

Maria Höykinpuro ja Satu Nivus

”Paperi katoaa näkyvistä”

e-kirja vuonna 2011

Syksy 2011

Kulttuurialan yksikkö

Kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuurialan yksikkö

Koulutusohjelma: kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelma

Tekijä: Maria Höykinpuro ja Satu Nivus

Työn nimi: ”Paperi katoaa näkyvistä” E-kirja vuonna 2011

Ohjaaja: Tarja Keski-Mattinen

Vuosi: 2011

Sivumäärä: 56

Liitteiden lukumäärä:1

Opinnäytetyössämme halusimme selvittää e-kirjan tämänhetkistä tilannetta kirja-alalla, kirjakauppojen näkökulmasta. Halusimme selvittää kirjakauppiaiden ja kirjakaupoissa työskentelevien asenteita, pelkoja, odotuksia ja mielipiteitä e-kirjoista ja niiden asemasta myyntiartikkeleina. Halusimme myös tutkia kauppiaiden ajatuksia kirja-alan ja e-kirjan tulevaisuudesta. Tutkimuksen kohdistimme Suomalaisen Kirjakaupan ja KIPA-kirjakauppojen myymälävastaaville ja kirjakauppiaille.

Teoreettisessa osuudessa esittelemme e-kirjan historiaa, nykypäivää sekä e-kirjan ja kirja-alan tulevaisuudennäkymiä. Käsittelemme myös e-kirjan etuja ja puutteita verrattuna painettuun kirjaan.

Tutkimuksen toteutimme kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena lähettämällä kaksikymmentä avointa kysymystä sähköpostilla yhteensä neljällekymmenelleneljälle kirja-alan ammattilaiselle. Kysymykset liittyivät e-kirjan lanseeraukseen, odotuksiin myynnin suhteen, kauppiaiden omaan suhtautumiseen e-kirjaa kohtaan sekä alan tulevaisuuteen.

Saamistamme tutkimustuloksista voidaan nähdä suhtautumisen e-kirjaan olevan kaksijakoinen. Yhtäältä e-kirja oli otettu vastaan uuden tuotteen mukanaan tuomalla innostuksella, toisaalta vastauksista näkyi myös, etteivät kaikki olleet ollenkaan kiinnostuneita e-kirjasta. Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että aika e-kirjan läpilyönnille ei ole vielä. Kirjakauppojen, kustantamoiden ja muiden kirja-alan ammattilaisten olisi parannettava tietouttaan samoin kuin markkinointiaan, jotta e-kirja voisi tulevaisuudessa menestyä.

Avainsanat: e-kirja, kirjakauppa, e-lukulaite, kirja-ala

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design

Degree programme: Library and Information Services

Author/s: Maria Höykinpuro and Satu Nivus

Title of thesis: "Paper disappears" E-book in 2011

Supervisor(s): Tarja Keski-Mattinen

Year: 2011 Number of pages: 56 Number of appendices: 1

The purpose of this thesis was to find out what is the current situation of e-books in the book business. The main interest was to investigate it from the booksellers' point of view. The opinions, fears, hopes and expectations regarding e-books and their position as a new merchandise were investigated through two bookstore chains, Suomalainen Kirjakauppa and KIPA-Kirjakaupat.

The theory part of the thesis consists of history, present day and future of e-book and bookselling business in general. A look is taken also to the benefits and flaws of e-books compared to printed books.

The study was carried out with a qualitative research. The questionnaire consisted of 20 open questions and it was sent to 44 stores via e-mail. Questions in the survey were about the launch of e-books, marketing, sale expectations, booksellers' own opinions about e-books and the future of the book business in general.

The study indicated that Suomalainen Kirjakauppa book stores had launched their e-book-sales, but there were no e-books or e-book reading devices available in KIPA Kirjakaupat book stores. Opinions about e-books in general were versatile, on the one hand there were excitement surrounding the new media, but on the other hand, there were also responds that showed no interest towards e-books. A conclusion was made that the time for e-book to make a breakthrough is not yet there and book stores, publishing houses and other professionals in the book business have to improve their marketing and knowledge on the topic so that e-book can be successful in the future.

.

Keywords: e-book, book store, e-book reading device, book business

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ.....	4
Käytetyt termit ja lyhenteet	6
1 JOHDANTO.....	8
1.1 Tutkimuksen kohde ja toteutus.....	8
1.2 Tutkimuksen tavoite	9
1.3 Tutkimusmenetelmä	9
1.4 Työn osa-alueet	10
2 E-KIRJA KÄSITTEENÄ	11
2.1 E-kirjan määrittelyä	11
2.2 E-lukulaite	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.
2.3 E-lukulaitteen ja e-kirjan etuja	13
2.4 E-lukulaitteen ja e-kirjan puutteita	14
3 E-KIRJAN KEHITYS	15
3.1 Katsaus e-kirjan historiaan.....	15
3.2 Katsaus e-kirjan nykypäivään.....	16
3.3 E-kirjan menestymisen edellytykset	18
3.3.1 E-kirja ja tekijänoikeudet.....	20
4 KIRJAKAUPPA JA E-KIRJA	22
4.1 Kirjakauppojen historiaa.....	22
4.2 Kirjamyynnin nykypäivää.....	22
4.3 Kirja myyntiartikkelina.....	23
4.3.1 Näytevarastojärjestelmä kirjakaupoissa.....	24
5 KIRJA-ALAN TULEVAISUUS	25
5.1 Taantunut kirjatalous.....	25
5.2 Vuorovaikutteinen kirjatalous	26
5.3 Onnistuneen kirjatalouden edellytykset	26
5.4 Kustantajien e-kirjavalikoima 2011	28

6	TUTKIMUKSEN KOHDEKETTJUT	29
6.1	Taustatietoa tutkimuksen kirjakaupoista.....	29
7	TUTKIMUSTULOKSET	31
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	45
9	POHDINTA.....	50
	LÄHTEET	51
	LIITTEET	53

Käytetyt termit ja lyhenteet

Blogi	Nettipäiväkirja
Digitaalinen julkaiseminen	Painotuotteen julkaiseminen sähköisessä muodossa
DRM	Digital Rights Management, digitaalinen käyttöoikeuksien hallinta. Tekniikka voi asettaa rajoituksia tuotteen tallentamiselle, edelleen lähettämiseksi ja kopioimiselle.
E-kirja	Myös sähkökirja, digitaalinen kirja jne. Termiä käytetään myös kuvaamaan kannettavaa e-kirjalukulaitetta. E-kirja on elektroninen versio jo julkaistusta tai julkaistavasta painetusta kirjasta
Kopiosuojaus	Menettely, jolla e-kirjan sisällön kopiointia estetään tai säädelään.
Lukulaite	Digitaalinen laite, joka on tarkoitettu ensisijaisesti sähkökirjojen lukemiseen ja varastointiin. Esim. Amazon Kindle ja Sony Reader

Medium	Ts. viestin, viittaa myös tiedon välittäjään, välittävään ta- hoon. Monikko <i>media</i> viittaa tiedotusvälineisiin.
Näytevarasto	Järjestelmä, jossa kustantaja lähettää kirjakaupoille yhden nimekkeen vähälevikkistä kirjaa. Näytevaraston kierto on noin vuosi, jonka jälkeen kirjat palautetaan kustantajalle tai lunastetaan.
Pitkä häntä	Tuotevalikoiman monipuolinen mutta vähän myyvä osuus, esimerkiksi kirjailijan aiempi tuotanto.
POD	Print-on-demand, tarvepainettu kirja. Kirja on varastoitu digitaalisessa muodossa ja tarvittaessa voidaan tulostaa ja sitoa yksittäisinä kappaleina.
Sähköinen paperi	Näyttötekniologia, joka on paperin kaltainen. Näyttö ei vä- rähtele eikä sitä ole taustavalaistu, joten se on silmäystä- vällinen.

1 JOHDANTO

Kirja-ala on pitkään elänyt murroksessa ja e-kirjan on odotettu olevan alan seuraava suuri mullistaja. E-kirjojen ympärillä vellonut kohu on aiheuttanut huolta sen asemasta tavallisen kirjan syrjäyttäjänä. Kirja-alan ammattilaisten on valmistauduttava muutokseen ja suunnattava katseensa tulevaisuuteen. E-kirjan asema tässä tulevaisuudessa on vielä määrittämätön ja siihen liittyvät haasteet on ratkaistava, ennen kuin se voidaan nähdä kiinnostusta herättävänä ja kannattavana myyntiartikkelina kirjakaupoissa.

1.1 Tutkimuksen kohde ja toteutus

E-kirjaa myydään kirjakaupoissa tavallisen kirjan rinnalla ja siihen kohdistuu tiettyjä pelkoja, mutta myös odotuksia. Näitä odotuksia, pelkoja ja tulevaisuuden näkymiä haluamme tutkia kirjakauppojen näkökulmasta; toteutuvatko myynnille asetetut tavoitteet, kuinka asiakkaat ottavat e-kirjan vastaan ja mitä tulevaisuudessa tulee tapahtumaan. Mikä on e-kirjan asema kirja-alalla? Opinnäytetyössämme haluammekin luoda katsauksen e-kirjan vaikutukseen osana kirja-alaa, etenkin kirjakauppojen osalta.

Työssämme haluamme keskittyä e-kirjaan ilmiönä, emme niinkään laitteena tai välineenä. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat Suomalainen Kirjakauppa-ketjun myymäläpäälliköt/e-kirjavastaavat sekä KIPA-kirjakauppiat eri puolilla Suomea. Saadaksemme kattavan käsityksen tilanteesta suuntaamme kyselyn ympäri Suomea toimiville kirjakaupoille niin suurissa kaupungeissa kuin pienemmillä paikkakunnilla. Lähetimme kyselylomakkeita (Liite 1) yhteensä 24 KIPA-kirjakauppaan ja 20 Suomalaiseen Kirjakauppaan. Vastauksia saimme yhteensä 9 kappaletta eli vastausprosentti oli 20. Vaikka saimme vastauksia odotettua vähemmän, vastauksista saa riittävän hyvän kuvan e-kirjojen tilanteesta kirjakaupoissa sekä kauppiaiden ajatuksista e-kirjojen suhteen. Vastauksista voi tehdä johtopäätöksiä siitä, miten e-kirjan myynti ja tulevaisuus koetaan kirjakaupoissa.

1.2 Tutkimuksen tavoite

Syksyllä 2010 teimme molemmat opiskeluihin kuuluvan työharjoittelun kirjakaupassa ja työskentelemme kyseisissä kirjakaupoissa tälläkin hetkellä. Olemme saaneet seurata e-kirjan tuloa markkinoille aitiopaikalta. Tästä syystä päätimme tutkia tarkemmin e-kirjan aikaansaamaa muutosta kirjakaupoissa. Tutkimuksella haluamme selvittää eroja e-kirjan tilanteesta kahdessa eri ketjussa. Toinen on maaseutukeskeinen, pienten kirjakauppojen ketju ja toinen maan johtava, suuri ketju. Emme sinänsä vertaa ketjuja toisiinsa vaan e-kirjan tilannetta niissä. Näiden kahden ketjun kirjakauppiaiden ja myymäläpäälliköiden vastausten perusteella pyrimme muodostamaan mahdollisimman kattavan kuvan e-kirjan vaikutuksista kirja-alalla.

