



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Matilda Olsson

Innovaatioiden vaikutus luovan talouden kilpailukykyyn

Tekniikan ja
innovaatiojohtamisen
akateeminen yksikkö
Kandidaatintutkielma
Tuotantotalous

Vaasa 2025

VAASAN YLIOPISTO**Tekniikan ja innovaatiojohtamisen akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Matilda Olsson	
Tutkielman nimi:	Innovaatioiden vaikutus luovan talouden kilpailukykyyn : Kandidaatintutkielma	
Tutkinto:	Kauppätieteiden kandidaatti	
Oppiaine:	Tuotantotalous	
Työn ohjaaja:	Tauno Kekäle	
Valmistumisvuosi:	2025	Sivumäärä: 29

TIIVISTELMÄ:

Tämä tutkielma tarkastelee innovaatioita, innovatiivisuutta ja kilpailukykyä, ja kuinka ne vaikuttavat luovan talouden aloilla. Luovat alat ja kulttuuriteollisuus toimivat monipuolisena syötteenä innovatiiviselle toiminnalle kaikilla toimialoilla. Innovaatiot puolestaan ovat elintärkeitä yritykselle pysyäkseen kilpailukykyisenä ja taloudellisesti kannattavana. Kilpailukyvyyn lähtökohtana on tuottaa lisäarvoa asiakkaille, vastaamalla käyttäjien tarpeisiin ja toiveisiin. Innovaatioiden ytimessä on luovuus ja oikea ympäristö tukee luovaa ideointia ja näin ollen myös innovatiivista ajattelua ja toimintaa. Innovoiminen kytketään yrityksen strategiaan, jossa päättäjät yhdistävät innovatiivisen toiminnan osaksi yrityksen tulevaisuuden päämäärää. Se vaatii yritykseltä panosta ja resursseja.

Tutkielmassa annetaan esimerkkejä, miten kehittyvä teknologia ja innovaatiot ovat vaikuttaneet luovan talouden eri aloilla ja mitä haasteita niihin voi liittyä. Näillä aloilla innovaatiotoiminta ylittää usein täyden uuden keksimiseen tai suuriin muutoksiin olemassa olevaan luovilla ratkaisuilla. Luovan talouden tuotoksia suojataan immateriaalioikeuksilla ja ne ovatkin luovan talouden kilpailukyvyyn pohjana. Tutkielmassa käsitellään viittä eri innovaatiokategoriaa, joita ovat tuote-, palvelu-, prosessi-, markkina- ja organisatoriset innovaatiot.

Motivaatio tähän tutkielmaan syntyi siitä, ettei luovaa taloutta juuri mainita tai käsitellä yliopiston opetuksessa. Siksi tämä tutkielma tuokin sen tärkeyden esiin ja toivottavasti antaa uusia näkökulmia sen lukijalle. Luovalla taloudella on suuri vaikutus Suomen bruttokansantuotteeseen ja sen ominaispiirteenä on aineettoman hyödyn tuottaminen.

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Innovaatiot	7
2.1	Tuotekehityksen eri mallit	8
3	Luova talous	10
3.1.1	Luovan talouden innovaatioekosysteemit	11
4	Kilpailukyky	13
4.1	Immateriaalioikeudet	15
5	Innovaatiot luovassa taloudessa	19
5.1	Innovaatioiden taloudellinen rooli	20
6	Innovaatioiden mittarit	22
7	Yhteenveto	25
	Lähteet	27

Kuvat

Kuva 1 Oikealla Getty Imagesin kuva ja vasemmalla Stability AI:n luoma kuva.....17

Liitteet

Tilastokeskus (2025), file:///Users/matildaolsson/Downloads/tilastokeskus_tuotos_bkt.xlsx
taulukko noudettu osoitteesta 7.7.2025
https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_klts/statfin_klts_pxt_12av.px/

1 Johdanto

Tekniikka ja luovuus muodostavat yhdistelmän, jolla voidaan tyydyttää käyttäjälähtöiset tarpeet ja toiveet tuotteilla ja palveluilla. Jotta käyttöliittymiä ja -kokemuksia voidaan suunnitella ja toteuttaa, tarvitsee teknologia rinnalleen muotoilua, suunnittelua ja innovaatioita. Luovat alat täydentävät teknologiaa tarjoamalla tulkintaa inhimillisistä tarpeista, tunnekokemuksista sekä merkityksen luomisesta. Luova talous kattaa toimialoja, jossa luovuus, kulttuuri ja immateriaalioikeudet muodostavat taloudellisen toiminnan ytimen (Tarjanne, 2020), ja joissa merkittävänä voimavarana on kestävä talouskasvu ja kilpailukyvyyn edistäminen. Taloudellista kasvua voidaan kehittää monin keinoin ja tarkastella sitä eri mittareilla kuten kannattavuudella ja tuottavuudella. Tämä tutkielma nostaa esiin monimuotoisen luovan alan ja sen taloudellisen puolen, ja kuinka innovaatiot vauhdittavat sitä.

Törmäämme luovien alojen vaikutteisiin päivittäin esimerkiksi arkkitehtuurin, elokuvien, taiteen ja mainosten muodossa. Luovien alojen päätavoitteena ei ole aina tuottaa rahallista lisäarvoa yritykselle tai kuluttajille, vaan niillä on ominaisuus luoda aineettomia hyödykkeitä ja ylellisyyttä elämään. Luovien alojen tuotanto on yleensä hidastempoisempaa ja lopputuote on yksilöllinen ja tarkoin suunniteltu. Prosesseja voidaan kuitenkin kehittää resurssitehokkaammiksi esimerkiksi teknologian avulla, jotta niiden hyötyjä päästään käyttämään nopeammin. Hyötyjä ovat muun muassa yrityksen kasvu, sosiaalisten ongelmien ratkaisu ja yrityksen uudistus.

Uusklassisen talousteorian mukaan pitkällä aikavälillä tuottavuuden kasvu on tärkein taloudellisen kasvun taustatekijä. Miten saamme siis kasvatettua tuottavuutta? Varmin tie tuottavuuden kasvuun on tutkimus- ja kehittämistoiminta, jonka kautta pääsemme innovaatioihin ja teknologiseen kehitykseen (Lemola, 2020, luku 4). Erilaiset digitaaliset alustat, luovat sisällöt ja teknologinen kehitys ovat muokanneet perinteisiä liiketoiminnan malleja ja mahdollistaneet uudenlaisten verkostojen syntymisen.

Luovat alat nostattavat bruttokansantuotetta ja ne koetaan välttämättömänä osana elämää. Vuonna 2023 kulttuurin tuotos oli 525 570 miljoonaa euroa Suomessa. (Tilastokeskus, 2025, n.d.). Yleinen ongelma luovilla aloilla on niiden hyötyjen luonteenomainen piirre olla vaikeasti mitattavissa. Tiedämme kuitenkin, että innovaatiot edistävät ja lisäävät kilpailukykyä. Tutustumme myöhemmin tutkielmassa taloudellisiin mittareihin.

Innovaatiot ovat yksi tärkeimmistä osatekijöistä kasvun ja edistyksen vauhdittajina ja ne tekevät yrityksestä kilpailukykyisen. Luovilla aloilla innovaatiot voivat esimerkiksi olla uusien koneiden ja laitteiden käyttöönottoa, digitaalisten välineiden hyödyntämistä tai mallintamista. Innovaatiot kytetään kasvustrategiaan ja niille kuuluu erilaisia rooleja. Pitkäkestoisesti innovaatiotoiminnan tukeminen tuo yritykselle enemmän arvoa kuin menojen karsiminen ja niiden valjastaminen vaatii strategisia päätöksiä yrityksen johdolta sekä kannustavaa ja ihmisläheistä ilmapiiriä (Mäntyneva, 2012, s. 17, s. 20).

