

Aku Alanen

## There's no business like...

Menestyksen ennakoimattomuuden takia elokuvatuotannon taloudellisen tuoton arviointi poikkeaa monista muista aloista. Tukipolitiikalla on suuri merkitys alan yrityksille erityisesti Euroopassa.

**E**lokuvan tekeminen on ollut viime vuosina Suomessa kasvussa ainakin määrällisesti mutta nähdäkseni myös laadullisesti. Kasvun taloustieteellisiä ulottuvuuksia ei ole edes yritetty tutkia.

Yhtenä syynä tutkimuksen puuttumiseen voi pitää sitä, että tuotantoa kuvaavien tilastojen tulkinta on hyvin ongelmallista. Tässä artikkelissa pyrin tuomaan joitakin välineitä analyysiin alan yritystoiminnan osalta.

### Kuin rakennusprojekteja

Elokuviin ja videoiden tuotanto on monipolvinen prosessi. Ajallisesti eniten vie heti alussa idean kypsyttely ja perusrahoituksen hankintavaihe. Vasta sen jälkeen alkavat varsinaiset esituotantovaiheet, käsikirjoitus yms. Nämä edeltävät vaiheet ovat luonteeltaan osin taiteellista, osin normaalia liike-elämää palvelevien alojen toimintaa. Vaikkapa arkkitehdin työtä voi hyvin verrata käsikirjoituksen laatijan työhön. Tekijänoikeusasioissa ja muissa etukäteisvalmisteluissa tarvitaan lakimiesten ja kirjanpitäjien panosta.

Varsinainen tuotantovaihe taas on lähempänä rakennustuotantoa kuin teollisuutta. Valmiin lopputuotteen monistaminen on toki jo sitten pienimuotoista teollisuutta.

Useampien erillisten rakennustöiden toteutus vaatii projektiorganisaatiota sekä tarvikkeiden ja työvoiman kuljetusta rakennuspaikalle, samoin elokuvan kuvaukset. Kun rakennus on valmis, kerätään kampeet ja siirrytään seuraavalle kohteelle. Elokuvastudiot ovat taas lähempänä teollista prosessia, aivan kuten rakennuksiakin tehdään nykyään valmiiksi moduleiksi tehtaissa. Suomessa vain perinteisten studioiden rooli on aika vaatimaton sisäkuvauslukuun ottamatta.

Animaatioiden kohdalla taas elokuvan teon

Lehtikuva Oy



yhteys ohjelmointialaan on ilmeinen; ne ovat osin sama asia. Mutta myös perinteisen pitkän näytelmäelokuvan jälkituotannossa digitaalista tietojen hallintaa on entistä enemmän myös muun kuin äänen osalta. Suomalaisten elokuvatuotannon toimintojen kansainvälinen kilpailukyky saattaakin olla kovinta juuri digitaalisen animaation kaltaisissa asioissa.

### Ala kasvanut aika hyvin

Liiketoimintana liikkuvan kuvan tuotanto on Suomessa ollut perinteisesti suhteellisen pieni ala. Se työllistää vain noin 1 700 kokoaikaiseksi muutettua työntekijää, ja yritysten lukumäärä on runsaat 600. Liikevaihdon kasvu on ollut kuitenkin ihan kohtuullista. Kasvu on tosin suuntautunut valikoivasti.

Taulukossa 1 on esitetty kehitys elokuva- ja videotuotannon toimialan kasvu toimipaikkatasolla vuosina 1993–2006. Taulusta puuttuvat televisiotoimialan tuotantoyhtiöt. Verrattaessa elokuvatuotantotoimialan kasvua liikevaihdon tai kokonaistuotannon mittareilla kaikkiin liike-elämän palveluihin on elokuvatuotannon kasvu ollut tällä vuosikymmenellä ihan kohtuullista. Liikevaihto on alalla kasvanut noin 5 prosentin vuosivauhtia ja työllisyys vastaavasti noin 4 prosenttia vuosittain.

