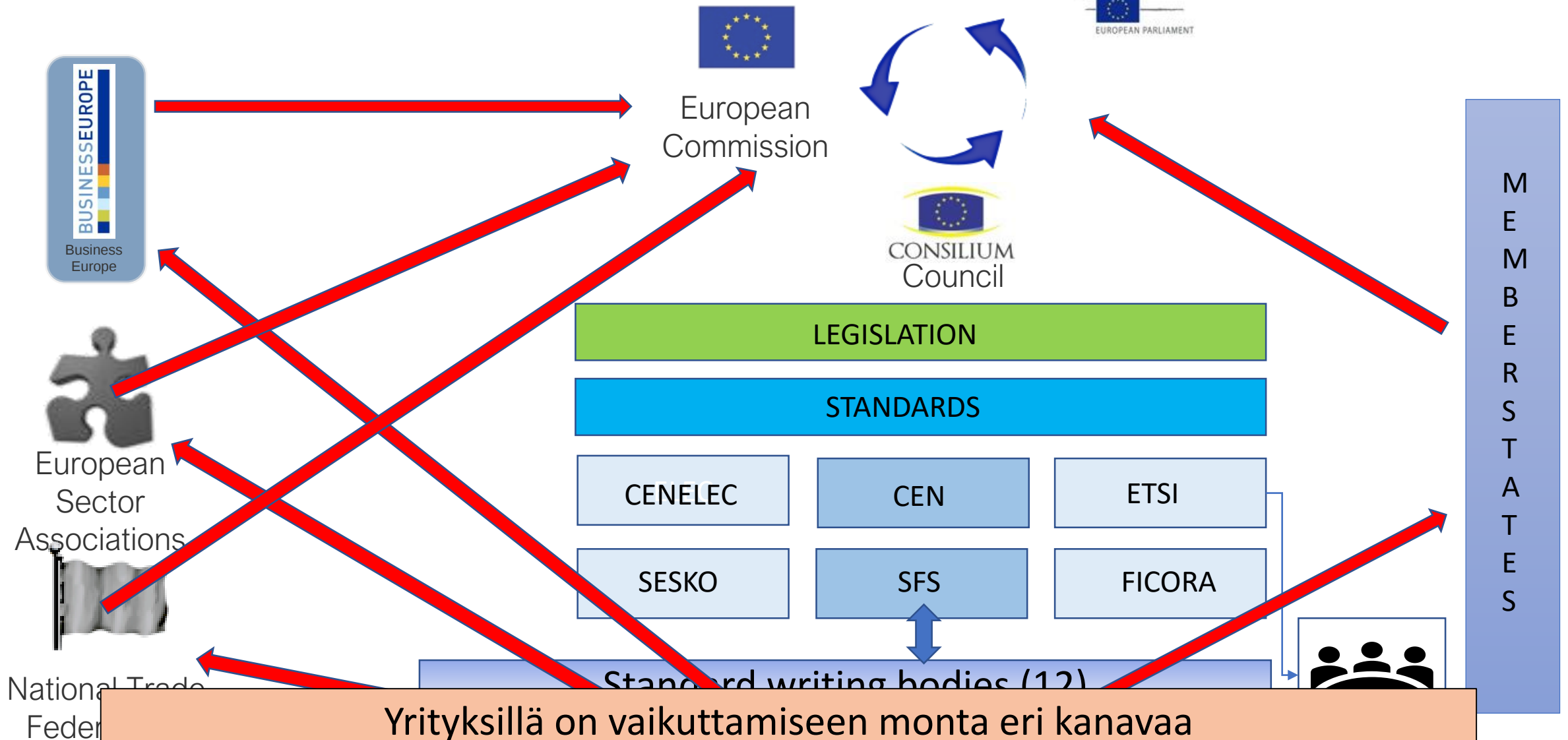
- Sisämarkkinat
- Uusi lähestymistapa (1985) ja Uusi lainsäädäntökehys (2003)
- [Sininen opas](#)
- Asetus 1025/2012
- Harmonisoidut standardit
- CEN/CLC, ETSI



Harmonisoitujen standardien ilmaisuusvaatimus ja ICT-standardisoinnin toimintamalli haastavat nykyisen ansaintamallin

Edunvalvonta ja standardisointi

European Institutions



Yrityksillä on vaikuttamiseen monta eri kanavaa
Standardisoinnilla voidaan vaikuttaa omaan markkina-asemaan

Edunvalvonta ja standardisointi

Toiminnan organisointi

- Teknolohiateollisuus
- Kemianteollisuus
- Metsäteollisuus
- Rakennusteollisuus
- Pienet toimialayhteisöt
- Toimialayhteisö virastossa