2 Innovaatiot

Mikko Mäntyneva määrittelee teoksessa *Kasvu Innovaatioista* (2012, s. 16) innovaatiot ideoiksi, jotka toteutetaan konkreettisesti oikeassa kontekstissa. Mäntyneva toteaa teoksessaan, että innovaatioilla voidaan edistää yrityksen kasvua, luoda taloudellista lisäarvoa sekä parantaa kilpailukykyä. Innovaatioita on Mäntynevan mukaan (luku 3) tuote-, prosessi, palvelu- ja liiketoimintamalli-innovaatiot. Tarmo Lemola (2020, luku 4) puolestaan määrittelee teoksessa *Kohti uutta tutkimus- ja innovaatiopolitiikkaa* innovaatioiden olevan uusia tuotteita, tuotantomenetelmiä, materiaalien lähtöpaikkoja, markkina-alueita ja organisaation toimintamuotoja. Innovaatioiden uutuutta määrittelee innovaatioin tyyppi. Innovaatio voi olla uusi tuote yritykselle tai globaalisti, uusi tuote markkinoille tai tuote voi luoda uuden markkinan, innovatiivinen muutos olemassa olevaan tuotteeseen tai prosessiin (Oslo Manual, OECD, 2018, s.77). Oslo-käsikirja, joka on kansainvälinen ohje innovaatioiden datan keräämiselle ja käytölle, on hyvin sovellettavissa teknologiainnovaatioihin, koska se perustuu pääsääntöisesti käytännönläheisyyden merkitykseen innovaation mittarina (Miles & Green, 2008, s. 14).

Innovaatioilla on suuri rooli yrityksissä ja niiden ajatellaan olevan jopa tärkein tekijä kasvussa ja edistyksessä (Kohn & Wewel, 2018, Koch ja muut, 2022, s.281). Innovaatiot edistävät toimintaa ja mitä suurempia ne ovat, sitä enemmän ne yleensä kustantavat. Innovaatioiden epäonnistuminen on yleistä (Bowers & Khorakian, 2014, s.25–40), jolloin isoihin innovaatioihin sisältyy suurempi riski, kun taas pienemmät ovat riskittömämpiä. Epävarman innovaatiotoiminnan keskeinen prosessi onkin riskien hallinta. Pitkällä aikavälillä innovaatiot ovat kuitenkin kannattavampia liikevaihdon näkökulmasta, kuin pelkkä menojen karsiminen (Mäntyneva, 2012, s.20). Innovaation luonne määrittelee kuitenkin sen, tuoko se lisää työvoimaa lyhyemmällä aikavälillä. Carita Eklund (2019, s.1) toteaa väitöskirjassaan työvoiman vähenevän prosessi innovaatioissa, koska parannamme prosessia tuottamaan enemmän samalla kun vähennämme työvoimaa. Eklund mukaan uusien tuotteiden innovoimisessa puolestaan sekä talous, että työvoima voivat kasvaa.

Innovaatioiden hyödyntäminen ohjaa kasvua, ja sen avulla sitä voi muokata haluamaansa suuntaan (Mäntyneva, 2012, s. 15–16). Mikäli yritys haluaa pysyä kilpailukykyisenä, on sen pystyttävä innovoimaan jatkuvasti uutta (Siriram R. ja muut, 2023, luku 1). Innovaatioita tarvitaan siis esimerkiksi erottuakseen muista kilpailijoista. Mäntyneva toteaa, että innovatiivisen kilpailukyvyyn luomiseksi mahdollisuuksia tuo uudet luovat ideat ja ideointikyky, joita voidaan käyttää esimerkiksi yrityksen menestyksen luomisessa ja tuotteiden ja palveluiden erilaistamisessa (s. 15–16). Hänen mukaansa uusien tuotteiden ja palveluiden kaupallistamisen vaativan myös kilpailijoiden seuranta ja jatkuvaa oman toiminnan kehittämistä (Mäntyneva, 2012, s.15–17).

Innovaatiotoiminnan hyötyjä kasvun ja edistyksen vauhdittamisen lisäksi, ne lisäävät muun muassa kannattavuutta, kasvattavat tuottavuutta, luovat paremman yrityskuvan sekä tuovat brändille lisää vetovoimaa (Mäntyneva, 2012, s. 21). Uusien teknologioiden hyödyntäminen lisää taloudellista arvoa raaka-aineyksikköä kohden ja lisää näin ollen myös taloudellista kasvua (Romer 2018, Alp ja muut, 2020, s.27).

Uutta tuotetta kehittäessä tai vanhan kehittämisessä, voidaan innovoimista lähestyä design-ajattelun ("design thinking") kautta. Design-ajattelu on helposti sovellettavissa luovassa taloudessa, kun halutaan lähestyä ratkaistavaa ongelmaa. Michael G. Luchs ja muut toteavat kirjassa *Design Thinking: New Product Development Essentials from the PDMA* (2015, s. 21) design-ajattelun sopivan juuri tilanteisiin, jossa ongelma ei ole hyvin määritelty tai jossa tarvitaan läpimurtoa. He toteavat, että luovassa taloudessa asiakaslähtöiset vaatimukset antavat tilaa tällaisille ratkaisuille, jotka pyrkivät tyydyttämään myös aineetonta tarvetta.

2.1 Tuotekehityksen eri mallit

Uutta tuotetta kehittäessä yritys siirtyy tuotteen suunnittelusta sen kaupallistamiseen. Ulrich & Eppinger:in mukaan (2019, luku 4) uuden tuotteen kehittämisessä ja innovoimisessa voidaan soveltaa kolmea erilaista mallia: geneerinen prosessimalli

(generic process model), stage-gate-malli sekä suppilomalli (funnel model). Prosessien tavoitteena on hallita tuotekehitystä ja tehostaa sitä.

Ulrich ja Eppinger kuvaavat malleja seuraavasti kirjassaan *Product Design and Development* (2019, luku 4):

Geneeristä prosessimallia pidetään perusmallina, joka kuvaa tuotekehityksen vaiheita yleisellä tasolla. Sen malli on lineaarinen tai iteratiivinen, jossa prosessi etenee vaiheittain. Se on laajasti sovellettavissa eri toimialoille ja se sopii yleiseksi viitekehikseksi prosesseihin. Sen päätavoitteena on ohjata koko prosessi ideoinnista lopputuotteeksi.

Stage-gate-mallia hyödynnetään, kun halutaan pysähtyä prosessin päätöksentekopisteisiin. Näitä pisteitä tai ”portteja” on ennen jokaista vaihetta, jossa päätetään prosessin jatkosta. Portit ovat selkeästi määriteltyjä, jotka tekevät tästä mallista strukturoidun ja näin ollen myös vähemmän joustavan. Tätä mallia voidaan käyttää organisaatioissa, jossa halutaan kontrolloida tuotekehitystä tarkemmin.

Kolmas malli, eli suppilomalli, tekee ideoimisen suodattamisesta tehokasta. Ideoita karsitaan asteittain, kunnes päästään parhaaseen lopputulokseen. Malli korostaa iteratiivista prosessia ja sopii yrityksille, joissa on paljon ideoita, joista halutaan keskittyä parhaaseen.