Keskitymme myös alueellisiin eroihin, e-kirjan tulevaisuuteen, kauppiaiden odotuksiin e-kirjan myynnin suhteen, asenteisiin, kokemuksiin, pelkoihin, toiveisiin kauppiaiden näkökulmasta. Mielenkiintoista on myös tutkia, löytyykö yllättäviä alueellisia eroja tai mitkä ovat ensisijaiset kohderyhmät kirjakauppiaiden mielestä. Olemme pyrkineet muodostamaan kysymykset niin, että vastaajille ei jää tulkinnanvaraa siitä, mitä kysymyksillä haetaan ja näin ollen uskomme saavamme kattavia, täsmällisiä vastauksia. Toivomme tutkimuksestamme olevan hyötyä kirjakauppiaille yhteenvetona tämänhetkisestä tilanteesta sekä kertovan, mitä on odotettavissa tulevaisuudessa kirja-alalla ja e-kirjojen suhteen.

1.3 Tutkimusmenetelmä

Työmme tutkimusmenetelmäksi valitsimme kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän. Halusimme saada mahdollisimman kokonaisvaltaisen kuvan e-kirjoihin liittyvistä mielipiteistä. Kyselylomakkeessamme keskityimme ainoastaan avoimiin kysymyksiin, jotta saisimme aineistoa, josta näkyy vastaajien omat mielipiteet mahdollisimman todenmukaisina. (Hirsjärvi ym. 2000, 151 – 157.)

Ensisijaisesti selvitimme, millaisia tuntemuksia e-lukulaitteella lukeminen oli aiheuttanut tai jos lukukokemusta ei ollut, mitkä olivat syyt tähän. Halusimme saada aitoja ja yllättäviäkin vastauksia analysoitavaksi, joten tarjolla ei ollut valmiita teorian pohjautuvia vastausmalleja. Koska e-kirjan myynti ei ole vielä kunnolla käynnistynyt, emme keskittyneet myyntitilastoihin, koska niitä ei vielä juurikaan ole saatavilla. Kohdejoukon valitsimme satunnaisesti ympäri Suomea valitsemalla 20 Suomalaisen Kirjakaupan myymälää ja 24 KIPA-kirjakauppaa.

1.4 Työn osa-alueet

Teoriaosuudessa käsittelemme e-kirjan eri määritelmiä, sen historiaa ja kehitystä nykypäivään saakka sekä vaikutusta kirja-alaan. Käsittelemme myös erilaisia uhkakuvia ja mahdollisuuksia, joita e-kirjan on arvioitu tuovan tai joita se on jo tuonut kirja-alalle, sekä millaisia uusia haasteita e-kirja luo kirja-alan toimijoille.

Empiirisessä osuudessa kerromme kirjakuppaketjujen taustoista. Lisäksi esittelemme ja analysoimme tutkimustuloksia. Tulosten perusteella teemme johtopäätöksiä siitä, miten kirjakauppiat suhtautuvat e-kirjaan tällä hetkellä ja miltä e-kirjan tulevaisuus näyttää kirjakauppiaiden näkökulmasta. Pohdimme myös kirja-alan tulevaisuutta ja e-kirjan vaikutusta siihen.

2 E-KIRJA KÄSITTEENÄ

E-kirjalle ei ole olemassa yhtä yleispätevää määritelmää. Määrittely riippuu pitkälti siitä, kuinka laajana käsitteenä e-kirja halutaan nähdä. E-kirja voidaan määritellä elektroniseksi kopioksi painetusta kirjasta, laajempaan käsitteenä e-kirja taas voi tarkoittaa tietokoneen ruudulta luettavia tekstejä.

2.1 E-kirjan määrittelyä

E-kirjan määrittelemisen ei ole aivan yksiselitteistä. E-kirjaa kuvataan eri lähteissä eri tavoin. Kirja 2010 -teoksen mukaan e-kirjoilla (tai sähkökirjoilla) tarkoitetaan sellaisia digitaalisessa muodossa olevia tekstejä, jotka eivät olennaisesti muutu, vaikka ne julkaistaisiin painettuina kirjoina. Toisaalta e-kirjaan voidaan sisällyttää sellaisia ominaisuuksia, jotka eivät perinteisessä kirjassa olisi edes mahdollisia. (Paavonheimo 2006, 54.)

E-kirjojen lukulaitteista puhutaan usein ”sähkökirjoina” tai e-kirjoina. Heikki Kuutin Uuden mediasanaston (2006) mukaan elektroninen kirja on ”kannettava muistilehtiön kokoinen laite”. (Paavonheimo 2006, 55.) Määritelmä tiukimmillaan voi tarkoittaa kädessä pidettäviltä lukulaitteilta luettavia tekstejä, laajempaan määritelmänä e-kirjoja ovat e-kirjojen lukuohjelmilla luettavat tekstit. Laajimmillaan e-kirjoina pidetään kaikkia tietynpituisia lineaarisia tekstejä, jotka ovat luettavissa tietokoneen näytöltä. Siksi e-kirjoja on vaikea erottaa muista digitaalisista teksteistä. E-kirjalla ei ole yhtä yleisesti hyväksyttävää määritelmää, se voi olla laite, teksti tai elektroninen tallenne. (Paavonheimo 2006, 56.)

Tässä työssä tutkimuksemme kohdistuu e-kirjaan seuraavan määritelmän mukaan: kädessä pidettäviltä lukulaitteilta luettavina teksteinä sekä itse e-kirjalukulaitteina. E-kirja on tutkimuksessamme kirjakaupoissa myytävä tuote, emme siis tarkastele tilannetta esim. kirjastojen kannalta. E-kirja on tutkimuksessamme joko painettu kirja muutettuna elektroniseen muotoon tai suoraan e-kirjana julkaistu teos, joka on ladattavissa e-kirjalukulaitteelle ja luettavissa laitteella.

2.2 E-lukulaite

Lukulaitteiden kehityksessä tärkeässä asemassa on ollut näyttötekniikan kehitys kuluttajia miellyttävään muotoon. Kömpelöt lukulaitteet ovat nykypäivänä historiaa.

E-lukulaitteen ominaisuuksia

E-kirjoja voidaan lukea niin tietokoneelta kuin esimerkiksi puhelimesta, mutta tähän tarkoitukseen e-kirjalukulaitteet soveltuvat parhaiten. Lukulaitteet on suunniteltu nimenomaan e-kirjojen lukemiseen. Lukulaitteet ovat kevyitä kantaa mukana ja yhteen kirjaakin ohuempaan laitteeseen mahtuu tuhansia kirjoja. Laitteet ovat myös monikäyttöisiä. Niillä voi lukea luonnollisesti myös sanomalehtiä ja muita tekstitiedostoja, lisäksi niitä voi käyttää musiikin ja äänikirjojen kuuntelemiseen sekä tekstitiedostojen tallentamiseen. (E-kirja – Raitti, [viitattu 19.10.2011])

Yhteistä lukulaitteille on se, että niiden näyttö perustuu sähköpaperiin, joka kuluttaa virtaa ainoastaan sivua käännettäessä. Näytössä ei ole myöskään taustavaloa, joten lukiessa tarvitaan aina lukuvalo, aivan kuten tavallisellakin kirjalla. Kirkkaassa valossa lukeminen on miellyttävämpää, eli lukukokemusta ei voida verrata esimerkiksi tietokoneen näytöltä tapahtuvaan lukemiseen. Sähköpaperi on mustavalkoista (harmaansävyistä), mutta värinäytöt ovat jo kehitteillä. (E-kirja – Raitti, [viitattu 19.10.2011])

Vaikka yleisesti lukulaitteet ovat hyvinkin samanlaisia, suurimmat erot lukulaitteiden välillä liittyvät näytön kokoon ja kontrastiin. Eroja löytyy myös laitteiden lisäohjelmista ja yleisestä käytettävyydestä. Oleellisia ominaisuuksia lukulaitteessa ovat juuri kontrasti, käyttöliittymän helppous ja sisällön lataamisen helppous. (E-kirja – Raitti, [viitattu 19.10.2011])

E-lukulaitteiden kehityksestä

Lukulaitteiden kehittäminen alkoi jo 1960-luvulla Dynabookista, jota pidetään nykyajan muistikirjamikrojen edeltäjänä. Ohjelmistoyhtiö Voyager jatkoi kehitystaivalta 1980-luvulla luomalla MacIntoshille e-kirjoja. Samoihin aikoihin Sony julkaisi Discmanin, jolla pystyi lukea cd-rom-muotoisia kirjoja. Laitteella pystyi etsimään tietoa esimerkiksi aiheen mukaisilla sanoilla ja hypertekstilinkeillä. Apple Computer Company toi markkinoille Powerbookin vuonna 1991, jota seurasi Nuvomedian Rocketbook. Osa lukulaitteista oli kuitenkin pääasiassa ammattikäyttöön tarkoitettuja, mikä esti niiden yleistymistä. Lukulaitteiden kehittämisen hidasteena oli e-kirjojen lukuohjelmiin panostaminen. (Paavonheimo 2006, 59 – 60.)

Kuitenkin vuonna 2004 julkistettu Sony Librié mullisti lukulaitemarkkinat lupaamalla antaa ”paperin kaltaisen lukukokemuksen” sähköisen musteen avulla. Seuraavan lukulaitteen Sony lanseerasi vuonna 2006. Sony Reader on ohut, kevyt ja näyttö on verrattavissa paperiin. Laitteen etuina on myös vähäinen sähkönkulutus ja monikäyttöisyys. Readeriin voi ladata myös omia tekstejä, valokuvia jne. (Paavonheimo 2006, 61.)

Nykyään suurimmat lukulaitteiden valmistajat ovatkin juuri Sony Readerillään sekä Amazonin Kindle. Yhdysvalloissa suositut laitteet eivät vielä ole menestyneet Suomessa. Esimerkiksi Kindlen taustavaloton näyttö tekee lukukokemuksesta miellyttävämmän verrattuna tietokoneen kirkkaalta näytöltä lukemiseen. Myös Applen iPadia voidaan käyttää sähköisten kirjojen lukemiseen. Applen perustaja Steve Jobsin tulevaisuuden visiona olikin digitalisoida oppikirjoja iPadin avulla luettavaksi ja tehdä näin lopun painettujen oppikirjojen bisneksestä. (Pirttijoki 2011 [viitattu 17.11.2011])

2.3 E-lukulaitteen ja e-kirjan etuja

E-lukulaitteen tärkeimpinä ominaisuuksina voidaan pitää helppoa käytettävyyttä ja dynaamisuutta. Parhaimmillaan e-kirjalukulaite tukee nopeaa elämäntyyliä ja mahdollistaa pääsyn materiaaliin riippumatta ajasta tai paikasta. E-lukulaitteen etuina voidaan pitää seuraavia asioita: laitteella voi kantaa satoja teoksia mukanaan sekä yhdistää niihin erilaisia ominaisuuksia, esimerkiksi ääntä, kuvaa ja linkkejä. Teoksen sisällä navigointi ja hakujen teko on helppoa. Muistiinpano-ominaisuudet ovat opiskelussa tai tutkimuksessa hyödyllisiä. Käyttäjä voi myös muokata ominaisuuksia itselleen sopiviksi, esimerkiksi säätää näytön kirkkautta ja fontin kokoa. Eduissa on huomioitava myös pitkän aikavälin ympäristövaikutukset, jakelun helppous ja nopeus sekä omakustanteisen materiaalin jakelun helpottuminen. E-kirjojen varastointi on edullista verrattuna painettuun kirjallisuuteen, josta palautetaan arviolta jopa 40% takaisin kustantajille. (Paavonheimo 2006, 69.)

