



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Mika Koski

KULTTUURIVIENNIN
MAHDOLLISUUDET
KOHDEMAANA VENÄJÄ

Case Suomen Pietarin instituutti

Liiketalous
2016

TIIVISTELMÄ

| | |
|--------------------|---|
| Tekijä | Mika Koski |
| Opinnäytetyön nimi | Kulttuuriviennin mahdollisuudet kohdemaana Venäjä |
| Vuosi | 2016 |
| Kieli | suomi |
| Sivumäärä | 66 + 2 liitettä |
| Ohjaaja | Leena Pommelin-Andrejeff |

Tutkimukseni tarkoituksena on tutkia Suomen kulttuuriviennin mahdollisuuksia Venäjällä. Toimeksiantajana on Suomen Pietarin instituutti, jonka tehtävänä on tehdä suomalainen kulttuuri tunnetuksi Venäjällä. Aiheen valintaan vaikuttivat oma kiinnostukseni ja kokemukseni kulttuuriviennistä, mikä kumpuaa suorittamastani työharjoittelusta toimeksiantajan palveluksessa. Aiheen valintaan vaikutteita oli myös sillä, että liiketalouden tai ulkomaan kaupan näkökulmasta vastaavia tutkimuksia kyseisestä aiheesta ei ole aiemmin tässä mittakaavassa tehty. Lisäksi tutkimus on hyvin ajankohtainen kiristyneessä maailmanpoliittisessa tilanteessa, jonka keskiössä Venäjä on.

Opinnäytetyö on jaettu kolmeen osioon: johdanto, teoriaosio sekä empiirinen tutkimus. Teoriaosio koostuu neljästä pääluvusta. Ensimmäinen pääluku käsittelee monipuolisesti Venäjää kauppakumppanina. Toisessa osiossa kerrotaan, mitä on kulttuurivienti. Kolmas osio käsittelee voittoa tavoittelemattomia organisaatioita eli non-profit-organisaatioita ja niiden toimintaansa, rahoitusta sekä markkinointia. Empiirinen osuus koostuu kahdesta pääluvusta: tutkimuksen toteutus ja tutkimustulosten esittely. Tämän tutkimuksen tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvalitatiivinen tutkimus ja aineistonkeruumenetelmäksi teemahaastattelu sekä SWOT-analyysi.

Johtopäätökset ja pohdinta on tämän työn viimeinen pääluku, jossa käydään läpi tutkimuksen tulokset. Tulokset pohjautuvat kahden henkilön vastauksiin suorittamani teemahaastatteluun liittyen. Haastateltavien avulla saatavista tuloksista tulee hyvin ilmi se, millaisia mahdollisuuksia ja haasteita Venäjä tarjoaa niin kulttuuriviennille kuin muullekin toiminnalle ja minkälaisia kehityskohteita sillä saralla on.

ABSTRACT

| | |
|--------------------|---|
| Author | Mika Koski |
| Title | The Potential of Finnish Cultural Exports in Russia |
| Year | 2016 |
| Language | Finnish |
| Pages | 66 + 2 Appendices |
| Name of Supervisor | Leena Pommelin-Andrejeff |

The goal of this thesis is to research the possibilities and potential of Finnish cultural exports in Russia. The research was commissioned by The Finnish Institute in St. Petersburg, whose mission is to make Finnish culture recognized in Russia. The choice of topic was affected by my own interest in the field of cultural exports and experiences that I gained in the practical training during which I worked for the client. Comparable studies concerning this topic from the perspective of business administration and international trade have not been conducted before, which also contributed to the choice. Moreover, this thesis is quite topical, in the world's strained geopolitical situation with Russia as the center of attention.

The thesis is divided into three sections: introduction, theory, and empirical research. The theory sections comprises four chapters. The first chapter discusses Russia as a business partner from a number of different perspectives. The second chapter focuses on defining cultural exports. The third chapter takes a look at non-profit organizations and the funding and marketing of their operations. The empirical research section of the thesis consists of two chapters: executing the research and the research results. I chose qualitative research as the research method, and semi-structured interviews and SWOT analysis as the data collection methods.

The final chapter of the thesis focuses on conclusions and further discussion, and discusses the results of the research. The results are based on the answers of two persons in the conducted semi-structured interviews. The conclusion drawn from the answers give a clear picture of what sort of possibilities and challenges Russia offers for cultural exports as well as other operations and what sort of areas of improvement can be found in the field.

Keywords cultural exports, Russia, nonprofit, agent

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | JOHDANTO..... | 8 |
| 1.1 | Tutkimuksen tausta | 8 |
| 1.2 | Tutkimusongelma | 9 |
| 1.3 | Toimeksiantajan esittely | 9 |
| 2 | VENÄJÄ KAUPPAKUMPPANINA..... | 12 |
| 2.1 | Suomen ja Venäjän välinen kauppa..... | 12 |
| 2.2 | Pietari ja Leningradin alue liiketoiminta-alueena | 13 |
| 2.3 | Vienti Venäjälle yleisesti | 14 |
| 2.4 | Kaksikäyttötuotteet sekä talouspakotteet..... | 16 |
| 2.5 | Väliaikainen vienti | 17 |
| 2.6 | Kohdemaasta johtuvat uhat..... | 19 |
| 3 | KULTTUURIVIENTI..... | 21 |
| 3.1 | Mitä kulttuuri on? | 23 |
| 3.2 | Kulttuurivienti Venäjälle | 24 |
| 3.3 | Palveluvienti | 28 |
| 4 | NON-PROFIT-ORGANISAATIOIOT | 29 |
| 4.1 | Non-profit-organisaation rahoitus..... | 29 |
| 4.2 | Non-profit-organisaation markkinointi | 32 |
| 4.3 | Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit | 32 |
| 4.4 | Suomen Pietarin instituutin rahoitus..... | 34 |
| 5 | EMPIIRINEN TUTKIMUS | 36 |
| 5.1 | Tutkimusmenetelmien esittely | 36 |
| 5.2 | Osallistuva havainnointi..... | 37 |
| 5.3 | SWOT-analyysi..... | 38 |
| 5.4 | Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus | 38 |
| 5.5 | Haastateltavien esittely | 40 |
| 6 | TUTKIMUSTULOSTEN ESITTELY | 41 |
| 6.1 | SWOT-analyysin toteutus | 41 |
| 6.2 | Haastatteluiden vastaukset | 45 |

| | | |
|-----|-----------------------------------|----|
| 7 | JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA | 56 |
| 7.1 | Tutkimustulosten tarkastelu | 56 |
| 7.2 | Tutkimuksen luotettavuus | 59 |
| 7.3 | Tutkimusprosessin arviointi | 60 |
| | LÄHTEET | 62 |

LIITTEET

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

| | |
|---|----|
| Kuvio 1. Venäjän viennin ja tuonnin kehitys 2000–2014. (Tulli 2015.) | 13 |
| Taulukko 1. Pietari-säätiön avustussumma. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015.) | 35 |
| Taulukko 2. SWOT-analyysi | 41 |

LIITELUETTELO**LIITE 1.** ATA carnet -asiakirja**LIITE 2.** Haastattelurunko

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta

Opinnäytetyöni toimeksiantajana on Suomen Pietarin instituutti. Organisaatio toimii Venäjällä, Pietarissa, ja sen tavoitteena on edistää suomalaisen kulttuurin tunnettua Venäjällä. Valitsin opinnäytetyön aiheeksi Suomen kulttuuriviennin Venäjälle vuoden 2014 loppupuolella, kun työharjoittelupaikkani varmistui Suomen Pietarin instituutista. Ajatus kulttuuriviennistä opinnäytetyön aiheena oli mielessäni jo ennen varsinaisen työharjoittelun alkua. Tiedustelin työharjoitteluni aikana mahdollisuutta toteuttaa opinnäytetyöni yhteistyössä Suomen Pietarin instituutin kanssa. Onneksi työharjoittelupaikkani arvosti ahkeruuttani ja lupautui opinnäytetyön toimeksiantajaksi.

Kiinnostus kulttuurivientiin alkoi työharjoittelun aikana. Minulla ei ollut aikaisempaa kokemusta kulttuuriviennistä ja harjoittelupaikkani mahdollisti itsenäisen tiedonhankinnan aiheesta. Olen havainnut, että suomalainen kulttuuri kiinnostaa ihmisiä niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Kulttuurin rooli Suomen kansantalouden hyvinvoinnin ylläpidossa on merkittävä. Kulttuuriviennistä ei ole toteutettu aikaisemmin opinnäytetyötä liiketalouden näkökulmasta. Kulttuuriviennin vertailua muuhun vientiin suhteutettuna ei ole tutkittu kovinkaan paljon, ja silloinkin tutkijoina ovat olleet kulttuurialan asiantuntijat. Näin ollen liiketalouden näkökulmasta toteutettu tutkimus antaa varmasti uudenlaisia tutkimustuloksia ja havaintoja.

Kohdemaana Venäjä tarjoaa erityispiirteitä, jotka on syytä ottaa huomioon siittäkin huolimatta, ettei kulttuuriviennissä yleisesti ole tarvetta esimerkiksi tuotteiden kuljettamiseen maasta toiseen. Vuoteen 2014 saakka Suomen vienti Venäjälle on ollut kasvussa. Kuitenkin talouspakotteiden vaikutuksesta Suomen vienti Venäjälle on ollut laskussa. Vuoden 2015 tammi-kesäkuussa vienti Venäjälle oli 5,7 prosenttia, laskua edelliseen vuoden vastaavaan aikaan on tullut kolmasosa. (Tulli 2015.) Viennin väheneminen on ajanut yritykset etsimään uusia kauppakumppanimaita tai vastaavasti perustamaan paikanpäälle tehtaan välttääkseen rajamuodollisuudet ja talouspakotteet.

1.2 Tutkimusongelma

Tarkoitukseni on tutkia Suomen kulttuuriviennin mahdollisuuksia Venäjällä. Venäjä on maailman kahdeksanneksi suurin valtio, ja maa tarjoaa monipuoliselle viennille erityisen suuret mahdollisuudet sekä haasteet. Suomalaiset yritykset ovat jo osanneet hyödyntää näitä mahdollisuuksia. Hyviä esimerkkiyrityksiä ovat Valio, Atria, Stockmann, YIT sekä monet muut. Venäjällä on noin 144 miljoonaa asukasta, joiden potentiaalia on osattava hyödyntää. Suomen Pietarin instituutti toimii kulttuuriviennin alalla ja on Suomen ainoa Venäjällä toimiva kulttuuri-instituutti. Teen tutkimustani Suomen Pietarin instituutille, jonka tehtävänä on edistää Suomen ja Venäjän välistä kulttuuri- ja tiedeyhteistyötä Venäjällä. (Suomen ulkoasiainministeriö 2010.)

Tutkimukseni tarkoituksena on tutkia sitä, millaisia mahdollisuuksia kulttuuriviennillä on Venäjällä sekä millaisia haasteita kulttuurivienti kohtaa. Opinnäytetyössäni kerrotaan laajasti kulttuurivientiin liittyvistä asioista. Opinnäytetyöni sopii oppaaksi henkilölle, jolle kulttuurivienti on entuudestaan vieras käsite, mutta hän on kiinnostunut saamaan ajankohtaista tietoa aiheesta.

1.3 Toimeksiantajan esittely

Toimeksiantaja on Suomen Pietarin instituutti, jota on johtanut vuodesta 2012 lähtien filosofian tohtori ja Venäjän kulttuurihistorian dosentti Elina Kahla. Suomen Pietarin instituutti kuuluu Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituuttien verkostoon, johon kuuluu yhteensä 17 itsenäistä yksikköä eri puolilla maailmaa. Instituutti on perustettu vuonna 1992 Neuvostoliiton hajoamisen jälkeen, ja sitä ylläpitää Pietari-säätiö.

Pietari-säätiön perustajina ovat Suomen valtio, suomalaisen kulttuurin ja tieteen sekä elinkeinoelämän organisaatiot. Säätiön taustavaikuttajina toimivat Vr-Yhtymä Oy, Kone Oyj, Op, Sampo Oyj sekä UPM-Kymmene Oyj. Pietari-säätiön puheenjohtaja on Juhani Leppä ja säätiön valtuuskuntaa johtaa Raimo Valo. Suomen Pietarin instituutti on ainoa Venäjän alueella toimiva suomalainen kulttuuri- ja tiede-keskus. (Suomen Pietarin instituutti 2015.)

Instituutti järjestää näyttelyitä, konsertteja, seminaareja ja muita tapahtumia. Instituutti tukee suomen kielen opettajien täydennyskoulutusta sekä järjestää seminaareja suomalaisen kirjallisuuden kääntäjille suomen kielestä venäjän kieliseksi. Instituutin toimintaan sisältyy lisäksi monivuotisia ja laajoja kärkihankkeita esimerkiksi designin ja arkkitehtuurin saralla. Vuoden 2015 kärkihankkeita olivat yhteistyössä Eremitaasin taidemuseon kanssa toteutettava suomalaisen arkkitehtuurin ja muotoilun suurkatselmus sekä Jean Sibeliuksen 150-vuotisjuhla. (Suomen Pietarin instituutti 2015.)

Instituutin yhteistyöverkosto on kattava. Yhteistyötä tehdään perustajatahojen lisäksi Suomen pääkonsulaatin, Euroopan unionin kulttuuri-instituuttien verkoston eli EUNIC:n, Pohjois-Euroopan ja Baltian maiden kulttuuri-instituuttien ja konsuliedustustojen sekä paikallisten toimijoiden kanssa. (Suomen Pietarin instituutti 2015.)

Pietarissa instituutin toimitilat sijaitsevat Suomi-talossa, jonka saneeraus on valmistunut vuonna 2010, jonka tilat on vuokrattu 49 vuodeksi Pietarin kaupungilta. Suomen Pietarin instituutin lisäksi 4500m² kiinteistössä vuokralaisina ovat esimerkiksi Finpro, Suomalais-Venäläinen kauppakamari, Finnvera sekä Pietarin suomalainen koulu. Tämän lisäksi tiloista löytyy majoitus- ja työskentelytiloja tutkijoille ja taiteilijoille. (Suomi-talo 2015.)

Pietari-säätiön talousvaikeudet

Suomen Pietarin instituuttia hallinnoiva Pietari-säätiö on jo pidemmän aikaa taistellut suuren velkataakan alla. Helsingin Sanomien 6.11.2015 julkaistussa artikkelissa kerrotaan, että ainoa vaihtoehto, millä Pietari-säätiö voi selviytyä konkurssilta on se, että Suomen valtio ostaisi Pietari-säätiön hallinnoiman Suomi-talon. Vuokrasumma tästä talosta on ruplan kurssin heikkenemisestä huolimatta ollut noin 400 000 euroa vuodessa, mikä on huomattavasti keskimääräistä Pietarin vuokratasoja korkeampi. (Salovaara 2015.)

”Säätiön ajautuminen konkurssiin ja toiminnan loppuminen vaikeuttaisi Lepän mukaan suomalaisten kulttuuri-, tiede- ja muiden tahojen toimintaa

Pietarissa. Suomi-taloa pyörittävän säätiön konkurssi tai Suomi-talosta luopuminen voisivat myös olla Suomelle maine- ja diplomaattinen riski maailmanpoliittisesti vaikeana aikana, arvioi säätiön selvitysmies ja valtuuskunnan puheenjohtaja Raimo Valo.” (Salovaara 2015.)

Ainoana mahdollisuutena Pietari-säätiön pelastamiselle nähdään se, että Suomen valtio ostaisi Suomi-talon. Pietarin kaupunki ei ole tähän mennessä vastustellut suuremmin myymistä. Suomi-talon käypä myyntihinta olisi selvitysmiesten mukaan 13,5 miljoonaa euroa. Mikäli kaupat saataisiin tehtyä, Pietarin kaupungille maksettava vuokrasumma jäisi pois ja säästyneet rahat voitaisiin käyttää Pietari-säätiön lainojen lyhentämiseen. (Salovaara 2015.)

2 VENÄJÄ KAUPPAKUMPPANINA

Venäjä eli Venäjän federaatio on pinta-alaltaan maailman suurin maa, pinta-alaa on yli 17 miljoonaa neliökilometriä. Asukasluvultaan mitattuna se on maailman kahdeksanneksi suurin maa 143,2 miljoonalla asukkaallaan vuoden 2013 väestönlaskennan mukaan (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2015.) Asukasluku koostuu 80 prosenttisesti venäläisistä, tataareista neljä prosenttisesti, ukrainalaisista kaksi prosenttisesti, baškiireista yhden ja tšuvasseista yhden prosentin verran sekä muista kansanryhmistä 12 prosenttisesti. (Tiri 2011, 12.)

Venäjällä puhutaan pääasiassa venäjän kieltä (96,3 %), joka on virallinen kieli. Venäjän rajanaapureita ovat Norja, Suomi, Viro, Latvia, Liettua, Puola, Valko-Venäjä, Ukraina, Azerbaidzhan, Georgia, Kazakstan, Pohjois-Korea, Mongolia ja Kiina. (Finpro 2010.)

2.1 Suomen ja Venäjän välinen kauppa

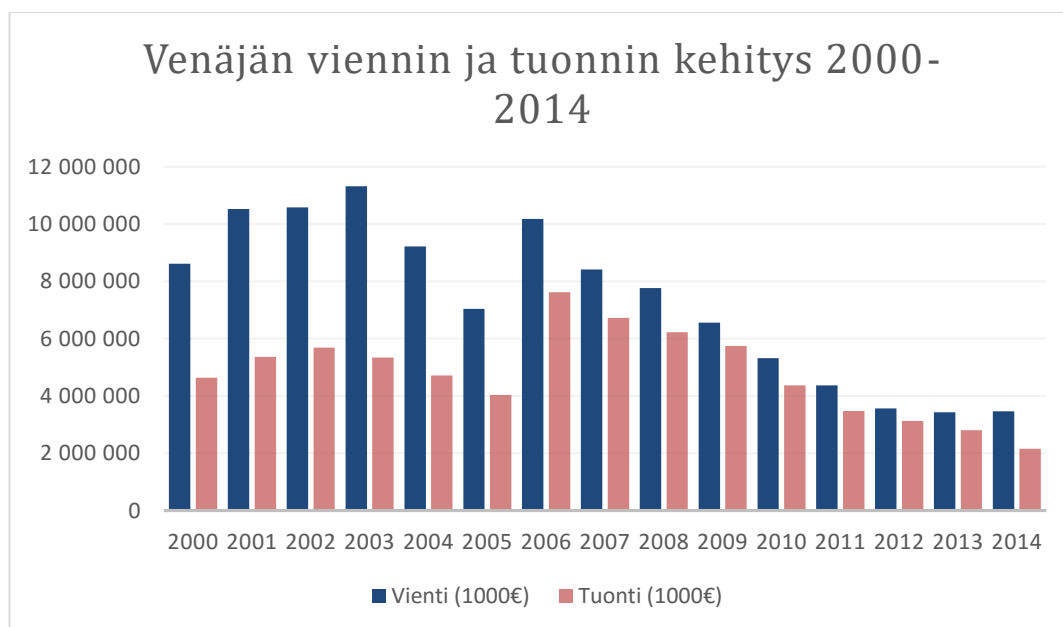
Suomen ja Venäjän kahdenväliset suhteet ovat monimuotoiset. Tärkeitä yhteistyöalueita ovat esimerkiksi kauppa ja investoinnit, liikenne ja logistiikka, rajainfrastruktuurin kehittäminen, energia ja energiatehokkuus, innovaatiot ja teknologia, rakentaminen, metsäsektori, ympäristösektori, elintarvikeala, oikeusalan yhteistyö sekä kulttuuri ja koulutus. (Ulkoministeriö Venäjän yksikkö 2013.)

Suomen ja Venäjän välisellä kaupalla on kuitenkin ollut viime aikoina hankaluuksia johtuen Venäjän hidastuneesta talouskehityksestä sekä Ukrainan kriisin aiheuttamista talouspakotteista. Vuodesta 2013 vuoteen 2014 Suomen tavaravienti Venäjälle laski 14 prosenttia ja -tuonti 18 prosenttia. Tästä huolimatta Venäjä on yksi Suomen tärkeimmistä kauppakumppaneista. Kaupan arvolla mitattuna se oli Suomen suurin tuontimaa ja kolmanneksi suurin vientimaa. Etenkin palveluvienti Venäjälle on tärkeää, sillä kaikesta palveluviennistä Venäjän suuntaan menee 20 prosenttia. Tärkeimmät palveluviennin toimialat ovat matkailu, rakennuspalvelut, koneiden asennus ja huolto sekä tutkimus- ja kehitystoiminta. (Ulkoministeriö Venäjän yksikkö 2013.)