Mallin valinta riippuu organisaation tarpeista, prosessin luonteesta sekä halutusta lopputuloksesta ja tarkkuudesta. Luovilla aloilla, esimerkiksi arkkitehti- ja taideteollisuussuunnittelussa, malleina voitaisiin käyttää geneeristä prosessimallia sekä suppilomallia niiden joustavuuden ja idearunsauden suodatuksen vuoksi. Stage-gate-mallia pidetään jyrkkänä ja formaalimpana, mikä ei sovellu yhtä hyvin luoville aloille.

3 Luova talous

Työ- ja elinkeinoministeriö (Tarjanne, 2020, s. 10) määrittelee luovan talouden olevan uuden arvon tuoja ja synnyttävän liiketoimintaa luovalla osaamisella. Luova talous jakautuu kolmeen pääkategoriaan, joita ovat luovat sisällöt, luovat palvelut sekä luovat tuotteet ja kulttuuri (Tarjanne, 2020, s. 13). Luovat alat tuottavat sekä fyysisiä että aineettomia artefakteja, joita ovat esimerkiksi rakennukset, tv-ohjelmat ja musiikki (Miles & Green, 2008, s. 12). Luovan talouden erityispiirteitä ovat korkea osaamisintensiivisyys, matala luonnonvarojen kulutus sekä kyky tuottaa lisäarvoa aineettomista resursseista (Lemola, 2020, luku 4). Tämän lisäksi aloilla korostuu asiantuntemus, luova prosessi ja innovaatiovalmius.

Kulttuurin tuotos vuonna 2023 oli 525 570 miljoonaa euroa, josta bruttoarvonlisäys oli 238 898 miljoonaa euroa. Tilastokeskuksen mukaan kulttuurin toimialoihin kuuluu arkkitehti- ja taideteollisuussuunnittelu, elokuvat, videot ja tietokonepelit, huvipuistot, pelit sekä muu viihde ja virkistys, kirjastot, arkistot ja museot yms., kirjojen kustantaminen ja kauppa, koulutus ja kulttuurihallinto, kulttuuritapahtumien järjestäminen ja siihen liittyvä toiminta, mainonta, muu painaminen ja siihen liittyvä toiminta, radio ja televisio, sanoma- ja aikakauslehdet ja uutistoimistot, soitinten valmistus ja kauppa, taide- ja antiikkiliikkeet, taiteilija-, näyttämö- ja konserttitoiminta, valokuvaus, viihde-elektroniikan valmistus ja kauppa sekä äänitteet. Näistä esimerkiksi arkkitehti- ja taideteollisuussuunnittelu tuotti 742 miljoonaa euroa ja elokuvat, videot ja tietokonepelit 1 614 miljoonaa euroa Suomen taloudelle. Luovan talouden nähdään yleensä tuottavan vain aineettomia hyödykkeitä ja sen tuotoksia ei välttämättä yhdistetä suoraan luovaan alaan, mutta Suomessa kulttuurilla on suuri merkitys työllisyyteen. Se työllistää esimerkiksi enemmän ihmisiä kuin metsäteollisuus (Tilastokeskus, 2025), joka ajatellaan olevan Suomessa suuri työllistäjä ja varojen tuoja.

Kun keskitymme talouskasvuun yrityksessä, organisaatiossa tai muussa vastaavassa, asetamme luovuuden ja talouden vastakkain (Koch ja muut, 2022, s.282). Luovien alojen ja niiden kaupallistamisen yhdistämisessä, joudutaan pohtimaan uusien tuotteiden

kilpailukykyä (Kock ja muut, 2011, Koch ja muut 2022, s.282) samanaikaisesti esteettisyyden ja taiteellisten odotusten kanssa (Jones ja muut, 2015, Koch ja muut, 2022, s.282). Innovaatioiden arvon luo asiakkaan näkökulma eikä innovoiminen itsessään (Aşçı, 2018, Dincer ja muut, 2018, s. 189–210). Suunnittelutyö tukee innovointia (Eklund, 2019, s. 3) ja se on yritykselle välttämätön osa liiketoimintaa (D’Ippolito 2014; Sandersonn & Uzumeri, 1995, Eklund 2019, s. 15). Suunnittelutyö on perinteisesti keskittynyt lopputuotteeseen, mutta nykyään, se keskittyy yhä enemmän luovaan prosessiin ja sen vaikutuksesta innovaatioiden prosessiin ja menestykseen (Eklund, 2019, s. 15). Luovan talouden innovaatiot eroavat sinä, että niihin liitetään omaperäisyys, esteettinen harmonia sekä epätavallisuus uutuuden ja nerokkuuden lisäksi (Tarjanne, 2020, s. 10). Panos luoviin innovaatioihin pitäisi olla samalla tasolla kaupallistamisen kanssa kuin teknologiainnovaatiotkin (Tarjanne ja muut, 2008, s.138).

Luovat alat kohtaavat uusia mahdollisuuksia innovoida, joita ovat esimerkiksi uudet teknologiat ja digitalisaatio erityisesti videopeleissä, kuluttajakäyttäytyminen ja yhteistyön tekeminen, institutionaaliset muutokset kuten yritysten globalisoituminen sekä uusien tuotteiden kehitys uusille markkinoille (Miles & Green, 2008, s. 6).

3.1.1 Luovan talouden innovaatioekosysteemit

Saloff-Coste (2022, s.128–129) määrittelee innovaatioekosysteemit olevan toimijoita, toimintoja ja artefakteja, jotka ovat tärkeitä toimijan tai toimijajoukon innovatiiviselle suoritukselle. Näitä ovat myös instituutiot ja eri sidosryhmät. Luovassa taloudessa innovaatioekosysteemejä muodostavat eri sidosryhmät kuten julkinen sektori, rahoittajat sekä käyttäjät, toimijat ja toimijajoukot kuten yrittäjät, luovan alan yritykset ja oppilaitokset, artefaktit kuten digitaaliset työkalut sekä immateriaalioikeudet. Saloff-Coste (2022) väittää myös kaikkiin innovatiivisiin ekosysteemeihin vaikuttavan yhä enemmän, riippumatta innovaatiosta, yliopistot, yritykset ja julkinen sektori. Kulttuuriteollisuuden ja luovien alojen tutkimisessa haasteeksi tuleekin alojen heterogeenisuus ja kulttuurituotannon monipuolisuus (Ericsson ja muut, 2023, s. 222–233). Onnistuneen ekosysteemin ominaispiirteitä on luoda ilmapiiri, jossa jatkuvasti

arvioidaan ja kritisoidaan olemassa olevia prosesseja (Russell & Smorodinskaya, 2018; Saloff-Coste, 2022, s. 128–129). Luovat alat toimivat monipuolisissa olosuhteissa ja konteksteissa eri arvoketjuissa useilla toimialoilla (Ericsson ja muut, 2023, s. 222–233). Innovaatioprosessit luovilla aloilla ovat maantieteelliselle alueelleen tärkeitä, koska ne vaikuttavat alueellisen innovoinnin lisäksi alueen yrityksiin (Olko, 2017, s. 300).