2.4 E-lukulaitteen ja e-kirjan puutteita

Lukulaitteiden rajoitteina ja puutteina voidaan pitää tekniikan nopeaa kehitystä, jolloin hankittu versio vanhenee nopeasti. Toistaiseksi nimekemäärä on varsin rajallinen, eikä tarjonta ole kovin monipuolista uutuuksien suhteen. Tämä voi rajoittaa kirjojen hankintaa, jos mieleistä ei löydy. Tekijänoikeuksista vapaa vanhempi kirjallisuus ei jaksa kiinnostaa loputtomiin. Painettu kirja on toistaiseksi e-kirjaan verrattuna edullinen hankinta. E-kirja maksaa lähes saman verran kuin painettu kirja. Tämän lisäksi asiakkaan on hankittava myös lukulaite. Moni voi hinnasta johtuen päätyä painettuun kirjaan. (Ekholm & Repo 2010, 111.)

3 E-KIRJAN KEHITYS

Historiassa on esiintynyt yleisesti ”mediapaniikkia”. Utta on vierastettu aina ja viestintävälineisiin ja niiden uudistuksiin on suhtauduttu skeptisesti kautta historian. Kun nykyaikana ihmetellään tekniikan harppausmaista kehitystä ja Internetin suurta valtaa, sama reaktio kirjoihin koettiin jo antiikin aikoina. Platonin mielestä ”kirjoitettu sana rappeutti muistia”.

3.1 Katsaus e-kirjan historiaan

E-kirjan historiassa kehitys on kulkenut pitkälti lukulaitteiden kehityksen tai kehittymättömyyden mukaan. E-kirjan edeltäjiä voidaan nimetä aina 1960-luvulta Alan Kayn Dynabookista lähtien, edeltäjiä ovat erilaiset yritykset kehittää laitteita e-kirjojen lukemiseen sekä esimerkiksi Gutenberg-projekti, jota on pidetty ensimmäisenä aitona yrityksenä välittää e-kirjoja. (Paavonheimo 2006, 59 - 60.)

Johtoajatuksena on ollut saada perinteinen kirja muokattua kulloisenkin tekniikan mukaan sellaiseen muotoon, että sisältö ei muutu, vaikka viestintävälineen muoto muuttuu. Merkittävä este e-kirjojen leviämiseksi on ollut kunnollisten ja yhteensopivien digitaalisten oikeuksien hallintajärjestelmien puuttuminen. (Paavonheimo 2006, 70.) Kustantajat eivät myöskään halua joutua vaikeuksiin piratismiin kanssa musiikki- ja elokuvateollisuuden tapaan. Lisäksi kuluttajat eivät ole vielä ottaneet e-kirjaa omakseen, uusien innovaatioiden läpilyönti ja sitä kautta yleistyminen saattavat viedä jopa kymmeniä vuosia.

Selvityksessään jo 1980-luvulla sosiaalipsykologi Antti Eskola havaitsi, että kirjastoammattilaisten suhtautuminen tulevaisuuteen oli erityisen pelokas. Tekniikan kehittyessä ensimmäiset vakavat ”uhat” painetulle kirjalle alkoivat nostaa päätään. Kuitenkin nyt 30 vuotta myöhemmin kirja on edelleen pitänyt pintansa perinteisessä muodossaan ja uhat nähdään nykyään enemmänkin vaihtoehtona. (Paavonheimo 2006, 35.)

3.2 Katsaus e-kirjan nykypäivään

E-kirjojen tarjonta kansainvälisellä tasolla on runsas. Yhdysvaltojen Amazonin verkkopalvelussa oli keväällä 2010 myynnissä 400 000 e-kirjaa, Google taas on ilmoittanut (2010) tarjoavansa yli kahta miljoonaa e-kirjaa ladattavaksi vapaasti ja maksutta. Google Editions – palvelullaan Google pyrkii maailman suurimmaksi e-kirjakauppiaksi tarjoamalla aluksi 500 000 nimekettä verkkokaupassaan. (Ekholm & Repo 2010, 109.)

Yhdysvaltojen jälkeen maailman informaatiointensiivisimpänä maana pidetään Suomea. Kansallinen elektroninen kirjasto (FinELib) tarjoaa yli 300 000 e-kirjaa. FinELibin merkitys on suurin korkeakouluille, tutkijoille ja tieteelle, jotka ovat riippuvaisia uusimmasta tieteellisestä tiedosta. Suomalaisia edelläkävijöitä e-kirjojen myynnissä ovat Ellibs, Akateeminen Kirjakauppa, Suomalainen Kirjakauppa, Kirjavälitys ja Elisa. Ellibs Oy:n valikoimaan kuuluu 60 000 e-kirjaa (2010), josta suomenkielisen kirjallisuuden osuus on 1500. Suomenkielistä materiaalia on verrattain vähän ulkomaiseen nähden, mutta se lisääntyy jatkuvasti. Etenkin muutamana viime vuonna e-kirjojen kokonaismäärä on moninkertaistunut. (E-kirja – Raitti, [viitattu 19.10.2011])

E-kirjojen valikoimaa yritetään kehittää ihanteelliseksi ja asiakkaita houkuttelevaksi kustantajien, kirjakauppioiden ja laitetoimittajien toimesta. Lukioden kiinnostus kasvaa ja ennakkoluulot hälvenevät vähitellen, mutta vie kuitenkin aikansa ennen kuin kuluttajat ottavat uuden innovaation omakseen. (Ekholm & Repo 2010, 111.)

Uuden mediumin menestymisen edellytyksenä on, että se täydentää jo olemassa olevia välineitä ja korvaa niiden puutteita. Yksistään mikään viestintämuoto ei omillaan menesty, vaan monet ulkoiset seikat vaikuttavat siihen omaksutaanko se käyttöön. Innovaatiosta saatetaan olla aluksi hyvinkin innoissaan, mutta se ei vielä takaa menestystä elleivät olosuhteet ole suotuisat sen kehitykselle. Sam Lehman-Wilzig ja Nava Cohen-Avigdor ovat kehittäneet kuusiosaisen mediaevoluution mallin, jonka mukaan uuden viestimen kehitys voidaan jakaa eri vaiheisiin sen mukaan, missä kohtaa käyttöönottoprosessia medium on. (Paavonheimo 2006, 74 – 79.)

Ensimmäisenä teknologinen keksintö syntyy, seuraavat vaiheet ovat markkinoille meno, kasvu, kypsyys, itsepuolustus sekä lopuksi sopeutuminen, konvergenssi tai vanheneminen. Päästäkseen kasvu-vaiheeseen on uuden mediumin täytynyt saavuttaa puolet potentiaalisista käyttäjistään. Tämä vaihe voikin viedä vuosikymmenen. E-kirja ei vielä tätä asemaa ole saavuttanut. (Paavonheimo 2006, 74 – 79.)

E-kirjalla on kuitenkin kaikki mahdollisuudet saavuttaa kasvuvaihe, koska perinteisen kirjan digitalisoiminen mahdollistaa jo vakiintuneen viestintämuodon laajentamisen. Vaikka teknologia muuttuu, viestintämuoto silti säilyy. E-kirja voi jatkaa painetun kirjan elinkaarta ja antaa sille lisäarvoa, kuitenkin välttämättä uhkaamalla perinteisen mediumin, painetun kirjan, asemaa. On ennakoitu, että vuonna 2020 digitaalinen aineisto ohittaisi painetun, ja e-kirja voisi muodostua haasteeksi painetulle kirjalle tämän rajapyykin jälkeen. Suurin osa elektroniseen muotoon muutetusta kirjallisuudesta muodostaisivat referenssi- ja tietokirjallisuus, mikä osaltaan vastaavasti vähentäisi kyseisten kirjallisuuslajien perinteisen kirjan kustantamista. (Paavonheimo 2006, 82.)

Uskollisuus painetulle kirjalle on pitkäaikaista; se nauttii edelleen korkeasta asiakastytyvyydestä. E-kirjojen mahdollinen asiakaskunta on vielä hajautunut hylkimisen, välinpitämättömyyden ja kiinnostuksen välille. Siirtymä kestää yleensä 3-10 vuotta. Mikään lukulaite ei toistaiseksi ole saavuttanut suosituimman asemaa, vaikkakin niiden kehittäminen on ollut vuosituhannen alusta lähtien innokasta. Suurin osa lukulaitteista on edelleen teknisesti varsin riisuttuja. Lisäksi lukulaitteen on oltava erinomainen voittaakseen kilpailijansa, e-kirja on kypsä tehdäkseen läpimurron lukulaitetta nopeammin. (Ekholm & Repo 2010, 152 -153.)

E-kirjat vakiintuvat hyväksytyksi palveluksi kun keskeiset kriteerit, hinta, kokoelman kattavuus ja latausnopeus ovat asiakkaiden tarpeita tyydyttäviä. Itse e-kirjamarkkinat voivat syntyä Suomessa kun kustantajalla on riittävästi uutta osaamista ja tietotaitoa siitä, kuinka tuote jaellaan markkinoilla. (Ekholm & Repo 2010, 150 -151.)

3.3 E-kirjan menestymisen edellytykset

E-kirja on tehnyt tuloaan eri muodoissa jo vuosikymmeniä. Varsinainen e-kirja on kehittynyt viimeiset kymmenen vuotta. Televisio vaati 25 vuotta ennen kuin se saavutti suuren yleisön suosion. Internet yleistyi 1990-luvulla, vaikka sen esiasteita oli käytössä jo 1960-luvulla. Kestääkin noin 30 vuotta ennen kuin innovaation voidaan sanoa saavuttaneen läpimurtonsa. Vaikka uuden idean ympärillä vellookin paljon innostusta ja odotuksia, vain harvat innovaatiot saavuttavat vakiintuneen aseman kuluttajien keskuudessa. Monien kohtalona onkin vaipua unholaan, elleivät ne onnistu osoittamaan käyttökelpoisuuttaan ja voittamaan tielleen tulevia monia esteitä. Innovaation kehityksen tielle tulevia esteitä voivat olla taloudellinen tai poliittinen ympäristö, esimerkiksi sodan tai laman vaikutukset, yritysten luotto ja panostus omaan tuotteeseen tai tuote voidaan kokea kuluttajien puolelta liian kalliiksi ja tarpeettomaksi. (Paavonheimo 2006, 75 – 77.)

