



Suomalaisella luovuudella läpimurto maailmalle?

Luovien alojen yritysten kansainvälistymisen ja rahoituksen selvityshanke

YHTEENVETORAPORTTI

**Jari Handelberg
Päivi Karhunen
(toim.)**

2.9.2009

Oheinen yhteenvetoraportti on koostettu 2.9.2009 tutkimuksen julkistusseminaaria varten. Viimeistely yhteenvetoraportti julkaistaan myöhemmin Helsingin kauppakorkeakoulun N-julkaisusarjassa.

Sisältö

Johdanto – Tavoitteena syväluotaus luovien alojen kansainvälistymisen problematiikkaan..... 3

Jari Handelberg & Päivi Karhunen

Sirpaleisuudesta kilpailukyvyn keskiöön – Asiantuntijoiden näkemyksiä luovien alojen kansainvälistymisestä..... 8

Piia Nikula, Anu Penttilä, Otto Kupi, Juhana Urmas, Kirsi Kommonen

Kannattaa ottaa pienikin siivu– Luovien alojen yritysten näkemyksiä kansainvälistymisestä 13

Juhana Urmas, Otto Kupi, Piia Nikula, Anu Penttilä, Kirsi Kommonen

Uskallusta, nöyryyttä ja kovaa työtä – Suomalaisia luovien alojen menestystarinoita 17

Jari Handelberg, Päivi Karhunen & Mikko Valtakari

Yhteenveto ja johtopäätökset – Miten vastata luovien alojen yritysten kansainvälistymisen tukitarpeisiin? ... 20

Jari Handelberg & Päivi Karhunen

Lähteet

Johdanto – Tavoitteena syväluotaus luovien alojen kansainvälistymisen problematiikkaan

Jari Handelberg & Päivi Karhunen

Luovien toimialojen liiketoiminta eli ns. luova talous on hiljattain noussut huomion kohteeksi useissa kehittyneissä maissa. Näiden toimialojen katsotaan olevan avainasemassa maailmantalouden rakennemuutoksessa, jossa perinteiseen teolliseen tuotantoon perustuvat ansaintatavat ovat hiipumassa myös Suomessa. Perinteisesti luovia aloja on tarkasteltu lähinnä kulttuuripoliittisista näkökulmista. Sittenkin luovien toimialojen taloudellinenkin itseisarvo on havaittu. Tänäpä luovien alojen merkitys nähdään laajemmin osana koko yhteiskuntaa ja talouselämää, ja luovasta taloudesta toivotaankin kansallisen kilpailukyvyn moottoria, jolla innovaatiotoimintaa ja uusien ansaintalogiikoiden kehittämistä voidaan kiihdyttää suomalaisissa yrityksissä. Kansainvälistyminen on olennainen osa tätä prosessia.

Tässä raportissa esitellään luovien alojen kansainvälistymistä ja yritysten kansainvälistymisen tukitarpeita koskeneen hankkeen keskeiset tulokset. ESR-rahoitteisen hankkeen tilaaja oli Opetusministeriö ja sen toteuttivat Helsingin kauppakorkeakoulun erillisyksiköt Pienyrityskeskus (PYK) ja Kansainvälisten markkinoiden tutkimuskeskus (CEMAT). Pienyrityskeskus keskittyy täydennyskoulutukseen ja tutkimukseen liiketoimintaosaamisen kehittämiseksi erityisesti pienissä ja keskisuurissa yrityksissä. CEMAT tukee suomalaisyritysten toimintoja nopeasti kehittyvillä markkina-alueilla tutkimus-, opetus- ja koulutustoiminnalla.

Hanke koostui kolmesta osiosta, joissa tarkasteltiin luovien alojen kansainvälistymistä eri näkökulmista. CEMAT toteutti hankkeessa asiantuntijahaastatteluihin perustuvan tutkimuksen sekä yrityskyselyn, ja PYK vastasi luovien alojen menestystarinoiden kirjoittamisesta. Asiantuntijahaastatteluiden ja yrityskyselyn tulokset on raportoitu erillisissä julkaisuissa¹ ja tässä yhteenvedoraportissa esitetään niiden keskeiset tulokset. Luovien alojen menestystarinat on julkaistu verkossa ja niistä tehty yhteenvedonomainen analyysi on myös osa tätä raporttia.

Hankkeen toteutuksesta vastasi tutkimusjohtaja Jari Handelberg (PYK). Pykin projektitiimiin kuuluivat Mikko Valtakari, Pertti Kiuru, Mervi Rajahonka, Armiliisa Pakarinen, Aira Davidsson, Sinikka Mynttinen ja Natalia Narits. Cematin osion projektipäällikkönä toimi Kirsi Kommonen, tiimissään Otto Kupi, Piia Nikula, Anu Penttilä ja Juhana Urmas. Tutkimuksen ohjaukseen Cematisa osallistuivat tutkimuspäällikkö Päivi Karhunen ja projektipäällikkö Rami-Samuli Räsänen. Riitta Ristolainen ja Katja Ruutu avustivat tutkimusaineiston keruussa ja käsittelyssä.

¹ Nikula ym. (2009) Sirpaleisuudesta kilpailukyvyn keskiöön – Asiantuntijoiden näkemyksiä luovien alojen kansainvälistymisestä. Mikkeli Business Campus Publications, N-84; Urmas ym. (2009) Kannattaa ottaa pienikin siivu–Luovien alojen yritysten näkemyksiä kansainvälistymisestä. Mikkeli Business Campus Publications, N-85.

Luovien alojen merkityksestä

Luovien alojen merkitys maailmantaloudessa on lisääntynyt nopeasti viime vuosina. Tällä hetkellä luovat alat muodostavat eräiden arvioiden mukaan noin 7 % maailman bruttokansantuotteesta ja niiden kasvu on yleistä talouskasvua nopeammin.

Euroopan komissiolle laadittu, vuoden 2006 lopulla valmistunut Economy of Culture -raportti osoittaa, että kulttuurin ja luovan toimialan arvo kasvoi vuosina 1999-2003 Euroopan unionin alueella 12,3 %. Tuotannon volyyminä kertoo se, että esimerkiksi Isossa-Britanniassa kulttuuriministeriö Department of Culture, Media and Sport raportoi lokakuussa 2007, kuinka luovien alojen osuus Englannin kansantuotteen arvonlisäyksestä (GVA) vuonna 2005 oli jo kaksinkertainen matkailuun verrattuna ja saman suuruinen pankki- ja rahoituspalveluiden kanssa. Luovien alojen merkitystä lisää se, että niiden kasvun vaikutukset yltävät muihin teollisuus- ja palvelutoimialoihin, kuten tieto- ja viestintäteknologia, elektroniikka-, elintarvike-, metalliteollisuus sekä matkailu-, hyvinvointi- ja terveystaloudet. Luovien alojen yrittäjäisyys voi lisätä näiden alojen kilpailukykyä ja siten myös koko Suomen kansantalouden kilpailukykyä.

Luovien alojen merkitystä etenkin vanhojen teollisuusmaiden kilpailukykyille on korostunut entisestään globaali talouskriisi, joka on kiihdyttänyt talouden rakennemuutosta. Perinteinen teollisuus siirtyy enenevässä määrin ”vanhasta Euroopasta” kehittyviin maihin. Suomessa ja muissa Euroopan maissa pyritään luovien alojen yritysten kehittämistoimilla Lissabonin strategian mukaisesti vastaamaan yhteiskunnassa ja alan toimintaympäristössä, väestörakenteessa, taloudessa ja tuotannon rakenteissa meneillään oleviin muutoksiin. Suomen hallitusohjelman mukaan luovaa taloutta ja luovien alojen yrittäjäisyyttä vahvistetaan ja kulttuurin kansantaloudellista merkitystä lisätään edistämällä kulttuurivientiä ja -yrittäjäisyyttä.

Suomalaiset luovien alojen yritykset ja kulttuurialan toimijat eivät ole päässeet osallisiksi yritys- ja vientitoimintaan kohdistetuista kehittämistoimista samalla tavalla kuin perinteiset teollisuusyritykset - muutamia poikkeuksia, kuten peliala, lukuun ottamatta. Siten ne eivät ole myöskään ole näyttäneet samalla tavalla merkittävinä kasvualoina ja niiden mahdollisuudet työllistäjänä ovat jääneet osin hyödyntämättä. Suomessa kulttuurin toimialat tuottavat vain noin 4 % bruttokansantuotteesta Kulttuuritilastot 2005-julkaisun mukaan ja niiden ytimen muodostavat tekijänoikeustoimialat yli 4 % kansantalouden arvonlisäyksestä.

Suomalaisten luovien alojen yrittäjien mahdollisuus hyödyntää globaaleja markkinoita edellyttää määrätietoista alan kehittämistoimia, kuten julkista panostusta yritysten innovaatiotoimintaan sekä niiden liiketoimintaosaamisen ja markkinoiden tuntemuksen parantamiseen. Tehokkaita yritystoimintaa ja vientiä tukevia rakenteita tulee myös vahvistaa sekä investointeja kohdentaa alalle pyrkivien ja alalla jo toimivien kasvuyritysten toimintaedellytysten parantamiseen.

Luovuus ja erityisesti luovien alojen yritystoiminta on Suomessa keskeinen alueellisen kehittämisen voimavara. Työvoimaintensiiviset luovat alat ovat huomattavia työllistäjiä. Alojen työllistämisen kerrannaisvaikutukset ovat merkittäviä, koska luovien alojen teosten, tuotteiden ja palveluiden tuotanto- ja jakeluprosessit ovat pitkiä ja hyödyntävät muita toimialoja. Myös hallitusohjelmassa korostetaan alueiden kehittämisen roolia, jossa painopistealueita ovat mm. elinkeino- ja yritystoiminta, osaaminen ja työvoima.

