

# Kustantajien näkemyksiä digitaalisesta kopioinnista oppilaitoksissa

Opetusministeriön julkaisuja 2008:27



# Kustantajien näkemyksiä digitaalisesta kopioinnista oppilaitoksissa

Opetusministeriön julkaisuja 2008:27



OPETUSMINISTERIÖ

*Undervisningsministeriet*

MINISTRY OF EDUCATION

*Ministère de l'Éducation*

Opetusministeriö / Undervisningsministeriet

Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto / Kultur-, idrotts- och ungdomspolitiska avdelningen

PL / PB 29

00023 Valtioneuvosto / Statsrådet

<http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut>

Taitto / Ombrytning: Riikka Hyypiä, Yliopistopaino

ISBN 978-952-485-554-9 (PDF)

ISSN 1458-8110

Opetusministeriön julkaisuja/Undervisningsministeriets publikationer 2008:27

# Esipuhe

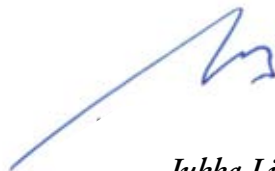
Opetusministeriö ja tekijänoikeusjärjestö Kopiosto ovat sopineet oppilaitoksissa tapahtuvasta kirjojen ja lehtien kopioinnista sekä televisio- ja radio-ohjelmien nauhoittamisesta opetusta varten 1980-luvun alkupuolelta lähtien. Käytön määrää ja laatua mittaavat tutkimukset ovat sopimuskokonaisuuden keskeinen osa, ja tutkimustuloksia on käytetty sopimustenteon pohjana.

Vuoden 2007 alusta voimaan tulleet tekijänoikeuslain uudet sopimuslissenssisäännökset mahdollistavat sopimisen myös teosten käyttämisestä digitaalisessa muodossa opetuksessa.

Vuonna 2005 opetusministeriö ja Kopiosto käynnistivät tutkimushankkeen, jonka yhtenä tavoitteena oli selvittää millaisia tekijänoikeuslupajärjestelyjä Suomessa tulevaisuudessa tarvitaan. Ensimmäisessä tutkimuksessa keskityttiin selvittämään tekijänoikeudella suojattujen teosten käyttäjien tarpeita.

Nyt käsillä olevan tutkimuksen tavoitteena oli keskittyä tekijänoikeudella suojattujen teosten kustantajien näkemyksiin ja tarpeisiin. Tutkimukset yhdessä tarjoavat mahdollisuuden tarkastella sellaisia tulevaisuuden tekijänoikeusluparatkaisuja, jotka sopisivat sekä käyttäjille että kustantajille.

Raportin kirjoittamisesta ja tutkimuksen tulosten analysoinnista on vastannut Outi Somervuori. Tutkimusprosessin suunnitteluun osallistui projektiryhmä, johon kuuluivat Kopiostosta puheenjohtajana Jukka-Pekka Timonen ja jäseninä Suvi Oinonen, Katri Soramäki, Juha Kallanranta, Juha Koponen ja Riikka Kero sekä Helsingin kauppakorkeakoulusta Outi Somervuori. Tutkimuksen johtoryhmän puheenjohtajana on ollut Jukka Liedes opetusministeriöstä.



*Jukka Liedes*

# Sisältö

<b>Esipuhe</b>	<b>3</b>
<b>1 Johdanto</b>	<b>7</b>
1.1 Taustaa	7
1.2 Tutkimuksen tavoitteet	7
<b>2 Tutkimusasetelma, kohderyhmä ja menetelmät</b>	<b>9</b>
2.1 Tutkimuksen kaksi vaihetta	9
2.2 Kohderyhmä ja otanta	9
2.3 Tutkimuksen ensimmäinen vaihe – eri markkinoiden tärkeys ja oppilaitoskopiointin merkitys kustantajille	11
2.4 Tutkimuksen toinen vaihe – digitaalisen kopiointin lupavaihtoehtojen houkuttelevuus	11
<b>3 Eri markkinoiden tärkeys ja oppilaitoskopiointin merkitys kustantajille</b>	<b>14</b>
3.1 Vastaajien taustatiedot	14
3.2 Eri markkinoiden tärkeys kustantajille	16
3.3 Valmius digitaalisen kopiointin lupajärjestelyihin	19
3.4 Oppilaitoskopiointin merkitys omalle kustannustoiminnalle	27
<b>4 Digitaalisen kopiointin lupavaihtoehtojen houkuttelevuus</b>	<b>29</b>
4.1 Vastaajien taustatiedot	29
4.2 Kopiointirajoitukset	30
4.3 Painotuotteiden skannaus	33
4.4 Maksullinen internet	35
4.5 Rekisteröitymistä vaativat internet-palvelut	36
4.6 Vapaa internet	37
<b>5 Yhteenveto ja johtopäätökset</b>	<b>39</b>
5.1 Yhteenveto tutkimuksen tuloksista	39
5.2 Yhteenveto opettajien tarvetutkimuksen tuloksista	41
5.3 Johtopäätökset	43
<b>Liitteet</b>	<b>46</b>
Liite 1. Kustannustoiminta Suomessa	46
Liite 2. Kysely 1, kysymyslomake	54
Liite 3. Lista vastauksista	60
Liite 4. Lista vastauksista	64
<b>Lähteet</b>	<b>68</b>

## Luettelo taulukoista ja kuvista

Taulukko 1.	Yritysten määrä eri kustantajaryhmissä.....	7
Taulukko 2.	Vastajamäärät tutkimusvaiheissa .....	8
Taulukko 3.	Conjoint-kysymyksissä käytetyt ominaisuudet ja niiden tasot.....	11
Taulukko 4.	Vastajien jakautuminen kustannusaloille.....	12
Taulukko 5.	Vastajien edustamien organisaatioiden jakautuminen eri liikevaihtoluokkiin.....	13
Taulukko 6.	Vastajien edustamien organisaatioiden jakautuminen eri henkilöstöluokkiin.....	13
Taulukko 7.	Eri markkinoiden tärkeys kustantajaryhmille .....	14
Taulukko 8.	Eri markkinoiden tärkeys kustantajaryhmille, painotettu keskiarvo yrityksen liikevaihdolla. ....	14
Taulukko 9.	Eri kouluasteiden tärkeys kustantajille.....	15
Taulukko 10.	Eri kouluasteiden tärkeys kustantajille, painotettu keskiarvo yrityksen liikevaihdolla. ....	15
Taulukko 11.	Eri julkaisumuotojen tärkeys kustantajille.....	16
Taulukko 12.	Eri julkaisumuotojen tärkeys kustantajille, painotettu keskiarvo yrityksen liikevaihdolla. ....	17
Taulukko 13.	Eri julkaisumuotojen tärkeys opettajille.....	17
Taulukko 14.	Avointen kommenttien pääviesti. ....	24
Taulukko 15.	Avointen kommenttien pääviesti kysymykseen, mikä on oppilaitoskopiointin merkitys omalle kustannustoiminnalle.....	25
Taulukko 16.	Vastajien jakautuminen kustannusaloille, tutkimuksen osat 2 ja 3.....	28
Taulukko 17.	Vastajien edustamien yritysten jakautuminen eri liikevaihtoluokkiin, tutkimuksen osat 2 ja 3.....	29
Taulukko 18.	Vastajien edustamien organisaatioiden jakautuminen eri henkilöstöluokkiin, tutkimuksen osat 2 ja 3.....	29
Taulukko 19.	Arviot sopivasta kokorajoituksesta.....	30
Taulukko 20.	Arviot sopivasta kokorajoituksesta yritysten liikevaihtoluokittain .....	31
Taulukko 21.	Arvio sopivasta aikarajoituksesta.....	31
Taulukko 22.	Arviot sopivasta aikarajoituksesta yritysten liikevaihtoluokittain.....	32
Taulukko 23.	Painotuote, kopion eri jakelutapojen houkuttelevuus .....	34
Taulukko 24.	Painotuote, eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus .....	34
Taulukko 25.	Maksullinen internet, kopion eri jakelutapojen houkuttelevuus .....	35
Taulukko 26.	Maksullinen internet, eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus .....	36
Taulukko 27.	Rekisteröitymistä vaativa internet, kopion eri jakelutapojen houkuttelevuus .....	36
Taulukko 28.	Rekisteröitymistä vaativa internet, eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus.....	37
Taulukko 29.	Vapaa internet, kopion eri jakelutapojen houkuttelevuus.....	38
Taulukko 30.	Vapaa internet, eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus.....	38
Taulukko 31.	Eri julkaisumuotojen tärkeys kustantajille	
Taulukko 32.	Kustantajien halukkuus myöntää aineistojensa käyttö lupia. ....	40
Taulukko 33.	Eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus julkaisumuodoittain. ....	41
Taulukko 34.	Eri aineistojen tärkeys opetuksessa.....	42
Taulukko 35.	Eri käyttötapojen markkinaosuudet kouluasteittain normaalihinnalla, vapaasti käytettävissä oleva internet.....	42
Taulukko 36.	Eri käyttötapojen markkinaosuudet normaalihinnalla, painotuotteet ja maksullinen internet .....	43

Kuva 1.	Esimerkki kysymyksestä.....	10
Kuva 2.	Painotuotteen skannaus ja skannatun aineiston näyttö dataprojektorilla. ....	19
Kuva 3.	Skannaus ja jakelu sähköpostilla. ....	19
Kuva 4.	Skannaus ja jakelu intranetissä.....	19
Kuva 5.	Liikevaihdolla painotetut osuudet, skannaus ja jakelu.....	20
Kuva 6.	Maksulliset internetpalvelut.....	21
Kuva 7.	Liikevaihdolla painotetut osuudet, maksulliset internetpalvelut.....	21
Kuva 8.	Rekisteröitymistä vaativa (maksuton) internet.....	22
Kuva 9.	Liikevaihdolla painotetut osuudet, rekisteröitymistä vaativat (maksuton) internet .....	22
Kuva 10.	Vapaan internetaineiston kopiointi ja esitys dataprojektorilla .....	23
Kuva 11.	Vapaan internet aineistonkopiointi ja jakelu sähköpostilla.....	23
Kuva 12.	Vapaan internetaineiston kopiointi ja jakelu intranetissä .....	23
Kuva 13.	Liikevaihdolla painotetut osuudet, vapaan internetaineiston kopiointi ja jakelu.....	24
Kuva 14.	Kopiointirajoitusten tärkeys. ....	30
Kuva 15.	Painotuote, ominaisuuksien keskimääräinen tärkeys.....	32
Kuva 16.	Maksullinen internet, ominaisuuksien keskimääräinen tärkeys.....	34
Kuva 17.	Rekisteröitymistä vaativa internet (maksuton), ominaisuuksien keskimääräinen tärkeys. ...	36
Kuva 18.	Vapaa internet, ominaisuuksien keskimääräinen tärkeys.....	37

## Liitteiden taulukot ja kuva

Taulukko 1.	Liikevaihto alatoimialoittain vuonna 2005.....	46
Taulukko 2.	Aikakaus- ja sanomalehtien levikit sekä kirjojen myynti 2005. ....	47
Taulukko 3.	Valokopiointitutkimusten tuloksia eri oppilaitosryhmissä.....	48
Taulukko 4.	Suomen kahdeksan suurinta kirjakustantajaa. ....	49
Taulukko 5.	Oppikirjojen tuotanto ja myynti Suomessa vuonna 2006.....	49
Taulukko 6.	Kirjojen myynti Suomessa vuonna 2006 .....	50
Taulukko 7.	Suomen laajalevikkisimmät sanomalehdet. ....	51
Taulukko 8.	Suomen suurimmat aikakauslehtikustantajat liikevaihdon mukaan.....	52
Kuva 1.	Kustannusalan tuottorakenne Euroopassa .....	47



# 1 Johdanto

## 1.1 Taustaa

Peruskouluissa, lukioissa, ammatillisissa oppilaitoksissa, yliopistoissa ja korkeakouluissa otetaan vuosittain noin 850 miljoonaa valokopiota, joista noin 330 miljoonaa sivua kopioidaan painotuotteista. 2000-luvun alussa oppilaitoksissa tulostettiin internetissä olevaa aineistoa noin 32 miljoonaa sivua ja tallennettiin digitaalisia kopioita 97 000 kertaa.

Kun opettaja ottaa kopion tekijänoikeudella suojatusta aineistosta, tulee kopiointiin pyytää lupa. Kopioinnista maksetaan myös korvaus. Suomessa opetusministeriö maksaa vuosittain noin 7 miljoonaa euroa korvausta näiden oppilaitosten kirjojen, lehtien ja internettulosteiden valokopioinnista. Korvaus maksetaan tekijänoikeusjärjestö Kopiostorylle, joka tilittää sen jäsenjärjestöjensä kautta kustantajille ja tekijöille. Lupajärjestely on mahdollista tekijänoikeuslain nk. sopimuslisenssisäännöksen perusteella.

Tammikuussa 2007 voimaan tulleet tekijänoikeuslain muutokset mahdollistaisivat valokopiointilupien kaltaisen lupajärjestelyn myös digitaalisen käytön alueelle. Digitaaliseen kopiointiin opettajien tulee kuitenkin vielä toistaiseksi pyytää lupa suoraan oikeudenomistajalta.

Vuonna 2005 opetusministeriö ja Kopiosto käynnistivät tutkimuksen, jonka yhtenä tavoitteena oli selvittää, millaisia tekijänoikeuslupajärjestelyjä Suomessa tulevaisuudessa tarvitaan. Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa sekä tekijänoikeudella suojattujen aineistojen käyttäjien että kustantajien näkemyksiä ja tarpeita. Tutkimus on muodostunut kaksiosaiseksi sarjaksi.

Tutkimussarjan ensimmäinen osa valmistui vuonna 2006 (opetusministeriön julkaisu 2006:12). Ensimmäisen osan tavoitteena oli selvittää tekijänoikeudella suojattujen aineistojen käyttäjien tarpeita. Tutkimuksen toinen osa käynnistyi vuonna 2007, ja sen tulokset esitellään tässä raportissa.

## 1.2 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen toisen osan tavoitteena on selvittää kustantajien näkemyksiä siitä, millä tavalla luvat digitaaliseen kopiointiin tulisi järjestää Suomen kouluissa ja oppilaitoksissa. Lisäksi tutkimuksessa on pyritty selvittämään, mikä on oppilaitosmarkkinoiden merkitys eri tyyppisille kustantajille.

Tutkimuksen kohderyhmään kuuluvat aikakauslehti-, kirja-, sanomalehti- ja tieteellisen aineiston kustantajat.

Tutkimuksessa on tarkoitus ryhmitellä kustantajia sen mukaan, minkälaisia julkaisuja he julkaisevat: painotuotteet, maksulliset internetpalvelut, rekisteröitymistä vaativat (maksuttomat) internetpalvelut ja vapaat internetpalvelut.

Tutkimuksessa selvitettäviä asioita ovat:

- Kuinka tärkeinä kustantajat pitävät oppilaitosmarkkinoita ja eri julkaisumuotoja?
- Kustantajien halukkuutta oppilaitosten digitaalisten käyttöluvien järjestämiseen ylipäättään.
- Mille digitaalisille kopiointitavoille kustantajat haluavat myöntää käyttöluvia?
- Kenen toimijan tulisi järjestää käyttöluvat digitaaliseen kopiointiin?
- Millä ehdoilla käyttöluvia digitaaliseen kopiointiin voitaisiin myöntää?

Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää kehitettäessä uusia tekijänoikeuslupia digitaaliseen kopiointiin oppilaitoksissa. Sähköisen median tekijänoikeuslupakysymykset ovat ajankohtainen aihe myös monille muille aloille.

# 2 Tutkimusasetelma, kohderyhmä ja menetelmät

Kappaleessa esitellään tutkimuksen vaiheet ja kohderyhmä.

## 2.1 Tutkimuksen kaksi vaihetta

Tutkimus toteutettiin kahdessa vaiheessa. Ensimmäisen vaiheen tavoitteena oli selvittää, mikä on oppilaitosmarkkinoiden merkitys eri kustantajaryhmille ja miten ne näkevät markkinoilla esille tulevat tekijänoikeuskysymykset. Tutkimus toteutettiin internetkyselyinä, ja tulokset analysoitiin tilastollisin menetelmin.

Toisessa vaiheessa tutkittiin kustantajien mielipiteitä siitä, kuinka digitaalisen kopioinnin luvat tulisi järjestää oppilaitoksissa. Tutkimusmenetelmänä käytettiin conjoint-analyysia.

## 2.2 Kohderyhmä ja otanta

Tutkimuksen kohderyhmänä olivat kirja-, sanomalehti-, aikakauslehti- ja tieteellisten aineistojen kustantajat. Oheisessa taulukossa näkyy yritysten määrä eri kustantajaryhmissä.

**Taulukko 1.** Yritysten määrä eri kustantajaryhmissä

Kohderyhmä	Rekisteri	Rekisterin koko
Aikakauslehti	Fonecta B2B finder	515
Kirjakustantaja	Kustannusyhdistys ry	300
Sanomalehti	Fonecta B2B finder	348
Tieteellinen aineisto	STL:n jäsenet	81
Yhteensä		1244

Kysely lähetettiin kaikille tutkimuksessa käytettyjen lähteiden kustantajille. Kustantajien yhteystiedot kerättiin seuraavista rekistereistä: Fonecta b2b-rekisteri: sanomalehti- ja aikakauslehtikustantajat; Kustannusyhdistyksen jäsenrekisteri: kirjakustantajat sekä Suomen Tiedekustantajien Liitto. Kyselyt lähetettiin kunkin organisaation toimitusjohtajalle, kustannusjohtajalle ja muille tekijänoikeusasioista vastaaville henkilöille sähköpostitse.

Noin puolelle sanomalehti- ja aikakauslehtikustantajista kysely lähetettiin postitse, koska käytetyt rekisterit eivät sisältäneet näiden kustantajien sähköpostiyhteystietoja. Lisäksi kysely lähetettiin viiden suurimman oppikirjoja kustantavan yrityksen oppikirjojen kustantamisesta vastaavalle henkilölle. Kyselyyn pääsi vastaamaan internetissä sähköpostissa lähetetyn linkin kautta.

Kyselyyn vastanneet kustantajat profiloitiin sen mukaan, minkälaisia julkaisuja he julkaisevat: painotuote, maksulliset internetsivustot, rekisteröitymistä vaativat internetsivustot ja vapaat internetsivustot. Sen jälkeen vastaajille lähetettiin kutsu osallistua tutkimuksen toiseen vaiheeseen. Lopullinen otos tutkimuksen ensimmäiselle ja toiselle vaiheelle oli seuraavan taulukon mukainen.

**Taulukko 2.** Vastaajamäärät tutkimusvaiheissa

Kohderyhmä	Vastauksia, tutkimusosa 1	Vastaus %	Vastauksia, tutkimusosa 2	Vastaus % ensimmäiseen kyselyyn osallistuneista
Aikakauslehti	37	7,7 %	22	59,5 %
Kirjakustantaja	42	14,0 %	20	47,6 %
Sanomalehti	35	10,8 %	12	34,3 %
Tieteellinen aineisto	24	30,4 %	13	54,2 %
Yhteensä	138	11,7 %	67	48,6 %

Vastausprosentti on pieni erityisesti aikakauslehti- ja sanomalehtikustantajien osalta. Vastaajien jakautuminen eri kustannusaloille ja liikevaihtoluokkiin on kuvailtu kappaleessa 4.

Toiseen tutkimusosioon osallistui yhteensä 67 vastaajaa, jotka kaikki vastasivat yhteen tai kahteen conjoint-kyselyyn. Tyypillinen suositus conjoint-tulosten analysointiin on, että nta/c -luvun tulee olla yhtä suuri tai suurempi kuin 500 (Orme, 2006). Luvussa n kuvaa vastaajien määrää, t vastausten määrää, a vaihtoehtoisten kokonaisuuksien määrä kysymyksessä (poislukien ”ei mitään vaihtoehto”) ja c on suurin määrä ominaisuuden tasoja kaikista ominaisuuksista. Tässä tutkimuksessa:

$$n = 67$$

$$t = 30 \text{ kysymystä per vastaaja (57 vastaajaa)}$$

$$t = 15 \text{ kysymystä per vastaaja (10 vastaajaa)}$$

$$a = 3 \text{ vaihtoehtoista palvelukokonaisuutta}$$

$$c = 4, \text{ ominaisuus lupajärjestely sisälsi 4 tasoa}$$

Nta/c -luku oli siis tässä tutkimuksessa kokonaisuudessaan 1 395, joka on suurempi kuin suositus 500. Tuloksia on analysoitu myös julkaisumuodoittain (painotuote, maksullinen internet, rekisteröitymistä vaativa (maksuton) internet ja vapaa internet). Analyysissa, jotka on tehty julkaisumuodoittain, vastaajamäärät ovat ajoittain pienet. Pienet vastaajamäärät koskevat analyysia, jotka on tehty maksullisesta internetaineistosta ja rekisteröitymistä vaativasta internetaineistosta. Tosin näissä kahdessa ryhmässä myös potentiaalisen vastaajajoukon määrä on hyvin pieni, joka osaltaan kasvattaa tulosten luotettavuutta. Tuloksia voidaan tulkita suuntaa antavina.