E-kirjan hinta

E-kirjan tulevaisuuteen vaikuttaa oleellisesti myös e-kirjalle muodostuva hinta. Jotta asiakastyytyväisyys voidaan saavuttaa, on hinnan vastattava asiakkaan hinta-odotuksia mahdollisimman hyvin. Asiakkailla voi olla hyvinkin erilaiset käsitykset siitä, mitä e-kirja saisi maksaa, esimerkiksi verkossa on totuttu saamaan tuotteet ilmaiseksi tai pientä korvausta vastaan. Toistaiseksi e-kirjalle ei ole muodostunut pysyvää hintamielikuvaa ja hinnat ovat hyvin lähellä vastaavan painetun kirjan hintaa. Hinnoittelun vaikeus korostaa epäilemättä painetun kirjan asemaa e-kirjaan nähden. E-kirjan hintaa nostaa painettuun kirjaan verrattuna korkea arvonlisävero (23%), joka painetulla kirjalla on (9%). Hintaan vaikuttavat myös aineiston teknisten suojausten (DRM) sekä maksujärjestelmien luominen ja ylläpito. Painetta on myös korkeampiin jälleenmyyjien jakelupalkkioihin. On myös huomioitava, että mahdollinen piratismi voi vaikuttaa e-kirjojen myynnistä saatujen tulojen menetykseen. Vastaavasti e-kirjojen hintaa laskevat painatuskulujen ja kuljetuskustannusten poisjäänti sekä varastoon sidotun pääoman vähentyminen. (Ekholm & Repo 2010, 147.)

E-kirja on myös ekologinen valinta, sillä se minimoi turhan suurten painosten oton ja näin ollen suurten kirjamäärien palautukset takaisin kustantajille. Lisäksi kuljetusten vähentyminen on ekologisia perusteita hakevalle tärkeä asia. (Paavonheimo 2006, 87.)

Sähköinen oppimateriaali

Suomessa oppikirjojen sähköisestä jakelusta on keskusteltu jo 1990-luvulla. Myöhemmin haasteeseen tartuttiinkin ja vuonna 2009 sähköisestä oppimateriaalista kaksi kolmasosaa oli verkkoaineistoa. Lähes kaikki oppikirjoihin liittyvä opettajien materiaali on julkaistu ja jaettu verkossa. Vuoden 2009 kokonaismyynnistä 3,6 prosenttia oli sähköistä. On visioitu, että vuonna 2015 kaikki oppimateriaali voisi olla sähköisessä muodossa ja jaeltavissa verkon kautta. Kirja-alan toimijoiden ja opetus- ja kulttuuriministeriön yhteisten sopimusten kautta tulisikin miettiä, olisiko e-kirjalla tulevaisuudessa merkittävä osa oppimateriaalin jakelussa. (Ekholm & Repo 2010, 116 - 117.)

Lukemisen merkitys tulevaisuudessa

Kirjallisuus ja lukeminen joutuvat taistelemaan ihmisten vapaa-ajasta yhdessä muun muassa Internetin, television tai harrastusten kanssa. Verkossa silmäily on nopeaa ja esimerkiksi blogien tai nettilehtien lukemiseen käytettävä aika voi olla vain muutamia minutteja. Kirjan lukeminen taas on tietoinen ajankäytön valinta, joka vaatii lukijaltaan keskittymistä ja halua sulkea pois muut ärsykkeet.

Kirjan voidaan sanoa edustavan luovuttamatonta elämänhallintaa, tervettä individualismia ja henkistä nautintoa. Kirjan tärkeiksi ominaisuuksiksi ihmiset kuvailevat tuoksun, paperin ja kannen kauniin ulkomuodon. Sen ominaisuudet tuovat lukijalleen nautintoa ja ovat suoranainen lupaus hyvästä elämästä. Ei pidä myöskään unohtaa lukemisen hyötyjä kielellisten taitojen kehittäjänä, muistin ja mielikuvituksen parantajana sekä keskittymisen edistäjänä. Lukemisen merkitys ei siis ole vä-

hentynyt, hitaita välineitä tarvitaan ja niitä arvostetaan. Nämä syyt ovat pitkälti vaikuttaneet siihen, että työssäkäyvien ihmisten lukeminen keskittyy viikonloppuihin, lomiin ja matkoille. Tällöin on aikaa keskittyä tarinoihin, artikkeleihin ja itse sisältöön.

E-kirja ei kilpaile kirjan kanssa samoilla ominaisuuksilla, se ei tuoksu, siinä ei ole varsinaista kantta eikä paperi tunnu käsissä. E-kirja halutaan sen nopeuden, helpon kuljetettavuuden ja nopean tiedon saannin vuoksi. Se ei jää mieleen kirjan tavoin, mutta voi tuottaa lukijalle samoja mielihyvän tunteita kuin painettu kirja. (Ekholm & Repo 2010, 106 – 107, 100.)

3.3.1 E-kirja ja tekijänoikeudet

E-kirjan kehityksessä tärkeässä asemassa on tekijänoikeuskysymysten ratkaiseminen. Tekijänoikeuskysymykset asettavat omat ongelmansa e-kirjojen kehitykselle ja menestymiselle. Toisaalta pelätään laittoman kopioinnin uhkaavan kirjamyyntiä, toisaalta tekijänoikeudet kirjailijan tai tekijänoikeuksien haltijan kannalta ovat vielä hajanaiset ja määrittelemättömät. Myös kansainvälisten yhtenäisten tekijänoikeussopimusten puuttuminen vaikeuttaa Internetin kautta levitettävän e-kirjan jakelua. (Kapanen 2010, 15 – 16.) Suomen tekijänoikeuslaki on säädetty jo vuonna 1961 ja siihen on tehty muutoksia koskien elektronisen aineiston jakelua vuonna 2005. (L8.7.1961/404)

Kustannussopimuksia tehtäessä pitäisi sopimus laajentaa koskemaan myös digitaalisia oikeuksia. Erityisen ongelmalliseksi tekijänoikeudet osoittautuvat teoksessa, jossa on runsaasti kuvia. Tällöin pahimmassa tapauksessa jokaiselta kunkin kuvan oikeuden haltijalta täytyy saada lupa julkaisemiseen. Esimerkiksi oppikirjojen suhteen tämä voi aiheuttaa esteitä teoksen julkistamiselle. (Kapanen 2010, 15 – 16.)

Jos kuvien ja muiden liitemateriaalien oikeudet tuottavat ongelmia, ovat myös e-kirjojen käännösoikeuksia koskevat sopimukset moninaiset. Suomentajat ovatkin

olleet närkeästyneitä kustantajien ehdottamista sopimuksista, joilla käännösoikeudet siirtyisivät kertakorvauksella suoraan kustantajalle määrittelemättömäksi ajaksi. Tällöin e-kirjan mahdollisesta menestyksestä ei tulisi asianmukaisia korvauksia kääntäjälle, eikä työn laajuutta ja vaativuutta otettaisi huomioon. (Ristola 2010 [viitattu 17.11.2011])

Keskeisiksi ratkaisuiksi nousevatkin ne keinot, joilla taataan tekijälle riittävä korvaus sähköisestä tuotteesta, jotta tuote saadaan tuoduksi myyntiin e-kirjana. Kustannussopimukset on neuvoteltava uudestaan. Niin sanotun pitkän hännän tekijänoikeuksien hallinnassa tulee ottaa huomioon, että vanhemman tuotannon tekijänoikeudet ovat kirjailijalla itsellään tai jo rauenneet, uudemman tuotannon levitysoikeudet omistaa kustantamo. Lähes kaikista uuden tuotannon nimekkeistä onkin valmiina painoa varten tehty tiedosto, joista e-kirjojen tuottaminen olisi helppoa. (E-kirja – Raitti, [viitattu 19.10.2011])

4 KIRJAKAUPPA JA E-KIRJA

Kirjakaupat ovat historiansa aikana kohdanneet monenlaisia haasteita. Kivijalkakirjakauppojen rinnalle on noussut myös muita kirjoja myyviä tahoja, jotka kaikki kilpailevat markkinoiden kärkisijoista. Nyt myös kirja-alan uusin haaste, e-kirja, on tullut osaksi kirjakauppojen arkea ja on aika määritellä e-kirjan asema kirja-alalla.

4.1 Kirjakauppojen historiaa

Kirjakauppojen historia alkaa vuodesta 1778 Magnus Swederuksen kirjakaupasta Turusta. Kuusikymmentä vuotta myöhemmin ylitettiin pysyvästi kymmenen kirjakaupan raja ja vuonna 1859 kirjakauppoja oli 25. Nykyisen Kirjakauppaliiton perustamisen aikoihin 1903 maassamme toimi jo vajaat 60 kirjakauppaa. Kirjakauppojen määrä on ollut enimmillään vuonna 1968, tuolloin toimi yhteensä 780 liikettä. Vuonna 2010 Suomessa oli 288 laajan kirjalikoiman omaavaa kirjakauppaa sekä yksi ilman myymälää toiminut verkkokirjakauppa. (Ekholm & Repo 2010, 148.) Aina vuoteen 1970 asti kaikki kirjat myytiin ainoastaan kirjakaupoista, vuonna 1971 kirjojen määrähintajärjestelmä purkaantui ja kirjojen myynti vapautui. (Lehtonen 2001, 188.)

4.2 Kirjamyynnin nykypäivää

Nykyaikana niin suuret kirjakauppaketjut kuin markettien kirjaosastot ovat vallanneet alan suurimpina tekijöinä. Myös erilaiset nettikirjakaupat ja kirjakerhot kilpailevat asiakkaista aseinaan nopea toimitus ympäri maailmaa. Kirjakauppa kuuluu yhä tärkeisiin paikallisiin palveluihin niin suurissa kaupungeissa kuin maaseudullakin.

Tulevaisuudessa kirjakauppojen määrän uskotaan vähentyvän, mutta myymälöiden koon ja liikevaihdon kasvavan. Parhaat edellytykset ovat kauppakeskuksissa, joissa asiakaskuntaa on riittävästi. Kirjakaupan luonne muuttuu tilaksi, missä asiakas voi oleskella, tavata ystäviään ja tutustua samalla paremmin tuotteisiin. Esillä ovat painetun kirjan rinnalla myös e-kirjat, MP3-kirjat, POD-kirjat ja e-kirjalukulaitteet. Näihin palveluihin myös pienten kirjakauppojen kannattaa panostaa. (Ekholm & Repo 2010, 149.)

4.3 Kirja myyntiartikkelina

Myymlöiden koosta riippuu paljolti tarjottavan valikoiman kirjojen määrä. Koot vaihtelevat 2000 nimekkeen liikkeistä 20 000 nimekkeen suuriin myymälöihin. Kirjan elinkaari on lyhentynyt aikojen saatossa ja nykyään uutuuskirja saattaa pysyä kirjakaupan hyllyssä ilmestymisestään alkaen maksimissaan muutaman vuoden. Vaihtuvuus kauppojen hyllyllä on varsin nopeaa. Vain suurimmissa myymälöissä on tilaa vuotta vanhemmille kirjoille. Myynti keskittyykin tästä syystä uusimpiin kirjoihin. (Ekholm & Repo 2010, 119.) Painosten säilytys ja varastointi on kallista paitsi kirjakaupoille myös kustantajille. Noin kymmenen vuotta vanhat kirjat on pääsääntöisesti loppuunmyyty, ellei kyseessä ole klassikoksi muodostunut teos tai kirjasta on tehty uusintapainos. Saatavuuden takaavat lähinnä kirjastot tai divarit.