Luovien alojen toimintaympäristön rakennemuutos asettaa suuria haasteita luovien alojen yritystoiminnan kehittämiseksi ja kansainvälistämiselle. Tärkeimpinä haasteina ovat luovien toimialojen tuotekehityksen ja innovaatioiden edistäminen, liiketoimintamahdollisuuksien tunnistaminen ja tehokas hyödyntäminen, yritystoiminnan aloittaminen, kasvuyrittäjyyden ja kansainvälistä läpimurtoa tavoittelevien yritysten toiminnan edistäminen sekä yhteistyöverkoston kehittäminen.

Luovien alojen ja kansainvälistymisen käsitteistä

Keskustelu kulttuurin ja luovuuden taloudellisesta merkityksestä on noussut pintaan viimeisen 15 vuoden aikana. Luovan talouden (creative economy) käsitettä käytti ilmeisesti ensimmäisenä amerikkalainen Business Week –lehti (Coy 2000). Artikkelissa esiteltiin ilmiön taustoja, jotka pohjaavat informaatioyhteiskuntakehitykseen. Siinä tieto, sen käsittely ja jakelu nostetaan talouden merkittävimmäksi voimavaraksi. Tietoon perustuvassa taloudessa arvon tuottaminen ja kilpailuetu toteutuu ideoita synnyttämällä ja jalostamalla tuotteiksi tai tuotteiden lisäarvoksi. (Turkki ym. 2008)

Tällaisessa toimintaympäristössä kyky käsitellä tietoa luovasti muodostuu yritysten elinehdoksi. Tämä nostaa kulttuuriseen tuotantoon nojaavat alat tärkeäksi osaksi yleistä taloutta sekä taloudellisen merkitysarvonsa osalta että luovan osaamisen tarjoajina muille toimialoille.

Luovan talouden pääpiirteitä on kuvailtu seuraavanlaisesti (UNCTAD 2008):

- Se on kehittyvä käsite, joka pohjautuu luovan pääoman tarjoamaan taloudellisen kasvun ja kehityksen mahdollisuuteen,
- Se mahdollistaa liiketoiminnan, työpaikkojen sekä viennin ja sosiaalisen inklusion, kulttuurisen monimuotoisuuden ja yhteiskunnallisen kehityksen rinnakkaisen edistymisen,
- Se yhdistää taloudellisen, kulttuurisen ja sosiaalisen näkökulman teknologian ja matkailun tavoitteisiin.
- Se on sarja tietoon perustuvia toimintoja, jotka ovat vuorovaikutuksessa kansantalouden kanssa makro- ja mikrotasolla,
- Se on kehittymisen mahdollisuus, joka vaatii ministeriöiden välistä yhteistyötä ja monialaista lähestymistä poliittisessa päätöksenteossa,
- Luovat alat sijaitsevat luovan talouden ytimessä.

Luovuuden käsitettä on alunperin käytetty kuvattaessa taiteilijan neroutta ja toimintaa. Vuonna 1767 William Duff on määritellyt taiteellisen luovuuden koostuvan kekseliäisyydestä, arvostelukyvystä ja mieltymyksestä. Taiteilijaa voi pitää luovana hänen kyseenalaistaessaan olemassa olevia ideoita, keksiessään uusia ideoita, yhdistäessään olemassa olevia ideoita uusin tavoin sekä tunnistaessaan esteettinen tuotos muusta tarjolla olevasta valikoimasta. (Caprielle, Cepper, Taalas & Toivonen 2006.) VRT. yrittäjyyden ja yhteiskuntayrittäjyyden määritelmä!

Tästä syystä lienee tyypillistä, että perinteisillä taidealoilla halutaan erotella taidetta ja taideteoksia tuottava käsityö massatuotannosta. Perimmäinen taiteen tuottamisen ideologia näyttää nojaavan kansanvalistusperinteeseen, mielihyvän tavoitteluun ja historiallisten ja opetuksellisten arvojen välittämiseen sekä filosofisten ja poliittisten päämäärien toteuttamiseen. Hyvänä esimerkkinä perinteisen luovuuden määritelmän mukaisesta käyttökontekstista on teatteriesitys, joka on uniikki, interaktiivinen kokemus jokaisella esityskerralla.

Luovat alat on käsitteenä moniselitteinen ja osin kiistanalainen. Tämän hankkeen lähtökohtana käytettiin työ- ja elinkeinoministeriön Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015 -raportissa esittämää luokittelua luovista aloista (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007). Sen mukaan luovilla aloilla tarkoitetaan muun muassa seuraavia toimialoja: animaatiotuotanto, arkkitehtipalvelut, elokuva ja tv-tuotanto, kuvataide ja taidegalleriat, käsityö, liikunta ja elämyspalvelut, mainonta ja markkinointiviestintä, muotoilupalvelut, musiikki ja ohjelmalvelut, peliala, radio ja äänituotanto, taide ja antiikkikauppa, tanssi ja teatteri sekä viestintäala.

Toisena pääkäsitteenä hankkeessa oli kansainvälistyminen. Sen suhteen tehtiin määrätietoinen valinta pitää luovien alojen kansainvälistymiskäsite varsin laajana. Kansainvälistyminen näyttäytyy hyvin monitahoisena käsitteenä luovien alojen erilaisilla toimijoilla. Käsitettä ei ole näin ollen haluttu rajata vaan sille on annettu vapaus ottaa oma muotonsa erilaisissa yhteyksissä. Kansainvälistyminen voidaankin nähdä lähes minä tahansa työskentelynä ulkomaalaisten kanssa. Kansainvälistymisen on nähty tarkoittavan perinteistä vientiä, tuontia, toimipistettä ulkomailla, alihankintaa, ulkomaisia asiakkaita/työntekijöitä, yhteistyötä ulkomaisten yritysten kanssa Suomessa, eikaupallista yhteistyötä, Internetin kautta tapahtuvaa kansainvälistymistä, kansainvälisiä projekteja, kulttuurivaihtoa, verkostoitumista, osallistumista kansainvälisiin seminaareihin, tai kuulumista kansainvälisiin järjestöihin. Laajan käsitteen avulla on pyritty paremmin hahmottamaan se, mitä kaikkea luovien alojen heterogeenisen toimijaryhmän kansainvälistyminen voi tarkoittaa ja nousemaan irti rajoituksista, joita tiukka käsiterajaus aiheuttaa.

Raportin seuraavassa eli toisessa luvussa esitetään asiantuntijahaastatteluiden keskeinen anti. Kolmannessa luvussa kuvataan yrityskyselyn tuloksia ja neljännessä luvussa analysoidaan luovien alojen menestystarinoita. Raportin lopussa vedetään vertaillen yhteen hankkeen eri osioiden anti ja pohditaan, mitä hankkeen tulosten perusteella voidaan suositella toimenpiteiksi.

Sirpaleisuudesta kilpailukyvyn keskiöön – Asiantuntijoiden näkemyksiä luovien alojen kansainvälistymisestä

Piia Nikula, Anu Penttilä, Otto Kupi, Juhana Urmas, Kirsi Kommonen

Hankkeen ensimmäisessä osiossa selvitettiin Suomen luovien alojen toimijoiden kansainvälistymistä ja siihen liittyviä tukitarpeita asiantuntijahaastatteluiden avulla. Tutkimukseen haastateltiin kaiken kaikkiaan 35 asiantuntijaa huhti-kesäkuun aikana 2009. Asiantuntijoista 30 edusti joko yksittäisiä toimialoja tai luovia aloja yleisemmältä näkökulmalta. Lisäksi haastateltiin viittä rahoittajaorganisaatioiden edustajaa. Haastattelututkimuksessa tavoitteena oli saada monipuolinen maantieteellinen edustus luovien alojen asiantuntijoista eri puolilta Suomea. Vaikka luoville aloille on tyypillistä keskittyä pääkaupunkiseudun läheisyyteen, tässä tutkimuksessa haluttiin antaa ääni myös pääkaupunkiseudun ulkopuolisille asiantuntijoille. Tutkimus jalkautettiin alueille ja haastateltavat asiantuntijat pyrittiin valitsemaan edustamaan tasapuolisesti maan etelä-, länsi-, itä- ja pohjoisosia.

Alueellisen kattavuuden ohella tutkimuksessa pyrittiin monipuoliseen edustukseen myös eri toimialojen ja osaamisalueiden asiantuntijoiden suhteen. Julkishallintoa tutkimuksessa edustivat asiantuntijat opetus- ja työ- ja elinkeinoministeriöistä, Turun kauppakorkeakoulusta, Åbo Akademin Vaasan yksikön erillislaitoksesta MediaCitystä sekä Tampereen ja Kymenlaakson ammattikorkeakouluista. Lisäksi äänensä saivat kuuluviin erinäisten alojen toimialajärjestöt, tiedotuskeskukset ja vientiorganisaatiot. Rahoitusosioon haastateltiin lisäksi rahoitustahoja, joista edustettuina olivat Tekes, Finpro, Finnvera, Uudenmaan TE-keskus sekä CIM Creative Industries Management Oy yksityiseltä puolelta.

Luovien alojen määritelmän pohdinnassa ammennettiin asiantuntijoiden näkemyksistä. Monet asiantuntijat toivat esille käsitteeseen liittyviä ongelmia, mutta osa totesi käsitteen kuvaavan hyvin heidän oman alansa toimintaa. Luovista aloista käyty keskustelu tuntuu hakevan jatkuvasti suuntaansa määritelmän muuttaessa muotoaan ja sisältöään ajan myötä. Määritelmän monitulkintaisuus voi myös jossain määrin vaikeuttaa luoville aloille suunnattujen kansainvälistymis-, rahoitus- ja muiden tukipalvelujen tuotteistamista, paketoimista ja kohdentamista.