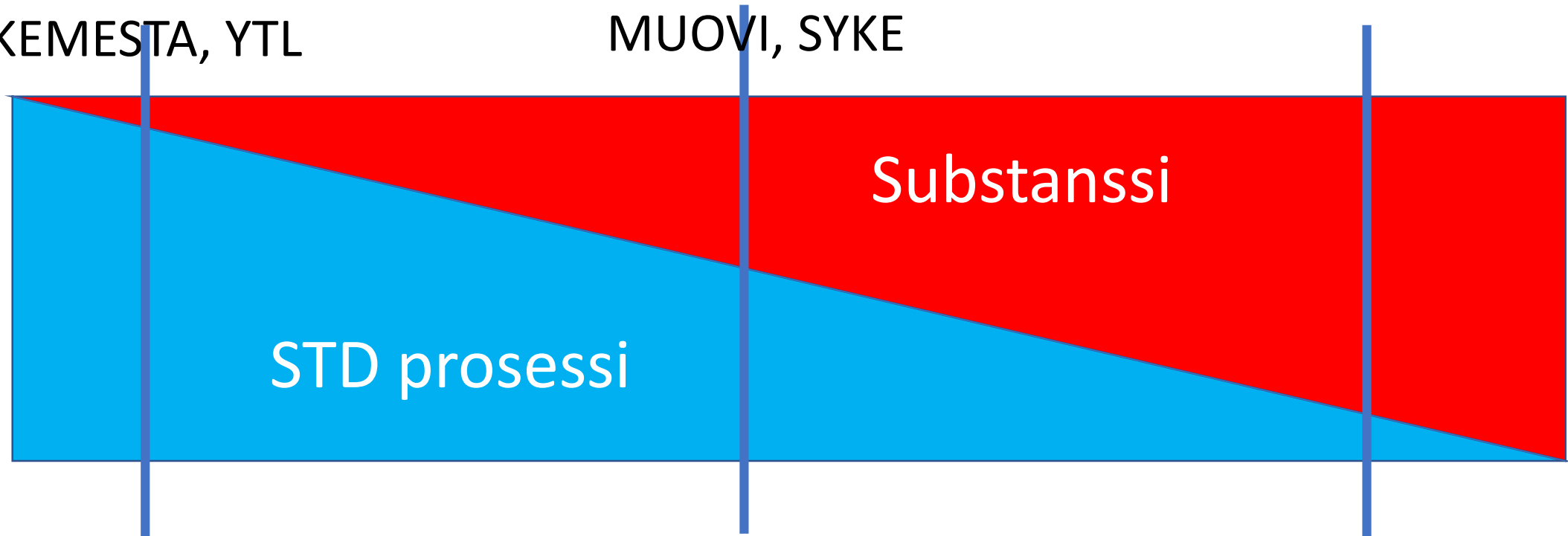
Kaikki mahdolliset mallit käytössä
Joissakin tapauksissa edunvalvontaa ja standardisointia hoitavat samat henkilöt

TAY tehtävät ja osaaminen

MetSta, SESKO,
KEMESTA, YTL

TEVASTA, ÖBA,
MUOVI, SYKE

RTT, LV, VV



Rakennusala ja telekommunikaatio ovat toimintatavoiltaan poikkeavia
Monilla toimialoilla substanssi- ja prosessiosaaminen ovat eri henkilöillä

Standardien laadinta

- Ohjeistettu hyvin
- Työtapa on vanhahtavaa lomakekulttuuria, mutta uudistumassa
- Laadinnan työkalut uudistuvat (ISO/IEC/CEN/CLC)
- Paljon yrityksiä edelleen standardisoinnin ulkopuolella

ISO/CEN	Livelink
IEC/CLC	Collaboration Tools
SFS	FINSTA
	XML Editor

Miten tehdä standardien laatimiseen osallistuminen helpoksi ja houkuttelevaksi

Teemat ja ohjelmat

Kohti yhteisiä innovointia, invest-in ja vientiä edistäviä palvelukokonaisuuksia*



Poikkileikkaavina

- Digitaalinen transformaatio
- Kehittyvät markkinat
- Uusi arvon luonti

Kansallisten panostusten toimenpide- ja keinovalikoimasta ei yleensä löydy standardisointia

Haastatellut yritysasiiantuntijat

- Standardisointialan ”ammattilaisia”
- Keskustelut käytiin rakentavassa hengessä
- Keskustelut suomalaisista standardisointialan toimijoista vähäistä
- Fokuksessa oli eurooppalainen ja kansainvälinen toiminta
- Ajatukset olivat kuitenkin hyvin saman suuntaisia suomalaisen asiakkaan tarpeista – poikkeuskin

Henkilö	Yritys	Pvm
Martti Vilpas	STUK	14.2.2018
Juha Kainulainen	Uponor	19.2.2018
Kari J. Lång	Nokia	20.2.2018
Timo Heikka	Stora Enso	23.2.2018
Timo Ali-Vehmas	Nokia	23.2.2018
Topi Paananen	Peikko Group	27.2.2018
Heikki Uusitalo	ABB	27.2.2018
Ari Ketonen	Kone	2.3.2018
Mikko Pöysti	Leca Finland/Weber	6.3.2018
Samuli Lintonen	Safera	12.3.2018

Suomalainen standardisointi työ kiinnostaa kv-ulottuvuuden takia
Mielipide on isojen yritysten standardisointikonkareitten

Markkinointi ja viestintä

- Maailmassa, jossa yritykset kohtaavat kilpailun, asiakaskokemuksen merkitystä painotetaan
- Yritysten menestystarinat puuttuvat – piiri pieni pyörii
- Taloustutkimuksen mukaan SFS:n huonoiten hoidettu osa-alue
- TAY:t eivät saa tietoa siitä, kuka niiden standardeja on ostanut

Nokia nousi maailman suurimmaksi standardien avulla

Standardeilla on tärkeä osuus Nokian menestyksessä. Jorma Ollila kertoo muistelmissaan, että GSM-standardi on ollut Nokian tärkein puhelinstandardi jo vuodesta 1993. Nokia onnistui yhdessä Ericssonin kanssa nostamaan GSM-standardin maailman tärkeimmäksi alan standardiksi.



