

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015

KTM | Julkaisuja
10/2007
Elinkeino-osasto

Tekijät (toimielimestä: nimi, puheenjohtaja, sihteeri)		Julkaisu-aika	
Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia - työryhmä Petra Tarjanne, KTM, puheenjohtaja Kirsi Kaunisharju, Diges ry, strategian kirjoittaminen/toimitustyö		Maaliskuu 2007	
		Toimeksiantaja(t)	
		Kauppa- ja teollisuusministeriö	
		Toimielimen asettamispäivä	
		27.11.2006	
Julkaisun nimi			
Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015			
Tiivistelmä			
<p>Luovien alojen yrittäjyys on kasvava yritystoiminnan alue. Euroopassa kulttuurin ja luovien alojen sektorin arvo oli vuonna 2003 yli 650 miljardia euroa, mikä oli enemmän kuin autonvalmistusteollisuuden tai ICT-sektorin. Vuonna 2004 kulttuurin ja luovien alojen sektorilla työskenteli 5,8 miljoonaa ihmistä, mikä oli 3,1 % koko työllisestä työvoimasta. Ala kasvoi 12,3 % enemmän kuin muu talous. Myös Suomessa alan kasvu on ollut vahvaa. Alan liikevaihto ja jalostusarvo kasvoivat vuosien 2000 ja 2005 välillä 15 %. Samaan aikaan elektroniikkateollisuuden jalostusarvo pieneni 7 % ja metsäteollisuuden 38 %.</p> <p>Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisen kautta Suomi voi tulevaisuudessa vahvistaa muiden toimialojen ja koko maan kilpailukykyä. Luovat alat parantavat kilpailukykyä erityisesti animaation, muotoilun, mainonnan ja viestintäalan tuottamien palveluiden kautta. Tulevaisuudessa tuotteiden ja palveluiden tuotemerkit ja brändit ovat yhä vahvemmassa asemassa ja niihin liittyvä osaaminen on luovien alojen ydintä. Elämöshakuisuuden kasvun ansiosta kuluttajille suunnattujen vapaa-ajan palveluiden tarve tulee lisääntymään.</p> <p>Vuoteen 2015 tähtäävän luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategian tavoitteena on luoda suotuisa, uskaltamiseen kannustava toimintaympäristö luovien alojen yrityksille. Yritykset tarvitsevat sekä alueellisesti että kansallisesti toimintaympäristön, jossa ne pystyvät toimimaan parhaalla mahdollisella tavalla. Tällöin niiden kautta voi syntyä uudenlaisia tuotteita ja palveluita eri toimialoille. Tavoitteena on saada luovien alojen yritysten liiketoimintaa kehitettyä siten, että entistä useamman yrityksen kasvu ja kansainvälistyminen on mahdollista. Tämä vaatii kykyä tunnistaa kärkiyritykset sekä panostamista myös pienten yritysten kansainvälistymiseen. Tuotekehityksessä on tavoitteena keskittyä kansainvälisesti kilpailukykyisiin tuotteisiin, jotka ovat asiakaslähtöisiä, mutta laadultaan korkeatasoisia. Päämääränä on löytää uusia rahoitusmuotoja tuotekehitykseen. Yrityksiin tarvitaan tuottaja- ja manageriosaamista sekä uudenlaisia yrittäjiä ja johtajia, jotka toimivat ammattitaitoisesti kansainvälisessä toimintaympäristössä.</p> <p>Strategia määrittelee luovien alojen yrittäjyyden kehittämiseen kolme kärkihanketta, jotka toteutetaan vuoteen 2015 mennessä. Yksi kärkihankkeista on hyväksi osoittautuneen Jalostamo-konseptin tuotteistaminen ja laajentaminen. Toinen kärkihankkeista keskittyy luovien alojen verkostojen ja koulutuksen kehittämiseen. Kolmas kärkihanke tähtää kuluttajille ja muille yrityksille suunnattujen uusien, monialaisten palveluinnovaatioiden ja -konseptien luomiseen.</p>			
KTM:n yhdyshenkilö: Elinkeino-osasto/Petra Tarjanne, puh. (09) 1606 3691			
Asiasanat			
Luovat alat, yritys, yrittäjä			
ISSN		ISBN	
1459-9376		978-952-489-122-6	
Kokonaissivumäärä	Kieli	Hinta	
53	Suomi	13 €	
Julkaisija		Kustantaja	
Kauppa- ja teollisuusministeriö		Edita Publishing Oy	

Esipuhe

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia on tiekartta koko toimialan kehittämiseksi. Strategian ytimenä on prosessi, jolla toimiala kehittyy ja samalla se läpäisee innovaatioillaan muut perinteisemmät toimialat. Keskeisenä tavoitteena on kehittää toimialan yrityksistä kannattavaa liiketoimintaa harjoittava yhä kansainvälisempi klusteri. Tätä pyrkimystä tukee myös yrittäjyyden lisääminen luovilla toimialoilla työskentelevissä ihmisissä. Valmistuneen strategian perusta on Euroopan unionin Lissabonin strategiassa, jonka mukaan EU on vuonna 2010 maailman kilpailukykyisin tietoon ja osaamiseen perustava talousalue.

Strategiaprosessiin on osallistunut laajasti koko luova toimiala – niin alueellisesti kuin valtakunnallisesti. Olemme ottaneet opiksi jo kertyneestä kokemuksesta. Tavoitteena on selkeä valtakunnalliset ja alueelliset toimenpiteet yhdistävä strateginen toimenpidekokonaisuus, jossa yrittäjän tueksi tarjotaan ammattitaitoinen asiantuntijaverkosto. Verkosto koostuu sekä julkisen että yksityisen sektorin toimijoista. Hyväksi havaitut ja arvioidut yritysten ja yrittäjien kehittämisvälineet saatetaan valtakunnallisesti koko luovan toimialan käyttöön. Luovien toimialojen tuotekehitysprosesseissa keskitytään yhä enemmän liiketoimintakonseptien kehittämiseen liiketoimintaosaamisen kehittämisen ohella. Luovien toimialojen yritykset ovat muuttuvassa globaalissa taloudessa innovatiivisten prosessien ja projektien suunnannäyttäjiä. Suomalainen luova hulluus, joka ponnistaa vahvasta kulttuuripohjastamme tarjoaa yhteiskunnallemme ainutlaatuisen kilpailuedun.

Talouden mittari niin eurooppalaisella kuin suomalaisellakin tasolla osoittavat luovien toimialojen voimakkaan kehityksen viime vuosina. Yritysten määrä, niiden liikevaihto ja työllisyyden määrä on kehittynyt myönteisesti. Kun perinteisillä toimialoilla kasvukäyrät osoittavat alaspäin, niin luovilla toimialoilla suunta on onneksemme toinen – kasvava. Tulevien vuosien aikana tavoitteena on saada tilastotiedon keruu vastaamaan toimialan kehittämisen tarpeita.

Luovilla toimialoilla yrittäjyys on sekoitus onnistumisia ja epäonnistumisia. Yhä kasvavat luovien alojen yritykset asettavat myös haasteita johtamiselle. Luovien prosessien ja projektien johtamistaidot ovat joka hetki koetuksella tuottajilla, managereilla, agenteilla ja projektipäälliköillä. Strategiamme kiinnittää huomiota koulutuksen ja erityisesti yrittäjätaitojen kehittämiseen. Vain osaamisella ja jatkuvalla oppimisella voidaan taata alalle kansainvälisesti kilpailukykyinen ja innovatiivinen osaajien joukko.

Asenteissa on vielä muokattavaa. Suuri haaste on oppia ymmärtämään ja suvaitsemaan erilaisia, innovatiivisia näkemyksiä – kannustaa niitä ja yhdistää näihin prosesseihin laadukas teknologinen ja muu hyvä teollinen osaaminen.

Strategian painopiste on jo olemassa olevien yritysten kehittämisinstrumenttien tehokkaampi hyödyntäminen luovien alojen yrityksissä. Jo käytettävissä olevat toimenpiteet sopivat pääsääntöisesti hyvin yritysten kehittämiseen, mutta tiedon ja osaamisen puute niin yrityksissä kuin kehittäjätoimijoiden keskuudessa estää niiden suuntaamisen oikeisiin yrityksiin. Erityisesti tekijänoikeuksien alaisesta tuotannosta tehtävä liiketoiminta on suuressa murroksessa. Nopeasti muuttuvassa ja kehittyvässä ympäristössä tarvitaan panostusta uusien mahdollisuuksien tunnistamiseen, osaamisen kehittämiseen ja asenteiden muuttamiseen.

Petra Tarjanne
Ylitarkastaja

Sisällys

Esipuhe	5
Sisällys	7
1 Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia	9
1.1 Tavoitteet	9
1.2 Visio 2015	9
1.3 Missio 2015	13
1.4 Strategiset päämäärät 2015	13
1.5 Strategiset arvot 2015	14
1.6 Strategiset painopistealueet	15
1.7 Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015 – prosessinäkökulma	16
2 Luovien alojen yritykset vahvistavat Suomen kilpailukykyä.	18
2.1 Startegian laadintaprosessi	18
2.2 Luovien alojen yritysten nykytila	19
2.3 Tulevaisuuteen vaikuttavat muutostekijät ja heikot signaalit	24
3 Luovien alojen yritysten kehittämistoimenpiteet 2007–2015.	28
3.1 Toimintaympäristön kehittäminen	29
3.2 Kasvu ja kansainvälistyminen	32
3.3 Tuotekehitys	33
3.4 Osaamisen vahvistaminen	34
3.5 Kansallinen koordinaatio on strategian toteutumisen edellytys	36
4 Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisen kärkihankkeet	37
4.1 Jalostamoiden kehittäminen ja asiantuntijakoulutus	37
4.2 Luovien alojen kasvun ja kansainvälistymisen kehittäminen	37
4.3 Palveluinnovaatioita monialaisuudesta	38

5	Kehittäjien työnjako ja tehtävät	39
6	Strategian toteutumisen arviointi	41
Liite 1	Yhteenveto luovien alojen määritelmästä	42
Liite 2	Luovien alojen yrittäjyyden nykytila	43

1 Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia

1.1 Tavoitteet

Yhteinen tahtotila

Suomesta on puuttunut kansallinen strategia luovien alojen yritysten kehittämiseksi. Yksi sen keskeisimpiä tavoitteita on yhteisen tahtotilan saavuttaminen. Se on olennaista niin kansallisella, alueellisella kuin paikallisella tasolla. Tavoitteena on jatkossa, että yhteisen vision mukaan työskentelevät niin yritykset kuin erilaiset kehittäjä- ja rahoittajatahot.

Strategia tähtää omalta osaltaan jo olemassa olevan rahoituksen entistä parempaan kohdentamiseen sekä myös jatkossa EU:n puiteohjelmien parempaan hyödyntämiseen. Strategia keskittyy olennaisimpiin toimenpiteisiin, joilla luovien alojen yritysten kasvu ja kansainvälistymistä edistetään. Tavoitteena on muodostaa strategiasta prosessi, joka toteuttaa määritellyt toimenpiteet ja kärkihankkeet, mutta myös ennakoi ja suuntaa työtä muuttuvien olosuhteiden mukaan.

Yritysten kasvu ja kansainvälistyminen

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategian tavoitteena on Lissabonin strategian mukaisesti parantaa Suomen kilpailukykyä. Tavoitteena on saada aikaan kasvua ja kansainvälistymistä luovien alojen yrityksissä. Lisäksi strategian kautta pyritään löytämään toimenpiteitä, joilla alan liiketoiminnan kehitys vahvistaa myös muiden alojen kilpailukykyä. Esimerkiksi markkinointiviestinnän ja muotoiluosaamisen kehittäminen edistää myös muiden yritysten liiketoiminnan kasvua jatkossa.

1.2 Visio 2015

Artikkeli on julkaistu Financial Times -lehdessä 29.3.2015. Artikkelin oli osa laajempaa juttusarjaa, jossa pohdittiin suomalaisen luovan toimialan menestystekijöitä. Artikkelin on kirjoittanut toimittaja Ed "Outside woman blues" Branson.

”USKALLUSTA, PÖHINÄÄ JA LEISKUNTA

- suomalaiset luovan toimialan yritykset menestyvät maailmalla”

Ideoinnin ja innovoinnin keskuksen Tekesin aula on innostava esimerkki suomalaisen yhteiskunnan muutoksesta. Pääjohtaja Pekka Himasen työpiste keskellä avaraa aulatilaa on viesti talon asiantuntijoille Tekesin missiosta: ”innovointi on arkipäivän aherrusta asiakasrajapinnalla”. Pääjohtaja Himasen työpisteen vieressä on Stefan Lindforsin veistos ”Saippuakauppias”, joka on omistettu innovaatioministeriön legendaariselle kansliapäällikölle Erkki Virtaselle. Tiloja rajaavat digitaaliset pinnat, joilla vaihtelevat elävä uutiskuva, taide ja tiede tilanteen ja tunnelman mukaan. Vastavalmistunut älyrakennus on viimeisin esimerkki jo maailman metropoleihin viedystä suomalaisen taiteen, median ja rakennusteollisuuden menestyskonseptista.

Tekesin vuosipäivillä olen tavannut kovassa kansainvälisessä kilpailussa voittajiksi päässeitä suomalaisia esitaistelijoita. Heissä on alkukantainen sekoitus luovaa hulluutta, peräänantamattomuutta ja kovan liiketalouden osaamista. He ovat myös oppineet ratkaisemaan asiakkaitensa ongelmia. Siksi he ovat voittajia. Mistä tämä kaikki alkoi?

Maaliskuun lopussa 2007 julkaistiin Suomessa luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia. Se oli silloiselta kauppa- ja teollisuusministeriöltä oiva vauhdittaja koko toimialalle. Strategian toimenpiteet eivät keskittyneet pelkästään kasvuyrityksiin vaan sillä haettiin koko suomalainen luovien alojen yrittäjäkunta kehittämään innovointia, liiketoimintakonsepteja ja kansainvälistymistä. Tekesin ennakointitutkimus, joka julkaistiin talvella 2007, oli yhtenä keskeisenä teesinä tuonut esiin ”uskalluksen osana innovointia”! Eri hallinnonalojen välille syntynyt yhteistyö sai vauhtia ja kasvu yli rajojen kiihtyi.

Tekesin aulassa istuu Himasen vieraana yhdessä strategian työpajassa alustajana ollut Taivaan isä Jussi Nurmio. Nurmion maanpäällinen liiketoiminta on kasvanut huimasti. Viime vuonna Disneylandit muuttuivat Habbolandeiksi ja Taivas-konsernin liikevaihto ylitti miljardin jo pari vuotta sitten. Nurmio oivalsi liiketoimintakonseptien kehittämisen prosessit ja hän oli yksi arkkitehdeistä, joka sai suomalaiset ymmärtämään lopullisesti businessluovuuden, ideoinnin ja asiakkaiden merkitykset. Asiakkaat ovat olleet Taivas-konsernin keskeisin kumppani jatkuvassa aktiivisessa tuotekehityksessä. Igglo-konsepti on monistettu eri toimialoille ja se kehittyi edelleen yli 70 maassa.

Seuraan liittyy Tala-konsernin pääjohtaja Esa Rimpiläinen. Tala-konsernin ituna oli Suomen Puheentunnistus Oy, josta on kasvanut kansainvälisen puhe- ja kieli-teknologia liiketoiminnan Microsoft. Yritys on markkinajohtaja ja sen päätös kytkää suomalainen muotoiluosaaminen kansainväliseen kieli- ja puheteknologian

sovelluksiin vauhditti kasvua globaaleilla markkinoilla. Tala-nimi on sisäpiirin vitsi. Nimenmuutos Puheentunnistuksesta Talaksi ajoittui päivään, jolloin Rimpiläisen imperiumin liikevaihto ylitti Bonnierin liikevaihdon. Rimpiläinen muistuttaa tapaamisessamme, että merkittävä osa hänen menestymistään oli elinkeinoministeriömme oivallinen kyky valjastaa tekijänoikeudet osaksi dynaamista elinkeinopolitiikkaamme.