Luovat alat Suomessa ovat keskittyneet pääkaupunkiseudulle ja muihin suuriin kaupunkeihin, Ouluun, Turkuun, Tampereelle ja Vaasaan. Pääasiassa näillä alueilla toimivat ainakin arkkitehtuuri-, elokuva- ja TV-tuotanto, peli-, muotoilu sekä musiikkiala. Kulttuuri- ja taidealoja pidetään pääkaupunkikeskeisinä, vaikka esimerkiksi teatteri- ja tanssialojen toimintaa on monilla paikkakunnilla koko maassa. Käsityöalan suurin keskittymä löytyy Fiskarsista, kun taas elämystuotannon keskuksia ovat Lappi ja itäsuomalaiset paikkakunnat. Tapahtumatuotanto on levittäytynyt koko maahan.

Alueellinen tarkastelu toi tutkimuksessa esiin erityispiirteitä eri puolilla maata. Etelä-Suomen aluetta hallitsee pääkaupunkiseudun yritystoiminnan painoarvo ja pääkaupungin hallitsevaa asemaa pidettiin haastatteluissa itsestäänselvyytenä. Länsi-Suomen erityispiirteeksi nousivat vahvat yhteydet Ruotsiin niin liiketoiminnan kuin osaamisvaihdon kannalta, sekä telakkateollisuus, joka ylläpitää myös luovia aloja työllistävää klusteria. Itä-Suomen erityispiirre on Venäjän läheisyys ja sen markkinan houkuttelevuus. Pohjois-Suomen alueella korostui Lappi ja alueella tärkeän matkailuelinkeinon kautta erityispiirteeksi nousi kotikansainvälistyminen. Osaksi Pohjois-Suomea tässä tutkimuksessa luettu Oulu profiloitui yhtäältä peliteollisuudelle suotuisaksi teknologiakaupungiksi, toisaalta luovan hulluuden ja heittäytymisen työssijaksi.

Tutkimuksessa nousi esille monia yksittäisiin toimialoihin liittyviä erityispiirteitä. Muotoilualaa luonnehdittiin kilpailulliseksi. Myös tilapäiset koalitiot ovat alalle tyypillinen toimintatapa. Sisältötuotanto- ja AV-aloilla tuotantokohtaiset mikroyritysten yhteenliittymät ovat tyypillisiä. Markkinointiviestintäalalla pienyritykset voivat sulautua yhdeksi suureksi mainostoimistoksi, kun taas muotoilu- ja sisältötuotantoaloilla tilapäiset yhteenliittymät hajoavat tuotannon valmistuttua. Käsityöalalle lähdetään usein harrastuspohjalta, mikä leimaa alan yrittäjät helposti jatkossakin harrastajiksi. Pelialan leimallisina piirteinä on puolestaan markkinoiden kansainvälisyys ja kotimarkkinoiden puute. Musiikkialan tuotantoa kuvattiin laadukkaaksi ja runsaaksi, mutta kansainvälisesti merkittävien artistien lukumäärä on pieni ja yritystoiminta alalla nuorta. Arkkitehtialalle tyypillistä on taiteellinen kunnianhimo, jolloin arkkitehtuuri nähdään erityisesti uniikkien suunnitelmien luomisena. Arkkitehtialan toimijat ovat pitkään pitäneet kotimaan markkinoita riittävinä, mutta toisaalta kansainvälisiin kilpailuihin on osallistuttu aktiivisesti. Taidealoilla (kuva- ja tanssitaide, teatteri, muut kulttuurialat) toiminnassa nähtiin olevan muita aloja vähemmän kaupallista intressiä ja kansainvälistyminen tapahtuu useimmiten ei-kaupallisista lähtökohdista. Taidealoilla kansainvälistymisen ensisijainen motivaatio on uusien taiteellisten virikkeiden hakeminen ulkomailta. Toimialojen erityispiirteet tulisi ottaa huomioon sekä tarkasteltaessa tutkimuksen tuloksia että hyödynnettäessä tuloksia tukipalveluiden suunnittelussa.

Tutkimuksen tavoitteena oli etsiä luovien alojen kansainvälistymisestä yhteisiä piirteitä alojen erilaisuudesta huolimatta. Tarkastelun perusteella voidaan todeta, että luovien alojen toimijat ovat jo jossain määrin kansainvälistyneet, mutta **huomattava kansainvälistymispotentiaali on luovilla aloilla vielä hyödyntämättä**. Esimerkiksi peliala on kansainvälistynyt lähes kokonaisuudessaan markkinatilanteesta johtuen, kun taas muilla luovilla aloilla on paljon yrityksiä, jotka eivät vielä ole kansainvälistyneitä, mutta joilla kuitenkin on kasvava kiinnostus kansainvälisiä markkinoita kohtaan. Nuoret yrittäjät pitävät kansainvälistä toimintaa yhä enemmän luonnollisena toiminnan lähtökohdana kuin erillisenä strategiana. Suhtautuminen kansainvälisyyteen onkin pääosin myönteistä. Motivaatiota kansainvälistymiseen löytyy markkinoiden saneleman pakon ja kasvuhallun lisäksi kansainvälisen toimintaympäristön tarjoamista uusista ideoista ja vaikutteista. Lisäksi kansainvälistymiseen vaikuttavat toimijoiden persoonaan liittyvät tekijät, kuten rohkeus, aktiivinen ote ja kielitaito.

Kansainvälistymiseen on luovilla aloilla monia tapoja. Tärkeimpinä pidetään asiakkaiden, yhteistyökumppanien ja jakelukanavien kohtaamista kohdemarkkinoilla sekä verkostoja ja henkilökohtaisia suhteita. Menestystarinat ovat syntyneet pitkäjänteisten ponnistelujen, yhteistyön ja näistä kumpuavan yhteisymmärryksen kautta. Joissain tapauksissa välittäjätahot tai manageritoiminta on edistänyt luovien alojen toimijoiden kansainvälistymistä, mutta tällainen toiminta on Suomessa edelleen verrattain vähäistä. Varsinaista vientiä luovilla aloilla on toimialakohtaisista eroista huolimatta jokseenkin vähän, ja monilla aloilla kulttuurivaihto ja kotikansainvälistyminen ovat merkittäviä kansainvälisyyden muotoja.

Esteitä kansainvälistymiselle tuli tutkimuksessa ilmi useita. **Suurin haaste on yritysten ja muiden toimijoiden pieni koko, jolloin resurssit ovat usein liian vähäiset toiminnan laajentamiseksi kansainväliseksi.** Myös osaamisessa nähtiin puutteita. Osaamisvaje kansainvälisen liiketoiminnan hoitamisessa sekä myynnissä ja markkinoinnissa korostui. Joissain tapauksissa myös kielitaidon tai kulttuurierojen ymmärtämisen puute rajoittaa kansainvälistymistä. Edelleen rahoituksen projektiluontoisuus ja uskalluksen puute haittaavat kansainvälistymistä.

Luovien alojen yritysten kansainvälistymistä pyritään edistämään kansainvälistymispalveluilla. Palveluja on Suomessa runsaasti tarjolla ja yritykset hyödyntävät niitä jonkin verran, mutta niiden toimivuudessa ilmenee tiettyjä erityisesti luovia aloja koskevia ongelmia. Osittain ongelmat ovat samoja kuin kansainvälistymistä estävät seikat: yritysten pieni koko estää palvelujen täysipainoisen hyödyntämisen ja yritysten määrätietoisen kehittämisen puute heikentää julkisten kehittämistoimenpiteiden tehoa. Kansainvälistymispalveluihin liittyvät ongelmat liittyvät osittain palvelujen käyttöön. Tietoa palveluista on saatavilla hyvin hajanaisesti, jolloin yrittäjien on vaikeaa käyttää tietoa ja löytää oikea organisaatio, jonka puoleen kääntyä kansainvälistymisprosessin alussa. **Nykyiset tukimallit eivät aina sovellu luovien alojen yrityksille,** sillä luovien alojen toimintatavat eroavat teollisesta toiminnasta, jonka tarpeisiin kansainvälistymistuet on kehitetty. Lisäksi palvelujen hinta ja joihinkin tukimuotoihin vaadittava oma rahoitusosuus koettiin liian korkeaksi pienille yrityksille. Rahoittaja- ja palveluorganisaatioiden edustajat puolestaan kokivat rajoitteena sen, etteivät perinteiset rahoitusmallit sovellu luovien alojen yritysten toimintaan. Rahoitusriskien tarkastelussa kohteena voisikin yksittäisen yrityksen sijaan olla toteutettava yhteisprojekti. Vaikka projektimuotoinen rahoitusmalli ei tukisikaan pitkäjänteistä kehitystyötä, voisi se kuitenkin täydentää nykyisiä malleja ja mahdollistaa kansainvälistymisen alkuvaiheen ja täten kokemuksen kertymisen.