Kuva: Kone Oy



Kuva: Timo Karavanta

Timo Heikka on aktiivisesti mukana bio-pohjaisten tuotteiden standardisoinnissa.



Kuva: Upton Infra Oy

Markkinoinnin merkitys pieni ja kilpailu vähäistä – ainakin vielä
Asiakaskokemuksella pieni rooli std-toimijoiden työssä

Hyvin menee vielä – mutta mitä tehdä mustalle aukolle?

- Haastatellut tunsivat standardisointitoiminnan
- Erityisesti tyytyväisyyttä päästä vaikuttamaan eli osallistumaan standardien laadintaan
- Vähemmän tyytyväisyyttä liittyen
 - Viestintään ja markkinointiin
 - Standardien hakutoimintoihin
 - Ostamiseen

Suurimmalla osalla yrityksiä ei mitään liityntäpintaa standardisointiin

Liiketoimintamalli perustuu pitkälti osallistumismaksuihin ja standardien myyntituloihin
Kannattaa pitää huolta tulopohjan laajuudesta

Mitä sanoo Vainu Oy – Suomen paras myyntiorganisaatio

- Vainu on ohjelmistoyritys, jonka palvelut helpottavat yritysmyyntiä
- Yhtiö on hionut oman myyntinsäkin kuntoon ja viime vuonna kolminkertaisti liikevaihtonsa
- ”Myyynniltä odotetaan yrityksissä paljon, mutta aina se ei saa ansaitsemaansa aikaa ja huomiota”
- ”Kovin monimutkaisia keinoja ei siihen tarvittaisi”

Asiakas- tarina kärkenä	Vasta- vuoroista arvostusta	Tekoäly ohjaa myyntiä	Kuluttaja- puolelta esimerkkiä
1 Markkinoinnissa Vainu luottaa esimerkin voimaan. Ohjelmistoyrityksen tärkein markkinointitoimenpiteet ovat asiakastarinat. Yritysmyyntiä tekeville yritykselle ne voivat tuntua itsestään selviltä, joten niiden arvoa ei aina tunnusteta. ”Haluaamme näyttää numeerisia parannuksia. Omien kokemustensa jälkeen ihmiset uskovat seu-	2 Myynnin ja markkinoinnin yhteistyö on Vainulle tärkeää. Honkasan mukaan yhteistyöstä on pyritty tiivistämään parantamalla markkinoinnin ja myynnin arvostusta osastojen välillä. Käytännössä esimerkiksi Vainun markkinoinnin tuomat tiedot tulevat myyntipuolelle näkyviin organisaation yhteisellä keskustelukanavalla ja mailtain.	3 Vainu käyttää yhä enemmän tekoälyä myynnin apuna. Honkasan mukaan nousussa ovat ohjaavat myyntin palvelut, joissa tekoäly oppii sekulomaan potentiaaliset asiakkaat datamallista ja laittamaan löytynyt yritykset järjestyslistan mukaan. Kokenen karesa sopimus syntyi juuri nyt todennäköisimmin. Tulevaisuudessa palvelu	4 Kuluttajamarkkinoinnin trendit tulevat usein hieman jälkijoukossa yritysmyyntiin. ”Kuluttajapuolella mainonnan kohdentamisessa on käytetty paljon dataa. Nyt sama trendi on tullut b-to-b-myyntiin”, Mikko Honkanen sanoo. Datat käyttöön ottaa myös Vainun oma palvelu. Honkasan mukaan kuluttaja- ja yritysmyn-

Tulevaisuuden myyntituloista ja kilpailijoista kannattaa olla huolissaan
Markkinoinnin ensimmäiset neuvot käyttöön – ne eivät ole vaikeita

Vainun neljä teesiä

Kuluttajapuolelta esimerkkiä

4 Kuluttajamarkkinoinnin trendit tulevat usein hieman jälkijunassa yritysmyyntiin.

”Kuluttajapuolella mainonnan kohdentamisessa on käytetty paljon dataa. Nyt sama trendi on tullut b-to-b-myyntiin”, Mikko Honkanen sanoo. Datat, joissa tekoäly valitsee, jotta voidaan laittamaan sopimusta johonkin.

Datan käytölle nojaa myös Vainun oma palvelu.

Honkasen mukaan kuluttaja- ja yritysmyynti eroavat kuitenkin siinä, että yritysten välisessä kaupassa liikkuvat usein suuremmat summat, joten päätöstä on myös tekemässä useampi henkilö. Silloin henkilökohtaiset kontaktit ratkaisevat. ”Ei ole vielä asiakkaille tarjottu, joten se tulee vasta jälkeenpäin”, sanoo.