Alan yritysten ja toimipaikkojen keskimääräinen koko työllisinä ilmaistuna on pysytellyt hämmästyttävän samana koko tarkasteluajan eli 2,3 kokoaikaisena henkilönä. Liikevaihto yritystä ja toimipaikkaa kohden on kasvanut hyvin maltillisesti, samoin liikevaihto työllistä kohden.

Taulukossa henkilöstöluvut on ilmaistu kokoaikaisina vaikka alalla pätkätyöläisyys onkin yleistä. Vuosittaisia lukuja ei pystyisi muuten vertailemaan. Vastaavat yritystason luvut ovat täysin

saman suuntaiset joskin absoluuttisesti muutamaa kappaletta pienemmät. Vain muutamalla alan toimipaikoista yrityksen päätoimiala on jollakin muulla alalla.

### Ei kovin herkästi konkurssiin

Alan turbulentista luonteesta huolimatta ovat elokuvatuotantoalan yritykset Suomessa menestyneet viime aikoina kohtuullisesti, jos asiaa mitataan alan konkurssiherkkyydellä (Taulukko 2). Alalla laitetaan mieluummin yritys lepäämään, tehdään muita töitä ja aloitetaan uudestaan kun tilanne on suotuisampi, eikä mennä konkurssiin. Monet ovat mukana useammassakin alan yrityksessä, jolloin töitä tehdään sen yrityksen kautta, mikä kulloinkin vetää.

Konkurssiherkkyys on ollut viime vuosina varsin kohtuullisesti noin yhden prosentin tuntumassa vuoden 2003 piikkiä lukuun ottamatta. Samanlainen piikki oli laman huipulla 1991, jolloin 16 yritystä meni nurin. Toki voi kysyä, missä määrin konkurssien näinkin pieneen määrään on vaikuttanut alalla yleisesti käytetyn ilmaistyövoiman rooli.

### Television osuus hallitseva

Pitkän elokuvan, josta yleensä puhutaan elokuvana, osuus on vain 10 prosenttia koko elokuvatuotannon liikevaihdosta Suomessa. Tämä ilmenee vuodelta 2006 tekemästani tarkemmasta analyysistä (Taulukko 3). Poistin elokuvatuotantoalan (9211) yrityksistä 36 muille aloille kuuluvaa yritystä ja otin vastaavasti mukaan 17 radio- ja televisiotoiminta-alalle (922) sijoitettua yritystä, jotka kuuluisivat elokuva-alalle. Jaoin kaikki mukaan otetut toimipaikat niiden pääasiallisen toiminnan perusteella kuuteen ryhmään. Toki lukuisat alan yritykset toimivat useallakin mainituista ryhmistä.

Työllisistä pitkän elokuvan osuus on jo suurempi, 15 prosenttia. Mutta analyysistä käy ennen kaikkea ilmi television hallitseva rooli alalla. Televisiolle päätyönään kuvia tekevien yritystoimipaikkojen osuus oli koko alan liikevaihdosta 44 ja henkilöstöstä 43 prosenttia.

Jälkituotantoon ja mainoselokuvaan keskittyneiden yritysten liikevaihto yhtä työllistä kohden oli selvästi suurempi kuin muilla yrityksillä. Pienintä liikevaihtoa työllistä kohden oli odotetusti pitkiin elokuvaan keskittyneissä yrityksissä, niissähän keskimääräinen henkilöstö on selvästi suurin.

Kaikkein pienin henkilöstöllä mitattu kesikoko oli videoyrityksillä ja erittelemättömillä, jotka useimmiten olivat yhden henkilön ylläpitämiä yrityksiä.

