
Tekijä Tarja Niinisalo

Työn nimi “Meidän tulevaisuudentutkimus on sitä, että seurataan, mitä muualla tapahtuu” –
tulevaisuuden ennakoinnin kyvykkyudet ja prosessit mediayhtiöissä

Tutkinto Kauppatieteen maisteri KTM

Koulutusohjelma Talouselämän viestintä

Työn ohjaaja Johanna Moisander

Hyväksymisvuosi 2016

Sivumäärä 60

Kieli Suomi

Tiivistelmä

Tulevaisuuden ennakointi on kasvattanut merkitystään yrityksissä päätöksenteon välineenä niin strategisessa suunnittelussa kuin tutkimuksessa ja tuotekehityksessä. Ennakointi tarjoaa välineitä esimerkiksi yritysten visioiden luomiseen, strategisten valintojen tekoon ja innovaatiotoimintaan. Ennakoinnin avulla tulevaisuuteen voidaan varautua ja vaikuttaa.

Tämän laadullinen tutkimus kohdistuu media-alalle, joka on toimialana suurten muutosten keskellä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten sanomalehtiä kustantavissa mediayhtiöissä hankitaan, käsitellään ja hyödynnetään tulevaisuutta koskevaa tietoa, ja millaisia ennakoinnin prosesseja niissä esiintyy. Tutkimusaineisto on kerätty yhdeksän teemahaastatteluun avulla, joihin on osallistunut henkilöitä, joilla on toimenkuvassaan strategisen suunnittelun ja toimeenpanon rooli. Henkilöitä kutsutaan tutkimuksessa mediapäälliköiksi. Heidän toimenkuviaan ovat esimerkiksi päätoimittaja, liiketoiminnan kehittämisestä vastaava johtaja ja digijohtaja. Mediapäälliköiden kautta on pyritty tavoittamaan yritysten ennakointitoimintaa mahdollisimman laajasti. Aineisto on analysoitu teorialähtöisellä sisällönanalyysillä käyttäen erityisesti absorptiivisen kapasiteetin teoriaa ja ennakoinnin prosessimallia.

Tutkimuksen mukaan sanomalehtiä kustantavissa mediayhtiöissä ei yleensä panosteta erityisiin ennakoinnin prosesseihin, eikä tulevaisuutta pyritä hahmottamaan keskimäärin strategiakautta pidemmälle. Mediapäälliköiden tulevaisuusasenteisiin vaikuttavat ketterien tuotekehitysmenetelmien käyttö, kiire, organisaatioissa tapahtuneet muutokset ja yritysten taloudellinen tilanne. Lisäksi osa mediapäälliköistä katsoo, että heidän yrityksissään voidaan seurata kansainvälistä kehitystä. Tulevaisuuteen liittyvää tietoa kuitenkin hankitaan ja käytetään paljon osana normaalia toimintaa. Ennakointi esiintyy systeemin kaltaisena asiana, johon vaikuttavat osaaminen ja verkostot. Mediapäälliköt hankkivat tietoa monipuolisista lähteistä kohdistuen lähinnä omaa alaa suoraan tai läheisesti koskeviin asioihin. Tiedon hankinnassa, sulauttamisessa, muuntamisessa ja hyödyntämisessä korostuvat vuorovaikutustilanteet.

Tutkimusaineistosta poikkeaa yksi yhtiö, jossa ennakointiin on kehitetty jatkuva prosessi. Prosessissa tulevaisuuteen liittyvää tietoa pyritään hankkimaan holistisesti päätöksenteon ja tuotekehityksen tueksi.

Avainsanat tulevaisuus, ennakointi, tieto, absorptiivinen kapasiteetti, prosessit, media