”Yritysmyyntissä monet asiat ovat vielä vanhentuneita, jotta voidaan pysymään mukana kehittämisessä.”

Nykyiset markkinointi- ja viestintäkäytännöt kaukana parhaista
Hajanainen ja pilkkoutunut joukko toimijoita ei pysty edes neuvoon numero 1

markkinoille alkuvuodesta.

- standardit kattavat laajasti elämän eri alueet

- [illegible]

Yleinen ja yhteiskunnan saama hyöty on kiistaton
Ei kuitenkaan kuulu pk-yritysten kilpailutekijöihin

Sika säkissä – hakemisen ja ostamisen vaikeus

- Suuresta massasta on vaikea löytää etsimäänsä – pk-yritykset vaikeuksissa
- Google-sanahaku ei toimi
- Ala on täynnä lyhenteitä
- ”Suosittelemme käyttämään pelkkiä numeroita, jos tiedät etsimäsi standardin tunnuksen”
- Jos luulet löytäneesi hakemasi – et voi kurkata ja varmistua siitä



Tiedon hakemisen tavat jääneet jälkeen kehittyneestä tietoyhteiskunnasta
Uhkana (uudet ulkopuoliset) toimijat kehittyneillä lisäarvopalveluilla

Voitaisiinko ottaa oppia tiedon hakemisesta?

- Patenttitietokannat ovat kooltaan paljon isompia kuin standarditietokannat
- Ne käyttävät suurta määrää hakukriteereitä
- Patenttitietokannat saavat kiitosta haastatelluilta toimivuutensa ja helppoutensa johdosta

Haku patentti- ja hyödyllisyysmallirekisteristä
Tietokanta päivitetty 28.2.2018

Hakuohje

Hakemuistyyppi:	☒ Kansalliset patenttihakemukset ☒ Hyödyllisyysmallit ☒ SPC lisäsuojahakemukset	Esimerkiksi
Hakemusno:		20070001 tai u20080123 tai 991234 tai u990123 tai 020100028 tai K20070001 tai L20070011
Patentti-/Rekisteri-/Todistuksenno:		119384 tai 119* 99123 tai 99* 3456 tai 3*
Tuote (SPC):		"hydrokloori"
Peruspatentin numero (SPC):		119290 tai 119* EP1102579 tai EP110*
Myyntiluvan numero (SPC):		EU11/00* tai *1/00*
☐ Käytä loogisia operaattoreita suomenkielisessä nimityksessä		
Nimitys (suom. kieli):		pyöreä
☐ Käytä loogisia operaattoreita ruotsinkielisessä nimityksessä		
Nimitys (ruots. kieli):		hjul
PCT-hakemusno:		P107 P107/0000075
Etuvoikeusno:		19-260589
Saapumispvm:	-	30.10.2008 (yhden päivän haku) tai 30.10.2008 - 1.11.2008 (ajavälihaku)
Hakemuksen tekemispäivä:	-	
Julkiseksitulospvm:	-	
Myöntämispvm/Rekisteröintipvm:	-	
IPC-luokka:		G06J5/12 A61H33/06 C12N
Hakijan / haltijan etunimi:		paul

Suurta datamäärää voidaan hakea tehokkaasti eri näkökulmista
Avointa tietoa voitaisiin hakea yleisillä hakukoneilla

Voitaisiinko ottaa oppia myynnissä?

- Viihdeteollisuus toimii kilpaillussa sähköisessä maailmassa
- Palveluiden tuotteistamista ja myyntiä on mietitty tarkkaan
- Teknologia estää luvattoman jakelun
- Tilatessasi annat palvelun tarjoajalle markkinointikanavan



Parhaat oivallukset uusista malleista syntyvät usein muilla toimialoilla.
Teknologia ei esteenä – entä vakiintuneet toimintatavat ja -järjestelmät?

Mitä halutaan mitata? Kertovatko numerot tehokkuudesta ja ovatko vertailukelpoisia? Mitoitetaanko resurssit tarkoituksenmukaisesti?