E-kirja kirjakaupoissa

Vanhemman ja harvinaisemman kirjallisuuden saatavuuden takaisi e-kirja. Haluamansa kirjan asiakas voisi tilata suoraan sähköisessä muodossa, jolloin välttyttäisiin suurten erien painamiselta. E-kirja voisi olla ratkaisu myös loppuunmyydyille vanhemmille painoksille, joista uusintapainoksia ei enää ole suunniteltu otettavaksi. E-kirja helpottaisi myös myymälöiden tilanpuutetta vanhemman kirjallisuuden silti ollessa saatavilla. E-kirja mahdollistaisi sisällön järkeväen hyödyntämisen ny-

kyistä kattavammin. (Ekholm & Repo 2010, 121.) E-kirja on vielä uusi tuote kuluttajille ja tästä syystä myymälöissä tapahtuva markkinointi ja uudesta tuotteesta kertominen onkin avainasemassa.

4.3.1 Näytevarastojärjestelmä kirjakaupoissa

Kirjakaupat tarjoavat vähälevikkistä, uutta laatukirjallisuutta näytevarastojärjestelmän avulla. Kustantajat lähettävät järjestelmään liittyneille kirjakaupoille yhden kappaleen kutakin näytevarastoon kuuluvaa kirjaa. Näytevarastokirjaa pidetään hyllyssä noin vuosi, jonka jälkeen se joko palautetaan kustantajalle tai ostetaan. Järjestelmä takaa kirjakaupoille laajemman myymälävalikoiman ja korkean palvelutason, kustantajalle taas vähälevikkisen kirjallisuuden näkyvyyden kirjakaupoissa. Kuluttaja taas pääsee tutustumaan suurimpaan osaan uutuuksista pienissäkin kirjakaupoissa. (Ekholm & Repo 2010, 124.) Näytevarastojärjestelmä on hyväksi uutuuksille, mutta vanhempaan kirjallisuuteen ei enää palautusten jälkeen pääse tutustumaan.

5 KIRJA-ALAN TULEVAISUUS

Kirja-alan tulevaisuuden suhteen on esitetty erilaisia näkymiä. Ennustaminen voi olla vaikeaa, mutta tiettyjä tuttuja aineksia on löydettävissä. Tulevaisuuden ennusteet riippuvat pitkälti siitä, panostaako kirja-ala muutoksiin, vai onko alan suuntaus negatiivinen uudistusyrityksistä huolimatta.

5.1 Taantunut kirjatalous

Tulevaisuudessa lukijakunta vähenee entisestään, eikä kirjoja vielä lukeva joukko pysty kattamaan kannattavaa kustannustoimintaa. Mobiiliteknologia ja kodin viihde-elektroniikka hallitsee vahvasti ihmisten ajankäyttöä. Tarvittavat kirjat hankitaan helposti verkosta, kirjakauppaa ei sinänsä tarvita. Myös ostettavien kirjojen määrä vähenee, enää ei osteta kuin pari kolme teosta vuodessa. Myös kunnat ja kirjastot ovat vähentäneet kirjahankintojaan ja asiakkaille ei enää ole tarjolla yhtä paljon uutta kirjallisuutta kuin ennen.

Muutamit suuret tekijät vaikuttavat alalla ja yrittävät parantaa asemiaan verkkomarkkinoilla. Uudistumista vaaditaan, vaikka verkkoa ei koeta kirja-alan jakeluympäristöksi. Kuitenkin viidesosa myydyistä teoksista on jo sähköisiä. Asiakkaat ovat pitkälti tottuneet maksuttomaan verkkokulttuuriin, mikä tuo omat haasteensa kustantamoille.

Pahimmassa tapauksessa kirjan hinta on pohjalukemissa, pokkarit painavat hintaa alaspäin. Silti kirjoja pidetään verrattain kalliina. Myös esikoiskirjallisuus on kuihtunut ja uudet kirjailijat eivät löydä lukijoita helposti. Tietokirjojen myynti romahtaa ja kirjavuosi toisensa jälkeen osoittautuu entistä hankalammaksi. Kirjallisuuden alalajit kuten manga ja sarjakuvat tosin myyvät. Verkko-oppimateriaalin julkaisu on jäissä eikä e-kirjojen tekijänoikeuksia ole saatu ratkaistua niin, että e-kirja olisi tullut kunnolla Suomeen. (Ekholm & Repo 2010, 169 – 174.)

5.2 Vuorovaikutteinen kirjatalous

Kirja-alan vaikeuksista huolimatta painoviestimiä arvostetaan ja kirjoja halutaan ostaa. Perinteisen kirjatalouden rinnalle on kehittynyt verkkolukemista suosivia alakulttuureita. Erilaisia lukijoita halutaan tukea ja uuteen sukupolveen investoida. Tästä syystä kirja-alalla halutaan panostaa verkko-osaamiseen ja olla kärjessä uusien tuotteiden markkinoille tuonnissa, kuten e-lukulaitteiden, mobiiliteknologian sekä verkkovälityksen.

Oppimateriaalissa painotetaan verkkomateriaalia ja myös markkinat ovat siirtymässä verkkoon. Vuorovaikutteisten sisältöjen myynti kasvaa. Oppimateriaalin sähköistämisestä on tehty selvityksiä ja niitä on toteutettu kirja-alalla. Yhteiskunta tukee kirja-alan kasvuedellytyksiä ja tekijänoikeudet on saatu ratkaistua niin, että ne tukevat sekä tuotantoa että kulutusta. Asiakkaat ovat tottuneet hankkimaan digitaalista aineistoa ja myös maksamaan siitä. Verkkolukija arvostaa kirjallisuutta. Perinteinen ja sähköinen julkaiseminen kulkevat rinnatusten. Monet tietokirjat siirtyvät verkkoon. Kirjakaupat, jotka eivät ole mukana verkkokauppatoiminnassa tai tarjoa sähköisiä julkaisuja, joutuvat turvautumaan muiden tuotteiden kuin kirjojen myyntiin.

Kirjallisuuden merkitys korostuu kansallista ja yhteisöllisyyttä korostavana tekijänä. Kirjallisuus jäsentää pirstoutunutta ja materialistista maailmaa. Kirjallisuutta halutaan tarjota kaikille, joten sitä julkaistaan monissa toisiaan täydentävissä muodoissa. Julkaistavan kirjallisuuden tarve lähtee ensisijaisesti lukijoista. Myös keskustelua herättävistä aroista aiheista julkaistaan kirjoja ja aiheita haetaan lukijoiden ideoista. Myös e-kirjan tekeminen on tehty yhtä helpoksi kuin blogin luominen. (Ekholm & Repo 2010, 170, 175 – 177.)

5.3 Onnistuneen kirjatalouden edellytykset

Jotta kirjatalous olisi tulevaisuudessa tasapainossa sekä asiakkaiden, kirjakauppojen ja kustantajien osalta, on sen ratkaistava tiettyjä haasteita.

Suomessa sivistystä, koulutusta ja korkeakoululaitosta on pidetty kansakunnan menestystekijänä. Kirjallisuus ja lukeminen tukevat tätä kansallista arvoamme. Yhteiskunnassa ollaan siirtymässä kohti digitaalisia sisältöjä ja myös kirjatalouden on ennakoitava tätä kehitystä. Alan on otettava määrätietoinen rooli sähköisessä tuotannossa, jotta vältetään kokonaistalouden kärsiminen. Verkkomarkkinointiin panostaminen tavoittaa asiakkaan asiakaslähtöisesti juuri sitä kanavaa pitkin, joka asiakkaalle on luonnollisin.

Verkkotuotannossa on syytä panostaa kustannustehokkaaseen oppimateriaalin sähköiseen jakeluun, jolla tavoitetaan kaikki Suomen koululaiset. Onnistuessaan sähköinen kirjallisuus ja oppimateriaali sekä varsinkin virtuaaliset oppimisympäristöt voivat olla ventialoja. Menestyvässä sähköisessä kulttuurissa kohtaavat sekä sisältö että tekniikka. Sen mahdollistavat muun muassa laitteet ja tekijänoikeusjärjestelmät.

Verkkotuotannossa tulisi hyödyntää myös pitkän hännän tuotteita. Jos tekijänoikeuskysymystä ei ratkaista, vaarana on, että kohta 1900-luvun aineistoa ei pysty tarjoamaan mikään taho. Kirja-alan tulisi hyödyntää tätä mahdollisuutta parantaa loppuunmyytyjen teosten saatavuutta tavalla tai toisella.

E-kirjojen tulevaisuutta on tuettava myös verotuksen avulla. Painetulle ja sähköiselle materiaalille olisi luotava yhtenäinen verotus ja muutostilanne olisi huomioitava nyt. Sähköisten tuotteiden hinnoittelu on myös avainasemassa. Edullisempaa tuotetta on mahdollista ostaa enemmän, e-kirjaan voitaisiin soveltaa musiikkipalveluiden tutuksi tekemää kuukausimaksua. Hinta toimii asiakkaille houkuttimena ja saisi asiakkaat kiinnostumaan myös pitkän hännän teoksista kootessaan omaa sähköistä kirjahyllyään. Verotus ja ostokyky on otettava huomioon myös painetun kirjan kohdalla.

Kirja-alan tulevaisuudelle yhteistyö eri tahojen kanssa nousee olennaiseksi tekijäksi. E-kirjamarkkinoista osansa haluavat myös teleoperaattorit. Juuri nyt uusia tulijoita markkinoille on, koska vasta määritellään koko e-kirjatalouden rooleja. Yhteistyötä pitäisi pitää enemmänkin menestystekijänä kuin uhkana. Pahinta olisi antaa tilaisuuden päästä käsistä kokonaan. (Ekholm & Repo 2010, 178 – 191.)

5.4 Kustantajien e-kirjavalikoima 2011

Suomen Kustannusyhdistys ry:n julkaisemasta tilastosta voi todeta, että e-kirjojen julkaiseminen on moninkertaistunut muutaman vuoden sisällä. Kustannusyhtiöiden vuositilastot kerätään yhdistyksen jäsenkustantajien tuotannosta kirjallisuuslajeittain ja jakelukanavittain. Kun vuonna 2006 ei julkaistu yhtään uutuusnimekettä ladattavana sähkökirjana, oli vuonna 2010 julkaisujen määrä jo 539 nimekettä. Vuosina 2007- 2009 suurin osa sähkökirjajulkaisuista oli oppimateriaalia, kun taas vuonna 2010 suurin osa julkaisuista kuului yleiseen kirjallisuuteen (517 nimekettä). (Kirjojen tuotanto- ja myyntitilastot [viitattu 20.11.2011])

Vuoden 2011 syksyllä usean suuren kustantajan valikoimissa oli e-kirjoja, etenkin monia uutuuskirjoja julkaistiin sähköisinä. Määrä on kasvanut vakaasti. Ainakin WSOY, Gummerus, Otava, Kirjapaja ja Helsinki Kirjat on tuonut syksyn uutuuskirjavalikoimiinsa useita e-kirjoja.