Elokuvienv ja videoiden tuotanto (tol 9211) 1993–2006			
	toimipaikkoja lkm	henkilöstö muutettuna kokoaikaisiksi	liikevaihto milj. euroa
1993	369	848	62
1994	378	724	66
1995	398	842	75
1996	398	817	86
1997	435	1 001	121
1998	460	1 259	109
1999	444	1 174	116
2000	455	1 218	121
2001	527	1 282	116
2002	550	1 377	119
2003	581	1 275	120
2004	589	1 330	122
2005	607	1 300	136
2006	638	1 452	149

Lähde : Yritysrekisteri, Tilastokeskus

Taulukko 1

Elokuvatuotantoalan konkurssit (tol 9211)		
	konkurssit	% yrityksistä
1993	9	2,4
1994	5	1,3
1995	8	2,0
1996	8	2,0
1997	2	0,5
1998	4	0,9
1999	6	1,4
2000	7	1,5
2001	1	0,2
2002	6	1,1
2003	14	2,4
2004	5	0,9
2005	5	0,8
2006	8	1,3

Lähde: Konkurssitilastojen perusaineisto, Tilastokeskus.

Taulukko 2

### Hakijoita enemmän, tukea vähemmän

Elokuvatuotannon yritykset toimivat Suomessa pääosin niin kuin millä tahansa vaihtelevaa projektitoimintaa harjoittavalla alalla – tukea lukuun ottamatta. Pieni väkimäärämme lisää paineita julkisen tukeen, varsinkaan pitkää eloku-

## Elokuvatuotanto lajeittain 2006

	toimipaikkoja lkm	henkilöstö muutettuna kokoaikaisiksi	liikevaihto, milj. euroa
pitkä elokuva	32	256,0	17,0
tv + dokumentti *	134	741,8	75,7
animaatio	14	54,5	4,9
mainos	35	192,4	28,3
video	188	259,7	23,8
äänitys + jälkituotanto	63	142,4	18,0
yht. eritellyt	466	1 646,8	167,6
erittelemätön	153	70,2	5,5
<b>yht.</b>	<b>619</b>	<b>1 717</b>	<b>173,1</b>

\* Mukana 17 radio- ja tv-toiminta-alan (tol 9222) yritystä.

Lähde: Kirjoittajan omat laskelmat.

Taulukko 3

vaa tai dokumentteja on lähes mahdoton tehdä ilman sitä. Videoiden ja mainoselokuvien osalta tilanne on tietysti toinen. Ne nojaavat puhtaammin maksukykyiseen kysyntään. Televisiolle ohjelmia tekevien yritysten taloudellinen menestys on taas riippuvaista televisioyhtiöiden taloudellisesta tilasta.

Suomessa ei olekaan viime vuosina tehty yhtään pitkää elokuvaa ilman Elokuvasäätiön tukea. Ennakotuen osuus pitkien, sekä näytelmäettä dokumentti-, elokuvien kokonaisbudjetista on silti viime vuosina keskimäärin selvästi laskenut. Kun se vielä vuosituhanen vaihteessa oli keskimäärin reilusti yli 40 prosenttia elokuvaa kohden, oli se vuonna 2006 vain 22 ja viime vuonna 33 prosenttia.

Tukiasteen laskua selittää pitkälti tukea haakevien elokuvien määrän nousu. Elokuvasäätiön maksama ns. jälkituki toki nostaa lopullista tukiosuutta hieman suuremmaksi katsojaluvuilla mitattujen menestyvien elokuvien kohdalla.

### Suomi-filmit tehdään kiireellä

Tuen tarve käy ilmeiseksi, kun vertaillaan elokuvien kuvausaikaa Suomessa ja muualla Euroopassa.

Suomalaisella elokuvalla on nykyään keskimäärin 30–35 kuvauspäivää. Ruotsissa elokuvia on mahdollisuus kuvata noin 50 päivän ajan, muualla Euroopassa kuvauspäiviä kertyy yleisesti 60–70.

Elokuvan teon tuottavuutta on näissä olosuhteissa enää mahdotonta nostaa. Tilanne merkitseekin julkiselle elokuvapolitiikalle aikamoisia haasteita. ■

Lähteet: Elokuvasäätiön perustilastot sekä säätiön työntekijöiden kanssa käydyt keskustelut. Yritysrekisteri, Tilastokeskus.