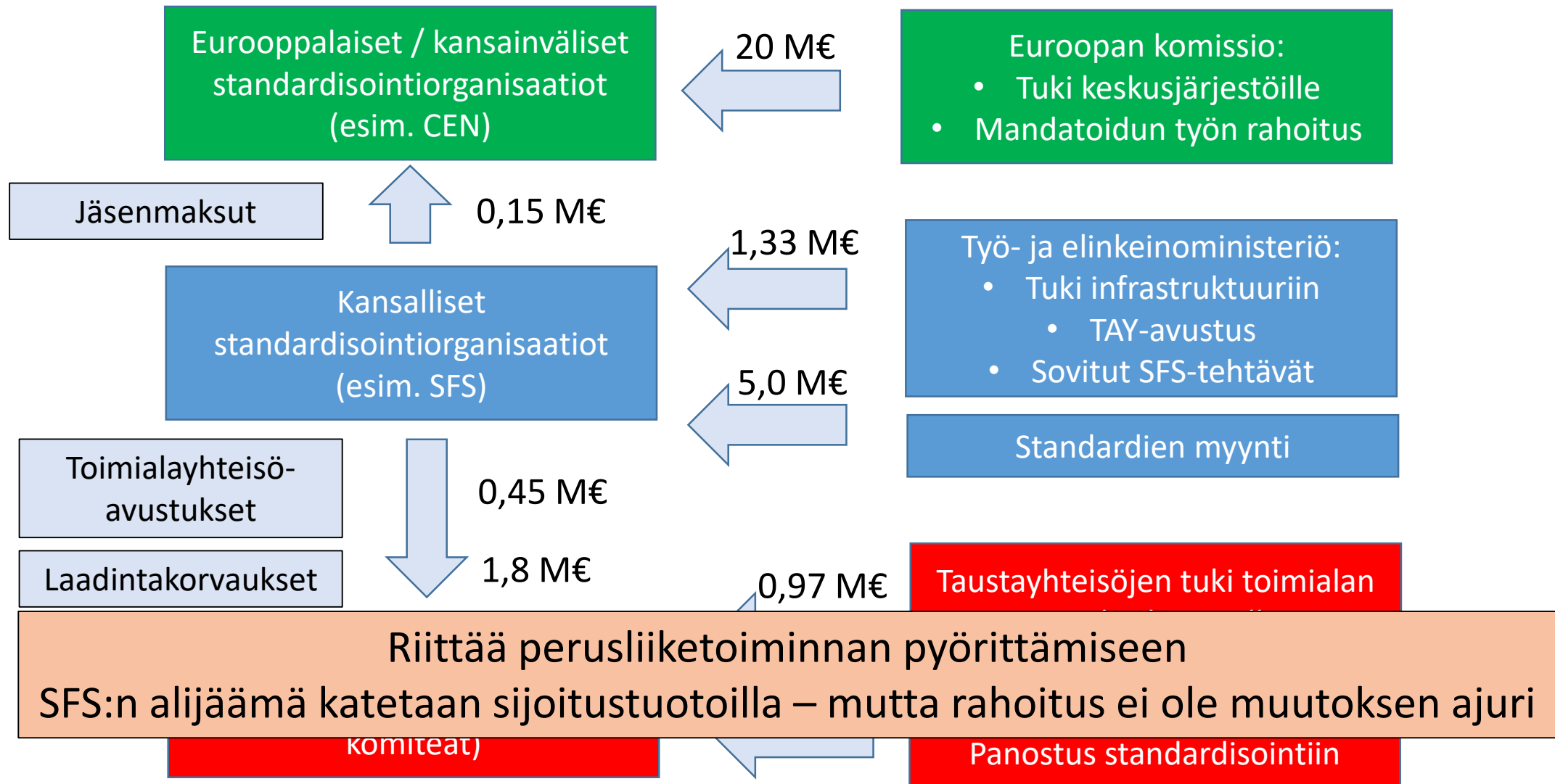
Johtaminen ja laatu – suutarin lapset

- Nyt kukaan ei tiedä varmasti, ovatko resurssit oikeissa paikoissa, toimintaanko tehokkaasti tai kohdistuvatko panokset Suomen kannalta oikein
- Vaativat ja suuret asiakkaat edellyttävät sertifioitua toimintajärjestelmää – standardoinnissa ei näitä asiakkaita ole
- Tehdyt selvitykset, asiakas- ja sidosryhmäkyselyt eivät mittaa johtamista ja tehokkuutta
- Standardoinnissa bestsellereihin kuuluu ISO 9000 -sarja toiminnan johtamiseen
- Ei käytössä standardointiorganisaatioissa