## 2.3 Tutkimuksen ensimmäinen vaihe – eri markkinoiden tärkeys ja oppilaitoskopiointin merkitys kustantajille

### Tavoitteet

Tutkimuksen ensimmäisen vaiheen tavoitteet olivat:

- ryhmitellä kustantajia sen mukaan, minkälaisia julkaisuja he julkaisevat: painotuotteet, maksulliset internetpalvelut, rekisteröitymistä vaativat (maksuttomat) internetpalvelut ja vapaat internetpalvelut
- selvittää:
  - Kuinka tärkeinä kustantajat pitävät oppilaitosmarkkinoita
  - Kustantajien halukkuutta oppilaitosten digitaalisten käyttöluvien järjestämiseen ylipäätään

### Menetelmä

Tutkimus toteutettiin internetkyselynä. Kohderyhmän henkilöille lähetettiin kutsu osallistua tutkimukseen sähköpostitse tai postitse. Itse kyselyyn vastattiin internetistä. Kyselyyn vastasi yhteensä 137 kustantajaa. Tutkimuksen tuloksia on analysoitu tilastollisin menetelmin.

## 2.4 Tutkimuksen toinen vaihe – digitaalisen kopiointin lupavaihtoehtojen houkuttelevuus

### Tavoitteet

Toisen vaiheen tavoitteena oli selvittää, millä tavalla ja millä ehdoilla kustantajat olisivat halukkaita järjestämään oppilaitosten tekijänoikeusluvat:

- Mille digitaalisille kopiointitavoille kustantajat haluavat myöntää käyttöluvia?
- Kenen toimijan tulisi järjestää käyttöluvat digitaaliseen kopiointiin?
- Millä ehdoilla käyttöluvia digitaaliseen kopiointiin voitaisiin myöntää?

### Menetelmä

Tutkimuksen toisen vaiheen menetelmäksi valittiin conjoint-analyysi. Conjoint-analyysi pyrkii mahdollisimman hyvin simuloimaan aitoa valinta- tai ostopäätöstilannetta. Vastaaja tekee analyysin aikana samanlaisia päätöksiä kuin aidossa valintatilanteessa. Vastaaja valitsee valmiista tuotteista tai palveluista itseään kiinnostavan eikä arvioi yksittäisiä tekijöitä erikseen.

Conjoint-analyysin avulla selvitetään eri tekijöiden merkitystä päätöksentekoprosessille. Tuloksia voidaan myös simuloida jälkikäteen; näin pystytään tutkimaan esimerkiksi hinnan vaihteluiden vaikutusta päätöksentekoon muiden ominaisuuksien säilyessä ennallaan (Orme, 2006).

Vaihtoehtoissa esitetään tuotteen/palvelun eri ominaisuuksia. Alla on esimerkki kysymyksestä, jota tutkimuksessa käytettiin. Kysymyksiin valitut ominaisuudet olivat: kopiointitapa, lupajärjestely ja hinta. Esimerkiksi ominaisuuden ”kopion jakelu” tasoja ovat 1) kopion käyttö osana opettajan omaa esitysmateriaalia; esitys dataprojektorilla ja jakelu tulosteena, 2) kopion jakelu luokalle sähköpostitse ja 3) kopion jakelu luokalle intranetissä. Eri vaihtoehtoissa ominaisuuksien tasot vaihtelivat. Kysymyksenasettelussa pyrittiin simuloimaan todellista valintatilannetta, jossa vastaaja vertaili eri tuotteiden ominaisuuksia ja valitsi niistä parhaan.

Kuvittele tilanne, jossa opettaja kopioi yrityksenne painotuotteita noin kolme A4 -sivua skannaamalla ja jakaa skannatun aineiston 22 oppilaalle. Valitse allaolevista vaihtoehtoista mielestäsi paras tapa järjestää kopiointilupa klikkaamalla vaihtoehdon alla olevaa palloa.

<b>Kopion jakelu</b>	Sähköpostijakelu luokalle	Kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä; esitys dataprojektorilla ja jakelu tulosteena	Intranetijakelu luokalle	
<b>Lupajärjestely</b>	Yksittäislupa kaupallisen toimijan kautta	Yleislupa tekijänoikeusjärjestön kautta	Yksittäislupa tekijänoikeusjärjestön kautta	En sallisi julkaisujemme kopiointia näillä ehdoilla
<b>Kopiointitapahtuman hinta (3 x A4-sivua, 22 oppilaalle)</b>	5,60 euroa	4,00 euroa	12,60 euroa	
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Kuva 1.** Esimerkki kysymyksestä

Tässä tutkimuksessa vastaaja valitsee jokaisessa kysymyksessä neljästä vaihtoehdosta mieleisensä. Vastaaja tekee samanlaisia valintoja 15 kappaletta. Vastaajan valintojen perusteella saadaan tietoa siitä, mitä asioita vastaaja pitää tärkeänä sekä pystytään arvottamaan niiden keskinäistä tärkeyttä.

## Kysymyslomake

Kysymyslomakkeen suunnittelussa ensimmäinen tehtävä on tutkimuksessa käytettävien ominaisuuksien ja niiden tasojen valinta. Tässä tutkimuksessa muuttujat ja niiden tasot valittiin sillä perusteella, että ne olivat opettajille tärkeitä ominaisuuksia käytön kannalta ja kustantajille lisensioinnin kannalta. Opettajille tärkeät ominaisuudet määriteltiin opettajille tehtyjen haastatteluiden perusteella. Seuraavassa taulukossa on esitelty tutkimuksessa käytetyt ominaisuudet ja niiden tasot, jotka vaihtelivat joka kysymyksessä.

**Taulukko 3.** Conjoint-kysymyksissä käytetyt ominaisuudet ja niiden tasot

Ominaisuus	Ominaisuuden tasot	
Kopion jakelu	1. Kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä; esitys dataprojektorilla ja jakelu tulosteena 2. Sähköpostijakelu luokalle 3. Intranetjakelu luokalle	
Lupajärjestely	1. Kustantaja hoitaa itse lupien hallinnoinnin ja myynnin 2. Yksittäislupa kaupallisen toimijan kautta 3. Yksittäislupa tekijänoikeusjärjestön kautta 4. Yleislupa tekijänoikeusjärjestön kautta	
Kopiointipahtuman hinta (3 x A4-sivua, 22 oppilaalle), hinta vaihtelee kopiointivoittain ja kopiointitavan sisällä +/-40%	Kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä; esitys dataprojektorilla ja jakelu tulosteena	Normaali -40%: 2,40 euroa Normaalihinta: 4,00 euroa Normaali + 40%: 5,60 euroa
	Sähköpostijakelu luokalle	Normaali -40%: 5,60 euroa Normaalihinta: 9,00 euroa Normaali + 40%: 12,60 euroa
	Intranetjakelu luokalle	Normaali -40%: 5,60 euroa Normaalihinta: 9,00 euroa Normaali + 40%: 12,60 euroa

# 3 Eri markkinoiden tärkeys ja oppilaitoskopiointin merkitys kustantajille

Seuraavassa kappaleessa esitellään tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa tehdyn kyselytutkimuksen tulokset.

## 3.1 Vastaajien taustatiedot

Tutkimukseen osallistui yhteensä 137 vastaajaa ja he edustivat eri kustannustoiminnan alatoimialoja seuraavasti.

**Taulukko 4.** Vastaajien jakautuminen kustannusaloille

Kustannusala	Vastaajia	Vastaajia %	Kustantajien arvioitu kokonaismäärä *	Kustantajien jakautuminen eri alatoimialoihin *
Aikakauslehtien kustantaminen	37	27 %	515	41 %
Kirjojen kustantaminen	41	30 %	300	24 %
Sanomalehtien kustantaminen	35	26 %	348	28 %
Tieteellisten julkaisujen kustantaminen	24	18 %	81	7 %
<b>Kaikki</b>	<b>137</b>	<b>100 %</b>	<b>1244</b>	<b>100 %</b>

\* Käytettyjen rekisterien mukaan, kts. kpl 2.

Vastaajia on suhteellisesti eniten kirjakustantajien ja tieteellisten aineistojen julkaisijoiden joukossa. Aikakauslehtikustantajat taas ovat aliedustettuina.

Vastaajat edustivat kustantajia, joiden liikevaihtoluokka ja työntekijämäärät olivat seuraavien taulukoiden mukaiset. Taulukoissa on esitetty myös kustannustoimialan (aikakauslehti, kirja, sanomalehti) organisaatioiden jakautuminen eri liikevaihtoluokkiin ja työntekijäluokkiin Fonecta Finder -rekisterin mukaisesti.



**Taulukko 5.** Vastaajien edustamien organisaatioiden jakautuminen eri liikevaihtoluokkiin.

Liikevaihto	Vastaajia	Vastaajia %	Toimialan yritysten jakautuminen liikevaihtoluokkiin *
1 000–39 000 euroa	14	10 %	22 %
40 000–99 999	14	10 %	38 %
100 000–399 999	26	19 %	10 %
400 000–1 999 999	39	28 %	14 %
2 000 000–9 999 999	14	10 %	6 %
10 000 000–39 999 999	16	12 %	5 %
40 000 000–199 999 999	7	5 %	2 %
200 000 000 euroa tai enemmän	7	5 %	3 %
<b>Kaikki</b>	<b>137</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

\*Lähde: Fonecta Pro Finder

Kyselyyn vastaajia on suhteellisesti enemmän organisaatioista, joilla on suuri liikevaihto. Organisaatiot, joiden liikevaihto on alle 100 000 euroa ovat puolestaan kyselyssä aliedustettuina.

**Taulukko 6.** Vastaajien edustamien organisaatioiden jakautuminen eri henkilöstöluokkiin.

Henkilöstöluokka	Vastaajia	Vastaajia %	Toimialan yritysten jakautuminen henkilöstöluokkiin *
1–4 henkilöä	53	39 %	69 %
5–9	29	21 %	14 %
10–19	19	14 %	7 %
20–49	11	8 %	4 %
50–99	5	4 %	3 %
100–249	9	7 %	2 %
250–499	3	2 %	1 %
500–999	4	3 %	0 %
1000 henkilöä tai enemmän	4	3 %	0 %
<b>Kaikki</b>	<b>137</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

\*Lähde: Fonecta Pro Finder

Pienten yritysten vastausten aliedustavuus näkyy myös taulukosta, jossa on esitetty vastaajien jakautuminen eri henkilöstöluokkiin. Kyselyyn on vastannut suhteellisesti enemmän organisaatioiden edustajia, joilla on suuri henkilöstömäärä. Pienemmät organisaatiot, joiden henkilöstömäärä on alle 9 henkilöä, ovat taas osallistuneet kyselyyn suhteellisesti harvemmin.

## 3.2 Eri markkinoiden tärkeys kustantajille

Seuraavaksi vastaajia pyydettiin arvioimaan oppilaitosmarkkinoiden tärkeyttä kustantajille ja sitä, mitkä julkaisumuodot ovat tärkeitä kustantajille näillä markkinoilla.

### Eri markkinoiden tärkeys

Ensimmäiseksi kysyttiin, kuinka tärkeitä eri markkinat ovat vastaajille taloudellisesti: oppilaitokset, yritykset, julkishallinto, kuluttajat ja muut. Kustantajia pyydettiin jakamaan luku 100 siinä suhteessa, kuinka tärkeänä he pitävät eri markkinoita. Tulokset on esitelty seuraavassa taulukossa alatoimialoittain.

**Taulukko 7.** Eri markkinoiden tärkeys kustantajaryhmille

	Oppilaitokset	Yritykset	Julkishallinto	Kuluttajat, yksityiset henkilöt	Muut	Yhteensä
Aikakauslehtien kustantaminen	13	32	13	37	5	100
Kirjojen kustantaminen	23	19	12	45	2	100
Sanomalehtien kustantaminen	10	38	12	38	1	100
Tieteellisten julkaisujen kustantaminen	39	12	12	31	5	100
Kaikki	21	25	12	38	3	100

Oppilaitosmarkkinat on tärkein markkina-alue vain tieteellisten julkaisujen kustantajille. Kirjakustantajille oppilaitosmarkkinat ovat toiseksi tärkein markkina-alue kuluttajien (yksityisten henkilöiden) jälkeen. Aikakaus- ja sanomalehdille oppilaitosmarkkinat ovat vähemmän tärkeitä. Näille lehdille sekä kuluttaja- että yritysmarkkinat ovat huomattavasti tärkeämpiä.

Seuraavassa taulukossa on esitetty vastaukset samaan kysymykseen painotettuna vastaajien edustaman organisaation liikevaihdolla.

**Taulukko 8.** Eri markkinoiden tärkeys kustantajaryhmille, painotettu keskiarvo yrityksen liikevaihdolla.

	Oppilaitokset	Yritykset	Julkishallinto	Kuluttajat, yksityiset henkilöt	Muut	Yhteensä
Aikakauslehtien kustantaminen	2	28	6	61	2	100
Kirjojen kustantaminen	40	9	15	33	2	100
Sanomalehtien kustantaminen	38	20	9	32	1	100
Tieteellisten julkaisujen kustantaminen	29	33	9	23	5	100
Kaikki	27	23	10	38	2	100

Kun tulokset on painotettu liikevaihdolla, oppilaitosmarkkinoiden merkitys korostuu kirja- ja sanomalehtikustantajien keskuudessa. Näyttäisi siltä, että suurille yrityksille oppilaitosmarkkinat ovat siis tärkeämmät kuin pienille yrityksille (liikevaihdolla mitattuna). Tieteellisissä kustantajissa on taas muutamia suuria organisaatioita, joille taas yritysmarkkinat ovat keskimääräistä tärkeämmät.

### Eri kouluasteiden tärkeys

Oppilaitosmarkkinoilla eri kouluasteiden tärkeys vaihtelee myös suuresti, kuten seuraavassa taulukossa on esitetty. Vastaajia on pyydetty jakamaan luku 100 siinä suhteessa, kuinka tärkeitä eri kouluasteet ovat vastaajille taloudellisesti.

**Taulukko 9.** Eri kouluasteiden tärkeys kustantajille.

	Peruskoulu	Lukio	Ammatillinen opetus	Yo ja korkeakoulut	Muut	Yhteensä
Aikakauslehtien kustantaminen	8	7	54	25	7	100
Kirjojen kustantaminen	23	16	29	19	13	100
Sanomalehtien kustantaminen	19	18	37	16	9	100
Tieteellisten julkaisujen kustantaminen	6	5	18	67	5	100
<b>Kaikki</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Tieteellisille kustantajille, joille oppilaitosmarkkinat ovat erittäin tärkeät, on kouluasteista tärkein luonnollisesti yliopistot ja korkeakoulut. Kirjakustantajille taas kaikki kouluasteet tuntuvat olevan tärkeitä. Aikakaus- ja sanomalehtikustantajille, joille oppilaitosmarkkinoiden tärkeys oli suhteellisesti pienin, tärkein markkina on ammatillisen kouluasteen oppilaitokset.

Seuraavassa taulukossa samat tulokset on esitetty painotettuna vastaajan edustaman organisaation liikevaihdolla.

**Taulukko 10.** Eri kouluasteiden tärkeys kustantajille, painotettu keskiarvo yrityksen liikevaihdolla.

	Peruskoulu	Lukio	Ammatillinen opetus	Yo ja korkeakoulut	Muut	Yhteensä
Aikakauslehtien kustantaminen	23	15	22	25	15	100
Kirjojen kustantaminen	48	22	16	7	8	100
Sanomalehtien kustantaminen	44	12	22	18	4	100
Tieteellisten julkaisujen kustantaminen	3	16	21	56	4	100
<b>Kaikki</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>27</b>	<b>8</b>	<b>100</b>

Liikevaihdolla painotetuilla tuloksista käy ilmi, että peruskoulujen ja lukioiden tärkeys kasvaa. Näyttäisi siis siltä, että suurille yrityksille peruskoulu- ja lukiomarkkinat ovat tärkeämpiä kuin pienille yrityksille lehti- ja kirjakustannusaloilla. Ammatillisten oppilaitosten tärkeys taas pienenee.

### Eri julkaisumuotojen tärkeys

Tutkimuksessa haluttiin kolmanneksi selvittää, kuinka tärkeitä eri julkaisumuodot ovat kustantajille. Seuraavassa taulukossa vastaajia pyydettiin jakamaan luku 100 siinä suhteessa, kuinka tärkeitä eri julkaisumuodot ovat kustantajille mietittäessä oppilaitosmarkkinoita.

**Taulukko 11.** Eri julkaisumuotojen tärkeys kustantajille

	Painotuote	Maksulliset internetsivut	Rekisteröitymistä vaativat internetsivut	Vapaasti käytettävä internetpalvelut	Yhteensä
Aikakauslehtien kustantaminen	82	3	3	12	100
Kirjojen kustantaminen	85	4	2	8	100
Sanomalehtien kustantaminen	85	2	3	10	100
Tieteellisten julkaisujen kustantaminen	78	6	3	13	100
<b>Kaikki</b>	<b>82</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

Painotuotteet ovat edelleen ehdottomasti tärkein julkaisumuoto kaikille kustantajille. Internet haluttiin jakaa kolmeen osaan sen mukaan, kuinka vapaasti julkaistu aineisto on siellä käytettävissä. Vaihtoehtoiset julkaisutavat internetissä ovat vapaasti käytettävät internetpalvelut, rekisteröitymistä vaativat (maksuttomat) internetsivut ja maksulliset internetsivut. Näistä tärkein julkaisumuoto kaikille kustantajille on vapaasti käytettävät internetpalvelut. Tieteellisten julkaisujen kustantajat pitivät maksullisia internetsivuja tärkeäimpinä kuin muut kustannustoimialat.

Seuraavassa taulukossa samat tulokset on esitetty painotettuna vastaajan edustaman organisaation liikevaihdolla.

**Taulukko 12.** Eri julkaisumuotojen tärkeys kustantajille, painotettu keskiarvo yrityksen liikevaihdolla.

	Painotuote	Maksulliset internetsivut	Rekisteröitymistä vaativat internetsivut	Vapaasti käytettävä internetpalvelut	Yhteensä
Aikakauslehtien kustantaminen	87	3	4	6	100
Kirjojen kustantaminen	80	5	3	12	100
Sanomalehtien kustantaminen	70	11	10	10	100
Tieteellisten julkaisujen kustantaminen	86	2	4	7	100
<b>Kaikki</b>	<b>81</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Merkittävin ero edelliseen taulukkoon näyttäisi olevan se, että sanomalehtikustantajien keskuudessa maksullisen ja rekisteröitymistä vaativan internetin merkitys kasvaa.

Edellisessä tutkimuksessa (Opetusministeriön julkaisusarja, 2006:12) opettajia pyydettiin vastaavalla tavalla arvioimaan, kuinka tärkeää heille on eri julkaisumuotojen käyttö opetuksessa. Opettajia pyydettiin jakamaan luku 100 siinä suhteessa, miten tärkeää eri julkaisumuotojen käyttö heille on. Vaihtoehtoiset julkaisumuodot olivat painotuotteet, AV-aineisto, maksuton internet ja maksullinen internet.

**Taulukko 13.** Eri julkaisumuotojen tärkeys opettajille.

	Painotuote	AV-aineisto	Vapaasti käytettävä internetpalvelut	Maksulliset internetsivut
Peruskoulu ja lukio	57	21	20	2
Ammatillinen oppilaitos	57	15	26	2
AMK	58	11	27	4
YO ja korkeakoulut	63	8	22	8
<b>Kaikki</b>	<b>58</b>	<b>16</b>	<b>23</b>	<b>3</b>

Lähde: Opetusministeriö, 2006:12

Myös opettajat pitivät painotuotetta ehdottomasti tärkeimpänä julkaisumuotona. Internet oli jaettu vain kahteen osaan: maksuton internet ja maksullinen internet. Opettajat pitivät maksutonta internetiä tärkeämpänä kuin maksullista (maksuton internet 24 ja maksullinen internet 4). Yliopisto- ja korkeakouluopettajat pitivät maksullista internetiä tärkeämpänä kuin muut opettajat (maksullinen internet 8).

### 3.3 Valmius digitaalisen kopioinnin lupajärjestelyihin

Tutkimuksen tässä osa-alueessa kysyttiin vastaajien halukkuutta kopiointilupien järjestämiseen digitaaliseen kopiointiin eri julkaisumuodoille. Tässä vaiheessa kopiointilupaa ei määritely tarkemmin, vaan vastaajia pyydettiin arvioimaan miten he suhtautuisivat seuraavaan pyyntöön:

”Kuvittele tilanne, että opettaja haluaisi kopioida yrityksenne julkaisemaa aineistoa noin yhden A4 -sivun verran ja jakaa kopion 22 oppilaalle seuraavin tavoin.”

Kysymyksellä haluttiin rajata pois ne vastaajat, jotka haluavat kieltää teostensa digitaalisen käytön ja kopioinnin oppilaitoksissa. Ne vastaajat, jotka vastasivat olevansa valmiita harkitsemaan luvan myöntämistä sopivilla lupaehdoilla osallistuivat jatkokyselyyn (vaihe 2), jossa selvitettiin tarkemmin, millä ehdoilla vastaajat olisivat halukkaita lupia järjestämään.