Aku Alanen

## Pikku rooli kansantaloudessa

Varsinaisen elokuvatuotannon merkitys kansantaloudelle on pieni. Se on kuitenkin osa laajempaa elämystaloutta. Maailmalla elokuva on kytketty samaan arvoketjuun matkailun kanssa.

**E**lokuvatuotannon kansantaloudellista roolia voi arvioida useankin käsitteellisen viitekehysten – visuaalisen kulttuurin, elokuvaklusterin tai elämystalouden – kautta. Voidaan puhua elokuva-alan laajasta ja suppeasta klusterista, eli elokuvalla läheisistä toiminnoista, tai koko arvoketjusta, jossa elokuvan tuotanto muodostaa yhden osan.

Laajassa klusterissa pitäisi huomioida kaikki se toiminta, joka liittyy elokuvatalouteen aina teattereiden makeismyyntiä myöten. Samoin jouduttaisiin ottamaan huomioon hyvinkin erityyppiset yhteydet muihin aloihin ja alan koulutus sekä etujärjestöjen rooli.

Elämystalouden näkökulma on vielä laajempi. Erityisesti anglosaksisissa maissa nähdään jopa elokuvien ja turismin kuuluvan samaan arvoketjuun. Vuosituhannen vaihteessa Britanniasa tehdyissä arvioissa katsottiin elokuvan matkailijoita houkuttelevan roolin olevan hyvinkin merkittävä, mutta sittemmin on tultu maltillisempaan suuntaan. Nyt arvio on, että joka kymmenes turisti tulee maahan elokuvien innostamina. Sormusten Herra -trilogian kuvausmaassa Uudessa-Seelannissa elokuvan roolin turistien houkuttelijana katsotaan olevan vielä suurempi. Suomessa keskustelua on käyty Lapin osalta.

Tässä artikkelissa käytetään suppean elokuvaklusterin käsitettä, jota voisi kutsua yksinkertaisesti myös elokuva-alaksi. Toimialatasolla tämä tarkoittaa sitä, että elokuvaklusteriin katsotaan kuuluvan elokuvien ja videoiden tuotanto, levitys, vuokraus ja esitys sekä vielä pieni kuvataallenteiden levittämisen toimiala. Kiinnostavaa kyllä, Tilastokeskuksen yritysrekisterin luokituksessa myös Valtion elokuväsäätiö on luettu

elokuvatuotannon toimialan sisälle, vaikkei säätiö itse tuota mitään vaan rahoittaa ja tukee alaa. Tämän artikkelin tilastoluvuissa näkökulma on vielä suppeammin vain tuotantovaiheessa, mikä tarkoittaa kansantalouden tilipitoon rajoittuvassa vertailussa pääosin yhtä toimialaa, elokuva- ja videotuotantoa.

### Suhdannekehitys kohtuullista

Elokuvatuotantotoimiala on kehittynyt tällä vuosikymmenellä hieman paremmin kuin kulttuuritoimialat yhteensä mutta heikommin kuin kansantalous keskimäärin (Kuvio 1).

Kuviossa 2 elokuvatuotannon kehitystä verrataan muihin visuaalisen kulttuurin aloihin. Elokuva-alan kasvu on ollut keskimääräistä. Muotoilun ja arkkitehtitoiminnan arvonlisäys on kasvanut selvästi eniten. Mainosala kasvoi vuosituotannon vaihteessa voimakkaasti mutta on edennyt sen jälkeen nihkeämmin. Sen sijaan valokuvauksen ja televisiotuotannon arvonlisäys on kehittynyt elokuvatuotantoa heikommin koko tarkasteluperiodin ajan.