Kustantajat tarjoavat myös uusia formaatteja jo painetuista kirjoista. Esimerkkinä Gummeruksen julkaisemat mobiilisanakirjat sekä Matkalle mukaan-sanakirjat, jotka voi tilata tekstiviestillä matkapuhelimeen. Voisi kuvitella, että kyseinen formaatti lisää suosiotaan juuri sanakirjojen osalta helpon käytettävyytensä ansiosta.

On myös huomionarvoista, että juuri Gummerus on kustantanut Raatteen Tien iPad -sovelluksena. Frozen Hell on ensimmäinen vuorovaikutteinen kirja, sisältäen muun muassa videomateriaalia. (Gummerus: Kevään kirjat 2012, 71, 74.)

6 TUTKIMUKSEN KOHDEKETJUT

Tutkimuksen kohteeksi valitsimme kaksi hyvin erilaista kirjakauppaketjua, Suomen suurimman kirjakauppaketjun Suomalaisen Kirjakaupan ja yrittäjävetoisen KIPA-kirjakaupan. Valinta oli luonnollinen, koska molemmat työskentelemme kyseisissä ketjuissa.

6.1 Taustatietoa tutkimuksen kirjakaupoista

Suomalainen Kirjakauppa

Suomalainen Kirjakauppa on perustettu 1912 ja Rautakirjan omistuksessa se oli vuodesta 1924 ja osa Sanoma-konsernia vuodesta 1999 lähtien aina vuoden 2011 syksyyn asti. Syksystä 2011 lähtien Suomalainen Kirjakauppa on ollut osa Otava-konsernia. 1990-luvulla se nousi valtakunnallisella tasolla Suomen suurimmaksi kirjakauppaketjuksi. Suomalainen Kirjakauppa löytyy 44 paikkakunnalta ja myymälöitä on yhteensä 59. Suomalaisen Kirjakaupan liikevaihto vuonna 2010 oli noin 109 miljoonaa euroa. Tästä noin 70 % on kirjamyyntiä. Ketjuun kuuluu myymälöiden ja verkkokirjakaupan lisäksi yliopistokirjakauppa, kolme Reader's-pokkarimyymlää sekä lukiolaisia palveleva Lukiolaisten Kirjakauppa. Suomalainen Kirjakauppa työllistää yhteensä 800 henkilöä.

Vuonna 1999 myymälöiden rinnalle perustettiin verkkokirjakauppa suomalaisen.com. Verkkokaupasta asiakas voi muiden tuotteiden lisäksi ostaa myös e-kirjoja. Myymälöissä ei e-kirjojen latauspisteitä ole, mutta se myy myymälöissä kolmea eri lukulaitetta; Bookeen Cybook Opusta, Sony e-Readeria ja Samsungin Galaxy Tabia. Suomalainen Kirjakauppa oli alan suurimmista toimijoista ensimmäisiä, joka otti e-kirjalukulaitteet ja e-kirjat valikoimiinsa. Tammikuussa 2011 Suomalaisen Kirjakaupan verkkokauppa tarjosi asiakkailleen vajaata kahtasataa suomenkielistä nimekettä ja arvioitiin, että jouluksi 2011 saataisiin tarjolle jo yli tuhat nimekettä. (Suomalainen Kirjakauppa – Yrityksemme [viitattu 3.11.2011])

KIPA-kirjakaupat

KIPA-kirjakauppaketjun myymälät ovat yksityisten yrittäjien omistamia kauppoja eri puolilla Suomea, aina Kolarista Tikkurilaan. Ketjuun kuuluu noin 50 myymälää ja se on perustettu vuonna 1984. Liikevaihdosta 60% muodostuu kirjamyynnistä, 20% toimistotarvikkeista ja loput muusta myynnistä paikkakuntaakohtaisen kysynnän mukaan. Suosittuja myyntiartikkeleita ovat esimerkiksi askartelu- ja taiteilijatarvikkeet sekä lahjatavarat. Joissain myymälöissä on myös kosmetiikka- ja musiikkiosasto. Ketju antaa yrittäjälle paljon vapauksia myyntiartikkelien valinnassa. (Tietoa Kipasta [viitattu 10.11.2011])

7 TUTKIMUSTULOKSET

Vastausten perässä lyhenne SK tarkoittaa Suomalaista Kirjakauppaa ja KIPA KIPA-Kirjakauppoja.

E-kirjan lanseeraus

Kyselyyn vastanneista kirjakaupoista Suomalaisen Kirjakaupan myymälöillä on myynnissä e-kirjalukulaitteita. Ketjussa lähes kaikilla myymälöillä e-kirjalukulaitteet kuuluvat valikoimaan ja e-kirjoja voi ostaa osoitteesta www.suomalainen.com. Vastanneista KIPA-kirjakauppiaista kenelläkään ei ollut e-kirjalukulaitteita myynnissä, eikä lukulaitteiden myyntiä suunniteltu lähitulevaisuudessa. Syyksi KIPA-kirjakauppiat ilmoittivat kysynnän puutteen ja kun kyseessä ovat yksityiset kirja-kaupat, koetaan e-kirjojen myynnin aloitus riskiksi.

Suomalaisen Kirjakaupan myymälöissä e-kirjan myyntiä on alettu suunnitella aikaisintaan vuonna 2009, viimeisimpänä myynnin aloittaneessa myymälässä suunnittelu on alkanut vuoden 2011 keväällä. Suurimmassa osassa myymälöitä lukulaitteet ovat tulleet myyntiin syksyllä 2010, viimeistään myynti on aloitettu kesällä 2011.

Odotukset myynnin suhteen olivat kaksijakoiset. Toisaalta lähdettiin liikkeelle varovaisesti, tärkeintä oli olla edelläkävijä e-kirjojen myynnissä ja tehdä asiakkaille tutuksi e-kirjaa sekä saattaa kuluttajien tietoon, että Suomalainen Kirjakauppa myy e-kirjalukulaitteita.

”Suurta myyntimenestystä ei heti odotettu vaan haluttiin olla edelläkävijöitä ja pysyä tekniikan kehityksen mukana. Tarkoituksena oli myydä nettikaupassamme sisältöä lukulaitteisiin, joten olisihan se ollut outoa, jos meillä ei olisi myös laitteita myynnissä.” (SK)

Toisaalta taas odotettiin nopeaakin kasvua ja kovempaa aloitusta myynnillisesti. Lopulta toivottiin, että edes jokunen laite myytäisiin.

”Odotukset eivät alkuun olleet mitkään hirveät. Tavoitteena oli saada kuluttajien tietoon että Suomalaisessa Kirjakaupassa on lukulaitteita myynnissä. Odotuksena tai pienenä toiveena oli että niitä jokunen edes myytäisiin.” (SK)

Myynnin aloituksen jälkeen osalle myymälöistä e-kirjojen myynti on ollut pettymys ja myymälöissä koetaan, että kiinnostus on entisestään hiipumassa. Toisille myymälöistä e-kirjan myynti taas on vastannut odotuksia hyvin, tai jopa ylittänyt ne. Myymälät, joissa e-kirjan myynti oli ylittänyt odotukset, oli myös tehty tavallista enemmän töitä e-kirjan markkinoinnin suhteen. Positiivisena koettiin, jos laitteita saatiin myytyä enemmän kuin oli oletettu.

”Lähinnä venäläiset turistit ostavat meiltä lukulaitteita, johtuen siitä, että heillä on rahaa käytössä ehkä eniten tämän kaupungin shoppailijoista. Jotenkin kyllä tuntuu, että sekin innostus alkaa hiipumaan myös heillä.” (SK)

”Koska on kyse uudesta tuoteryhmästä ja alan pilotoinnista Suomessa, eivät tavoitteet olleet kovinkaan suuria, mutta ehkä kuitenkin e- kirjojen myynti on ollut pettymys.” (SK)

”Näinkin pieneksi paikkakunnaksi olemme myyneet molempia laitteita ihan mukavasti, jopa enemmän kuin isojen kaupunkien myymälät! Pidimme jopa kiinnostuneelle paikalliselle lukupiirille esittelyn kyseisistä laitteista ja sisällön lataamisesta.” (SK)

Ensisijaiseksi kohderyhmäksi lähes kaikki vastanneet mainitsivat paljon matkustavat henkilöt. E-kirjana voi ottaa matkalle mukaan niin monta kirjaa kuin haluaa.

”Toinen kohderyhmä on paljon matkustavat henkilöt. Laitteeseen mahtuu 1000-1200 kirjaa, eikä tarvitse miettiä mitä laukun paino on vaan voi ottaa niin paljon kirjoja mukaan kuin haluaa.” (SK)

Ihanteellisena kohderyhmänä molemmissa ketjuissa nähtiin myös opiskelijat. E-kirjassa on samassa paketissa mahdollisuudet käsitellä materiaalia ja tehdä merkintöjä.

”Laitteisiin saadaan ladattua pieneen tilaan iso määrä materiaalia, ja opiskelija voi tehdä mukaan myös omia merkintöjä.” (KIPA)

Yleisesti kohderyhmän ikähaitari sijoitettiin 30 – 55 ikävuoden välille. Osa kertoi erityisesti koulutettujen miesten osoittavan kiinnostusta e-kirjaa kohtaan. Toisaalta myös matkustelevien naisten uskottiin olevan niitä, jotka ensimmäisenä haluavat e-kirjan.

”Mielestäni kohderyhmänä on korkeastikoulutetut, paljon matkustavat, paljon lukevat 35-55 vuotiaat naiset. Tämä on siis minun mielestäni se kohderyhmä joka tuollaisen ensimmäisenä ostaa.” (SK)

”Voisin kuvitella, että e-kirja houkuttaisi myös enemmän miehiä. He kun tuntuvat pitävän kaikenlaisista teknisistä vempeloista.” (KIPA)

”ehkä nuorehkot hyvin koulutetut miehet ja naisetkin?” (KIPA)

”Miehiä kiinnostaa esittelypöytä ehdottomasti naisia enemmän, 30-40 vuotiaita.” (SK)

Osa taas mainitsi eläkeläiset; heillä on aikaa ja rahaa käytössään sekä halua tutustua uuteen tekniikkaan. Myös nuoret koettiin luonnollisena kohderyhmänä heidän osoittaessa yleisesti kiinnostusta tekniikkaa kohtaan.

”Uskoisin, että nuoret parikymppiset ja hieman alle, ovat ensisijaista kohderyhmää. He ovat tottuneet jo pienestä pitäen näpertämään niin

tietokoneiden, kännyköiden kuin muidenkin erilaisten laitteiden kanssa.” (KIPA)

”Toisaalta lapset ja varhaisnuoret ovat kiinnostuneita laitteista, mutteivät välttämättä ostomielessä.” (SK)

Itä-Suomessa nuoret, venäläiset turistit koettiin vahvimaksi kohderyhmäksi osaksi hyvän ostovoimansa vuoksi.