Suomalaisia yrityksiä toimii Venäjällä tällä hetkellä noin 500–600, joista suurimpana sektorina on kaupan ja palvelujen ala, teollisia investointeja on tehnyt noin 100 yritystä. Kokonaisuudessaan suomalaisten yritysten investointien arvioidaan olevan Venäjällä noin 12 miljardia euroa. Suurimpana investoijana on ollut energiayhtiö Fortum, joka on investoinut Uralilla ja Länsi-Siperiassa sähkön ja lämmön tuottamiseen. (Ulkoministeriö Venäjän-yksikkö 2013.)

Kuviossa 1 on eritelty Suomen vientiä ja tuontia Venäjälle ja sen kehitystä aikavälillä 2000–2014 eli neljäntoista vuoden ajalta.

Kuvio 1. Venäjän viennin ja tuonnin kehitys 2000–2014. (Tulli 2015.)



2.2 Pietari ja Leningradin alue liiketoiminta-alueena

Vuonna 2011 suomalaisomisteisia yrityksiä Pietarissa toimi 366. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011.)

Pietari on logistiikkakaupunki, sillä sieltä hoituvat meri-, joki-, rauta-, maa- ja lentokuljetukset kaikkialle Venäjälle sekä muualle maailmaan. Tämän lisäksi öljyä ja kaasua kuljetetaan putkia pitkin. Itämeren alueen liikennemäärältään suurin satama löytyy Pietarista. Helsinkiin matkaa Pietarista on 383 kilometriä, joka taittuu kol-

messa ja puolessa tunnissa vuonna 2010 raideliikenteeseen tulleella Allegro-junalla. Näitä vuoroja ajetaan neljästi päivässä. (Aitio, Alho, Esilä & Filppula, ym 2009, 26–28.)

Pietarin virallinen asukasluku on 5,03 miljoonaa asukasta, mikä on noin 3 prosenttia Venäjän väkiluvusta. Väkiluvusta 2,7 miljoonaa on työikäisiä. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2013.) Pietarissa keskimääräinen kuukausipalkka vuonna 2014 oli noin 35 000 ruplaa, joka on euroissa hieman yli 400 euroa. Vaikka ruplamääräisesti palkat ovat nousseet selvästi vuodesta 2008, jolloin ne olivat 21 714 ruplaa, ruplan kurssin heikkenemisestä johtuen pietarilaisten ostovoima on heikentynyt suhteessa palkkoihin. (Buravtseva & Gorshenin 2014; Aitio, ym 2009, 28–29.)

Leningradin alue

Pietarin ympäristöön sijoittuvan Leningradin alueen talous on monipuolinen. Tärkeimpinä toimialoina ovat jalostava tuotanto, rakentaminen, kuljetussektori, tukku- ja vähittäiskauppa sekä maa- ja metsätalous. Elintarvikkeet, ajoneuvot, öljyjalosteet sekä sellu- ja paperituotteet kuuluvat tähän jalostavan teollisuuden aloihin. Viime vuosina Venäjän lisäksi ulkomaiset yritykset ovat investoineet Leningradin alueelle. (Aitio, ym 2009, 20.)

2.3 Vienti Venäjälle yleisesti

Suomen ja Venäjän välisessä viennissä kyse on ulkokaupasta. Ulkokauppa on kyseessä silloin, kun Euroopan unionin jäsenmaasta tehdään kauppaa yhteisöön kuulumattoman maan kanssa. Yleensä tavarat viedään lopullisesti, jolloin niitä ei ole tarkoitus tuoda takaisin lähtevään maahan. (Tulli 2016.)

Viennissä Euroopan unionin alueelta kolmansiin maihin eli maihin, jotka eivät kuulu Euroopan unioniin yhteisötavarat on asetettava vientimenettelyyn. Tämä tehdään tulliviranomaisia varten, että he tietävät mitkä, vientisäännökset ja -määräykset koskevat kyseistä tavaraa ja miten niitä on sovellettava. Vientimenettelyyn tavara voidaan luovuttaa joko vapaasta liikkeestä, vapaa-alueelta tai tullivarastosta.

Vientitullin kantaminen ei ole yleistä Euroopan unionin alueella, käytännössä pe-
rittävät tullit ovat aina tuontitulleja. (Melin 2011, 276.)

Kaikki Euroopan unionin tulli- ja veroalueen ulkopuolelle vietävät tavarat on ase-
tettava vientimenettelyyn antamalla niistä vienti-ilmoitus. Viejäosapuoli on vas-
tuussa vienti-ilmoituksen tekemisestä. Viejä voi valtuuttaa asiamiehen, joka on
usein huolintaliike, tekemään tämän vienti-ilmoituksen. Viejän on oltava yhteisöön
sijoittunut. (Tulli 2016.)

Suorassa vientimenettelyssä lähtö- ja poistumiskoimipaikka sijaitsevat samassa jä-
senvaltiossa. Viejä toimittaa sähköisesti vienti-ilmoituksen tulliin, josta lähtee vas-
taussanoma, joko hyväksytty tai hylätty. Jos ilmoitus on virheetön ja hyväksytty,
tullista saadaan luovutussanoma, jonka liitteenä on luovutuspäätös ja viennin saa-
teasiakirja Export Accompanying Document lyhennettynä EAD. Euroopan unionin
jäsenmaiden yhteisessä poistumisvalvonnan järjestelmässä Export Control System
eli ECS:ssä kulkee mukana tämä EAD-lomake. EAD-lomake on näytettävä
poistumispaikan tullille, joka vahvistaa poistumisen tullin tietojärjestelmään. Täältä
lähtee vienti-ilmoituksen antajalle sähköisesti poistumisvahvistettu luovutuspäätös,
jolla voi todistaa myynnin arvonlisäverottomuuden verottajalle. (Melin 2011, 276.)

Epäsuora vienti on kyseessä silloin, kun vienti alkaa toisessa Euroopan unionin jä-
senmaassa ja poistuu toisen jäsenmaan alueelta. Tullausmenettely on samanlainen
kuin suorassa viennissä siihen saakka, kun EAD-lomake esitetään vietävien tava-
roiden kanssa poistumismaan tullissa. Poistumismaan tulliviranomainen hakee
vientii-ilmoituksen tiedot oman maansa vientijärjestelmään EAD:ssa olevan MRN-
numeron avulla ja vahvistaa tämän sähköiseen järjestelmään. Tieto viennin päättö-
misestä tulee sähköisesti suoraan sen maan tulliin josta vienti on lähtenyt liikkeelle.
Lopuksi samaan tapaan kuin suorassa viennissä, sen maan tullista, josta vienti on
lähtenyt liikkeelle, tulee poistumisvahvistettu luovutuspäätös vienti-ilmoituksen
antajalle. (Melin 2011, 277.)

Viennissä Euroopan unionin jäsenalueen ulkopuolelle välttämättömiä asiakirjoja
ovat kauppalasku tai proformalasku, vakuutuskirja tai todistus, kuljetusasiakirja va-

litun kuljetustavan mukaan, tulli-ilmoitus (sähköisenä) tai passitusasiakirja (sähköisenä) ja ATA carnet. Mahdollisia asiakirjoja voivat olla alkuperätodistukset EUR.1, viejän ilmoitus kauppalaskussa sekä muut alkuperätodistukset. Riippuen valitusta maksuehdosta tarvitaan myös erilaisia maksuliikenteen asiakirjoja. (Melin 2011, 87.)

Vietäessä Venäjälle on olemassa erilaisia tarvittavia asiakirjoja kuten kauppasopimus, alkuperätodistus sekä Venäjän tullille annettavat tullaukseen liittyvät ilmoitukset. Kuljetettavasta tuotteesta riippuen, voidaan tarvita vastaavuussertifikaattia, vastaavuusvakuutusta, tuoterekisteröintitodistusta tai muita Venäjän sisämarkkinoilla vaadittavia tuoteturvallisuuteen liittyviä asiakirjoja. Tuotteen vastaamiseksi vaatimuksia Venäjällä on käytössä sertifiointi. Sertifiointi koskee sekä ulkomaalaisia että venäläisiä tuotteita. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2016.) Sertifiointijärjestelmiä on yli 10 erilaista, joista kaikkein yleisin perustuu GOST R-järjestelmään. Se kattaa yleisimmät vietävät tuotteet, kuten kulutustavarat, tuotantovälineet, rakennustarvikkeet ja lisäksi laatu- ja ympäristösertifikaatit ja tuotannon. Venäjän tulli tarkistaa tulliselvityksen yhteydessä vastaavuustodistuksen, joka tarvitaan sertifiointipakon alaisille tuotteille. Viranomaisen vaatimia erityisasiakirjoja ovat tulli- ja konsulilasku. Lisäksi erityistodistuksia ovat muun muassa terveystodistus-, arvo- ja analyysitodistus sekä hinta-, laatu- ja vaatimustenmukaisuustodistukset. (Suomen Yrittäjät 2014.)

2.4 Kaksikäyttötuotteet sekä talouspakotteet

Kaikki tuotteet eivät ole mahdollisia vietäväksi ollenkaan tai niiden viemiseen on rajoituksia joko lain tai muiden asioiden vuoksi. Kaksikäyttötuotteella tarkoitetaan Suomen lainsäädännössä sellaista tuotetta, teknologiaa tai palvelua, joka sen tavantomaisen käytön lisäksi soveltuu sotilaallisiin tarkoituksiin tai joukkotuhousohoiden kehittämiseksi. Tavoitteena näiden tuotteiden vientivalvonnalla on asesulkupolitiikka, jolla estetään joukkotuhousohoiden leviäminen. Viennillä tarkoitetaan valvonnan alaisten kaksikäyttötuotteiden vientiä Euroopan unionin ulkopuolelle. Ainoastaan erittäin arkaluontoisten tuotteiden kohdalla lupa tarvitaan myös sisäkaupassa, tällaisia tuotteita ovat esimerkiksi ydinmateriaalit- ja laitteet. Suomessa lupa-asioita

hoitaa ulkoasiainministeriön vientivalvonta-asioiden yksikkö. (Ulkoministeriö 2016.)

Taloussakotteiden merkitys Suomen ja Venäjän väliselle kaupalle

”Kansainvälisillä pakotteilla tarkoitetaan taloudellisen tai kaupallisen yhteistyön sekä esimerkiksi liikenne- ja viestintäyhteyksien tai diplomaattisten suhteiden rajoittamista tai keskeyttämistä tietyn valtion tai tiettyjen ryhmien kanssa. Pakotteiden tarkoituksena on osana muita ulkopoliittisia toimia vaikuttaa toisen valtion tai ihmisryhmän harjoittamaan politiikkaan tai toimintaan, jonka katsotaan uhkaavan kansainvälistä rauhaa ja turvallisuutta.” (Ulkoministeriö 2016.)

Euroopan unionin ja Yhdysvaltojen asettamat taloussakotteet alkoivat vaikuttaa vuoden 2014 alkupuolelta alkaen ja Venäjän vastapakotteet hieman myöhemmin. Suomelle merkittävimpiä vaikutuksia pakotteilla on ollut kalan, lihan, vihannesten ja hedelmien sekä niistä valmistettujen tuotteiden viennille. Suurimpana yksittäisenä kärsijänä taloussakotteilla on ollut Valio, jonka seurauksena myös maataloustuottajat ovat kärsineet matalista maito- ja lihantuottajahinnoista. Venäjän asettamilla pakotteilla on negatiivisia vaikutuksia myös Venäjän omalle taloudelle. Kansalaisten ostovoima on huonontunut kohonneiden elintarvikekustannusten, kohonneen korkotason sekä heikentyneen talouskasvun vuoksi. (Andersson & Kotilainen 2016, 2–4.)

2.5 Väliaikainen vienti

Väliaikainen vienti tulee kysymykseen, mikäli tuotteiden viennillä ei tavoitella taloudellista hyötyä. Tässä tapauksessa Euroopan unionin ulkopuolelle menevästä tavaresta on tehtävä vienti-ilmoitus. Tuotteista ei kanneta tuontivaiheessa tullia ja arvonlisäveroa, mikäli tuotteet on asetettu vietäessä maasta väliaikaiseen vientimenettelyyn. Tällainen väliaikainen vienti tulee kysymykseen esimerkiksi silloin, kun teatteri-esityksen rekvisiittaa viedään Euroopan unionin ulkopuolelle teatteri-esitystä varten. Ehtoina tällaiselle toiminnalle on se, että tavara viedään toiseen maahan väliaikaisesti ja tavara palaa muuttumattomana takaisin. Mikäli tavara myydään tai se jää maksuttomasti maahan ja se on viety vain väliaikaisesti, tulee siitä toimit-

taa oikaisupyynnön. Oikaisupyynnön liitteiksi tulee laittaa kauppalasku, mikäli tavara on myyty. Jos se on annettu maksuttomasti, tulee myös tämä todistaa. (Tulli 2013.)

ATA carnet on toinen keino väliaikaiseen vientiin. Sen avulla voidaan kuljettaa väliaikaisesti näyttelytavaraita, ammatinharjoitusvälineitä, mainosmateriaalia, tieteellisiä laitteistoja sekä kaupallisia tavaränäytteitä. Sen ovat ottaneet käyttöönsä 73 maata ja Venäjä on yksi näistä maista. (Kauppakamari 2015.)

ATA carnetin käytön maksut riippuvat kuljetettavasta tavarasta, kuinka moneen maahan viedään sekä siitä onko hakeva maa Euroopan unionin jäsenmaa. Osan maksusta saa takaisin, sillä tavaroiden arvon mukaan maksetaan panttimaksu, jonka saa takaisin tuodessaan tavarat takaisin lähtömaahan. ATA carnet helpottaa väli-kaista vientiä, sillä se korvaa vientiasiakirjat, vientimaassa tarvittavat tulliasiakirjat sekä kattaa tuotavien tavaroiden tullin ja tuontiverot. ATA carnetin myöntää paikallinen kauppakamari, ja se haetaan oman maan kauppakamarilta. Liite 1 on malli ATA carnet -asiakirjasta. (Melin 2011, 101–102.)

Venäjän kanssa ATA carnetin kanssa on muutamia erityisehtoja ja seikkoja, jotka on syytä ottaa huomioon. Venäjällä kaikki tullitoimipaikat eivät ole oikeutettuja käyttämään ATA carnetia. Pietarissa kuitenkin monet tullitoimipaikat ovat oikeutettuja käyttämään tätä. Ajantasaisen listan löytää kauppakamarin internet-sivuilta. Lisäksi huomioitavat seikat koskien ATA carnetin käyttöä Venäjällä. Tavaruettelosta on tehtävä käänös venäjäksi, joka on vahvistettava kauppakamarin leimalla josta on hyvä olla useita kopioita. Tavaruetteloon tullikoodien merkkaukset on tehtävä tarkasti, ja mikäli ei ole täysin varma, onko merkannut tavarat oikealla tullikoodilla, asiaa voi selvittää Suomen tullilta. Tavaroiden on otettava kuvat, joista selviää, mistä tuotteista on kysymys. Allegro-junalla kuljetettaessa on syytä ottaa yhteyttä kummankin maan tullieihin ja ilmoittaa, että kyydissä on ATA -carnetilla tuotavaa tavaraa. Tullihenkilökunta pyytää näyttämään tavarat, jonka jälkeen he hoitavat tarvittavat leimaukset sekä ottavat käyttöönsä sääntöjen mukaisesti omat välilehtensä ATA carnet -tulliasiakirjasta. Viejän tulee lisäksi allekirjoittaa venäjänkieliseen vientiselvitykseen nimensä. (Hatanpää & Heimonen 2013.)

2.6 Kohdemaasta johtuvat uhat

Suomen Pietarin instituutti toimii Pietarissa ei-kaupallisena kulttuuritoimijana (venäjäksi Автономная некоммерческая организация lyhennettynä АНО). Tämä nimitys tarkoittaa, että kyseessä on autonominen eli itsenäinen ei-kaupallinen organisaatio. Organisaatio on perustettu kansalaisia ja/tai juridisia henkilöitä varten. Toimintaympäristö voi olla opetuksen, kulttuurin, tieteen, fyysisen taiteen, urheilun ja muun toiminnan aloilla. Nimensä mukaisesti toiminnan tarkoitus ei ole tuottaa voittoa. Organisaatiolla on oikeus käyttää varainhankintaa ainoastaan sellaisiin tarkoituksiin, joihin se on luotu. Organisaation perustajilla on ainoastaan samanlaiset oikeudet palveluiden käyttämiseen kuin muilla henkilöillä. (Российская Федерация федеральный закон о некоммерческих организациях 2006.)

Uhkana Suomen Pietarin instituutin toiminnalle voisi olla samanlainen ulkomaalaisten agenttien listalle joutuminen, joka tapahtui Pohjoismaiden ministerineuvostolle. Vuoden 2015 alussa Pohjoismaiden ministerineuvoston Pietarin toimisto joutui ulkomaalaisten agenttien listalle. Pohjoismaiden ministerineuvosto on toiminut Pietarissa kahdenkymmenen vuoden ajan, jonka lisäksi toimintaa on ollut Arkan-gelissa, Murmanskissa ja Petroskoissa. Viime vuonna Pohjoismaiden ministerineuvosto järjesti 80 seminaaria, 50 tutustumismatkaa venäläisille lähinnä Pohjoismaihin. Keskeneneräisinä projekteina on 40 lähialueyhteistyöhanketta Venäjällä. Hankkeissa kehitetään jätteenkäsittelyä Petroskoissa, tehostetaan kaivosteollisuuden työturvallisuutta Pohjois-Venäjällä ja yritetään ehkäistä työttömyyttä Luoteis-Venäjällä. Vuosibudjetti on ollut noin 2,6 miljoonaa euroa. (Ahonen 2015.)

Ulkomaalaisten agenttien listalle joutuminen hankaloittaa huomattavasti järjestöjen toimintaa. Sen pitää raportoida muita tarkemmin tuloistaan ja menoistaan sekä siitä, mitä he tekevät. Tämän lisäksi kaikkiin julkaisuihin ja kotisivuille pitää laittaa maininta siitä, että järjestö on ulkomainen agentti. Agenttilistalle joutumiselle syynä voivat olla seuraavat seikat: se on venäläinen kansalaisjärjestö, harjoittaa poliittista toimintaa ja saa ulkomaalaista rahoitusta. Haittoina agenttilistalle joutumisella on se, että yhteistyökumppaneiden saaminen hankaloituu sekä vanhojen pitäminen on myös ongelmallista. Uusien kontaktien ja vanhojen pitämisen hankaluus johtuu

siitä, että heidänkin toimintansa voidaan tulkita kyseenalaiseksi, mikäli se tekee yhteyttä ulkomaisen agentin kanssa. Lisäksi Venäjän duumassa etenee laki, jonka mukaan ”ei toivottu” ulkomaalainen yritys tai järjestö ja sen toiminta voidaan kieltää. (Ahonen 2015.)

Syy siihen, miksi Pohjoismaiden ministerineuvosto joutui Venäjällä ulkomaalaisten agenttien listalle, johtuu Venäjän mukaan juuri poliittisista syistä. Venäjän viranomaiset löysivät poliittisen toiminnan piirteitä osasta ministerineuvoston hankkeista. Venäjän lain mukaan poliittista toimintaa on vaikuttaminen yleiseen mieliteeseen tai päättäjiin. Lain mukaan poliittista toimintaa ei kuitenkaan ole kulttuuriin, tieteisiin, taiteisiin tai terveydenhuoltoon liittyvä työ. Pohjoismaiden ministerineuvoston Pietarin-toimiston toiminta perustuu näihin tarkoituksiin ja myös rahoituksen tuleminen Pohjoismaista on tämän vuoksi perusteltua. (Ahonen 2015.)