Kansainvälistymisen tukemiseen ja kansainvälistymispalvelujen käytön helpottamiseen esitettiin ratkaisuja. Tärkeimpinä tapoina edistää luovien alojen kansainvälistymistä ja tehostaa kansainvälistymispalvelujen hyödyntämistä nähtiin **tuottaja-/manageriportaan kehittäminen ja hybridisten yhteistyöalustojen luominen rajapintojen hyödyntämiseksi.**

Luovilla aloilla toivotaan yleisesti joko oman tuottaja- /manageriportaan kehittämistä, tai vastaavanlaisen osaamisen kehittämistä itse toimijoille. Koska yrittäjien resurssit harvoin yksin riittävät aikaa vaativaan kansainvälistymiseen, olisi erillinen toimija erityisen hyödyllinen juuri mikroyrityksille. Tällä hetkellä tuottajia/managereja ei ole Suomessa tarpeeksi, jotta palveluja riittäisi kaikille niistä kiinnostuneille luovien alojen yrityksille. Välittäjätahon palvelut nähtiin erityisen hyödyllisinä yhtäältä mikroyrityksille ja toisaalta kulttuuri- ja taidealoilla toimiville tahoille.

Tuottajan/managerin avulla voitaisiin **tuotteita ja palveluita markkinoida suurempina kokonaisuuksina**, jolloin kaikki yksittäiset pienyritykset voisivat hyötyä joukkovoiman eduista. Kukin yritys voisi hyödyntää kansainvälistymiseen keskittyvän asiantuntevan henkilön osaamista, kontakteja ja työaika. Yritysryppäät nähdään hyödyllisinä, koska silloin yrityksiä voidaan konseptoida ja brändätä asiakkaille yhdessä ja pienetkin yritykset voivat ponnistaa kansainvälisille markkinoille ilman liian työläitä markkinointiponnisteluja. Koska tuottajan/managerin palvelujen käyttämisestä koituvat kustannukset voitaisiin jakaa usean yrityksen kesken, yrittäjän oma rahallinen panostus kansainvälistymiseen jäisi kohtuulliseksi, ja siten yhä useampi pienyritys voisi saada osaamistansa tuotteistettua ja vietyä kansainvälisille markkinoille.

Luovien alojen kansainvälistymisessä on vallinnut siilomainen toimintatapa, jossa luovia aloja on tarkasteltu erillisinä toimialoina eikä kokonaisuutena tai osana laajempaa talouden kenttää. **Siilomaisesta ja sirpaleisesta lähestymistavasta tulisi luopua ja tilalle ottaa hybridinen, rajapintoja ja eri alojen kohtaamisia hyödyntävä näkökulma.** Rajapintojen kohtauttamiseksi tarvitaan yhteistyöalustoja, sillä tällä hetkellä luovien alojen toimijat eivät luonnostaan kohtaa toisiaan niin paljon kuin toiminnan luonne mahdollistaisi. Yhdistämällä luovia toimialoja innovatiivisella tavalla muihin aloihin voidaan saavuttaa myös kansainvälistä kilpailukykyä.

Luovan työn esiin nostaminen sekä luovien ja muiden toimialojen kohtauttaminen nähtiin oleellisena myös siksi, että meneillään oleva tuotantorakenteen murros hakee kasvua ja innovaatioita erityisesti luovien alojen ja muiden toimialojen rajapinnoista. Tuotannollisen toiminnan väheneminen Suomessa luo tarpeen kehittää uusia aivotyöhön, luovuuteen ja innovaatioihin perustuvia ansaintalogiikkoja. Vaikka esimerkiksi muotoilun käyttäminen teollisessa toiminnassa on ollut pitkään arkipäivää, myös muiden luovien työprosessien ja sisältöjen tuominen perinteisille toimialoille sisältää suuren kasvu- ja kansainvälistymispotentiaalin. Tämän havaitsemista pidettiin tärkeänä myös kansallisen kilpailukykyyn kannalta.

Yksi merkittävä tapa tukea kansainvälistymistä on **tiedon lisääminen ja siirto.** Luovien alojen yrittäjiltä puuttuu usein tietoa paitsi kansainvälistymispalveluista, myös perusasioista kuten kohdemarkkinoista ja oman tuotteen tai palvelun sijoittumisesta kilpailukenttään. Asiantuntijat peräsivätkin yrityksiltä itsetuntemusta, tiedon jakamista ja oman osaamisen tuotteistamista. Kilpailu- ja markkinatilanne on analysoitava, kun kansainvälistymistä käynnistää. Toisaalta kansainvälistymispalveluiden nostettiin esiin myös se, että esimerkiksi perinteinen markkinaselvitys ei aina riitä, vaan luovien alojen

toimijat voivat tarvita myös laajempaa toimintaympäristön analyysia. **Aalto-yliopisto**, jossa taideteollinen, kaupallinen ja teknillinen korkeakoulutus yhdistyvät, voi osaltaan olla luomassa toimintaympäristöjä, jotka edesauttavat luovien alojen yritysten kansainvälistymistä. Aalto-yliopisto tarjoaa myös mahdollisuuden organisoida ja koordinoita yhteinen koulutusohjelma luovien alojen toimijoille, jossa luovien alojen toimialakohtainen osaaminen yhdistettäisiin liiketoimintaosaamiseen, kansainväliseen markkinointiin ja aluetietouteen sekä tuotteistamiseen.

Tulevaisuudessa kansainvälistymisen luovilla aloilla arvioidaan yleistyvän. Kansainvälistyminen sen paremmin kuin toimialojen kohtaaminenkaan ei kuitenkaan toteudu ylhäältä päin annettuina määräyksinä. Ylhäältä käsin annettuja toimintatapoja ei tulla ottamaan omiksi, eikä niihin haluta panostaa. Tiedonsiirto ja kontaktit ovat mahdollisuus edistää kansainvälistymistä siten, että se kumpuaa toimijoiden omista tarpeista. Tietoa ja keskinäistä ymmärrystä olisikin lisättävä sekä toimijoiden että palvelu- ja rahoittajatahojen keskuudessa. Tukimuodot on saatava kohtaamaan paremmin erimuotoiset ja -sisältöiset toimijat. Kaiken kaikkiaan luovien alojen kansainvälistyminen pitää sisällään runsaasti potentiaalia, jonka hyödyntäminen ja käyttöönotto riippuvat paljolti siitä, missä määrin niille onnistutaan tarjoamaan kannattavan yritystoiminnan mahdollistava toimintaympäristö ja olosuhteet. Julkisen sektorin roolin ei enää nähdäkään voivan olla pelkästään kulttuuripoliittisten päämäärien toteuttaja, vaan sen on kyettävä muuttumaan ennemminkin luovien alojen yrityksiä asiakkaina käsitteleväksi toimijaksi. Luovien alojen yritykset eivät voi kansainvälistyä kestäväällä tavalla pelkästään julkisen tahon työntämänä.

Hyvin pitkälti kyseessä nähdään olevan **asennemuutoksen**. Luovien alojen kehittäminen on onnistunut silloin, kun erillisiä strategioita ja instrumentteja niitä varten ei enää tarvita, vaan luovia aloja pidetään yhdenvertaisina muiden alojen rinnalla, ja niille myönnetään tukia samassa määrin. Kansainvälistyminen puolestaan on toteutunut silloin, kun sitä ei enää ajatella toiminnan erillisenä ulottuvuutena, vaan se on luonteva osa muuta toimintaa.

Asiantuntijoiden mukaan **luovat alat pitää nähdä osana laajempaa kokonaisuutta, eikä niitä pidä jättää marginaaliin yhteiskunnan ja talouselämän kilpailukyvyn kehittämisessä**. Luova talous toimiikin käsitteenä jossain määrin paremmin kuin luovat alat, koska tällöin käsitteessä jo itsessään tunnustetaan luovan työn taloudellinen merkitys. Toisaalta kaikkea ei tule katsoa ainoastaan talouden silmälasien läpi, vaan luovuuden pitää saada kukoistaa myös itseisarvona. Luovien alojen hybridisaation kautta niiden yhteyteen rakentuu erilaisia yhteyksiä, rajapintoja, klustereita, ryppäitä, verkostoja, yhteistyöalustoja ja erilaisia toimintamuotoja eri toimialoilta.

Kannattaa ottaa pienikin siivu- Luovien alojen yritysten näkemyksiä kansainvälistymisestä

Juhana Urmas, Otto Kupi, Piia Nikula, Anu Penttilä, Kirsi Kommonen

Luovien alojen yritysten näkemyksiä kansainvälistymisestä –yrityskyselyn tavoitteena oli selvittää suomalaisten luovien alojen yritysten kansainvälistymisen astetta, kansainvälisiä toimintoja ja tukitarpeita. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista kyselytutkimusta, joka toteutettiin yrityksille suunnatulla sähköisellä kyselylomakkeella. Tarkastelun kohteena olivat sekä jo kansainvälistyneet että kansainvälistymättömät yritykset. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään luovien alojen yritysten näkemyksiä siitä, miksi ne pyrkivät tai eivät pyri kansainvälistymään, mikä hankaloittaa tai estää kv-toimintojen harjoittamista ja millä tavoin kansainvälistymistä voitaisiin edesauttaa.

Kysely toteutettiin internetissä Webropol-ohjelman avulla huhti–toukokuussa vuonna 2009. Tutkimuksessa tavoiteltiin monipuolista otosta suomalaisista luovien toimialojen yrityksistä. Vastaajajoukko koottiin eri lähteistä, kuten yrityshakemistoista ja luovien alojen toimialajärjestöjen verkostoista. Kyselylomakkeeseen ohjaava linkki lähetettiin sähköpostitse kaikkiaan 6201 vastaanottajalle, joista 432 vastasi kyselyyn. Näin ollen vastausprosentiksi muodostui 6,9.

Kyselytutkimukseen vastanneet luovien alojen yritykset ovat varsin kansainvälisesti suuntautuneita. Puolella kyselyyn vastanneista yrityksistä oli jo kv-toimintoja ja niistä yrityksistä, jotka toimivat vain kotimarkkinoilla, selvästi suurinta osaa kansainvälistyminen kiinnosti. Kaiken kaikkiaan suhtautuminen kansainvälistymiseen oli kyselyyn vastanneiden yritysten joukossa myönteistä. Voidaan tulkita, että halua kansainvälistyä löytyy yrityksiltä itseltään.