Suppean elokuvaklusterin sisäisessä vertailussa elokuvien tuotanto on taas kasvanut hieman hitaammin kuin niiden vuokraus tai levitys. Lähes samalla tavalla on kehittynyt elokuvien esittämisen eli teatteriesitysten arvo. Toki on muistettava, että kotimaisen tuotannon osuus sekä levityksestä että esityksistä on huomattavasti pienempi kuin ulkomaisen.

### Tuotannon osuus promilleja kansantuotteesta

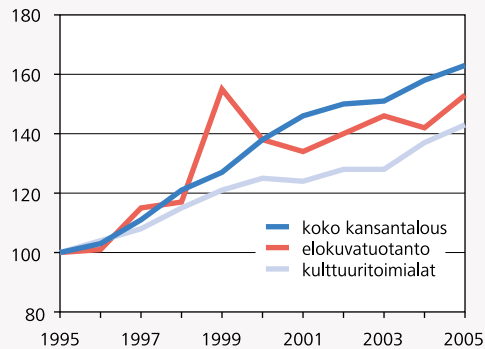
Koko kansantaloudessa elokuvatuotannolla on vaatimaton rooli. Vertailukohteeksi Taulukossa 1 on otettu mm. kaksi elokuvatuotannon kanssa toiminnallisesti vertailtavissa olevaa alaa, televisioiminta ja arkkitehtipalvelut.

Kansantalouden tilinpidossa kaikki arvonlisäyksen pohjatiedot lasketaan erillisten toimialojen tasolla. Osa itsenäisistä, elokuvien tuotantoa harjoittavista yhtiöistä on ollut yrityskirjelmän tähänastisessa käytännössä televisiotuotantotoimialalla. Kun näiden osuus siirretään elokuvatuotantoon, koko elokuvatuotannon todellinen arvonlisäysosuus nousee 0,06 prosenttiin bkt:sta.

Tällä vuosituotannolla nopeasti kasvaneiden arkkitehtipalvelujen osuus kansantaloudesta on yli puolet suurempi. Valokuvausalat yhteenlaskettuina ovat elokuvatuotannon tasolla, taideteollinen muotoilu taas on puolet elokuvatuotantoa pienempi tekijä kansantaloudessa.

Edellisten lisäksi mielenkiintoinen vertailukohta visuaalisen kulttuurin alueelta on pelien

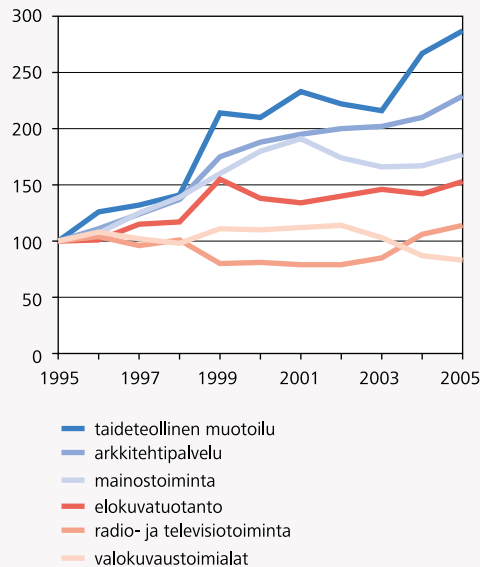
### Elokuvatuotannon ja kansantalouden ja kaikkien kulttuurialojen arvonlisäys 1995–2005 (1995=100)



Lähde: Kansantalouden tilinpidon perusaineistot, Tilastokeskus.

Kuvio 1

### Eräiden visuaalisen kulttuurin alojen arvonlisäyksen kehitys 1995–2005 (1995=100)



Lähde: Kansantalouden tilinpidon perusaineistot, Tilastokeskus.

Kuvio 2

tuotanto, josta ei toistaiseksi vain ole vertailukelpoisia tilastotietoja. Erilaisten pelialan selvitysten pohjalta voi kuitenkin arvioida, että pelituotannon kansantaloudellinen arvonlisäys olisi vain hieman elokuvatuotantoa pienempi.