Olette aiemmissa jutuissani päässeet tutustumaan Ilkka Immoeseen, Jarno Laasalaan, Eicca Toppiseen, Olli Haikkaan, Ilona Törmikoskeen sekä moneen muuhun lahjakkaaseen menestyjään. He ovat olleet rohkeita edelläkävijöitä luovan osaamisen viemisessä maailmalle. Suurin oivallus suomalaiselta teollisuudelta oli ottaa luovat innovaattorit mukaan liiketoiminnan digitalisoitumisprosessiin. Kuten Helsingin Kauppakorkeakoulun kansleri Jaakko Honko totesi aikanaan ”hullut vievät maailmaa eteenpäin ja viisaat pitävät sitä pystyssä”. Tämä viisaus jalostui Suomessa menestystarinaksi. Suomalaiset unohtivat keväällä 2007 turhat jargonit ja käärivät hihansa. Suomalaiset uskalsivat myös epäonnistua. Mutta ennen kaikkea he onnistuivat löytämään vahvuutensa – luovan uskalluksen – innovoinnin ytimen.

Ed ”Outside woman blues” Branson, 29.3.2015.

Millaisena näet luovien alojen yrittäjyyden Suomessa vuonna 2015? 25.1.2007 workshopiin osallistuneiden vastaukset:

”Arvoketjuja tunnetaan, kuten markkina-aluetta ja asiakkaita, jolloin ymmärtään oma toimintaympäristö.”

Tove Hagman, Itä-Uudenmaan aluekeskusohjelma, Porvoo

”Luoville aloille taataan sama ”status” kuin perinteisille toimialoille.”

Lasse Norrgård, Mediacity, Vaasa

”Yritykset toimivat monialaisissa kansainvälisissä verkostoissa. Suomessa toimii useita kansainvälisiä yrityksiä, joiden kautta tapahtuu myös suomalaisten yritysten kansainvälistymistä. Luovat alat toimivat voimakkaasti yhdessä palvelu- ja sosiaalialan kanssa.”

Eeva Mäkinen, IADE, Helsinki

”Suomalaisia sisältötuotantoyrityksiä pidetään maailmalla suurella arvossa niiden luovuuden ja toimintavarmuuden ansiosta.”

Marita Sandelin, Grafia ry, Helsinki

”Luovat yritykset liittoutuvat muiden toimialojen kanssa eli välimaastoutuvat, jolloin syntyy yllättävää yritystoimintaa.”

Outi Hägg, IADE, Helsinki

”Kansainvälistyminen on arkipäivää.”

Heli Hirvonen, Taideteollisuuden laatumerkki, Luoteis-Pirkanmaa

”Luovien alojen kehittyminen ja yrittäjien määrän kasvu tuo dynamiikkaa ja luo mahdollisuuksia elämänlaadun paranemiselle.”

Riitta Vahela-Kohonen, Savonlinnan seudun kuntayhtymä, Savonlinna

”Luovien alojen yrittäjyyden asema on vahvistunut. Voimakas panostus kasvuyrittäjyyteen on tuottanut tulosta ja suuri osa luovien toimialojen alkavista yrityksistä on kasvuhakuisia. Luovien alojen kehitystoiminta on hyvin organisoitu ja ei eroa perinteisemmistä toimialoista.”

Lasse Paananen, Tampereen kaupunki/Luova Tampere -ohjelma, Tampere

”Yrityksiä on enemmän ja ne ovat oivaltaneet yhteistyön merkityksen ja osaavat hyödyntää verkostoja liiketaloudellisesti.”

Sohvi Sirkesalo, TAMK/Taide ja viestintä, Tampere

”Digitaaliseen jakeluun rohkeasti lähtevät yritykset menestyvät.”

Kati Nuora, Kristallisilmä Oy, Helsinki

”2015 Suomeen on jo kehittynyt/kehittymässä muutama isompi keihäänkärkiyrittäjä, jotka manageeraavat ja ovat koonneet huomaansa lukuisia mikroyrityksiä. Tällainen yritys voi olla esim. yritys, joka tuottaa 2D-animaatiosarjoja kansainvälisille markkinoille.”

Juha Huhta, Kaivopuiston grillifilmi Oy, Helsinki

”Luovat alat integroituvat alueittain erikoistuen. Jakelukanavat ohjaavat alan kehitystä.”

Pentti Malinen, Kainuun maakunta/Itä-Suomi-ohjelma

”Riskisijoittajien kasvanut luottamus alan potentiaaliin on tuonut huomattavan resurssin alan huippujen ja innovatiivisten konseptien kehittämiseen.”

Kristian Keinänen, Finndex Group/Live Design Oy, Pukkila/Helsinki

”Luovat alat ovat ”nousseet esiin”. Ne ovat aktiivisessa vuoropuhelussa eri alojen kanssa. Tästä vuoropuhelusta syntyy luovan talouden innovaatioita, uusia brändejä jne.”

Leena Uosukainen, Mikkelin ammattikorkeakoulu

”Luovien alojen toiminta on monialaista, poikkitoimialaista. Toiminta on lähtökohtaisesti kansainvälistä, vaikkakin alueellisista erityispiirteistä sisältää ammentavaa.”

Virve Kenttä, Hämeen ammattikorkeakoulu

”Kaikkien alojen yrittäjyys lähestyy luovien alojen yrittäjyyttä.”

Saara Taalas, Turun kauppakorkeakoulu

”Luovien alojen yrittäjyys on luovuuden, ICT:n ja talouden liiketoiminnallisesti hyvin kannattava fuusio, joka ei enää erotu muusta busineksestä omana kummaisenaan.”

Jusa Susia, PKT-säätiö

”Perinteisen teollisuuden ympärille syntyy uusia luovien alojen yrityksiä, jotka tuottavat yritysten tarvitsemia uudenlaisia palveluita.”

Marko Ylikorpi, Hämeen TE-keskus, yritysosasto

1.3 Missio 2015

Luovien alojen yritykset tarjoavat arvoa lisääviä tuotteita ja palveluita asiakkaille ympäri maailmaa. Yrittäjät ja yrittäjyyden kehittäjät toimivat yhdessä yritysten paremman toimintaympäristön luomiseksi sekä liiketoiminnan kehittämiseksi, mikä edistää yritysten kasvua ja kansainvälistymistä.

1.4 Strategiset päämäärät 2015

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisen strategisina päämäärinä on:

- 1 Luoda suotuisa, uskaltamiseen kannustava toimintaympäristö luovien alojen yrittäjyydelle. Yritykset tarvitsevat sekä alueellisesti että kansallisesti toimintaympäristön, jossa niiden erityispiirteet eivät ole uhkia, vaan mahdollisuuksia. Tällöin niiden kautta voi syntyä uudenlaisia tuotteita ja palveluita eri toimialoille.
- 2 Saada luovien alojen yritysten liiketoimintaa kehitettyä siten, että entistä useamman yrityksen kasvu ja kansainvälistyminen on mahdollista. Tämä vaatii kykyä tunnistaa kärkiyritykset sekä panostamista myös pienten yritysten kansainvälistymiseen.
- 3 Keskittyä tuotekehityksessä kansainvälisesti kilpailukykyisiin tuotteisiin, jotka ovat asiakaslähtöisiä, mutta laadultaan korkeatasoisia. Päämääränä on löytää uusia rahoitusmuotoja tuotekehitykseen.
- 4 Luoda Suomeen luoville aloille tuottaja- ja manageriporras, joka toimii ammattitaitoisesti kansainvälisessä toimintaympäristössä. Yrityksissä

on monialaista johtamisen osaamista, joka ottaa huomioon luovien prosessien erityisvaatimukset.

1.5 Strategiset arvot 2015

1.5.1 Substanssiosaaminen

Luovien alojen yrittäjyyden lähtökohtana on hyvä substanssiosaaminen. Ilman sitä ei alojen yritystoimintaa ole olemassa. Substanssiosaaminen on Suomessa vahvaa ja sitä arvostetaan.

1.5.2 Yrittäjäasenne

Luovien alojen yrittäjien toiminta tähtää kannattavaan yritystoimintaan. Luoville aloille valmistuvilla on jo koulutuksen kautta valmiudet yrittäjyyteen. Vuonna 2015 yhteiskunta arvostaa yrittäjiä.

1.5.3 Asiakslähtöisyys

Asiakkaiden tarpeiden huomioon ottaminen on yhä tärkeämpää yritystoiminnassa, myös luovien alojen yrityksissä. Asiakasryhmät segmentoituvat pienemmiksi, jolloin asiakkaiden tarpeet ovat yksilöllisempiä. Asiakslähtöisyyteen liittyy luovien alojen yritystoiminnassa myös laatu, joten arvona on tuottaa tuotteita ja palveluja laadukkaasti asiakkaan tarpeet huomioon ottaen.

1.5.4 Yhteistyö ja yhteisöllisyys

Reilu yhteistyö ja yhteisöllisyys ovat luovien alojen yritysten keskeinen arvo. Alan yrittäjien on helpompaa päästä eteenpäin ja kehittää yritystoimintaansa teemmällä yhteistyötä niin oman alansa sisällä kuin muiden toimialojen kanssa sekä kotimaassa että kansainvälisesti.

1.5.5 Ekologisuus ja reiluus

Luovien alojen yritykset toteuttavat yhteiskuntavastuun periaatteita.

1.6 Strategiset painopistealueet

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategialla on neljä strategista painopistettä, jotka ovat:

- 1 Toimintaympäristön kehittäminen
- 2 Kasvu ja kansainvälistyminen
- 3 Tuotekehitys
- 4 Osaamisen vahvistaminen

Strategisesti tärkeintä luovien alojen yrittäjyyden kehittämisessä on yritysten kilpailukyvyyn parantaminen. Samalla, kun yksittäisten yritysten toimintakyky vahvistuu, parantavat ne koko toimialan ja sitä kautta myös maan talouden kilpailukykyä. Yritysten kilpailukyvyyn parantamisen edellytyksenä on suomalaisen toimintaketän yhteistyö. Painopisteet ja niitä toteuttavat toimenpiteet lähtevät valtakunnallisesti tunnistetuista tarpeista ja alueiden tuomien vahvuuksien vahvistamisesta. Kansallinen, alueellinen ja paikallinen taso toimivat yhteistyössä yhteisen vision toteuttamiseksi. Eri tason toimijoiden tulee myös kansainvälistyä.

Toimintaympäristön kehittämiseen liittyvät asiat ja tekijät toimivat mahdollistajina ja edellytysten luojina luovien alojen yrittäjyyden syntymiselle ja kehittymiselle. Siihen liittyvien toimenpiteiden kautta on tavoitteena kehittää aloihin liittyvää ennakointia, tilastointia, alan sisäistä verkostoitumista ja yhteistyötä muiden toimialojen kanssa sekä ratkaista tekijänoikeuksiin ja verotukseen liittyviä ongelma-kohtia. Viestintä ja asenteisiin vaikuttaminen ovat olennainen osa toimintaympäristön kehittämistä.

Kasvu ja kansainvälistyminen ovat tulevaisuuden kannalta merkittäviä luovien alojen yritystoiminnalle. Jotta yritykset voivat kasvaa ja kansainvälistyä, niiden liiketoimintaosaamisen tulee olla kunnossa. Sitä kehittävät niin alaan erikoistuneet toimijat kuin perinteiset yrityskehittäjät.

Tuotekehitysosaamisen parantamiseen liittyy erityisesti uudenlaisten rahoitusmuotojen löytäminen erityisesti demojen ja prototyyppien valmistamista varten. Myös markkinatutkimukset vaativat rahoituksen lisäämistä.

Luovien alojen yrittäjien hyvän substanssiosaamisen lisäksi Suomeen tarvitaan yhä vahvempaa tuottaja- ja manageri-osaamista. Yrittäjyyteen liittyvää osaamista ja poikkitieteellisyttä vahvistetaan.

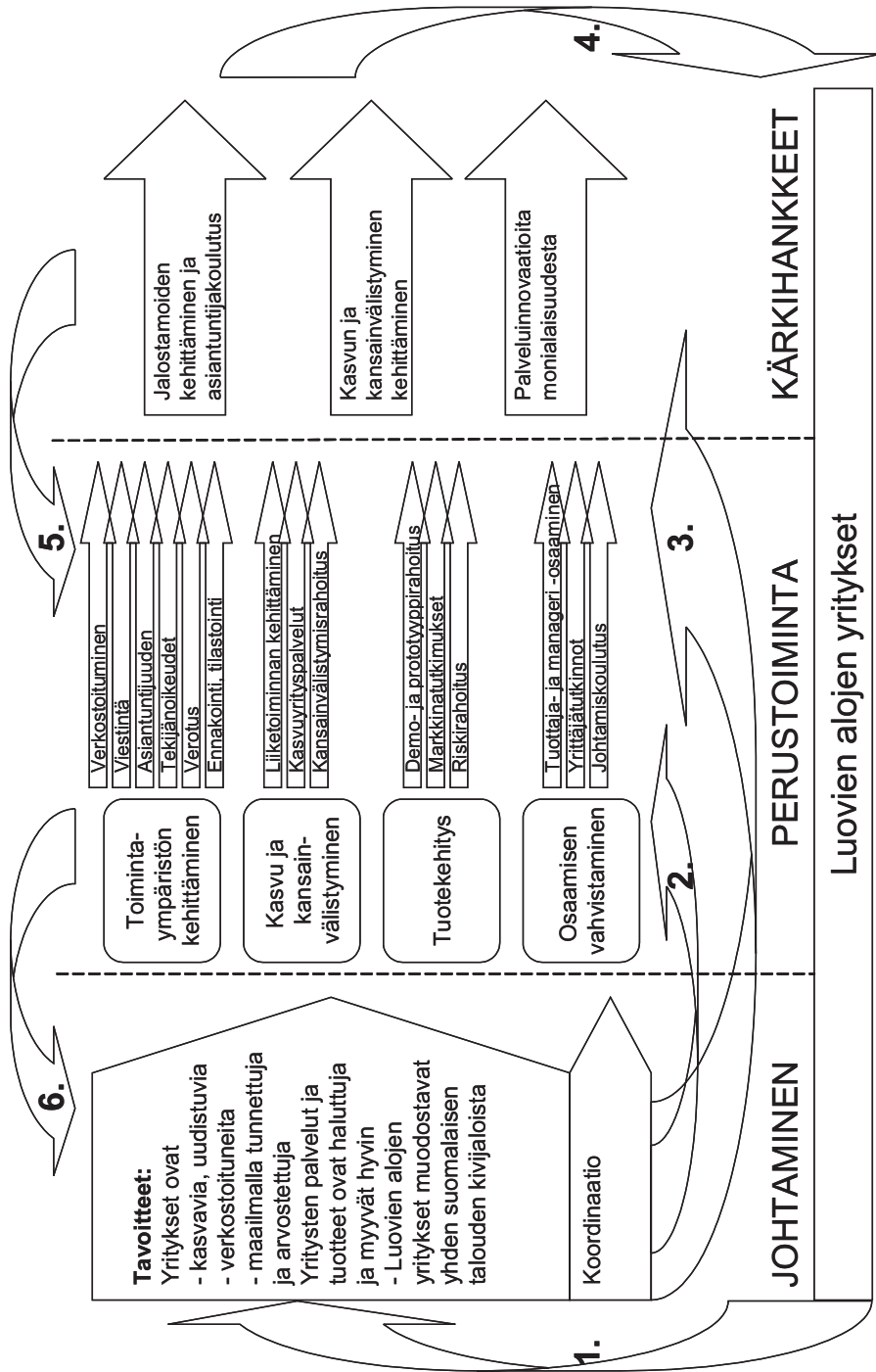
Kaikkien strategisten painopisteiden edistäminen vaatii hyvää koordinaatiota kentältä, jolla on paljon toimijoita.

1.7 Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015 – prosessinäkökulma

Luovien alojen yrittäjyyden kehittäminen on jatkuva prosessi, jonka toteuttamisen lähtökohtana on vuoteen 2015 asetetut tavoitteet. Niiden toteutumista ohjataan ja seurataan koordinaation kautta. Kehittämistyön tärkeimpänä tavoitteena on yritysten liiketoiminnan parantaminen. Yritysten tarpeet ohjaavat tavoitteita (1).

Tavoitteet suuntaavat johtamisen kautta perustoiminnan neljää painopistettä (2), jotka ovat toimintaympäristön kehittäminen, kasvu ja kansainvälistyminen, tuotekehitys ja osaamisen vahvistaminen. Tavoitteet vaikuttavat myös toimenpiteiden toteutukseen perustoiminnassa (3).

Kärkihankkeet toteuttavat tärkeimmiksi priorisoituja kehittämistoimenpiteitä. Kärkihankkeiden toteutus edistää yritysten liiketoimintaa (4). Ne muokkaavat jatkossa myös painopisteiden ja toimenpiteiden uudelleensuuntaamista (5), jotka edelleen vaikuttavat tavoitteisiin (6). Tulevaisuudessa kärkihankkeet edistävät uutta ja innovatiivista toimintaa.