Niiltä vastaajia, jotka julkaisevat kyseistä julkaisumuotoa pyydettiin arvioiman, kuinka halukkaita he olisivat myöntämään teostensa digitaalisia kopiointilupia opettajille. Arviointi tapahtui asteikolla 1–5.

1 = Kieltäisin ehdottomasti

2 = Todennäköisesti kieltäisin

3 = En osaa sanoa

4 = Saattaisin sallia, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat

5 = Varmasti sallisin, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat

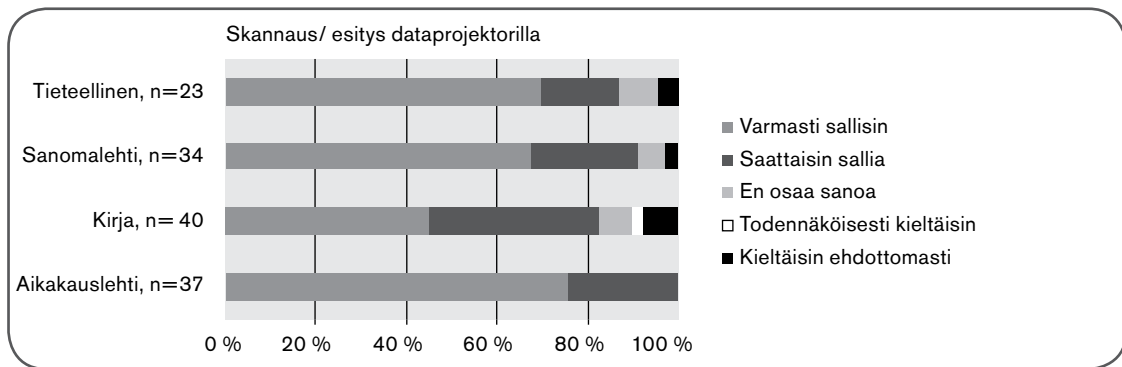
Julkaisumuodot oli jaettu painotuotteisiin, maksulliseen internetiin, rekisteröitymistä vaativaan (maksuton) internetiin ja vapaasti käytettävään internetiin. Painotuotteiden osalta kyselyssä keskityttiin painotuotteen skannaamiseen. Skannaamisella tarkoitetaan painotuotteen kopiointia digitaalisesti, jolloin syntyy uusi digitaalinen kopio.

Internet on jaettu kolmeen julkaisumuotoon, koska monella kustantajalla on eri strategia erilaisia internetpalveluita varten riippuen siitä, kuinka vapaasti aineistoa jaetaan sivustoilla ja onko aineisto maksullista vai ei. Maksullisilla internetpalveluilla tarkoitetaan sivustoja, joiden käyttämisestä maksetaan erillinen korvaus, esim. sanomalehtien näköislehdet. Rekisteröitymistä vaativa (maksuton) internet taas tarkoittaa sivustoja, joita selataksseen käyttäjän on rekisteröidyttävä palvelun käyttäjäksi, vaikka sivujen käytöstä ei erikseen maksetakaan korvausta. Vapaasti käytettävällä internetillä tarkoitetaan sivustoja, joita voi käyttää vapaasti ilman rekisteröintiä tai muutakaan velvoitetta.

## **Painotuotteet**

Vastaajista 134, eli lähes kaikki, julkaisi aineistojaan painotuotteina. Näiltä kustantajilta kysyttiin, olivatko he myöntäneet opettajille lupia skannata heidän julkaisemiaan painotuotteita. Yli 60 % vastaajista sanoi, että opettajat eivät ole pyytäneet heiltä skannauslupia. Tulosta arvioitaessa täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että kyselyyn vastaajat olivat toimitusjohtajia ja kustannusjohtajia ja kopiointilupakyselyt ohjautuvat useimmiten muille kuin heille, esim. yrityksen asiakaspalveluun.

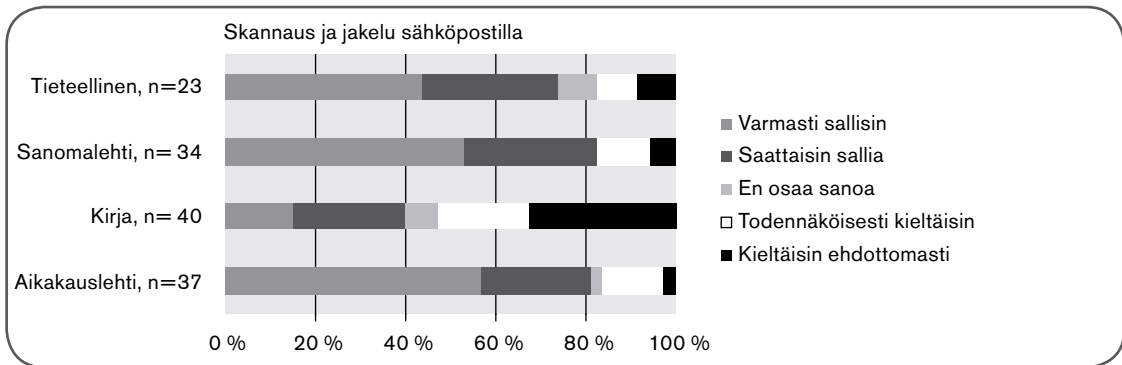
Ensimmäiseksi kysyttiin vastaajien halukkuutta myöntää opettajalle lupa kolmen A4-sivun skannaamiseen ja skannatun aineiston esittämiseen dataprojektorilla 22 oppilaalle. Vastaukset kysymykseen on esitetty kustannusalatoimialoitin kuvassa 2.



**Kuva 2.** Painotuotteen skannaus ja skannatun aineiston näyttö dataprojektorilla.

Yli 80 % vastaajista saattaisi tai varmasti sallisi tällaisen aineiston käytön. Aikakauslehtikustantajista kukaan ei kieltäisi käyttöä. Lisäksi sanomalehti- ja tieteellisen aineiston kustantajista kummastakin vain yksi vastaajaa kieltäisi käytön.

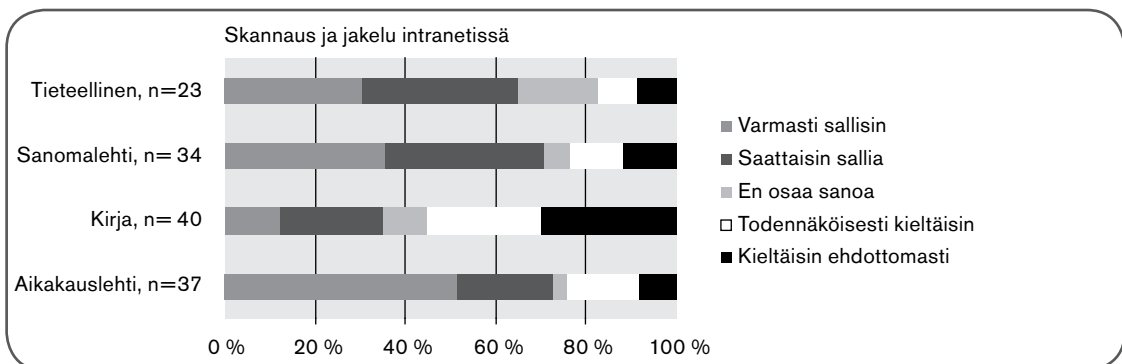
Seuraavaksi vastaajia pyydettiin arvioimaan vastaavalla tavalla halukkuutta myöntää käyttöluja kolmen A4-sivun skannaamiseen ja skannatun aineiston jakamiseen sähköpostitse 22 oppilaalle.



**Kuva 3.** Skannaus ja jakelu sähköpostilla.

Kustantajat olivat haluttomampia myöntämään lupia sähköpostijakeluun kuin aineiston esitykseen dataprojektorilla. Erityisesti kirjakustantajat olivat tiukempia, heistä vain 40 % saattaisi tai varmasti sallisi käytön. Aikakaus- ja sanomalehtikustantajista yli 80 % saattaisi tai varmasti sallisi käytön ja tieteellisen aineiston kustantajista noin 75 %.

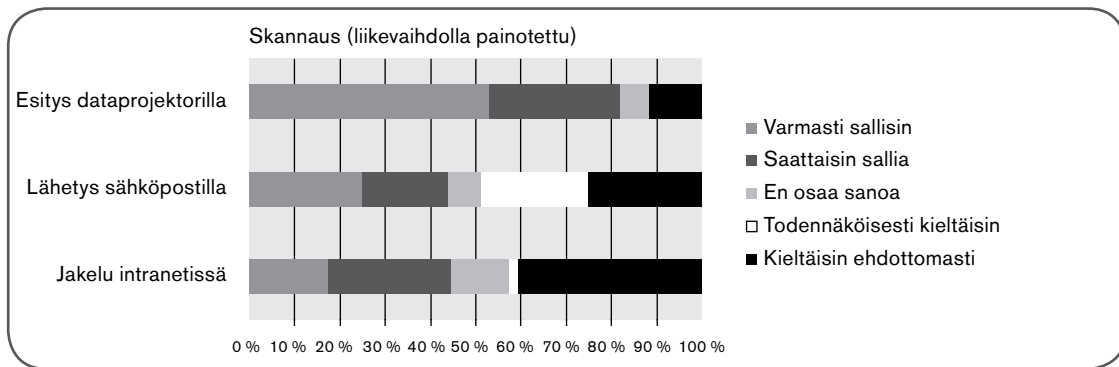
Painotuotteiden osalta viimeinen kysymys koski painotuotteen skannaamista ja skannatun aineiston jakelua koulun intranetissä 22 oppilaalle. Tulokset on esitetty kuvassa 4.



**Kuva 4.** Skannaus ja jakelu intranetissä

Kustantajat olivat kaikkein vähiten halukkaita myöntämään käyttölupia skannatun aineiston jakamiseen intranetissä. Kirjakustantajat olivat kriittisimpiä, heistä vähän yli 30 % saattaisi tai varmasti sallisi käytön, tieteellisen aineiston kustantajista noin 65 % sallisi käytön ja aikakaus- ja sanomalehtikustantajista yli 70 % sallisi käytön.

Seuraavassa kuvassa on tutkittu kustantajien halukkuutta myöntää opettajille lupia painotuotteiden skannaamiseen niin, että osuudet on painotettu yrityksen liikevaihdolla. Liikevaihdolla painotetut tulokset osoittavat pienempää halukkuutta skannauslupien myöntämiseen ja jakeluun kaikilla esitys- / jakelutavoilla. Tämä tarkoittanee, että suuremmat kustantajat ovat vähemmän halukkaita skannauslupien järjestämiseen.



**Kuva 5.** Liikevaihdolla painotetut osuudet, skannaus ja jakelu

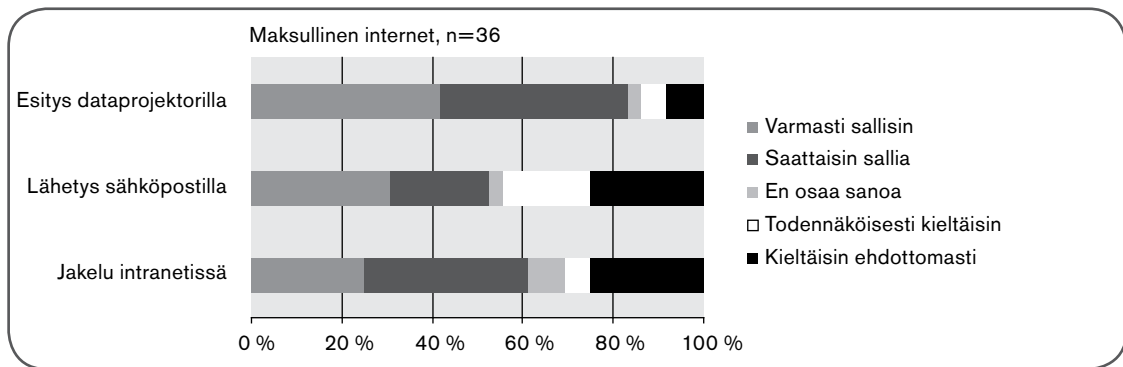
Painotuotteiden osalta kaikki kustantajat olivat siis suurelta osin halukkaita myöntämään käyttölupia aineiston skannaamiseen ja esittämiseen dataprojektorilla (90 % kaikista vastaajista saattaisi tai varmasti sallisi käytön). Kaikki kustantajaryhmät olivat haluttomimpia myöntämään käyttölupia sähköpostijakeluun (68 % kaikista vastaajista saattaisi tai varmasti sallisi käytön) ja kaikkein kriittisimpiä myöntämään lupia intranetijakeluun (60 % kaikista vastaajista saattaisi tai varmasti sallisi käytön). Kirjakustantajat olivat haluttomampia myöntämään käyttölupia kuin muut kustantajat.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan lupien myöntämistä sellaisilla ehdoilla, jotka he katsovat sopiviksi.

### Maksullinen internetaineisto

Seuraavassa osiossa vastaajilta kysyttiin samat kysymykset yrityksen julkaisemien maksullisten internetpalveluiden osalta. Ensimmäiseksi vastaajilta kysyttiin heidän halukkuuttaan myöntää lupa kolmen A4-sivun kopioimiseen yrityksen maksullisilta internetsivuilta ja kopion esittämiseen dataprojektorilla. Sen jälkeen kysyttiin halukkuutta myöntää lupia kopiaidun aineiston lähettämiseen sähköpostilla ja jakeluun koulun intranetissä 22 oppilaalle. 36 kustantajalla (26 % vastaajista) oli maksullisia internetsivustoja. Tulokset on esitetty seuraavassa kuvassa. Pienen vastaajakoon vuoksi vastauksia ei ole haluttu ryhmitellä kustannustoimialoittain.

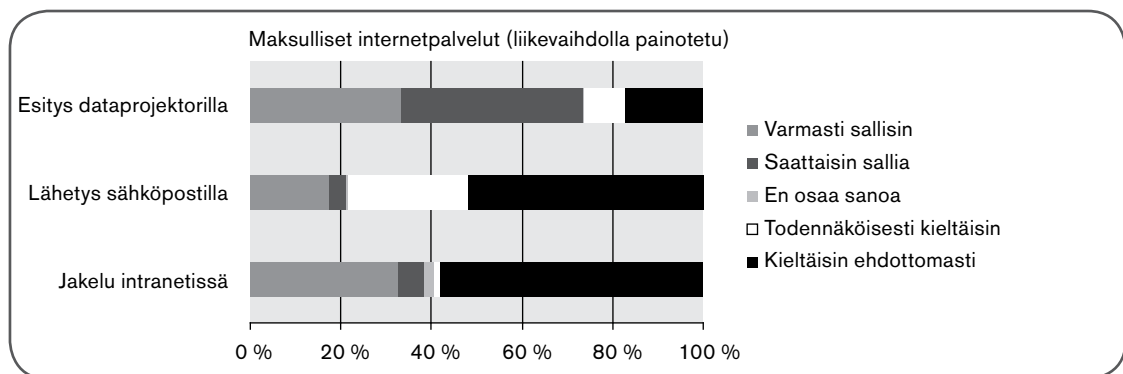




**Kuva 6.** Maksulliset internetpalvelut

Yli 80 % vastaajista saattaisi tai varmasti myöntäisi luvan aineiston kopiointiin ja esitykseen dataprojektorilla. Maksullisen internetaineiston osalta vastaajat olivat kriittisimpiä myöntämään lupia aineiston lähettämiseen sähköpostilla. Noin 55 % vastaajista saattaisi tai varmasti sallisi sähköpostijakelun, kun taas yli 60 % saattaisi tai varmasti sallisi intranetjakelun.

Myös maksullisten internetpalveluiden osalta tuloksia tarkasteltiin painotettuna yrityksen liikevaihdolla ja tulokset osoittavat pienempää halukkuutta lupajärjestelyihin kaikkien käyttötapojen osalta.

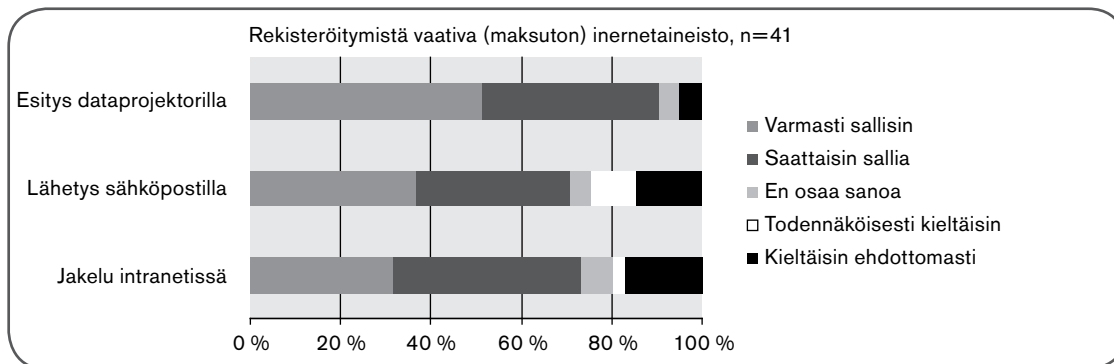


**Kuva 7.** Liikevaihdolla painotetut osuudet, maksulliset internetpalvelut

Vastaajat olivat halukkaampia myöntämään lupia painetun aineiston skannaamiseen ja jakeluun kuin maksullisen internetaineiston kopiointiin ja jakeluun. Vastaavat luvut painotuotteiden osalta olivat: esitys dataprojektorilla 90 %, sähköpostijakelu 68 % ja intranetjakelu 60 %.

### Rekisteröitymistä vaativa (maksuton) internetaineisto

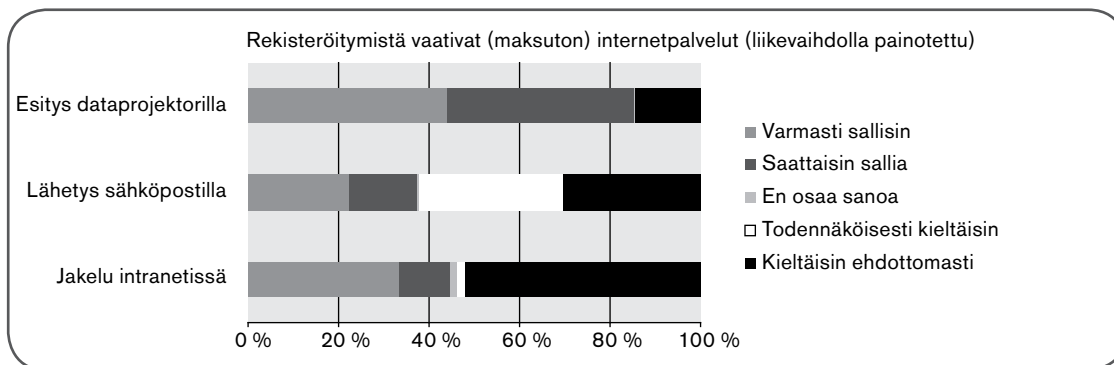
Vastaajista 41 julkaisi aineistoja rekisteröitymistä vaativilla (maksuton) internetsivuilla. Näille vastaajille esitettiin samat kysymykset kuin edellä painotuotteiden ja maksullisen internetaineiston osalta. Vastaukset on esitetty seuraavassa kuvassa.



**Kuva 8.** Rekisteröitymistä vaativa (maksuton) internet

Vastaajat olivat hieman halukkaampia myöntämään käyttölupia sellaisen aineiston käyttöön, joka on julkaistu rekisteröitymistä vaativilla internetsivuilla kuin maksullisilla internetsivuilla tai painotuotteena. Yli 90 % vastaajista saattaisi tai varmasti myöntäisi luvan aineiston kopiointiin ja esittämiseen dataprojektorilla. Vastaavasti 71 % vastaajista saattaisi tai varmasti myöntäisi luvan sähköpostijakeluun ja 73 % intranetjakeluun.

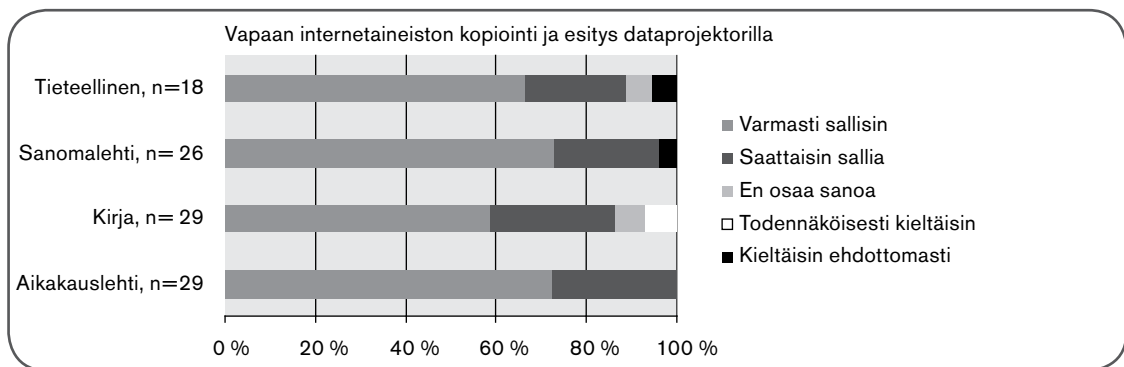
Kun tuloksia tarkastellaan liikevaihdolla painotetuilla osuuksilla, on halukkuus lupa-järjestelyihin pienempää, kuten aiempien julkaisumuotojenkin osalta. Rekisteröitymistä vaativien internetpalveluiden osalta halukkuus lupamuodon ”esitys dataprojektorilla” järjestämiseen ei liikevaihdolla painotetussa tuloksissa juurikaan eroa painottamattomista tuloksista.