Yleinen ilmapiirin muuttuminen suomalaisia toimijoita kohtaan

Suomi-kuva on perinteisesti ollut Venäjällä hyvä. Suomea pidetään turvallisena, siistinä ja puhtaana maana. Kuitenkin viime aikoina Suomella on ollut vähemmän korkean tason tapaamisia Venäjän kanssa Ukrainan kriisin johdosta Euroopan unionin yhtenäisen linjauksen mukaisesti. (Ulkoministeriö Venäjän yksikkö 2013.)

3 KULTTUURIVIENTI

Kulttuuriviennillä tarkoitetaan kulttuuristen merkitysten vaihtoa, joka sisältää kaiken eniten vuorovaikutus- ja yhteistyöprosesseja. Kulttuurivienti voi olla joko kaupallista tai voittoa tavoittelematonta. Kulttuuriviennin aloja on runsaasti: elokuva, musiikki, arkkitehtuuri, käsi- ja taideteollisuus, käsityö, teatteri, tanssi, sirkus- ja estraditaide, kirjallisuus, digitaalinen mediataide ja -kulttuuri, radio- ja televisiotoiminta, peliteollisuus, kulttuuritapahtumat sekä kulttuuri- ja luontomatkailun, liikunta ja urheilu sekä museot ja kirjastot. (Koivunen 2004, 29–30.)

Suomen kansantaloudesta kulttuurin eri toimialat muodostavat huomattavan osuuden. Vuonna 2010 Suomessa kulttuurin yksityisen kulutuksen arvo oli yli 6,5 miljardia euroa eli reilut 1200 euroa asukasta kohden. Kokonaisuudessaan vuonna 2010 kulttuurin kautta rahaa tuli 10,5 miljardia euroa eli 4 miljardia euroa kotimarkkinoiden ulkopuolelta. Kotimarkkinat eivät voi Suomen pienuudesta johtuen enää suuremmin kasvaa. Yritystoiminnan tavoitellessa kasvua, on suunnattava Suomen rajojen ulkopuolelle. Kansainvälisesti kulttuurilla on ollut enenevässä määrin kysyntää viime vuosina ja Suomi on ollut ja tulee olemaan osana tähän kysyntään vastaamassa. Opetus- ja kulttuuriministeriön taide- ja kulttuuripolitiikan osastolla hoidetaan kulttuurivientiin liittyviä asioita, jotka ovat kulttuurin talouden ja tekijänoikeuden vastuualueella. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010.)

Suurin osa toimialojen yrityksistä on mikroyrityksiä eli työllistävät alle 10 henkilöä. Nämä yritykset keskittyvät pääasiassa kulttuuriseen ja taiteelliseen tuotantoon eivätkä lähde itse aktiivisesti etsimään kasvua ulkomailta. Tämän hoitavat heidän puolestaan suuremmat yritykset, jotka ovat keskittyneet kustantamiseen, jakeluun ja myyntiin. Pienet yritykset eivät ole siis erityisen hyvässä neuvotteluasemassa suhteessa jakelijoihin. Suomessa manageri- ja välittäjäporras ei ole erityisen ammattimainen, joten tämäkin aiheuttaa hankaluuksia maailmalla. Tästä on seurauksena se, että pienen suomalaisen toimijan oikeudet ovat heikot ja tätä kautta rahat menevät muiden taskuihin kuin kulttuuritoimijoille. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2011.)

Teosviennillä tarkoitetaan sävelteoksen vientiä ulkomaalaisen artistin levytettäväksi tai orkesterin esitettäväksi kohdemarkkinalle. Suomalaisen musiikintekijän on mahdollista hakea kansainvälistymisensä tueksi erilaisia opetus- ja kulttuuriministeriön tukia. Näitä tukia ovat teosvientituki, julkaisukiertuetuki sekä showcase-tuki. (Music Finland 2016.)

Teosvientituki on tarkoitettu suomalaisten säveltäjien, kirjoittajien, tuottajien sekä heidän edustajiensa kansainvälistymisen ja viennin tueksi. Tällaista toimintaa voivat olla esimerkiksi teosvientimatkat, yhteiskirjoitusmatkat sekä matkustaminen teosten esitykseen ulkomaille. Tuen edellytyksenä on, että matkat ovat osa kirjoittajan tai säveltäjän kansainvälistymisstrategiaa sekä tähtäävät merkittävään yhteistyökumppanuuteen tai näkyvyyden parantamiseen kohdemarkkinoilla. Vähimmäismäärä on 500 euroa, ja tuki voi kattaa enimmillään puolet toteutuneista kustannuksista. Kriteereinä hakijalle on määritetty, että kirjoittajan tai säveltäjän on oltava tekijänoikeusjärjestön asiakas. Hakija voi olla joko yksityinen henkilö tai yritys. Mikäli hakija on yksityinen henkilö, hänen on oltava Suomen kansalainen. Jos hakija on yritys, yrityksen on oltava rekisteröitynä Suomeen, sillä ei saa olla verovelkaa ja sen on oltava ennakkoperintärekisterissä koko hankkeen ajan. Lisäksi hakijan on raportoitava toteutuksesta ja tuloksista ohjeistetulla tavalla sekä kerättävä raportointia varten materiaalit matkalta. (Music Finland, Teosvientituki 2016.)

Julkaisukiertuetuki on minimissään 5 000 euron ja maksimissaan 20 000 euron suuruinen. Tuki voi kattaa enintään puolet kustannuksista. Kiertue kattaa neljä esiintymistä Suomen ulkopuolella. Peräkkäisiä esiintymisiä ei vaadita, vaan se riittää, että kiertueen kaikki esitykset esitetään sen vuoden aikana jolle tukea haetaan. Tuki kattaa kuluja, joita voivat olla esimerkiksi: majoitukseen, matkalippuihin, markkinointiin- ja viestintään tai tuotantoon (vuokrat, kalusto, tuotantopalvelut) liittyviä kuluja. Erilaiset palkkakulut ovat oikeutettuja kustannuksia tästä tuesta. Palkkakulut voivat olla kiertuemanagerille, teknikoille ja sooloartistin taustamuusikolle maksettuja palkkioita, jotka ovat toteutuneina kuluina yrityksen kirjanpidossa. (Music Finland 2016.)

Showcase-tuki on suuruudeltaan minimissään 500 euroa ja maksimissaan 5 000 euroa. Tuki voi kattaa maksimissaan puolet toteutuneista kustannuksista. Tukea voidaan käyttää joko ulkomailla tapahtuvan näytösesiintymisen kuluihin tai Suomessa tapahtuvaan esiintymiseen kutsuttavien ulkomaalaisten ammattilaisten kuluihin. Tuen myöntämiseksi edellytyksenä on, että se tukee yrityksen kansainvälistymisstrategiaa sekä tähtää merkittävään yhteistyökumppanuuteen tai näkyvyyden parantamiseen kohdemarkkinoilla. Tukikelpoiset kulut ovat samat kuin julkaisukiertuetuella. Julkaisukiertuetuen ja showcase-tuen hakijakriteerit ovat samat. Tuen saajan on oltava Suomeen rekisteröity yritys, toiminimi, säätiö tai yhdistys. Yrityksen on oltava koko hankkeen ajan ennakkoperintärekisterissä, hakemushetkellä, kiertueen aikana sekä raportointihetkellä, eikä sillä saa olla verovelkaa. Lisäksi tuensaajan on raportoitava kiertueen toteutumisesta ja tuloksista ohjeistetulla tavalla sekä keräämään raportointia varten tarvittavat aineistot kiertueen aikana. (Music Finland 2016.)

3.1 Mitä kulttuuri on?

Suomen opetusministeriön hallinnoimalla alalla kulttuuriksi luetaan seuraavat asiakokonaisuudet: taiteet, perinteet, viestintä, liikunta ja urheilu, 15–29-vuotiaiksi rajatun nuorison toiminta, uskonnot sekä kasvatus, koulutus ja tiede. Toisissa yhteyksissä myös vapaa-ajan toiminta, kuten matkailu kuuluu kulttuuriin. (Häyrynen 2006, 21.)

Ylintä kulttuuripoliittista lainsäädäntövaltaa Suomessa käyttää eduskunta, jonka käsiteltäviksi lait tulevat joko hallituksen esityksinä tai kansanedustajien aloitteina. Merkittävin kulttuuripoliittisten asioiden valmisteluelin on sivistysvaliokunta. (Heiskanen, Kangas & Mitchell 2002, 31.)

Kansankulttuuri, populaarikulttuuri ja massakulttuuri

Perinnäisellä kansankulttuurilla tarkoitetaan maatalousyhteiskuntien talonpoikaiskulttuuria. Suullinen perinne, kuten sadut ja sananlaskut liittyvät kansankulttuuriin, ja ne pohjautuvat välittömän ympäristön ilmiöihin, kuten vuoden kierto. (Häyrynen 2006, 27.)

Populaarikulttuurin peruspiirre on mahdollisimman suuren kannatuksen laskelmointi. Se alkoi kehittyä 1700-luvun lopulta lähtien. Tuohon aikaan tietyt kulttuuritoiminnot, kuten oopperaa tavanomaisempi operetti ja romaanikirjallisuus eriytyivät omiksi kaupallisen toiminnan sektoreikseen. Maksavia ihmisiä saatiin koottaa suuria määriä kasvavissa teollisuus- ja hallintokaupungeissa. Populaarikulttuuri ei kytkeytynyt ainoastaan aatelin tai papiston kaltaisiin yhteiskunnallisiin säätyihin vaan jakautui yhteiskuntaluokkien mukaisesti esimerkiksi porvariskulttuuriin ja työväenkulttuuriin. (Häyrynen 2006, 28.)

Massakulttuurissa tuottajalla ei ole välitöntä kontaktia kulttuurin vastaanottajaan vaan massakulttuurin tuotanto perustuu kapitalistisiin tuotantotapoihin. Kulttuuri-teollisuuden erityispiirteitä ovat ylikansallisuus, kaupallisuus, nopeat muutokierteet sekä pyrkimys tavoittaa kaikki. (Häyrynen 2006, 29.)

3.2 Kulttuurivienti Venäjälle

Luovien alojen kasvu ja kansainvälistyminen ovat tarjonneet uusia kehittämishaasteita ja -mahdollisuuksia Suomen ja Venäjän väliselle kulttuuriyhteistyölle. Perinteisesti kulttuuri ja palveluelinkeinosektori ovat olleet Venäjällä valtiojohtoisia. Kuitenkin rinnalle on tullut yrittäjyyteen pohjautuva järjestelmä, joka on vielä hakemassa tasapainoa tämän vanhan järjestelmän rinnalla. Tämä muutos tarjoaa Suomen ja Venäjän väliselle kulttuuriyhteistyölle uusia mahdollisuuksia, jotka liittyvät liiketoimintaosaamisen vahvistamiseen sekä kokonaisten innovaatioympäristöjen suunnitteluun. (Kainulainen 2012, 3–4.)

Opetusministeriön Taiteen ja kulttuurin Venäjä-ohjelma on luotu kulttuuriyhteistyön parantamista varten. Ohjelma on hyväksytty 2.8.2005. Sen tavoitteena on rohkaista toimijoita kehittämään suoraa kanssakäymistä kahdenvälisessä ja monenkeskisessä toimintaympäristössä. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.) Alla on ensiksi lueteltuna painopistealueet, jonka jälkeen ohjelman tavoitteet:

- *Keskinäisen yhteistyön edellytysten ja yhteistyöverkostojen kehittäminen*
- *Suomalais-venäläisen kulttuurifoorumitoiminnan kehittäminen ja uudistaminen*

- *Venäjä- yhteistyön kannalta tärkeiden toimintamuotojen ja instituutioiden tuloksellisuuden arviointi ja kehittäminen*
 - *Euroopan unionin ja Venäjän välinen kumppanuuspolitiikka ja aktiivinen vaikuttaminen neljän yhteisen alueen tiekarttojen kulttuuria koskevan tiekartan toimeenpanoon*
 - *Barentsin euroarktisen alueen, arktisen alueen ja Itämeren alueen kulttuuriyhteistyön kehittäminen ja kulttuurisen kumppanuuden vahvistaminen*
 - *Taiteen ja kulttuurin Venäjä-yhteistyön resurssipohjan vahvistaminen (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)*
-
- *Lisätä Suomen ja Venäjän välistä kulttuurintuntemusta ja käytännön yhteistyötä*
 - *Vahvistaa suomalaisen taiteen ja kulttuurin kilpailukykyä ja arvostusta Venäjä-yhteistyössä*
 - *Luoda edellytyksiä pohjoisen kulttuurisen kumppanuuden vahvistumiselle*
 - *Kannustaa taiteen ja kulttuurin toimijoita Suomessa ja Venäjällä yhteistyössä hyödyntämään ja toimeenpanemaan kansainvälisiä ja Euroopan unionin ohjelmia*
 - *Vahvistaa taiteen ja kulttuurin hanketoimintavalmiuksia koulutuksen ja tiedotuksen avulla*
 - *Edistää Suomen ja Venäjän taide ja kulttuurialan hallintoviranomaisten keskinäistä yhteistyötä*
 - *Edistää nuorison kulttuuri- ja taidealan yhteistyötä Suomen ja Venäjän välillä (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)*

Opetus- ja kulttuuriministeriö tukee kulttuurivientiä kehittämällä yhteistyötä Venäjän kanssa asiantuntemuksen ja tiedon vaihdolla, yhteistyöllä muiden kansainvälisten toimijoiden kanssa sekä verkostoilla. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Musiikkivienti

Suomalaiset yhtyeet ovat hyvin edustettuina keikkojen ja konserttien muodossa ympäri Venäjää. Suomessakin suosittu yhtyeet ja artistit esiintyvät aktiivisesti Venäjän maaperällä. Nightwishilla on keväällä 2016 yhteensä neljä esiintymiskertaa Venäjällä: Jekaterinburgissa, Nižni Novgorodissa, Moskovassa ja Pietarissa. Nightwishin venäläisellä fanisivustolla VK:ssa on hieman vajaat 52 000 aktiivista fania, joka osaltaan kertoo myös yhtyeen suosiosta naapurimaassa. VK on venäläisten aktiivisesti käyttämä sosiaalisen median kanava, joka muistuttaa ulkoisesti sekä toimintoiltaan hyvin paljon Facebookia. (RussianGlow-FanClub Nightwish)

Amorphis on myös suosittu yhtye venäläisten keskuudessa. Viimeksi Amorphis on esiintynyt Venäjällä, Pietarissa 7.2.2016. Esiintyminen oli suosittu, sillä pelkästään kyseisen tapahtuman VK-sivustolla 651 ihmistä ilmoittautui osallistuvansa ja 1600 mahdollisesti osallistuvansa tapahtumaan. Lipun hinnat olivat keskimäärin 2 000 ruplaa, joka on noin 24 euroa. (Pietari.info 2016; VK-sivusto Amorphiksen keikasta.)

Amorphiksen lippujen keskihinnat ovat samaa luokkaa myös muissa maissa, kuten Tanskassa ja Ruotsissa. Kuitenkin on otettava huomioon se, että Venäjällä palkkataso on huomattavasti pienempi. Jos 400 euroa kuukaudessa tienäva pietarilainen maksaa 24 euroa lipusta, on se sama kuin 3 185 euroa kuukaudessa tienäva tukholmalainen maksaisi lipusta 191,1 euroa (Laskukaava: tukholmalaisen keskipalkka / pietarilaisen keskipalkka * pääsylipun hinta = 3185 euroa / 400 euroa * 24 euroa=191,1 euroa). (Lönestatik.Se. Journalist / reporter i Stockholm 2016.)

Näin ollen tavallisen venäläisen keikalle pääseminen ja siihen investoiminen ei ole lainkaan itsestäänselvyys, vaan siihen vaaditaan todellista pitämistä yhtyeestä.

Kirjallisuusvienti

Kirjallisuusvienti tarkoittaa kustannusoikeuksien myymistä toiseen maahan. Kyseessä on kirjallisuusvienti silloin, kun alun perin suomeksi, suomenruotsiksi tai saameksi kirjoitetun kirjan käännösoikeudet myydään ulkomaiselle kustantajalle. Tämä kustantaja hankkii teokselle kääntäjän, julkaisee käännetyn teoksen ja vastaa sen laadusta, myynnistä ja markkinoinnista. Käännösoikeuksien myymisestä päättää kirjailija. (FILI 2016.)

Suomessa menestystä tehneet kirjailijat ovat jonkin verran jo päässeet Venäjän kirjamarkkinoille. Alun perin suomeksi julkaistuja kirjoja on saatavilla myös venäjäksi. Suosittuja kirjoja myös venäjällä ovat olleet esimerkiksi Mauri Kunnaksen ”Joulupukki” sekä Sofi Oksasen ”Kun kyyhkyset katosivat”. Näitä venäjäksi käännettyjä kirjoja on mahdollista ostaa verkkokaupoista sekä joistakin kivijalkamyymälöistä Venäjällä. Kattavin valikoima löytyy Ruslania-nimisestä kirjakaupasta,

jonka internetsivusto löytyy seitsemällä eri kielellä ja maksuvälineinä käyvät dollarit, eurot ja punnat. (Ruslania-verkkokauppa 2016.)

Suomalaiselle kirjalle markkinatilanne on Venäjällä tällä hetkellä huono, sillä venäläiset kustantajat eivät hanki käännöskirjallisuutta huonosta taloustilanteesta johtuen. Venäjällä riittäisi lukijoita, jos suomalainen kirjallisuus saisi sinne tukevan jalansijan. Ruplan huono kurssi sekä kirjojen lukemisen väheneminen ovat ongelmia Venäjällä. Kirjallisuusviennissä Venäjä luetaan eksoottisten maiden joukkoon, sillä markkina-alue on hankala. Asioiden tapahtumisessa kestää aikaa, sillä esimerkiksi Salla Silmukan Lumikki-trilogiasta on tehty sopimus jo reilu pari vuotta sitten, mutta ensimmäinen osa valmistui vasta vuonna 2015. (Gustaffsson 2015.)

”- Yritän tehdä sopimuksia ja löytää uutta kustannettavaa. Mutta on totta, ettei täällä ole juuri kollegoita. Matkustaminen on niin kallista nykyään, joten messumatkat punnitaan tarkasti.

Ivan Limbakh -kustantamo on profiloitunut korkeatasoisen fiktion kustannustaloksi ja se on julkaissut muutamia suomalaisteoksia. Kustantamo on kuitenkin melko pieni eivätkä painokset ole huimia.

– Maamme isot kustannustalot etsivät ennen kaikkea maailmanluokan bestsellereitä. Suomalaiset kirjailijat eivät ole tällaisia, sanoo Smirnova.

Kustannusalan vaikeudet johtuvat Smirnovan mukaan ennen kaikkea rahasta.

Kaikki on kallista: käännösoikeudet ja kääntäminen. Suomalaisen kirjallisuuden kääntäminen on jopa vielä kalliimpaa kuin muiden kielten.

– Suomi on niin pieni kielialue, ja suomea osaavia kääntäjiä on vähän tarjolla. Kääntäjät tietävät sen, ja siksi myös taksat ovat korkeammat, perustelee Smirnova.” (Gustafsson 2015.)

Suomen Pietarin instituutti on osaltaan edistämässä kirjallisuusvientiä Venäjälle. Instituutti järjestää suomalaista kirjallisuutta venäjäksi kääntäville erilaisia seminaareja, jotka tukevat heidän tekemäänsä työtä. Yksi esimerkki tällaisesta seminaarista on Suomen Pietarin instituutin ja Nuoren Voiman Liiton yhdessä järjestämä suomalaisen nykyrunouden kääntämisen mestariluokka. Tapahtuma järjestettiin Pietarissa 28–29.3.2015. Mestariluokassa vieraina oli kolme suomalaista nykyru-

noilijaa sekä pietarilaisten kirjallisuuslehtien ja kustantamojen edustajia. Mestari-luokka on osa suomalais-venäläistä nykyrunouden käännös- ja kulttuurivientihan-ketta, joka on saanut tukea Koneen säätiöltä. (Nuoren Voiman Liitto 2015.)