Kuva 1. Strategiakartta – prosessinäkökulma

2 Luovien alojen yritykset vahvistavat Suomen kilpailukykyä

Luovien alojen yritystoiminta nähdään maailmanlaajuisesti kasvavana alueena. Euroopan komission vuonna 2006 toimeksiannosta tehdyn Economy of Culture -raportin mukaan luovien alojen ja kulttuurin on katsottu edistävän taloudellista ja sosiaalista kehitystä sekä innovaatioita ja koheesiota. Ne edistävät myös muiden toimialojen taloudellista toimintaa, erityisesti ICT-sektorilla.

Economy of Culture -raportin mukaan kulttuurin ja luovien alojen sektorin arvo oli vuonna 2003 Euroopan unionin alueella yli 650 miljardia euroa, mikä oli enemmän kuin autonvalmistusteollisuuden tai ICT-sektorin. Vuonna 2004 kulttuurin ja luovien alojen sektorilla työskenteli 5,8 miljoonaa ihmistä, mikä tarkoittaa 3,1 prosenttia koko työllisestä työvoimasta. Ala kasvoi 12,3 prosenttia enemmän kuin muu talous. Kasvua on jatkossa odotettavissa PriceWaterhouseCoopersin mukaan erityisesti ICT-sektoriin liittyvän sisältötuotannon alueella.

2.1 Strategian laadintaprosessi

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategian laadintaprosessi aloitettiin marraskuussa 2006, jolloin kauppa- ja teollisuusministeriön kansliapäällikkö Erkki Virtanen nimitti työryhmän sen tekemiseksi. Työryhmä kokoontui kuusi kertaa: 13.12.2006, 10.1.2007, 18.1.2007, 7.2.2007, 15.2.2007 ja 8.3.2007.

Työryhmään kuuluivat:

Kimmo Aulake (OPM)
Leena Hoppania (SILE-projekti)
Mikko Kalhama (Design Forum Finland)
Kirsi Kaunisharju (Hämeen liitto/Diges ry)
Pekka Krook (Diges ry)
Pirkko-Liisi Kuhmonen (OPM)
Taavetti Mutanen (Uudenmaan TE-keskus)
Miira Paasilinna (Diges ry) sihteeri
Petra Tarjanne (KTM) puheenjohtaja
Teemu Varonen (Tekes)
Jussi Vilkuna (POEM-säätiö)

Lisäksi työryhmän kokouksiin osallistuivat Viivi Seirala (OPM) ja asiantuntijoina Saara Taalas (Turun kauppakorkeakoulu), Irmeli Lamberg (Culminatum/Ohjelmistoliiketoiminnan osaamiskeskus), Pirjo Kyläkoski (Tekes), Tero Kuitunen (KTM), Arto Alaspää (Luovien alojen neuvottelukunta, EK) Markus Leikola (Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto) ja Kerstin Ekman (SLU).

Työryhmän kokousten lisäksi järjestettiin kaksi työpajaa: 25.1.2007 ja 28.2.2007. Ensimmäiseen työpajaan osallistui lähes 100 henkilöä ja toiseen noin 50 henkilöä. Ensimmäisessä työpajassa strategian laatimista käsiteltiin toimialan toteuttajatahojen näkökulmasta ja toisessa työtä tarkasteltiin hallinnon ja rahoittajien näkökulmasta. Strategia julkaistiin 28.3.2007.

Strategiatyön pohjana toimi opetusministeriön julkaisema Luovien alojen yritys-toiminnan kehittäminen – Verkostomainen toimintamalli -selvitys sekä kauppa- ja teollisuusministeriön teettämä selvitys Luovien alojen yritystoiminnan hankkeet vuosina 2000–2006. Lisäksi strategiaa varten käytiin läpi runsaasti tausta-aineistoa, muun muassa eri maissa aiemmin tehtyjä alan strategioita ja raportteja sekä kotimaista aineistoa. Strategiaa tehtäessä otettiin huomioon myös samanaikaisesti valmistumassa ollut kulttuuriviennin kehittämisohjelma.

2.2 Luovien alojen yritysten nykytila

2.2.1 Mitä ovat luovien alojen yritykset Suomessa?

Eri maista löytyy erilaisia määritelmiä luoville toimialoille (creative industries). Yhtä yhtenäistä, globaalia määritelmää ei toistaiseksi ole olemassa, sillä jokainen maa on määritellyt alat omista lähtökohdistaan. Määrittelyongelmaan on kiinnitetty huomiota lähes jokaisessa alaa koskevassa, viimeisen kymmenen vuoden aikana valmistuneessa julkaisussa.

Kansallisia määritelmiä on kuitenkin tehty eri puolilla maailmaa. Laajimman näkemyksen mukaan luovat alat sisältävät kaikki alat, jotka synnyttävät tekijänoikeuksia, patenteja tai tuotemerkkejä. Tällöin ne nähdään liiketoimintana, joka perustuu aineettoman omaisuuden kaupalliselle hyödyntämiselle. Luovien toimialojen termillä on yhtäläisyyksiä muun muassa seuraavien käsitteiden kanssa: kulttuuriteollisuus, elämysteollisuus, sisältöliiketoiminta ja tekijänoikeusalat. Näistä tekijänoikeusalat on käsitteenä pitkälti yhteneväinen luovien toimialojen määrittelyn kanssa. Se kattaa myös ohjelmistoliiketoiminnan, jolla on vahvasti yhteistä luovien alojen kanssa.

Tätä strategiaa varten on käyty läpi määritelmiä eri puolilta maailmaa; Australias-ta, Hollannista, Iso-Britanniasta, Kanadasta, Ruotsista, Singaporesta, Tanskasta, Uudesta-Seelannista ja Yhdysvalloista. Määritelmät perustuvat osin verkossa julkaistuun aineistoon, osin painettuihin lähteisiin. Lisäksi on käyty läpi vuoden 2006 lopulla ilmestyneet julkaisut; opetusministeriön julkaisema Kulttuurin arvo? ja Euroopan komission julkaisema Economy of Culture -selvitys. Yhteenveto erilaisista määritelmistä löytyy liitteestä 1.

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategian yhteydessä määritelmä pohjautuu kansainvälisiin malleihin, jotka on sovellettu Suomen olosuhteisiin. Suomalaisen määritelmän on laatinut strategiatyötä tehnyt työryhmä. Määrittelyn tavoitteena on kuvata, mitkä ovat luovien alojen yrityksiä Suomessa. Määrittely on toistaiseksi avoin, sillä luovat alat muuttuvat ja kehittyvät koko ajan. Nopean teknisen kehityksen vuoksi siihen voi liittyä aloja, joita ei Suomessa vielä tunnisteta tai ne ovat tällä hetkellä marginaalisia.

Luoviin aloihin Suomessa luetaan muun muassa seuraavat alatoimialat ja niitä tarkastellaan tässä kehittämisstrategiassa yrittäjyyden näkökulmasta:

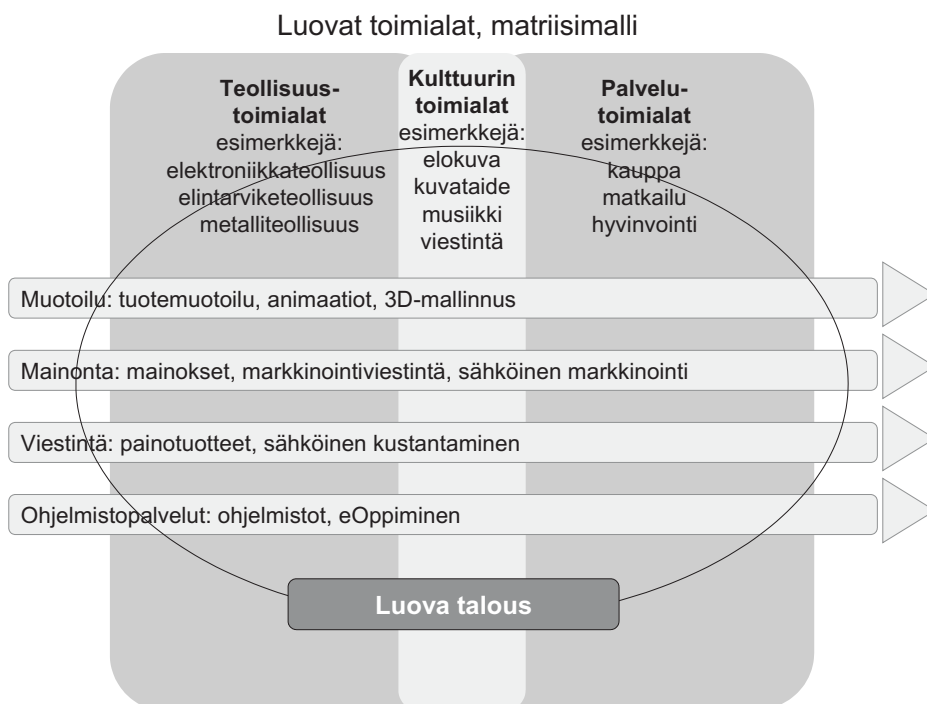
- animaatiotuotanto
- arkkitehtipalvelut
- elokuva- ja tv-tuotanto
- kuvataide ja taidegalleriat
- käsityö
- liikunta- ja elämyspalvelut
- mainonta ja markkinointiviestintä
- muotoilupalvelut
- musiikki ja ohjelmapalvelut
- peliala
- radio- ja äänituotanto
- taide- ja antiikkikauppa
- tanssi ja teatteri
- viestintäala

Useimpiin yllä mainituista aloista liittyy myös tuotteiden ja palveluiden jakelu. Se on digitalisoitumisen vuoksi monien alojen kohdalla murroksessa, kun siirrytään perinteisistä jakelumuodoista digitaalisiin jakelukanaviin.

Määrittelyssä on otettava huomioon, että luovien alojen liiketoiminta liittyy läheisesti lähes kaikkiin teollisuus- ja palvelutoimialoihin, erityisesti muotoilun, mainonnan ja markkinointiviestinnän sekä animaatioiden osalta. Tämän yhtymäkohdan merkitys tulee kasvamaan, sillä tulevaisuudessa myydään yhä useammin teki-

jänoikeuksiin pohjautuvia tuote- ja palvelukokonaisuuksia, joita luodaan luovien alojen liiketoiminnan avulla.

Myös monet perinteiset luovien alojen osa-alueet, kuten kuvataide, musiikki, tanssi ja teatteri tulevat kasvamaan entistä merkittävimiksi esimerkiksi matkailun ja hyvinvoinnin uusissa palvelutuotteissa ja -konsepteissa. Urheilu ja liikunta ovat osa vapaa-ajan ja elämyspalveluiden kehittämistä.



Kuva 2. Luovien alojen liiketoiminta on merkittävä osa sekä teollisuus- että palvelutoimialoja. Yhdessä ne muodostavat luovan talouden kentän Suomessa.

2.2.2 Luovien alojen yritystoiminta Suomessa

Tilastokeskus julkaisee joka toinen vuosi Kulttuuritilaston, jossa on selvitetty muun muassa kulttuurin, joukkoviestinnän ja vapaa-ajan yrityksiä ja toimipaikkoja. Vuonna 2005 ilmestyneen tilaston mukaan kulttuurin, joukkoviestinnän ja vapaa-ajan toimialojen yrityksiä oli vuonna 2004 yhteensä 14 517, henkilöstöä 62 937 ja liikevaihto oli 12,6 miljardia euroa.

Vuonna 2004 julkaistussa Onko kulttuurilla vientiä? -raportissa on kulttuuri-tuotannon taloudellista merkitystä Suomessa selvitetty Tilastokeskuksen toimesta. Raportista ilmenee, että vuonna 2002 Suomessa toimi kulttuurin toimialoilla yrittäjärekisterin mukaan 14 263 yritystä eli runsaat kuusi prosenttia kaikista yrityksistä. Lukuun on sisällytetty taiteeseen, taiteilijatoimintaan, joukkoviestintään, muotoiluun ja suunnitteluun, mainontaan sekä viihde-elektroniikkaan ja eräisiin vapaa-ajan palveluihin liittyvät toimialat. Samana vuonna kulttuurituotannon yritysten osuus kaikkien yritysten kokonaisliikevaihdosta oli 11,7 miljardia euroa eli 4,3 prosenttia. Luvuista puuttuu muun muassa peliala.

Luovien alojen yritystoiminnan osuutta kokonaisuutena ei Suomen bruttokansantuotteesta toistaiseksi ole selvitetty, sillä tilastomateriaalin kerääminen on haasteellista toimialamäärittelyn puuttuessa. Erilaisia suuntaa antavia selvityksiä on kuitenkin tehty. Turun kauppakorkeakoulun Mediayksikkö on selvittänyt The Economy of Culture in Europe -tutkimusta varten suomalaisten yritysten määrää ja kehitystä vuosilta 2000–2005. Opetusministeriö on käynnistänyt Tilastokeskuksen kanssa Suomen kulttuurin talouden satelliittitutkimuksen, joka valmistuu 2008.

Luovien alojen yritystoimintaan käytettiin rakennerahasto-ohjelmakaudella 2000–2006 erilaista hankerahoitusta kaikkiaan noin 65 miljoonaa euroa. Hankkeita oli lukumääräisesti paljon, 158 kappaletta. Luku on suuntaa antava, sillä käsitelmäärittelyn vuoksi tarkkaa rajausta hankkeista on ollut mahdoton tehdä. Osa hankkeista on sisältänyt toimenpiteitä, jotka ovat kohdistuneet useiden toimialojen kehittämiseen tai hankkeiden sisällöstä vain osa on ollut yritystoiminnan kehittämiseen kohdistuvaa. Kaikkia hankkeita ei toisaalta ole ollut mahdollista selvittää, joten luvusta saattaa myös puuttua luovien alojen yritystoimintaan kohdistuneita hankkeita.

2.2.3 Vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat

Luovien alojen yritystoiminnalla voi nähdä olevan erilaisia vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Niitä on hahmoteltu swot-analyyysillä, jonka laajempi kuvaus on liitteessä 2.

Luovien alojen yritysten heikkouksina pidetään yrityskehityksen heterogeenisyyttä sekä kehittäjäverkoston moninaisuutta ja sekavuutta, mikä johtuu osin valtakunnallisen koordinaation ja strategisen osaamisen puutteesta. Suuri osa yrityksistä on mikroyrityksiä, joiden liiketoimintaosaaminen on heikkoa. Kotimarkkinat ovat pienet, jakelukanavat ovat heikot sekä arvoketju epätasainen.

Vahvuuksia luovien alojen yrityksissä ovat yrittäjien korkeatasoinen luovien alojen koulutus ja substanssiosaaminen sekä hyvät tuotteet. Suomen maine maailmal-

la on hyvä, kansantalous kunnossa ja teknologiaosaaminen maailman huippua. Muutamat alat, kuten musiikki ja peliala ovat jo saavuttaneet menestystä viennissä.

Uhkana luovien alojen yrityksille on se, ettei yrittäjäyys houkuttele osaajia, yritykset eivät halua tai osaa kasvaa ja kansainvälistyä. Uhka on myös se, ettei luovien alojen yritysten liiketoiminnan mahdollisuuksia ymmärretä eri päättäjätasoilla, jolloin alan yrityksille ei kohdenneta riittäviä kehittämistoimia. Lisäksi ratkaisemattomat tekijänoikeuskysymykset hankaloittavat yritysten kasvua. Uhkana on myös sisältöjen helppo kopioitavuus.