Vastaajien mukaan e-kirjojen tarjonta on pääasiassa englanninkielistä. Suomenkielistäkin materiaalia löytyy, joskin se on pitkälti uutta kirjallisuutta asiakkaiden kaivatessa myös vanhempaa kirjallisuutta tarjolle. Suomenkielistä materiaalia julkaistiin viime vuonna odotettua vähemmän, mutta tarjolla olevan määrän koettiin kuitenkin olevan riittävä.

”Valikoima kasvaa kaiken aikaa niin sisällössä kuin laitteissakin. Kotimaista materiaalia on tullut jo kiitettävästi myyntiin, joskin se on suurelta osalta sitä uudempaa tuotantoa, ja varsinkin vanhemmat henkilöt kaipaavat sitä vanhempaa tuotantoa. Painopiste on varmasti vielä englanninkielisen materiaalin puolella ja uskon että näin tulee olemaan jatkossakin. Suomenkieli on kuitenkin niin pienen kansallisuusryhmän kieli. Uskon kuitenkin, että kaikille löytyy sopivaa materiaalia niin suomeksi kuin englanniksi ja sitä tulee koko ajan lisää.” (SK)

Osa vastanneista oli sitä mieltä, että kysyntä on suoraan verrannollinen valikoimien laajuuteen, osa taas oli sitä mieltä, että vaikutusta kysyntään ei tarjonnalla ole. Vastaajat mainitsivat myös puutteita englanninkielisessä esittelymateriaalissa, kiinnostuneita asiakkaita olivat myös ulkomaalaiset ja esimerkiksi vaihto-oppilaat. Osa vastaajista ei ollut perehtynyt tarjolla olevaan materiaaliin.

”En ole perehtynyt niin tarkkaan tämän hetkiseen aineistoon, koska se ei ole ollut meillä ajankohtaista. Sen olen huomannut, että uusista,

menevämmistä kirjoista on nykyisin mahdollista saada e-kirja materiaaliakin melko nopeasti (siis suomenkielistä).” (KIPA)

Vastanneiden mukaan e-kirjalla ei ole ollut vaikutusta painettujen kirjojen myyntiin. E-kirja nähtiin lisäarvona ja tukevana toimintana kirjalle; se lisää mahdollisuuksia ja helpottaa elämää.

”E-kirjoilla ei ole ollut vaikutusta tavallisten kirjojen myyntiin enkä usko niiden tulevaisuudessakaan syrjäyttävän painettua kirjaa. Kirjatoukka haluaa hypistellä sivuja ja tuntee kirjan painon käsissään. E-kirjoissa vaikutus on nimenomaan lisäarvolla. Se lisää mahdollisuuksia ja helpottaa elämää.” (SK)

E-kirjojen vaikutuksen nähtiin olevan suurin oppikirjojen ja tietokirjojen saralla. E-kirjan vaikutukset ulottuvat vielä kymmenien vuosien päähän. E-kirjan hinnanalasku voisi vaikuttaa käyttäjäkunnan kasvuun.

”Ei ainakaan negatiivisesti, ehkä jopa tukevaa toimintaa. Tulevaisuudessa voi vaikutus olla suurin koulukirjoissa ja tietokirjoissa.” (KIPA)

Vastaaajista ne, joilla ei ollut myynnissä e-kirjoja, eivät uskoneet niille olevan kysyntää muun muassa ennakkoluulojen, tiedon puutteen ja hintojen vuoksi. Moni koki myös, ettei pienillä paikkakunnilla ole asiakaskuntaa e-kirjoille. Näistä syistä KIPA-kirjakaupoissa e-kirjoja ei ole otettu myyntiin.

”Olemme pieni maalaispitäjä ja tänne kaikki ”suuren maailman kotkotukset” rantautuvat hitaammin. ;) Lukulaitteita tai e-kirjoja ei ole vielä kukaan kysellyt. Ainoastaan vanhemmat ihmiset ovat

ihmetelleet, miten jokin e-kirja voisi korvata painetun. Että tältä pohjalta käytyjen keskustelujen vuoksi, emme ole pitäneet e-kirjojen kanssa kiirettä.” (KIPA)

”Ehkäpä asiakaskunta on perinteisen eli tavallisen kirjan uskollinen kannattaja. Myöskin kysyntään vaikuttaa se, että ei olla mitenkään pidetty ”ääntä” e-kirjoista/lukulaitteista” (KIPA)

Kirjakauppiaiden omat mielipiteet

Kukaan vastanneista ei uskonut e-kirjan syrjäyttävän painettua kirjaa. Se nähtiin mahdollisuutena ja sen toivottiin lisäävän myös painetun kirjan myyntiä. Ajan hermosta pysyminen koettiin tärkeänä. Varsinkin nuoren sukupolven uskotaan innostuvan lukemisesta e-kirjan avulla. Vastauksista näkyi myös innostus uutta mahdollisuutta kohtaan.

”Minä olen myymälämme koulutettu E-kirja-opas ja olen innoissani kyseisestä laitteesta ja sen mahdollisuuksista. Kuten jo edellisessä kysymyksessä mainitsin, en usko E-kirjan syrjäyttävän oikeaa kirjaa markkinoilta vaan olevan lähinnä lisäarvo kirjatutannolle.” (SK)

Toisaalta vastauksista näkyi myös pelko e-kirjaa kohtaan, etenkin niissä myymälöissä, joissa e-kirjaa ei ollut myynnissä.

”En jaksa uskoa e-kirjan tulevaisuuteen, mutta jos se valtaa markkinat, niin kyllähän se on ainakin pienten kirjakauppojen kuolemaksi.” (KIPA)

Kokemukset e-kirjoista olivat hyvin kaksijakoiset. Suurin osa vastanneista ei ollut lukenut e-kirjoja, koska ei omistanut laitetta eikä ollut kiinnostunut niistä, vaikka myymälässä olisikin e-lukulaitteita myynnissä. Osa oli kokenut lukukokemuksen varsin miellyttäväksi.

*”Olen lukenut e-kirjoja myymälämme lukulaitteelta ja ladannut niitä sinne. Ainakin Sony readerillä lukukokemus oli hyvä. Onhan siinä etunsa, kun kirjan tekstitä voi suurentaa haluamansa suuruiseksi eikä ikänäön omaavan henkilön tarvitse käyttää edes lukulaseja kirjaa lukiessaan! Suuri määrä kirjoja mahtuu pieneen laitteeseen eikä asunnosta mene hyllytilaa kirjoille vaan voi käyttää sen muulla tavalla. Laitteen ruutu ei myöskään väreile niin että silmät rasittuvat vaan lukeminen on helppoa, puhumattakaan siitä mitä 1000 sivuinen kirja painaa verrattuna kevyeen laitteeseen, jossa on jopa 1000 kirjaa!”
(SK)*

Osa suhtautui e-kirjaan varsin välinpitämättömästi ja enemmänkin ”rasitteena” yksityisille kauppiaille ja asiakkaalle. E-kirjoista ei oltu kiinnostuttu ja ne koettiin negatiivisena lisänä kirja-alalla. Yksityisellä kauppialla ei ole koko ketjun organisaatiota tukenaan, jolloin voi tuntua liian vaativalta ryhtyä oma-aloitteisesti kouluttautumaan e-kirjaosaajaksi.

”En lue. En ole kiinnostunut henkilökohtaisesti niistä.” (SK)

”Perusasenoituminen on yli viisikymppisellä kielyteinen, alan ihmisenä pitäisi tietysti ottaa tämäkin mahdollisuutena.” (KIPA)

*”En lue. Hyvä, jos kerkeän pienten lasten äitinä lukea mitään kirjoja.”
(KIPA)*

Vastanneet eivät olleet tarjonneet myymälöissä e-kirjaa aktiivisesti asiakkaille. Moni mainitsi, että e-kirjaa pitäisi tarjota vaihtoehtona enemmän, mutta moni sanoi vastuun jäävän asiakkaalle. Vastanneet sanoivat myös, että monesti asiakas on jo liikkeeseen tullessaan tehnyt ostopäätöksen e-kirjasta ja tutustuneensa laitteen ominaisuuksiin. Kiinnostusta on, mutta ostohaluja ei juurikaan. Tulevaisuutta ajatellen koettiin kuitenkin tärkeänä, että e-kirjasta ja lukulaitteista kerrottiin asiakkaille.

”En ole vielä aktiivisesti suositellut e-kirjaa asiakkaalle vaan pelkästään kertonut sen mahdollisuuksista ja helpottavista ominaisuuksista. Osalle olen saanut myytyä sekä laitteen että tavallisen kirjan. Asiakkaat ovat olleet e-kirjasta kiinnostuneita vaikka ovatkin valinneet sen painetun kirjan sillä hetkellä. Ehkä silti olen saanut istutettua heidän mieleensä tulevaisuutta varten uusia mahdollisuuksia lukea kirjaa.” (SK)

”En tarjoa aktiivisesti e-kirjaa. Mikäli tarjoan 10 asiakkaalle e-kirjaa niin yksi näistä haluaa tietää teknisiä ominaisuuksia loput eivät kiinnostu millään tavalla. Ne jotka e-kirjan valitsevat ja ostavat ovat tehneet ostopäätöksen jo aiemmin ja ovat perehtyneet laitteeseen jonkin verran.” (SK)

E-kirjojen tulevaisuus

E-kirjalukulaitteet ovat aiheuttaneet kiinnostusta tai ihmettelyä asiakkaissa toivotulla tavalla, kuten uusi tekniikka aina, kertovat vastaajat. Nuoret koetaan kaikkein ennakkoluulottomimmiksi laitteita kohtaan. Kuitenkin vaikka laitteita esiteltäisiinkin innokkaasti, johtaa esittely harvoin kauppaan. Alkuhuuman jälkeen kiinnostus on hieman laantunut ja vastaajat toivoisivat jotakin uutta herättämään jälleen kiinnostusta.

”Meillä E-kirjojen lukulaitteet ovat esittelytelineessä kaikkien kokeiltavissa ja aina, kun huomaan jonkun niitä hipelöivän käyn antamassa opastusta ja kertomassa sen käytöstä ja eduista. Kiinnostus on mielestäni aivan normaalia, kuten yleensäkin kun kyseessä on uusi tekninen laite joka on tullut markkinoille. Nuoret ehkä ovat ennakkoluulottomampia verrattuina vanhempiinsa.” (SK)

”Paljon on ollut katselijoita ja kyselijöitä varsinkin alkuvaiheessa. Ehkä tahti on nyttemmin tasaantunut ja jotain uutta toivoisikin kiinnostuksen herättämiseksi.” (SK)

Myös e-kirjan tämänhetkinen hinta koettiin liian kalliiksi, jotta se kiinnostaisi suurempaa asiakaskuntaa. Aktiivisen laitteiden esittelyn ja tarjoamisen katsottiin olevan avainasemassa e-kirjojen myynnissä. Vastaajat ehdottivat myös esimerkiksi teemapäiviä kiinnostuksen lisäämiseksi. Myös uusia laitteita monipuolisemmilla ominaisuuksilla odotetaan markkinoille sekä sisällön myyntiä kehitetään verkko-kaupan puolella. Osa vastaajista kertoi, ettei kiinnostusta ole ollut, eikä sitä ole odotettukaan olevan, varsinkaan pienillä paikkakunnilla.