4 Kilpailukyky

Yksi kilpailukyvyn käsitteen vaikuttavimmista kehittäjistä on Michael Porter. Porterin kilpailukyvyn timanttimalli on laajasti tunnettu ja se on esitetty kirjassa *The Competitive Advantage of Nations* (1990). Timanttimalli on kuitenkin saanut erilaista kritiikkiä esimerkiksi maantieteellisesti rajatuista alueista sekä mallin soveltuvuudesta pienille talouksille (Penttinen, 1994, s. 2–10) ja siksi emme käytä kyseistä mallia tässä tutkielmassa.

Porter (2006, s. 25) määrittelee kilpailukyvyllä olevan usea määritelmä riippuen tahosta. Porter tunnistaa yrityksille kilpailukyvyn olevan globaalia kilpailua, kongressin jäsenille positiivista kauppataasetta ja taloustieteilijöille työvoiman alhaista yksikkökustannusta (Porter, 2006, s. 25). Yrityksille erottautuminen kilpailijoista tapahtuu innovaatioiden kautta, tarjoamalla ainutlaatuisia tuotteita ja kokemuksia. Luovien alojen kilpailukyvyn perustana on immateriaalioikeudet (Tarjanne ja muut, 2008, s. 19–21), jotka mahdollistavat uniikin tuotteen tai palvelun kuluttajalle. Tekijänoikeudet antavat luovan alojen työntekijöille liiketoiminnan ja ansiotulojen edellytyksen suojaamalla innovaation lopputuloksen (Tarjanne ja muut, 2011, s. 14–16, 20–21). Kilpailukyvyn useasta ja epätarkasta määritelmästä johtuen tässä tutkielmassa sillä tarkoitetaan kykyä kilpailla yritysten ja maiden välillä, jotta saavutetaan etulyöntiasema kehittämällä tuotteita ja prosesseja innovoimisen kautta.

Aineettomasta hyödykkeestä saamme kokemuksia ja elämyksiä, joita pidetään tärkeinä kilpailukyvyn edistämässä (Tarjanne, 2020, s.11). Aineettoman arvonluonti eli elämän laadun ja merkityksellisyyden luominen, yksilön hyvinvointi sekä käytännöllisyys arjessa ovat päätekijöitä luovan talouden lisäarvon tuotossa (Tarjanne, 2020, s. 11). Luovan talouden kilpailukyvyssä on siis tärkeää keskittyä arvonluontiin, joka perustuu niin tunteellisiin kuin käytännöllisiin tarpeisiin, jotka lisäävät merkittävästi yksilön sekä yhteiskunnan hyvinvointia. Aineettomia hyödykkeitä käytetään mittarina yrityksen innovatiivisuudesta ja metodina approksimoida innovatiivista kyvykkyyttä (Eklund, 2019, s. 45).

Porterin mukaan (2006, s. 37) kilpailukyvyyn käsite hämärtyy, jos maan tavoitteena on luoda taloudellisesti vaurautta kansalaisilleen. Sen sijaan Porter (2006) pitää tuottavuutta tärkeimpänä osatekijänä, koska tuottavuus mahdollistaa paremman elintason. Porter (2006) korostaa yritysten tuottavuuden olevan tuotteiden laadun parantamista, ominaisuuksien kehittämistä, tuotantotekniikan kunnostamista tai tuotannon tehostamista. Kilpailukyky on siis jatkuvaa arvon luomista asiakkaille, sidosryhmille ja yhteiskunnalle.

Eklund (2019, s. 44–61) mukaan innovaatiokyvykyys ei rajoitu vain teknologiaan, vaan se liittyy kykyyn yhdistää muotoilu, käyttäjäläheisyys ja liiketoimintaosaaminen. Innovatiiviset yritykset hyödyntävät muotoilua ja design-ajattelua kehittääkseen asiakaslähtöisiä ratkaisuja (Luchs ja muut, 2015, s. 21). Jokaisella tuotteella on vaikutus ympäristöön (Ulrich & Eppinger, 2019, luku 12) ja siksi elinkaarella on myös merkitys kilpailukykyyn.

Elinkaaren hallinta mahdollistaa yritykselle kestävien taloudellisten valintojen tekemisen. Tuotteen elinkaari kattaa kaikki vaiheet ideoinnista ja kehityksestä valmistukseen ja käyttöönottoon asti (Ulrichin & Eppinger, 2019, luku 12). Jokainen elinkaaren vaihe tarjoaa mahdollisuuden tuottaa arvoa, kuten kustannustehokkuus, kierrätettävyys ja laadun parantaminen. Luovassa taloudessa elinkaareen perustuva ajattelu on tärkeää, koska esimerkiksi käytettävyys ja estetiikka ovat kiinteä osa niiden arvoa ja kilpailukykyä.

Artikkelissa *Knowledge bases, innovativeness and competitiveness in creative industries: the case of Hamburg's video game developers* (2014, s. 248–268) Plum & Hassink tarkastelevat luovia aloja tietokantaisen datan pohjalta keskittymällä videopelien kehitykseen Hampurissa. Plum & Hassink tulevat johtopäätökseen, että sekä symbolinen (luova) että synteettinen (tekninen) tieto ovat hallitsevia elementtejä videopelien kehityksessä. He myös kyseenalaistavat riittääkö tietopohjanäkökulma selittämään luovien alojen kilpailukykyä. Tietopohjaan perustuva lähestymistapa erottaa tiedon

muodostumisen ja siihen liittyvän innovaatioprosessin ja kilpailukyyn erot yritysten välillä (Laestadius, 1998; Plum&Hassink, 2014, s. 248–268). Luovat alat tukeutuvat symbolisen tietopohjan varaan, jossa kohteena on tuotteen esteettiset ominaisuudet, muotoilun luonti ja kulttuuristen artefaktien taloudellinen käyttö (Asheim, 2007; Plum&Hassink, 2014, s. 248–268). Tieto ja osaaminen luovilla aloilla on vaikeaa siirtää yhdeltä työntekijältä toiselle, koska se vaatii erityisiä strategioita saavuttaakseen tuloksellisen yhteistyön ja yhteisössä työskentelemisen (Nachum & Keeble, 2003, Grabher, 2002, 2004; Plum&Hassink, 2014, s. 248–268). Myös työskentely-ympäristön on syytä olla inspiroivia ja ihmisläheinen luovassa innovaatioprosessissa (Scott, 1997; Plum&Hassink, 2014, s. 248–268).

Artikkelin tutkimuksessa olleet yritykset mainitsevat kehittämiseen liittyvät prosessit olevan innovaatiotoiminnan ytimessä. Toiseksi eniten vaikutusta kilpailukykyyn tuo suunnittelu ja kolmanneksi eniten markkinointi. Yrityksen keskeiset toiminnot ovat toisistaan riippuvaisia ja kyky hallita näitä luo yrityksestä artikkelin mukaan kilpailukykyisen.

4.1 Immateriaalioikeudet

Immateriaalioikeudet suojaavat luovan talouden tuotoksia ja ne ovat edellytys luovan talouden toiminnalle (Tarjanne ja muut, 2011, s.9), ja niitä ovat patentit, tavaramerkki, tekijänoikeus ja liikesalaisuus. Immateriaalioikeudet ovat määritelty The World Intellectual Property Organization (WIPO) sivuilla (2025, n.d.) ja ne viittaavat mielen tuotoksiin, joita ovat keksinnöt, musiikki, kirjallisuus ja taiteelliset työt, visuaaliset suunnittelut, tietokoneohjelmistot, symbolit, sanat, lauseet ja kuvat, joita käytetään kaupankäynnissä. Jokainen immateriaalioikeus suojaa lakisääteisesti omilla attribuuteillaan. WIPO:n määrittelemänä seuraavat immateriaalioikeudet:

Liikesalaisuus on informaatiota, joka tuo yritykselle kilpailukykyisen aseman ja se on salainen yrityksen ulkopuolisille tai jopa yrityksen sisäisesti vain muutamilla henkilöillä voi olla tämä tieto hallussaan.