3.3 Palveluvienti

Nimensä mukaisesti palveluviennissä kyse on palveluiden ulkomaankaupasta. Palveluviennissä yrityksen sijaintipaikka on kotimaassa, tilapäisesti saatetaan kuitenkin käydä maassa, johon vientiä tehdään. Ainoastaan kotimaasta käsin voidaan tehdä myös vientiä palveluiden alalla. Tällainen voi olla esimerkiksi sähköisesti toimitettava palvelu, kuten tietokoneohjelma tai musiikkitalenne. Digitalisointi on helpottanut huomattavasti palveluiden ulkomaankauppaa. (Tekes 2009, 19.)

Palveluviennin tilastoiminen on huomattavasti hankalampaa kuin tavaraviennin. Palvelut myydään usein samaan konserniin kuuluvien yritysten välillä, ne ovat ai-neettomia sekä niiden hinnoittelu ei ole aina suoraviivaista. Tilastokeskuksen suorittamalla Palvelujen ulkomaankauppa -kyselyllä kerätään tietoa yritysten ja julkis-yhteisöjen ulkomailta ostamista ja myymistä palveluista ulkomailla. Palvelujen ulkomaankauppatilasto kuvaa palvelujen tuontia ja vientiä palvelutyypeittäin ja koh-demaittain. Sitä käytetään vaihtotaseen ja kansantalouden tilinpidon tietojen tuotta-misessa. (Newby & Suni 2012, 4–5.)

Vuosi 2008 oli onnistunut palveluviennin osalta, sillä palveluvienti kasvoi peräti 40 prosenttia. Lukema perustuu neljännesvuosikyselyihin. Vuodesta 2008 lopullinen lukema on ollut keskimäärin 15 prosenttia suurempi kuin ennakkotietoihin perus-tunut lukema. Tämän lisäksi palveluiden ulkomaankauppa on ollut vähemmän suh-danneherkkää kuin tavarakauppa. Koko palveluviennin arvo suhteessa bruttokan-santuotteeseen on ollut vuosina 2008–2011 reilut 11 prosenttia. Palveluiden ulko-maankauppa on jaettavissa karkeasti kolmeen osaan: kuljetukseen, matkailuun ja muihin palveluihin. (Newby & Suni 2012, 4–7.)

4 NON-PROFIT-ORGANISAATIOT

Tässä luvussa esitellään non-profit eli voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden toimintaa. Aluksi käydään läpi rahoitusta ja markkinointia, jonka jälkeen esitellään Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit sekä heidän toimintansa.

4.1 Non-profit-organisaation rahoitus

Non-profit-organisaation tarkoitus ei ole toimia rahan vuoksi, mutta toiminnan mahdollistamiseksi rahaa tarvitaan, työntekijöiden palkkoihin, tilojen vuokriin sekä muuhun toiminnan pyörittämiseen. Se mistä rahoitus koostuu, riippuu aika pitkälti organisaation toiminnasta ja millaisesta organisaatiosta on kyse. (Vuokko 2010, 21.)

Päärahoitusmallit ovat jaettavissa kolmeen ryhmään:

Yksityisen jäsenorganisaation tehtävänä on ajaa jäsentensä etuja, toiminta rahoitetaan näiden jäsenten jäsenmaksuilla. Jos kyseessä on yhdistys, kunta saattaa tukea tällaisen jäsenorganisaation toimintaa. Tällainen jäsenorganisaatio on useimmiten jokin paikkakunnan harrastustoimintaseura. (Vuokko 2010, 21–22.)

Valistus- ja hyväntekeväisyysjärjestöt toimivat ainakin valistus-, avustus- ja kulttuuritoiminnan parissa. Tällainen on esimerkiksi Suomen Punainen Risti, joka tarjoaa raha- ja materiaalitukea katastrofikohteille. Rahoitus koostuu tällaisella organisaatiolla osaksi jäsenmaksuista ja lahjoituksista, mutta suureksi osaksi rahoitus hoituu julkisten rahoittajien turvin. (Vuokko 2010, 22.) Raha-automaattiyhdistys myönsi vuonna 2015 reilut 309 miljoonaa euroa tällaisten järjestöjen toimintaan. (Raha-automaattiyhdistys 2015.)

Julkisen sektorin non-profit-organisaation rahoitusmalli perustuu verotuloihin. Valtio ja kunnat keräävät yksityisiltä ja yrityksiltä verotuloja, joiden yksi sijoituskohte on ylläpitää julkisen sektorin palvelutarjontaa. Osa verotuloista palautuu yksityisille veronmaksajille takaisin lapsilisinä, äitiysrahoina, opinto-, asumis- ja sosiaalitulokina sekä työttömyyskorvauksina ja päivärahoina. Yrityksille näitä tulonsiirtoja

tulee takaisin esimerkiksi työllistämistukina. (Lauslahti 2003, 26–27.) Julkisen sektorin rahoitusmalli eroaa kahdesta aiemmasta rahoitusmallista siten, että tämä rahoitus ei perustu kansalaisten omaan motivaatioon ja kiinnostukseen, vaan sen ”jäsenmaksu” kerätään kaikilta verojen muodossa. Kuitenkin suurin osa pääsee nauttimaan näistä julkisen sektorin palveluista ainakin jossakin elämän vaiheessa, esimerkiksi koulujen ja sairaaloiden muodossa. (Vuokko 2010, 24.)

Sponsorointi

Sponsorointi on jollekin kohteelle annettavaa rahallista tai aineellista tukea. Sillä tarkoitetaan henkilön, tapahtuman tai muun kohteen imagon ostamista tai vuokraamista käytettäväksi yrityksen markkinoinnissa myynnin edistämiseksi. Molemmat osapuolet hyötyvät sponsoroinnista. Yrityksen ja sen tuotteiden tunnettuus lisääntyy ja yrityskuva paranee. Sponsorointikohteelle taas saa taloudellista tukea ja enemmän julkisuutta. Sponsorointi ei ole varsinaista mainontaa eikä hyväntekeväisyyttä. (Bergström & Leppänen 2015, 409.)

Kulttuurisponsoroinnissa yrityksen ja sponsoroitavan rooli on molemmille osapuolille selkeä. Sekä sponsori että sponsoroitava hyödyntävät sponsoroinnin mukanaan tuomaa näkyvyyttä omien etujensa mukaisesti. Sponsorointikohteen saama hyöty on taloudellisesti tarkemmin mitattavissa kuin sponsorina toimivan yrityksen. Taloudelliset vaikutukset sponsoroitava kohde voi suunnata ohjelmistotarjonnan kehittämiseen. Tämä tuo uutta yleisöä ja mahdollisesti sitä kautta uusia sponsoreita. Yritys voi saada tapahtumiin mainosnäkyvyyden lisäksi alennus- tai ilmaislippuja, joiden avulla yrityksen yhteistyökumppanit tai asiakkaat pääsevät katsomaan sponsoroitavaa asiaa, esimerkiksi teatteriesitystä halvemmalla. Tästä on myös molemmille osapuolille hyötyä, sillä yritysten yhteistyökumppani- ja asiakasryhmien mukana saadaan sellaista yleisöä kulttuuritapahtumiin, joita ei olisi muuten tavoitettu. (Oesch 2002, 68.)

Sponsorointi on Venäjällä kasvanut viime aikoina suuriin mittoihin. Sponsorointia käytetään Venäjällä seminaareissa, konferensseissa, messutapahtumissa, televisio-ohjelmissa sekä urheilu- ja kulttuuritapahtumissa. Sponsoroinnista on muodostunut yleinen rahoituskeino näillä aloilla ja tapahtumissa. Suuret yritykset hyödyntävät

sponsoroinnin etuja yhtenä markkinointikeinona ja osana imagonsa kehittämistä. Esimerkiksi venäläinen maakaasu- ja öljykonserni Gazprom sponsoroi kulttuuria, kouluja ja terveydenhoitoa tarkoituksenaan luoda parempaa imagoa ja muokataksseen suuren yleisön mielikuvia. Gazprom hyödyntää tätä imagon kehittämistarkoituksessa ja antaa ulkopuolelle sellaisen kuvan, että yhteiskunnallinen vastuu on heille tärkeä arvo. Hyvin suunniteltu sponsorointiohjelma Venäjän kulttuuri-, liikunta- ja sosiaalialoille on kannattava investointi. (Tiri 2011, 166.)

Sponsorointiyhteistyössä on otettava kuitenkin huomioon se, ettei kulttuuri saa tulla liian riippuvaiseksi yrityksistä ja liike-elämästä. Ensisijaisesti sponsoroitava kohde voi olla tietty tapahtuma tai projekti. Tämän avulla pystytään pitämään toiminta ja päätökset omissa käsissä, eivätkä yritykset voi tehdä päätöksiä koko toimintaan liittyen. Tähän asti yritysten sponsoriyhteistyö kulttuurin alalla on toiminut hyvänä lisänä muun rahoituksen rinnalla, mutta kuitenkin suurin osa tämän toiminnan rahoituksesta koostuu julkisesta rahoituksesta sekä tapahtumien lipputuloista. (Oesch 2002, 69.)

Suomen Pietarin instituutin toiminnassa sponsorointi on keskittynyt yksittäisiin projekteihin. Yhteistyökumppanit ovat esimerkiksi antaneet teatteriesitystä varten sopivat tilat. Normaalisti tämä tila vuokrattaisiin ja hinnat saattaisivat olla suuriaakin. Sponsorointiyhteistyön avulla on saatu alennusta vuokratuloista esimerkiksi antamalla mahdolliset lipputulot ja niiden kerääminen sponsoroivalle yritykselle.

Yritykselle sponsoroinnin hyödyt sponsorointiyhteistyössä Suomen Pietarin instituutin kanssa ovat monipuoliset. Tukiessa toimintaa, tai vastaavasti yksittäistä tapahtumaa yritys saa ilmaista näkyvyyttä tapahtuman markkinoinnin yhteydessä fyysisissä mainoslehtisissä sekä itse tapahtumassa. Kuitenkin tätä näkyvyyttä on jo ennen tätä tapahtumaa tarjolla instituutin internetsivuilla sekä sosiaalisen median kanavilla. Kaikissa yhteyksissä ja sivustoissa, joissa tätä tapahtumaa mainostetaan, tulee aina selkeästi esille yhteistyökumppani tai sponsori, jonka kanssa tämä tietty tapahtuma on järjestetty. Yrityksen näkökulmasta tämä edesauttaa saamaan huomiota sekä tunnettuutta uuden kohderyhmän ja uusien potentiaalisten asiakkaiden ja asiakasryhmien kanssa.

4.2 Non-profit-organisaation markkinointi

Non-profit-organisaation markkinointi eroaa huomattavasti kaupallisen organisaation markkinoinnista. Non-profit-organisaation markkinoinnissa on samankaltaisuuksia voittoa tavoittelevan yrityksen kanssa. Molempien tavoitteena on löytää uusia asiakkaita, pyrkiä lisäämään suosiota omille tuotteille, palveluille ja asioille, joita organisaatio pitää tärkeänä. Kuitenkin non-profit-organisaation markkinoinnin tavoite voi olla myös täysin päinvastainen, kysynnän väheneminen tai loppuminen kokonaan. Tällainen voi olla esimerkiksi voittoa tavoittelemattoman järjestön huumeiden vastainen kampanja. (Vuokko 2010, 51.)

Markkinoinnin suunnittelu on vähäisten resurssien, vähän rahan sekä päätöksentekijätahojen vuoksi erityisen hankalaa. Mikäli vähät rahat sekä aika käytettäisiin vaikkapa kalliiseen televisiomainontaan organisaation varsinaisen toiminnan sijaan, päätöksentekijätahot voisivat suhtautua siihen negatiivisesti. (Vuokko 2010, 113.) Ilmaiset kanavat, sosiaalinen media sekä yhteistyökumppaneiden sivustot ovat erityisen tärkeässä osassa markkinointia ja näkyvyyttä. Lisäksi kaikki muu julkisuus, kuten televisio-, lehti- ja radiohaastattelut tuovat usein kaivattua näkyvyyttä.

Kuitenkin markkinoinnin suunnittelulla on merkittäviä etuja. Toimintojen koordinaatio sekä aikataulujen tekeminen helpottuu. Organisaation viestintä on läpinäkyvää ja helppoa sekä asiakkaille että taustalla toimiville rahoittajille ja muille yhteistyökumppaneille. (Vuokko 2010, 115–116.)

Sidosryhmien, joille markkinointi on tarkoitettu, tulee kokea että organisaatio tarjoaa heille jotakin todella tärkeää ja välttämätöntä. Aika nopeasti sähköpostiin tulevat uutiskirjeet ohjataan roskapostikansioon tai Facebook-päivitykset piilotetaan omasta uutisvirrasta, mikäli nämä päivitykset eivät ole mielekkäitä vastaanottajalle.

4.3 Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit

Suomella on 17 kulttuuri- ja tiedeinstituuttia ympäri maailmaa, jotka kattavat 70 maata. Instituuttien tehtävänä on auttaa suomalaisen taiteen- ja tieteentekijöiden työtä kohdemaissa. Instituutit edesauttavat suuresti kulttuurivientiä ja suomalaisen

tutkimuksen kansainvälistymistä. Instituuttien avulla uusien henkilöiden on helppompaa lähestyä kohdemaata, sillä instituutit ovat olleet jo useita vuosia tässä maassa ja osaavat antaa neuvoa parhaiten liittyen heidän vastualueensa kysymyksiin. Instituuttien työllistämisaikutus on 80 henkilötyövuotta, jonka lisäksi harjoittelukausia on noin 350 joka vuosi. Instituutit ovat osa Suomen Team Finland -verkostoa. Instituuttien resurssit ovat pienet, mutta suhteessa näihin resursseihin, kuten vähiin työntekijöihin ja rahoituksen pienuuteen, instituuttien toiminta on laajaa ja vakuuttavaa. (Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2015.)

Kaikki instituutit Hanasaarta ja Suomalais-norjalaista kulttuuri-instituuttia lukuun ottamatta ovat itsenäisiä yleishyödyllisiä ja yksityisoikeudellisia organisaatioita, joita ylläpitää yksityinen säätiö. Säätiöt toimivat säätiölain 109/1930 sekä säätiöasetuksen 1045/1989 mukaisin säädöksin. Instituuttien taustalla vaikuttavat säätiöt luokitellaan toiminnallisiin eli laitossäätiöihin. Säätiöiden ja rahastojen takana olevat tahot vaihtelevat suuresti instituuttien välillä. Toisten instituuttien takana vaikuttavien säätiöiden perustajina on ainoastaan muutamia yksityishenkilöitä, osassa suurempi ryhmä eri perustajayhteisöjä. Perustajia ovat esimerkiksi yliopistoja, kirkollisia organisaatioita, tiedettä ja taidetta rahoittavia säätiöitä ja rahastoja sekä suomalaisia kaupunkeja. (Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2015.)

Jokaisessa instituutissa on toiminnasta vastaava johtaja, jonka lisäksi osassa suuremmissa instituuteissa on erikseen tieteen sekä taiteen ja kulttuurin ohjelmista ja hankkeista vastaava johtaja tai vastuhenkilö. Säätiöiden toimintaa johtaa hallitus, joka käyttää päätösvaltaansa erilaisissa säätiötä koskevissa päätöksissä. Säätiön ylintä päätös- ja valvontavaltaa käyttää säätiön valtuuskunta. (Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2015.)

Instituuttien rahoitus koostuu suurimmaksi osin opetus- ja kulttuuriministeriön avustuksista: Toiminta-avustus 44 prosenttia, vuokra-avustus 21 prosenttia sekä hankeavustukset 6 prosenttia. Tämän lisäksi instituuttien rahoitus koostuu Suomesta tulevasta yksityisestä rahoituksesta 15 prosenttia, ulkomaisesta julkisesta ja yksityisestä rahoituksesta tulee 7 prosenttia sekä muusta omasta ja julkisesta rahoi-

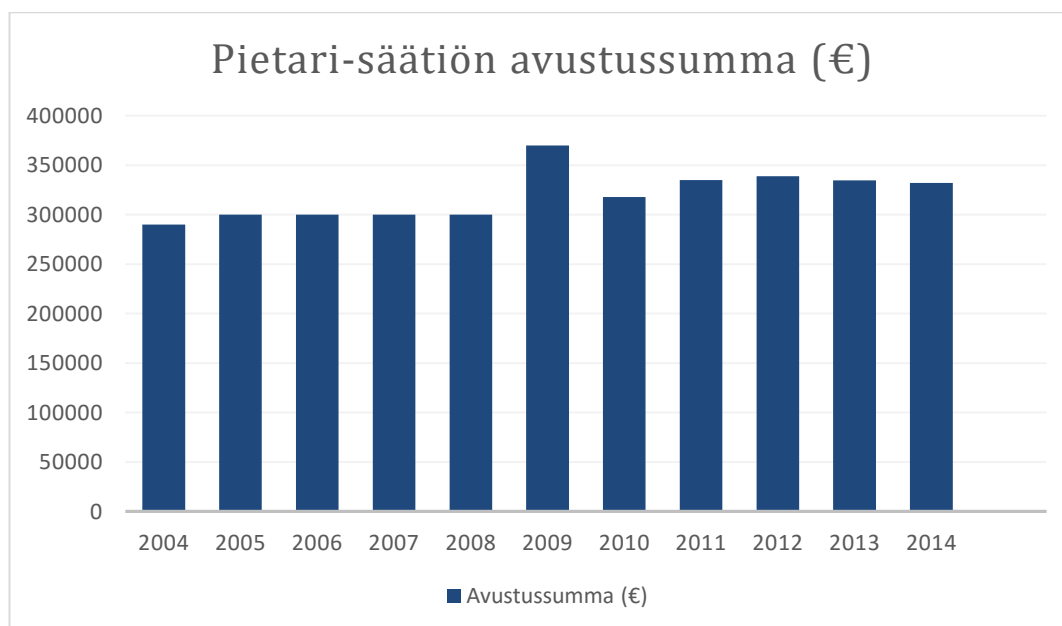
tuksesta 7 prosenttia. Kulujakaumasta suurin osa menee henkilöstöön eli 43 prosenttia, ohjelmamenoihin 26 prosenttia, tilakuluihin 19 prosenttia, hallintoon 9 prosenttia sekä muihin menoihin 3 prosenttia. (Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2015.)

Instituutit ovat rahoituksen kuten muunkin toiminnan suhteen hyvin erilaisia. Suurimman instituutin kokonaisrahoitus vuonna 2014 oli 1,3 miljoonaa euroa, pienimmän 250 000 euroa. Instituuttien toiminta-avustuksesta on leikattu vuoden 2012 jälkeen 5 prosenttia. Suhteellisen suuri osa, 2 miljoonaa euroa eli noin 14 prosenttia rahoituksesta ei näy instituuttien kirjanpidossa. Kyseessä on in kind -yhteistyö, jonka arvoksi on laskettu tällainen summa. Yhteistyöverkostojen merkitys on sekä rahallisesti että muulla tavoin mitattuna hyvin suuri. In kind -yhteistyötä on esimerkiksi tilojen saaminen taidenäyttelyä varten instituutin järjestämään tilaisuuteen joko ilmaiseksi tai huomattavalla alennuksella joltakin yhteistyökumppanilta. Lisäksi esimerkiksi ilmainen tapahtumien mainostaminen yhteistyökumppaneiden internetsivuilla ja sosiaalisen median eri kanavilla on tällaista in kind -yhteistyötä. (Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2015.)

4.4 Suomen Pietarin instituutin rahoitus

Rahoitus koostuu perusrahoituksesta, jonka Suomen opetus- ja kulttuuriministeriö jakaa kaikille 17 kulttuuri- ja tiedeinstituutille ympäri maailman. Perusrahoituksen lisäksi instituutti saa hankekohtaista avustusta yksityisiltä säätiöiltä. Lisärahoitusta saadaan joissain määrin suomalaisilta ja venäläisiltä säätiöiltä. (Suomen Pietarin instituutti 2015.)

Taulukossa 1 on havainnollistettu Suomen Pietarin instituutin Suomen opetus- ja kulttuuriministeriöltä saamien avustusten kehitystä vuodesta 2004 vuoteen 2014 eli kymmenen vuoden ajalta. Avustusten hakijana on Pietari-säätiö.

Taulukko 1. Pietari-säätiön avustussumma. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015.)