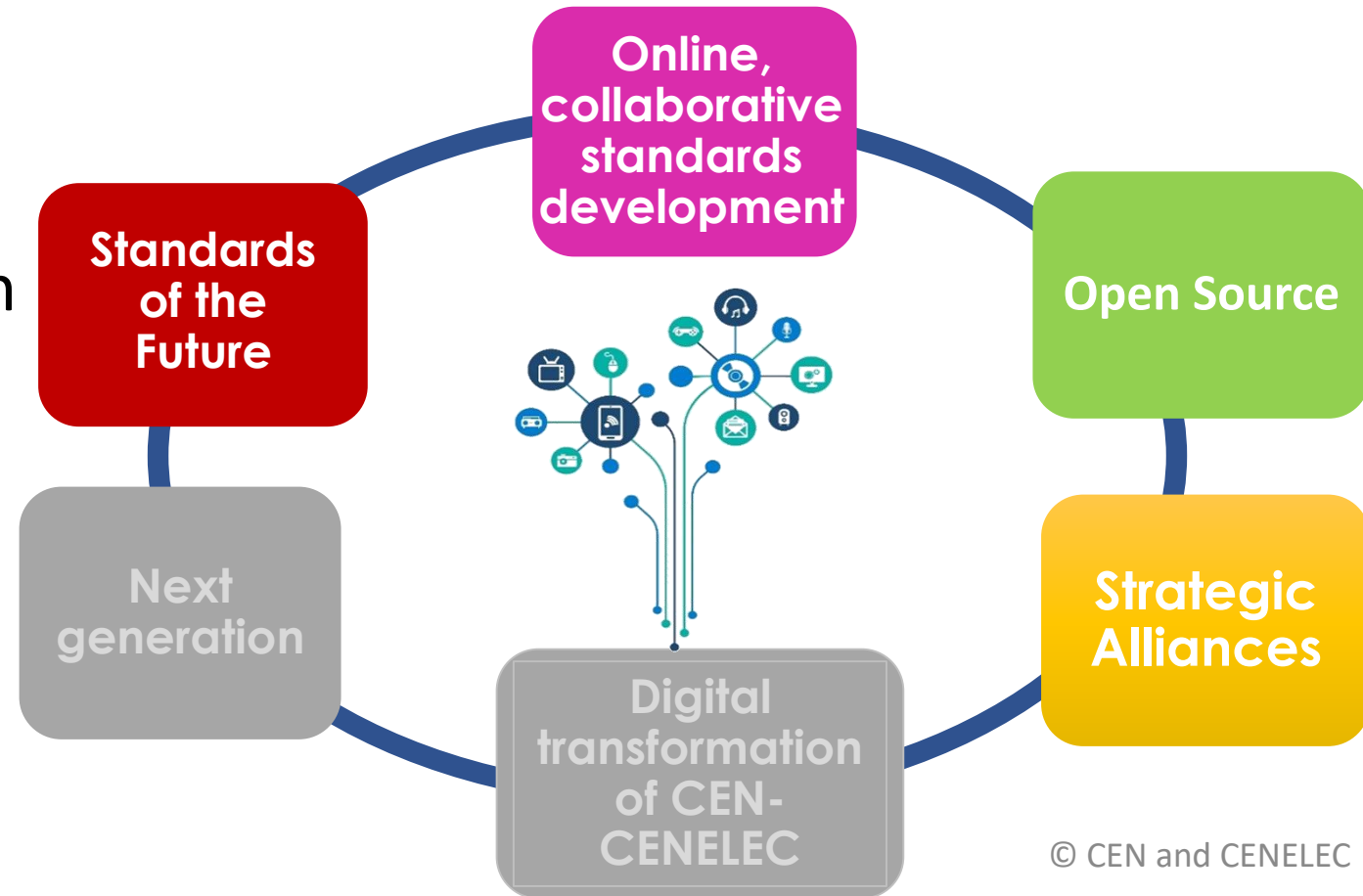
Omistajaroolissa olevien pitää vaatia sertifioitua laatua – asiakkaat eivät sitä tee
Tarvitaan suuria ponnistuksia luoda ja sertifioida laatu järjestelmä

Rahavirrat



Tulevaisuuden näkymiä

- Digitalisaatio on merkittävin muutoksen ajuri
- Vaikuttaa prosessiin, sisältöön ja tarpeisiin
- Kokeilut jo käynnissä
- Tekoälysovellukset ja datan hyödyntäminen tulevat pian
- Ruotsissa ja Tanskassa on kulttuurimuutos käynnissä



Liiketoimintalogiikka muuttuu palvelukeskeiseksi
”Emme myy standardeja vaan parhaita käytäntöjä”

Johtopäätöksiä

- Nykyinen toimintamalli ei kykene palvelemaan elinkeinoelämää ja yhteiskuntaa muuttuvassa maailmassa.
- Johtamis-/toimintajärjestelmän muutos on välttämätöntä, jotta toimintaa voidaan kehittää ja tarvittaisiin enemmän yhteisen toiminnankehityksen kulttuuria, yksin ei voi kehittää eikä kenelläkään tunnu olevan aikaa rutiinien ulkopuolelle.
- Yhteiset prosessit pitää kuvata ja niitä pitää samalla kehittää.
- Tarvitaan nykyistä monipuolisempi, asiakaslähtöinen tuote- ja palveluvalikoima sekä sitä tukeva myynti- ja palvelujärjestelmä. Markkinoinnin ja viestinnän tavoitteeksi lisättävä julkisuuskuvan muutos.
- Tietojärjestelmät on uusittava tämän päivän ja tulevaisuuden vaatimusten tasalle.



Miten suomalainen standardisointi tulisi järjestää?

Toimintaympäristö:

- Globalisaatio
- Digitalisaatio
- Kiertotalous
- Sisämarkkinat
- Kauppasopimukset
- Protektionismi
- Lainsäädäntö
- STD-työnjako



Kilpailutilanne:

- Asiakastarpeet
- Sisärjestöt
- Kaupalliset toimijat
- Ansaintamalli/Järjestelmän rahoitus
- Palvelutarjonta
- Kansainvälinen vs. eurooppalainen
- Viralliset vs. de facto -standardit

Visio

Suomessa on vuona 2025 jatkuvasti uudistuva ja osallistava standardisointijärjestelmä, joka

- edistää elinkeinoelämän kilpailukykyä
- kerää lisääntyvästi yrityksiä ja järjestöjä toimintaansa
- palvelee yhteiskunnan ja kansalaisten tarpeita turvallisuuden, elinympäristön ja palveluiden kehittämisessä
- tarjoaa ylivoimaisen asiakaskokemuksen kansainvälisestäikin mitattuna



Strategia vision saavuttamiseksi

Luodaan yhteinen toimintajärjestelmä, jolla varmistetaan laadukas, tuloksellinen ja osallistava standardisointityö suomalaisen elinkeinoelämän, yhteiskunnan ja kansalaisten palvelemiseksi.