Tavaramerkki on valtion myöntämä oikeus omistajalle käyttää erottuvaa sanaa tai symbolia, joka assosioidaan tiettyyn tuotteeseen tietyssä luokassa. Tavaramerkki on maakohtainen.

Tekijänoikeus on valtion myöntämä oikeus luovalle työlle kuten kirjallisuuteen, musiikkiin tai taiteelliseen työhön, mutta sitä ei ole erikseen haettava vaan se astuu voimaan työn ensimmäisessä julkisessa ilmauksessa. Tekijä saa kontrollin työn kopiointiin, jakeluun ja muokkaamiseen.

Patentti on valtion myöntämä väliaikainen monopoliasema, joka takaa patentin omistajan olevan yksin oikeudessa keksintöön. Patenttia haetaan ja se tyyppillisesti vanhentuu 20 vuoden sisällä sen myöntämisestä. Patenttia on haettava maakohtaisesti.

Nämä neljä eri immateriaalioikeutta voivat olla yhtäaikaaisesti yhdellä tuotteella, mutta yleensä keksintö on vain yhden kategorian alla (Ulrich ja Eppinger, 2019, luku 16). Myönnettyjä immateriaalioikeuksia on syytä tarkastella, jotta innovoija ei loukkaa olemassa olevan tuotteen tekijää. Tuotesuunnitteluun voidaan ottaa käyttöön entisten innovaatioiden tutkiminen, jolloin tietoa etsitään esimerkiksi olemassa olevasta tai historiallisesta tuotekirjallisuudesta, patenttihausta tai teknisistä ja kaupallisista julkaisuista (Ulrich ja Eppinger, 2019, luku 16), jolla vältetään jo myönnetyn immateriaalioikeuden kopioimista.

Teknologian käyttäminen innovaatiotoiminnassa aiheuttaa omia haasteitaan ja erityisesti tekoälyn rooli on tullut yhä merkittävämmäksi. Generatiivisen tekoälyn luomuksien käyttö- ja tekijänoikeuksista ollaan epävarmoja ja artikkelissa *Good models borrow, great models steal: intellectual property rights and generative AI*, Chesterman S. (02/2024), pureudutaan juuri tähän ongelmaan.

Tekoälyä koulutetaan datan avulla, eikä se osaa itsessään tunnistaa, mikäli se loukkaa tekijänoikeuksia vai ei. Tästä esimerkki on Getty Imagesin ja Stability AI:n välinen oikeudenkäynti, jossa Getty väitti Stabilityn tekoälyn olevan koulutettu tekijänoikeuksia rikkovalla tavalla. Stabilityn luomat kuvat sisälsivät Getty Imagesin vesileimaa muistuttavan osion kuvissaan, millä Getty yrittää suojella kuviaan. Tämä oli selvä merkki, että tekoälyn koulutukseen oli käytetty Getty Imagesin materiaaleja. Tällaisia tapauksia joudutaan tarkastelemaan tapauskohtaisesti, koska laki ei ole vielä tarkka siitä, kuka on tekoälyn tuotoksen luoja.



Kuva 1 Oikealla Getty Images ja vasemmalla Stability AI

Generatiivista tekoälyä halutaan kouluttaa aina enemmän, mutta sen pitäisi Chestermanin (2024) mukaan tapahtua niin, ettei niitä kouluteta varastetulla datalla tai vähintään niin, että työn luoja tunnustetaan lähteeksi tekoälyn tuotoksessa. Yleisesti lakisäädökset eivät anna automaattisesti tuotetulle tekstile minkäänlaista tekijänoikeutta ja ”alkuperäiset tekijänoikeudet” rajoittuu ”ihmisten luomiin teoksiin”. Ilman minkäänlaista ihmisen osallistumista teoksen luomiseen, ei tekijänoikeutta myönnetä (Grevais, 2020; Phelan & Carey, 2023; Chesterman, 2024, s. 23–37).

Euroopassa harkitaan keskitietä, joka auttaisi suojelemaan tekijöitä samalla kun rohkaistaan ihmisten ja tekoälyn yhteistyötä suojaamalla tekoälyn tuotoksia jossain määrin lyhyemmillä ja väliaikaisilla suojilla, joka myös suosisi kuluttajien saatavuutta

luoviin tuotoksiin (WIPO; Chesterman, 2024, s. 23–37). Tekoälyn ominaisuuksia luovuuteen ei siis haluta poistaa kokonaan, koska kuluttajat hyötyvät siitä.

5 Innovaatiot luovassa taloudessa

Innovaatiot luovilla aloilla eivät rajoitu vain teknologiaan vaan ne yltyvät sisältöihin, palvelumuotoiluun, liiketoimintamalleihin sekä asiakaskokemukseen, ja siksi ne tarvitsevat myös tarkan määritelmän. Siriram ja muut (2023, luku 2) jakavat innovaatiot neljään päätyyppiin: tuote-, prosessi-, markkina- ja organisatorisiin innovaatioihin. Luovilla aloilla näistä korostuu erityisesti tuote- ja palveluinnovaatiot, koska ne mahdollistavat luovuuden määrittää arvon innovaatioille. Swedberg (2006, s. 243–261) määrittelee kulttuurisen yrittäjyyden yhdistävän olemassa olevat elementit ja täysin uuden luomisen, jota arvostetaan luovuuden ja kulttuurialoilla (Koch ja muut, 2022, s.283). Vähäiset muutokset olemassa olevaan harvoin riittää kutsumaan sitä innovoimiseksi (Landoni ja muut, 2020, Koch ja muut 2022, s.283). Arkkitehtoninen innovointi määritellään olemassa olevien tekniikoiden yhdistämistä tavalla, jolla se tuottaa uutta arvoa kuluttajille (Siriram ja muut, 2023, luku 1). Yhdistävää eri määritelmillä on se, että innovaatiot ovat uuden luomista ja niiden on tuotava lisäarvoa niin kuluttajille ja käyttäjille. Nykyiset kvantitatiiviset analyysit muotoilun vaikutuksista innovaatioihin eivät pysty yleensä erottamaan eri suunnittelutoimintoja toisistaan (Eklund, 2019, s. 15). Esimerkiksi konseptisuunnittelun, prototyyppien kehittämisen tai visuaalisen suunnittelun vaikutuksia innovaatioihin ei voida tarkasti mitata rajallisen vaikutuksen takia. Tutkimukset keskittyvät yleensä joko lopputuotteen muotoiluun (Czarnitzski & Thorwarth, 2012; Eklund 2019, s. 15) tai ne käyttävät yhtä laajaa käsitettä, joka kattaa suunnitteluun liittyvät näkökohdat (Flipetti, 2011; Eklund 2019, s.15).