**Kuva 9.** Liikevaihdolla painotetut osuudet, rekisteröitymistä vaativat (maksuton) internet

## Vapaa internet

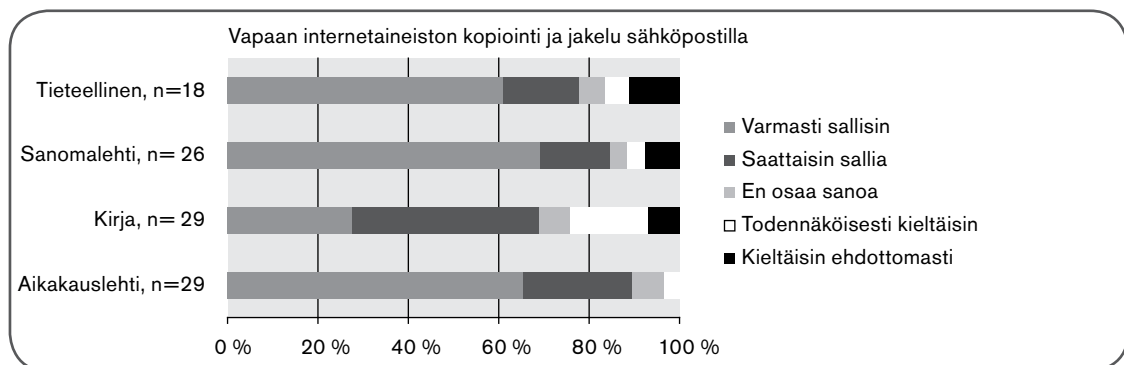
Vastaajista yhteensä 102 julkaisee aineistoja vapailla internetsivuilla. Vastaajien halukkuus myöntää käyttölupia vapaasti internetissä julkaistujen aineistojen käyttöön on esitetty seuraavissa taulukoissa. Tulokset käydään läpi kustannusalatoimialoittain.



**Kuva 10.** Vapaan internetaineiston kopiointi ja esitys dataprojektorilla

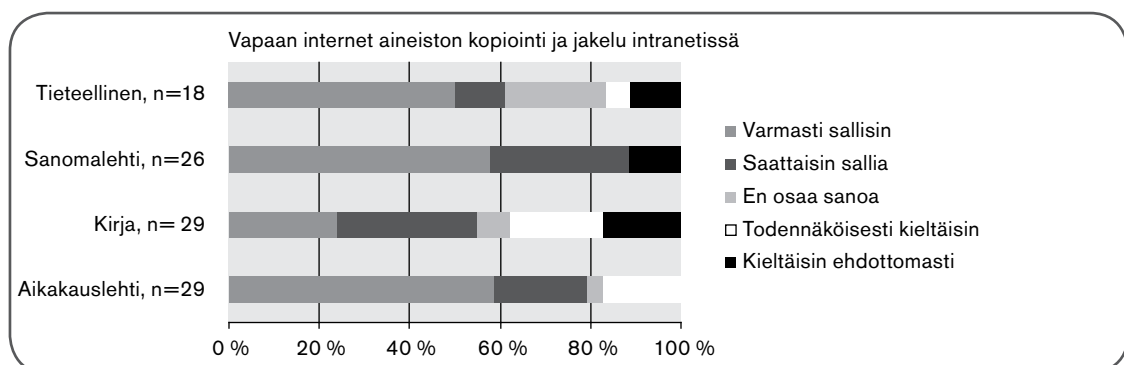
Kustantajat suhtautuvat erittäin myönteisesti näiden käyttö lupien myöntämiseen. Vain muutama vastaaja kieltäisi todennäköisesti tai varmasti käytön.

Yli 80% vastaajista saattaisi myöntää tai varmasti myöntäisi luvan sähköpostijakeluun vapailta internetsivuilta kopioituun aineistoon, kuten seuraavassa kuvassa on esitetty. Kirjakustantajat ovat hieman kriittisempiä suhtautumisessaan lupien myöntämiseen.



**Kuva 11.** Vapaan internetaineiston kopiointi ja jakelu sähköpostilla

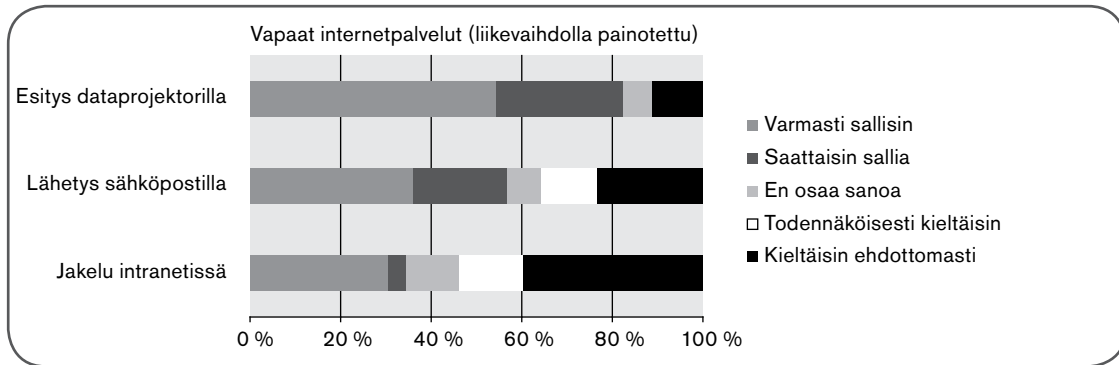
Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin halukkuutta myöntää lupia kopioidun aineiston jakeluun intranetissä.



**Kuva 12.** Vapaan internetaineiston kopiointi ja jakelu intranetissä

Vastaajat ovat hieman kriittisempiä intranetjakeluun kuin suhtautumisessaan sähköpostijakeluun. Keskimäärin kuitenkin 72 % vastaajista saattaisi myöntää tai varmasti myöntäisi käyttöluvan intranetjakeluun vapaasti internetsivuilla julkaistulle aineistolle. Kirjakustantajat ovat vähiten halukkaita myöntämään näitä käyttö lupia.

Viimeiseksi tuloksia tarkasteltiin painottaen vastauksia yritysten liikevaihdolla. Myös vapaiden internetpalveluiden osalta halukkuus lupajärjestelyihin on pienempää isojen yritysten kohdalla.



**Kuva 13.** Liikevaihdolla painotetut osuudet, vapaan internetaineiston kopiointi ja jakelu

### Avoimet kommentit edellisiin kysymyksiin

Vastaajat saivat myös vapaasti kommentoida edellä esitettyihin kysymyksiin antamia vastauksia. Alle puolet vastaajista kommentoi vastauksiaan. Kommenttien pääviestit olivat jakautuneet oheisen taulukon mukaisesti. Vastaukset avoimiin kysymyksiin löytyvät listattuna kokonaisuudessaan tutkimuksen liitteistä.

**Taulukko 14.** Avointen kommenttien pääviesti.

	Aikakauslehti	Kirja	Sanomalehti	Tieteellinen aineisto	Yhteensä
Oppilaitoskäyttö toimii julkaisun markkinointina	6	1	5	-	12
Organisaation toiminta yleishyödyllistä, jolloin laaja käyttö suotavaa	5	1	-	7	13
Käytön voisi sallia sopivia ehtoja/ korvausta vastaan	3	5	4	5	17
Käyttö tulee kieltää	-	3	-	-	3
Vastaajia kysymykseen/ vastaajia yleensä	14 / 37	10 / 41	9 / 35	12 / 24	45

Useissa avoimissa kommentteissa oppilaitoskopiointiin suhtauduttiin positiivisesti, koska sen katsottiin olevan osa organisaation yleishyödyllistä toimintaa tai lisäävän markkinointia/ tunnettuutta.

### Yleishyödyllinen toiminta

"Tieteellisen tiedon leviäminen on sinänsä tärkeää, siksi kopiointi kohtuudella on ok."

"On tärkeää saada julkaisuumme tutuksi alan opiskelijoille ala riippumattoman hyötytiedon levittäjänä ja tutkimustiedon seulojana."

## Osa markkinointia

"Katson, että oppilaitoskopiointissa on tulevaisuuden pr:n tekeminen"

" Käyttö lisää aiheen kiinnostavuutta nuorten keskuudessa. Samalla kasvaa myös potentiaalisten tulevaisuuden asiakkaiden määrä."

Useissa kommentteissa myös korostettiin kohtuullisen korvauksen ja selkeästi rajattujen ehtojen tärkeyttä.

"Kieltäisin ilmaisen kopiointin, koska se jonkin verran vähentäisi tulojamme ja tuloja tarvitaan, jotta kykenemme tuottamaan uutta tietoaaineistoa."

"Oppilaitosten akuutti ja muuttuva oppimistilanne suorastaan vaatii toisinaan nopeita päätöksiä kopiointista. Siksi ne tulisi sallia kohtuullisin, mutta samalla selkeästi rajatuin ehdoin."

Vain harvassa kommentissa puolustettiin kopiointin kieltämistä:

"Saattaisin joutua kieltämään mikäli käytetty sisältö on ulkopuolisen tahon, jota koskee erilliset säädökset."

" Kieltäisin laajemman oppilaitoskopiointin ja jakelun intranetissä senkin takia, että kustantajana velvollisuuteni on valvoa myös tekijöidemme etua ja juridisia oikeuksia."

## 3.4 Oppilaitoskopiointin merkitys omalle kustannustoiminnalle

Tutkimuksen lopussa vastaajia pyydettiin kommentoimaan oppilaitoskopiointin merkitystä omalle kustannustoiminnalleen. Yhteensä 70 vastaajaa 137:sta antoi kommenttinsa. Kommenttien pääviestien sisällöt olivat oheisen taulukon mukaisia. Avoimet kommentit löytyvät kokonaisuudessaan tutkimuksen liitteestä.

**Taulukko 15.** Avointen kommenttien pääviesti kysymykseen, mikä on oppilaitoskopiointin merkitys omalle kustannustoiminnalle.

	Aikakauslehti	Kirja	Sanomalehti	Tieteellinen aineisto	Yhteensä
<b>Vaikutus positiivinen omalle kustannustoiminnalle</b>	6	1	4	2	13
<b>Vaikutus vähäinen omalle kustannustoiminnalle</b>	9	8	11	7	35
<b>Kopiointilla negatiivinen vaikutus omalle kustannustoiminnalle</b>	2	7	1	1	11
<b>Ei osaa sanoa</b>	2	4	1	4	11
<b>Vastaajia kysymykseen/ vastaajia yleensä</b>	19 / 37	20 / 41	17 / 35	14 / 24	

Useat vastaajat kokivat kopiointin merkityksen vähäiseksi:

"Ei käytännön merkitystä"

"Taloudellisessa mielessä merkityksetön."

Erityisesti lehtikustantajista useat kokivat kopioinnin merkityksen myönteiseksi omalle kustannustoiminnalle:

"Toimitamme lehdestä pyydettyinä pdf:t opettajille ja opinnäytetyöntekijöille. Se on osa yleishyödyllistä toimintaamme."

"Yleensä molemmille osapuolille hyödyllistä toimintaa – oppilaitosyhteistyö kasvattaa lehdelle tulevia lukijoita/ tilaajia."

Muutamasta vastaajasta pitivät kopioinnin merkitystä huomattavana ja se koettiin uhaksi aineistojen myynnille. Erityisesti kirjakustantajille oppilaitoskopiointin merkitys on suuri.

"Oppikirjojen käytettävien kirjojen kopiointi lopettaa oppilaitosmyynnin kokonaan."

"Merkitys on huomattava, sillä teemme varta vasten oppikirjoja opiskelijoille."

Muutamassa kommentissa huomioitiin, että kopiointiluvat voidaan järjestää, jos kopiointista maksetaan kohtuullinen korvaus. Muutamasta tosin kommentoivat, että vaikka kopiointilupa valokopiointiin on Kopioston toimesta järjestetty ja siitä peritään korvaus, eivät he ole koskaan näitä korvauksia saaneet.

"Huhupuheista tiedämme, että alan opetuksessa ja opinnäytetöitä varten sumeilematta kopioivat artikkelitamme. Me emme kostu siitä mitään – harmittaa! Kopioston kautta emme ole koskaan saaneet mitään."

# 4 Digitaalisen kopioinnin lupavaihtoehtojen houkuttelevuus

Seuraavassa kappaleessa esitellään tutkimuksen toisen tutkimusosion tulokset.

## 4.1 Vastaajien taustatiedot

Tutkimuksen toiseen osioon osallistui yhteensä 67 vastaajaa. Conjoint-kyselyt oli jaettu neljään eri osioon: painotuotteet, maksullinen internet, rekisteröitymistä vaativa (maksuton) internet ja vapaa internet. Jokainen vastaaja vastasi yhteen tai kahteen conjoint-kyselyyn sen mukaan, mitä julkaisumuotoja he käyttävät. Lisäksi kaikki vastaajat vastasivat taustatietokysymyksiin. Vastausprosentti oli noin 50 %. Vastaajat jakautuivat eri kustannusaloille alla olevan taulukon mukaisesti.

**Taulukko 16.** Vastaajien jakautuminen kustannusaloille, tutkimuksen osat 2 ja 3.

Kustannusala	Vastaajia, tutkimuksen osa 2	Vastaajia, tutkimuksen osa 1	Kustantajien arvioitu kokonaismäärä *
Aikakauslehtien kustantaminen	22	37	515
Kirjojen kustantaminen	20	41	300
Sanomalehtien kustantaminen	12	35	348
Tieteellisten julkaisujen kustantaminen	13	24	81
<b>Kaikki</b>	<b>67</b>	<b>137</b>	<b>1244</b>

\* Lähde: fonecta finder B to B.

Seuraavissa taulukoissa on esitetty vastaajien jakautuminen eri liikevaihtoluokkiin ja työntekijäluokkiin.

**Taulukko 17.** Vastaajien edustamien yritysten jakautuminen eri liikevaihtoluokkiin, tutkimuksen osat 2 ja 3.

Liikevaihto	Vastaajia, tutkimuksen osa 3	Vastaajia, tutkimuksen osa 2	Toimialan yritysten jakautuminen liikevaihtoluokkiin *
1 000–39 000 euroa	7	14	22 %
40 000–99 999	9	14	38 %
100 000–399 999	11	26	10 %
400 000–1 999 999	19	39	14 %
2 000 000–9 999 999	5	14	6 %
10 000 000–39 999 999	6	16	5 %
40 000 000–199 999 999	5	7	2 %
200 000 000 euroa tai enemmän	4	7	3 %
<b>Kaikki</b>	<b>66</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>

\*Lähde: Fonecta Pro Finder

**Taulukko 18.** Vastaajien edustamien organisaatioiden jakautuminen eri henkilöstöluokkiin, tutkimuksen osat 2 ja 3.

Henkilöstöluokka	Vastaajia	Vastaajia	Toimialan yritysten jakautuminen henkilöstöluokkiin *
1–4 henkilöä	29	53	69 %
5–9	13	29	14 %
10–19	8	19	7 %
20–49	3	11	4 %
50–99	2	5	3 %
100–249	5	9	2 %
250–499	3	3	1 %
500–999	2	4	0 %
1000 henkilöä tai enemmän	1	4	0 %
<b>Kaikki</b>	<b>37</b>	<b>137</b>	<b>100 %</b>

\* Lähde: Fonecta Pro Finder

## 4.2 Kopiointirajoitukset

Vaihtoehtoiset kopiointirajoitukset olivat:

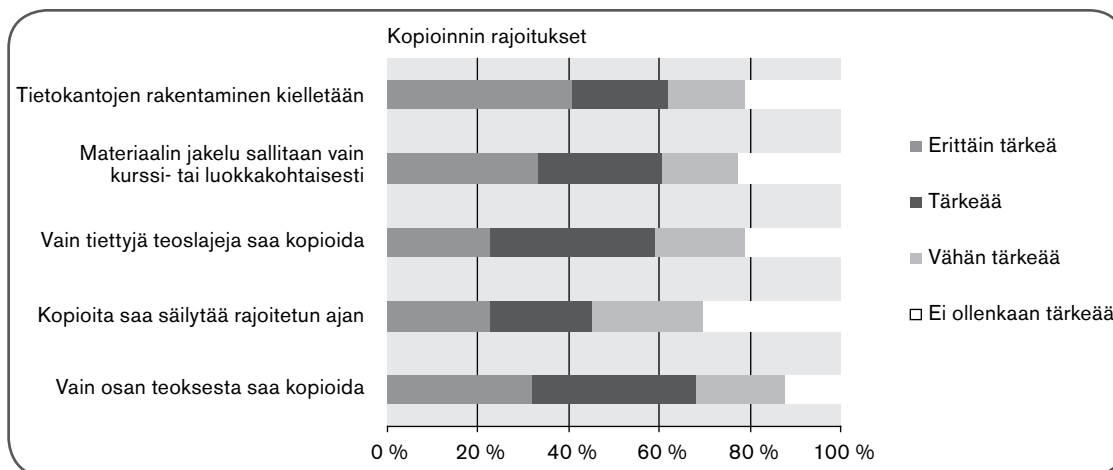
- vain osan teoksesta saa kopioida, esim. valokopioinnin osalta on sovittu, että teoksesta saa kopioida enintään 20 sivua
- kopiota saa säilyttää rajoitetun ajan, esim. 1kk tai vuoden
- vain tiettyjä teoslajeja saa kopioida, esim. jonkin teoslajin kopiointi kielletään kuten valokopioinnissa työ- ja harjoituskirjojen kopiointi on kielletty
- materiaalin jakelu sallitaan vain kurssi- tai luokkakohtaisesti, esim. vain salasanan saaneet henkilöt voivat selailla materiaalia
- tietokantojen rakentaminen kielletään, esim. arkistot



Vastaajia pyydettiin arvioimaan eri kopiointirajoitusten tärkeyttä asteikolla 1–4, jossa:

- 1 = Erittäin tärkeä
- 2 = Tärkeä
- 3 = Vähän tärkeä
- 4 = Ei ollenkaan tärkeä

Tulokset on esitetty seuraavassa kuvassa.



**Kuva 14.** Kopiointirajoitusten tärkeys.

Kopiointirajoituksista tärkein on ”kokorajoitus”. Noin 70 % vastaajista piti kokorajoitusta erittäin tärkeänä tai tärkeänä. Yli puolet vastaajista piti myös rajoituksia ”vain tiettyä teoslajia saa kopioida”, ”materiaalin jakelu sallitaan vain kurssi- tai luokkakohtaisesti” ja ”tietokantojen rakentaminen kielletään” erittäin tärkeänä tai tärkeänä. Kopion säilyttämisen aikarajoitusta pidettiin vähiten tärkeänä kopioinnin rajoituksena.

Vastaajia pyydettiin myös arvioimaan, mikä olisi sopiva kokorajoitus teosten digitaaliseen kopiointiin. Tulokset on esitetty seuraavassa taulukossa.

**Taulukko 19.** Arviot sopivasta kokorajoituksesta.

Kokorajoitus	Vastaajia	% vastaajista
1–3 % teoksesta	8	12 %
4–10 % teoksesta	19	29 %
11–20 % teoksesta	15	23 %
21–40 % teoksesta	6	9 %
yli 40 % teoksesta	4	6 %
Ei kokorajoitusta	14	21 %
<b>Vastaajia yhteensä</b>	<b>66</b>	<b>100 %</b>

Suurinta kannatusta saivat kokoluokat 4–10 % teoksesta (29 % vastaajista) ja 11–20 % teoksesta (23 % vastaajista). 21 % vastaajista oli sitä mieltä, että kokorajoitusta ei tarvita.

Vertailtaessa erikokoisten kustantajien arviota sopivasta kokorajoituksesta nähdään, että yritykset, joiden liikevaihto on yli 200 miljoonaa euroa suosivat tiukempia kokorajoi-

tuksia enemmän kuin muut kustantajat. Seuraavassa taulukossa on esitetty tulokset liikevaihtoluokittain.

**Taulukko 20.** Arviot sopivasta kokorajoituksesta yritysten liikevaihtoluokittain

Liikevaihto (000) euroa	1–39 euroa	40–99	100–399	400–1 999	2 000–9 999	10 000–9 999	40 000–199 999	200 000 euroa tai enemmän
1–3 % teoksesta	0 %	0 %	18 %	11 %	20 %	17 %	0 %	60 %
4–10 % teoksesta	14 %	33 %	27 %	26 %	40 %	33 %	40 %	20 %
11–20 % teoksesta	0 %	33 %	18 %	32 %	40 %	0 %	20 %	20 %
21–40 % teoksesta	29 %	22 %	0 %	5 %	0 %	0 %	20 %	0 %
yli 40 % teoksesta	29 %	0 %	9 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Ei kokorajoitusta	29 %	11 %	27 %	21 %	0 %	50 %	20 %	0 %
Vastaajia yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Seuraavaksi vastaajia pyydettiin arvioimaan sopivaa aikarajoitusta. Suurin osa vastaajista arvioi, että aikarajoitusta ei tarvita (29 %). Lukukauden mittainen aikarajoite oli 21 % mielestä sopivin.