Luovien alojen yrityksillä on paljon mahdollisuuksia. Yksi niistä on yritysten ja eri kehittäjätahojen vahvan yhteisen tahtotilan luominen. Luovien alojen tuotteille on entistä enemmän kysyntää muun muassa vapaa-aikaan liittyvien muutosten ansiosta. Parhaat mahdollisuudet ovat olemassa olevien yritysten kehittämisessä ja niiden liiketoimintaosaamisen vahvistamisessa. Mahdollisuuksia luo myös eri toimialojen välisten innovaatioprosessien vahvistaminen, monialaisuuden hyödyntäminen ja verkostoituminen. Luovien alojen mahdollisuuksia pitää avata eri kehittäjätahoille. Lisäksi mahdollisuuksia on tuottaja- ja manageriosaamisen parantamisessa ja kansainvälistymisen sekä viennin lisäämisessä. Rahoitusinstrumentteja ja uusia jakelukanavia pitää pystyä hyödyntämään paremmin.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Korkeatasoinen luovien alojen koulutus ja substanssiosaaminen • Tuotteet ovat hyviä • Toimivat kotimarkkinat • Teknologiaosaaminen maailman huippua • Vienti mahdollisuutena • Suomen hyvä maine • Vahva kulttuuriperintö • Suomen kansantalous on kunnossa 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yrityskenttä on heterogeeninen ja hajainen • Kehittäjäverkosto on moninainen ja sekava • Heikko liiketoimintaosaaminen • Pienet kotimarkkinat • Jakelukanavien heikkous • Arvoketjun epätasaisuus • Mikroyrittäjiä paljon • Strategisen suunnittelun puute • Yritystoiminnan kehittäjillä on liian vähän tietoa toimialasta. Rahoitusinstrumentit eivät sovellu luovien alojen mikro- ja pk-yritysten kehittämiseen • Sisältö ja teknologia eivät kohtaa
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yhteinen tahtotila • Luovien alojen tuotteille on entistä enemmän kysyntää • Olemassa olevien yritysten kehittäminen • Asiakasnäkökulman huomioon ottaminen • Liiketoimintaosaamisen parantaminen • Monialaistumisen hyödyntäminen • Verkostoituminen • Luovien alojen mahdollisuuksien avaaminen yritystoiminnan kehittäjille ja päättäjille • Tuottaja- ja manageriosaamisen parantaminen • Kansainvälistyminen ja viennin lisääminen • Rahoitusinstrumenttien hyödyntäminen ja kehittäminen 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yrittäjyyden riskit eivät houkuttele • Sisältöjen helppo kopioitavuus • Luovan toimialan mahdollisuuksia ei ymmärretä eri päättäjätasoilla • Yritykset jäävät toimimaan kotimarkkinoilla • Ratkaisemattomat tekijänoikeuskysymykset rajoittavat kasvua • Rahoitusta ei kohdenneta riittävästi • Yritykset eivät halua kasvaa • Yritykset eivät verkostoidu • Suomi ei pärjää luovien alojen kansainvälisessä kilpailussa

2.3 Tulevaisuuteen vaikuttavat muutostekijät ja heikot signaalit

Luova toimiala tunnistaa muutostekijöitä ja heikkoja signaaleja muita toimialoja herkemmin. Usein heikot signaalit tulevat luovilta aloilta sillä toimijat ovat trenditietoisia ja etsivät jatkuvasti uutta. Muut toimialat voivat hyötyä tästä.

2.3.1 Ennakointi

Yritysten toimintaympäristö on muuttumassa yhä nopeammalla vauhdilla, joten erilaiset muutostekijät eivät megatrendien tapaan välttämättä määrittele tulevaisuutta samalla tavalla kuin aiemmin. Ne ovat kuitenkin yhä olemassa ilmiön tai ilmiökokonaisuutena, jolla voi nähdä olevan tunnistettavan ja tulevaisuudessakin jatkuvan suunnan jo toteutuneen kehityksen perusteella.

Suomen Akatemian ja Tekesin tuottaman FinnSight 2015 -ennakoinnin tavoitteena oli antaa edellytyksiä tieteen, teknologian, elinkeinoelämän ja yhteiskunnan kannalta tärkeiden osaamisalueiden rakentamiselle. Työssä tuloksena keskeisiksi muutostekijöiksi nousivat globalisaatio, väestömuutokset, sekä tieteen ja teknologian toimiminen muutosvoimana. Muutostekijöitä olivat myös osaamiseen, kestävään kehitykseen, työn ja ihmisten henkisten voimavarojen, hallinnan ja turvallisuuden sekä kulttuuriympäristön muutokset.

Luovien alojen yritysten liiketoimintaan vaikuttavia muutostekijöitä löytyy monia. Globalisaation vaikutukset voi nähdä enimmäkseen myönteisinä, sillä sen myötä suomalaisille avautuvat markkinat ovat aiempaa laajemmat. Luovien alojen yritykset eivät siirrä toimintaansa Suomesta yhtä helposti edullisemmän työvoiman maihin kuin perustuotannossa tehdään, sillä liiketoiminta perustuu omaan osaamiseen. Globalisaatio kiristää kilpailua, mihin vaikuttaa esimerkiksi Aasiassa meneillään oleva mobiilisisältöjen kehittäminen. Aasian markkinat ovat kuitenkin luovien alojen yritysten näkökulmasta kasvavat. Globalisaation myötä tuotemerkkien ja immateriaalioikeuksien hallinnan ja käytön merkitys kasvaa. Myös sähköisten markkinointimedioiden hyödyntäminen ja ostamisen tekeminen helpoksi voimistuvat kilpailutekijöinä. Luovien alojen yritysten osalta tämä tarkoittaa muutosta erityisesti mainonnassa. Kun suomalaiset markkinointiviestinnän yritykset hallitsevat tuotemerkkien brändäyksen ja uudet markkinointimedit, voivat ne luoda kilpailuetua myös muiden toimialojen yrityksille.

Väestömuutoksista luovien alojen yritysten kannalta merkittävää on väestömäärän kasvaminen globaalisti, ja kehittyvissä maissa tapahtuva väestön ikääntyminen. Ikääntymisen myötä väestön kulutustottumukset muuttuvat. Suuret ikäluokat ovat vuoteen 2015 mennessä jääneet eläkkeelle ja heillä on varaa kuluttamiseen enemmän kuin vanhemmilla ikäluokilla. Kun väestö vanhenee, terveys- ja hoitopalveluiden tarve lisääntyy. Luovien alojen yritykset voivat tuottaa kasvumahdollisuuksia terveyttä edistäville ja ennalta ehkäiseville palveluille.

Tiedon saatavuus kasvaa räjähdysmäisesti. Monimutkaiset vuorovaikutussuhteet lisäävät tarvetta jäsentää ja ymmärtää tietoa uudella tavalla. Nämä voivat luoda mahdollisuuksia uusille luovien alojen yritysten tuottamille tuotteille ja palveluil-

le. Oppiminen siirtyy yhä enemmän muodollisen koulutuksen ulkopuolelle. Teknologia mahdollistaa oppimisen kaikkiallisuuden. Tämä luo mahdollisuuksia monille uusille tuotteille ja palveluille.

Kestävään kehitykseen liittyy muun muassa globaalin ympäristövastuullisuuden kasvaminen. Sen lisääntyessä perinteisten kulutushyödykkeiden kulutus voi kehittyneissä maissa siirtyä enemmän ympäristöä vähemmän kuluttavien palveluiden ostamiseen. Ympäristöstä voi myös tulla ylellisyshyödyke, mikä saattaa olla myönteinen asia esimerkiksi suomalaiselle elämysmatkailulle.

Työhön ja ihmisten henkisiin voimavaroihin kohdistuu muutoksia. Asiantuntijoiden merkitys ja moniosaamisen tarve kasvaa myös luovien alojen yrityksissä. Vapaa-aika lisääntyy, mutta se jakautuu entistä epätasaisemmin. Tämä tuo mahdollisuuksia luovien alojen yritysten kasvulle. Toisaalta se asettaa myös haasteita, sillä ostokykyisimmät ovat entistä kiireisempiä.

Luovien alojen yritysten kannalta kulttuuriympäristön muutokset ovat merkittäviä. Kulttuurit monimuotoistuvat, jolloin yhtenäiset kulttuurit ja asiakaskohderyhmät pirstoutuvat. Luovien alojen tuotteet ja palvelut suunnataan yhä kohdenneummin pienemmille alasegmenteille. Ihmisten viihde- ja elämyshakuisuus tulee lisääntymään, mikä on merkittävä luovien alojen yritysten kasvun mahdollistaja.

2.3.2 Heikot signaalit

Heikot signaalit ovat ideoita tai trendejä, jotka vaikuttavat yrityksiin tai niiden toimintaympäristöön. Ne ovat uusia ja yllättäviä signaalien vastaanottajan näkökulmasta. Niiden huomaaminen on joskus vaikeaa muiden signaalien keskeltä. Ne voivat olla sekä uhkia että mahdollisuuksia yrityksille ja niitä saatetaan usein aliarvioida. Niiden muuttuminen valtavirraksi vie aikaa, mutta ne edustavat mahdollisuutta oppia, kasvaa ja kehittyä.

Tekesin Signaalit 2006 -hankkeen tavoitteena oli löytää uusia kehityspolkuja elinkeinoelämän uudistamiselle. Kiinnostavaa hankkeen kautta saaduissa vastauksissa on se, että kilpailun ja yhteistyön koetaan olevan lähellä toisiaan. Myös teknologia ja ympäristö yhdistyivät vastauksissa.

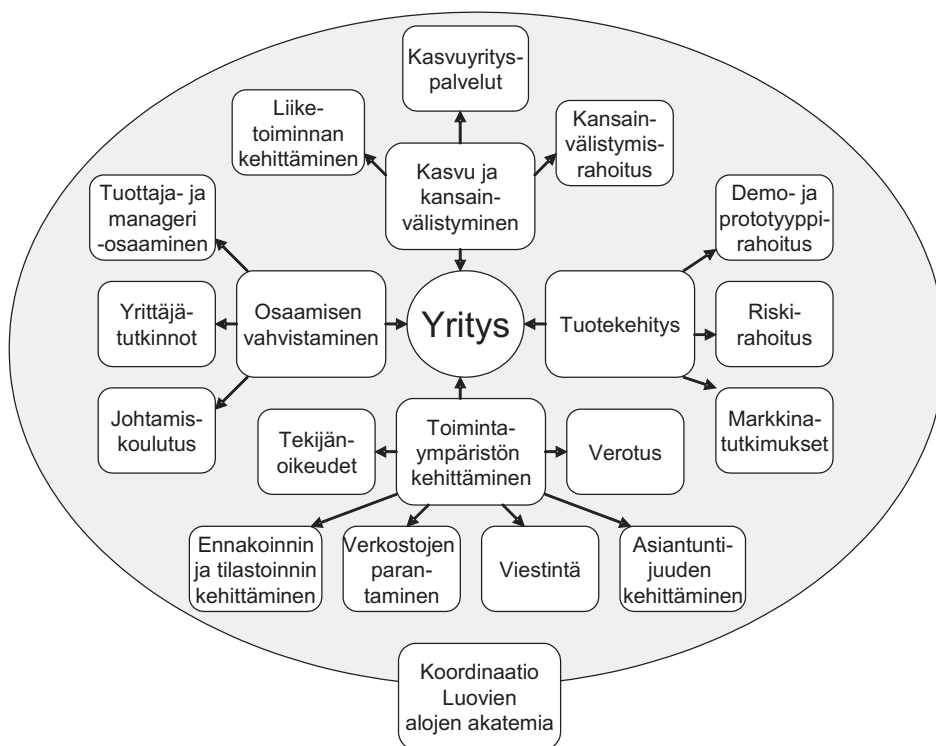
Vastauksissa korostuivat nopeuden, dynaamisuuden ja ketteryyden sekä ennen muuta rohkeuden vaade. Tämä tarkoittaa haasteita luovien alojen yrityksille, sillä edellä mainittuja asioita tullaan myös niiltä odottamaan todennäköisesti yhä enemmän. Uhiksi Signaalit 2006 -hankkeen mukaan todettiin muun muassa taloudellisen tilanteen heikkeneminen, kuten korkotason nousu, demografisten tekijöiden,

kuten ikääntymisen, vaikutukset sekä Suomen lähialueen poliittisen tilanteen kehitys.

Heikoiksi signaaleiksi havaittiin hankkeen tuloksena muun muassa uskalluksen tarve ja yhteisöllisten arvojen nouseminen. Signaalien mukaan taide on mukana rakentamassa hyvinvointia, mikä merkitsee vahvistumista luovien alojen yritystoiminnalle. Sen osa-alueet ovat kytköksissä taiteeseen eri tavoin. Myös stressittömyyden katsotaan avaavan uusia business-mahdollisuuksia, mikä voi tarkoittaa uudenlaisten elämystuotteiden markkinamahdollisuuksia kaikilla luovien alojen yritystoiminnan osa-alueilla. Heikoksi signaaliksi nähtiin, että innovaatiot ostetaan ulkomaille, jolloin suomalaiset keskittyvät menetelmien ja toimintatapojen vientiin. Tämä voi olla mahdollisuus myös luovien alojen yrityksille, mutta se vaatii toimintatapojen tuotteistamisen osaamista.

3 Luovien alojen yritysten kehittämistoimenpiteet 2007–2015

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategian painopisteiden ja toimenpiteiden lähtökohtana on yrityksen liiketoiminnan parantaminen. Strategia tähtää siihen neljän painopisteen kautta. Painopisteitä toteuttavia toimenpiteitä on yhteensä 15. Painopisteiden ja toimenpiteiden toteutusta ohjaa koordinaatio. Luovien alojen Akatemia tukee koordinaatiota kehittämällä osaamista ja tunnistamalla heikkojen signaalien viestejä alan kehityksestä.



Kuva 3. Strategiakartta – yrityksen näkökulma

3.1 Toimintaympäristön kehittäminen

3.1.1 Verkostojen parantaminen

Verkostojen vahvistaminen luovien alojen yritystoiminnassa on olennaista liiketoiminnan verkostomaisen toimintatavan vuoksi ja hyvien käytäntöjen jakamiseksi. Verkostoituminen tapahtuu eri tasoilla; alan yritysten välillä, kehittäjätahojen ja koko arvoketjun toimijoiden kesken. Kansainvälistyminen vaatii omat verkostonsa.

Verkostoituminen luovien alojen ja muiden toimialojen välillä on tärkeää. Eri toimialojen, kuten matkailun ja hyvinvointipalveluiden monialaisissa rajapinnoissa syntyy veturiyritysten avulla uudenlaista liiketoimintaa, joka hyödyntää luovien alojen tuotteita ja palveluja. Myös luovien alojen ja teknologiakehityksen tiiviimpi yhteistyö on tarpeen, jotta erilaisten laitteiden tekniikka ja sisältöjen tuotanto kohtaavat toisensa paremmin. Monialaisissa tuotteissa ja palveluissa olennaista on niiden kaupallistaminen.

3.1.2 Viestintä

Viestintä on olennaista luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategian toteutumisessa ja yhteisen tahtotilan vahvistamisessa. Sen keskeinen tavoite on vaikuttaa strategian toteuttamisessa tarvittavaan asennemuutokseen. Viestinnän tehtävänä on muuttaa luovien alojen koulutuksessa perusasennetta yrittäjyyttä kohtaan myönteisemmäksi. Toinen tärkeä tehtävä on vaikuttaa luovien alojen mahdollisuuksien tunnistamiseen Suomessa. Suuri osa luovien alojen yrittäjistä on mikro-yrityksiä, joilla on hyvät menestymismahdollisuudet, kun yritysten kehittämisen asiantuntijapalvelut tunnistavat ne ja saavat riittävästi toimialatietoa. Viestintä toimii myös verkostojen entistä tiiviimmän yhteistyön mahdollistajana.

3.1.3 Asiantuntijuuden kehittäminen

Luovien alojen toimialatiedon määrä ei ole riittävää erilaisissa yritysten kehittämiseen tähtäävissä asiantuntijapalveluissa. Alan osaamista on myös vähän. Näiden parantamiseksi käynnistetään yritysneuvokoulutus, joka antaa riittävät tiedot luovien alojen yrittäjyydestä ja sen kehittämisestä. Asiantuntijuutta tulee kehittää erityisesti julkisissa neuvonta- ja kehittämisspalveluissa sekä yksityisessä konsulttikentässä.

3.1.4 Tekijänoikeudet

Tekijänoikeudet ovat luovien alojen yritysten tärkein strateginen voimavara ja keskeinen osa niiden liiketoimintaa. Tekijänoikeuden avulla yritykset saavat suojaa investoinneilleen ja pystyvät kehittämään uusia tuotteita ja palveluita kuluttajille. Digitalisoituminen on merkinnyt syvällistä murrosta tekijänoikeuden suojaaman aineiston tuotannolle, jakelulle ja käytölle. Kuluttajatarjonta ja kysyntä ovat lisääntyneet ja monipuolistuneet ennennäkemättömästi niin sisältöjen kuin jakelutapojenkin osalta. Tekninen kehitys edellyttää yrityksiltä huomattavia investointeja uusiin tuotanto- ja julkaisumuotoihin ja uusiin jakelukanaviin.