Innovaation lähde on luovuus ja menestyksekkään innovoinnin takana on useita tekijöitä, kuten sosiaaliset ja ekonomiset ehdot (Aşçı, 2018; Dincer ja muut, 2018, s. 198). Näitä ehtoja voivat muun muassa olla kestävä kehitys ja ilmastokysymykset, jotka ohjaavat sekä rajoittavat innovaatiotoimintaa. Kestävyysvaatimukset tulevat niin kansallisesti kuin asiakaslähtöisesti. Tuotteen elinkaari ja sen prosessin vaiheet joutuvat tekemään yhteistyötä, jotta lopputuote olisi ominaisuuksiltaan vaatimusten tasolla. Aşçı (2018, s. 198–199) myös painottaa artikkelissaan organisaatiokulttuurin olevan merkittävä

kannustin uusien ideoiden syntymiselle. Näitä kannustimia ovat Aşçın (2018) mukaan virheiden salliminen, avoin vuorovaikutus sekä riskinoton tukeminen.

Luovassa taloudessa tuotteet luodaan yleensä yksilöille ja ovat näin ollen uniikkeja sekä kaukana massatuotannosta (Knetsch, 2017, Koch ja muut 2022, s. 283). Lopputuotteen ulkonäkö ja muoto viestivät kuluttajalle sen käytöstä sekä kuluttajan emootioista sitä käytettäessä (Creusen & Schoormans, 2005, Eklund, 2019, s. 16). Emootiot tuotteen käyttöön liittyen ovat aineettomia hyödykkeitä, joita luova talous tarjoaa kuluttajille.

Jotta luovan talouden kilpailukyky vahvistuu, tarvitaan sitä tukevaa tutkimus- ja innovaatiopolitiikkaa sekä toimivia ekosysteemejä (Lemola, 2020, luku 4). Keskeisiä kehitystoimia ovat muun muassa kulttuurialojen digitalisaation tukeminen, osaamisen kehittäminen ja kansainvälisen verkostoitumisen edistäminen (Tarjanne, 2020, s. 10–12). Luovien alojen innovaatioprosessit osoittavat, että prosessin perustajien orientoitumisella, joko taiteellisuuteen tai liiketoimintaan, on suuri vaikutus innovaatioiden menestymiseen (Koch ja muut, 2022, s. 283). Yhdistämällä siis luovuuden ja liiketalouden, innovaatiot ovat toteuttamiskelpoisuuden lisäksi markkinakelpoisia.

5.1 Innovaatioiden taloudellinen rooli

Luovilla aloilla on potentiaalia edistää talouskasvua ja kilpailukykyä, kun yhdistämme innovaatiot ja luovuuden tuottamaan lisäarvoa (Tarjanne, 2020). Luovuuden ja riskinoton yhdistäminen organisaatiokulttuuriin tukee puolestaan edelleen innovaatioiden tehokasta käyttöä. Luova ja avoin ilmapiiri edistää ideointia saavuttamaan kilpailukykyisiä tuotteita ja palveluita (Aşçı, 2018, s. 189–210). Asiakkaiden tarpeisiin pystytään vastaamaan suunnittelulähtöisellä ajattelulla ja näin ollen erottumaan muista yrityksistä (Eklund, 2019, s. 16). Innovaatiot ovat siis kriittisiä välineitä kilpailukykyyn parantamisessa ja ne edellyttävät niin teknologista ja luovaa osaamista kuin organisaation strategian ja yhteiskunnallisten rakenteiden tukemista (Eklund, 2019, s. 63–64).

Uusien teknologioiden kuten tekoälyn käyttäminen on kasvanut räjähdysmäisesti viime vuosikymmenenä. Aiemmin mainitun tekoälyn lisäksi, luovassa taloudessa näitä on onnistuneesti hyödynnetty muun muassa virtuaalitodellisuuden luomisessa, 3D mallinnuksessa ja tulostuksessa sekä audiovisuaalisissa ja interaktiivisissa installaatioissa (Carabal-Montagud ja muut, 2018, luku 2.1). Myös dronejen käyttö on lisääntynyt viime vuosina luovilla aloilla ja niitä käytetään esimerkiksi arkkitehtuurissa, muotinäytöksissä ja elokuvatuotannossa. Erityisesti arkkitehtonisilla aloilla droneja on voitu hyödyntää laadun tarkkailussa ja ylläpidossa, huoltotehtävissä, mittauksien ja koordinaattien ottamisessa, jossa säästetään aikaa sekä resursseja (Carabal-Montagud ja muut, 2018, luku 2.2).

Artikkelissa *Cultural and creative industries: Innovation, performance and spillovers* (06/2024), Ericsson B., Hauge A. & Alnes P. K. tutkivat kulttuuriteollisuutta ja luovia aloja sekä niiden innovatiivista kykyä, ja analysoivat vaikuttaako kulttuuriteollisuuden ja luovien alojen syötteet innovatiiviseen tuotokseen muilla aloilla. Tutkimus toteutettiin analysoimalla kvantitatiivista dataa käyttämällä Eurostatin CIS tietoaaineistoa norjalaisista innovaatioiden syötteistä. Tutkimus osoitti, että kulttuurialoilla ja luovilla aloilla innovaatiotoiminta ei ole sen suurempi kuin muilla aloilla. Analyysit kuitenkin osoittavat, että tuottavat ja innovatiiviset yritykset saattavat olla taipuisia käyttämään kulttuuri ja luovien alojen syötteitä enemmän kuin muut. Kulttuurialojen todennäköisyys innovatiiviselle toiminnalle on 92,3 % eli 7,7 % todennäköisyydellä mikä tahansa muulla alalla oleva yritys innovoi enemmän, kuin jos se kuuluisi kulttuuriteollisuuteen. Innovointia tarkasteltiin kolmessa eri kategoriassa: tuote- ja prosessi-innovaatiot, organisatoriset innovaatiot sekä markkinainnovaatiot. Markkinainnovaatiot on ainut kategoria, jossa innovatiivinen toiminta kasvaa, jos yritys on kulttuuriteollisuudessa. Luovien alojen syötteet vahvistivat

6 Innovaatioiden mittarit

Luovilla aloilla käytetään traditionaalisina mittareina liikevaihtoa, katetuottoa ja tuotto per osaketta (Tidd & Bessant, 2018, s. 513–521). Traditionaalisten mittarien käyttö ei kuitenkaan ole aina mahdollista luovilla aloilla ja siksi luovat alat asetetaan kompleksisempaan asemaan innovointien mittaamisessa (Koch ja muut, 2022, s.238). Epäsuoraa arvoa luo esimerkiksi verkostot, brändi ja maine (Tarjanne, 2020). Nopeus on yksi innovaatioilla kilpailemisen perusedellytys, joka luo merkityksellisemmän aseman (Mäntyneva, 2012, s.18). Ajassa kilpaileminen tuo yritykselle painetta luoda uutta, mutta myös tehdä se nopeammin kuin kilpailijat (Tidd & Bessant, 2018, s. 9). Nopeatempoisuuden lisäksi hankaluuksia luo dynaaminen ympäristö, jossa kuluttajien tarpeet uudistuvat jatkuvasti ja toiminta on arvaamatonta (Landoni ja muut 2020, Koch ja muut, 2022, s.283). Tuotteet luodaan yleensä yksilöille ja ovat usein uniikkeja sekä kaukana massatuotannosta (Knetsch, 2017, Koch ja muut 2022, s. 283), jolloin esimerkiksi massatuotannon käytäntöjä ei voida hyödyntää tehokkuuden edistämiseksi.