Perusteina avustuksen myöntämiselle ovat opetus- ja kulttuuriministeriön mukaan seuraavien vaatimusten toteutuminen:

”Myöntöperusteissa otetaan huomioon hallitusohjelman ja hallituksen strategia-asiakirjan linjaukset, opetus- ja kulttuuriministeriön strategioissaan, toimintaohjelmissaan ja vuotuisessa tulossuunnitelmassaan määrittelemät tavoitteet sekä kansainvälisen yhteistyön muuttuvat tarpeet. Aktiivisuus ulkopuolisen rahoituksen hankkimisessa katsotaan eduksi avustuspäätöksissä.” (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015.)

Opetus- ja kulttuuriministeriö painottaa seuraavia asioita arvioidessaan harkinnanvaraisen valtionavustuksen myöntämisen tärkeyttä ja avustuksen määrää:

”Avustuksen kohteena olevan toiminnan tärkeys opetus- ja kulttuuriministeriön strategisten tavoitteiden ja tulostavoitteiden toteuttamisessa. Kulttuuri-instituuttien toiminnan suunnitelmallisuus suomalaisen kulttuurin vientiedellytysten parantamiseksi, kulttuurisuhteita edistävien ulkomaisten verkostojen luomiseksi ja ylläpitämiseksi sekä yhteistyön tiivistämiseksi ulkomailla ja Suomessa toimivien suomalaista kulttuuria edistävien organisaatioiden kanssa. Sekä koti- että kohdemaassa tapahtuvan tiedotustoiminnan aktiivisuus. Hakijan toiminnan vakiintuneisuus, tavoitteellisuus ja edellytykset toiminnan harjoittamiseen tuloksellisella tavalla. Hakijan ylläpitäjäjyhteisöjen rahoitusasema ja taloudellisen tilanteen vakaus”. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015.)

5 EMPIIRINEN TUTKIMUS

Tutkimuksen viidennessä luvussa käsitellään tutkimuksen empiiristä osaa ja eri tutkimusmenetelmiä. Lopuksi perehdytään haastattelun suunnitteluun ja toteutukseen, SWOT-analyysiin ja sen toteuttamiseen sekä tutkimusaineiston keruuseen.

5.1 Tutkimusmenetelmien esittely

Kun tutkimustehtävä on selvillä, voidaan kysyä, mitkä menetit sopivat ongelman ratkaisemiseksi. Hyvän ja luotettavan tutkimustuloksen saamiseksi tutkijan on mietittävä tarkkaan mitä metodia aikoo käyttää. Käytettäviä metodeja on monia, kuten haastattelut, kyselylomakkeisiin perustuvat menetelmät ja erilaiset havainnoinnin muodot. Erilaisten menetelmien valintaan vaikuttavat monet eri tekijät. Esimerkiksi kuinka paljon aikaa on käytettäväksi, eettiset seikat sekä se, mikä on tutkimuksen tavoite. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 185–186.)

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivisessa analyysissä argumentoidaan lukujen ja niiden välisten systemaattisten ja tilastollisten yhteyksien avulla. Yleensä saadut tulokset asetellaan taulukkomuotoon, mikäli se ei ole jo valmiiksi tässä muodossa. Jokaiselle tutkimusyksikölle annetaan arvoja eri muuttujilla. Muuttujat eivät aina ole numeroita. Nominiaalimuuttujan arvo voi olla kirjainsymboli, kuten esimerkiksi puhuttaessa sukupuolesta. Henkilö voi saada arvon n =nainen tai m =mies. Tutkimusyksiköille annetaan useilla eri muuttujilla arvoja ja analyysi on näiden muuttujien välisten tilastollisten yhteyksien etsimistä. (Alasuutari 1999, 34–35.)

Tutkimukselle on ominaista se, että tutkimustulosten yleistämisiongelma pyritään pääasiassa ratkaisemaan käyttämällä aineiston valinnassa satunnaisotantaa. Tutkimuksen tekijä määrittelee niiden ihmisten tai havaintotekijöiden perusjoukon, johon tulosten tulee päteä. Tästä perusjoukosta otetaan otos, jonka voi katsoa edustavan perusjoukkoa. Kvantitatiivinen analyysi perustuu siihen, että etsitään tilastollisia säännönmukaisuuksia siitä tavasta, jolla eri muuttujien arvot liittyvät toisiinsa. Tämä sama kaava toimii riippumatta siitä, mitä tutkitaan. (Alasuutari 1999, 37.)

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä

Laadullisen tutkimuksen pääasiallinen tarkoitus on tavoittaa ihmisen omat kuvaukset kokemasta todellisuudestaan kokonaisvaltaisesti. Tutkimuksessa pyritään löytämään tai paljastamaan uusia tosiasioita enemmän kuin todentamaan jo olemassa olevia väittämiä. (Hirsjärvi ym. 2009, 156–157.)

Kvalitatiivinen tutkimus on kokonaisvaltaista tiedonhankintaa ja aineisto kootaan luonnollisissa ja todellisissa tilanteissa. Tutkimuksessa käytetään lomakkeiden tai muiden mittausvälineiden tilalla ihmistä ja luotetaan omiin havaintoihin tutkittavien ihmisten kanssa. Tässä tutkimusmenetelmässä käytetään induktiivista analyysia, ja tutkijan pyrkimyksenä on paljastaa odottamattomia seikkoja. Lähtökohtana on aineiston monitahoinen ja yksityiskohtainen tarkastelu teorian ja hypoteesien testaamisen sijaan. Se, mikä on tärkeää, ei ole tutkijan määräämää. Kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti eikä käytetä satunnaisotantaa. Aineiston hankinnassa käytetään laadullisia metodeja. Näitä ovat esimerkiksi teemahaastattelu, osallistuva havainnointi, ryhmähaastattelut ja erilaisten dokumenttien ja tekstien diskursiiviset analyysit. (Hirsjärvi ym. 2009, 164.)

5.2 Osallistuva havainnointi

Kyselyn ja haastattelun avulla saadaan selville, mitä henkilöt ajattelevat, tuntevat ja uskovat. Kyselyt ja haastattelut kertovat, miten tutkittavat havaitsevat, mitä ympärillä tapahtuu, mutta nämä havainnoinnit eivät kerro sitä, mitä todella tapahtuu. Havainnoinnin avulla saadaan tietoa, toimivatko ihmiset niin kuin sanovat toimivansa. (Hirsjärvi, ym. 2009, 212.)

Osallistuvaan havainnointiin kuuluu useita alalajeja sen mukaan, kuinka kokonaisvaltaisesti tutkija pyrkii osallistumaan tutkittavien toimintaan. Osallistuvassa havainnoinnissa on tyypillistä, että tutkija osallistuu tutkittavien ehdoilla heidän toimintaansa ja tutkimukset ovat kenttätutkimuksia. Usein tutkija pyrkii pääsemään havainnoitavan ryhmän jäseneksi, jakamaan elämäkokemuksia ryhmän jäsenten kanssa. Usein näissä tilanteissa havainnoijalle muodostuu jokin rooli ryhmässä. (Hirsjärvi, ym 2009, 216.)

5.3 SWOT-analyysi

SWOT-analyysiä (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats eli vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet, uhat) käytetään monenlaisiin tarkoituksiin. SWOT-analyysin kohteena voi olla oma toiminta kokonaisuudessaan, oman toiminnan tai jonkin tuotteen tai palvelun asema ja kilpailukyky tai vastaavasti kilpailijoiden toiminta ja kilpailukyky. Kaikkein tärkein asia on rajata tutkittava kohde, sillä muuten tulokset eivät ole vertailukelpoisia. (Lindroos & Lohivesi 2010, 217.)

SWOT-analyysijä voidaan tehdä yksilötyönä, jonka jälkeen työpareittain tai pienryhmissä kootaan yhteen eri henkilöiden näkemykset ja muodostetaan yhteinen näkemys. Usein analyysin tuloksena huomataan, että samat asiat voivat olla samaan aikaan useassa kategoriassa, sekä vahvuuksissa, heikkouksissa, mahdollisuuksissa että uhkissa. Tämä on aivan normaalia, sillä asioiden arviointi on tekijäkohtaista, eli saman asian voi toinen henkilö kokea uhkana ja toinen henkilö mahdollisuutena. Esimerkiksi vähäisen rahoituksen voi toinen henkilö kokea uhkana siten, että toiminta on vaarassa. Toinen henkilö taas näkee siinä uutta potentiaalia uusien rahoittajien hankkimisen myötä. Osaksi tähän myös vaikuttaa se, että SWOT-analyysijä tehtäessä samaan taulukkoon laitetaan sekä tulevaisuutta että nykyhetkeä kuvaavia arviointeja. (Lindroos & Lohivesi 2010, 217.)

Analyysin pohjalta voidaan tehdä päätelmiä siitä, miten vahvuudet hyödynnetään, heikkoudet muutetaan vahvuuksiksi, kuinka tulevaisuuden mahdollisuuksia hyödynnetään ja miten uhat pystytään välttämään. Tuloksena saadaan toimintasuunnitelma siitä, mitä millekin asialle pitää tehdä. (Lindroos & Lohivesi 2010, 217.)

5.4 Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus

Päädyin tekemään tutkimukseni kaksiosaisella menetelmällä. Ensimmäisen osan toteutin vuoden ennen toista osaa. Ollessani työharjoittelussa Suomen Pietarin instituutissa suoritin SWOT-analyysin yhdessä instituutin työntekijöiden kanssa. Tämän avulla saatiin kartoitettua Suomen Pietarin instituutin sen hetkinen tilanne, mitkä olivat vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. Tähän SWOT-ana-

lyysin toteuttamiseen käytin osallistuvan havainnoinnin metodeja, sillä olin tutustunut instituutin toimintaan kahden kuukauden ajan yhtenä osana työyhteisöä jo ennen SWOT-analyysin toteuttamista.

Tutkimuksen toisessa osassa toteutin teemahaastattelun ja avoimen haastattelun välimuodon. Suurimpia syitä tälle oli se, että tulosten kannalta on olennaisempaa valita tarkkaan haastateltavat kuin käyttää satunnaisotantaa. Lisäksi avoimilla kysymyksillä saa huomattavasti laajemmat vastaukset kuin vaikkapa lomakekyselyllä. Olen myös varma siitä, että valitsemiltani haastateltavilta saa varmasti uusia näkökantoja tutkimukselleni, joita en välttämättä itse osannut ottaa huomioon: he ovat oman alansa ammattilaisia. SWOT-analyysissa olen jo saanut neljältä alalla toimivalta henkilöltä oman näkemyksensä arvion Suomen Pietarin instituutin omasta toiminnasta.

Haastateltaviin otin aluksi yhteyttä sähköpostitse, jonka jälkeen sovimme tarkemman ajan haastattelulle. Haastattelut suoritettiin puhelimitse ja tallennettiin litterointia varten. Litteroinnin jälkeen kirjoitin haastattelut puhtaaksi ja poimin tärkeimmät asiat tähän työhön. Valitsin haastateltavat mahdollisimman kaukaa toistensa aloilta. Kuitenkin molemmat toimivat Venäjän kanssa hyvin aktiivisesti, ja sain hyvin realistisen kuvan kaupalliselta että vähemmän kaupalliselta puolelta. Haastateltavat olivat tarkoituksenmukaisesti hyvin erilaisilta sektoreilta, toinen kulttuurin alalta ja toinen yksityiseltä sektorilta, liiketalouden alalta. Yhdistävänä tekijänä kummallakin haastateltavalla on vahva Venäjän tuntemus. Haastattelun pohjalta samankaltaisuuksia löytyi huomattavan paljon oman toiminnan ja kokemusten pohjalta oleviin kysymyksiin. Haastattelut kestivät reilut 30 minuuttia.

Haastattelut on toteutettu osaksi teemahaastatteluna ja osaksi avoimena haastatteluna. Riippuen kysymysten asetelusta päädytään joko kvantitatiiviseen eli määrälliseen tai kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimusmenetelmään. (Hirsjärvi ym. 2009, 203–205.)

Teemahaastattelussa aihepiirit eli teema-alueet ovat ennalta hyvin tiedossa, mutta kysymysten järjestystä tai tarkkaa muotoa ei tiedetä. Se vastaa hyvin kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtia, mutta se on myös käyttökelpoinen kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tuloksia voidaan analysoida ja tulkita monin tavoin. (Hirsjärvi ym. 2009, 203.)

Avoin haastattelu eli vapaa haastattelu on haastattelun muoto, jossa selvitetään haastateltavan omia ajatuksia, mielipiteitä tunteita ja käsityksiä sen mukaan, kun ne tulevat vastaan keskustelun kuluessa. Tavallisesti haastattelu vie paljon aikaa ja edellyttää usein useampia haastattelukertoja. (Hirsjärvi ym. 2009, 204–205.)

5.5 Haastateltavien esittely

Haastateltava A

Haastateltavani on Suomi–Venäjä-seuran kulttuurisihteeri. Toimenkuva pitää sisällään laajasti Suomen ja Venäjän väliseen kulttuuriyhteistyöhön liittyviä asioita. Mittakaava on pienestä underground-rockvaihtotoiminnasta aina suuriin Suomen laajuisiin kiertueisiin. Töitä Venäjän sekä kulttuuriviennin parissa hän on tehnyt pian 27 vuotta, koko ajan Suomi–Venäjä-seurassa. Ura Venäjän parissa alkoi jo silloisessa Neuvostoliitossa, Kiovassa, jossa hän opiskeli kuusi vuotta.

Haastateltava B

Haastateltavani on OP-yrityspankki Oyj:n Pietarin edustuston päällikkö. Toimenkuva on laaja, johon kuuluu pankkivastaavana toimiminen eli vastuualueina pankkisuhteet Venäjällä, entisissä IVY-maissa sekä Itä-Euroopassa. Pääasiassa toimenkuvaan kuuluu yritysasiakkaiden riskinhallinta. Tämän lisäksi usein kaikki, missä on maininta Venäjästä tai ruplasta, päättyy hänen työpisteelleen. Venäjän parissa hän on työskennellyt 15 vuotta, jossa ura on alkanut itäviennistä. Töitä Venäjällä hän on tehnyt kahdeksan vuotta, kolmella eri työnantajalla.

6 TUTKIMUSTULOSTEN ESITTELY

6.1 SWOT-analyysin toteutus

Suomen Pietarin instituutille tehty SWOT-analyysi toteutettiin kesäkuun lopussa 2015 aiemmin esittelemiäni SWOT-analyysin metodeihin perustuen. Neljä henkilöä instituutin henkilöstöstä osallistuivat tekemään tätä analyysiä. Aluksi kaikki miettivät itsekseen näitä SWOT-analyysin osa-alueita, jonka jälkeen kokosimme kaikkien vastaukset yhdeksi. Sen jälkeen kaikkien tuli valita esille tulleista asioista kaksi tärkeintä kohdetta. Tämän avulla saatiin koko osallistuneen henkilöstön realistinen käsitys kustakin aihealueesta. Tämä toistettiin jokaisen neljän kohdan mukaan. Kaikki esille tulleet seikat on koottu perinteiseen SWOT-analyysin nelikenttämalliin taulukkoon 2. Tämän alapuolella on pelkistetty nelikenttä, jossa ovat kaikkien yhdessä määrittämät tärkeimmät kohdat kustakin ryhmästä.

Taulukko 2. SWOT-analyysi

| Vahvuudet/Strengths | Heikkoudet/Weaknesses |
|---|---|
| <p>Projektit ja tapahtumat</p> <ul style="list-style-type: none"> – Projektien valikoima on laaja, monia eri teemoja, ”jokaiselle jotakin” – Monipuolinen toimenkuva: taide, tiede, kieli – Arkkitehtuuri ja design – Luennot ovat monipuolisia – Yhteistyö eri järjestöjen ja toimijoiden kanssa <p>Henkilökunta ja kompetenssi</p> <ul style="list-style-type: none"> – Henkilökunta, pienen henkilökunnan etuna se, että töiden organisointi toiselle helppoa, mikäli yhdellä on liikaa tehtävää – Harjoittelijat – Suomi ja Venäjä – Eri alojen asiantuntijuus, työntekijät ovat opiskelleet eri aloja, joten osaavat monien eri sektoreiden asioita | <p>Taloudellinen tilanne ja rahoituksen allokaatio sekä tiedonkulku sekä sen avoimuus</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ylikuormitus – Huono ulkopuolelta tuleva informaatio, joka hidasta ja kangertelee ylhäältä instituuttiin. – Suomen kielen oppimateriaalin vähyys, sekä oppikirjat ovat vanhoja – Vuosikohtainen projektien rahoitussumma – Niukka rahoitus <p>Strateginen suunnittelu</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ei pitkän tähtäimen suunnitelmaa tai siihen olevaa työkalua <p>Internetsivut</p> <ul style="list-style-type: none"> – Internetsivut, pitää tehdä uudet, koska tämänhetkiset ovat vanhahtavat ja niissä on teknisiä vikoja |

– Venäjän tuntemus, Venäjältä kotoisin olevat ihmiset osaavat maansa pelisäännöt suomalaisia paremmin, suomalaiset taas toisinpäin

– Nelikielisyys, suomi, ruotsi, englanti ja venäjä

Tiedotus ja viestintä

– Tiedottaminen, nettisivut ja sosiaalinen media, sekä Venäjällä toimivan VK:n ja Facebookin aktiivinen päivittäminen instituutin tapahtumista ja asioista

– Suuri kohdeyleisö, Pietarissa sekä koko Venäjällä, Venäjän alueen ainoa kulttuuri-instituutti

– Postituslista, Vk- ja Facebook-ryhmien jäsenet, saadaan tavoitettua nopeasti tuhansia ihmisiä

– Instituuttia kohtaan on laaja kiinnostus, josta kertoo esimerkiksi postituslista, jossa 4505 ihmisen yhteystiedot

Suomen maine

– Suomen, suomalaisten ja suomalaisten tuotteiden ja palveluiden hyvä maine Venäjällä

Kirjasto

– Kirjasto, jossa on Pietarin suurin suomalaisten kirjojen kokoelma

– Oma kirjasto

Puitteet

– Suomi-talon keskeinen sijainti sekä puitteet

– Instituutin sijainti

– Toimistotilat

Verkostot ja partnerit

– Verkostot venäläisen kulttuurin ja suomalaisen kulttuurin osalta laajat

– Yhteistyökumppanit, joiden kanssa tehdään yhteistyötä, eri maiden konsulaatit ja Pohjoismaiden kulttuuri-instituutit

– Tietotekniset välineet ovat vanhoja, joiden vuoksi työnteko voi olla hidasta ja hankalaa, sillä ohjelmat kaatuilevat
Työntekijät (Pula työntekijöistä ja projekteissa liian vähän henkilökuntaa)

– Pieni määrä henkilökuntaa, jaksoittain henkilökuntaa, koska ei ole vakiuista suomalaista työntekijää, paljon tekemistä yhden henkilön vastuulle, sillä vain yksi alkuperäinen suomen kielen puhuja töissä

– Ei ole omaa ”pysyvää” suomalaista työntekijää

– Kirjaston oman tekijän puuttuminen

– Harjoittelun pituus on vain kolme kuukautta – pitäisi olla puoli vuotta, juuri kun harjoittelija alkaa osata tehtävät, harjoittelu loppuu, ja se vie instituutilta paljon voimavaroja kouluttaa uusi henkilö neljästi vuodessa

Omistaja

– Pietari-säätiö, joka on enemmän kiinnostunut Suomi-talosta kuin Suomen Pietarin instituutista

| | |
|---|--|
| <p>Mahdollisuudet/Opportunities</p> <p>Ideologia – Kulttuuri-ideoiden runsaslukuisuus</p> <p>Suomi-talon tilanteen selvittäminen – Suomi-talon ja Pietari-säätiön tilanteen selvittäminen</p> <p>Strategiset uudet mahdollisuudet – Suomi 100 vuotta -projektit – Uudet toimialat ja niiden kehitys, musiikki, kirjasto ja lapset – Uusi strategia, uudet yhteistyökumppanit – Paikallinen suomalainen kaupankäynti – Yhteistyömahdollisuudet ja niiden kehittäminen – Yritysten, pohjoismaisten kulttuuri-instituuttien sekä konsulaattien kanssa lisää yhteistyötä – Lisää yhteistyötä yritysten kanssa, mahdollisesti myydä mainostilaa flyereistä, nettisivuilta ja muualta</p> | <p>Uhat/Threats</p> <p>Raha – Rahoitustilanteen muuttuminen – Talous/ talouspolitiikka (Venäjällä/Suomessa) – Rahatilanne ja mahdollinen rahoituksen väheneminen</p> <p>Politiikka – Venäjän politiikka – Kansainvälinen poliittinen tilanne, Suomeen kohdistuvat pakotteet – Yhteistyökumppaneiden kaikkoominen</p> <p>Suomi-talo – Suomi-talon tulevaisuus ja ongelmat – Ei enää omia tiloja, tai tilat ovat josakin muualla (miljöö, mahdollisuudet tehdä esimerkiksi omia näyttelyitä)</p> |
|---|--|

| | |
|--|--|
| <p>Vahvuudet/Strengths</p> <p>Projektit ja tapahtumat Henkilökunta ja kompetenssi</p> | <p>Heikkoudet/Weaknesses</p> <p>Taloudellinen tilanne ja rahoituksen allokatio sekä tiedonkulku ja sen avoimuus Työntekijät (pula työntekijöistä ja projekteissa liian vähän henkilökuntaa) Omistaja (Pietari-säätiö)</p> |
| <p>Mahdollisuudet/Opportunities</p> <p>Strategiset uudet mahdollisuudet</p> | <p>Uhat/Threats</p> <p>Raha Politiikka</p> |

SWOT-analyysin perusteella saadut tulokset eivät eronneet huomattavasti toisistaan, vaikka työntekijät työskentelevätkin hieman erilaisissa tehtävissä. Useat seikat tulivat moneen kertaan melkein samanlaisina, vaikka eroavaisuuksiakin löytyi.