Tekijänoikeusjärjestelmää tulee arvioida uudelleen myös elinkeinopoliittisesta näkökulmasta.

Tekijänoikeusliiketoiminnassa on tyypillistä, että liiketoiminnassa on mukana hyvin erikokoisia osapuolia. Aidosti toimivilla markkinoilla eivät määräävässä asemassa olevat osapuolet voi käyttää markkina-asemaansa väärin. Tästä johtuen on tärkeää, että kilpailulainsäädännön ja/tai tekijänoikeuslainsäädännön kautta turvataan markkinoilla toimivien eri toimijoiden asema. Suomessa tulisi hakea Suomen markkinoille parhaiten sopiva malli, joka varmistaisi kaikkien arvoketjussa mukana olevien intressit.

3.1.5 Verotus

Luovien alojen uusien tuotteiden ja palveluiden kehittäminen on tutkimus- ja kehittämistoimintaa, jolloin niiden verotuksen tulee olla sen mukaista. Uudistavan tuotannon vähennysoikeuksia tulee laajentaa. Tulevaisuudessa yksityissijoittajien ja omistajayrittäjien sijoituksia pitää kannustaa muun muassa luovutusten verotuskohtelulla ja sijoitustappioiden vähennysoikeudella.

Suomessa verotus kohtelee luovien alojen toimijoita eri tavalla. Kaikki arvoketjun toimijat eivät ole yrittäjiä, vaan heidän toimintansa rinnastetaan osittain palkkatyön tekemiseen, jolloin verotus tehdään palkkatulojen mukaan. Palkkioiden keskittyminen suuriin kertasuorituksiin vinouttaa verotusta. Jatkossa tekijänoikeuskorvaukset tulee voida lukea pääomatuloksi ja ne tulee pystyä jakottamaan, jolloin verotuskohtelu on kansainvälisesti tarkastellen kilpailukykyinen.

Myös tuotteiden ja palveluiden myynnin arvonlisävero tulee yhtenäistää 8 prosentin tasolle.

3.1.6 Ennakoinnin ja tilastoinnin kehittäminen

Eri toimijoiden on aloitettava luovien alojen yritystoimintaan liittyvä ennakointi. Se vaatii tilastojen, tutkimuksen ja tärkeimpien markkina-alueiden sekä kilpailijoiden tuntemusta. On tarpeen seurata kansainvälistä toimintaympäristöä ennakoinnin pohjaksi. Myös heikkoja signaaleja tulee kartoittaa. Seuranta sisältää niin strategisen kehittämisen kuin käytännön toimenpiteiden seuraamisen.

Luovien alojen yritystoiminnasta on tällä hetkellä liian vähän tilastoja ja toimialatietoa. On tärkeää, että jo vuoden 2007 aikana laaditaan pitkäkestoinen tutkimusstrategia, jotta alan kehittämiseksi on olemassa riittävästi tietoa.

Tärkeintä on aloittaa vuosittaisen tilastoinnin tekeminen. Tilastointi kattaa vähintään seuraavien tietojen selvittäminen: liikevaihto, työllistyvyys, yritysten määrä, jalostusarvo, kasvu, kannattavuus ja tuottavuus. On tarpeen rakentaa aikasarja, jotta alan kehitystä pystytään seuraamaan. Jatkossa on tarpeen kehittää myös alatoimialojen sekä syntyvien uusien liiketoiminnan muotojen tilastointia ja tutkimusta, jotta niiden kehittämistä pystytään ennakoimaan. Alueiden tulee pystyä hyödyntämään tilastoja omassa kehitystyössään.

Toimenpide	Vastuutahot	Aikataulu
Verkostojen parantaminen	Koordinaation toteuttaja, ministeriöt, alueelliset toimijat jne.	2008–2009
Viestintä	Koordinaation toteuttaja, ministeriöt, alueelliset toimijat jne.	2008–2009
Asiantuntijuuden kehittäminen	KTM	Jatkuvaa
Verotus	VM	2010 mennessä
Tekijänoikeudet	OPM, KTM	2010 mennessä
Ennakoinnin ja tilastoinnin kehittäminen	KTM, Tilastokeskus, tutkimuslaitokset	Ennakoinnin kehittämisen aloittaminen ja tutkimusstrategian laatiminen vuonna 2007

3.2 Kasvu ja kansainvälistyminen

3.2.1 Liiketoiminnan kehittäminen

Kauppa- ja teollisuusministeriön rahoittama SILE-projekti on kehittänyt mallin, joka tähtää liiketoiminnan kehittämiseen alkavissa ja mikroyrityksissä. Luovien alojen yritysten erityispiirteitä tuntevat Jalostamo-konsultit käyvät yritysten taapamisissa läpi keskeisimmät liiketoiminnan ongelmakohdat, joita ratkovat sen jälkeen tarkemmin oman konsulttiverkoston konsultit.

SILE-projektin Jalostamo-malli on toimiva ja sillä on kysyntää laajemmin luovien alojen yrityksissä ympäri Suomea. Tähän mennessä toiminta on keskittynyt pääkaupunkiseudulle ja kasvukeskuksiin. On tarpeen laajentaa toiminta maantieteellisesti seuduille sekä alatoimialoille, jotka eivät ole sitä vielä toteuttaneet. Mallin laajentamisessa seudut ottavat huomioon omat lähtökohtansa.

Jalostamot voivat toimia esimerkiksi seudullisten kehittämissyhtiöiden tai muiden yritysten kehittämiseen keskittyneiden organisaatioiden sisällä. Erityisesti pitää huolehtia Jalostamo-palveluiden tarjoamisesta hautomoyrityksille. Jalostamo-konsultteina ovat tähän mennessä toimineet Diges ry, Neogames ja Music Export Finland (MUSEX). Jalostamoihin liittyvästä konsultoinnista tulee luoda tuotettu palvelu, joka toimii kuten TE-keskusten muut palvelut.

3.2.2 Kasvuyrityspalvelut vahvemmin mukaan luovien alojen kehittämiseen

Kauppa- ja teollisuusministeriö vahvistaa luovien alojen yritysten kehittämistä yhteistyössä Tekesin, Finnveran, TE-keskusten ja Finpron kanssa. Eri toimijoilla on jo käytössään kehittämis- ja rahoitusvälineitä, jotka soveltuvat yleensä suoraan luovien alojen yritysten käyttöön. Näiden hyödyntäminen edellyttää toimialatiedon hankkimista ja sen parempaa viestintää kehittäjätahoille. Jatkossa eri kehittäjäorganisaatioissa työskentelee vähintään yksi luovien alojen yritystoiminnan kehittämiseen erikoistunut henkilö.

Yritysten kehittämiskentällä toimii myös muita organisaatioita, kuten seudullisia kehittämiskeskuksia, teknologiakeskuksia ja uusyrityskeskuksia. Myös niillä tulee olla entistä enemmän toimialatietoa.

Kasvuyrityspalvelujen tarjonta tulee olla luovien toimialojen käytössä samalla tavalla kuin se on muilla toimialoilla.

3.2.3 Yritysten kansainvälistymisen edistäminen

Yritysten kansainvälistymisen edistämisessä on olennaista markkina-alueiden, koko arvoketjun ja verkostojen tuntemus. Yritysten tulee saada esimerkiksi konsultoinnin kautta kontakti oikeisiin toimijoihin ja rahoittajiin. Konsultointia tarvitaan myös sopimuksiin liittyvissä kysymyksissä, sillä sopimuskäytännöt vaihtelevat maittäin.

Kansainvälistymisrahoitusta on saatavilla nykyiselläänkin luovien alojen yritysten kehittämiseen. Rahoitusmuodot eivät kuitenkaan sovellu aina yritysten liiketoimintamalleihin. Viennin edistämiseen tarkoitettun rahoituksen ja tukien ehtoja tulee kehittää siten, että ne soveltuvat myös luovien alojen tuotteiden ja palveluiden kansainvälistämiseen. Yritykset tarvitsevat rahoitusta erityisesti markkinoiden kartoittamiseen. Muut rahoitustarpeet selvitetään tarvittaessa erikseen.

Toimenpide	Vastuutahot	Aikataulu
Liiketoiminnan kehittäminen	KTM, OPM, TM, TE-keskukset, hautomot seudulliset kehittämissyhtiöt	Jatkuvaa
Kasvuyrityspalvelut vahvemmin mukaan luovien alojen kehittämiseen	KTM, Tekes, Finnvera, TE-keskukset, Finpro	Jatkuvaa
Yritysten kansainvälistymisen edistäminen	KTM, TE-keskukset, Finpro, OPM	Selvitys vuonna 2008

3.3 Tuotekehitys

3.3.1 Demo- ja prototyypirahoitus

Luovien alojen yrityksillä on vähän mahdollisuuksia erilaiseen tuotekehitysrahoitukseen. Tähän mennessä on ollut käytössä opetusministeriön ja AVEK:n kautta kanavoitu Digidemo-rahoitus. Monet luovien alojen tuotteista ja palveluista vaativat varsinaisen tuotantorahoituksen saadakseen esittelyversion, jolla rahoitusta varsinaiseen tuotantoon tai tuotekehittelyyn on mahdollista hankkia rahoittajilta. Muun muassa muotoilun osalta prototyyppien kehittämiseen soveltuvaa rahoitusta ei ole olemassa. Demo- ja prototyypirahoitus tulee laajentaa kaikille luoville aloille soveltuvaksi.

3.3.2 Markkinatutkimukset

Jotta luovien alojen yritykset pystyvät parantamaan tuotekehitystään, tarvitsevat ne pohjaksi markkinatutkimuksia. Erityisesti kansainvälistyvät yritykset tarvitsevat eri markkina-alueilta tutkimustietoa. Ennen varsinaista tuotantoa yritykset tekevät tuote- ja palvelutestausta, johon niillä tulee olla saatavilla rahoitusta.

3.3.3 Riskirahoitus

Alkavien yritysten ja innovaatiotoiminnan kehittämiseen suunnatun riskirahoituksen käyttö ja tarve on luovien alojen yrityksissä vielä tällä hetkellä varsin pientä. Joillakin alatoimialoilla, kuten pelialalla tarve on suurempi. Tarvetta on ns. enkelirahoitukselle, mikä tarkoittaa yksityisten henkilöiden investoimista pieniin tai aloittaviin yrityksiin sekä kokemusten ja oman työpanoksen tarjoamista. Riskirahoitusta tulee tarkastella alatoimialakohtaisesti, sillä erot sen tarpeessa voivat olla merkittäviä. Tulee selvittää myös alueellisten riskirahoitusmallien hyvät käytännöt ja niiden jatkokehitys.

Toimenpide	Vastuutahot	Aikataulu
Demo- ja prototyypirahoitus	Tekes, OPM	2007–2011, väliarviointi 2010
Markkinatutkimukset	Finpro, tutkimuslaitokset, yritykset	2008–2009
Riskirahoitus	Sitra, Tekes	2008–2009

3.4 Osaamisen vahvistaminen

3.4.1 Johtamiskoulutus

Luovien alojen kehittäminen tarvitsee tuottaja- ja manageri- sekä yrittäjäyyskoulutuksen lisäksi johtamiskoulutusta, joka yhdistää teknologian, liiketaloudellisen ajattelun ja sisältöjen kehittämisprosessin johtamisen. Koulutuksen on oltava korkeakoulutasoista ja jatkuvaa, jotta se houkuttelee parhaan opiskelijapotentiaalin. Koulutuksen on oltava myös entistä monialaisempaa ja kansainvälisempää vastatakseen työelämän tarpeita. Koulutuksen veturina toimii luovan prosessin johtaminen, mikä helpottaa sisältöjen ja teknologian sekä muiden toimialojen rajapinnoissa toimivien yritysten kasvua ja kansainvälistymistä.

3.4.2 Tuottaja- ja manageri-osaamisen lisääminen

Suomessa on toistaiseksi vähän etenkin kansainvälisen tason tuottaja- ja manageri-osaamista, vaikka koulutusta onkin järjestetty jo reilun 15 vuoden ajan. Jatkossa tuottajaosaamista tarvitaan, jotta luovien alojen yrittäjät ja etenkin ammatinharjoittajat voivat kehittää liiketoimintaansa. Etenkin pienille yrityksille ja ammatinharjoittajille voi olla tärkeää keskittyä ydintoimintaan, jolloin ne voivat ulkoistaa esimerkiksi osan talouteen ja hallintoon liittyvistä toiminnoista.

Tuottaja- ja manageri -osaamisen koulutus on tarpeen jakaa selkeämmin kohdenetusti, sillä nykyinen koulutus pyrkii kouluttamaan kaikkea yleisellä tasolla. Nykyistä ammattikorkeakoulu- ja yliopisto-opetusta tulee kehittää paremmin työelämää ja muuttuvan liiketoimintaympäristön tarpeita vastaavaksi. Kaikissa koulutuksissa tulee ottaa huomioon verkostojen kehittyminen, eri toimialojen voimakas konvergoituminen sekä poikkitieteellisyys.

3.4.3 Yrittäjätutkinnot

Tulevaisuudessa tarvitaan myös luovien alojen yrittäjäkoulutuksen lisäämistä. Koulutuksen tulee tarjota perustiedot yrittäjyydestä yhdistettynä luovien alojen substanssiosaamisen kaupallistamiseen. Yrittäjyyteen liittyvä koulutus pitää suunnata erityisesti yksinyrittäjille, ammatinharjoittajille ja yksittäisille taiteilijoille. Jatkossa on mahdollisesti tarvetta myös koulutukselle, jossa yrittäjyyden painopiste on kansainvälistymisessä. Uudellamaalla toteutettu ESR-rahoitteinen MEDA-koulutus on hyvä esimerkki luovien alojen yrittäjäkoulutuksesta.

Toimenpide	Vastuutahot	Aikataulu
Johtamiskoulutus	OPM, Koulutusorganisaatiot	Tavoitteena pysyvät koulutusohjelmat
Tuottaja- ja manageriosaamisen lisääminen	OPM, OPH, Koulutusorganisaatiot	2007–2011
Yrittäjätutkinnot	Koulutusorganisaatiot	2007–2011

3.5 Kansallinen koordinaatio on strategian toteutumisen edellytys

3.5.1 Koordinaatio

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisen edellytyksenä on kansallinen koordinaatio, sillä kehittämiseen tähtäviä toimenpiteitä toteutetaan monella eri hallinnon alueella. Kehittämiseen osallistuvat mm. KTM, OPM, TM, VM, SM, ja MMM. Eri hallinnon alojen välisen yhteistyön tulee toimia saumattomasti, sillä jo toimialojen nopea kehitys asettaa runsaasti haasteita tavoitteiden saavuttamiselle.

Koordinaatiota varten perustetaan erillinen hanke, joka vastaa niin valtakunnallisten kuin alueellisten toimijoiden samaan suuntaan toimimisesta. Koordinaation tavoitteena on ottaa huomioon alatoimialakohtaiset tarpeet, sillä luovien alojen yritykset ovat osin heterogeenistä ja eri aloilla on eroja esimerkiksi arvoketjuissa ja ansaintalogiikoissa.

3.5.2 Luovien alojen Akatemia

Luovien alojen kehittämisen ohjaus ja koordinointi tarvitsee huippuosaajien ryhmän. Sen ajantasaisesta osaamisesta tulee pitää huolta erillisen koulutus- ja kehittämissuunnitelman avulla. Ohjelman tavoitteena on koota visionäärien ja huippuvedäjien joukko, joka vie luovien alojen yritystoiminnan kehittämistä eteenpäin nopeasti muuttuvassa kansainvälisessä toimintaympäristössä mm. analysoimalla heikkojen signaalien viestejä. Luovien alojen Akatemia, koulutus ja kehittämissuunnitelma, toimii kansallisen koordinaation alaisuudessa.

Toimenpide	Vastuutahot	Aikataulu
Koordinaatiohanke	VNK	2007–2011
Luovien alojen Akatemia	Koordinaatiohanke, kilpailutetaan	2007–2011

4 Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisen kärkihankkeet

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategiaan on priorisoitu toimenpiteiden pohjalta kolme kärkihanketta. Niiden keskeisin tehtävä on vauhdittaa toimenpiteiden etenemistä. Kärkihankkeet voidaan toteuttaa valtakunnallisina rakennerahastohankkeina tai Tekesin tutkimus- ja kehittämisohjelmanä.