Porterin (1990) mukaan yritys kykenee innovoimaan nopeammin, kun sen toiminnot ovat sijoitettu vahvasti toisiinsa linkitettyinä. Toimintoja ovat muun muassa tutkimus ja kehitys eli T&K sekä tuotanto. Yritys, jonka toiminnot ovat hajallaan toisistaan ja laajasti hallittavissa, on huomattavasti hitaampi innovoinnissa. Klusterityyppistä teoriaa on ennen Porteria luonut Erik Dahmén (1916–2005), joka kehitti teoriaa, missä teollisuus muodostuu keskenään vuorovaikutuksessa olevista toimijoista, jotka ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa toistensa kanssa, ja jonka teollinen rakenne koostuu yritysten ja toimialojen välisestä panos- ja tuotossuhteista (Lemola, 2020, luku 4). Innovatiivisen toiminnan on myös havaittu tiivistyvän teollisissa keskittymissä ja kaupungeissa, kun ihmiset jakavat ideoitaan ja kehittävät muiden omia entisestään (Aşçı, 2018; Dincer ja muut, 2018, s. 199).

Mittareita, joilla voimme arvioida luovan osaamisen vipuvaikutusta liiketoimintaan ovat muun muassa ekologiset arvot kuten vaikutus ympäristöön, sosiaaliset arvot, joilla on yhteiskunnallisesta näkökulmasta vaikuttavuutta, kulttuuriset arvot, jotka luovat

brändille ja yritykselle vetovoimaa sekä systeemiset arvot, joilla taataan prosessien sujuvuus ja toiminnan kestävyys (Tarjanne, 2020, s. 22–23). Perinteisesti tuottavuuden mittaamisessa voidaan käyttää esimerkiksi asiakastyytyväisyyttä ja kokonaiskustannuksia. Aineettomia hyödykkeitä voidaan approksimoida taseilla (Marrocu ja muut, 2012, Eklund, 2019, s. 49–50) ja patenttiosakkeilla keskittymällä muodolliseen tutkimukseen ja kehittämiseen (Griliches, 1979, Eklund, 2019, s. 49–50), innovaatiotutkimuksilla (Crass & Peters, 2014, Eklund, 2019, s. 49–50) tai kansallisilla tilastoilla ja rekisteritiedoilla (Görzig ja muut, 2010, Ilmakunnas & Piekkola, 2014, Piekkola, 2011; Eklund, 2019, s. 49–50). Organisaation varat ennustavat markkinointi innovaatioita, mutta ei organisatorisia innovaatioita, ICT ja T&K varat puolestaan arvioivat markkinointi innovaatioita sekä organisatorisia muutoksia, aineettomat hyödykkeet voivat ennustaa tuotteiden ja prosessien innovoimista, jolloin sitä voidaan myös käyttää innovaatiokyvyn indikaattorina (Eklund, 2019, s. 59).

Innovaation valmiutta voidaan mitata, alun perin NASA:n luomalla, ”Technology Readiness Level” (TRL) mittarilla, joka tarkastelee teknologian valmiusastetta jonkin kehiksen tai rajojen sisällä. Malli sisältää yhdeksän tasoa, jotka mittaavat innovaation valmiutta. Tasolla 1 innovaation peruseriaatteet on observoitu ja raportoitu, ja tasolla 9, innovaatio on testattu ja todistettu toimivaksi useampaan kertaan onnistuneilla missioilla. Ozcan ja muut (2023) tarkastelevat artikkelissaan *A Product Innovation Readiness Level Framework*, käsitettä tuoteinnovaatioiden näkökulmasta ja ehdottaa innovaatioille ”Product Innovation Readiness Level”-kehystä (P-IRL framework) tutkimalla 30 tutkielmaa tuoteinnovaatioista ja 25 tutkielmaa valmiustasoista. Malli luo yhdeksän uutta tasoa neljälle tuoteinnovaation tasolle: 1. projektisuunnittelun valmiustasot (project planning readiness levels, Proj-RL), 2. markkina-analyysin valmiustasot (market analysis readiness levels, MRL), 3. tuotesuunnittelun valmiustasot (product planning readiness levels, ProdRLs) ja 4. teknologiakyvykkyyden valmiustasot (technology capability readiness levels, TCRL). P-IRL-kehys tarkastelee myös innovaatiojohtamisen askeleita, joita päätöksentekotilanteissa tarvitaan. Ozcan ja muut tulivat seuraaviin johtopäätöksiin:

Proj-RL tasolla on tärkeää tunnistaa relevantit innovaatioprojektit ja painottaa niissä suunnittelun tärkeyden, tiimin tuotekehityksen päätöksissä ja projektien kompleksisuuden saatavilla oleviin resursseihin.

MRL tasolla tärkeimmäksi osoittautuu johtajien ja päätöksentekijöiden kyky tunnistaa kohderyhmät, kilpailijat, liiketoimintamalli ja mainontastrategia.

Prod-RL taso tunnistaa kaksi relevanttia teemaa, jotka ovat tuotteen omaperäisyys sekä tuotteen muotoilu. Taso keskittyy innovaation teknisiin ja muotoiluun liittyviin ominaisuuksiin.

Viimeiseksi, TCRL taso ulottuu teknisten ratkaisujen perustutkimuksesta aina tuotantoprosessin täydestä vaikutuksesta kehittämiseen. Taso eroaa TRL:n mittarista siinä, että se ottaa huomioon teknisen kehityksen tasot kuten tuotannon ja immateriaalioikeudet.

Vaikka Ozcan ja muut loivat oman kehyksen tuoteinnovaatioille, he kuitenkin painottavat, ettei yksi malli voi soveltua jokaiselle innovaatiolle ottaen huomioon erilaiset piirteet, prosessit ja menestystekijät, joita innovaatioilla on. Malli antaa kuitenkin korkeat valmiudet hankkeiden arviointiin ja erityisesti yleiseen innovaatioprosessiin.

7 Yhteenveto

Tutkielmaa tehdessä esiin nousi, että kilpailukyvyille sekä innovaatiotoiminnalle löytyy monia määritelmiä. Vaikka innovoiminen ja uusien teknologioiden käyttö hyödyttää yritystä ja jonka avulla yritykset voivat kilpailla, tuovat ne mukanaan myös haasteita ja herättävät kysymyksiä eettisestä toiminnasta erityisesti liittyen immateriaalioikeuksiin. Luovien alojen tulevaisuus on murrosvaiheessa, jossa tekoäly ja teknologia ovat mukana yhä suuremmissa osissa luomisprosessia ja lopputuotetta. Eri toimialat ovat eri murroskohdissa ja tällä hetkellä edistyneisimmät alat ovat media ja viihde (Tarjanne, 2020, s. 11). Chestermanin (2024, s. 23–37) mukaan tekoälyn luomaan sisältöön on olemassa jo useita tarkastus ja tunnistus menetelmiä kuten plagiointitunnistusohjelmat ja luovan sisällön tuottajien nimellinen tunnistus. Chestermanin mukaan näillä pyritään suojelemaan töiden alkuperäisiä tekijöitä niin ihmisiltä kuin ihmisten kouluttamalta teknologialta. Immateriaalioikeudet ovat luovan alan kilpailukyvyn ydin ja ne suojaavat innovaatioiden tuotoksia ja mahdollistavat niiden kaupallisen hyödyntämisen (Tarjanne ja muut, 2011, s. 17–21). Immateriaalioikeudet ovat siis juuri väärinkäytösten takia äärimmäisen tärkeitä luovilla aloilla.