**Taulukko 21.** Arvio sopivasta aikarajoituksesta.

Aikarajoitus	Vastaajia	% vastaajista
1 viikko	3	5 %
2 viikkoa	6	9 %
1 kuukausi	10	15 %
2 kuukautta	5	8 %
Lukukausi	14	21 %
lukuvuosi	9	14 %
Ei aikarajoitusta	19	29 %
Vastaajia yhteensä	66	100 %

Seuraavassa taulukossa on esitetty arviot aikarajoituksista liikevaihtoluokittain.

**Taulukko 22.** Arviot sopivasta aikarajoituksesta yritysten liikevaihtoluokittain

Liikevaihto (000) euroa	1–39 euroa	40–99	100–399	400–1999	2 000–9 999	10 000–39 999	40 000–199 999	200 000 euroa tai enemmän
1 viikko	0 %	0 %	0 %	11 %	20 %	0 %	0 %	0 %
2 viikkoa	0 %	11 %	9 %	11 %	20 %	0 %	0 %	20 %
1 kuukausi	14 %	0 %	9 %	21 %	0 %	33 %	20 %	20 %
2 kuukautta	0 %	11 %	9 %	5 %	20 %	17 %	0 %	0 %
Lukukausi	0 %	56 %	27 %	16 %	0 %	0 %	20 %	60 %
lukuvuosi	29 %	11 %	9 %	16 %	20 %	0 %	20 %	0 %
Ei aikarajoitusta	57 %	11 %	36 %	21 %	20 %	50 %	40 %	0 %
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

### 4.3 Painotuotteiden skannaus

Ensimmäisessä conjoint-osiossa vastaajia pyydettiin arvioimaan eri lupavaihtoehtoja houkuttelevuutta painotuotteen skannaamiselle. Tähän osioon osallistui 45 vastaajaa.

Conjoint-vastauksia voidaan tarkastella simulaatioiden avulla. Ensimmäiseksi tarkasteltiin eri ominaisuuksien keskimääräistä tärkeyttä valintatilanteessa. Tutkitut ominaisuudet olivat: kopion jakelu, lupajärjestely ja hinta. Tulokset on esitetty seuraavassa kuvassa.



**Kuva 15.** Painotuote, ominaisuuksien keskimääräinen tärkeys.

Ominaisuuksista tärkeimpänä pidettiin lupajärjestelyä (yli 50 %). Toiseksi tärkein ominaisuus oli kopion jakelu (yli 30 %) ja vähiten tärkein ominaisuus oli hinta.

Seuraavaksi simulaatioiden avulla voidaan tarkastella eri ominaisuuksia tarkemmin. Simulaattori laskee markkinaosuuksia erilaisille käyttäjän määrittelemille kokonaisuuksille. Markkinaosuusluku kertoo, kuinka suuri osa vastaajista valitsisi kunkin ominaisuuden tason. Simuloinneissa vaihdellaan tutkittavan ominaisuuden tasoja muiden ominaisuuksien pysyessä muuttumattomina.

Taulukossa 23 on esitetty markkinaosuudet eri kopion jakelutavoille, eli eri jakelutapojen houkuttelevuus.

**Taulukko 23.** Painotuote, kopion eri jakelutapojen houkuttelevuus

	Osuus	Keskihajonta
<b>Kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä; esitys dataprojektorilla ja jakelu tulosteena</b>	58 %	5,0
<b>Sähköpostijakelu luokalle</b>	19 %	3,0
<b>Intranetjakelu luokalle</b>	23 %	3,5
<b>Yhteensä</b>	100 %	

Vastaajat pitivät parhaana jakelutapaa ”kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä” (58 %). Seuraavaksi houkuttelevin oli intranetjakelu ja vähiten houkutteleva sähköpostijakelu.

Samanlainen simulaatio tehtiin myös eri lupajärjestelyvaihtoehdoille ja tulokset on esitetty seuraavassa taulukossa.

**Taulukko 24.** Painotuote, eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus

	Osuus	Keskihajonta
<b>Kustantaja itse</b>	22 %	4,7
<b>Kaupallinen toimija</b>	11 %	2,9
<b>Tekijänoikeusjärjestö, yksittäislupa</b>	19 %	3,2
<b>Tekijänoikeusjärjestö, yleislupa</b>	48 %	5,4
<b>Yhteensä</b>	100 %	

Kustantaja voi myöntää aineistojen kopiointiluvat itse tai ulkoistaa lupien myöntämisen esimerkiksi tekijänoikeusjärjestölle, muulle järjestölle tai kaupalliselle toimijalle.

#### Yksittäislupa:

- Kustantaja päättää yksittäin sen mitä teoksia antaa luvan piiriin ja määrittelee jokaiselle teokselle erikseen kopiointiehdot (esim. hinta).
- Opettaja hankkii luvan erikseen tietyn teoksen käyttöön ja kopiointiin joko kopiointikerroittain tai määrääjäksi.
- Yksittäisluvan voi myöntää kaupallinen toimija (yritys tai järjestö) tai tekijänoikeusjärjestö.

#### Yleislupa:

- Kustantaja päättää aineistoryhmittäin mitä teoksia lupa kattaa. Kustantaja päättää yhdessä muiden kustantajien kanssa luvan ehdoista.
- Yleislupa on opettajalle helppo tapa hankkia kopiointiluvat aineistoryhmittäin sovituksi määrääjäksi.
- Yleisluvan voi myöntää vain tekijänoikeusjärjestö.

Lupajärjestelyvaihtoehdoista houkuttelevin oli vaihtoehto tekijänoikeusjärjestön tarjoama yleislupa (47,9 %). Tekijänoikeusjärjestön tarjoaman yksittäisluvan osuus oli 18,9 %. Vähiten houkutteleva lupajärjestely oli kaupallisen toimijan järjestämä lupa.

Vastaajilla oli aina myös mahdollisuus valita vaihtoehto ”En sallisi julkaisujemme kopiointia näillä ehdoilla”. Tätä vaihtoehtoa ei valittu juuri koskaan. Sen hyötykeskiarvo

oli -60. Hyötykeskiarvo on luku, jonka keskiarvo on 0. Tämä siis tarkoittaa, että kun vaihtoehdon ”En sallisi julkaisujemme kopiointia näillä ehdoilla” hyöty sai arvon -60, muiden vaihtoehtojen hyödyt saivat yhteensä arvon + 60.

#### 4.4 Maksullinen internet

15 vastaajaa osallistui osioon, jossa pyydettiin arvioimaan eri lupavaihtoehtojen houkuttelevuutta maksullisen internetin käytön osalta. Tuloksia analysoitiin samaan tapaan kuin painotuotteiden lupavaihtoehtojen houkuttelevuuksien tuloksia.

Ensimmäiseksi arvioitiin eri ominaisuuksien tärkeyttä suhteessa toisiinsa. Tulokset on esitetty seuraavassa kuvassa.



**Kuva 16.** Maksullinen internet, ominaisuuksien keskimääräinen tärkeys.

Myös maksullisen internetin osalta lupajärjestely oli tärkein ominaisuus (yli 60 %), seuraavaksi tärkein oli kopion jakelu ja hinta vähiten tärkeä ominaisuus.

Ominaisuuksien tarkemmissa simulaatioissa sen sijaan oli eroja verrattuna painotuotteiden vastaaviin tuloksiin. Taulukossa 25 tarkastellaan ensin eri jakelutapojen houkuttelevuutta.

**Taulukko 25.** Maksullinen internet, kopion eri jakelutapojen houkuttelevuus

	Osuus	Keskihajonta
<b>Kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä; esitys dataprojektorilla ja jakelu tulosteena</b>	77	7,3
<b>Sähköpostijakelu luokalle</b>	11	5,1
<b>Intranetjakelu luokalle</b>	12	5,8
<b>Yhteensä</b>	100	

Myös maksullisen internetin osalta houkuttelevin jakelutapa on ”kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä”. Vaihtoehdot ”sähköpostijakelu” ja ”intranetjakelu” ovat vähemmän houkuttelevia vaihtoehtoja maksullisilla internetsivuilla julkaistun aineiston osalta kuin skannattujen painotuotteiden. Sähköpostijakelun markkinaosuus maksullisen internetineiston osalta oli 10,6 %, kun se oli skannatun painotuotteen osalta 18,9 %. Myös intranetjakelu oli vähemmän houkutteleva; maksullinen internet 12,2 % ja skannattu painotuote 23 %.

Lupajärjestelyiden osalta eri vaihtoehtojen houkuttelevuudessa oli myös eroja, kuten on esitetty seuraavassa taulukossa.

**Taulukko 26.** Maksullinen internet, eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus

	Osuus	Keskihajonta
Kustantaja itse	48	12,4
Kaupallinen toimija	1	0,5
Tekijänoikeusjärjestö, yksittäislupa	25	9,3
Tekijänoikeusjärjestö, yleislupa	27	9,5
Yhteensä	100	

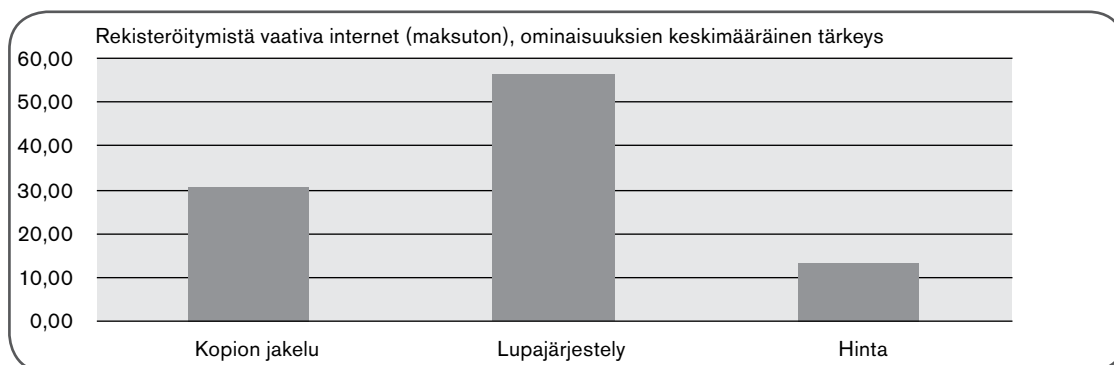
Maksullisen internetaineiston osalta houkuttelevin lupajärjestelyvaihtoehto on ”kustantaja itse” 47,6 %.

Myös tutkimuksen tässä osiossa vastaajilla oli mahdollisuus valita vaihtoehto ”En sallisi julkaisujemme kopiointia näillä ehdoilla”. Maksullisen internetaineiston osalta tämä vaihtoehto valittiin varsin usein ja sen hyötykeskiarvo oli +39,7. Vastaava luku painotuotteiden osalta oli -60.

#### 4.5 Rekisteröitymistä vaativat internet-palvelut

Kolmas conjoint-kysely koski rekisteröitymistä vaativassa internet-palvelussa julkaistun aineiston eri lupavaihtoehtojen houkuttelevuutta. Tähän osioon osallistui 15 vastaajaa.

Myös tässä osiossa analysoitiin ensin eri ominaisuuksien keskinäistä tärkeyttä.



**Kuva 17.** Rekisteröitymistä vaativa internet (maksuton), ominaisuuksien keskimääräinen tärkeys.

Ominaisuuksien tärkeys pysyi samassa järjestyksessä kuin painotuotteiden ja maksullisen internetaineiston kohdalla.

Seuraavaksi tarkasteltiin eri kopion jakelutapojen houkuttelevuutta simulaatioiden avulla.

**Taulukko 27.** Rekisteröitymistä vaativa internet, kopion eri jakelutapojen houkuttelevuus

	Osuus	Keskihajonta
Kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä; esitys dataprojektorilla ja jakelu tulosteena	37	9,5
Sähköpostijakelu luokalle	41	10,9
Intranetjakelu luokalle	22	7,7
Yhteensä	100	

Rekisteröitymistä vaativien internet-palveluiden osalta hajonta eri jakelutapojen suhteen oli suurempaa. ”Sähköpostijakelu” ja ”kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä” olivat molemmat yhtä houkuttelevia lupavaihtoehtoja (sähköpostijakelu 41 % ja osana omaa esitystä 37 %).

**Taulukko 28.** Rekisteröitymistä vaativa internet, eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus

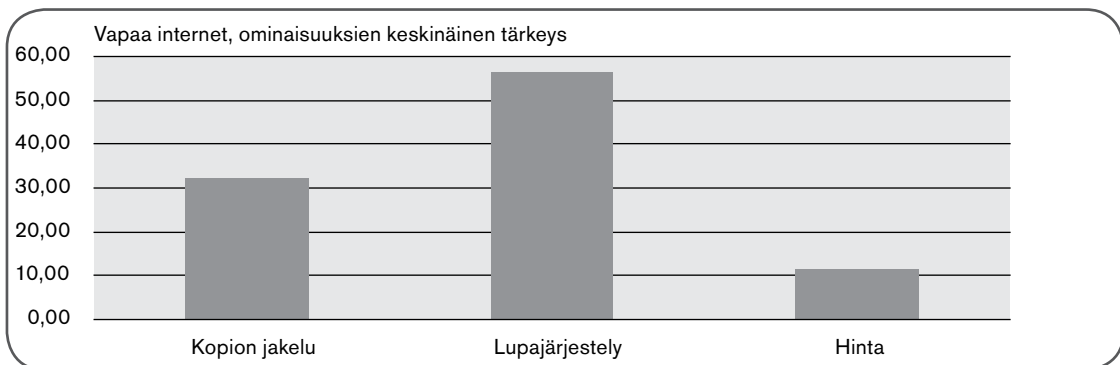
	Osuus	Keskihajonta
Kustantaja itse	17	8,5
Kaupallinen toimija	4	1,9
Tekijänoikeusjärjestö, yksittäislupa	10	4,9
Tekijänoikeusjärjestö, yleislupa	68	10,1
Yhteensä	100	

Eri lupajärjestelyistä tekijänoikeusjärjestön tarjoama yleislupa oli houkuttelevin (68,4 %). ”En sallisi julkaisujemme kopiointia näillä ehdoilla” sai hyötykeskiarvon -46,8, mikä tarkoittaa, että tätä vaihtoehtoa ei juuri valittu.

## 4.6 Vapaa internet

Viimeinen conjoint-kysely koski vapaasti internetissä julkaistua aineistoa. Vastaaajia tässä osiossa oli 44.

Ominaisuuksien keskimääräinen tärkeys on vapaan internetaineiston osalta sama kuin muidenkin julkaisumuotojen osalta, kuten seuraavassa kuvassa on esitetty.



**Kuva 18.** Vapaa internet, ominaisuuksien keskimääräinen tärkeys.

Eri jakelutapojen houkuttelevuutta simuloitaessa hajonta on suurempaa kuin esim. maksullisen internetaineiston osalta.

Eri jakelutapojen houkuttelevuus on kuvattu seuraavassa taulukossa.

**Taulukko 29.** Vapaa internet, kopion eri jakelutapojen houkuttelevuus

	Osuus	Keskihajonta
Kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä; esitys dataprojektorilla ja jakelu tulosteena	48	5,9
Sähköpostijakelu luokalle	16	4,1
Intranetjakelu luokalle	36	5,4
<b>Yhteensä</b>	<b>100</b>	

Vaihtoehdot ”kopion käyttö osana opettajan omaa esitystä” ja ”intranetjakelu” ovat lähes yhtä houkuttelevia.

Näyttää siltä, että sähköpostijakelun ja intranetjakelun osalta mielipiteet vastaajien keskuudessa vaihtelevat suuresti. Vastaajista löytyy ryhmä ihmisiä, jotka pitävät intranetjakelua houkuttelevana ja he eivät taas pidä sähköpostijakelusta. Vastaavasti toinen ryhmä pitää sähköpostijakelua houkuttelevana ja intranetjakelua taas enemmän vahingollisena.

**Taulukko 30.** Vapaa internet, eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus

	Osuus	Keskihajonta
Kustantaja itse	12	4,1
Kaupallinen toimija	10	3,7
Tekijänoikeusjärjestö, yksittäislupa	18	4,3
Tekijänoikeusjärjestö, yleislupa	60	5,9
<b>Yhteensä</b>	<b>100</b>	

Myös vapaasti internetissä julkaistavan aineiston osalta tekijänoikeusjärjestön tarjoama yleislupa on houkuttelevin lupajärjestelyvaihtoehto.



# 5 Yhteenvedo ja johtopäätökset

Seuraavassa kappaleessa esitellään yhteenvedo tämän ja opetusministeriön ja Kopioston aiemmin tekemän tutkimuksen tuloksista (Digitaalisen kopioinnin käyttötarpeet oppilaitoksissa, opetusministeriön julkaisusarja 2006:12). Lisäksi kappaleessa pohditaan tulosten johtopäätöksiä.

## 5.1 Yhteenvedo tutkimuksen tuloksista

Oppilaitosten tekijänoikeuskysymykset ovat tärkeitä kaikille kustannusalan alatoimialoille (kirja-, aikakauslehti-, sanomalehti- ja tieteellinen kustantaminen). Kirjoja ja tieteellistä aineistoa käytetään oppilaitoksissa paljon, joten yhteisten pelisääntöjen sopiminen on tärkeää näille kustantajille oppilaitosmarkkinan taloudellisen painoarvon takia. Aikakaus- ja sanomalehtikustantajille heidän aineistojensa käyttö ja käytön ehdot on merkittäviä näiden aineistojen tulevien kuluttajamarkkinoiden kannalta – tämän päivän oppilaat ovat huomisen kuluttajia.

Haastatteluissa muutamat kustantajat sanoivat pitävänsä sähköistä mediaa vielä kehittymättömänä. Median ja markkinoiden kehittymättömyys lisää epävarmuutta ja pelkoa hallitsemattomasta käytöstä.

### Eri markkinoiden ja julkaisumuotojen tärkeys

Tämän tutkimuksen tulosten mukaan erityisesti kirjakustantajille ja tieteellisen aineiston kustantajille oppilaitokset ovat taloudellisesti tärkeä markkina-alue. Oppilaitosmarkkinat ovat suhteellisesti tärkeämpiä suurille yrityksille kuin pienille kaikilla alatoimialoilla (liikevaihdolla mitattuna).

Muutamat kirjakustantajat kertoivat avoimissa vastauksissaan pitävänsä oppilaitoskopiointia riskinä, joka vähentää kirjojen myyntiä.

Tieteellisen aineistojen kustantajat kuitenkin suhtautuvat myönteisemmin oppilaitoskopiointiin, johtuen tieteellisten kustantajien erilaisista tavoitteista. Tieteelliset kustantajat ovat usein yleishyödyllisiä organisaatioita ja niiden tavoitteena on pikemmin aineistojen mahdollisimman laaja käyttö kuin välitön taloudellinen hyöty.

Avoimissa kommentteissa muutamat lehtikustantajat näkivät oppilaitoskopioinnin myös edistävän kustantajan tavoitteita. Lehden käytön kouluissa nähtiin toimivan myös lehden markkinointina ja oppilaat tulevaisuuden potentiaalisina asiakkaina.

Tutkimuksessa selvitettiin myös, mikä on tärkein julkaisumuoto kustantajille. Eri

julkaisumuodoista kustantajat pitävät tärkeimpinä painotuotetta. Internetissä aineistoja voi julkaista kolmella eri tapaa: 1. vapaasti kaikkien selattavaksi, 2. rekisteröityneiden asiakkaiden selattavaksi ja 3. erillistä maksua vastaan. Näistä internetin julkaisumuodoista kustantajat pitivät tärkeimpänä vapaasti käytettävissä olevia internetpalveluita. Tarkemmat tulokset on esitetty seuraavassa taulukossa.

**Taulukko 31.** Eri julkaisumuotojen tärkeys kustantajille

	Painotuote	Maksulliset internetsivut	Rekisteröitymistä vaativa internetsivut	Vapaasti käytettävä internetpalvelut	Yhteensä
Aikakauslehtien kustantaminen	82	3	3	12	100
Kirjojen kustantaminen	85	4	2	8	100
Sanomalehtien kustantaminen	85	2	3	10	100
Tieteellisten julkaisujen kustantaminen	78	6	3	13	100
<b>Kaikki</b>	<b>82</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

### Kustantajien valmius digitaalisten käyttöilupien myöntämiseen

Kustantajilta kysyttiin heidän halukkuuttaan myöntää aineistojen käyttöilupia eri julkaisumuodoille ja eri käyttötavoille.

### Valmius käyttöilupien myöntämiseen

Seuraavassa taulukossa on esitetty, kuinka suuri osa vastaajista sallisi varmasti tai saattaisi sallia kyseisen julkaisumuodon käytön eri käyttötavoilla. Tässä vaiheessa kopiointilupaa ei tarkemmin määritely, vaan vastaajia pyydettiin arvioimaan miten he suhtautuisivat käyttöilupien myöntämiseen, jos lupaehdot ovat heille sopivat. Jatkossa tulevien kysymysten tarkoituksena oli selvittää tarkemmin millä ehdoilla vastaajat olisivat halukkaita lupia järjestämään.