4.1 Jalostamoiden kehittäminen ja asiantuntijakoulutus

SILE-projektissa kehitetty Jalostamo-konsepti on osoittautunut toimivaksi, mutta se vaatii laajentamista ja tuotteistamista. Kehittämistä tarvitaan sekä maantieteellisesti että toimialaisesti. Jalostamoissa yrittäjät saavat liiketoiminnan kehittämiseen neuvontaa asiantuntijoilta, joilla on hyvää osaamista ja kokemusta yrityksen toimialalta. Jalostamo-verkoston kehittäminen ja siihen liittyvä osaamisen lisääminen sopivat hyvin ESR-projektiksi. Projekti on valtakunnallinen ja tarjoaa tukea alueellisten toimijoiden omille Jalostamo-hankkeille. Jalostamoiden yhteydessä tule kouluttaa yritysneuvotia ja hautomoiden vetäjiä ja asiantuntijoita.

Jalostamoneuvonnan lisäksi yrityksille tulee kehittää Kauppa- ja teollisuusministeriön toimesta tuotteistettu asiantuntijapalvelu joka tarjoaa erityisesti luovien alojen osaamista yritysten käyttöön. Erityisesti tulee kiinnittää huomiota tekijänoikeuksien hallintaan ja hyödyntämiseen liittyvään asiantuntijuuteen.

4.2 Luovien alojen kasvun ja kansainvälistymisen kehittäminen

Suomessa on toistaiseksi vähän kansainvälisillä markkinoilla toimimaan pystyviä luovien alojen yritysten johtajia. Yrityksistä puuttuu myös tuottaja- ja manageriosaamista. Nykyisellään kansainväliselle tasolle tähtäävää ja sinne verkostoja luovaa koulutusta on vähän. Monet luovien alojen yrityksistä ovat yksinyrittäjien tai ammatinharjoittajien liiketoimintaa jossa tarvitaan yrittäjyystaitoja.

Jotta koulutus pysyisi nopeasti muuttuvan osaamistarpeen tahdissa tarvitaan valtakunnallinen koulutus- ja kehittämisohjelma, joka tarjoaa koulutuksen koko kentäl-

le malleja ja verkostoja yritysten kasvuun ja kansainvälistymiseen tähtäävään koulutukseen.

4.3 Palveluinnovaatioita monialaisuudesta

Luovien alojen yrityksistä suuri osa tuottaa palveluita. Luovien alojen palveluliiketoiminta on kasvamassa erityisesti muiden toimialojen rajapinnoissa. Etenkin kehittyvissä maissa ihmisten viihde- ja elämyshakuisuus tulee lisääntymään ja mm. digitaalisten sisältöjen kysyntä kasvaa. Yhteisöllisen median merkitys kasvaa.

Syntyy uusia palveluja, jotka ovat sekä kuluttajille, että muille yrityksille suunnattuja. Ne eivät synny pelkästään perinteisten palvelutoimialojen sisällä, vaan monialaisuudesta eri toimialojen yhteisillä rajapinnoilla. Uudet innovaatiot voivat syntyä myös perinteisten teollisten ja luovien alojen yhteistyöstä. Myös teknologista ja markkinointiosaamista tarvitaan uusien palveluinnovaatioiden luomiseen.

Luovien alojen yritysten kehittämiseen liittyen tulee muodostaa tutkimus- ja kehittämisohjelma, jonka kautta tuodaan aktiivisesti yhteen luovien alojen ja muiden toimialojen yrityksiä, kuten matkailun ja hyvinvointipalveluiden yrityksiä. Ohjelmassa tarvitaan myös teknologista ja kaupallista osaamista. Tavoitteena on luoda uudenlaisia palvelutuotteita ja -konsepteja. Ohjelmassa otetaan huomioon tuotemerkkien, brändien ja tekijänoikeuksien hallinnan ja käytön merkityksen kasvu. Ohjelma tarjoaa yrityksille työkaluja kansainvälistymiseen.

Kärkihanke	Vastuutahot	Aikataulu
Jalostamo-toiminta ja tuotetietustetut asiantuntijapalvelut	TM/KTM/ESR-hanke	2008–2011
Luovien alojen kasvun ja kansainvälistymisen kehittäminen	OPM/KTM/ESR-hanke	2008–2011
Palveluinnovaatioita monialaisuudesta	Tekes	2008–2011

5 Kehittäjien työnjako ja tehtävät

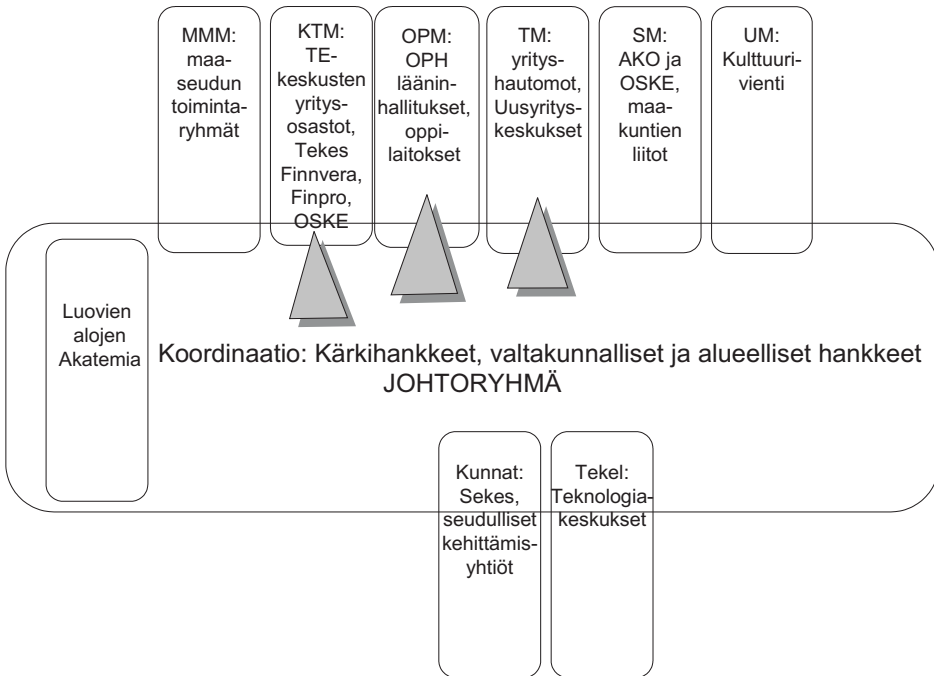
Suomessa on paljon toimijoita luovien alojen yrittäjyyden ja yritysten kehittämisessä. Toimijoiden runsaslukuisuudesta johtuen kehittämistyö on tähän mennessä ollut monimuotoista. Jatkossa tarvitaan valtakunnallista koordinaointia toimijoiden omista lähtökohdista tapahtuvan työn rinnalle.

Digitalisoitumisen myötä luovien alojen yritysten toimintaympäristö ja liiketoiminta muuttuu nopeaan tahtiin. Käynnissä on useita alueellisten kehittämisstrategioiden laadintaprosesseja, yhteistä niille on tarve ja toive saada toimialatiedon tuotantoa ja kansallista koordinaatiota tuekseen.

Kotimaisten ja kansainvälisten verkostojen kehittämiseksi toteutetaan koordinaatiohanke, jonka painopiste on ennakoinnissa, kärkihankkeiden seurannassa ja kansainvälisten verkostojen luomisessa. Yksi koordinaation tärkeimpiä tehtäviä on selkeyttää eri toimijoiden välistä työnjakoa sekä jakaa tietoa ja verkostoja. Koordinaatiohankkeen tehtävänä on myös kartoittaa luovien alojen yritysten kehittämisen esteitä sekä edistää yrityspalveluiden ohjautumista luovien alojen yrityksille. Näitä esteitä ovat mm. verotukseen, tekijänoikeuksien kaupalliseen hyödyntämiseen tai yritystukien ehtoihin liittyvät tekijät.

Koordinaatiohankkeen ytimessä on luovien alojen Akatemia, jossa sparrataan alan huippujohtajia. Akatemian tavoitteena on kerätä yhteen huippuosajia, jotka vievät luovien alojen yritystoiminnan kehittämistä eteenpäin nopeasti muuttuvassa kansainvälisessä toimintaympäristössä mm. analysoimalla heikkojen signaalien viestejä. Akatemian ensimmäinen tavoite on toteuttaa kansainvälinen luovien alojen liiketoiminnan, kasvun ja kansainvälistymisen haasteita käsittelevä konferenssi Suomessa vuonna 2009.

Koordinaatiohankkeessa yhdistyvät eri hallinnonalojen toimenpiteet ja kärkihankkeet luovien alojen kehittämiseksi. Hankkeen tuleekin olla eri hallinnonalojen yhteinen. Koordinaation tueksi perustetaan johtoryhmä, joka vastaa strategian kärkihankkeiden linjauksista. Ryhmässä tulee olla niin kansallisen tason kuin alueellisen tason toimijoita sekä yrityksiä. Tämän strategian toteuttaminen on prosessi, jossa alueelliset ja seudulliset strategiat yhdistyvät koordinaation kautta yhteisiin kansallisiin päämääriin.



Kuva 4. Koordinaatio

6 Strategian toteutumisen arviointi

Strategian toteutumista seurataan vuosittain. Seurannasta vastaa koordinaatiohankkeen johtoryhmä, joka koostuu valtakunnallisten ja alueellisten kehittäjätoimijoiden edustajista sekä alan yrittäjistä. Seurannan keskeinen työkalu on toimialan vuosittainen tilastointi.

Johtoryhmä seuraa erityisesti kärkihankkeiden etenemistä. Strategian arvioinnissa on tärkeää myös tulevaisuuden suunnittelu. Koordinointihankkeen yhteydessä toimiva luovien alojen Akatemia tuottaa ennakointiprosessien kautta uusia kärkihankkeita. Johtoryhmän tehtävänä on käynnistää uusia kärkihankkeita. Tarvittaessa strategian toteutumisesta voidaan tilata ulkopuolisen tekemä arvio.

Strategian seurannan yhteydessä sitä tulee arvioida myös Lissabonin kilpailukykystrategian seurannan näkökulmasta. Tavoitteita ja toimenpiteitä tulee tarkistaa riittävän usein nopeasti muuttuvassa ja kehittyvässä toimintaympäristössä.

Liite 1

Yhteenveto luovien alojen määritelmistä

	Arkkitehtipalvelut	Elokuva- ja videotuotanto	Elämyspohjainen oppiminen	Esittävät taidet (teatteri, musiikki)	Huvipuistot, lelut	Kirjastot, museot, kulttuuriperintö	Kuvataide, valokuvaus	Kustannusala ja kirjallisuus	Markkinointi, mainonta	Matkailu	Muoti	Muotoilu	Ohjelmistotuotanto	Radio- ja tv-toiminta	Ruoka	Taide- ja antiikkimarkkinat	Taidekoulut	Peliteollisuus
Luovat alat																		
Australia/Queensland	x	x		x			x	x	x			x		x				x
Hollanti	x	x		x			x	x			x	x		x				x
Iso-Britannia	x	x		x			x	x	x		x	x	x	x		x		x
Singapore	x	x		x			x	x	x		x	x	x	x		x		
Tanska	x	x		x	x		x	x	x			x		x				
Uusi-Seelanti	x	x		x			x	x	x		x	x	x	x		x		x
Yhdysvallat/New York	x	x		x			x	x	x			x		x				
Elämysteollisuus																		
Ruotsi	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x			x
Tekijänoikeusteollisuus																		
Australia/ydin		x		x			x	x					x	x				
Yhdysvallat, Kanada/ydin		x		x			x	x	x				x	x				
WIPO/ydin		x		x			x	x	x				x	x				
Muut																		
Suomi	x	x		x	x	x	x	x	x			x		x		x		
Economy of Culture	x	x		x			x	x	x			x		x				x
Yhdysvallat/Americans for the Arts		x		x			x	x	x			x		x			x	

Liite 2

Luovien alojen yrittäjyyden nykytila

Vahvuudet

Korkeatasoinen luovien alojen koulutus ja substanssiosaaminen

Suomessa luovien alojen koulutus on vahvaa ja eri aloilta valmistuneet ovat hyviä ammattiosajia. Koulutusta on saatavilla myös eri koulutusasteilla. Sen taso voi kuitenkin vaihdella eri alatoimialojen kesken. Perinteisillä kulttuurin alueilla, kuten musiikissa koulutus on laajaa, kun taas pelialalla sitä on vähän. Siellä omaa osaamista on kartutettu muilla tavoilla.

Tuotteet ovat hyviä

Yleisesti ottaen Suomessa tehdään hyviä luovien alojen tuotteita substanssiosaamisen ansiosta. Luovien alojen tuotteet ovat hyviä vähintään kansallisesti ja usein myös kansainvälisesti. Jatkossa on kuitenkin kiinnitettävä huomiota tuotteiden ennististä parempaan kansainväliseen kilpailukykyyn.

Toimivat kotimarkkinat

Suomalaiset luovien alojen kotimarkkinat ovat kunnossa, sillä tuotteille on kysyntää myös Suomessa ja jakelukanavat ovat olemassa lähes kaikille tuotteille. Kotimarkkinoiden heikkoutena on kuitenkin niiden pienuus.

Teknologiaosaaminen maailman huippua

Suomalaisten teknologinen osaaminen on maailman huippua. Sitä on käytetty luovien alojen yrityksissä, esimerkiksi mobiilipelien kehittämisessä. Luovien alojen ja teknologiayritysten välillä on kuitenkin vielä paljon hyödyntämättömiä osa-alueita. Erilaisiin teknologisiin keksintöihin soveltuvat luovien alojen tuotteet ovat yksi mahdollisuus koko Suomen kilpailukykyyn parantamiselle. Teknologia ei toimi yksinään, vaan se tarvitsee sisältöjä, joita käyttämällä kuluttajat kiinnostuvat uusista laitteista.

Vienti mahdollisuutena

Osa luovien alojen yrityksistä toimii jo kansainvälisillä markkinoilla, kuten esimerkiksi pelialan yritykset. Ne ovat luoneet omista lähtökohdistaan käytäntöjä, jotka on sovellettavissa myös muille luovien alojen osa-alueille. Kohderyhmät ja jakelukanavat voivat olla osin erilaisia, mutta toimintatavoissa on hyödynnettävää.

Suomen hyvä maine

Suomella on maailmalla tällä hetkellä hyvä maine korkean teknologian maana, joten myös muilla toimialoilla tämä maine on hyödynnettävissä. Suomen hyvää mainetta kannattaa hyödyntää esimerkiksi luovien alojen tuotteiden markkinoinnissa.

Vahva kulttuuriperintö

Kulttuuriperintö on Suomessa vahvaa ja se voi olla yksi luovien alojen yritystoiminnassa hyödynnettävä asia. Suomalaista kulttuuriperintöä ei maailmalla tunneta vielä muutamia yksittäisiä asioita lukuun ottamatta. Sitä olisi mahdollista tuoda esille esimerkiksi kulttuurimatkailun kautta.

Suomen kansantalous on kunnossa

Suomi on tällä hetkellä kilpailukykyinen maa, sillä eri mittareilla mitattuna olemme olleet kansainvälisesti kärkimaita. Tämä vaikuttaa myös luovien alojen yritysten mahdollisuuksiin menestyä kansainvälisessä kilpailussa.

Heikkoudet

Yrityskenttä on heterogeeninen ja hajanainen

Luovien toimialojen yritykset ovat keskenään heterogeenisiä ja koko yrityskenttä on hajanainen. Heterogeenisyyttä voi ilmetä jo yhden alatoimialan sisällä. Esimerkiksi viestintäalalla toimii sekä pienkustantamoja että suuria mediakonserneja.

Luovien alojen alatoimialat ovat tällä hetkellä erilaisessa kehityspisteessä yritystoiminnan osalta. Esimerkiksi viestintäalalla toimii paljon yrityksiä. Sen toimintaa on suunnattu strategisella työllä ja alasta on olemassa tutkimustietoa. Sen sijaan osalla perinteisistä alatoimialoista, kuten kuvataide, teatteri ja tanssi, on vähän yritystoimintaa.

Heterogeenisyys ei ole kuitenkaan ainoastaan heikkous, vaan siitä voi löytää myös vahvuuksia. Sen ansiosta luovilla aloilla on paljon erilaista osaamista, jota riittävän hyvin yhdistämällä on mahdollista saada aikaan myös uudenlaista liiketoimintaa.