Pelituotanto on kuitenkin melko nuori ala. Jos kehitys jatkuu samanlaisena, se voi nousta

Jos matkailu liitettäisiin joidenkin ehdotusten mukaisesti elokuvan arvoketjuun, jouduttaisiin arvioimaan vaikkapa missä määrin Aki Kaurismäen elokuvat lisäävät tai vähentävät matkailua Suomeen.



Lehtikuva Oy

#### Visuaalisten alojen osuus koko kansantalouden arvonlisäyksestä 2005, %

valokuvaustoimialat	0,06
radio- ja televisiotointa	0,24
elokuvatuotanto	0,06
mainostoiminta	0,28
arkkitehtipalvelu	0,13
taideteollinen muotoilu	0,03

Lähde: Kansantalouden tilinpidon perusaineistot, Tilastokeskus.

Taulukko 1

taloudelliselta merkitykseltään elokuvatuotantoa jopa selvästi suuremmaksi. Tuotannollisesti pelit ovat lähellä animaatioelokuvia, ja animaatio taas on kasvanut voimakkaimmin elokuvatuotannon alalohkoista viime vuosina. Suomalaisen kuvallisen viestinnän tulevaisuus ja kilpailuetu voi hyvinkin olla näillä aloilla, joilla voi yhdistää perinteisesti korkeatasoista insinööri- ja tietokoneosaamistamme taiteelliseen toimintaan.

#### Koko klusterinkin merkitys pieni Suomessa

Elokvien esittäminen eli lähinnä elokuvateattereiden toiminta on arvonlisäykseltään runsaat puolta pienempi ala kuin tuotanto. Videoiden vuokraus on tasoltaan vain noin viidesosa ja levitys vain noin kymmenesosa elokuvien tuotantoalman arvonlisäyksestä.

Koko suppean elokuvaklusterin osuus kansantalouden arvonlisäyksestä on viimeisen kymmenen vuoden aikana ollut 0,09 prosentin tasolla. Esimerkiksi Englannissa ja Espanjassa osuus on yli puolet suurempi. Vertailukelpoisia laskelmia ei tosin löydy kuin sellaisista maista, joissa elokuvan taloudellinen merkitys on selvästi Suomea suurempi.

Esimerkiksi Espanjassa elokuva-alan suhteellinen merkitys lienee Euroopan suurimpia. Alan osuus Espanjan bkt:sta on koko 2000-luvun ollut 0,4 prosentin tienoilla. ■

Lähteitä:

*El valor economico de la cultura en Espana, Ministerio de cultura 2007.*

*The Economic Impact of the UK Film Industry, Oxford Economics 2007.*

*Kansantalouden tilinpidon perusaineistot*

# Kuva valtaa alaa sanalta

Visuaalisen kulttuurin eteneminen näkyy myös bkt-luvuissa.

**K**ulttuurimme väitetään olevan entistä enemmän visuaalista. Puhutaan jopa, että kuvat ovat korvanneet todellisuuden. Toisaalta on myös väitetty, ettei kyse ensi sijassa olisi kuvien määrän kasvusta vaan siitä, että kuvallisuus muo- vaa ajattelumme aiempaa enemmän.

Voiko väitteiden todenperäisyyttä sitten tutkia muutenkin kuin pelkästään laadullisena ilmiönä. Sitä on yritetty mittaamalla ajankäytön muutoksia tai sitä, miten paljon esimerkiksi lehdet ovat muuttuneet visuaalisimmiksi, televisioituneet. Pohdinnat kaipaisivat rinnalleen myös talousempiriisiä laskelmia, joissa verrattaisiin visuaalista, muotoon perustuvaa taloutta, sanalliseen tai äänelliseen, tekstipohjaiseen talouden muotoon.