Luovien alojen yritykset kansainvälistyvät ensisijaisesti markkinoiden laajentamisen ja liiketoiminnan kasvattamisen takia. Ulkomainen kysyntä voi olla jopa välttämättömyys yrityksen toiminnan kannalta. Suuremmat markkinat merkitsevät mittavampaa kysyntää, mutta myös laadullisesti kysynnän odotetaan olevan erilaista kansainvälisillä markkinoilla; ulkomaisten asiakkaiden koetaan arvostavan luovien alojen tuotteita ja palveluita kotimaisia enemmän. Tätä kautta kansainvälisten toimintojen nähdään parantavan myös yritysten kannattavuutta. Kansainvälistyminen tarjoaa laajemman asiakaskunnan lisäksi myös muita liiketoimintaa hyödyttäviä tekijöitä, kuten uusia ideoita ja näkemyksiä sekä yrityksen aseman ja imagon kohentumista myös kotimarkkinoilla. Yritysten kontaktiverkosto laajenee kansainvälistymisen myötä. Ulkomaisten yhteistyökumppaneiden lisäksi yrityksille tarjoutuu esimerkiksi vientirengasyhteistyön avulla tilaisuus laventaa kotimaistenkin partnerien kirjoa.

Kansainvälistyminen muodostaa kuitenkin useita haasteita luovien alojen yrityksille. Näiden haasteiden voidaan katsoa jakautuvan yhtäältä *kysyntä-* ja toisaalta *resurssitekijöihin* (Taulukko 1). Yrityskyselyssä nousi esiin useita keinoja, millä näitä haasteita voitaisiin ratkaista.

Taulukko 1: Luovien alojen yritysten kansainvälistymisen haasteita ja ratkaisukeinoja

Kansainvälistymisen haasteet ja rajoitteet	Mahdolliset ratkaisukeinot
<i>Kysyntätekijät</i>	
Asiakkaiden tavoittamisen vaikeus	<ul style="list-style-type: none"> • manageri/agentti/tuottaja • internet-kaupankäynti • yhteisnäyttelyt ja tapahtumat • vientirengastoiminta • tietopalvelut • markkinaselvitykset
Yhteistyökumppanien löytämisen vaikeus	<ul style="list-style-type: none"> • manageri/agentti/tuottaja • yhteistyö muiden yritysten kanssa • toiminta verkostoissa
Kotimarkkinakysyntä riittävää	<ul style="list-style-type: none"> • manageri/agentti/tuottaja • yhteistyö muiden yritysten kanssa
<i>Resurssitekijät</i>	
Ajan puute	<ul style="list-style-type: none"> • manageri/agentti/tuottaja • yhteistyö muiden yritysten kanssa • neuvonta- ja tukipalvelut
Kansainvälistymisosaamisen (liiketoiminta-, myynti-, markkinointi-, kieli-, kulttuuri- ym. osaaminen) puute	<ul style="list-style-type: none"> • manageri/agentti/tuottaja • yhteistyö muiden yritysten kanssa • vientirengastoiminta • koulutus • tietopalvelut • markkinaselvitykset
Rahoitusmuotojen epäsovivuus luovien alojen yrityksille	<ul style="list-style-type: none"> • uusien rahoitusmuotojen kehittäminen
Tiedon saatavuus rahoitusmahdollisuuksista ja muista kansainvälistymispalveluista	<ul style="list-style-type: none"> • tiedon saatavuuden helpottaminen (yhden luukun periaate) • neuvonta- ja tukipalvelut • toiminta verkostoissa
Rahoituksen ja muiden kansainvälistymispalveluiden hakuprosessien koettu hankaluus	<ul style="list-style-type: none"> • neuvonta- ja tukipalvelut • manageri/agentti/tuottaja • yhteistyö muiden yritysten kanssa • koulutus

Päällimmäisenä kysyntäpuolen kansainvälistymisen esteenä on yritysten kokemaa vaikeus tavoittaa asiakkaita kansainvälisillä markkinoilla. Asiakkaiden tunnistaminen ja tavoittaminen huolettaa yhtäläillä yrityksillä, jotka jo harjoittavat kv-toimintoja, kuin niitä, jotka vasta suunnittelevat kansainvälistymistä. Kyselyssä ei tullut esiin, että kansainvälisesti suuntautuvat yritykset epäilisivät markkinoiden riittävyttä sinänsä. Epävarmuus asiakkaiden tavoittamisesta johtunee siitä, että kilpailun tiedostetaan olevan kovaa ja vaativan kotimarkkinoista poikkeavia markkinointiponnisteluja ja luotettavien yhteistyökumppanien löytymistä. Yritykset kyseenalaistavat investoinnit ulkomaantoimintoihin, mikäli asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden löytäminen on hyvin epävarmaa. Ratkaisu haasteisiin voisi olla useampaa yritystä palveleva, kansainvälistymiskokemusta omaava manageri/agentti/tuottaja, jolla on kyseisen luovan toimialan osaamista, kuten eräs esimerkki muotoilualalta on osoittanut. Myös internet-kaupankäynti kiinnostaa yrityksiä. Useampaa yritystä ja jopa useampaa luovaa toimialaa palveleva internet-kauppa voisi myös olla toimiva ratkaisu. Samoin yhteiset markkinointitoimenpiteet kuten yhteisnäyttelyt ja vientirenkoot koettiin kiinnostaviksi toimintamuodoiksi. Toimintatavasta riippumatta yhteistyö useamman yrityksen kesken jakaisi kustannuksia sekä riskiä.

Luovien alojen yritykset ovat tyypillisesti pieniä, millä on vaikutuksensa niiden kykyyn ja haluun kansainvälistyä. Usein välinpitämättömyys kv-toimintoja kohtaan juontuu siitä, että mikroyritykset ja yrittäjät kokevat kotimarkkinakysynnän riittäväksi ja kasvuun liittyvät riskit liian suuriksi. Mikäli yrittäjä palkkaa rinnalleen toisen työntekijän, on kasvuodotusten oltava lähellä sataa prosenttia, jotta investointi olisi kannattava. Yhteistyökumppanuuksien ja verkostoitumisen avulla kansainvälistyvät yritykset voisivat jakaa kv-toimintaan liittyviä riskejä. Yritysrypäs on monessa mielessä voimakkaampi toimija kuin yksittäinen mikroyritys, ja tällöin mahdollistuvat kansainvälistymisen skaalaedut. Koska yritystoiminta tyypillisesti sitoo yrittäjän resurssit täysin, tulisi tällaisten yhteistyömuotojen aloitteen tulla joltakin ulkopuoliselta taholta.

Mikroyritysten resurssit ovatkin varsin rajalliset. Pienet – mahdollisesti yhden hengen – yritykset kokevat, että niillä ei ole käytettävissään aikaa eikä varoja kansainvälisen toiminnan pyörittämiseen. Mikroyrityksille ulkomaantoimintojen käynnistäminen merkitsisi ”*uuden rintaman avaamista*”, mikä taas veisi fokuksen pois nykyisten kotimaantoimintojen hoitamisesta. Tämä huomion jakaminen saattaisi vahingoittaa olemassa olevia asiakassuhteita; vakiintuneen kotimarkkinatuoton riskeeraaminen ei ole houkutin kv-toimintoihin.

Merkittävä resurssitekijä rajoittamassa luovien alojen yritysten kansainvälistymistä on rahoitusmahdollisuuksien ja niitä koskevan tiedon puute. Yritysten kokemuksen mukaan rahoitusta ei ole tarjolla riittävästi ja myös sen muodot ovat epäsovivia. Monilla mikroyrityksillä ei ole resursseja tai osaamista edes kansainvälistymisrahoituksen hakemiseen julkisilta palveluntarjoajilta.

Myös kansainvälistymisosaamisen puute vaikeuttaa ulkomaanmarkkinoiden tavoittamista. Yritysten oma tietotaito kansainvälistymisprosessin osalta ei aina ole riittävää. Tästä syystä yritykset ovat kiinnostuneita kansainvälistymispalveluista, etenkin jaetuista manageri/agentti/tuottajapalveluista tai muista yhteistyöpalveluista, joita hyödyntämällä kansainvälistymisen kustannukset ja riskit jakautuisivat useamman yrityksen kesken.

Luovien alojen yritykset pitävät erilaisia kansainvälistymistukimuotoja tervetulleina. Merkittävimpana tukimuotona nousee esiin erilaiset yhteistyökumppanien kontaktointi- ja verkostointipalvelut. Yhtäältä yritykset toivovat tavoittavansa ulkomaisia yhteistyökumppaneita ja asiakaskontakteja, toisaalta kotimaiset verkostot ja yhteistapahtumat ovat kaivattuja kansainvälisen toiminnan tueksi. Rahoitusmuotojen kehittäminen koetaan tärkeäksi luovien alojen yritysten kansainvälistymisen tukemiseksi. Kansainvälistymistä suunnittelevat yritykset pitivät tärkeänä tiedon saantia tarjolla olevista rahoitusmahdollisuuksista. Rahoituksen järjestyminen nähtiin merkittävänä kansainvälistymisen kannustimena. Rahoituksen ja muiden palveluiden hakemiseen liittyvät neuvonta- ja tukipalvelut ovat tärkeitä niin ikään jo kansainvälistyneiden yritysten näkökulmasta, koska hakuprosessit koetaan usein raskaiksi ja byrokraattisiksi.