Edistetään suomalaisen elinkeinoelämän kykyä ja mahdollisuutta hyödyntää standardeja ja niiden sisältämää arvokasta tietoa asiakaslähtöisellä palvelujärjestelmällä ja sen tuloksellisella markkinoinnilla.



Tavoite 1: Asiakasnäkökulma

Suomalainen standardisointiyhteisö ja sen sertifioitu toimintajärjestelmä ovat asiakaslähtöisellä palvelullaan ja asiakaskokemuksellaan kilpailukykyisiä verrattuna mihin tahansa kilpailevaan palveluun / järjestelmään

- Aktiivinen markkinointi ja hyvien esimerkkien esilletuonti
- Oikean ja hyödyllisen tiedon löytäminen vaivattomasti, hakujärjestelmä
- Tuotevalikoima ja käyttömahdollisuudet asiakastarpeen mukaisia
- Nykyaikainen palvelualusta/järjestelmä



Tavoite 2: Osallistumisen näkökulma

Suomalainen standardisointiyhteisö ja sen **sertifioitu** toimintajärjestelmä varmistavat omalta osaltaan suomalaisten yritysten ja elinkeinoelämän kilpailukyvyn mahdollistamalla osallistumisen oman alansa standardisointiin kustannustehokkaasti

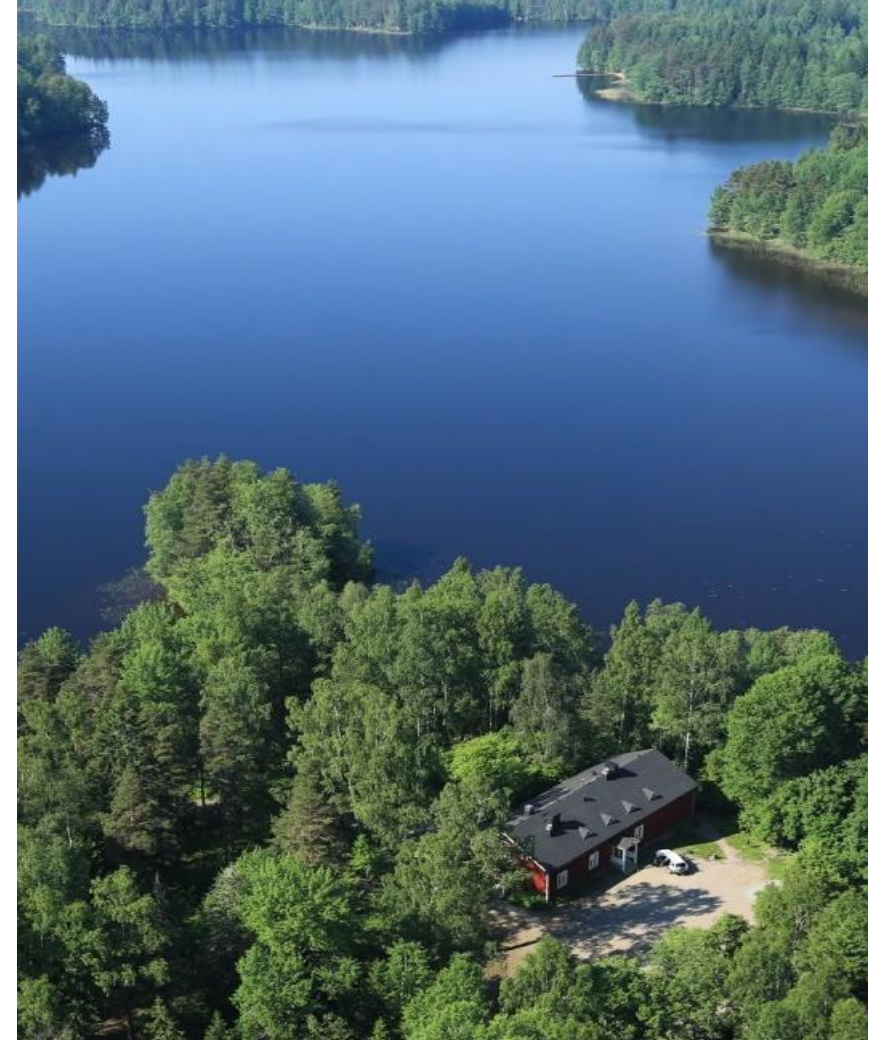
- Yhtenäinen toimintajärjestelmä ja johtaminen
- Yhteinen kehittäminen ja tulosten mittaaminen
- Standardisoinnin asiantuntijat (prosessin osaajat) mahdollistavat substanssiosaamisen hyödyntämisen täysipainoisesti
- IT-infra/alusta tukee ja helpottaa osallistumista
- Toimintaympäristön riskien tunnistaminen