Oheinen kuvio perustuu kokeilulaskelmaan, joka osoittaa, että väite kuvallisen kulttuurin etenemisestä pitää paikkansa myös kansantalouden tilinpidon lukujen nojalla. Laskelmassa on luettu visuaaliseen kulttuuriin kuuluviksi kokonaan seuraavat toimialat:

- televisiotuotanto
- valokuvaustuotanto ja -kauppa
- taideteollinen muotoilu
- arkkitehtipalvelut
- mainosala
- taideliikkeet
- antiikkiliikkeet
- elokuva-ala

Sanallisen kulttuurin aloihin on sisällytetty:

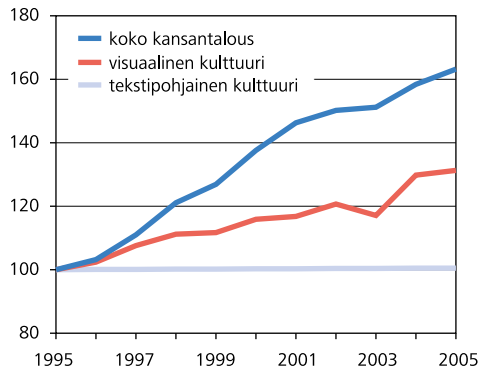
- painotuotanto
- kustannustoiminta
- painotuotteiden kauppa ja välitys (kirjakaupat yms.)

## Vielä on sanojen ala suurempi

Kuviosta käy ilmi, että sanallisen kulttuurin alat ovat kokonaisuudessaan polkeneet paikallaan. Niiden reaalihintainen arvonlisäys on jopa laskenut viime vuosina. Visuaalisetkin alat ovat kasvaneet koko bkt:ta hitaammin mutta selvästi vauhdikkaammin kuin sanalliset alat.

Toki tekstipohjaisten kulttuurialojen absoluuttinen painoarvo on vielä selvästi suurempi kuin visuaalisten alojen. Internetin merkityksen lisääntyminen tulee kuitenkin yhdessä visuaalisten alojen kasvun kanssa muuttamaan tilannetta tulevaisuudessa.

## Tekstipohjaisten ja visuaalisten alojen arvonlisäyksen kehitys 1995–2005, 1995=100



Lähde: Kansantalouden tilinpidon perusaineistot, Tilastokeskus.

## Erottelu lähes mahdotonta

Kaikilla em. visuaalisilla aloilla on tietenkin myös muuta kuin kuvallista sisältöä, mutta muun, kuten sanallisen sisällön, rooli on selvästi kuvallista vähäisempi.

Toisaalta kaikki painotuotteet on laskelmasani sijoitettu sanallisen kulttuurin piiriin, vaikka visuaalisella ulkoasulla on merkitystä vaikkapa kirjoissa.

Samoin mainosala voitaisiin jakaa kahtia sanalliseen ja kuvalliseen toimintaan, koska kyse on yhtä paljon kummastakin. Toisaalta vaikka koko mainosala siirrettäisiin kuvion laskelmissa sanallisten alojen joukkoon, se ei muuttaisi trendejä paljoakaan.

Taloudelliselta kannalta merkityksellisempää on kamerakännykän ja pelituotannon jättäminen pois laskelmista. Kummastakaan ei saa vielä vertailukelpoisia arvonlisäystietoja. Niiden mukaanotto nähdäkseni vain lisäisi todisteita kuvallisen kulttuurin kasvusta. Toisaalta kännykkää käytetään vielä toistaiseksi pääosin kahdenväliseen viestintään, eikä kamerakännykän valmistusta tai käyttöä siten lasketa kuuluvaksi joukkoviestintä- ja kulttuurialoihin. Tulevaisuudessa tilanne voi olla toinen. ■

– Aku Alanen

Lähteitä: Tarkemmin katsoen - Visuaalisen kulttuurin lukukirja. Toim. Leena-Maija Rossi ja Anita Seppä. Gaudeamus 2007.

Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Median markkinoituminen ja televisioituminen. Herkman Juha. Vastapaino 2005.