



Digitalt ska vara kul!

- Vi behöver se till att involvera människor i utvecklingsprocesserna. Lyssna, engagera, förstå kontexten. Det ska vara relevant och det ska vara roligt, sa Anna Ståhlbröst, biträdande professor i informationssystem vid Luleå tekniska universitet på Reglabs Forskarforum 2017 i Luleå.

Vi tar det från början: vad är digitalisering egentligen?

Anna Ståhlbröst sammanfattade det så här: Digitalisering är att göra analoga företeelser digitala, det är en drivkraft till förändring i verksamheter och i samhället i stort. Digitalisering är inte bara digital teknik, det är också metoder för att skapa närhet, att koppla samman människor och platser, att öka hållbarhet med alla dess tre dimensioner.

- Vi behöver se till att involvera människor i utvecklingsprocesserna. Utgå från verkliga, upplevda behov i skapandet av digitala lösningar. Det ska vara relevant och det ska vara roligt, sa Anna Ståhlbröst.

Inte bara pengar

Relevant och roligt – hur skapar man då det genom digitalisering?

”Världens djupaste soptunna” som ger ljud ifrån sig när du kastar ditt skräp, är så kul att du vill kasta skräp igen och igen. Det blir renare i parken när det är roligt att göra rätt. *Nudging* kallas det på designerspråk – att putta människor i rätt riktning med hjälp av och uppmanande, underlättande design.

- Vi utgår från något vi gör i dag – tar bort och lägger till – och vill ha en positiv nettoskillnad i resultatet. Något ska bli enklare, snabbare, roligare. Det handlar inte bara om pengar, det handlar också om andra typer av värden, sa Anna Ståhlbröst.

Wiebke Reim, doktorand i entreprenörskap och innovation vid Luleå tekniska universitet, forskar också kring ökat värde genom digitalisering, men inom träindustrin. Hon berättade om sitt arbete med cirkulär biobaserad ekonomi, om att använda träråvara till mer än byggnader, möbler och papper:

- Värde kan skapas på så många sätt, allt från att skapa innovationer av restprodukter från trä- och pappersindustrin, till att tillverka helt nya material av trä eller att låta träden stå kvar och skapa ett värde utifrån det.

Förändring är jobbigt

Hur ser de mindre företagen på digitalisering? Daniel Örtqvist, professor i entreprenörskap och innovation vid Luleå tekniska universitet, har gjort en studie som visar att den största delen av företagen i Norrbotten har snabb internetuppkoppling, och två tredjedelar ser nya affärsmöjligheter. Men en femtedel av företagen har ingenting i sin verksamhet, som är uppkopplat mot internet.

- Det finns en försiktighet hos företagen när det gäller digitalisering – det måste finnas efterfrågan från kunden. Någon måste betala deras digitala utveckling, sa Daniel Örtqvist.

Att vara förutseende, att se behoven och uppfylla dem, där finns många affärsidéer. Företag som väntar tills det finns tydlig efterfrågan kanske kommer för sent.

- Det saknas kunskap om tekniken, men också kunskap om vad den kan ge, om nyttan, sa Daniel Örtqvist.

Vinit Parida och David Rönnberg Sjödin är professor, respektive biträdande professor, i entreprenörskap och innovation vid Luleå tekniska universitet. De ser en utveckling där företagen pratar mindre om teknik, och mer om innovation och de nya affärsmodeller som digitalisering kan möjliggöra.

De utvecklar en modell för att bygga upp den digitala förmågan i företag, i samarbete med flera svenska storföretag.



- Trenderna går från produkt till lösning, från transaktion till relation, från leverantör/kund till partner, och från lokal/regional till global. Svenska företag behöver bli ännu bättre på att samverka och samarbeta, och på att sedan leda det vidare till affärer, sa Vinit Parida.

Karin Rydén, som är ansvarig för Digitaliseringslyftet på Tillväxtverket, höll med om att små och medelstora företag vet att de måste digitalisera, men de vet inte alltid hur.

- Det är stora skillnader beroende på storleken på företag och vilken bransch de tillhör. Men generellt är det en stor utmaning att skapa incitament. Företagen **måste** börja utvecklingen innan kunden efterfrågar den, sa Karin Rydén.
- Och frågan är hur vi ska mäta resultaten? Kanske är det överlevnad om fem år som ska mätas?

Besöksnäringen satsar på digitalisering

Inom besöksnäringen börjar resan ofta på nätet:

- E-generationen är spontana, de vill ha valmöjligheter, de är välutbildade och globala. De reser mer än tidigare generationer, de litar på teknik och de delar sina upplevelser. Tillgång till snabbt internet är superviktigt på resmålet, sa *Åsa Wallström*, professor i industriell marknadsföring vid Luleå tekniska universitet.

När resan börjar på nätet är det viktigt för turistföretagen att vara på plats på nätet, att vara aktiv och erbjuda relevant information. De yngre resenärerna litar till exempel mycket på andras omdömen. Företagen behöver finnas på Trip advisor eller Mytrip, och ha omdömen där. Bilder är viktigt, liksom väldigt snabba svar på chat eller mejl.

Hur förberedda är företagen?

- Företagen som vi följt finns på nätet, men få finns på jämförelsesajterna eller har flera språk på sin webbplats, och den fungerar inte alltid bra på mobiler, sa *Åsa Wallström*.

Åsa Wallström och hennes kolleger har länge arbetat nära besöksnäringens företag och forskningsrapporterna framkommer tydligt behovet av kompetensutveckling. Bara hälften av företagen har till exempel någon som ansvarar för närvaron på internet och underhåller de digitala kanalerna.

Besöksnäringen i norra Sverige samverkar inom organisationen Swedish Lapland, som har ett EU-finansierat samverkansprojekt, *Destination capacity building*.

- Vi skapar den fortbildning som företagen behöver. Det kan vara att göra mobilfilmer för sociala medier eller att utveckla arbetet mot digitala travel agencies. Vi har lokala digitalcoacher som följer upp och uppmuntrar, sa *Erika Mattsson* som är vd för Swedish Lapland visitors board.
- I besöksnäringen är vi bra på att samverka och det är en bra grund i digitaliseringsutvecklingen.

På Reglabs Forskarforum i Luleå deltog drygt 60 forskare och praktiker inom digital utveckling. Vård var Luleå tekniska universitet tillsammans med Region Norrbotten. Medarrangörer var också Tillväxtverket och Centrum för regionalt samhällsbyggande vid Karlstads universitet.

Tips från Forskarforums deltagare: Hur kan vi öka farten?

- **Öka digitaliseringen i de regionala stödstrukturerna och innovationssystemet.**
- **Använd ungdomar som rådgivare i digitala råd.**
- **Finansiärerna kan ställa högre krav på digitalisering.**
- **Skapa fler arenor där forskare och praktiker möts, bjud in ungdomar som digitaliseringscoacher.**
- **Gör digitalisering till ett nytt horisontellt kriterium.**