Kuitenkin pääpiirteittäin SWOT-analyysin yhteisessä vaiheessa tähän alempaan nelikenttään valikoituneet seikat saatiin valittua hyvässä yhteisymmärryksessä.

Esiin nousseet seikat vahvuuksista olivat projektit ja tapahtumat sekä henkilökunta ja sen kompetenssi. Suhteellisen pienellä henkilökunnalla aikaansaadut tapahtumat ja onnistumiset kertovat siitä, että henkilökunta on oikein osaavaa ja motivoitunutta. Lisäksi henkilökunnan kielivalmiudet nousivat esiin, suurin osa puhuu venäjää, suomea sekä englantia, jonka lisäksi syntyperäiset suomalaiset myös ruotsia. Lisäksi yhteistyöverkosto muiden Pietarissa toimivien tahojen, kuten pohjoismaisten kulttuuri-instituuttien sekä konsulaattien kanssa koettiin vahvuudeksi.

Heikkouksista esiin nousivat taloudellinen tilanne, rahoitus sekä sen allokaatio eli jakaantuminen eri kohteisiin, tiedonkulku ja kuinka avointa se on, työntekijöiden lukumäärä sekä instituutin omistaja eli Pietari-säätiö. Suomen Pietarin instituutin taloudellisen tilanne ja sen muuttuminen mahdollisesti huonompaan, liittyy hallituksen leikkauksiin, jotka olennaisesti osuvat juuri kulttuurin sektoriin. Lisäksi instituutin omistaja, Pietari-säätiö on taistellut suuren velkataakan kanssa useamman vuoden ajan, joka johtuu Suomi-taloon tehdystä kalliista remontista. Tämän vuoksi rahoituksen saaminen erilaisiin projekteihin on hankalaa. Tiedonkulun kangertelu ylhäältä alas sekä huono ulkopuolelta tuleva informaatio koettiin lisäksi suureksi heikkoudeksi.

Mahdollisuuksina nähtiin strategiset uudet mahdollisuudet. Näitä ovat yritys yhteistyön lisääminen, uudet toimialat ja niiden kehitys, paikallinen suomalainen kaupankäynti (Venäjällä, Pietarissa), uudet yhteistyökumppanit sekä vanhojen kanssa tiiviimpi yhteistyö. Näitä mahdollisuuksia tullaan hyödyntämään tulevaisuudessa entistä enemmän ja tullaan käyttämään niiden toimeenpanemiseen enemmän resursseja.

Uhkina työyhteisö koki rahan sekä politiikan. Poliittinen epävakaus sekä Venäjällä että Suomessa koettiin uhkaksi, lisäksi rahoituksen väheneminen sekä rahoittajien

ja yhteistyökumppaneiden kaikkoaminen koettiin uhaksi. Suomeen kohdistuvat pakotteet sekä niiden mahdollinen kiristyminen tulevaisuudessa koettiin myös uhaksi tulevaisuudessa. Tätä kautta esimerkiksi yritys yhteistyön heikkeneminen suomalaisten yritysten kanssa on mahdollista.

6.2 Haastatteluiden vastaukset

Ovatko talouspakotteet vaikuttaneet omaan tai edustamanne yrityksen/järjestön toimintaan?

Haastateltava A

- Viime aikoina talouspakotteet ovat alkaneet vaikuttaa toimintaamme. Länsi-Siperiasta, Hanti-Mansian kansallisteatterin piti tulla esiintymään Suomeen, mutta he eivät päässeet, johon osasyynä olivat pakotteet. Lisäksi tänä vuonna Lahdessa järjestettävän Suomalais-ugrialaisten kansojen maailmankongressin kulttuuriohjelman järjestämisessä on ollut samankaltaisia ongelmia. Eurooppaan kohdistuvien pakotteiden seurauksena ei ole rahaa lähteä Suomeen. Rahan loppuminen johtuu talouden kurjistumisesta, joka johtuu pakotteista. Venäjän eri alueilla ei ole antaa rahaa tällaisiin yhteistyöprojekteihin. Suoranaista vaikutusta Suomi-Venäjä-seuran omaan toimintaan ei ole ollut, rajamuodollisuudet ovat esimerkiksi sujuneet erittäin mutkattomasti järjestämillämme ryhmämatkoilla.

Haastateltava B

- Pohjola Pankki, nykyinen OP-yrityspankki on toiminut jälleen rahoittajana ulkomaankaupassa. Finanssialan pakotteet ovat kieltäneet jälleen rahoittamisen venäläisiin pankkeihin, mikäli laina-aika ylittää 30 päivää. Se on vaikuttanut toimintaamme. Kuitenkaan toimintoja emme ole joutuneet supistamaan, sillä pienellä työntekijämäärällä olemme täällä jo ennen kriisiäkin toimineet. Tekeminen on kuitenkin muuttunut erilaiseksi. Suomalaisten yritysten yhteydenotto pyynnöt ovat vähentyneet, eikä näille markkinoille ole kiinnostusta etabloitua. Ylipäättään kiinnostus Venäjää kohtaan on laskenut.

Jos vertaa vuosiin ennen finanssikriisiä, Venäjältä oltiin hyvin kiinnostuneita ja yritykset pitivät Venäjälle lähtemistä puolipakkona. Harmittava asia, että tällainen pitkittynyt kriisi, johon ei ole nopeita ratkaisuja, laskee kiinnostusta Venäjää kohtaan.

Onko viime aikoina tapahtunut suuria muutoksia suomalaisten tai venäläisten yhteistyökumppaneiden kanssa vai ovatko yhteistyökumppanit pysyneet suunnilleen samanlaisina?

Haastateltava A

- Yhteistyökumppanit ovat pysyneet samanlaisina. Kuitenkin venäläisten kansalaisjärjestöjen toimintaa on tutkittu suuremmalla suurennuslasilla kuin aiemmin. Heille voidaan tehdä koska vain tilitystutkimuksia ja muita hankaloittavia toimia, kuten se, että he eivät voi ottaa vastaan ulkomaalaista rahoitusta, joka johtuu tästä uudesta agenttilaista. Varovaisuusaste on lisäksi kansalaisjärjestöissä noussut. Hyvänä esimerkkinä Nuori Karjala -järjestö, joka on joutunut kovan tutkinnan kohteeksi. Lisäksi itään suuntautuvaa työtä hankaloitetaan. Suomalaisista yhteistyökumppaneista yksittäisiä tapauksia löytyy, jotka eivät ole halunneet tehdä yhteistyötä sen jälkeen, kun Venäjä hyökkäsi Ukrainaan. Kuitenkin ne tahot, jotka tekevät Venäjän kanssa yhteistyötä, pyrkivät jatkamaan yhteistyötä niillä edellytyksillä, mitä on olemassa.

Haastateltava B

- Meidän kohdalla sellaista ei ole tapahtunut. Supistamista on tapahtunut, mutta suoranaisesti joku yksittäinen kumppani tai sidosryhmä ei ole vetäytynyt. Suomalaisyrityksissä ilmapiiri on hyvin odottava ja on sopeutettu toimintaa näihin uusiin realiteetteihin. On eri aloja, jotka ovat pystyneet tähän paremmin: esimerkiksi rakennustarvikeala, jossa suomalaiset ovat aina olleet Venäjällä vahvoja. Ohjaava talouspolitiikka on tuonnin korvaamista, paikallistetaan tuotantoa. Se on pakko jos täällä aikoo toimia. Investointien tekeminen ei toisaalta houkuta yrityksiä tekemään investointeja Venäjällä kohonneen riskitason vuoksi. Vienti ei enää yksinkertaisesti toimi. Suurin

ongelma kuitenkin suomalaisyritysten mukaan eivät ole pakotteet vaan ruplan huono kurssi sekä sumuiset näkymät ja epävarmuus. Kuitenkin heikentyneestä ruplan kurssista työvoimakustannukset ovat tällä hetkellä pienemmät kuin Kiinassa. Muutamia yrityksiä on, jotka ovat toimineet vastapalloon ja käynnistäneet uutta tuotantoa.

Minkälainen Suomi-kuva vallitsee mielestänne tällä hetkellä Venäjällä?

Haastateltava A

- Venäläiset pitävät suomalaisista suunnattomasti. Suomalaisia pidetään hyvinä naapureina. En ole kohdannut mitään epäilyttävää, olen kuitenkin Siperiaa myöten Venäjällä ollut.

Haastateltava B

- Tämä on sellainen asia, ettei voi sanoa Venäjä, vaan voi sanoa Pietarin alue, joka on tässä rajan läheisyydessä. Täällä Suomi-kuva on erittäin positiivinen. Moskovassa Suomi ei ole yhtään mitään, puhumattakaan, jos lähdetään jonnekin Siperian metsiin. Muutosta Suomi-kuvaan Pietarin alueella ei ole tapahtunut, jossa se on ollut aina positiivinen. Tämä johtuu siitä, että moni tältä alueelta käy jatkuvasti Suomessa tai on vähintään kerran käynyt. Rajan läheisyydessä se on ihan eri asia, ja tällainen koko Venäjälle yleistäminen on sen vuoksi hankalaa. Viisumien voimassaoloaikojen pitenemisestä huolimatta virta rajan yli on heikentynyt, sillä ostovoima on ruplan kurssin vuoksi heikentynyt huomattavasti.

Miten suomalainen media suhtautuu Venäjään ja miten se on vaikuttanut teidän toimintaanne?

Haastateltava A

- Suomalaiselta medialta odottaisi syvempää journalistista analyysiä. Lööpit on välillä aika hurjia, suurin piirtein, että itärajalta ollaan hyökkäämässä Suomeen. Onhan Suomi–Venäjä-seurakin saanut siitä osansa, sillä se kantaa Suomi–Neuvostoliitto-seuran taakkaa hartioillaan. Olemme järjestäneet avoimia keskustelutilaisuuksia, joissa on analysoitu Venäjää ja Venäjän

tilannetta. Ne ovat olleet hyvin suosittuja, ihmisillä on suuri tarve tulla keskustelemaan Venäjästä. Suomen mediassa, Helsingin Sanomissa ja Yleisradiolla on kuitenkin hyviä pitkän linja toimittajia, jotka tekevät laadukasta journalismia suhteessa Venäjään, sitä mitenkään kaunistelematta. Mediassa on sekä hyvää että huonoa, riippuen taustaorganisaatiosta, kuka kirjoittaa ja mitä kirjoittaa. Nato-mieliset tahot haluavat nähdä Venäjässä uhkakuvia ja pyrkivät saamaan itseään julki. Meillä vuosia Venäjän kanssa yhteistyötä tekeillä on venäläisistä ja Venäjästä aivan eri näkemys. Suoranaisesti omaan toimintaamme ei ole ollut vaikutusta. Olemme kuitenkin yli 70 vuotta vanha järjestö ja saamme kannustusta meidän työmme ja tekemisemme tuntevilta. Sillä tähän on mitä parhaimmissa määrin rauhantyötä.

Haastateltava B

- Se ei ole vaikuttanut mitenkään meidän toimintaamme. Minun mielestäni on paljon sellaisia perusasioita, mitä ihmiset eivät tiedä Venäjästä eivätkä ymmärrä Venäjää Suomessa, isoja rakenteellisia asioita. Mielestäni on paikallaan, että Venäjästä uutisoidaan realistisesti. Välillä otsikoihin päätyy jotakin todella omituista, näinhän se on joka puolella maailmaa. Kun on aina puhuttu siitä, että Venäjä on korkean riskin maa, niin nyt se on toteutunut. Eihän se olisi oikein, että suomalainen media kirjoittaisi siitä jotenkin hystytellen tai positiivisesti.

Miten venäläinen media uutisoi Suomesta? Kuinka tämä uutisointi on vaikuttanut toimintaanne?

Haastateltava A

- Venäjän media ei ole millään muotoa vaikuttanut toimintaamme. Siellä tiedetään uutisten olevan ylhäältä käsin päätettyjä, mitä kirjoitetaan ja mistä kirjoitetaan. Vähän kuin Neuvosliiton aikana Pravda-lehden totuudet. Kulttuurialan kontaktini eivät mitenkään noteeraa venäläistä mediaa.

Haastateltava B

- Ei ole vaikuttanut. Uutisointi on täällä kuitenkin hyvin polarisoitunutta, länsi vastaan Venäjä. Venäläisestä mediasta ei voi sanoa, että yksi media, vaan on kaikenlaista, enemmän ja vähemmän Venäjän kontrolloimaa. Sen mukaan sillä on sitten eroa, kuinka propagandistista se uutisointi on ja mikä sinne päättyy. Ei tämä nyt kuitenkaan mikään Kiina ole median suhteen. Internet on kuitenkin kohtuullisen vapaa, vaikka sen kontrollointia on hieman kiristetty. Välillä rankkaakin propagandaa päättyy venäläiseen mediaan, jossa kuitenkin Suomi ei ole tähtäimessä, vaan Yhdysvallat.

Suomella ja Venäjällä on vahvat kulttuuriset yhteiset juuret. Kuinka näitä hyödynnytetään ja kuinka tätä voitaisiin hyödyntää jatkossa enemmän?

Haastateltava A

- Venäjällä tapahtuu tälläkin hetkellä suunnaton määrä ruohonjuuritason yhteistyötä eri organisaatioiden, järjestöjen ja tahojen kanssa. Tampereella järjestetään tänä vuonna Suomalais-venäläinen kulttuurifoorumi, joka järjestetään seitsemättöoista kertaa. Tässä kulttuurifoorumissa suomalaiset ja venäläiset yhteistyökumppanit pääsevät neuvottelemaan kulttuuriyhteistyöstä. Ehdotuksia tähän foorumiin on tullut jo yli sata huolimatta tästä poliittisesta tilanteesta. Ongelmana tässä on rahan vähyyys. Talouskriisi vaikuttaa siinä mielessä meidän toimintaamme, mutta se ei ole lamauttanut sitä. Tulevaisuudessa toivoisin enemmän rahoitusta nuorisotyöprojekteihin, jota saisi hakea koko ajan eikä vain tiettyinä aikoina. Se olisi ensiarvoisen tärkeää, että nuoret ymmärtäisivät toisiaan paremmin rajan yli. Tähän tarvittaisiin sekä julkista että yksityistä rahoitusta.

Haastateltava B

- Olen sitä mieltä, että suomalaisilla ja venäläisillä on enemmän yhteistä, mitä ymmärretään. Jos verrataan vaikka Aasiaan, niin eihän meillä kauhean paljon ole yhteistä, paljon vähemmän. Uskoisin myös suomalaisten yritysten tulevan helpommin toimeen venäläisten kanssa kuin jonkun ihan toisenlaisen kulttuurin, eivät erot kuitenkaan niin suuria ole. Meillä on historiamme

Venäjän kanssa ja ennakkoluuloja on edelleen valitettavasti hyvin paljon. Kulttuuripuolella en ole koskaan toiminut, mutta varmasti tätä voitaisiin hyödyntää enemmän.

Onko mielestänne mahdollista, että talouspakotteet voisivat ulottua myös aineettomaan vientiin, kuten koulutuksen, musiikin tai muun kulttuurin viemiseen ja kuinka tämä tapahtuisi?

Haastateltava A

- Talouspakotteet voivat vaikuttaa siten, että rahat loppuvat. Sitä alkaa jo tapahtua. Venäjällä oli nousukausi, vahva venäläinen valtio, ja heillä oli varaa maksaa meidän ammattitaiteilijoillemme. Kun öljyn hinta ja ruplan kurssi on alhainen, talous on kriisissä ja budjetti monta vuotta miinuksella. Kyllä se vaikuttaa kulttuurivaihtoon, koska rahat alkavat loppua.

Haastateltava B

- En usko, että ulottuisi aineettomaan vientiin. Olen kuullut, että kulttuurise-minaareihin ja muihin on tullut kiristyksiä. Viisumien saaminen länsimaa-laisille delegaatioille on hankaloitunut. Uutisista aina välillä lukee, että jol-lekin tutkijalle ei ole myönnetty viisumia. Kuitenkaan en usko pakotteita laajennettavan aineettomaan vientiin, sillä pakotteet ovat kapea-alaiset ja niitä on jatkettu ajallisesti, mutta ei muutoin laajennettu. Kulttuurivaihtoa ja aineetonta vientiä voidaan vaikeuttaa ja hankaloittaa, siihen löytyy erilaisia keinoja.

Olisiko Suomella mielestänne jotain aineetonta vientituotetta Venäjälle? Voisiko jotain erityistä viennin osa-aluetta mielestänne kehittää?

Haastateltava A

- Suunnittelemme vuoden 2017 kulttuurifoorumia Pietariin. Modernin tanssin eri osa-alueet ja työpajat ovat jo sellaisia, mitä viedään, mutta sitä voisi laajentaa. Oikeastaan kaikessa modernissa taiteessa, musiikissa tai tanssissa Suomella on paljon annettavaa Venäjälle. Jos mennään kulttuurin ulkopuolelle, erilaisissa tekniikan innovaatioissa Suomella on sanansa

sanottavana. Enemminkin kuin vientinä, sanoisin, että sellaisena molemminpuolisena yhteistyönä pitäisi toteuttaa asioita, ei yksittäisinä keikkoina tai uutuuksina. Suomella on matkailun puolella paljon tarjottavaa. Tällainen terveydellinen puoli, kuten keski-ikäisten liikuntapuoli on kysyttyä Venäjällä. Sauvakävelyä jo lanseerataan Pietariin sekä ikäihmisten oppimiseen liittyviä asioita. Meillä Suomessa on hyvin paljon arvokasta aineetonta ja henkistä, mitä Venäjälle voisi viedä, kaikkia hyvinvointivaltion asioita, joissa ihminen on etusijalla. Ongelmana tälle on nykyinen hallitus ja oma toimintamme, jolla hankaloitamme tämän toteutumista.