Tavoite 3: Kansallinen näkökulma

Suomalainen standardisointiyhteisö ja sen sertifioitu toimintajärjestelmä varmistavat **kansallisten intressien** ja tavoitteiden edistämisen elinkeinoelämän ja yhteiskunnan kannalta keskeisten kehityskohteiden osalta **myös standardisoinnin** keinoin ja panostuksin

- Mahdollisten painoalueiden tunnistaminen ja priorisointi liiketoimintalähtöisesti elinkeinoelämän tuella
- Proaktiivisuus: uusien työkohteiden ehdottaminen
- Puheenjohtajuuksia ja sihteeristöjä
- Aktiivinen sidosryhmäyhteistyö



Tavoite 4: Kansainvälinen näkökulma

Suomalainen standardisointiyhteisö ja sen sertifioitu toimintajärjestelmä varmistavat kansainvälisesti tunnustetun aseman luotettavana toimijana, mikä lisää yhteisön vaikutusvaltaa edistää suomalaisen teollisuuden tarpeita ja kilpailukykyä standardisoinnin keinoin EU:n sisämarkkinoilla sekä kansainvälisillä markkinoilla

- Laadukkaasti hoidetut sihteeristöt ja puheenjohtajuudet
- Aktiivinen toiminta standardisointiorganisaatioiden kehittämisessä
- Nopeita kokeiluita tietojärjestelmäkehityksessä
- Entistä tiiviimpi pohjoismainen yhteistyö



Arvolupaus

Yritykset

- Keino parantaa omaa kilpailuasemaa kansainvälisillä markkinoilla
- Mahdollisuus oppia parhaita käytäntöjä muilta asiantuntijoilta
- Mahdollisuus muutosten ennakkointiin
- Ensisijainen hakutapa etsiä tietoa standardeista ja standardien omaisista dokumenteista ja raporteista
- Erinomainen asiakaskokemus

Yhteiskunta

- Kansainvälisen kilpailukyvyn parantuminen laajan yritysosallistumisen ansiosta
- Tehostaa julkisia hankintoja ja parantaa niiden laatua
- Lisää turvallisuutta ja parantaa elinympäristöä

Kansalaiset

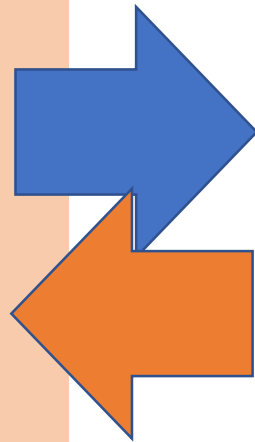
- Läpinäkyvä ja osallistava järjestelmä
- Tuotteiden ja palveluiden toimivuutta ja turvallisuutta
- Järjestelmien yhteensopivuutta



Organisaatio, osaaminen ja kyvykkyydet

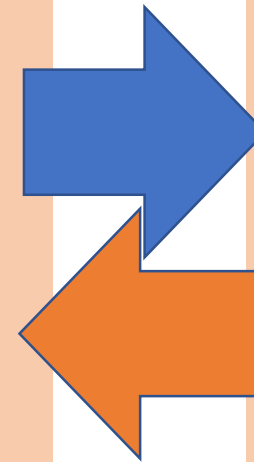
Vaaditut osaamiset

- Visionäärisyys
- Strategia
- Johtaminen
- Mittaaminen ja kehittäminen
- Viestintä
- Markkinointi
- Myynti
- Asiakaspalvelu
- Tietotekniikka
- Taloushallinto
- Henkilöstöhallinto



Uhat ja mahdollisuudet

- Kilpailun lisääntyminen
- Asiakkaiden menettämisen uhka
- Isot, kehittyneeseen tietotekniikkaan liittyvät palvelumahdollisuudet
- Vaatimus kauttaaltaan tehokkaasta johtamisesta, mittaamisesta ja kehittämisestä



Rakenne

- 3+12 erillistä, nykytyyliin johdettua organisaatiota ei pysty tällä rakenteella torjumaan uhkia ja hyödyntämään mahdollisuuksia
- Lisärakenteet (esim. yhteinen johto-organisaatio) ei ole toimiva ratkaisu
- Voimia on yhdistettävä, mutta hallitusti

Ehdotetaan toimintojen keskittämistä yhteen organisaatioon

- Kriittinen massa saman katon alle
- Jokainen toimija pohtii omaa asemaansa
- Omistajien tahtotila ratkaisee
- Organisaatio luodaan puhtaalta pöydältä – SFS:n brändi säilytetään
- Luodaan organisaatio ja toimintamalli, johon kaikki haluavat tulla mukaan



Toimenpiteet

- Omistajien tahtotilan selvittäminen
- Tunnusteluja
- Päätökset
- Tiekartta muutokseen
- Sopimukset
- Muutosohjelma
 - Kansallinen strategia
 - Prosessien kehittäminen ja kuvaus
 - Toimintajärjestelmä ja sen sertifiointi
 - Tietojärjestelmät



Kiitos