Kehittäjäverkosto on moninainen ja sekava

Yritystoiminnan kehittäjäverkosto on tällä hetkellä moninainen, mikä hankaloittaa erityisesti luovien alojen yritysten kehittämistä. Kehittäjäverkoston hahmottaminen voi olla puutteellista. Osa yrittäjistä tietää vähän esimerkiksi rahoitus- ja muita kehittämismahdollisuuksista.

Heikko liiketoimintaosaaminen

Heikko liiketoimintaosaaminen ei koske ainoastaan luovien alojen yrittäjiä. On kuitenkin nähtävissä, että luovilla aloilla liiketoimintaosaamisessa on selkeitä puutteita, jotka liittyvät esimerkiksi talousosaamiseen ja markkinointiin. Luovien alojen koulutuksessa yritystoimintaan liittyvät osa-alueet ovat usein valinnaisia tai niitä on mahdollisuus opiskella vasta opintojen loppuvaiheessa, mikä ei edesauta liiketoimintaosaamisen kehittymistä.

Pienet kotimarkkinat

Suomen kotimarkkinat ovat pienet, etenkin jos niiden ajatellaan kattavan vain Suomen maantieteellisen alueen. Kotimarkkina-alueeksi voidaan nykyään laskea kuitenkin koko Euroopan unionin alue.

Jatkossa myös kotimarkkinoilta on löydettävissä kasvua, mikäli onnistutaan luomaan hyviä luovien alojen tuotteita kohderyhmäkohtaisesti. Esimerkiksi suurten ikäluokkien jäädessä eläkkeelle voi kasvua löytyä tämän asiakassegmentin piiristä. Myös yrityksille suunnatuissa tuotteissa ja palveluissa on kasvumahdollisuuksia. Esimerkiksi muotoilun hyödyntäminen suomalaisissa pk-yrityksissä voi mahdollistaa kasvua.

Kun luovien alojen yrittäjyydessä tavoitellaan voimakasta kasvua, ovat Suomen ja Euroopan markkinat pienet. Musiikki- ja peliala ovat näyttäneet, että kasvu on löydettävissä viennin kautta esimerkiksi Aasian ja Yhdysvaltojen alueilta.

Jakelukanavien heikkous

Jakelukanavat ovat suomalaisen luovan toimialan heikkous. Esimerkiksi kansainvälinen vienti on alkanut avautua vasta 2000-luvulla musiikki- ja peliteollisuudessa, vaikka yrityksiä vientiin on ollut aiemminkin.

Kansainvälisille markkinoille on löydettävissä toimivat jakelukanavat. Ne ovat usein toimialakohtaisia, joten se, mikä toimii musiikissa, ei sovellu suoraan elokuvatuotannon tai kuvataiteen vientiin. Nyt jo menestystä saavuttaneilla aloilla on kuitenkin toimintatapoja, joita hyödyntämällä myös muut alat voivat löytää omat jakelukanavansa.

Arvoketjun epätasaisuus

Luovien alojen tuotteiden arvoketju voi olla idealähtöinen. Ideasta, ilman välitöntä asiakastarvetta syntyneen tuotteen myynti voi olla haasteellisempaa kuin selkeän asiakastarpeen pohjalta luodun tuotteen. Ideankin pohjalta syntynyttä tuotetta voidaan testata ennen markkinoille menoa. Joillakin aloilla trendit saattavat kuitenkin muuttua niin nopeasti, että perinteisillä metodeilla tehtävä tuotetestaus ei aina ole mahdollista. Tällaisia aloja ovat esimerkiksi muoti ja musiikki.

Toisaalta luovien alojen tuotantoprosessi ei välttämättä eroa muista aloista, sillä kaikki korostavat tuotteen myynnin perustumista asiakkaan tarpeisiin. Se, että tuote perustuu ideaan, voi tulevaisuudessa olla myös mahdollisuus kulutustavaroita pursuavissa kehittyneissä maissa. Luovilla aloilla on tulevaisuudessa pystyttävä tunnistamaan ns. heikkoja signaaleja entistä tehokkaammin, jotta osataan ennakoida, mitä tuotteita ja palveluita ihmiset tarvitsevat ja haluavat.

Mikroyrittäjiä paljon

Suomessa on luovilla aloilla paljon mikro- ja pk-yrityksiä. Tämä ei kuitenkaan poikkea alan kansainvälisestä tilanteesta. Mikroyritykset työllistävät usein vain yrittäjän itsensä. Osa yrittäjistä haluaa pitää yritystoimintansa pienenä, sillä pieni yritys koetaan helpommin hallittavaksi.

Kun yritys on pieni, kasvu koetaan riskiksi. Esimerkiksi uuden työntekijän palkkaaminen on monelle yrittäjälle vaikea ratkaisu. Pienten yritysten kohdalla saataan uuden työntekijän palkkaamisen sijaan kuitenkin ostaa tarvittuja palveluita verkoston kautta.

Strategisen suunnittelun puute

Suomessa ei tähän mennessä ole ollut selkeää strategiaa luovien alojen yrittäjyyden kehittämiseksi. Aiemmat selvitykset ja strategiat ovat kuitenkin toimineet tämän työn hyvänä pohjana.

Muutamit alueet eri puolilla Suomea ovat tehneet erilaisia strategioita ja toteuttaneet hankkeita, mutta koska valtakunnallista linjausta ei ole ollut, ovat toimenpi-

teet jääneet usein hajanaisiksi yhden alueen tai toimialan sisällä. Strategioiden puute on tähän saakka haitannut myös tutkimus- ja tilastotiedon keräämistä.

Yritystoiminnan kehittäjillä on liian vähän tietoa toimialasta

Luovien alojen yritystoiminta on käsitteenä uusi monille kehittäjä-, rahoittaja- ja päättäjätahoille. Monet sen alatoimialoista saatetaan mieltää julkisen kulttuurirahoituksen piiriin, vaikka kyse on yritystoiminnasta. Alan yrittäjyyttä on saatettu pitää puuhasteluna, sillä alasta ja sen kehittämismahdollisuuksista ei ole ollut saatavilla riittävästi ennakointi- tai tilastotietoa.

Rahoitusinstrumentit eivät sovellu luovien alojen mikro- ja pk-yritysten kehittämiseen

Osa yrityksille suunnatuista rahoitusmahdollisuuksista ei sovellu luovien alojen mikro- ja pk-yritysten kehittämiseen. Lainarahoitus on yrityksille yleensä mahdollinen, mikäli liiketoimintasuunnitelma on kunnossa. Kun kyse on kehittämisrahoituksesta, investoinneista tai viennin kehittämisestä, on kynnyks korkeampi. Muutamilla alueilla maakunnalliset tai seudulliset strategiat saattavat määritellä, mitä toimialoja rahoitetaan. Tällöin luovien alojen yrittäjyys saattaa jäädä rahoituksen ulkopuolelle. Osa rahoitusmuodoista, kuten esim. vientirengasrahoitus, on suunnattu lähinnä isoille yrityksille, jolloin mikro- ja pk-yritysten voi olla hankala hakea rahoitusta. Riskirahoitusta ja ns. business-enkeleitä on luovien alojen yrityksille vähän saatavilla.

Sisältö ja teknologia eivät kohta

Erilaisilla sisältöliiketoimialan kehittämishankkeilla on jo noin kymmenen vuoden ajan pyritty linkittämään teknologiaa ja sisältöjä. Siinä on osin onnistuttu, mutta jatkossa vaaditaan voimakkaampaa yhteistyötä koko luovien toimialojen ja teknologian välillä.

Mahdollisuudet

Yhteinen tahtotila

Yksi tärkeimpiä mahdollisuuksia luovien alojen yrittäjyyden kehittämisessä on yhteinen tahtotila Suomessa. Eri toimijoiden, niin paikallisella, alueellisella kuin valtakunnallisellakin tasolla tulee toimia tulevina vuosina yhteisten päämäärien suuntaisesti, jotta alan yritystoimintaa voidaan vahvistaa. Erilaisten alueellisten ja paikallisten hankkeiden tulee luoda tiivis yhteistyö omalla alueellaan ja toimia

omista lähtökohdistaan valtakunnallisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Valtakunnallisesti pitää pystyä mahdollistamaan riittävä taustatuki ja koordinaatio alueellisille hankkeille.

Luovien alojen tuotteille on entistä enemmän kysyntää

Lähes kaikissa trendiennusteissa ennakoidaan kasvua luovien alojen tuotteille ja palveluille. Ihmisten vapaa-aika osin lisääntyy ja kulutustottumukset muuttuvat. Suuret ikäluokat ovat jäämässä eläkkeelle ja heille suunnatuille tuotteille on kysyntää kehittyneissä maissa.

Globaalit markkinat ovat jo avautuneet ja mahdollistavat kasvua luovilla aloilla, joiden tuotteet ovat usein immateriaalisia hyödykkeitä. Erityisesti Aasiassa ja Venäjällä markkinat kasvavat talouskehityksen myötä. Immateriaalisten tuotteiden kysyntä lisääntyyne tulevaisuudessa mahdollisesti. Erityisesti kehittyneissä maissa kulutustavaroiden hankkimiseen perustuva kuluttaminen saattaa siirtyä immateriaalisten hyödykkeiden hankkimiseen.

Olemassa olevien yritysten kehittäminen

Luovien alojen yritysten pohja on Suomessa kohtalaisen vakaa ja yrityksiä on lukumääräisesti varsin paljon. Tähän mennessä saatujen hyvien kokemusten perusteella näyttää, että juuri näitä yrityksiä kannattaa kehittää, jotta yritykset voivat kasvaa. Tuleva kehitystoiminta kannattaa siten suunnata ennemmin olemassa olevien yritysten kehittämiseen kuin uusien yritysten luomiseen.

Asiakasnäkökulman huomioon ottaminen

Osa luovien alojen tuotteista on perinteisesti ollut idealähtöisiä, jolloin asiakkaiden tarpeiden huomioon ottamista ei ole välttämättä pohdittu tuotekehityksen alkuvaiheessa. Jatkossakin monet tuotteet tullaan tuottamaan näin. Tulevaisuudessa pitäisi kuitenkin pyrkiä löytämään entistä enemmän tapoja, joissa myös asiakkaan tarpeet otetaan huomioon. Esimerkiksi riittävän varhaisessa tuotekehityksen vaiheessa tehdyt prototyypit, demot ja tuotetestaukset auttavat arvioimaan asiakkaiden tarpeita.

Liiketoimintaosaamisen parantaminen

Vaikka suomalaisten luovien alojen yritysten liiketoimintaosaamisessa onkin vielä puutteita, on systemaattisella koulutuksella ja konsultoinnilla mahdollista saada aikaan hyviä tuloksia. Tästä ovat esimerkkinä muun muassa SILE-projektiin osal-

listuneet yritykset, jotka ovat hankkeen tarjoaman konsultoinnin avulla pystyneet kehittämään liiketoimintaosaamistaan monin eri tavoin.

Liiketoimintaosaamista tulisi jatkossa tarjota eri kehitysvaiheessa oleville yrityksille koko Suomen alueella.

Monialaistumisen hyödyntäminen

Luovien alojen yritykset toimivat usein yhteistyössä muiden alojen yritysten kanssa etenkin palveluliiketoiminnan osalta. Tällaisia ovat muun muassa mainonnan, markkinointiviestinnän ja muotoilualan yritykset. Tämän yhteistyön vahvistaminen parantaa tulevaisuudessa luovien alojen yritysten mahdollisuuksia menestyä, mutta lisää myös perinteisten toimialojen kilpailukykyä. Esimerkiksi muotoilun avulla on mahdollista saada aikaan merkittäviä kustannusetuja, kun sitä hyödynnetään jo tuotekehitysprosessin alkuvaiheessa.

Luovien alojen ja teknologiayritysten välinen vuorovaikutus on tulevaisuudessa entistä tärkeämpää. Teknologiatuotteita ei voi kehittää ilman asiakkaiden tarpeita, jotka voivat liittyä muun muassa luovien alojen yritysten tuottamiin sisältöihin. Myös matkailun, hyvinvoinnin ja luovat alat yhdistäviä uudenlaisia palvelukonsepteja on mahdollista kehittää monialaistumista hyödyntämällä.

Verkostoituminen

Luovien alojen yrityksille on hyötyä verkostoitumisesta, sillä yritykset ovat useimmiten pieniä. Kaikki eivät ole vielä valmiita palkkaamaan uusia työntekijöitä, joten erityisesti näille yrityksille on hyötyä verkostoitumisesta. Esimerkiksi osa tarvittavista palveluista voidaan ostaa muilta yrittäjiltä tai ammatinharjoittajilta.

Verkostoituminen myös muiden toimialojen kanssa on olennaista luovien alojen yrityksille, sillä esimerkiksi animaatioiden, muotoilun, mainonnan ja markkinointiviestinnän osalta luovien alojen yrityksillä on runsaasti liittymäkohtia muiden toimialojen yritystoimintaan. Myös matkailun ja hyvinvoinnin sekä luovien alojen rajapinnassa on mahdollisuuksia verkostoitumiseen ja yhteistyöhön. Kasvuyritysten kanssa integroituminen tuo kasvumahdollisuuksia luovien alojen yrityksille monilla alatoimialoilla.

Luovien alojen yritystoiminnan kehittämisen osalta mahdollisuutena on kehittämisverkoston laajentaminen Suomessa. Nyt kehittämistä on tehty pääosin pääkaupunkiseuduilla ja kasvukeskuksissa. Jatkossa tarvitaan alueellista laajentamista ja työn ulottamista koko Suomeen. Myös kansainvälisen verkostoitumisen tarve on merkittävä.

Luovien alojen mahdollisuuksien avaaminen yritystoiminnan kehittäjille ja päättäjille

Jotta luovan toimialan yrittäjyys kehittyy Suomessa, tulee sen avainkäsitteet avata päättäjille, joilla on tällä hetkellä vielä vähän tietoa luovista aloista ja niiden mahdollisuuksista.

Luovasta toimialasta tulee olla riittävästi ennakointi- ja tilastotietoa, jotta alan kehitystä pystytään suuntaamaan pitkäjänteisesti. Tiedon tulee olla mahdollisimman helposti myös päättäjien saatavilla.

Tuottaja- ja manageriosaamisen parantaminen

Suomessa on hyvä luovien alojen substanssiosaajien kenttä. Tuottajaosaamisen kouluttamista on aloitettu, mutta se on edelleen liian vähäistä. Osa koulutuksesta tähtää julkisrahoitteisesti toimivien organisaatioiden tuotantotehtäviin, vaikka painotuksen pitäisi siirtyä entistä enemmän yritystoiminnan tuotanto-osaamisen kehittämiseen. Tuottajaosaamisen koulutuksessa pitäisi keskittyä erityisesti kansainvälisiin tuotantoihin, sillä kotimarkkinat eivät riitä luovien alojen yrityksille. Tuottaja- ja manageriosaamisen lisäksi mahdollisuutena on myös myynnin ja markkinoinnin kehittäminen.

Kansainvälistyminen ja viennin lisääminen

Kansainvälistyminen on yksi merkittävimpiä mahdollisuuksia luovien alojen yrityksille. Musiikki- ja pelialojen yritykset ovat antaneet rohkaisevia esimerkkejä siitä, että viennin kautta on mahdollista saada kasvua luovilla aloilla.

Monissa luovien alojen yrityksissä on kuitenkin vielä tehtävänä paljon perustyötä esimerkiksi liiketoiminnan kehittämisessä ennen kuin ne ovat valmiita kansainvälistymään. Kansainvälistymiseen löytyy malleja luovien alojen kansainvälistyneiltä aloilta ja niitä voidaan soveltaa myös muilta toimialoilta.

Rahoitusinstrumenttien hyödyntäminen ja kehittäminen

Nykyisellään Suomessa on olemassa erilaisia mahdollisuuksia luovien alojen yrittäjyyden kehittämiseen. Osa alan yrittäjistä tuntee erilaiset mahdollisuudet hyvin, mutta kaikki eivät ole tietoisia niistä. Jatkossa tavoitteena on lisätä alan yrittäjien tietoa siitä, mitä rahoitusmahdollisuuksia on tarjolla ja saada heidät hyödyntämään näitä entistä enemmän.

Osa luovien alojen yrittäjyyden kehittämiseen liittyvistä hankkeista ei ole toteutunut, koska mikään toimija ei ole tähän mennessä ottanut riittävästi kansallista vastuuta alan kehittämisestä. Jatkossa kehittämisvastuiden tulee olla entistä selkeämpiä.