Vaikka luovilla aloilla innovoiminen ei ole yleisempää kuin muilla aloilla, on luovien ratkaisujen käyttö tehokasta innovaatio toiminnassa ja niiden panos muiden toimialojen, kuten teknologian tai palveluiden markkinainnovaatioihin voi olla merkittävä (Ericsson ja muut, 2024, s.222–233). Luova talous tuottaa taloudellista arvoa luovan osaamisen kautta ja sen aloja ovat muun muassa kulttuuri, design ja peliteollisuus. Nykyisin korostetaan enemmän luovaa prosessia kuin lopputuotetta (Eklund, 2019, s. 15) ja suunnittelutyö ja innovaatiot kulkevatkin käsi kädessä. Niiden kaupallistaminen luovilla aloilla vaatii sekä esteettistä että liiketoiminnallista näkökulmaa ja niiden yhteensovittamista (Eklund, 2019, s. 44–61, Mäntyneva, 2012, s. 22). Tämä on keskeistä menestymisen kannalta. Teknologiat, digitalisaatio ja globalisaatio tarjoavat uusia mahdollisuuksia luoville innovaatioille (Miles & Green, 2008, s. 6).

Aineettomat hyödykkeet voivat olla vaikeasti mitattavissa ja luovilla aloilla ne ovat yksi suurimmista arvon luojista. Siksi luovat alat ovatkin kompleksisemmassa asemassa verrattuna muihin aloihin (Koch ja muut, 2022, s.238). Innovaatioiden merkitystä luovilla aloilla voidaan kuitenkin mitata esimerkiksi katetuotolla ja liikevaihdolla (Tidd & Bessant, 2018, s. 513–521). Luovan alojen kilpailukyvyyn edellytyksiä ovat muun muassa nopeus (Mäntyneva, s. 18, 2012, s. 18; Tidd & Bessant, 2018, s. 9) ja linkittyneet toiminnot (Porter, 2006, Aşçı, 2018; Dincer ja muut, 2018, s. 199). Mittareita kilpailukyvyyn mittaamiseen ovat muun muassa vaikutukset ympäristöön, sosiaaliset ja kulttuuriset arvot (Tarjanne, 2020, s. 22–23). Luoviin innovaatioihin voidaan käyttää NASA:n TRL mittaria, mutta vaihtoehtoinen mittari P-IRL, on soveltuvampi luovilla aloilla.

Luovuus on innovoimisen ytimessä riippumatta alasta, ja se vaatii oikeita keinoja, jotta ideat saadaan valjastettua menestykselliseksi tuotteiksi ja palveluiksi. Luovia aloja ja etenkin luovaa osaamista tarvitaan arvonluontiin ja edistymiseen niin yrityksissä kuin yhteiskunnassa.

Lähteet

- Alp E., Seven Ü., Coskun Y. (2020), *Technological Innovation Capacity and Economic Growth Nexus*, Teoksessa Saridogan E., Güloğlu B. & Hannum C. (03/2020), *The Effects of Technological Innovations on Competitiveness and Economic Growth*, (s. 25-40), Istanbul University Press, DOI: <https://doi.org/10.26650/B/SS10.2020.001.02>
- Aşçı M. (2018), *How to Create a Culture of Innovation*, Teoksessa Dincer H, Hacıoğlu Ü. & Yüksel S., *Strategic Design and Innovative Thinking in Business Operations*, (s. 189–211), Springer
- Bower J. & Khorakian A. (2014), *Integrating risk management in the innovation project*, European Journal of Innovation Management (s.25-40), DOI <https://doi.org/10.1108/EJIM-01-2013-0010>
- Carabal-Montagud M., Santamarina-Campos V., O’Biren G. & Miguel-Molina M. (08/2018), *Successful Cases of the Use of Innovative Tools and Technologies in the Creative Industries Field*, Drones and the Creative Industry, DOI https://doi.org/10.1007/978-3-319-95261-1_5
- Chesterman S. (02/2024), *Good models borrow, great models steal: intellectual property rights and generative AI*, Policy and Society, DOI <https://doi.org/10.1093/polsoc/puae006>
- Eklund C. (2019), *Innovation Capabilities, Design and Cutting Edge*, Väitöskirja, <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-873-3>
- Ericsson B., Hauge A. & Alnes P. K. (06/2024), *Cultural and creative industries: Innovation, performance and spillovers*, Norwegian Journal of Geography (s.222–233), DOI <https://doi.org/10.1080/00291951.2024.2423651>
- Koch F., Hoellen M., Konrad E. & Kock A. (2022), *Innovation in the Creative Industries: Linking the Founder’s Creative and Business Orientation to Innovation Outcomes*, Wiley. DOI <https://doi.org/10.1111/caim.12554>
- Lemola T. (2020), *Kohti uutta tutkimus- ja innovaatiopolitiikkaa*, Vastapaino
- Luchs M., Swan S. & Griffin A. (2015), *Design Thinking: New Product Development Essentials from the PDMA*, John Wiley & Sons, Incorporated

- Miles I. & Green L. (06/2008), *Hidden innovation in the creative industries*, NESTA
- Mäntyneva M. (2012), *Kasvua innovaatioista*, Kauppakamari
- OECD & Eurostat (10/2018), *Oslo Manual 2018*, DOI <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Olko S. (2017), *Networks and Clusters in Creative Industries and their impact on Regional Innovation Ecosystems*, Cross-Cultural Business Conference 2017
- Ozcan S., Stornelli A. & Simms C. (10/2023), A Product Innovation Readiness Level Framework, IEEE Transactions on Engineering Management (s. 9920–9937), DOI <https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1109/TEM.2023.3312595>
- Plum O. & Hassink R. (04/2014), Knowledge bases, innovativeness and competitiveness in creative industries: the case of Hamburg’s video game developers, Taylor & Francis, DOI <https://doi.org/10.1080/21681376.2014.967803>
- Porter M. (2006), *Kansakuntien kilpailuetu*, Talentum
- Saloff-Coste M. (2022), *Innovation Ecosystems: The Future of Civilizations and the Civilization of the Future*, John Wiley & Sons, Incorporated
- Siriram R., du Plessis c. ja Bezuidenhout F.R. (06/2023), *Exploring the Different Types of Innovation for Firm Competitive Advantages*, Intechopen
DOI <https://doi.org/10.5772/intechopen.111820>
- Swedberg R. (10/2006), *The cultural entrepreneurship and the creative industries: beginning in Vienna*, Journal of Cultural Economics (s. 243–261), DOI <https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1007/s10824-006-9016-5>
- Tarjanne P. (2020), *Luovan talouden tiekartta*, Työ- ja elinkeinoministeriö
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-568-3>
- Tarjanne P., Jokinen J., Ylätaalo R., Lamberg I., Möller M. & Toiskallio M. (09/2011), *Sirpalepolitiikasta kohti luovan talouden ekosysteemiä – Loppuraportti työ- ja elinkeinoministeriön Luovan talouden strategiasta hankkeesta 2008–2011*, Edita Publishing Oy
- Tidd J. & Bessant J.R. (2018), *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, 6th Edition, Wiley
- Tilastokeskus (05/2025), noudettu osoitteesta 9.5.2025

https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_klts/statfin_klts_pxt_12_av.px/table/tableViewLayout1/

Ulrich K. & Eppinger S. (2019), *Product Design and Development*, McGraw-Hill US
Higher Ed ISE

World Intellectual Property Organization (WIPO), noudettu 14.6.2025 osoitteesta
<https://www.wipo.int/portal/en/>