Uskallusta, nöyryyttä ja kovaa työtä – Suomalaisia luovien alojen menestystarinoita

Jari Handelberg, Päivi Karhunen & Mikko Valtakari

Hankkeen yhtenä tarkoituksena oli nostaa esiin suomalaisten luovien alojen yritysten joukosta menestystarinoita ja tuoda niitä näkyviin mediassa. Tätä varten koottiin kahdeksan maailmalla menestyneen yrityksen tarinat haastattelemalla yrityksen edustajaa. Nämä menestyscase'et ovat

- Anima Vitae, animaatiotuotanto
- Galerie Anhava, taidegalleria
- Huippu Design Management, design-alan managerointi
- PES-Arkkitehdit, arkkitehtitoimisto
- Rabbit Films/Duudsonit, tv-tuotanto
- Remedy Entertainment Oy, peliteollisuus
- Scene Nation Oy/Nightwish, musiikkituotanto
- Tero Saarinen Company, tanssitaide

Raportin tässä luvussa esitetään yhteenveto näistä caseista, joista on myös julkaistu verkkojutut Pienyrityskeskusten [www-sivuilla](http://www.pyk.hkkk.fi) www.pyk.hkkk.fi ja Luova Suomi – verkkopalvelussa www.luovasuomi.fi Lisäksi hankkeessa karoitettiin ja listattiin 30 muuta alan menestysyritystä, josta on esitetty lyhyet kuvaukset myös edellä mainituilla sivuilla. Tässä luvussa pyritään tunnistamaan niitä tekijöitä, jotka ovat tunnusomaisia sekä luovien alojen yritystoiminnalle yleensä että onnistuneelle kansainvälistymiselle.

Menestystarinoista voidaan tunnistaa niitä tekijöitä, jotka ovat tunnusomaisia sekä luovien alojen yritystoiminnalle yleensä että onnistuneelle kansainvälistymiselle. Menestystarinat osoittavat myös sen, miten heterogeeninen on se toimialojen kirjo, jota halutaan vangita kattokäsitteen luovat alat alle. Eri toimialoilla on omat lainalaisuutensa, joiden pohjalle ansaintamalli tulee rakentaa. Alat poikkeavat myös historialtaan – esimerkiksi tanssitaiteella on tuhansien vuosien historia, kun taas peliteollisuus, animaatio- ja televisiotuotanto ovat syntyneet vasta nykyisen digitaalisen vallankumouksen myötä. Eroja on myös siinä, miten yrityksen ansaintamalli linkittyy itse luovaan toimintaan. Osassa tapauksista luovaa toimintaa harjoittava henkilö on tuotteistanut oman taiteen tekemisensä yritystoiminnaksi. Toiset yrityksistä sijaitsevat taiteentekijän ja markkinan rajapinnassa, eli niiden ansaintamalli perustuu myyntiin ja markkinointiin.

Erityisesti niissä yrityksissä, jotka ovat taiteen tekijöiden itsensä perustamia, korostuu taidelähtöisyys ja ”omannäköisyys”. Halutaan tehdä tuotantoja, joissa on *sydän mukana*, kerätään ympärille *oikeita ihmisiä oikeasta syystä*, pidetään tärkeänä löytää *arvojen jakajia*. Yritys on yhtäältä väline *jatkaa oman taidenäkömyksen kehittämistä* ja toisaalta paikka, jossa on *kiva ilmapiiri*. Yhteisöllisyys ulottuu myös toimialalle laajemminkin –

animaatio- ja tuotannossa *ei kateutta tunneta vaan sparrataan kilpailijaa*. Monissa tapauksissa yrityksen tieto-taito on myös koitunut toimialan hyödyksi laajemminkin. Kun oma liiketoiminta ja kansainvälistyminen on saatu vauhtiin, kertynyttä kokemusta on hyödynnetty manageroimalla muita tai myymällä muiden oheistuotteita.

Monessa menestystarinassa korostuu myös kollektiivisuus – toiminta on aloitettu samanhenkisen kaveriporukan toimesta ja myöhemmin rakentunut yritystoiminnaksi. Monet yrityksistä ovat myös näyttäneet huimia kasvulukuja – kahden opiskelijakaveruksen vuonna 2000 käynnistämän Anima Vitaen palkkalistoilla oli kahdeksan vuotta myöhemmin 40 henkeä. Alkuaikojen taloudellinen niukkuus on myös sparrannut yrityksiä etsimään uusia, innovatiivisia tapoja tehdä asioita.

Taidelähtöisyys ja hauskanpito eivät kuitenkaan sulje pois bisnesajattelua, joka useassa tapauksessa perustuu korkeaan laatuun. Kilpailuetuna etenkin digitaalisen median alalla on korkea laatu ja innovatiivisuus, jota haetaan sekä omalla kehitystyöllä että ottamalla mallia maailmalta. Verkostoituminen on avainsana tässäkin – verkostojen avulla pienenkin yrityksen on mahdollisuus saada käyttöönsä erityisosaajia. Laadun ohella brändi ja sen hyödyntäminen on ollut avainasemassa monessa menestystarinassa. Faneja halutaan palvella oheistuotteilla ja oman liiketoiminnan kautta sen tuotot saadaan pidettyä itsellä. Perinteisistä toimialoista poiketen brändin rakentamisessa on keskeisessä osassa yrittäjän/yrittäjien oma persoona. Luovien alojen yrityksiä voidaankin pitää varsin usein henkilöityneinä perustajiinsa, koska ne perustuvat tietynlaiselle erityisosaamiselle.

Yritykset eroavat myös toiminnan rahoituksen suhteen. Yhteistä monille on toiminnan tuottojen ennakoimattomuus – ei voida etukäteen sanoa, mikä levy myy ja montako teosta menee näyttelyssä kaupaksi. Yritykset edustavat myös arvoketjun eri osia, mikä heijastuu niiden kohtaamiin yritystoiminnan riskeihin. Taidegalleristi on se, jonka tuotto on täysin riippuvainen loppukäyttäjän mieltymyksistä, kun taas pelinkehittäjällä on tuotannon rahoittava jakelija puskurinaan. Arkkitehtuuritoimisto puolestaan saa kuluille jakajan suunnittelukilpailun järjestäjästä.

Menestystarinat edustavat aloja, joissa kansainvälisyys on sisäänrakennettu elinehto. Kansainvälistymiseen työntävät Suomen markkinoiden pienuus ja vetävät oman tuotteen globaali luonne. Suomessa suurille tanssiteoksille on vain pari ostajaa, mutta toisaalta tanssi on puheettomana taidemuotona luonteeltaan globaali.

Kansainvälistyminen vaatii sekä asennetta että kovaa työtä. Tähtäin tulee asettaa tarpeeksi korkealle, uskon omaan tuotteeseen tulee olla vahva eikä pidä pelätä kolkutella suljettujakaan ovia. Sitkeyttä vaaditaan, jotta ei lannistuta ensimmäisestä eistä vaan jatketaan neuvottelua. Jalkautuminen markkinoille on välttämätöntä sekä tunnettuuden että kontaktiverkoston luomiseksi. Verkostoitumisessa on yhtenä tekijänä myös suomalaisten keskinäinen yhteistyö, kokeneet kansainvälistyneet toimijat voivat auttaa uusia alkuun.

Case-yritykset nostivat esiin myös suomalaisen toimintaympäristön puutteita liittyen luovien alojen yritystoiminnan sekä kansainvälistymisen tukemiseen. Rahoitus nousi vahvasti esiin. Tukea toivottiin myös osaamisen kehittämiseen esimerkiksi mentoritoiminnalla, jossa tuotaisiin Suomeen maailmanluokan osaajia sparraamaan suomalaisyrityksiä. Samalla syntyisi monen alan kansainvälistymisen elinehtona olevia kontakteja ulkomaisiin. Tukea kaivattiin myös yritystoiminnan karikoiden välttämiseen. Toiveena oli ”uskottu mies” –palvelu, josta löytyisi toimialaa tunteva henkilö konsultoimaan esim. lainsäädännöllisissä kysymyksissä.

Menestystarinoissa konkretisoituu myös se, että kontaktien luominen kansainvälisillä markkinoilla maksaa. Matkakustannusten lisäksi jalkatyöhön käytetty aika on pois varsinaisesta liiketoiminnasta, mikä syö tuottoja. Julkista tukea kaivattaisiinkin luovien alojen vienninedistämiseen nykyistä laajemmin. Vertailukohtaksi annettiin muita Euroopan maita, joissa julkinen sektorin tukea on paremmin saatavilla. Ranskassa, Saksassa ja Hollannissa tuetaan arkkitehtuurin vientiä ja Tanskassa taidemessuille osallistumista tuetaan muulloinkin kuin kotimaisia taiteilijoita esitettäessä. Englannissa pelialan yritykset saavat verohelpotuksia ja Ranskassa pelien teko on kulttuurivientiä. Luxemburgissa valtion rahoitusta saa automaattisesti 40% animaatiotuotannon vientiin.

Suomen taidealojen tukijärjestelmä on myös perinteisesti tukenut alkutuottajaa, kun taas välittäjät kuten taidegalleristit ovat olleet tuen ulkopuolella. Kansainvälisillä markkinoilla taiteilijalle välittäjä on kuitenkin välttämättömyys. Toisaalta jotkut luovien alojen yritykset, kuten manageri- ja agentuuritoimistot, ovat niin uusia, ettei niille ole tukia saatavilla. Kansainvälistymistä haittaavat myös vanhat rakenteet, joiden mukaan tuet on määritelty keinotekoisen jaon suunnittelijoihin ja valmistajiin pohjalta. Olemassa olevien kansainvälistymistukien käyttöä hankaloittaa se, että hakemukseen vaadittavaa tulosbudjettia on lähes mahdoton tehdä. Esimerkiksi kansainvälisille taidemessuille osallistuttaessa kulut ovat tiedossa, mutta tuotot ovat kysymysmerkki.