Koska kaikki rahoitusmuodot eivät sovellu luoville aloille, tavoitteena on myös niiden kehittäminen siten, että soveltuvuus on parempi. Erityisesti tarvitaan rahoitusmuotoja prototyypin, demojen ja tuotetestausten tekemiseen. Myös kansainvälistymisrahoituksen tulee olla joustavampaa ja soveltua myös luovien alojen pienille yrityksille.

Uhat

Yrittäjyyden riskit eivät houkuttele

Tekesin viime vuonna valmistuneen Mistä yrittäjät tulevat? -selvityksen mukaan suomalaiset pitävät yrittäjyyttä vähemmän houkuttelevana palkkatyöhön verrattuna kuin minkään muun maan kansalaiset. Uhkana on, että luovilla aloilla yrittäjyys koetaan liian vaivalloiseksi tai riskialttiiksi. Kaupallisuuden vastaisuus voi myös rajoittaa yrittäjäksi ryhtymistä. Toisaalta luovilla aloilla ei välttämättä ole valmiita työpaikkoja, jolloin yritystoiminnan aloituskynnys voi olla alhaisempi.

Suomalaisia motivoi yrittäjyyteen halu ”olla oman itsensä pomo”, mikä voi stimuloida luovien alojen ihmisiä. Toisaalta tämä ajattelutapa on ristiriidassa kasvuyrittäjyyden kanssa ja voi rajoittaa sen syntymistä. Luovien alojen yrittäjät saattavat ajatella yritystoimintansa pienimuotoisena, esimerkiksi sivutoimisena tai korkeintaan itsensä työllistävänä toimintana.

Sisältöjen helppo kopioituvuus

Yksi luovien alojen uhista on sisältöjen, kuten musiikin ja elokuvien, helppo kopioitavuus. Kopioiminen on nopeutunut ja helpottunut digitalisoitumisen myötä. Luovien alojen haasteena on luoda mekanismeja, joilla pystytään hillitsemään luovattoman käytön kasvua. Kopioiminen liittyy nykyään entistä enemmän käyttöoikeuksiin.

Luovan toimialan mahdollisuuksia ei ymmärretä eri päättäjätasoilla

Luova toimiala on otettu huomioon monissa kehittämissuunnitelmissa ja -strategioissa. Käytännössä kannusteet alan yritystoimintaan saattavat kuitenkin puuttua, ja joitakin rajoituksia on myös olemassa. Esimerkiksi osa TE-keskuksista on voinut asettaa rajoituksia rahoituksen myöntämiselle, koska niillä on eri suuruisia rahamääriä käytössään. Alueiden strategiset linjaukset saattavat myös määrittellä, mille aloille rahoitusta myönnetään.

Luova toimiala on ollut käsitteenä epämääräinen ja eri kehittäjätahoilla on ollut niukasti tietoa siitä. Jatkossa uhkana on edelleen, että kaikki päättäjä- ja kehittäjä-

tahot eivät ymmärrä sen liiketoimintamahdollisuuksia, mikäli esimerkiksi ennakointi- ja tilastotietoa on liian niukasti saatavilla.

Tekesin Mistä yrittäjät tulevat? -raportin mukaan jatkossa politiikkatoimenpiteiden tai päättäjien ei pitäisi keskittyä arvioimaan tietyn alan liiketoimintaideoiden elinkelpoisuutta, vaan luoda tapoja, joilla yrittäjät voivat itse selvittää liikeideoidensa elinkelpoisuuden. Tämä olisi luovilla aloillakin oikea suunta.

Yritykset jäävät toimimaan kotimarkkinoilla

Luovien alojen yritykset ovat pieniä, kotimarkkinoille suuntautuneita mikroyrityksiä. Suomen kotimarkkinat ovat kuitenkin liian pienet kasvuyrittäjyydelle. Mikäli yritysten liiketoimintaosaamista ei saada kehitettyä riittävästi tai kasvuyrittäjäpotentiaalia ei saada seulottua, on vaarana, että yritykset jäävät edelleen mikroyrityksiksi ja toimivat pelkästään Suomessa tai lähialueella.

Jo yritysten perustamisvaiheessa tulisi kiinnittää huomiota siihen, että perustajat ovat riittävän hyvin verkostoituneita ja että heillä on tarvittava alkupääoma käytössään.

Ratkaisemattomat tekijänoikeuskysymykset rajoittavat kasvua

Osa luovien alojen yrityksistä kärsii tällä hetkellä ratkaisemattomista tekijänoikeuskysymyksistä, mikä rajoittaa niiden kasvua. Tekijänoikeuksiin liittyviä korvauksia ei ole määritelty vielä riittävän selkeästi.

Rahoitusta ei kohdenneta riittävästi

Yksi uhka luovien alojen yrittäjyyden kehittämisessä on se, että rahoitusta ei kohdenneta niille riittävästi. Se tulisi tulevaisuudessa kohdistaa erityisesti yritystoiminnan kehittämiseen, ei esimerkiksi rakenteisiin. Rahoitusta pitäisi kohdentaa myös entistä enemmän sellaisille yrityksille, joilla on kasvumahdollisuuksia.

Nykyisellään on jo olemassa toimivia malleja luovien alojen yritysten kehittämiseen, joten näitä tulisi Suomessa hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti ja jatkokehittää, eikä pyrkiä rakentamaan kokonaan uusia malleja.

Yritykset eivät halua kasvaa

Luovien alojen yritykset ovat tällä hetkellä pieniä mikro- ja pk-yrityksiä, jotka työllistävät usein vain yrittäjän itsensä tai korkeintaan muutamia henkilöitä hänen lisäksi. Osa yrittäjistä on mieltänyt tavoitteekseen sen, että työllistää itsensä,

mutta ei enempää. Mikäli tavoite pysyy samana, on mahdollista, etteivät luovien alojen yritykset kasva ja työllistä enempää.

Yritykset eivät verkostoidu

Osa luovien alojen yrityksistä on onnistunut jo verkostoitumaan kohtalaisen hyvin, mutta osalle yrityksistä saattaa vielä yksin yrittäminen ilman verkostoja olla arkipäivää. Luovien alojen yrityksissä työntekijöiden palkkaaminen koetaan usein riskiksi, koska yritykset ovat pieniä. Verkostoitumisen kautta niillä on mahdollisuuksia kasvuun. Uhkana on kuitenkin se, etteivät yritykset halua verkostoitua entistä enempää.

Suomi ei pärjää luovien alojen kansainvälisessä kilpailussa

Globaalin talouden myötä suomalaiset luovien alojen yritykset kilpailevat samoilla markkinoilla muiden maiden yritysten kanssa. Luovien alojen yrityksiä ei pyritä kehittämään pelkästään länsimaissa, vaan myös uusissa, kehittyvissä talouksissa. Esimerkiksi Kiinassa ja Intiassa on myös luovien alojen kehittämisyrkimyksiä erityisesti elokuvatuotannon ja digitaalisten sisältöjen osalta.

Jotta suomalaiset pystyvät pärjäämään kansainvälisillä markkinoilla, tarvitaan myös kilpailija-analyysijä. Suomalaisten tulisi pyrkiä myös vahvistamaan ja hyödyntämään vahvuuksiaan.

<p>Författare</p> <p>Utvecklingsstrategi för företagsverksamhet inom kreativa branscher -arbetsgruppen Petra Tarjanne, HIM, ordförande Kirsi Kaunisharju, Diges ry, strategins författare/redaktionellt arbete</p>	<p>Publiceringstid Mars 2007</p> <p>Uppdragsgivare Handels- och industriministeriet</p> <p>Organets tillsättningsdatum</p>
<p>Titel</p> <p>Utvecklingsstrategin 2015 för företagsverksamhet inom kreativa branscher</p>	
<p>Referat</p> <p>Företagsverksamheten inom kreativa branscher håller på att öka. I Europa var värdet av den sektor som utgörs av kulturen och de kreativa branscherna år 2003 mer än 650 miljarder euro, vilket är mer än inom biltillverkningsindustrin eller ICT-sektorn. År 2004 arbetade sammanlagt 5,8 miljoner människor inom sektorn för kultur och kreativa branscher. Det är 3,1 % av den sysselsatta arbetsstyrkan. Branschen växte 12,3 % mer än den övriga ekonomin. Branschens tillväxt har varit snabb också i Finland. Branschens omsättning och förädlingsvärde ökade med 15 % från år 2000 till år 2005. Samtidigt minskade elektronikbranschens förädlingsvärde med 7 % och skogsindustrins med 38 %.</p> <p>Finland kan i framtiden stärka andra branschers och hela landets konkurrenskraft genom att utveckla företagsverksamheten inom kreativa branscher. Kreativa branscher förbättrar konkurrenskraften i synnerhet via de tjänster som produceras inom animation, formgivning, reklam och kommunikationsbranschen. I framtiden har produkters och tjänsters varumärke och brand en allt starkare ställning och kompetensen i anslutning till dem är kärnan i kreativa branscher. Tack vare en ökad strävan efter upplevelser kommer vi att se ett växande behov av fritidstjänster som riktas till konsumenter.</p> <p>Utvecklingsstrategin för kreativa branscher har siktet ställt på år 2015, och dess syfte är att skapa för företag inom kreativa branscher en gynnsam verksamhetsmiljö som sporrar att våga. Företag behöver såväl regionalt som nationellt en verksamhetsmiljö, där de har optimala verksamhetsförutsättningar. Då kan de bidra till att skapa nya slag av produkter och tjänster inom olika branscher. Målet är att utveckla verksamheten för företag inom kreativa branscher så, att allt flere företag kan växa och internationaliseras. För det krävs att man kan identifiera spetsföretagen samt satsar också på internationaliseringen av små företag. I produktutveckling är målet att koncentrera sig på internationellt konkurrenskraftiga produkter, som är kundorienterade, men högklassiga. Målsättningen är att finna nya sätt att finansiera produktutveckling. Företagen behöver producent- och managerkompetens och direktörer som agerar yrkesmässigt i en internationell verksamhetsmiljö.</p> <p>För att utveckla företagsverksamheten inom kreativa branscher definierar strategin tre spetsprojekt som genomförs senast år 2015. Ett spetsprojekt är att produktifiera och utvidga Jalostamo-konceptet som har visat sig fungera bra. Det andra spetsprojektet inriktar sig på att utveckla nätverk och utbildning inom kreativa branscher. Det tredje spetsprojektet siktar på att skapa nya, branschöverskridande tjänsteinnovationer och -koncept, som riktas till konsumenter och andra företag.</p> <p>Kontaktperson på HIM: Näringsavdelningen/Petra Tarjanne, tfn (09) 1606 3691</p>	
<p>Nyckelord</p> <p>Kreativa branscher, företaget, företagaren</p>	
<p>ISSN</p> <p>1459-9376</p>	<p>ISBN</p> <p>978-952-489-122-6</p>
<p>Sidoantal</p> <p>53</p>	<p>Språk</p> <p>Finska</p> <p>Pris</p> <p>13 €</p>
<p>Utgivare</p> <p>Handels- och industriministeriet</p>	<p>Förläggare</p> <p>Edita Publishing Ab</p>

<p>Authors</p> <p>‘Development strategy for entrepreneurship in the creative industries sector’ Working Group Petra Tarjanne, MTI, Chairperson Kirsi Kaunisharju, Diges ry, drafting and editing the strategy</p>	<p>Date</p> <p>March 2007</p> <p>Commissioned by</p> <p>Ministry of Trade and Industry</p> <p>Date of appointment</p>
<p>Title</p> <p>Development strategy for entrepreneurship in the creative industries sector for 2015</p>	
<p>Abstract</p> <p>Entrepreneurship in the creative industries is a growing business sector. In 2003, the total value of the cultural and creative industries sector was over 650 billion euros, outweighing the motor industry and ICT sectors. In 2004, the sector employed 5.8 million people, which accounts for 3.1% of the total working population. It has grown 12.3% faster than other economic sectors, a trend which has also been accentuated in Finland. During the period 2000 to 2005, the sector’s growth in turnover and value-added was 15%, while in the electronics industry and forest industry, value-added fell by 7% and 38% respectively.</p> <p>In the future, Finland will be able to enhance competitiveness in other industries as well as nationally by developing entrepreneurship in the creative industries sector. Services produced by the animation, design, advertisement and communication sectors are pivotal in contributing to greater competitiveness. Product and services trademarks and brands will gain in importance, and excellence in this area will form the core of the creative industries. Moreover, there will be a growing need for leisure services as demand for new experiences rises.</p> <p>The development strategy for entrepreneurship in the creative industries sector for 2015 aims to establish a favourable operating environment for creative companies that encourages inventiveness. Indeed, companies require a regional and national environment that enables them to operate in the best possible way and to create novel products and services for various industries. The strategy’s objective is to develop creative companies’ business operations in such a way that even more companies can grow and go international. To that end, we must identify the top-ranking companies and invest in the internationalisation of smaller ones. Product development aims at focusing on internationally competitive and high quality products that respond to customer needs. Consequently, the objective is to locate new forms of funding product development. Company management requires producer and manager skills, and there is a need for entrepreneurs and directors with fresh ideas that have the professional experience needed in an international operating environment.</p> <p>The strategy defines three key projects for developing entrepreneurship in the creative sector that will be implemented by 2015. The first of these is the successful commercialisation and promotion of the Jalostamo concept, the second focuses on developing training activities and networks in the sector and the third aims at creating horizontal service innovations and concepts targeted at consumers and other companies.</p> <p>MTI contact person: Industries Department/Petra Tarjanne, tel. (09) 1606 3691</p>	
<p>Key words</p> <p>Creative industries, company, entrepreneur</p>	
<p>ISSN</p> <p>1459-9376</p>	<p>ISBN</p> <p>978-952-489-122-6</p>
<p>Pages</p> <p>53</p>	<p>Language</p> <p>Finnish</p> <p>Price</p> <p>€ 13</p>
<p>Published by</p> <p>Ministry of Trade and Industry</p>	<p>Sold by</p> <p>Edita Publishing Ltd</p>

Edelliset sarjassa ilmestyneet julkaisut

- 1/2007 High-Growth SME Support Initiatives in Nine Countries: Analysis, Categorization, and Recommendations
- 2/2007 Selvitys sähkö- ja maakaasumarkkinoiden kehityksestä sekä sähkö- ja maakaasumarkkinalakien soveltamisesta saaduista kokemuksista
- 3/2007 Alkavien innovaatioyritysten julkinen rahoitus Suomessa
- 4/2007 Luovien alojen yritystoiminnan hankkeet vuosina 2000–2006
- 5/2007 Ehdotus julkisin varoin tapahtuvan, ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistämisen tarpeista, toiminnan organisoimisesta sekä tarvittavista määräraha- ja muista resursseista
- 6/2007 Maahanmuuttajayrittäjyys Suomessa – Nykytilanne ja toimenpide-ehdotuksia
- 7/2007 Yrittäjyyspolitiikka pääministeri Matti Vanhasen hallituskaudella 2003–2007. Yrittäjyyden politiikkaohjelma – loppuraportti
- 8/2007 Keskisuurten kasvuyritysten mahdollisuudet ja haasteet
- 9/2007 Kauppa- ja teollisuusministeriön hallinnonalan tulostavoitteet vuodelle 2007

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia on tiekartta koko toimialan kehittämiseksi. Strategian ytimenä on prosessi, jolla toimiala kehittyy ja samalla se läpäisee innovaatioillaan muut perinteisemmät toimialat. Keskeisenä tavoitteena on kehittää toimialan yrityksistä kannattavaa liiketoimintaa harjoittava yhä kansainvälisempi klusteri. Tätä pyrkimystä tukee myös yrittäjyyden lisääminen luovilla toimialoilla työskentelevissä ihmisissä. Valmistuneen strategian perusta on Euroopan unionin Lissabonin strategiassa, jonka mukaan EU on vuonna 2010 maailman kilpailukykyisin tietoon ja osaamiseen perustava talousalue.

ISSN 1459-9376
ISBN 978-952-489-122-6
ISSN 1796-0010 (nettiversio pdf)
ISBN 978-952-489-123-3 (nettiversio pdf)

EDITA PUBLISHING OY
PL 800, 00043 EDITA
vaihe 020 450 00
ASIAKASPALVELU
puhelin 020 450 05
faksi 020 450 2380
EDITA-KIRJAKAUPAT
HELSINGISSÄ
Annankatu 44
puhelin 020 450 2566