**Taulukko 32.** Kustantajien halukkuus myöntää aineistojensa käyttöilupia.

	Painotuote	Maksulliset internetsivut	Rekisteröitymistä vaativa internetsivut	Vapaasti käytettävä internetpalvelut
Esitys dataprojektorilla	90 %	83 %	90 %	93 %
Sähköpostijakelu	68 %	53 %	71 %	80 %
Intranetjakelu	60 %	61 %	73 %	72 %

Kustantajat olivat kaikkien julkaisumuotojen kohdalla halukkaita myöntämään lupia aineistojen esittämiseen dataprojektorilla. Kaikkein positiivisinta on suhtautuminen vapaasti internetissä julkaistun aineiston osalta kaikkiin käyttötapoihin. Maksullisten internetpalveluiden osalta kustantajat ovat taas vähiten halukkaita myöntämään käyttölu-  
pia.

## Tärkeimmät kriteerit luvan myöntämisessä

Kustantajilta kysyttiin julkaisujen käyttö lupiin liittyen kuinka he tärkeänä he pitävät julkaisujen käyttötapaan, julkaisujen lisensiointitapaan ja hintaan liittyviä kysymyksiä.

Lisensiointiehtojen kannalta tärkein kysymys on se, kuka lisensioinnin järjestää. Seuraavaksi tärkein ominaisuus oli käyttötapa ja hintaa pidettiin näihin kahteen muuhun kriteeriin verrattuna vähiten tärkeänä.

Mielipiteet parhaana pidetyn lupajärjestelyn osalta vaihtelevat julkaisumuodoittain kuten alla olevassa taulukossa on esitetty.

**Taulukko 33.** Eri lupajärjestelyiden houkuttelevuus julkaisumuodoittain.

	Painotuote	Maksulliset internetsivut	Rekisteröitymistä vaativa internetsivut	Vapaasti käytettävä internetpalvelut
Kustantaja itse	22 %	48 %	17 %	12 %
Kaupallinen toimija	11 %	1 %	4 %	10 %
Tekijänoikeusjärjestö, yksittäislupa	19 %	25 %	10 %	18 %
Tekijänoikeusjärjestö, yleislupa	48 %	27 %	68 %	60 %
Yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %

Tekijänoikeusjärjestön yleislupaa pidetään houkuttelevimpana erityisesti vapaiden ja rekisteröitymistä vaativien internetaineistojen osalta. Maksullisen internetaineiston osalta taas houkuttelevin oli kustantajien itse järjestämä lupa.

Hinnan merkitys oli vähäinen verrattuna siihen, kuinka tärkeänä vastaajat pitivät lupajärjestelijän ja käyttötavan valintaa. Vaikka suurin osa vastaajista edusti kaupallisesti toimivia kustantajia, näyttäisi siltä, että tekijänoikeuslupajärjestelyn valintaa ohjaavat enemmän muut tekijät kuin tekijänoikeuslupan hinta. Eräs syy hinnan vähäiseen merkitykseen voi olla se, että kustantajat eivät tunne kovin tarkasti nykyisiä tekijänoikeuslupajärjestelyjä. Muutamat vastaajat kommentoivat avoimissa vastauksissaan, että eivät tunne nykyisiä valokopioinnin korvausjärjestelyjä.

## Kopiointiehdot

Luvan sisällön kannalta tärkeintä on, että vain osan teoksesta saa kopioida. Yli puolet piti tärkeänä myös sitä, että tietokantojen rakentaminen kielletään, materiaalin jakelu sallitaan vain kurssi- tai luokkakohtaisesti ja vain tiettyjen teoslajien kopiointi sallitaan.

Yli 50 % vastaajista piti sopivana kokorajoituksen 4–20 % teoksesta.

## 5.2 Yhteenvedo opettajien tarvetutkimuksen tuloksista

Vuonna 2006 opetusministeriö ja Kopiosto tekivät tutkimuksen, jonka tavoitteena oli selvittää opettajien käyttötarpeita digitaalisen kopioinnin osalta. Tutkimukseen osallistui yhteensä 1 587 opettajaa eri kouluasteilta (peruskoulut ja lukiot, ammatillinen opetus sekä yliopistot ja korkeakoulut). Kyselyt tehtiin internetlomakkeella ja tulokset analysoitiin

conjoint-analyysillä. Tutkimusraportti julkaistiin opetusministeriön julkaisusarjassa numerolla 2006:12 ja se löytyy kokonaisuudessaan esim. opetusministeriön internet-sivuilta osoitteesta *www.minedu.fi*.

Opettajia pyydettiin arvioimaan, kuinka tärkeää heille on eri aineistojen käyttö opetuksessa. Vaihtoehtoisia aineistolajeja olivat painotuotteet, AV-aineisto sekä maksuton ja maksullinen internet-aineisto. Vastaajia pyydettiin jakamaan luku 100 näiden neljän aineistotyyppin kesken. Tulokset tähän kysymykseen on esitetty oheisessa taulukossa.

**Taulukko 34.** Eri aineistojen tärkeys opetuksessa.

	Painotuote	AV-aineisto	Vapaasti käytettävät internetpalvelut	Maksulliset internetsivut
Peruskoulu ja lukio	57	21	20	2
Ammatillinen oppilaitos	57	15	26	2
AMK	58	11	27	4
YO ja korkeakoulut	63	8	22	8
<b>Kaikki</b>	<b>58</b>	<b>16</b>	<b>23</b>	<b>3</b>

Lähde: Opetusministeriö, 2006:12, taulukko10, s. 24

Opetuksessa käytetään eniten painotuotteita (keskimäärin 58% käytetystä aineistosta) ja toiseksi eniten vapaasti internetissä tarjottuja palveluita (keskimäärin 23 % käytetystä aineistosta).

Aineistojen digitaaliset käyttötarpeet erosivat julkaisumuodoittain ja kouluasteittain. Ensimmäiseksi tarkastellaan opettajien käyttötarpeita sellaisen aineiston osalta, joka on julkaistu vapaasti internetissä.

Peruskouluissa ja lukioissa suurin kysyntä kohdistui aineiston tulostamiseen. Ylemmillä kouluasteilla, kuten yliopistoissa, korkeakouluissa ja ammattikorkeakouluissa, aineisto haluttiin mieluiten kopioida osaksi opettajan omaa esitysmateriaalia. Sähköposti- ja intranet-jakelua kohtaan suurimmat tarpeet ovat yliopistoilla ja korkeakouluilla.

**Taulukko 35.** Eri käyttötapojen markkinaosuudet kouluasteittain normaalihinnalla, vapaasti käytettävissä oleva internet.

	Peruskoulu ja lukio	Ammatillinen oppilaitos	AMK	YO ja korkeakoulut
Tulostus	54	48	34	36
Kopiointi PowerPointiin	34	35	42	42
Kopiointi ja jakelu verkossa	12	17	23	22
<b>Yhteensä</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Lähde: Opetusministeriö, 2006:12, taulukko 12, s. 27

Painotuotteiden ja maksullisten internetpalveluiden osalta opettajia pyydettiin arvioimaan eri käyttötapojen tärkeyttä, jos sama aineisto olisi saatavilla joko painotuotteena tai maksullisilla internetsivuilla.

**Taulukko 36.** Eri käyttötapojen markkinaosuudet normaali hinnalla, painotuotteet ja maksullinen internet.

	Peruskoulu ja lukio	Ammatillinen oppilaitos	AMK	YO ja korkeakoulut
Painotuotteiden käyttö				
Valokopiointi	38	30	21	23
Skannaus ja kopiointi esim. Power Pointiin	14	16	17	16
Skannaus ja jakelu verkossa	4	7	9	7
<b>Maksullisten internetpalveluiden käyttö</b>				
Tulostus	23	22	21	21
Kopiointi PowerPointiin	15	17	20	19
Kopiointi ja jakelu verkossa	5	8	13	15
Yhteensä	100	100	100	100

Lähde: Opetusministeriö, 2006:12, taulukko 17, s.34

Valokopiointiin ja tulostukseen on laajamittaista kysyntää kaikilla kouluasteilla. Molemmat käyttötavat sisältyvät nykyiseen valokopiointilupaan. Ammattikorkeakouluissa sekä yliopistoissa ja korkeakouluissa on myös yhtä laajamittaista kysyntää maksullisen internetaineiston kopiointiin Power Pointiin ja painotuotteiden skannaukselle Power Pointiin. Aineiston jakelulle verkossa on vähemmän kysyntää, mutta erityisesti ylemmillä kouluasteilla sekin on tarpeelliseksi koettu käyttötapa.

## 5.3 Johtopäätökset

Tutkimusten tuloksia voidaan hyödyntää suunniteltaessa uusia tekijänoikeusluparatkaisuja oppilaitoksille. Kustantajien halukkuus lisensoida digitaalista kopiointia riippuu julkaisu- muodosta, käyttötavasta ja siitä kuka lisensoinnin järjestäisi.

### 5.3.1 Käyttöluvat

Keskeisintä lienee suunnitella luparatkaisuja niille käyttöalueille, joihin opettajien suurin kiinnostus kohdistuu. 2006 tehdyn tutkimuksen mukaan opettajien suurin mielenkiinto kohdistuu painotuotteiden ja vapaasti internetissä julkaistujen aineistojen käyttöön. Tärkeimmät käyttötavat eroavat eri kouluasteittain. Kun peruskouluissa, lukiossa ja ammatillisissa oppilaitoksissa paperikopio valokopioimalla tai tulostamalla on hyödyllisin kopio- muoto, on korkeammilla kouluasteilla digitaalinen kopio, joka esitetään osana opettajan omaa esitysmateriaalia, halutuim käyttötapa.

#### Nykyiset käyttöluvat

Nykyiset käyttöluvat valokopiointiin ja internetistä tulostamiseen ovat edelleen tarpeellisia ja hyödyllisiä kaikilla kouluasteilla. Käyttö näyttäisi olevan laajamittaista kaikilla kouluasteilla.

## Aineistojen käyttö osana opettajan omaa esitysmateriaalia

Nykyisten lupien lisäksi luvalla aineistojen kopiointiin ja esittämiseen osana opettajan omaa esitysmateriaalia on laajamittainen tarve. Myös kustantajat tuntuvat suhtautuvan positiivisimmin aineistojen käyttöön tähän tarkoitukseen. Käyttömahdollisuuksien tarkentamiseen tällä alueella olisi siis hyviä perusteita.

### Sähköposti- ja intranetjakelu

Sähköposti- ja intranetjakelun osalta opettajien käyttötarpeet eroavat julkaisumuodoittain ja kouluasteittain. Myös kustantajien suhtautuminen lupien myöntämiseen eroaa julkaisumuodoittain.

Opettajien suurin kiinnostus kohdistuu painotuotteiden ja vapaasti internetissä julkaistuihin aineistoon. Eri kouluasteista suurin kysyntä tälle käytettävälle on ammatillisten korkeakoulujen, yliopistojen ja korkeakoulujen opettajien keskuudessa. Kustantajat taas olivat halukkaimpia miettimään lupajärjestelyjä julkaisumuodoille vapaa internet ja rekisteröitymistä vaativat internet.

Suurin kysymysmerkki näyttäisi olevan maksullisten internetpalveluiden käyttö. Opettajat käyttävät vielä hyvin vähän näitä palveluita ja kustantajat pitävät itse näitä markkinoita vielä kehittymättöminä. Kustantajat olivat näiden palveluiden osalta kaikkein halukkaimpia itse järjestämään tekijänoikeusluvut.

### 5.3.2 Vaikutukset markkinoihin

Lupajärjestelijän valinnalla on merkittävä vaikutus markkinoiden rakenteeseen. Nykyisen valokopiointiluvan kaltaisessa luparatkaisussa tarjonnalla on käytännössä monopoliasema. Agenttikaupassa tai kustantajien itse hoitaessa lupakaupan markkinoille voi syntyä kilpailevia toimijoita, jolloin puhutaan oligopoli- tai monopolistisista markkinoista.

Markkinarakenteella on jo itsessään suuri vaikutus siihen miten hinnat, kysyntä, kilpailu ja kustannukset rakentuvat. Monopoli on taloustieteessä tilanne, jossa markkinoilla on vain yksi tietyn palvelun tai tuotteen tarjoaja. Monopolille ominaista on siten kilpailun puuttuminen ja usein tuotteen tarjoaja pystyy määrittämään markkinahinnan.

Oligopolimarkkinoilla on muutama tietyn palvelun tai tuotteen tarjoaja. Oligopolille on usein ominaista, että palvelun tai tuotteen tarjoajalla on vähemmän vaikutusvaltaa hintoihin kuin monopoliryityksellä.

Monopolistisilla markkinoilla on useita tuottajia, mutta tuottajat pyrkivät differoimaan tarjoamiaan tuotteita. Tämä antaa yrityksille markkinavoimaa: ne voivat vaikuttaa hintaa luottaen kuluttajien uskollisuuteen tuotemerkkiä kohtaan. Mutta vaatii vastaavasti panostusta tuotteen markkinointiin ja imagon kehitykseen.

Tekijänoikeuslalla on myös omat markkinapiirteensä, joilla on suuri merkitys tulevaan kysyntään. Nykyinen valokopiointilupa perustuu käyttäjäryhmän tilastollisesti arvioituun kopioiden määrään (valokopioituja sivuja) ja sovittuun sivuhintaan. Kopioinnin määrää seurataan tietyin väliajoin tehtävillä valokopioinnin määrää mittaavilla tutkimuksilla ja sivuhinta sovitaan neuvotteluissa. Korvausta saadaan niin kotimaisten kuin ulkomaisten teosten kopioinnista.

Kopiointi on käyttäjälle helppoa; lupa on ostettu etukäteen eikä kopion ottamisesta tarvitse erikseen ilmoittaa. Yhteenlasketut kokonaiskopiointimäärät ovat suuret kuten myös niistä maksettavat kokonaiskorvaukset. Suomessa opetusministeriö maksaa vuosit-

tain noin 7 miljoonaa euroa korvausta oppilaitosten kirjojen, lehtien ja internettulosteiden valokopioinnista.

Erillislupakauppa voitaisiin järjestää esimerkiksi niin, että koulukohtaisia lupia myytäisiin verkkokaupassa erikseen määritellyille teoksille. Käyttäjän tulisi tällöin erikseen tarkistaa, että käytettävä teos kuuluu luvan piiriin. Erillislupakaupassa tuskin päästään vastaaviin kokonaiskopiointimääriin. Lisäksi palvelun markkinointi ja käytännön organisointi vaatisi resursseja.

Tulevaisuuden tekijänoikeuslupa-asioista päättäminen on hankala kysymys, jossa täytyy ottaa huomioon sekä käyttäjien, kustantajien ja tekijöiden tarpeet ja toiveet että päätösten seuraukset eri markkinarakenteissa ja tilanteissa.

# Liite 1. Kustannustoiminta Suomessa

Kustannustoiminnan alatoimialat Suomessa ovat kirja-, sanomalehti-, aikakauslehti-, tallenne- ja muut kustantajat. Tässä kappaleessa kuvaillaan näitä toimialoja. Saadut tiedot on kerätty eri tutkimuksista ja tietolähteistä. Lisäksi kymmentä alan keskeistä toimijaa haastateltiin henkilökohtaisesti. Haastatteluihin valittiin henkilöitä, jotka edustivat eri kustannusalatoimialoja ja eri aineistolajien kustantamista (esim. painotuote, internet).

Alla olevassa taulukossa on esitelty eri alatoimialojen liikevaihdon suuruus vuonna 2005. Tallenne- ja muut kustantajat on taulukossa yhdistetty, koska niitä ei tässä raportissa muuten käsitellä.

**Taulukko 1.** Liikevaihto alatoimialoittain vuonna 2005.

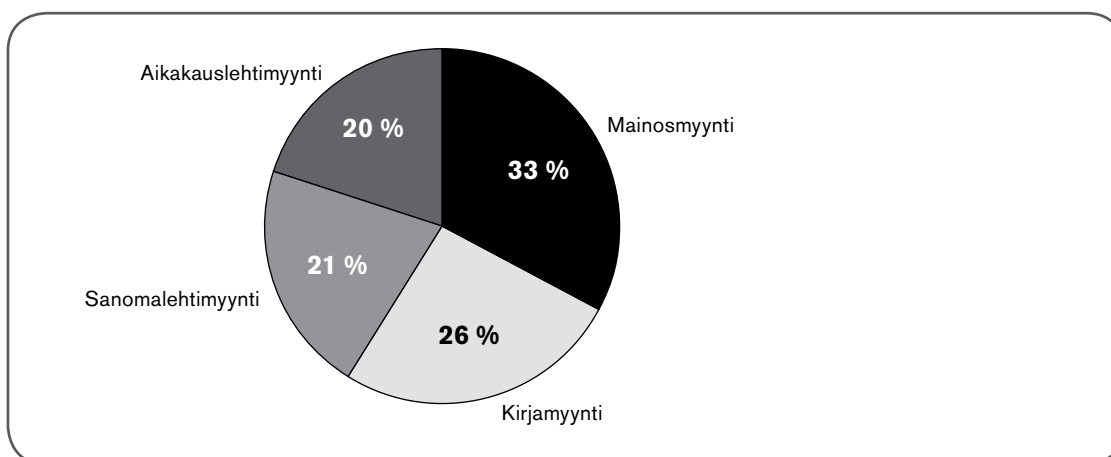
Toimiala	Liikevaihto, milj. euroa	% osuus kustannustoiminnasta
Kirjat	370	14 %
Sanomalehdet	1 250	48 %
Aikakauslehdet	850	33 %
Muut	112	4 %
<b>Yhteensä</b>	<b>2 582</b>	<b>100 %</b>

Lähde: Graafiset faktat 2006, Graafinen teollisuus ry, Viestinnän keskusliitto

Sanomalehtien kustannus on alatoimialoista suurin ja tuo alan liikevaihdosta lähes 50 %. Seuraavana tulevat aikakauslehtikustantajat. Kirjakustantajien osuus kokonaisliikevaihdosta on pienin.

Oheisessa kuvassa on esitetty kustannustoimialan liikevaihdon jakautuminen keskimäärin Euroopassa. Mainosmyynti on tässä tilastossa tilastoitu erikseen ja se tuokin 33 % kustannusalan tuotoista Euroopassa.





**Kuva 1.** Kustannusalan tuottorakenne Euroopassa.

Lähde: Datamonitor, 2006

Kirjakustannus, sanomalehdet ja aikakauslehdet jaetaan tarkempiin alatoimialoihin alla olevan taulukon mukaisesti. Taulukosta näkyvät myös alatoimialojen suuruusluokat. Lehtialalla toimialojen suuruusluokkaa voidaan mitata monin eri tavoin ja suuruusjärjestys vaihtelee riippuen käytetystä mittarista.

**Taulukko 2.** Aikakaus- ja sanomalehtien levikit sekä kirjojen myynti 2005.

	Levikki/ myynti (1000 kpl)	% median levikistä
<b>Aikakauslehdet</b>		
Yleisölehdet	7 338	48 %
Ammatti- ja järjestölehdet	2 786	18 %
Asiakaslehdet	5 127	34 %
<b>Aikakauslehdet yhteensä</b>	<b>15 251</b>	<b>100 %</b>
<b>Sanomalehdet</b>		
Päivälehdet	2 240	71 %
Harvemmin ilmestyvät sanomalehdet	933	29 %
<b>Sanomalehdet yhteensä</b>	<b>3 173</b>	<b>100 %</b>
<b>Kirjat</b>		
Kaunokirjallisuus	4 465	15 %
Lasten- ja nuorten kirjat	8 055	28 %
Suurteokset	337	1 %
Muut tietokirjat	7 535	26 %
Peruskoulujen oppikirjat	4 573	16 %
Muut oppikirjat	2 560	9 %
Taskukirjat	1 429	5 %
<b>Kirjat yhteensä</b>	<b>28 954</b>	<b>100 %</b>

\* Graafiset faktat 2006, Graafinen teollisuus ry, Viestinnän keskusliitto

Opetusministeriö ja Kopiosto tekevät yhteistyössä valokopiointitutkimuksia peruskouluissa, lukioissa, ammatillisissa oppilaitoksissa sekä yliopistoissa ja korkeakouluissa. Tutkimusten tavoitteena on mitata valokopioinnin määrää kokonaisuudessaan sekä tarkemmin tekijänoikeudella suojatun aineiston kopiointia.

Alla olevaan taulukkoon on koottu tutkimustuloksia erilaisten julkaisujen kopiointimääristä eri oppilaitosryhmissä. Kuten taulukosta näkyy, kirja on eniten kopioitu painotuote (18 % kaikesta valokopioidusta aineistosta). Lehtien kopiointi on huomattavasti vähäisempää. Yliopistoissa kuitenkin kopioidaan runsaasti tieteellisiä aikakauslehtiä. Internetistä tulostettuja aineistoja valokopioidaan suhteellisen vähän. Kyseisissä tutkimuksissa mitataan pelkästään erilaisten aineistojen valokopiointia, ei siis internetistä tapahtuvaa tulostamista sinänsä.

