

Alustatalous

Kuvaus

Alustatalouden kasvumahdollisuus hallitsee jo täysin digitaalisilla aloilla, kuten musiikki, viihde, uutiset ja sosiaalinen media. Alustatalous etenee digitalisaation myötä: vähittäiskauppa, matkailu, majoituspalvelut. Seuraavaksi oletetaan, että malli tulee myös teollisuuden B2B businekseen, tuotteisiin ja varsinkin palveluihin. Mm. toinen maksupalveludirektiivi PSD2 mahdollistaa alustatalouden tulemisen pankki- ja rahoitusalueelle sekä vakuutuksiin. Suomalaiset ovat toistaiseksi olleet alustojen käyttäjiä sekä yksityishenkilöinä että yritysinä, mutta eivät ole olleet alustatalouden "pelureina" aktiivisia. Alustatalouden kasvumahdollisuuksia olisi mm. wellness (Amer, Polar...) alalla ja perinteisesti vahvoilla aloilla, esimerkiksi teknologiateollisuudessa ja metsässä. Alustataloudelle olisi kasvumahdollisuuksia myös julkisissa palveluissa (SOTE) tai kiinteistöjen ja infran hallinnassa - yhä useampi asia kun voidaan digitaalisuuden avulla optimoida ja muuttaa palveluksi. Lisäksi alustatalouden kasvumahdollisuus voisi kytkeytyä koulutukseen ja energiatalouteen. Itse asiassa, alustatalous liittyy lähes mihin tahansa toimialaan. Alustatalous on vahva trendi maailmalla. Jos ei siinä ole mukana, voi joutua ahtaalle ns. kilpailutettuun "commodity provider" tilaan.

Markkinatarve

Alustatalouden markkinatarpeet liittyvät niin kuluttajien kuin yritysten olemassa olevien tarpeiden täyttämiseen halvemmalla, nopeammin, helpommin, ennustettavammin. Näillä piirteillä nykyiset alustafirmat Amazonista AirBnB:hen menestyvät.

Potentiaali

MaaS (Mobility-as-a-Service) on yksi paljon esillä olleista alustatalouden kasvumahdollisuuksista. Tämä mahdollisuus on vasta orastava, mutta voi onnistuakin. Perinteisten B2B alojen digitaalinen alustakehitys on myös Suomelle luonteva vahvuus. Samoin alustataloudelle hyödyntämättömiä kasvumahdollisuuksia on havaittavissa niin wellness sektorilla kuin koulutukseen, energiasektorin murrokseen ja sähkömarkkinoihin liittyen.