Haastateltava B

- Koulutus, terveydenhuolto ja hyvinvointipalvelut olisivat mielestäni kysytyjä. Olen varma, että jos Pietariin avattaisiin suomalainen lastentarha, niin sille olisi kysyntää. Tällä hetkellä täällä toimii sellainen, mutta muistaakseni toisen vanhemman piti olla suomalainen. Sen toteuttaminen vaatisi yrityksiltä todella paljon jalkatyötä, kuten venäläisten kouluttamista, että sen konseptin saisi toimivaksi. Suomalaisen ja venäläisen työmentaliteetin sekä työelämän välillä on valtavat erot. Usein kun tajutaan se, mikä työn määrä siinä on ja kuinka hankalaa se on, into lopahtaa. Vaatisi enemmän ymmärrystä kummastakin maasta, ymmärrystä siitä, kuinka Venäjällä toimitaan ja miten he ajattelevat. Tämä puoli liian usein laiminlyödään. Kun oli hyvät vuodet, Venäjällä oli Suomesta paljon erilaisia yrityksiä, jotka halusivat tehdä kauppaa. Kuitenkaan kotiläksyjä ei tehty, oltiin sinisilmäisiä ja uskottiin, että kyllä tämä tästä. Venäläisten tytäryritysten väärinkäytökset olivat enemmänkin sääntö kuin poikkeus. Lisäksi suomalaiset ajattelevat asioiden toimivan nopeammin Venäjällä. Sijoituksista tuottoihin kestää kauemmin kuin Suomessa ja vaatii työntekoa. Uskoisin kuitenkin Suomella olevan paljon aineetonta annettavaa Venäjälle. Kun Suomessa on Venäjältä tulleita maahanmuuttajia, joiden äidinkieli on Venäjä, tätä tulisi hyödyntää ja panostaa siihen. Kouluttaa heidät tekemään asioita sillä lailla kuin Suomessa tehdään, opettaa heille yhdessä tekemistä ja tehtäisiin se koulutus kunnolla.

Millaisia mahdollisuuksia suomalaisen koulutuksen ja osaamisen viennillä on Venäjälle? Millaisia haasteita tämän toteuttaminen sisältää?

Haastateltava A

- Koulutuksen ja osaamisen viennillä on Venäjälle mahdollisuuksia, etenkin teknologian alalla, jossa Suomi on edelleen yksi kärkimaista. Viimeisin, mitä olen kuullut, on jäte- ja kierrätysjärjestelmät. Niiden tekniikasta ja logistiikasta ollaan hyvin kiinnostuneita ja siitä, miten se saataisiin suurkaupungeissa toimimaan. Haasteet näiden asioiden toteuttamiseen ovat osaksi asenteellisia. Haasteina on lisäksi talouden kriisi. Mikäli rahoitus onnistutaan järjestämään, niin Venäjällähän on paljon ihmisiä, jotka mielellään kehittäisivät yhteistyökuvioita.

Onko suomalaisella kulttuurilla kysyntää ja minkälaisia mahdollisuuksia Venäjällä?

Haastateltava A

- Suomalaista kulttuuria viedään koko ajan Venäjälle, hyvin laajalla rintamalla. Suomen kulttuurialan ammattilaiset, teatterin, oopperan, baletin ja kirjallisuuden saralla tekevät yhteistyötä kokoajan. Venäjän kulttuuriministeriöltä saa hakea kulttuurivientiin Venäjälle erilaisia rahoituksia. Ongelmina näkisin kielivaikeudet, mutta niitä hoidetaan tulkkien kanssa. Suomalainen media harvemmin uutisoi näistä yhteistyöprojekteista, jota sen soisi enemmän tekevän.

Haastateltava B

- Pietarin alueella uskoisin suomalaisella kulttuurilla olevan kysyntää. Minun mielestäni näitä asioita voitaisiin rohkeasti kaupallistaa. Suomalainen design-osaaminen pitäisi brändätä paremmin ja kaupallistaa näitä konsepteja. Suomi on kuitenkin pieni maa, enkä ole ymmärtänyt, miksi kaikki tekevät jotakin omaansa, eivätkä toimi yhdessä. Miksi suomalaiset eivät osaa toimia yhdessä ja yhdistää näitä vähäisiä resursseja ja voimia ja tehdä sen kautta jotain suurempaa? Kuitenkin joku Jyväskylän kokoinen kaupunki on Venäjän mittapuulla joku pieni kylä.

Onko Pietarissa toimiva Suomen Pietarin instituutti teille tuttu? Oletteko toimineet instituutin kanssa yhteistyössä?

Haastateltava A

- Olemme tehneet yhteistyötä aina instituutin perustamisesta lähtien. Olen tuntenut hyvin kaikki instituutin johtajat, kuten nykyisen Elina Kahlan. Aina teemme yhteistyötä, kun se on mahdollista.

Haastateltava B

- Kyllä se on tuttu, olemme tässä heillä vuokralaisina. Yhteistyötä meillä ei ole sen enempää ollut, sillä me toimitaan yksityisellä puolella. Sen voin sanoa heidän toiminnastaan, että sitäkin voisi rohkeasti brändätä, kaupallistaa, tehdä hartiavoimin töitä ja tiedottaa paremmin. Kun kuitenkin Suomi kiinnostaa täällä ja tämä Pietarin keskustassa oleva Suomi-talo on aivan ainutlaatuinen. Sitä pitäisi mieltä rohkeasti kaupallisemmaksi ja ottaa tapahtumista lipputuloja. Paljon olisi tehtävää ja toivottavasti siihen tartutaan. Peräänkuuluttaisin markkinointia, konseptointia ja brändäämistä.

Minkälaisille suomalaisille kulttuuritapahtumille tai -hankkeille Venäjällä olisi kysyntää?

Haastateltava A

- Loppuunmyytyjä stadioneita voi joku yksittäinen suosittu rockyhtye, kuten HIM:n keikka Moskovassa tai Stratovarius, täyttää. Apocalyptica on käynyt myös Jekaterinburgia myöten keikkailemassa. Löytyy siis tällaisia yksittäisiä salien täyttäjiä. Pitäisi olla enemmän kulttuuritapahtumakokonaisuuksia, joita vietäisiin Venäjälle. Moderni tanssi on hieman haasteellista, mutta silläkin saadaan salit täyteen. Olimme viemässä Tero Saarisen produktiota Pietarin keskustaan Aleksandran teatteriin ja sali oli täynnä. Meillä oli Hanti-Mansiassa teatterityöpaja, johon osallistui suomalaisia teatterialan ihmisiä ja siellä tuntui, että vaikka se olisi missä päin Venäjää tahansa, se otettaisiin ilolla vastaan. Ongelmana on rahoituksen järjestäminen, sillä venäläisillä on jo tällä hetkellä vaikeuk-

sia ostaa lippuja, joten ne eivät voi olla kovin kalliita. Yksityinen rahoitus on Venäjällä hyvin hankalaa. Ne, joilla on rahaa, eivät hirveän syvällisesti tunne taidetta. Että se pitäisi olla joku Bolšoi-teatteri ja hyvin massiivinen esitys, joka heitä kiinnostaisi. Kuitenkin hyvänä esimerkkinä on Vasilinsaarelle rakennettu nykyaikaisen museon Erarta, joka on rakennettu yksityisellä rahoituksella. Siellä on loistavia näyttelyitä, rahat on annettu ammattilaisille ja siellä järjestetään laadukasta toimintaa ja sitä pyöritetään loistavalla tasolla. Venäjällä yhteiskunnan kulttuurirahoitus toimii siten, että pitää päästä kulttuuritoimen ja paikallishallinnon suosioon, että saa rahoitusta. Tässä asiassa Suomi-Venäjä-seura voi tehdä hyvää työtä, sillä meillä on monivuotiset suhteet monen paikkakunnan kulttuuritoimiin. Se on suuri ongelma, miten kulttuuriyhteistyön rahoitus järjestetään tulevaisuudessa. Suomessakin on samanlaisia ongelmia, kun olen yrittänyt saada sponsorirahaa suurilta yrityksiltä, kuten UPM:ltä ja kyseessä oli vielä ympäristöhanke. Heiltä emme saaneet rahaa. Suurilla yrityksillä pitäisi olla jatkumo tälle toiminnalle, ne sponsorivat mieluummin sellaisia asioita, joissa kesto on pitempi. Meillä oli sellainen kolmivuotinen nuorisoprojektihanke, jossa suurin yhteistyökumppani oli Pietarilainen Vodokanal. Se sai suurta näkyvyyttä Venäjällä radiossa ja televisiossa, moneen kertaan projektin aikana. Kerroin tästäkin UPM:lle, mutta ei se heitä hetkauttanut.

Haastateltava B

- Voisin hyvin kuvitella venäläisten kiinnostuvan hulluista suomalaisista tapahtumista, kuten eukonkannosta. Suomalainen luonto heitä kiinnostaa myös. Kun he menevät Suomeen, he ajattelevat puhdasta luontoa, jossa voi vaikka pyöräillä, sauvakävellä ja kaikkea muuta. Tällaiselle liikkumiselle ja yhdessä tekemiselle voisi olla kysyntää. Venäläisethän ovat spontaaneja ja he tykkäävät tehdä ryhmässä, eikä niitä tarvitse houkutella tällaisiin moneen kertaan, kuten suomalaisia. Lisäksi mökkeily kiinnostaa heitä. Rokkibändeistä Rasmus ja HIM ovat edelleen suosittuja, en uskoisi heidän enää vetävän Suomessakaan klubia täyteen,

mutta rockartistit ja -yhtyeet ovat pärjänneet aina hyvin Venäjällä. Suomalainen puhdas ruoka on kiinnostanut venäläisiä, kun elintarvikkeet ja raaka-aineet ovat niin puhtaita. Suomalaista ruokakulttuuria voisi tuoda näyttävämmin Venäjälle. Suomessa tällä alalla tapahtuu tällä hetkellä paljon.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tässä luvussa käsitellään keskeisimpiä tutkimustuloksia sekä niiden yhteyksiä teoriaosuuteen. Tämän jälkeen tarkastellaan tutkimuksen luotettavuutta kvalitatiivisen tutkimuksen kriteerien perusteella. Viimeisessä osiossa on omia pohdintojani tutkimuksesta sekä mahdollisista uusista jatkotutkimuskohteista.

7.1 Tutkimustulosten tarkastelu

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli vastata kysymykseen: Minkälaisia mahdollisuuksia ja haasteita kulttuuriviennin toteuttamiselle on Venäjällä? Teoriaosuudessa käydään yksityiskohtaisesti läpi kaikki tiedot, joita tarvitsee tutkimuskysymyksen selvittämiseen ja ymmärtämiseen. Teoria etenee johdonmukaisesti laajemmista kokonaisuuksista yksityiskohtaisempiin aiheisiin.

Johdannossa esitellään tutkimuksen tausta, tutkimusongelma sekä toimeksiantaja. Tämän jälkeen siirrytään Venäjään kauppakumppanina. Tässä luvussa kerrotaan yksityiskohtaisesti Suomen ja Venäjän välisestä kaupasta, viennistä Venäjälle sekä siitä, minkälaisia ongelmia ja uhkia tämän toteuttamiseen on olemassa. Rajaus on tehty tarkoituksella koskemaan pelkästään vientiä, sillä tämä on olennainen prosessi aiheeseeni liittyen. Kolmannessa kappaleessa kerrotaan kulttuuriviennistä, käydään lyhyesti läpi kulttuuri käsitteenä sekä perehdytään jo olemassa olevaan kulttuurivientiin Venäjälle. Viimeisessä teoriaosuudessa käydään läpi voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden toimintaa, johon ryhmään olennaisena osana Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit ja näiden myötä toimeksiantajanikin kuuluu.

Empiirisessä osiossa lähdettiin selvittämään tutkimuskysymykseen vastauksia. Haastattelut tehtiin osaksi pohjautuen avoimeen haastatteluun ja osaksi teemahaastatteluun ja tämän vuoksi muodostin haastattelukysymykset teemojen mukaan. Haastattelujen pohjalta saatiin samankaltaisia vastauksia, jotka kävivät jo ilmi teoriaosuudesta ja SWOT-analysista. Haastatteluiden pohjalta saatiin lisäksi uusia asioita ja kehitysideoita.

Haastattelujen pohjalta voidaan sanoa yleisen kiinnostuksen laskeneen viime aikoina entisestään Venäjää kohtaan. Tähän syynä on uutisointi Venäjästä, kiristynyt poliittinen tilanne sekä osaksi myös talouspakotteet. Yritykset eivät enää ole niin kiinnostuneita laajentamaan toimintaansa Venäjälle vaan suuntaamaan mieluummin johonkin toiseen maahan, siitäkin huolimatta, että kulttuurissamme olisi enemmän yhteneväisyyksiä Venäjän kuin monen muun maan kanssa.

Talouspakotteet eivät ole vaikuttaneet kummankaan haastateltavan omaan toimintaan suoranaisesti. Talouspakotteista seuranneet lieveilmiöt, kuten yleinen kiinnostuksen laskeminen Venäjää kohtaan on vaikuttanut ja vaikeuttanut omaa toimintaa. Talouspakotteiden ei uskottu leviävän aineettomaan vientiin suoranaisesti. Muita keinoja aineettoman viennin estämiseen ja hankaloittamiseen on olemassa, ja niitä on jo osaksi laitettu käytäntöön. Lisäksi pitkäkestoiset yhteistyökumppanit ovat pyyneet toiminnassa mukana haastavinakin aikoina. Oma toimintaa sopeutetaan uusiin realiteetteihin ja se vaatii samaa myös yhteistyökumppaneilta. Yksittäistapauksia molemmilla haastateltavilla on ollut yhteistyökumppaneiden vetäytymisen suhteen, mutta mitään valtavaa perääntymistä ei ole tapahtunut.

Teoriaosuudesta yhteneväisyyksiä löytyi haastateltavien kanssa etenkin kulttuurin rahoittamiseen ja Venäjään liittyvien uhkien kanssa. Molemmat haastateltavat olivat sitä mieltä, että kulttuurin rahoittamisessa on ongelmia. Julkinen rahoitus on liian vähäistä ja sitä on saatavilla vain ennalta määritettynä ajankohtana. Tämän lisäksi yksityisen rahoituksen lisäämisen sekä sponsoroinnin molemmat haastateltavat kokivat tervetulleeksi.

Suomi-kuva on molempien haastateltavien mukaan naapurimaassamme hyvä. Haastateltava B:n mukaan Suomi-kuva on yleisesti hyvä Pietarin alueella, rajan läheisyydessä. Kuitenkin Venäjä on niin suuri maa, ettei hän lähtisi yleistämään asiaa koko maahan. Haastateltava A:n mielestä Suomi-kuva on hyvä koko Venäjällä. Suomalaisen tai venäläisen median uutisoinnilla ei ole ollut omaan toimintaan mitään vaikutuksia kummallekaan haastateltavalle.

Molemmat haastateltavat olivat suomalaisten rockyhtyeiden, kuten HIM:n ja Rasmusuksen menestyksen Venäjällä huomanneet. Kuitenkaan kumpikaan haastateltava

ei nähnyt suomalaisilla kulttuuritapahtumilla olevan niin laajaa suosiota, että suuria areenoita niillä täytettäisiin. Suomalaisella kulttuurilla molemmat haastateltavat uskoivat olevan kysyntää Venäjällä. Terveysteen liittyvillä palveluilla ja tapahtumilla uskottiin olevan kysyntää. Erityisesti sauvakävelyille uskottiin Venäjällä olevan kysyntää, sillä siellä oli jo tästä aiheesta kurssejakin käynnissä.

Ongelmakohdat, kehitysideat ja tulevaisuus

Haastattelujen tiimoilta esiin nousi uusia ajatuksia siitä, mitä voitaisiin tehdä toisin. Yhtenä suurena teemana nousi esiin kummaltakin haastateltavalta se, kuinka kulttuuria tulevaisuudessa rahoitetaan. Tällä hetkellä kulttuurin rahoitus perustuu suurelta osin julkiseen rahoitukseen. Haastateltava B oli sitä mieltä, että julkisen rahoituksen rinnalle olisi otettava rohkeammin yksityistä rahoitusta ja kaupallistaa kulttuuritoimintoja. Suomen Pietarin instituutin omassa toiminnassa hän näki samoja piirteitä. Instituutin toimintaan voisi ottaa mukaan rohkeammin yksityistä rahaa, markkinoida, tiedottaa ja brändätä toimintaa. Hänen mukaansa Pietarin ydinkeskustassa toimiva Suomi-talo on jo itsessään sen verran ainutlaatuinen kokonaisuus. SWOT-analyysin nelikenttämallin tärkeimpinä havaintoina sekä heikkouksista että uhkista löytyi rahoitus sekä taloudellinen tilanne. Haastateltava A oli kokenut yritysrahoituksen saannin hankalaksi erityisesti suomalaisilta yrityksiltä. Suomalaisella yrityksellä, joka toimii Venäjän markkinoilla, ei ole suurta halua tai tarvetta sponsoroida yksittäistä kulttuuritapahtumaa. Lisäksi julkista rahoitusta olisi oltava haettavana kokoajan eikä vain ennalta määrättynä ajankohtana. SWOT-analyysissä mahdollisuuksissa nähtiin juuri nämä strategiset uudet mahdollisuudet, kuten yritysyhteistyön lisääminen.

Haastateltava A:n mukaan kansalaisjärjestöjen kanssa toimiminen on hankaloitunut agenttilain vuoksi. Lisäksi mikäli joku suomalainen kulttuuritapahtuma on käynnissä Venäjällä, siitä ei uutisoida. Uutisoidaan ainoastaan negatiivisista asioista, mikäli kyse on Venäjästä. Teoriaosuudessa olen jo laajasti käsitellyt agenttilistaa ja sitä, kuinka se hankaloittaa toimintaa, kuten Pohjoismaiden ministerineuvoston Pietarin-toimiston kohdalla. Neuvosto päätti kokonaan lopettaa toimintansa Pietarissa.

Haastateltava A:n kokemuksen mukaan suomalaisella modernilla taiteella olisi paljon annettavaa Venäjälle, jossa tämä taide on vielä nykyään hyvin klassista. Haastateltava B:n mukaan suomalainen ruoka, raaka-aineiden ja elintarvikkeiden puhkaus kiinnostaa venäläisiä. Suomalaista ruokakulttuuria voitaisiin tuoda näyttävämmin Venäjälle, etenkin kun alalla tapahtuu tällä hetkellä paljon. SWOT-analyysissä vahvuuksina työyhteisössä nähtiin Suomen Pietarin instituutin järjestämät projektit ja tapahtumat.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkijan tehtävänä on välttää virheet tutkimuksessaan. Tästä huolimatta tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat, jonka vuoksi sitä on hyvä arvioida. Reliaabelius ja validius mittaavat ja arvioivat tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Tutkimuksen reliaabelius voidaan todeta, jos kaksi arvioijaa päätyy samanlaiseen tulokseen. Reliaabelius täyttyy myös tilanteessa, jossa samaa henkilöä tutkitaan eri tutkimuskerroilla ja saadaan sama tulos molemmissa tapauksissa. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Toinen tutkimuksen arviointiin liittyvä käsite on validius eli pätevyys. Validius tarkoittaa käytetyn mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin tutkia ja mitata. Mittarit ja menetelmät eivät aina vastaa sitä todellisuutta, jota tutkija kuvittelee tutkivansa. Tutkimuksessa voi syntyä virheitä, mikäli vastaajat ovat käsittäneet kysymykset toisin kuin tutkija on ajatellut. Jos tutkija käsittelee ja analysoi saatuja tutkimustuloksia alkuperäisen oman ajattelumallinsa mukaisesti, tuloksia ei voida pitää valideina. Tutkimuksen validius merkitsee kuvauksen ja siihen liitettyjen selitysten ja tulkintojen yhteensopivuutta. (Hirsjärvi ym. 2009, 231–232.)

Tutkijan tehtävänä on kuvailla tarkasti, mitä tutkimuksessa on tehty ja miten saatuihin tuloksiin on päästy. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta parantaa tutkijan

tarkka yksityiskohtainen erittely tutkimuksen toteuttamisesta, mikä tulee tehdä selvästi ja totuudenmukaisesti. Tämän lisäksi on hyvä kertoa olosuhteet ja paikkojen kuvaukset, joissa tutkimus tehtiin. (Hirsjärvi ym. 2009, 232–233.)

Tämän työn luotettavuus on mitattavissa monella tapaa. Teorian tarkoituksena on tarjota kattavasti tietoa, jonka perusteella työn lukijalla on valmiudet ymmärtää aihetta. Uskon työn teoriaosuuden olevan tarpeeksi yksityiskohtainen ja kattava sellaisellekin henkilölle, joka ei ole aiemmin aiheeseen perehtynyt. Uskon tutkimuksen luotettavuuteen ja pätevyYTEEN, sillä haastateltavat henkilöt valittiin tarkasti heidän ammattitaitonsa ja Venäjä-tietämyksen perusteella. Tämän lisäksi toistettavuus sekä teorian, SWOT-analyysin ja haastatteluiden välillä oli samankaltaista. Lisäksi luotettavuuden puolesta puhuu kaksiosainen tutkimukseni, sillä usein valitaan joko SWOT-analyysi tai haastattelu tutkimusmenetelmäksi. Tässä työssä molempien tutkimusmenetelmien käyttämisellä empiiriseen tutkimukseen saatiin luotettavia ja paikkansapitäviä vastauksia ja tuloksia. Työn reliiabeliuden katsotaan toteutuneen, sillä tutkimuksen haastatteluissa ja SWOT-analyysissa päädyttiin useaan otteeseen samankaltaisiin vastauksiin.