**Taulukko 3.** Valokopiointitutkimusten tuloksia eri oppilaitosryhmissä.

	Peruskoulu lukio	Pelu %	Ammatillinen	Aol %	Yliopistot	YO %	Yhteensä
<b>Oppikirja</b>	47,1	15 %	17,1	5 %	11,8	6 %	76,0
<b>Tietokirja</b>	5,6	2 %	5,8	2 %	5,6	3 %	17,0
<b>Tutkimusraportti</b>	2,0	1 %	3,8	1 %	4,7	2 %	10,5
<b>Työ-, harjoituskirja</b>	19,0	6 %	1,5	0 %	0,5	0 %	21,0
<b>Kaunokirjallisuus</b>	6,9	2 %	1,6	0 %	0,1	0 %	8,6
<b>Muu kirja</b>	7,3	2 %	9,0	3 %	1,6	1 %	17,9
<b>Kirja yhteensä</b>	87,9	28 %	38,8	11 %	24,3	12 %	151,0
<b>Sanomalehti</b>	3,4	1 %	2,6	1 %	0,2	0 %	6,2
<b>Yleisaikakauslehti</b>	2,0	1 %	0,5	0 %	2,3	1 %	4,8
<b>Tieteellinen aikakauslehti</b>	0,0	0 %	1,1	0 %	12,6	6 %	13,7
<b>Ammatillinen aikakauslehti</b>	0,7	0 %	7,9	2 %	1,8	1 %	10,4
<b>Muu lehti</b>	3,0	1 %	2,2	1 %	1,2	1 %	6,4
<b>Aikakauslehti yhteensä</b>	5,7	2 %	11,7	3 %	17,9	9 %	35,2
<b>Internettuloste*</b>	1,8	1 %	15,1	4 %	6,2	3 %	23,1
<b>Yhteensä</b>	98,8		68,2		48,6		215,6

\*) Tarkoittaa internetistä tulostetun aineiston valokopiointia, ei siis tulostamista sinänsä.

Lähde Kopioston valokopiointitutkimukset: 1. Logit Oy, Peruskoulujen ja lukioiden valokopiointitutkimus 2001, 2. Logit Oy, Ammatillisen opetuksen valokopiointitutkimus, 2002 ja 3. Logit Oy, Yliopistojen ja korkeakoulujen valokopiointitutkimus, 2000.

# 1. Kirja

## Kustantajien määrä

Suomen Kustannusyhdistyksellä on 100 jäsentä. Näistä 10 suurinta yritystä tuottaa noin 80 % kaikista julkaisuista. Näiden 100 yrityksen lisäksi Suomessa on rekisteröitynyt useita satoja pieniä kustantajia, jotka tyypillisesti julkaisevat vain muutamia teoksia.

## Suurimmat kustantajat

**Taulukko 4.** Suomen kahdeksan suurinta kirjakustantajaa.

Yhtiö	Liikevaihto Milj €	Omistaja
<b>WSOY</b>	238	SanomaWsoy
<b>Kustannusosakeyhtiö Otava</b>	56	Otava-Kuvalehdet
<b>Kustannusosakeyhtiö Tammi</b>	30	Bonnier AB
<b>Sanoma Magazines Finland</b>	16–21	SanomaWsoy Oyj
<b>Edita</b>	17	Edita oy
<b>Gummerus kustannus</b>	12	Gummerus oy
<b>Talentum media</b>	10	Talentum Oyj
<b>Oy Valitut Palat</b>	( ei ilmoita kirjakust. erikseen )	The Readers Digest Assn.

Lähde: Yritysten toimintakertomukset, Joukkoviestimet 2006, Tilastokeskus

## Oppikirjakustantajat (peruskoulu/ lukio)

Peruskoulujen ja lukioiden oppikirjakustannus on keskittynyt neljälle kustantajalle: WSOY, Otava, Tammi, Edita.

Tämän lisäksi ammatillisen opetuksen kirjoja kustantavat useat muut kustantajat. Oppikirjojen tuotanto ja myynti Suomessa 2006 oli oheisen taulukon mukainen.

**Taulukko 5.** Oppikirjojen tuotanto ja myynti Suomessa vuonna 2006.

Oppikirja	Nimiketuotanto 2006	Myynti 2006 (000 €)
<b>Peruskoulun kirjat</b>	420	51 351
<b>Lukion kirjat</b>	308	22 535
<b>Ammattiopetuksen kirjat ja muut oppikirjat</b>	290	15 633
<b>Yhteensä</b>	1 018	89 519

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys ry

## Alatoimialat

Kirjakustannus jaetaan yleensä kolmeen alaluokkaan: tietokirjat, kaunokirjallisuus ja lasten- ja nuortenkirjat. Tässä raportissa myös oppikirjat jaetaan omaan alaluokkaansa, koska oppikirjat ovat tutkimuksen kannalta keskeisessä asemassa. Alatoimialoista tietokirja on liikevaihdoltaan ja julkaisumääriltään suurin.

**Taulukko 6.** Kirjojen myynti Suomessa vuonna 2006

Alatoimiala	Nettomyynti 2006	% Nettomyynistä	Muutos % 2006/2005
Oppikirjat	89 milj. €	32 %	-0,3 %
Tietokirjat	107 milj. €	38 %	
Kaunokirjallisuus	39 milj. €	14 %	-2,7 %
L & N kirjat	46 milj. €	16 %	6,8 %
<b>Yhteensä</b>	<b>282 milj. €</b>	<b>100 %</b>	<b>-1,5 %</b>

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys ry

## Sähköisen median kasvu alalla

Painettu kirja on alalla edelleen päätuote. Sähköisen kirjan tuloa kuitenkin alalla odotetaan, varsinkin joillekin osa-alueille. Esimerkiksi alan merkittävä julkaisija Sanoma WSOY Education and Books on julkaissut Euroopassa vuonna 2006 oppimateriaaleja seuraavasti; 202 kpl sähköistä julkaisua ja 1 162 painettua uutta julkaisua. Muiden kirjojen osalta vastaavat luvut ovat 93 kpl sähköisiä julkaisuja ja 565 painettua uutta julkaisua. Monilla kustantajilla ei ole sähköisiä julkaisuja lainkaan.

Kirjojen osalta internetmarkkinat ovat vielä kehitysasteella ja ala tuntuukin olevan odottavassa tilassa – miten e-kirjasta ja sähköisistä julkaisusta saadaan toimiva ja kannattava toimintaa. Markkinoiden kehittymättömyyden vuoksi teosten jälkikäyttölupien järjestelyitä on mietitty hyvin vähän kirjakustantajien keskuudessa. Eräs haastateltava kommentoikin:

”On tärkeää saada ensin primäärimarkkinat toimimaan, joissa liikkuvat suuret tuotto-odotukset ja miettiä vasta sen jälkeen teosten jälkikäyttölupia.”

## 2. Sanomalehti

### Kustantajien määrä

Fonecta pro finderista löytyy 505 yritystä, joiden päätoimiala sanomalehtikustannus. Sanomalehtien Liitolla on 146 jäsentä, jotka julkaisevat yhteensä 200 sanomalehteä. Sanomalehtien Liiton jäsenenä on lähes kaikki maksullisia sanomalehtiä julkaisevat yritykset.

### Suurimmat kustantajat

Suomen 10 suurinta sanomalehteä levikin mukaan vuonna 2005 ovat:

**Taulukko 7.** Suomen laajalevikkisimmät sanomalehdet.

Lehti	Konserni	Levikki
Helsingin Sanomat	Sanoma	430 785
Ilta-Sanomat	Sanoma	195 673
Aamulehti	Alma	136 743
Iltalehti	Alma	130 290
Turun Sanomat	TS-yhtymä	111 547
Maaseudun tulevaisuus	Maataloustuottajain palvelu oy	82 678
Kaleva	Kirjapaino Kaleva oy	82 005
Kaupparehti	Alma	81 006
Keskisuomalainen	Keskisuomalainen oyj	75 865
Savon Sanomat	Keskisuomalainen oyj	65 053

Lähde: Sanomalehtien Liitto

## Alatoimialat

Sanomalehdet jaotellaan tyypillisesti päivälehtiin ja harvemmin ilmestyviin sanomalehtiin.

## Sähköisen median kasvu alalla

Suurella osalla sanomalehdistä on omat internetsivut. Paljolti suomalainen erityisilmiö on se, että verkossa on saatavilla sanomalehtien näköislehtiä. Näköislehdessä koko lehti ilmoituksineen on siirretty internetiin painetun lehden sivuja muistuttavana kokonaisuutena. Näköislehdet ovat usein maksullisia.

Useilla sanomalehdillä on näköislehden lisäksi vapaasti kaikkien luettavissa olevat sivustot. Näiden sivustojen olemassaolo on kaksijakoista. Toisaalta niiden pelätään vähentävän lehtien tilaajien määrää ja toisaalta niiden katsotaan luovan perinteiselle printtimedialle paljon mahdollisuuksia. Pienet, pikaiset uutiset laitetaan nettilehtiin ja lehdissä keskitytään asioiden taustoittamiseen.

## 3. Aikakauslehti

### Kustantajien määrä

Aikakauslehtikustannus on Suomessa hajaantunutta. Alan 10 suurinta yritystä tuottavat noin 80 % liikevaihdosta. Lisäksi osa järjestölehdistä ja asiakaslehdistä on sellaisia, joista vastaanottaja ei maksa erillistä tilausmaksua.

Suomessa on arviolta 3 000 aikakauslehtikustantajaa ja ne julkaisevat noin 3 500 eri lehtinimikettä. Aikakauslehtiliitolla on 260 jäsentä ja järjestöön kuuluu kaupallista aikakauslehtikustantamista harjoittavia kustantajia, ammatti- ja järjestölehtiä kustantavia organisaatioita sekä asiakaslehtiä kustantavia tai julkaisevia yrityksiä. Aikakauslehtien Liiton järjestäytymisaste on noin 75 % kaikkien aikakauslehtien levikistä.

## Suurimmat kustantajat

Suomen suurimpia aikakauslehtikustantajia ovat:

**Taulukko 8.** Suomen suurimmat aikakauslehtikustantajat liikevaihdon mukaan.

Liikevaihto 2006	
Kustantaja	milj.euroa
Sanoma Magazine Finland konserni	193,2
Yhtyneet Kuvalehdet konserni	159,7
A-lehdet konserni	82,7
Aller Julkaisut konserni	52,8
Talentum Media konserni	50,4
Oy Valitut Palat - Reader's Digest Ab	27,3
Egmont Kustannus Oy	19,3
Bonnier Publications Oy *	18,2
Forma Publishing Group konserni	18,2
Kolmiokirja Oy	3,7

Lähde: Balance Benchmarking, Balance Consulting Oy, 2007  
\*) Kustantajan antama tieto

## Alatoimialat

Pääalatoimialat ovat yleisölehdet, ammatti- ja järjestölehdet ja asiakaslehdet. Nimikemääriltään ammatti- ja järjestölehtien osuus on suurin, levikimääriltään yleisölehtien osuus on suurin ja vuosivolyymimäärien osalta ammatti- ja järjestölehdet on suurin alatoimiala.

## Sähköisen median kasvu alalla

Aikakauslehtialalla vain noin 9 % lehdistä ei ole internetsivustoja. 37 % lehdistä on omat internetsivut, 13 % lehti on osana portaalia ja 41 % lehti on osana muista sivuja. Internet-palveluita löytyy sekä maksuttomina ja maksullisina. Internetsivuja ei koeta alalla painetun lehden ”kilpailijaksi” kuten sanomalehtien keskuudessa, vaan sivustot tukevat lehteä ja ovat osa palvelukokonaisuutta.

## Vapaat palvelut

Sivustot toimivat lähes kaikilla lehdillä, jossain määrin markkinointitarkoituksessa. Nämä sivuston osat ovat vapaasti kaikkien luettavissa. Tämän lisäksi erityisesti järjestölehdet ovat usein vapaasti luettavissa internetissä joko osittain tai kokonaan. Vapaasti internetissä oleville näköislehdille on usein tyypillistä, että painetusta lehdestä ei peritä erillistä tilausmaksua.

### **Rekisteröitymistä vaativat sivut**

Yleisölehdistä yli puolella on omat internetsivut. Sivustoilla rakennetaan lehden lukijoiden välistä yhteisöä. Yleisölehdistä ei löydy juuri koskaan veloituslehteä internetissä. Sivustoja hyödynnetään lisäpalveluiden tarjoamisessa lukijoille, markkinointitarkoituksessa sekä lukijoiden sitouttamisessa. Esimerkiksi Demi-lehdellä on internetsivut, jossa lukijat voivat chattailla keskenään, kirjoittaa omaa blogia, vastailla kyselyihin, kommentoida lehden juttuja yms. Lukijat tuottavat samalla lehden sisältömateriaalia. Palvelut ovat usein maksuttomia lehden tilaajille, mutta vaativat rekisteröitymisen.

### **Maksulliset palvelut**

Digitaaliset lehtikioskit ja arkistopalvelut ovat tyypillisiä esimerkkejä aikakauslehtien maksullisista palveluista.

## **4. Tieteelliset julkaisut**

### **Kustantajien määrä**

Suomen tiedekustantajien liitolla on 82 jäsentä. Tieteellisille kustantajille on tyypillistä, että kustannustoiminta ei ole kaupallista toimintaa.

Kustantajat ovat tavallisesti seuroja, yliopistoja ja tutkimuslaitoksia. Toiminnan tavoitteena on usein edistää alan tutkimusta ja opetuksen tukeminen on keskeinen osa toimintamuotoa. Tieteellisen tiedon leviämistä itsessään pidetään tärkeänä.

### **Sähköisen median kasvu alalla**

Kansainväliset tieteelliset julkaisut tarjoavat palvelujaan laajasti verkkotietopankkeina. Monilla kotimaisilla tieteellisillä aikakausjulkaisuilla on yleisölle avoimet verkkosivut. Suomalaisia tieteellisiä julkaisuja välitetään myös Kansalliskirjaston ja Kopioston yhteisissä Elektra ja Peri+ -verkkopalveluissa. Tämän lisäksi yliopistot ja korkeakoulut julkaisevat väitöskirjat usein sekä painotuotteena että pdf:nä internetissä.

# Liite 2. Kysely 1, kysymyslomake

## Kustantajakysely

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn!

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää millä tavalla kustantajat haluaisivat järjestää aineistojen käytön ja kopioinnin oppilaitoksissa. Vastaamalla pääset vaikuttamaan minkälaisia lupajärjestelyjä Suomessa tullaan kehittämään.

Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja yksittäisiä vastauksia tai yrityksiä ei pysty tunnistamaan tutkimuksen tuloksista.

Tähdellä (\*) merkityt kysymykset ovat pakollisia.

Mikä seuraavista kustannusaloista on yrityksellenne tärkein? \*

Pyydämme vastaamaan tuleviin kysymyksiin tämän tärkeimmän kustannusalan näkökulmasta.

- Kirjojen kustantaminen
- Sanomalehtien kustantaminen
- Aikakauslehtien kustantaminen
- Tieteellisten julkaisujen kustantaminen

Mitä kirjoja kustannatte? (voit valita useamman)

- Oppikirjat
- Tietokirjat
- Kaunokirjallisuus

Mitä sanomalehtiä kustannatte? (voit valita useamman)

- Päivälehdet
- Harvemmin ilmestyvät sanomalehdet

Mitä aikakauslehtiä kustannatte? (voit valita useamman)

- Yleisaikakauslehdet
- Ammatti- tai järjestölehdet
- Asiakaslehdet

Mitä tieteellisiä julkaisuja kustannatte? (voit valita useamman)

- Tieteelliset kirjat
- Tieteelliset lehdet



Mikä on yrityksenne liikevaihto? \*

- 1 000 - 39 000 euroa
- 40 000 - 99 999
- 100 000 - 399 999
- 400 000 - 1 999 999
- 2 000 000 - 9 999 999
- 10 000 000 - 39 999 999
- 40 000 000 - 199 999 999
- 200 000 000 euroa tai enemmän

Mikä on yrityksenne työntekijöiden määrä? \*

- 1 - 4 henkilöä
- 5 - 9
- 10 - 19
- 20 - 49
- 50 - 99
- 100 - 249
- 250 - 499
- 500 - 999
- 1000 henkilöä tai enemmän

Mikä on asemasi yrityksessä? \*

- Toimitusjohtaja
- Kustannusjohtaja tai vastaava
- Henkilöstöjohto
- Muu johto
- Muu, mikä?

Kuinka tärkeitä seuraavat markkinat ovat yrityksellenne?

Jaa luku 100 kohderyhmien kesken siinä suhteessa kuinka tärkeä kohderyhmä on yrityksellenne taloudellisesti. Käytä kokonaislukuja niin, että niiden yhteissummaksi tulee 100. Merkitse 0 jos kohderyhmä ei ole tärkeä.

Oppilaitokset \*

Yritykset \*

Julkishallinto \*

Kuluttajat, yksityiset henkilöt \*

Muut \*

Kuinka tärkeitä eri kouluasteet ovat yrityksellenne?

Jaa luku 100 kouluasteiden kesken siinä suhteessa kuinka tärkeä kouluaste on yrityksellenne taloudellisesti. Käytä kokonaislukuja niin, että yhteissummaksi tulee 100. Merkitse 0 jos koulutaso ei ole tärkeä.

Peruskoulut \*

Lukiot \*

Ammatillinen opetus ja AMK \*

Yliopistot ja korkeakoulut \*

Muut oppilaitokset \*

Kuinka tärkeitä seuraavat julkaisumuodot ovat oppilaitosmarkkinoilla yrityksellenne. Jaa luku 100 siinä suhteessa kuinka tärkeä julkaisumuoto on. Käytä kokonaislukuja niin, että niiden yhteissummaksi tulee 100. Merkitse 0 jos kohderyhmä ei ole tärkeä.

Painotuote \*

Maksulliset internetsivut \*

Rekisteröitymistä vaativat (maksuttomat) internetsivut \*

Vapaasti käytettävät internetpalvelut \*

Julkaiseeko yrityksenne painotuotteita, esim. kirjoja tai lehtiä?

Kyllä

Ei

Oletteko myöntäneet opettajille lupia skannata julkaisemianne teoksia?

Kyllä, korvauksetta

Kyllä, korvausta vastaan

Emme ole sallineet kopiointia

Opettajat eivät ole pyytäneet skannauslupia

En tiedä

Kuvittele tilanne, että opettaja haluaisi kopioida yrityksenne julkaisemaa aineistoa noin kolmen A4-sivun verran ja jakaa kopion 22 oppilaalle.

Tutkimusten mukaan keskimääräinen valokopioitava aineisto kouluissa on noin kolmen A4-sivun laajuinen ja siitä jaetaan kopiot keskimäärin 22:lle oppilaalle.

#### PAINOTUOTTEIDEN SKANNAUS JA JAKELU LUOKALLE:

	Kieltäisin ehdottomasti	Todennäköisesti kieltäisin	En osaa sanoa	Saattaisin sallia, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat	Varmasti sallisin, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat
Esitys dataprojektorilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähetys sähköpostilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jakelu intranetissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tarjoaako yrityksenne maksullisia internetpalveluita, esim. näköislehtiä tai verkko-oppimateriaalia?

- Kyllä  
 Ei

Oletteko antaneet opettajille lupia kopioida aineistoa maksullisilta internetsivuiltanne?

- Kyllä, korvausta vastaa  
 Kyllä, korvauksetta  
 Emme ole sallineet kopiointia  
 Opettajat eivät ole pyytäneet kopiointilupia  
 En tiedä

Kuvittele tilanne, että opettaja haluaisi kopioida yrityksenne julkaisemaa aineistoa noin kolmen A4-sivun verran ja jakaa kopion 22 oppilaalle.

#### MAKSULLISESTA INTERNETPALVELUSTA KOPIOITU AINEISTO JA SEN JAKELU LUOKALLE:

	Kieltäisin ehdottomasti	Todennäköisesti kieltäisin	En osaa sanoa	Saattaisin sallia, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat	Varmasti sallisin, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat
Esitys dataprojektorilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähetys sähköpostilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jakelu intranetissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tarjoaako yrityksenne rekisteröitymistä vaativia (maksuttomia) internetpalveluita, esim. lehtien tilaajille tai kirjasarjan ostajille tarkoitettuja sivustoja?

- Kyllä  
 Ei

Oletteko antaneet opettajille lupa kopioida aineistoa rekisteröitymistä vaativilta (maksuttomilta) internetsivuilta?

- Kyllä, korvausta vastaan  
 Kyllä, korvauksetta  
 Emme ole sallineet kopiointia  
 Opettajat eivät ole pyytäneet kopiointilupia  
 En tiedä

Kuvittele tilanne, että opettaja haluaisi kopioida yrityksenne julkaisemaa aineistoa noin kolmen A4-sivun verran ja jakaa kopion 22 oppilaalle.