Yhteenvedona menestystarinoista voidaan todeta, että ne edustavat toimintaa, jossa yhdistyvät uskallus, nöyryys ja kova työ sopivassa suhteessa. Kansainvälisille markkinoille tähdätessä yrityksellä tulee olla riittävästi uskoa omaan tuotteeseensa, mutta henskeleitä paukutellen ei maailmanvalloitukseen ole syytä lähteä. Menestykseen ei myöskään ole oikotietä, vaan kansainvälisen läpimurron edellytyksenä olevan kontaktiverkoston ja näkyvyyden luominen vaatii pitkäjänteisyyttä ja jalkautumista markkinalle. Jalkatyön rahoittaminen onkin yksi keinoista, joilla julkinen sektori voi osaltaan edesauttaa tulevien suomalaisten menestystarinoiden syntyä.

Yhteenveto ja johtopäätökset – Miten vastata luovien alojen yritysten kansainvälistymisen tukitarpeisiin?

Jari Handelberg & Päivi Karhunen

Raportin lopuksi vedetään yhteen kyselytutkimuksen, asiantuntijahaastatteluiden ja menestystarinoiden anti ja pohditaan, miten hankkeen tuloksia voitaisiin hyödyntää suunniteltaessa kansainvälistymisen tukitoimia luovien alojen yritysten tarpeisiin.

Ovatko luovat alat erilaisia?

Hankkeen yhtenä tarkoituksena oli pureutua siihen, miten luovien alojen käsite vastaa yritysten todellisuutta ja miten kansainvälistymisen käsite ymmärretään luovilla aloilla. Kyselytutkimuksen tuloksista voidaan aistia, miten vahvasti luovien alojen yritykset vierastavat ylhäältä päin tulevaa lokeroitua. Monet vastaajista valitsivat lomakkeen valmiista vaihtoehdoista ”muu toimiala” –vaihtoehdon, vaikka tutkijoiden mielestä niiden liiketoiminta varsin hyvin istui valmiisiin luokkiin. Asiantuntijat puolestaan suhtautuivat käsitteeseen kaksijakoisesti - osan mielestä se toimii, mutta esimerkiksi toimialajärjestöjen edustajat eivät mieltäneet oman toimialansa istuvan luovien alojen kattokäsitteen alle.

Kansainvälistymisen osalta tutkimus nosti sekä yhtäläisyyksiä, että eroja muiden alojen yrityksiin nähden. Maantieteellisesti kansainvälistyminen vaikuttaa noudattavan samoja piirteitä kuin muillakin yrityksillä, eli läheisten markkinoiden kuten naapurimaiden merkitys korostuu. Kansainvälistymisen haasteet ja motiivit ovat myös pitkälti samoja kuin muilla yrityksillä, joskin rahoitusongelma nousi luovilla aloilla voimakkaammin esiin. Luovien alojen kansainvälisyys saa myös monia muotoja, alkaen ulkomaisten asiakkaiden palvelusta varsinaiseen fyysiseen läsnäoloon ulkomailla. Luovien alojen tapauksessa muihin yrityksiin verrattuna korostuu se, miten informaatioteknologian nopea kehitys on ”kutistanut maapallon pienemmäksi kuin rusina”. Tietyillä toimialoilla, kuten peli- ja animaatiotuotannossa projektit saattavat hajautettuja eri puolelle maailmaa. Toisaalta Internetissä nähdään suuria mahdollisuuksia kaupankäyntialustana. Kiinnostavaa kyllä, tieto yritysten aktiivisuudesta Internet-kaupassa ei ole saavuttanut kaikkia asiantuntijoita. Asiantuntijahaastatteluissa kiinnostuksen Internet-kauppaa mainittiin olevan laimeaa yritysten keskuudessa, mutta yrityskyselyn vastaajien mukaan Internetiä hyödynnetään aktiivisesti ja nettikauppa kiinnostaa kovasti myös niitä yrityksiä, joilla ei kansainvälistä toimintaa vielä ole.

Yksillä ei halua kansainvälistyä...

Kyselytutkimuksessa nousi esiin, että vaikka luovien alojen yritykset ovat kokonaisuutena varsin kansainvälisesti orientoituneita, joukossa on myös ns. kotimarkkinayrityksiä, joilla ei ole tarvetta tai halua kansainvälistyä. Ilmiö on sama, johon kansainvälisen liiketoiminnan tutkijat ja kehittäjät törmäävät usein pk-yritysten

kohdalla. Vaikka talousteoria olettaa, että yritystoiminnan tavoitteena on kasvu ja kansainvälistyminen, kasvuhaluttomien yritysten joukko on yllättävän suuri. Yhtäältä asiakkaiden löytäminen kansainvälisiltä markkinoilta koetaan vaikeaksi eikä kansainvälistymispolulle haluta lähteä ja toisaalta monet mikroyritykset kokevat jo kotimarkkinoiden kysynnän riittäväksi omalle liiketoiminnalle. Usein kasvuhaluttomuuden taustalla on myös usein se, että yritys ja sen liiketoiminta halutaan tietoisesti pitää sen kokoisena, että se on yrittäjän mahdollista hallita. Niillä luovien alojen alatoimialoilla, kuten käsityöalalla, joiden tuote ja liiketoimintakonsepti nojaa vahvasti suomalaiseen kulttuuriin, ei myös välttämättä nähdä ulkomaisessa kysynnässä olevaa potentiaalia omalle liiketoiminnalle. Ajatellaan, että tuote on lähtökohtaisesti niin ”suomalainen”, ettei se avaudu ulkomaiselle ostajalle tai asiakkaalle.

...toisilla on halua, mutta ei resursseja

Luovien alojen yritysten, kuten suomalaisten pienyritysten joukossa yleensäkin, on myös niitä, joilla olisi halua kansainvälistyä, mutta ulkomaille meno kariutuu resurssipulaan. Kuten aiemmin haastattelemamme suomalainen pienyrittäjä kiteytti: *”On pula ajasta ja on pula rahasta.”* Ajallisten resurssien – eli henkilöresurssien – puute nousee erityisesti esiin niillä toimialoilla, joilla kansainvälisen menestyksen edellytyksenä on tunnettuus ja suhteiden luominen. Kuten Rabbit Filmsin menestystarina osoittaa, kansainvälistyminen on vaatinut huomattavan määrän jalkatyötä ja läsnäoloa markkinalla. Vastaavasti kontaktien luomiseen ja neuvotteluihin käytetty aika on pois varsinaiselta ”tuotantotoiminnalta”, mikä luonnollisesti näkyy yrityksen tuloksessa. Varsinkin yhden hengen yrityksille ja mikroyrityksille yhtälö, jossa samanaikaisesti pitäisi sekä kehittää kansainvälistä toimintaa että hoitaa yrityksen rutiinien pyörittäminen, on usein kestävätkin.

Rahoitusongelma kärjistyy luovilla aloilla toimittaessa

Tutkimuksessa nousi myös esiin, miten merkittävässä roolissa rahoitus ja sen puute ovat luovien alojen kansainvälistymisessä. Sekä tietoa eri rahoitusmuodoista ja niiden hakumenettelyistä, että itse rahoitusta on niukasti saatavilla.

Kiinnostavaa on, että aiemmassa, lähinnä perinteisten tuotantoyritysten kansainvälistymistä koskevassa tutkimuksessa rahoituksen saatavuus ei ole usein noussut keskeisimpien ongelmien joukkoon. Luovien alojen yrityksissä se sitä vastoin korostuu. Markkinalähtöisen rahoituksen hakeminen tyssää usein vakuuksien puutteeseen – immateriaalista omaisuutta ja tulevaisuuden lupauksia ei useinkaan hyväksytä lainan vakuudeksi. Julkisessa rahoituksessa rahoitusmalli on puolestaan usein räätälöity tuotantoyritysten tarpeisiin – taidegalleria, jonka myyntiä ulkomaisilla taidemessuilla on lähes mahdoton ennustaa, lähtee liikkeelle kulubudjetilla kun taas julkista tukea haettaessa vaadittaisiin myös tuottobudjetti.

Luovien alojen yritysten ja rahoittajien välistä suhdetta leimaa myös osaltaan molemminpuolinen epäluulo. Yritykset kritisoivat, että rahoittajat eivät ymmärrä heidän toimintansa erityisluonnetta. Rahoittajat kritisoivat, että luovien alojen yrittäjiltä puuttuu usein näkemystä siitä, onko tuote tai konsepti sellainen, että sen pohjalta saa aikaan kannattavaa liiketoimintaa. Ääritapauksessa rahoituksen hakija lähtee ovet paukkuen rahoittajan luota katsottuaan rahoittajan kommentit tuotteen tai konseptin muuttamistarpeesta taiteellisen näkemyksensä vastaisiksi.

Kansainvälistymisestä potkua liiketoimintaan

Edellä mainituista esteistä huolimatta valtaosa yrityksistä koki kansainvälistymisen kiinnostavaksi mahdollisuudeksi kasvattaa liiketoimintaansa tai jopa liiketoiminnan elinehdoksi. Kansainvälistymisen merkitys korostuu erityisesti tietyillä toimialoilla, kuten peliteollisuudessa, joita pidetään lähtökohtaisesti globaaleina.