7.3 Tutkimusprosessin arviointi

Kulttuurivienti toimialana on hyvin monipuolinen ja ajankohtainen. Suomalainen kulttuuri ja siihen liittyvät asiat ovat kiinnostavia ympäri maailmaa, etenkin naapurimaassamme Venäjällä. Alun teoriaosuus varmasti auttaa alaa tuntematonta ”pääsemään kärryille” siitä, mitä kulttuurivienti on ja minkälainen Venäjä on markkina-alueena. Omasta kokemuksestani voin ainakin allekirjoittaa sen, että kulttuurivienti-sana ei välttämättä sano juuri mitään alaa tuntemattomalle ihmiselle.

Toimeksiantajan toiminnan ongelmakohdat tulivat hyvin esiin SWOT-analyysia tehdessä. Suurimpaan osaan ongelmista ratkaisu ei ole omassa käsissä. Omaa toimintaa voidaan tiettyyn pisteeseen asti tehostaa, mutta kuitenkin tästä ei ole aivan kaikkeen apua. Mikäli projektikohtainen rahoitus on vähäistä, tämän rahoituksen käyttämisen suuntaaminen menee tietenkin kaikkein välttämättömimpiin menoihin, eikä esimerkiksi internetsivujen uudistamiseen tai suomalaisen lisähenkilökunnan palkkaamiseen.

Haastateltavat olivat huomanneet myös Suomen Pietarin instituutin SWOT-analyysissä esiintyneitä piirteitä. On kuitenkin otettava huomioon, että haastattelut toteutettiin vuoden päästä SWOT-analyysin tekemisestä. Poliittinen tilanne ja ihmisten asenne Venäjää kohtaan on kiristynyt entisestään vuoden takaisesta. Pakotteiden voimassaoloaika on jatkettu ja aina kriisin pidentyessä yleinen ilmapiirikin muuttuu huonompaan suuntaan.

Jatkotutkimuksia tästä aiheesta tullaan varmasti vielä tulevaisuudessa tekemään lisää. Mahdollisina tutkimuskohteina näkisin tarttumisen johonkin yhteen asiakokonaisuuteen ja tutkia sitä tarkemmin. Teoriaa tätä varten ei ole olemassa vielä kovinkaan paljon ja laadukkaan tutkimuksen avulla sitä saataisiin tehtyä. Asiakokonaisuus voisi olla esimerkiksi yksityisen rahoituksen lisäämisen kulttuurialalle.

Oma tietämykseni kulttuurivientiin ja kulttuuriin on kehittynyt huomattavasti tämän projektin myötä. Toivoisin, että jatkossakin liiketalouden alalta tehtäisiin rohkeasti poikkitieteellisiä tutkimuksia kulttuurin alalle.

LÄHTEET

Ahonen, P. 2015. Pohjoismaiden ministerineuvoston Pietarin-toimisto joutui ulkomaisten agenttien listalle. Viitattu 15.10.2015.
<http://www.hs.fi/ulkomaat/a1421992602624>

Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. 3. uudistettu painos. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Aitio, U, Alho, A, Esilä, V & Filppula, O, ym. 2009. Venäjän liiketoiminnan perusopas. Suomalais-venäläinen kauppakamariyhdistys ry.

Berg-Andersson, B & Kotilainen, M. 2016. Pakotteiden vaikutus Suomen vientiin Venäjälle. Viitattu 26.4.2016.
<https://www.etla.fi/wp-content/uploads/ETLA-Muistio-Brief-45.pdf>

Bergström, S & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16., uud. painos. Keuruu. Edita Publishing Oy.

Buravtseva, M & Gorshenin, M. 2014. Зарплаты петербуржцев в 2015 году будут расти на уровне инфляции, считают в Смольном. Vedomosti. Viitattu 24.1.2016.
<http://www.vedomosti.ru/finance/articles/2014/12/08/zarplaty-otstayut>

FILI 2016. Mitä on Kirjallisuusvienti? Viitattu 22.2.2016.
<http://www.finlit.fi/fili/kirjallisuusvienti/>

Finpro. 2010. Maaraportti Venäjä. Viitattu 12.10.2015.
<http://www.finpro.fi/documents/10304/16284/Russia0820192.pdf>

Gustafsson, M. 2015. Naapurissa olisi valtava markkina, mutta venäläisiä ei kiinnosta suomalainen kirjallisuus. Viitattu 22.2.2016.
http://yle.fi/uutiset/naapurissa_olisi_valtava_markkina_mutta_venalaisia_ei_kiinnosta_suomalainen_kirjallisuus/8413805

Hatanpää, A & Heimonen, J. 2013. ATA-carnet-tulliasiakirjaa käyttäen nopeasti ja rahaa säästään Pietariin ja muualle Venäjälle. Tulliviesti. 3/2013, 24–25.

Heiskanen I, Kangas A & Mitchell R. 2002. Taiteen ja kulttuurin kentät. Jyväskylä. Gummerus kirjapaino Oy.

Häyrynen, S. 2006. Suomalaisen yhteiskunnan kulttuuripolitiikka. Kopijyvä Oy. Jyväskylä. Minerva Kustannus Oy.

Kauppakamari, 2015. ATA carnet -tulliasiakirja. Viitattu 18.9.2015.
<http://kauppakamari.fi/kansainvaliset-asiat/asiakirjat/ulkomaankaupan-asiakirjat-2/ata-carnet/>

- Koivunen, H, 2004. Onko Kulttuurilla vientiä. Viitattu 8.9.2015.
http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2004/liitteet/opm_176_opm22.pdf?lang=fi
- Kukkasmäki, T. 2004. Kulttuuritoiminnan käsikirja. Suomi. Oy UNIpress Ab.
- Lauslahti, S. 2003. Menestyvä kunta. Kuntalaislähtöinen talousjohtaminen. Porvoo. WSOY.
- Lindroos, J-E & Lohivesi, K. 2004. Onnistu strategiassa. WS Bookwell Oy. Juva. WSOY.
- Lönestatik.Se. 2016. Journalist / Reporter i Stockholm. Viitattu 1.3.2016.
<http://www.lonestatistik.se/loner.asp/yrke/Journalist--reporter-1131/lan/Stockholm-21>
- Melin, K. 2011. Ulkomaankaupan menettelyt, vienti ja tuonti. 1. painos. Tammer-tekniikka/ Amk-kustannus Oy.
- Music Finland. 2016 a. Julkaisukiertuetuki. Viitattu 25.2.2016.
<http://musicfinland.fi/fi/palvelut/tuet-ja-tapahtumat/kansainvalistymisen-tuet/julkaisukiertuetuki-2016>
- Music Finland. 2016 b. Showcase-tuki. Viitattu 25.2.2016.
<http://musicfinland.fi/fi/palvelut/tuet-ja-tapahtumat/kansainvalistymisen-tuet/showcase-tuki-2016>
- Music Finland. 2016 c. Teosvientituki. Viitattu 25.2.2016.
<http://musicfinland.fi/fi/palvelut/tuet-ja-tapahtumat/kansainvalistymisen-tuet/teosvientituki-2016>
- Newby, E & Suni, J. 2012. Palveluiden viennin viimeaikainen kehitys. Viitattu 29.1.2015.
<http://www.suomenpankki.fi/pdf/170893.pdf>
- Nightwishin faniclubin VK-sivut. Viitattu 8.2.2016.
https://vk.com/nightwish_ru
- Nuoren voiman liitto. 2015. Kääntämisen mestariluokka Pietarissa. Viitattu 25.2.2016.
<http://www.nuoreuvoimanliitto.fi/sitenews/view/-/nid/359/ngid/1/>
- Oesch, P. 2002. Kulttuurin sponsorointi ja yritysysteistyö- kehitys ja käytännöt. Nykypaino Oy. Helsinki. Taiteen keskustoimikunta.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2010. Viitattu 21.9.2015.
<http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuurivienti/?lang=fi>

- Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2011. Viitattu 21.9.2015.
http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuurivienti/kulttuuriviennin_kehittaminen.html?lang=fi
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2016 a. Opetus- ja kulttuuriministeriön Venäjä-yhteistyö. Viitattu 10.3.2016.
http://www.minedu.fi/OPM/Kansainvaelliset_asiat/ohjelmat_ja_aloitteet/venaejae/?lang=fi
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2016 b. Taiteen ja kulttuurin Venäjä-ohjelma. Viitattu 13.3.2016.
http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/kansainvaellinen_kulttuuriyhteistyoe/taiteen_ja_kulttuurin_venaejaeohjelma/?lang=fi
- Raha-automaattiyhdistys. 2015. Yleiskatsaus avustuksiin vuonna 2015. Viitattu 14.10.2015.
<http://avustukset.ray.fi/fi-fi/yleiskatsaus/2015/avustukset-toimialoittain>
- Ruslania Books OY. 2016. Viitattu 22.2.2016.
<https://ruslania.com/>
- Salovaara, O. 2015. Pietarin Suomi-talo ehkä valtion omistukseen. Viitattu 12.3.2015.
<http://www.hs.fi/kotimaa/a1446803189003>
- Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011. Pietari ja Leningradin alue. Viitattu 24.1.2016.
<https://www.elykeskus.fi/documents/10191/115209/SVKK+Jaana+Rekolainen+2+pietari+ja+lenoblast/2684d5c6-c775-4a82-a7a2-538cacc58330>
- Suomalais-Venäläinen kauppakamari. 2013. Yleistietoa Venäjästä. Viitattu 24.1.2016.
http://www.svkk.fi/tietoa_venajasta/venajan_alueet_ja_kaupungit/luoteinen_federaatiopiiri/pietarin_kaupunki
- Suomalais-Venäläinen kauppakamari, 2015. Viitattu 12.10.2015.
http://www.svkk.fi/tietoa_venajasta/yleistietoa_venajasta
- Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2016. Tullaus ja sertifiointi Venäjällä. Viitattu 26.4.2016.
http://www.svkk.fi/tietoa_venajasta/tullaus_ja_sertifiointi
- Suomen Pietarin instituutti. 2015. Viitattu 16.10.2015.
<http://instfin.ru/fi/institute/common>
- Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit. 2015. Viitattu 13.10.2015.
<http://instituutit.fi/>

Suomen ulkoasiainministeriö. 2010. Suomen Pietarin instituutti. Viitattu 8.3.2016.
<http://www.finland.org.ru/public/default.aspx?nodeid=36998&contentlan=1&culture=fi-FI>

Suomi-talo. 2015. Pietarin Suomi-talo. Viitattu 16.10.2015.
<http://www.suomi-talo.fi/index.php?page=historiikki>

Suomen Yrittäjät 2014. Kansainvälisen kaupan asiakirjat. Viitattu 26.4.2016.
<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/kv/asiakirjat/>

Tiri, M. 2011. Venäjän-viennin opas. J-Paino Hiirikoski Oy. Suomalais-Venäläinen kauppakamariyhdistys – SVKK ry

Tekes. Palvelujen kansainvälistymisen muodot ja polut / Selvitys liike-elämän asi-
antuntijapalvelujen kansainvälistymisestä ja sen merkityksestä yritysten kasvulle.
Viitattu 5.3.2016.
http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen_kansainvalistyminen.pdf

Tulli. 2013. Viennin asiakasohje 8. Viitattu 18.9.2015.
http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/vienti/ELEX_asiakasohjeet/Viennin_asiakasohjeet/2013_08_valiaikainen_vienti.pdf

Tulli, 2015 a. Kauppavaihto maaryhmittäin ja maittain; tuonti alkuperämaittain ja
vientii määrämaittain. Viitattu 18.9.2015.
http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/tilastoja/maatilastoja/index.jsp

Tulli. 2015 b. Tuonti ja vienti vuosina 1881-2014 maittain. Viitattu 7.12.2015.
http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/tilastoja/aikasarja/index.jsp

Ulkoministeriö 2016. Vientivalvonta. Viitattu 26.4.2016.
<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=49174&contentlan=1&culture=fi-FI#kaksikäyttö>

Ulkoministeriö Venäjän yksikkö. 2013. Viitattu 27.10.2015.
<http://www.finland.org.ru/Public/default.aspx?nodeid=37005&culture=fi-FI&contentlan=1&displayall=1>


Venäjän federaation federaalinen laki ei-kaupallisille organisaatioille.
(Российская Федерация федеральный закон о некоммерческих
организациях. 2006. Viitattu 15.10.2015.
<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=163973;fld=134;dst=4294967295;rnd=0.32984831055232;from=133304-1103>

Vkontakte sivusto Amorphiksen esiintymisestä Pietarissa. 2016. Viitattu 1.3.2016.
https://vk.com/amorphis_spb2016

Vuokko, P. 2010. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. 1–2.painos. Helsinki. WSOYpro Oy.

LIITE 1


ATA carnet -asiakirja



USCIB
Issuing Association
Association émettrice

A.T.A. CARNET FOR TEMPORARY ADMISSION OF GOODS
CARNET A.T.A. POUR L'ADMISSION TEMPORAIRE DE MARCHANDISES
CUSTOMS CONVENTION ON THE A.T.A. CARNET FOR THE TEMPORARY ADMISSION OF GOODS
CONVENTION DOUANIÈRE SUR LE CARNET A.T.A. POUR L'ADMISSION TEMPORAIRE DE MARCHANDISES
CONVENTION ON TEMPORARY ADMISSION / CONVENTION RELATIVE A L'ADMISSION TEMPORAIRE

(Before completing the Carnet, please read Notes on cover page 3. / Avant de remplir le carnet, lire la notice en page 3 de la couverture)



INTERNATIONAL GUARANTEE CHAIN
CHAÎNE DE GARANTIE INTERNATIONALE

ATA
CARNET

| | |
|--|--|
| <p>A. HOLDER AND ADDRESS / Titulaire et adresse</p> | <p>G. FOR ISSUING ASSOCIATION USE / Réservé à l'association émettrice FRONT COVER / Couverture</p> <p>a) A.T.A. CARNET No. US 89/08-SAMPLE <small>Carnet A.T.A. N°</small></p> <p>Number of continuation sheets: 0 <small>Nombre de feuilles supplémentaires</small></p> |
| <p>B. REPRESENTED BY* / Représenté par*</p> | <p>b) ISSUED BY/ Délivré par</p> <p style="text-align: center;">United States Council for International Business</p> |
| <p>C. INTENDED USE OF GOODS / Utilisation prévue des marchandises</p> | <p>c) VALID UNTIL / valable jusqu'au</p> <p style="text-align: center;">year / année month / mois day (inclusive) / jour (inclus)</p> |

ATA
CARNET

P. This Carnet may be used in the following countries/customs territories under the guarantee of the associations listed on page 4 of the cover:
Ce carnet est valable dans les pays/territoire douaniers ci-après, sous la garantie des associations reprises en page quatre de la couverture

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>EUROPEAN UNION</p> <p>AUSTRIA (AT) BELGIUM (BE) BULGARIA (BG) CYPRUS (CY) CZECH REPUBLIC (CZ) DENMARK (DK) ESTONIA (EE)</p> | <p>FINLAND (FI) FRANCE (FR) GERMANY (DE) GREECE (GR) HUNGARY (HU) IRELAND (IE) ITALY (IT)</p> | <p>LATVIA (LV) LITHUANIA (LT) LUXEMBOURG (LU) MALTA (MT) NETHERLANDS (NL) POLAND (PL) PORTUGAL (PT)</p> | <p>ROMANIA (RO) SLOVAKIA (SK) SLOVENIA (SI) SPAIN (ES) SWEDEN (SE) UNITED KINGDOM (GB)</p> |
| <p>OTHER COUNTRIES</p> <p>ALGERIA (DZ) ANDORRA (AD) AUSTRALIA (AU) BELARUS (BY) CANADA (CA) CHILE (CL) CHINA (CN) CROATIA (HR) GIBRALTAR (GI) HONG KONG, CHINA (HK)</p> | <p>ICELAND (IS) INDIA (IN) ISRAEL (IL) IVORY COAST (CI) JAPAN (JP) KOREA (KR) LEBANON (LB) MACEDONIA (MK) MALAYSIA (MY)</p> | <p>MAURITIUS (MU) MONGOLIA (MN) MOROCCO (MA) NEW ZEALAND (NZ) NORWAY (NO) PAKISTAN (PK) RUSSIA (RU) SENEGAL (SN) SERBIA (RS)</p> | <p>SINGAPORE (SG) SOUTH AFRICA (ZA) SRI LANKA (LK) SWITZERLAND (CH) THAILAND (TH) TUNISIA (TN) TURKEY (TR) UKRAINE (UA) UNITED STATES (US)</p> |

The Holder of this Carnet and his representative will be held responsible for compliance with the laws and regulations of the country/customs territory of departure and the countries/customs territories of importation. / A charge pour le titulaire et son représentant de se conformer aux lois et règlements du pays/territoire douanier de départ et des pays/territoire douaniers d'importation.

H. CERTIFICATE BY CUSTOMS AT DEPARTURE
Attestation de la douane, au départ

a) Identification marks have been affixed as indicated in column 7 against the following items No(s). of the General List
Apposé les marques d'identification mentionnées dans la colonne 7 en regard du (des) numéro(s) d'ordre suivant(s) de la liste générale

b) GOODS EXAMINED* / Vérifié les marchandises*
Yes / Oui No / Non

c) Registered under Reference No.*
Enregistré sous le numéro*

d) _____

I. Signature of authorized official and issuing Association
Signature du délégué et de l'association émettrice



Curt Wilson

Place and Date of issue (year/month/day)
Lieu et date d'émission (année/mois/jour)

J.

X _____ X

Signature of Holder / Signature du titulaire

*if applicable / *S'il y a lieu

THIS CARNET IS THE PROPERTY OF USCIB. AFTER FINAL USE, RETURN IT TO USCIB.

1212 AVENUE OF THE AMERICAS, NEW YORK, NY 10036
/A RETOURNER A LA CHAÎNE ÉMETTRICE IMMÉDIATEMENT APRÈS UTILISATION

LIITE 2

Haastattelun runko

1. Ovatko talouspakotteet vaikuttaneet omaan tai edustamanne yrityksen/järjestön toimintaan?
2. Onko viime aikoina tapahtunut suuria muutoksia suomalaisten tai venäläisten yhteistyökumppaneiden kanssa vai ovatko yhteistyökumppanit pysyneet suunnilleen samanlaisina?
3. Minkälainen Suomi-kuva vallitsee mielestänne tällä hetkellä Venäjällä?
4. Miten suomalainen media suhtautuu Venäjään ja miten se on vaikuttanut teidän toimintaanne?
5. Miten venäläinen media uutisoi Suomesta? Kuinka tämä uutisointi on vaikuttanut toimintaanne?
6. Suomella ja Venäjällä on vahvat kulttuuriset yhteiset juuret. Kuinka näitä hyödynnetään ja kuinka tätä voitaisiin hyödyntää jatkossa enemmän?
7. Onko mielestänne mahdollista, että talouspakotteet voisivat ulottua myös aineettomaan vientiin, kuten koulutuksen, musiikin tai muun kulttuurin viemiseen ja kuinka tämä tapahtuisi?
8. Olisiko Suomella mielestänne jotain aineetonta vientituotetta Venäjälle? Voisiko jotain erityistä viennin osa-aluetta mielestänne kehittää?
9. Millaisia mahdollisuuksia suomalaisen koulutuksen ja osaamisen viennillä on Venäjälle? Millaisia haasteita tämän toteuttaminen sisältää?
10. Onko suomalaisella kulttuurilla kysyntää ja minkälaisia mahdollisuuksia Venäjällä?
11. Onko Pietarissa toimiva Suomen Pietarin instituutti teille tuttu? Oletteko toimineet instituutin kanssa yhteistyössä?
12. Minkälaisille suomalaisille kulttuuritapahtumille tai -hankkeille Venäjällä olisi kysyntää?