**AI NEISTON, JOKA ON JULKAI STU REKI STERÖI TYMI STÄ VAATI VILLA INTERNETSI VUI LLA (MAKSUTON) KOPIOINTI JA JAKELU LUOKALLE:**

	Kieltäisin ehdottomasti	Todennäköisesti kieltäisin	En osaa sanoa	Saattaisin sallia, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat	Varmasti sallisin, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat
Esitys dataprojektorilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähetys sähköpostilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jakelu intranetissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tarjoaako yrityksenne vapaasti käytettäviä internetpalveluita?

- Kyllä  
 Ei

Oletteko antaneet opettajille lupia kopioida aineistoa vapailta internetsivuiltanne?

- Kyllä, korvausta vastaan  
 Kyllä, korvauksetta  
 Emme ole sallineet kopiointia  
 Opettaja eivät ole pyytäneet kopiointilupia  
 En tiedä

Kuvittele tilanne, että opettaja haluaisi kopioida yrityksenne julkaisemaa aineistoa noin kolmen A4-sivun verran ja jakaa kopion 22 oppilaalle.

**AI NEISTON, JOKA ON JULKAI STU VAPAI LLA INTERNETSI VUI LLA KOPIOINTI JA JAKELU LUOKALLE:**

	Kieltäisin ehdottomasti	Todennäköisesti kieltäisin	En osaa sanoa	Saattaisin sallia, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat	Varmasti sallisin, jos kopiointiehdot olisivat mielestäni sopivat
Esitys dataprojektorilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähetys sähköpostilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jakelu intranetissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tähän voit kommentoida edellisten kysymysten vastauksiasi, esim. miksi kieltäisit tai sallisit oppilaitoskopiointiin?

Mikä on oppilaitoskopiointin merkitys yrityksellenne?

Pyydämme sähköpostiosoitettasi mahdollista jatkokyselyä varten. Emme käytä sähköpostiosoitettasi muuhun tarkoitukseen.

Sähköpostiosoite

Lähetä



## Liite 3. Lista vastauksista

### **Lista vastauksista kysymykseen: Tähän voit kommentoida edellisten kysymysten vastauksiasi, esim. miksi kieltäisit tai sallisit oppilaitoskopiointin?**

Järjestölehden yksi tarkoitus on saattaa tietoa ja malleja ilmaiseksi, koska olemme yleishyödyllinen yhdistys. Käytännössä myös tiedämme, että koulujen varat ovat niin pienet, että maksullinen materiaali ei toimi. Lehti itsessään on maksullinen ja edullinen.

Kopiointi on joka tapauksessa vähäistä. Se lisäksi lisää tuotteen tunnettuutta.

Olemme suhtautuneet oppilaitosten pyyntöihin myönteisesti esim. silloin kun ovat pyytäneet lehtiä tms. aineistoa. Kopiointikyselyjä en muista tulleen allekirjoittaneelle, mutta en mene takuuseen, vaikka joillekin muille olisi tullut.

Säätiö julkaisijana. Säätiön tarkoitusta toteutetaan ”valistustoiminnalla”. On tärkeää saada julkaisumme tutuksi alan opiskelijoilla alan riippumattomana hyötytiedon välittäjänä ja tutkimustiedon seulojana.

Mielestäni oppilaitoksissa käytettävien materiaalien vapaa käyttö lisää aiheen kiinnostavuutta nuorten keskuudessa. Samalla kasvaa myös potentiaalisten tulevaisuuden asiakkaiden määrä.

Ei se ole meiltä pois. Eivät oppilaitokset kuitenkaan tässä taloudellisessa tilanteessa tilaisi enempää lehtiä. Katson, että kyseessä on tulevaisuuden pr:n tekeminen, mainonta.

Oppilaitoskopiointinille on pienessä mittakaavassa perusteet jo määräähoiden pienuuden vuoksi: kaikkia erikoisjulkaisuita ei voida hankkia kaikille opiskelijoille riittävää määrää. Käsikirjojen ja lehden kustantajana näen asiassa myös markkinointifunktion: suppea lainaus saattaa houkutella opiskelijan itsensä hankkimaan teoksen.

Olemme erään alan ammattijulkaisu. Lehtemme sisältö on informoivaa alan tietoutta, joten sitä voi vapaasti käyttää oppilaitoksissa. On käytetty gradu- yms. tehtävissä aikaisemmin.

Markkinointimielessä sallisin; haluaisin kuitenkin ohjata opiskelijoita suoraan alkulähteelle ja siksi joissain tapauksissa kieltäisin kopioidun materiaalin levityksen.

Oppilaitoskopiointi on ihan ok, mutta vain korvausta vastaan silloin kun on kysymys maksullisesta aineistosta.

Kieltäisin ilmaisen kopioinnin, koska se jonkin verran vähentäisi tulojamme, ja niitä tarvitaan jotta kykenemme tuottamaan uutta tietoaaineistoa, josta aina itse joudumme tekijöille maksamaan.

Kopioidun aineiston levitysmääriä on mahdoton kontrolloida.

Ydin on aatteellinen, lähellä rauhanliikettä oleva aikakauslehti. Sen ideaan kuuluu välittää tietoa kiinnostuneille, joten materiaalin kopioiminen koululaisille/opiskelijoille olisi mielestämme kasvattavaa ja sellaisena rohkaistavaa.

Mikäli ehdot olisivat sopivat tarkoittaa, että tekijänoikeuksista maksetaan tavalla tai toisella kohtuullinen korvaus yhtiölle, joka on ne puolestaan hankkinut.

Sallin ammattilehtenä.

Kopiointia tapahtuu joka tapauksessa, tärkeää olisikin luoda riittävän yksinkertainen ja kattava säännöstö.

Voisin tietysti harkituin ehdoin sallia johtuen siitä, että julkaisutoimintamme tavoitteet eivät ole etupäässä kaupallisia vaan aatteellisia.

Jos kohderyhmä on omia asiakkaita, niin todennäköisesti sallisin kopioinnin. Jos kohderyhmänä on selvästi kilpailija, niin kieltäisin.

Kirja, jota julkaisemme on kopiointikielossa.

Organisaatiomme haluaa että digitaalisen kopioinnin luvat hoitaa tekijänoikeusjärjestö Kopiosto.

Kieltäisin laajemman oppilaitoskopiointin ja jakelun intranetissä senkin takia, että kustantajana velvollisuuteni on valvoa myös tekijöidemme etua ja juridisia oikeuksia.

Kopiointi on luonnollisesti ok, jos hinnoista sovitaan.

Aineistomme ovat sopivia kurssiaineistoiksi ja käyttäjät kuuluvat maksavaan kohderyhmäämme.

Voi olla mainoksena.

Tietokirjojen ja nuottien luvaton kopiointi ja jakelu loukkaa kirjoittajien tekijänoikeutta. Omissa kirjoissamme olemme ilmoittaneet tekijänoikeussivulla, että julkaisun osittainenkin kopioiminen ilman tekijän lupaa on kielletty.

Oppilaitosten akuutti ja muuttuva oppimistilanne suorastaan vaatii toisinaan nopeita päätöksiä kopioinnista. Siksi se tulisi mielestäni sallia kohtuullisin, mutta samalla selkeästi rajatuin ehdoin.

Yrityksellämme on myös tiedottava rooli, joten osa aineistosta kuuluukin ao. käyttöön. Tosin tekijänoikeuskysymyksiin emme ole toistaiseksi törmänneet.

Saattaisin joutua kieltämään mikäli käytetty sisältö on ulkopuolisen tahon (esim. STT:n) materiaalia, jota koskee erilliset säädökset.

Mitä enemmän oppilaat tutustuvat lehtimateriaaliin sitä paremman suhteen he saavat lehteen ja sitä todennäköisemmin heistä tulee aikuisina tilaajia. Eli sallimme kaiken kopioinnin ja lähetämme myöskin kouluihin lehtiä luokkakäyttöön vuosittain kuukaudeksi.

Koululaiset ovat tulevia potentiaalisia asiakkaita. Ja lehti on hyvää oppimateriaalia.

Ei ole erityistä syytä kieltää oppilaitoskopiointia.

Viestimme suuntautuu kuluttajiin, oppilaitoskopiointi lisää tuotteittemme tunnettuutta ja saattaa tuoda uusia asiakkaita yritykseemme.

Seitsemän kertaa viikossa ilmestyvän lehden kopioimisen kieltäminen ei ole tarkoituksenmukaista.

Järkevillä korvauksilla ihan hyvä ajatus, mutta ei niin, että opettajat hyödyntävät ilmaiseksi materiaalia (esim. kalliiden kirjojen korvikkeena). Aina on muistettava, ettei materiaalin tuottaminen ole ilmaista ja tekijöillä on tekijänoikeus.

Oppilaitosten suorittama kopiointi voisi lisätä levikkiämme ja ainakin kiinnostusta lehteä kohtaan. Oppilaitosten määrärahat pienet kuitenkin tärkeää, että ajankohtaista tietoa saatavilla oppilaitosten käyttöön.

On hyvä, että lehteä käytetään oppimateriaalina. Se opettaa käyttämään lehtiä myös muulloin eli on osa levikkityötä.

Pienimuotoinen kopiointi satunnaisesta sallitaan veloituksetta, mutta laajemmasta kopioinnista on sovittava ja korvattava.

Kustannamme yleishyödyllisyysperiaatteella, joten opetuksen tukeminen olisi meille keskeinen toimintamuoto. Voiton tuottaminen ei ole tarkoituksenmukaista.

Tieteellisen tiedon leviäminen on sinänsä tärkeää, siksi kopiointi kohtuudella on ok.

Jos sellaista tarvetta ilmenisi, asiasta pitäisi keskustella tapauskohtaisesti.

Toimittamani lehden näkökulmasta mahdollinen koululaisten opetuksessa käyttö palvelee mielestäni yleishyödyllistä asiaa, enkä lähtisi ”niuhottamaan” tässä asiassa.



Emme ole kaupallisesti kustannustoimintaa harjoittava taho, joten kysymyksiin oli osin vaikea vastata.

Tieteellisen tiedon vapaus on yksi seuramme kantavia ideoita. Oppilaitoskäyttöä haluamme tukea mahdollisimman pitkälle, vaikka suurista sivumääristä olisi ihan kohtuullista saada korvausta.

Kyseessä on tieteellinen seura, jonka tavoitteena on edistää alan tutkimusta, koulutusta ja harrastusta, siksi tuotamme materiaalia ja pyrimme sitä levittämään. Tarkoitus ei ole tuottaa voittoa.

Alan ammattilehti (samalla yrityksen esittelyä). Potentiaalisia alan tulevaisuuden työntekijöitä.

Kopiointi tulisi sallia ja korvaus kustantajille keskitetysti Kopioston kautta. Tärkeätä olisi selvittää, että korvaukset kohdentuvat oikein - eli korvausten maksaminen perustuisi tutkittuun tietoon siitä, mitä ja kenen kustantamia julkaisuja kopioidaan.

Kunhan saa korvauksen tehdystä työstä (sekä omasta että siitä työstä, jota edustamme, eli tekijöiden työstä).

## Liite 4. Lista vastauksista

### **Lista vastauksista kysymykseen: Mikä on oppilaitoskopiointin merkitys yrityksellenne?**

Lehtemme tietoja tuleekin käyttää laajasti ja esim. vinkit on tehty hyödynnettäväksi. Se on tehtävämme ja roolimme, en koe sitä ongelmaksi, mutta ymmärrän kyllä, että kun oppikirjoja tehdään bisneksenä, niin sisältö on yrityksen tärkein omaisuus.

Mitätön.

Ei merkitystä.

Ei merkitystä.

Huhupuheista tiedämme, että alan amk:t opetuksessa ja opinnäytetöitä varten sumeilematta kopioivat artilleitamme. Me emme kostu siitä mitään - harmittaa! Kopisotan kautta emme ole koskaan saaneet mitään.

Toistaiseksi vähäinen.

Arvioiminen on vaikeata, koska emme saa tietää asiasta yleensä.

Ehkä saamme lisää tunnettavuutta alalle tuleville uusille toimihenkilöille.

Parantaneet tunnettuutta.

Se on huomattava, sillä teemme varta vasten oppikirjoja em. oppilaitosten opiskelijoille

Ei kovinkaan suuri.

Suhteellisen vähäinen, joskin joissakin kirjatuotteissamme kuitenkin merkittäväkin, 3-5 % myynnistämme.

Tällä hetkellä luultavasti vähäinen.

Opiskelijoiden on hyvä tietää, että sitten kun he ovat työelämässä, tällainen organisaatio on olemassa, josta he voivat saada hyötyä tulevaisuudessa.

Oppilaitoskopiointista ei ole tietoa, mutta taloudellinen merkitys on nolla.

Käsittääkseni aika pieni.

Ei merkitystä.

Vie asiaa eteenpäin ja näin edesauttaa tunnettuuden kasvattamisessa sekä oppilaiden osaamisen kehittämisessä.

Toimitamme lehdestä pyydettyä pdf:t opettajille ja opinnäytetyöntekijöille. On osa yleishyödyllistä toimintaamme

Emme myy mitään oppilaitoksille.

Erityisesti merkitystä on 2. asteen oppilaitoksissa, arviomme mukaan jopa yli puolet käytettävästä materiaalista on kurssikirjojemme kopioita. Sähköiseen materiaaliin siirtyminen 2. asteen oppilaitoksissa ei näin ole houkuttelevaa (pelko kopiointin edelleen lisääntymisestä).

Merkittävä.

Oppikirjakustantajalle hyvin tärkeä.

Toistaiseksi vähäinen.

Ei juuri merkitystä.

En osaa sanoa, mutta pelkään, että kirjojamme varsinkin tenttikirjoja kopioidaan huoletta

Ei merkittävä

Sen merkitys kasvaa tulevaisuudessa.

Tällä hetkellä ei merkittävä.

Jakaa tietoa tuotteistamme, ehkä tulevaisuudessa on hyötyä.

Suuri koska kaikki kirjamme ovat oppikirjoja.

Uskoakseni esimerkiksi x-kirjan laulujen nuotteja on kopioitu ja jaettu eteenpäin (kuten kuulin, että myös kirjaan liittyvää musiikkilevyä on surutta kopioitu jopa lapsille koteihin). Myös y-kirjan testejä tuotetaan jakeluun ilman, että meiltä olisi kysytty lupaa. Ne kiellot kirjoissa eivät näytä herättävän mitään omantunnon tuskia.

Se voi vaarantaa erityisesti vähämenekkisten kirjojen kustantamisen esim. ammattisektorilla.

Oppikirjoina käytettävien kirjojen kopiointi lopettaa oppilaitosmyynnin kokonaan.

Emme julkaise varsinaisia oppikirjoja.

Ei suurta merkitystä.

Merkittävä.

Erittäin vähäinen.

Toistaiseksi oletan sen olevan kohtuullisen pienen.

Hyvä markkinointi.

Suht merkityksetöntä.

Positiivinen.

Ei käytännön merkitystä.

Ei kovin suuri. Yhteistyö oppilaitosten kanssa tuo meille edullista työvoimaa ja ja erilaisia yhdessä tehtäviä projekteja.

Vähäinen.

Hyvin vähäinen, toivottavasti kasvaa jatkossa.

Tulevaisuudessa huomattavasti kasvava ala.

Varsin pieni, mutta periaatteellisesti tärkeä.

Käytännössä merkityksetön.

Vähäinen.

Toistaiseksi hyvin vähäinen, mutta historiaan liittyvien kirjojen julkaiseminen saattaa tuoda tämän ongelman esille.

Vaikea sanoa, sivuillamme käydään ahkerasti ja lehteä käytetään koulussa välillä muutoinkin kuin sanomalehtiviikolla.

Vähäinen.

Ei merkittävä.

Ei kait minkäänlainen, elleivät opet kerro tekemisistään Kopiostolle.

Hyvin vähäinen, yleensä molemmille osapuolille hyödyllistä toimintaa - oppilaitosyhteistyö kasvattaa lehdelle tulevia lukijoita/tilaajia. Harrastamme myös esim. Sanomalehti opetuksessa -toimintaa yhteistyössä koulujen kanssa.

Vähäinen.

Tavoitteenamme ovat hyvät tieteelliset käytännöt ja kopiointi opetuskäyttöön on pikemminkin kunnia-asia. Olemme toimittaneet jopa ilmaiskappaleita opettajien pyynnöstä oppilaille jaettavaksi.

Tällä hetkellä ei ole tietoa tästä asiasta.

Pieni.

Kyse on imagosta: sekä tutkimustieto että tieto julkaisustamme leviää. Valtionapu perustuu nykyisin paperilehden tilaajamääriin ja opettajat ovat osa tilaajakuntaamme. Taloudellista merkitystä olisi suoraan sillä, jos korvauksia saisi esim. internet-käytön perusteella, mutta katos ed.

Pääasiassa kopioita käytetään yliopistolla, ja sielläkin vähän.

Taloudellisessa mielessä merkityksetön.

Ei merkitystä

Meidän kirjamme ovat suurelta osin yliopistojen ja amk:n kurssikirjoja sekä tutkielmien välttämätöntä lähdeaineistoa, joten niiden kopiointi on meille taloudellisesti erittäin merkityksellinen asia.

Vaikea sanoa. Euroopan ulkopuolisia alueita käsittelevät tieteelliset tutkimukset tuskin ovat ihan perusoppimateriaalia, mutta yliopistoissa niitä varmasti käytetään oheislukemistona.

Uuden tiedon levittäminen, toimintamme mainostaminen.

Ei sinänsä merkitystä.

Todennäköisesti kustantamiamme kirjoja kopioidaan opetuskäyttöön yliopistoissa, ammattikorkeakouluissa ja useissa muissa oppilaitoksissa (aikuis- ja yrityksiä kouluttavat oppilaitokset esim.).

Emme ole havainneet suurempaa merkitystä asiassa.

Ei tällä hetkellä suuri.

# Lähteet

Orme, B. K. (2006), Getting Started with Conjoint Analysis, Strategies for Product Design and Pricing Research, Research Publishers.

Opetusministeriön julkaisuja (2006), Tekijänoikeudella suojattujen aineistojen käyttötarpeet oppilaitoksissa, Opetusministeriö 2006:12

## Opetusministeriön julkaisuja -sarjassa vuonna 2008 ilmestyneet

- 1 Ammattikorkeakoulutuksen aikaiset yrittäjyysintentioiden muutokset
- 2 Liikuntatoimi tilastojen valossa; Perustilastot vuodelta 2006
- 3 Kohti kestäväää kehitystä. Pedagoginen lähestymistapa
- 4\* Opetusministeriön toiminta- ja taloussuunnitelma 2009–2012
- 5 Mera flexibilitet i den grundläggande utbildningen
- 6 Barn- och ungdomspolitiska utvecklingsprogrammet 2007–2011
- 7 Koulukiusaaminen peruskoulun yläluokilla 2000–2007
- 8 Matkalla osallisuuteen. Osallistuva oppilas – yhteisöllinen koulu -kehittämishankeen vaikuttavuuden arviointi
- 9 Koulutus ja tutkimus 2007–2012
- 10 Utbildning och forskning 2007–2012
- 11 Education and Research 2007–2012. Development Plan
- 12 Kulttuurin ja hyvinvoinnin välisistä yhteyksistä; Näköaloja taiteen soveltavaan käyttöön
- 13 Puheenvuoroja maailmanlaajuiseen vastuuseen kasvamisesta
- 14 Kuntien liikuntatoimen talous- ja henkilöstöressurit vuonna 2006
- 15 Näin suomalaista kulttuuria viedään; Kulttuurivientiraportti 2007 ja esitykset kehittämistoimenpiteksi
- 16 Koulutus ja kulttuuri 2007. Opetusministeriön vuosikatsaus
- 17 Årsöversikt 2007
- 18 Annual report 2007
- 19 Maahanmuutto- ja innovaatiopolitiikat kansainvälisessä osaajakilpailussa
- 20 Kulttuurin satelliittilinpito; Pilottiprojektin loppuraportti
- 21 The Finnish Government's Child and Youth Policy Programme 2007–2011
- 22 Aikuiskoulutuksen vuosikirja; Tilastotietoja aikuisten opiskelusta 2006
- 23\* Rättvis kultur? Den etiska dimensionen i kulturpolitiken och de kulturella rättigheterna
- 24 Koulutus- ja tiede Suomessa
- 25 Education and science in Finland (2008)
- 28 Kehittämisen kulmakivet. Alueosaaja-hankkeen loppuraportti
- 29 Agricola 2007 - Oma kieli, oma mieli. Mikael Agricolan juhlavuosi 2007
- 33 Julkaisukäytännöt eri tieteenaloilla
- 34 Ammattikorkeakoulut ja sivistys
- 35 NOSTE-ohjelman vuosiraportti 2007
- 37 EU:n Nuoriso-ohjelma 2000–2006; Suomen loppuraportti
- 39 State Support for Digital Content Creation in Finland; Evaluation of the DigiDemo Programme in 2003–2006

\* Ei painettu, vain verkossa

Julkaisut sähköisenä osoitteessa [www.minedu.fi/OPM/Julkaisut](http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut)



OPETUSMINISTERIÖ

*Undervisningsministeriet*

MINISTRY OF EDUCATION

*Ministère de l'Éducation*

ISBN 978-952-485-554-9 (PDF)  
ISSN 1458-8110