Liikevaihdon kasvun ja muiden rahallisesti mitattavien hyötyjen lisäksi kansainvälistymisen nähdään edesauttavan myös luovuutta ja tuovan uusia tuulia ”Suomen ummehtuneeseen ilmapiiriin”. Kansainvälistyminen voidaan nähdä myös keinona lisätä yrityksen resursseja eikä ainoastaan sitoa niitä. Monilla toimialoilla liiketoiminta on vahvasti verkosto- ja projektiluonteista, jolloin pienikin yritys voi saada käyttöönsä huippuluokan osaajia maailmalta. Kansainvälistymisen kautta saatu osaaminen kanavoituu myös ennen pitkää osaksi Suomen kilpailukykyä.

Verkostojen ja yhteistyön parempi hyödyntäminen on yksi viisastenkivi, jota sekä asiantuntijat että yritykset tarjoavat ratkaisuksi luovien alojen kansainvälistymisen edistämiseen. Kontakti- ja verkostoitumismahdollisuuksia toivotaan ei vain suhteessa ulkomaisiin toimijoihin, vaan myös suomalaisten toimijoiden välillä. Ilmiö on tuttu myös aiemmista suomalaisyritysten kansainvälistymistä koskevista tutkimuksista – *toisen kainalossa on turvallisempi lähteä ulkomaille*. Luovien alojen tapauksessa joukkovoiman hyödyntäminen saattaa olla helpommin toteutettavissa kuin ns. perinteisillä talouden aloilla. Tietyillä toimialoilla, kuten animaatioteollisuudessa, toimintatapana on pikemmin sparrata kuin kampailla kilpailijaa. Toisaalta tulee muistaa, että ”omien kontaktien mustasukkainen varjeleminen” ei myöskään ole aivan vieras ilmiö, kuten designmaailmaa edustanut menestystarina toi esiin.

Toimialojen sisällä globaalia ja lokaalia toimintaa

Tutkimus nosti esiin myös sen, miten joku toimiala saatetaan leimata lähtökohtaisesti globaaliksi ja unohdetaan, että sen sisällä on hyvinkin lokaaleja segmenttejä. Esimerkkinä on peliteollisuus, joka usein saa palstatilaa kansainvälisten menestystarinoiden ansiosta. Kansainvälisten lippulaivayritysten varjossa on kuitenkin muutakin toimintaa. Tämän hankkeen yrityskyselyyn vastanneista peliteollisuutta edustaneista yrityksistä vain puolet ilmoitti, että niillä on kansainvälistä toimintaa. Toinen puolisko siis suuntaa tuotteensa

kotimarkkinoille. Näiden yritysten kansainvälistymisen haasteena onkin se, miten päästä kilpailijoiden kotimarkkinoille ulkopuolisena toimijana. Tutkimuksessa nousi esiin, miten esimerkiksi opetuspelien segmentillä toimittaessa ei riitä, että tuntee teknologian vaan pitää hallita myös kohdemaan kieleen, kulttuuriin ja koulutusjärjestelmään liittyvät tekijät.

Agentit ja uskotut miehet ratkaisuna resurssipulaan

Yrityskyselyssä ja asiantuntijahaastatteluissa korostui vahvasti myös yrityksen ja kansainvälisen markkinan rajapinnassa toimivan väliportaan merkitys kansainvälistymisen edellytyksenä. Pienten yritysten resurssipulaa helpottaisi, mikäli tarjolla olisi osaava agentti tai manageri, joka ”veisi” yritystä maailmalle solmimalla kontakteja ja tekemällä sitä tunnetuksi. Agentin kustannuksia puolestaan alentaisi, mikäli ”samassa paketissa” voisi myydä useamman pienen yrityksen tuotteita. Agentilla tulisi näin ollen olla osaamista ja näkemystä siitä, millaisia yrityksiä voi ja kannattaa paketoita yhteiseksi konseptiksi niin, että ne pikemmin täydentävät toisiaan kuin kilpailevat samassa nichessä. Agenttiportaan merkitys korostui myös siinä mielessä, että perinteistä vientirengastoimintaa, jossa yritys kontaktoi suoraan asiakkaita, ei koeta välttämättä sopivaksi luoville aloille.

Agenttien lisäksi ”välimiestä” kaivattaisiin myös yrityksen ja rahoituskentän rajapintaan. Yritysten toiveissa oli ”yhden luukun palvelu” tai ”uskottu mies”, joka konsulttoisi ja neuvoisi yritystä sekä yritystoimintaan liittyvän byrokratian hoidossa että rahoituksen hakemisessa. Tällainen henkilö voisi olla luoviin aloihin erikoistunut yritysneuvoja, joita jo joillain paikkakunnilla Suomessa onkin. Kuvaavaa on, että yritykset visioivat tällaista palvelua tietämättä siitä, että sellainen on jo saatavilla. Eri toimijoiden parempaa koordinaatiota kaipasivat myös rahoituksen tarjoajat. Kaivattiin tietoa siitä, kenen luo ohjata rahoituksen hakija, jonka toiminta ei oman organisaation kriteereitä täytä.

Tehokas kansainvälistymistuki kaipaa ajattelun muutosta

Hankkeessa nosti esiin myös sen, miten luovien alojen yritysten tukeminen haastaa nykyiset rakenteet, jotka perustuvat perinteiseen talouden malliin. Tutkimuksessa nousi esiin samoja kipupisteitä, jotka on havaittu aiemmissa luovien alojen kehittämistä koskevissa selvityksissä. Ei riitä, että eri toimijat rakentavat omia tuki-instrumenttejaan vaan luovan talouden kehittäminen edellyttää laajempaa politiikan yhteensovittamista ja harmonisointia esimerkiksi eri ministeriöiden välillä. Moni luovista aloista, kuten designalaa, vaivaa osittain keinotekoinen jako luovaan toimintaan ja valmistukseen. Tämä aiheuttaa sen, että saman projektin eri toimijat joutuvat lähtökohtaisesti hakemaan tukea eri lähteistä, joita hallinnoivat eri ministeriöt.

Projektiparadoksi

Ajattelun muutosta vaatii myös se, että monilla luovilla aloilla liiketoiminta perustuu projekteihin tai löyhiin yhteenliittymiin, kun taas hakijan tukikelpoisuutta on totuttu arvioimaan yrityksen koon ja muiden liiketoiminnan parametrien perusteella. Paradoksaalista on, että rahoittajat visioivat ratkaisuja luovien alojen vakuusongelmiin sitä, että tulevaisuudessa tuettaisiin ensisijaisesti hankkeita eikä yrityksiä. Yritykset puolestaan peräänkuuluttivat jatkuvuutta sirpaleisen projektirahoituksen sijaan. Kuvaavaa on, että kansainvälisen toiminnan loppumisen syynä on useammin ollut juuri sen projektiluonteisuus kuin huonot kokemukset. Yhtenä ratkaisuna saattaisi olla valmisteluvaiheen rahoitus, jolla helpotettaisiin siirtymistä projektista toiseen.

Miten seuloa jyvät akanoista?

Hankkeessa esiin nostetuissa menestystarinoissa korostuu yrittäjän oman persoonan merkitys luovien alojen kansainvälistymisessä. Kansainvälistymisen vaatii uskoa ja rohkeutta sekä kovaa työtä. Jotta julkisin varoin rahoitettavista tukitoimista saataisiin mahdollisimman suuri teho irti, ne tulisikin kyetä kohdentamaan yrityksiin, joissa on aidosti kasvu- ja kansainvälistymispotentiaalia. Yhtäältä tulisi rohkaista sellaisia yrityksiä, joissa on potentiaalia mutta jotka arkailevat kansainvälistymistä. Toisaalta aktiivisesti kansainvälistymään pyrkiviä yrityksiä tulisi pyrkiä arvioimaan sen mukaan, onko niillä mahdollisesti enemmän intoa kuin potentiaalia kansainvälistyä.

Lähteet

Caprielle Gueller, Cepper Joachim, Taalas Saara, Toivonen Timo (2006) *Economy of Culture in Europe. European Commission: DG Education & Culture*. Euroopan Komission tutkimusten elektronisessa portaalissa.

Coy, P. (2000). The Creative Economy. Business Week, elokuu 21.-28.

Department for Culture, Media and Sport, UK Government (DCMS) (2007).

European Commission (2006) *The economy of culture in Europe*. Euroopan Komissio, Bryssel.

Kauppa- ja teollisuusministeriö (2007) *Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015*. KTM Julkaisuja 10/2007. Kauppa- ja teollisuusministeriö, Helsinki.

Nikula Piia, Penttilä Anu, Kupi Otto, Urmas Juhana, Kommonen Kirsi (2009) *Sirpaleisuudesta kilpailukyvyyn keskiöön – Asiantuntijoiden näkemyksiä luovien alojen kansainvälistymisestä*. Mikkeli Business Campus Publications N-84. Helsinki School of Economics.

Taalas, S. & Toivonen, T.E. (2006). *Luovat toimialat*. Teoksessa Stenvall-Virtanen, Sari & Vähämäki, Maija: Mediatalous.

Tilastokeskus (2006) *Kulttuuritilasto 2005*. Yliopistopaino, Helsinki.

Turkki Teppo, Kronqvist Juha, Korhonen Satu-Mari, Uusi-Rauva Kati, Örnberg Erto (2008) *Luovien kenttien aikajanalla, Työvälineitä luovien alojen määrittelyyn*, IADE:n julkaisusarja 1/2008

Urmas Juhana, Kupi Otto, Nikula Piia, Penttilä Anu, Kommonen Kirsi (2009) *”Kannattaa ottaa pienikin siivu” – Luovien alojen yritysten näkemyksiä kansainvälistymisestä*. Mikkeli Business Campus Publications N-85. Helsinki School of Economics.