”ei, tai odotukseni on juuri ollut tämän kaltainen, siis kestää kauan ainakin täällä maaseudulla ennen kuin innostutaan tällaisesta. En sitten tiedä ovatko ihmiset hankkineet muuta tietä, esim. netin kautta, josta kaikki kai pian ostavayt kaiken tarvitsemansa!” (KIPA)

Vastaajat näkivät e-kirjan ajan olevan vasta vuosien, jopa vuosikymmenten päässä. Positiivisimmat ennusteet myyntihuipusta sijoitettiin noin 5 vuoden päähän. Osa näki, ja osa toivoi, myyntihuipun olevan noin 15 – 20 vuoden päässä. Asiakkailla vierähtää oma aikansa, ennen kuin he ottavat e-kirjan omakseen.

”Vaikea arvioida milloin ”myyntihuippu” olisi käsillä. Menee vielä vuosia että sellainen tulee. Asia on uusi kuluttajille ja se vaatii aikansa. Se ”myyntihuippukaan” ei tule olemaan mikään käsiin räjähtävä asia vaan uskon että pysytään kuitenkin aika maltillisissa myyntiluvuissa. Menee vuosia jopa kymmeniä vuosia kun niitä myydään erityisiä määriä.” (SK)

”Tulevaisuudessa kysyntä tulee varmasti kasvamaan, mutta myyntihuippu tulee ehkä vasta noin 15-20 vuoden päästä. Tällöin vanhempi ikäpolvi on jo haudassa ja nuoremmat ovat todella jo tottuneempia käyttämään erilaisia laitteita.” (KIPA)

”Ei odotuksia, toivottavasti pääsen eläkkeelle ennen kuin paperikirjan menekki alkaa e-kirjan vuoksi hyytyä.” (KIPA)

Kirja-alan tulevaisuus

Lähitulevaisuudessa painetun kirjan nähtiin olevan ylivoimaisesti e-kirjaa suositumpi. Arvioitiin, että noin 20 – 30 vuoden kuluttua sähköisen kirjan osuus kaikista kirjoista voi olla jopa puolet. Osa arvioi, että erityisesti oppikirjoja tarjottaisiin runsaasti e-kirjoina.

”Uskon, että painotus tulee olemaan joskus 20 tai 30 vuoden päästä e-kirjoissa, erityisesti opiskelukäytössä. Tosin painettua kirjaa ostetaan varmasti vielä lahjaksi ja matkalle mukaan, missä ei pääse lataamaan lukulaitetta.” (KIPA)

”Kyllä vielä seuraavat vuosikymmenet tulevat olemaan painetun kirjan tuotannossa, mutta mahdollisesti 30 vuoden kuluttua tilanne voi olla lähentynyt eli sähköisiä kirjoja voi olla myynnistä puolet.” (KIPA)

Uskottiin myös, että e-kirja voi olla kirjakaupalle kannattavaa oppikirjojen myynnissä. Tulevaisuuteen vaikuttavat ratkaisevasti ympäristötekijät, verotus ja uuden sukupolven laitteet. Osa vastanneista ei uskonut e-kirjan olevan tulevaisuudessa kirjakaupalle kannattavampi. Tähän vaikuttaa esimerkiksi se, että tällä hetkellä e-kirjoja myydään verkkokaupoissa, missä maksu tapahtuu ennen latausta. Tämä muuttuu oleellisesti jos myös myymälöihin saadaan erilliset latauspisteet.

”Ei se ainakaan kannattavampi ole. Asiakas ostaa e-lukulaitteen myymälästä jonka jälkeen hän voi ostaa kirjansa siihen ihan mistä vain. Mitäpä se enää kirjakaupassa silloin kävisi. Mutta kuten olen jo kirjoittanut ja epäillyt, e-kirja ei koskaan syrjäyty painettua kirjaa.” (SK)

Osa taas näki e-kirjan painettua kirjaa edullisemmaksi tulevaisuudessa. Tähän tulisivat vaikuttamaan tiettyjen kulujen kuten logistiikan, liikuteltavuuden ja varastoinnin poisjääminen. Myös myymälöiden pieni koko verrattuna laajaan nimekemäärään puhuu e-kirjan puolesta. E-kirjan kannattavuutta vastaan taas puhuu esimerkiksi se, että e-kirjoja voi ostaa niin monesta paikasta ja monilta tarjoajilta.

”E-kirjat ovat kirjakaupalle hiukan hankala myytävä, sillä kaikki sisältökauppahan tapahtuu tällä hetkellä nettikaupoissa missä sen maksu tapahtuu ennen lataamista. Tilanne on tietysti toinen jos myymälöihin tulee erilliset latauspisteet ja niistä saadaan myyntituotto myymälöille. Tämä vaatii kuitenkin vielä runsaasti kehittämistä.” (SK)

Monet näkivät e-kirjan mahdollisuutena kasvattaa erityisesti nuorison innostusta lukemista kohtaan. Nykynuoriso on jo tottunut uuteen tekniikkaan ja ne ovat heille arkipäivää. Eräs vastanneista kuvaili nuorten lukemiseen innostamista näin.

”Voisi todellakin ajatella, että nykynuorison lukeminen voisi lisääntyä e-kirjan avulla. Nykynuoriso on jo niin tottunut lataamaan ja ostamaan kaikenlaista netistä ja lisäksi heillä on hienot laitteet, johon saadaan helposti e-kirjojen lukuohjelmia. Oma poikani(16 v.) kyllä sanoi, että näyttää fiksulta kun hyllyissä on kirjoja, jonka vuoksi niitä sitten hänelle ostan luettavaksi. Hänet sain koukkuun lukemiseen äänikirjojen avulla, joten kyllä e-kirja voisi hyvin olla se koukuttava tie kirjojen monipuoliseen maailmaan:)” (SK)

”uskon, että nuoria saadaan varmasti lukemaan enemmän e-kirjojen avulla. Lastenkirjoissa on vaikea kuvitella, että e-kirja syrjäyttäisi perinteisen, mutta eihän sitä tiedä, miten hienoiksi lukulaitteet tulevat vielä kehittymään.” (KIPA)

Monikanavaisuus nähtiin nykypäivänä tärkeänä ja koettiin, että on tärkeää tarjota vaihtoehtoja samasta tuotteesta kunkin lukijan tarpeisiin. Vastaajat mainitsivat

myös tulevaisuudessa koulumaailman olevan yksi mahdollinen e-kirjan hyödyntäjä. Toistaiseksi koululaitos tukee vielä painettua kirjaa, mutta tulevaisuudessa muutos on mahdollinen. Osa vastanneista uskoi vahvasti, että lukemaan saadaan vain hyvillä kirjoilla ilman erilaisia keinoja. Painetun kirjan tuomiin tuntemuksiin kauniista kansikuvista, paperista ja kirjan painosta uskottiin vahvasti, eikä e-kirjan uskottu tuottavan samanlaista lukukokemusta.

”Omasta mielestäni kirjan lukemisen ihanuus on kaunis kansikuvissa, sivujen selailu jne. Sama tunne olisi saatava nuorillekin. En usko e-kirjojen auttavan asiaa.” (KIPA)

”En usko että saadaan. Nuoret saadaan lukemaan ainoastaan kiinnostavilla kirjoilla.” (SK)

E-kirjan hyväksi puoliksi vastaajat mainitsivat erityisesti tilan säästämisen. Kirjoja ei tarvitse säilöä täysin kirjahyllyihin ja e-kirja kulkee kevyesti mukana. Siihen saa ladattua paljon enemmän, kuin kenelläkään on mahdollista säilöä. E-kirja on myös kätevä ottaa mukaan matkustaessa. E-kirjan hyvinä puolina pidettiin myös mahdollisuutta tiedon hakuun ja jakamiseen sekä silmäystävällistä lukukokemusta suurennettavan fontin ansiosta.

”Hyvät puolet ovat tietysti se keveys, tilaa lisää kotiin ja paljon kirjoja mukaan matkustaessa. Ja silmät eivät rasitu, kun tekstin suuruuden voi säätää sopivaksi.” (SK)

”Hyvää on varmasti se, ettei tilaa mene enää niin paljon kuin painetussa kirjassa. Nytkin kuulee joidenkin asiakkaiden huokailevan, ettei kirjahyllyssä ole enää tilaa. Ehkä kirjahyllyihin ostetaan tulevaisuudessa enemmän klassikoita, elämäkertoja tai tietokirjallisuutta. Myös sellaiselle matkalle, missä lukulaitetta saa ladattua, e-kirja on varmasti hyvä vaihtoehto. Pienessä paketissa kulkee näppärästi useampiakin teoksia.” (KIPA)

Huonoina puolina vastaajat mainitsivat e-kirjan olevan kuitenkin laite. Siitä ei saa muistoa kirjahyllyyn eikä samanlaisia kokemuksia kuin painetusta kirjasta. Kirjan visuaalinen ilme katoaa ja ne ajetaan samaan muottiin. Huonoina puolina mainittiin myös e-kirjan verrattain korkea hinta, sen on vaikea kilpailla hinnassa painetun kirjan kanssa.

”Kirjatoukat” sanovat, että mikään ei korvaa sitä tunnetta kun kääntää sivuja aidosta painetusta kirjasta ja saa sen loppuun eli kannet kiinni. Lukulaite ei tunnu kirjalta, se ei tuoksu siltä ja kyllä ne värikannetkin ovat se juttu... ja onhan se komeaa näyttää täynnä olevaa kirjahyllyä muille, tulee niin kirjaviisas olo kuten mieheni sanoo:)” (SK)

”Se fyysinen olemus. E-kirjahan ei ole mitään, se on vain jotain mitä ei ole olemassa mutta kirjahan on fyysinen käsinkosketeltava asia. Itse lukulaite on vain tekninen asia. Painetun kirjan kansi on kaunis ja puhutteleva, e-kirjassa sitä ei ole. Kirja tuottaa elämyksiä ja painetussa kirjassa kansi antaa yhden elämyksen.” (SK)

”Hyviä puolia en osaa sanoa kirjakauppiaan näkökulmasta. Huonoa on hinta ja jos myynti oikeasti kohdistuu niin, että oikeiden kirjojen myynti heikkenee entisestään.” (KIPA)

Vastaajat olivat pohtineet myös tekijänoikeuksiin liittyviä ongelmia ja sitä, mikä laittoman imuroinnin vaikutus olisi kirjakauppojen myynnille. Laitteen tekniset ominaisuudet eivät myöskään kaikissa tilanteissa ole pelkästään etu.

”Mutta huonoa on juuri se, että jos olet esim. vaeltamassa, niin et pysty lataamaan lukulaitetta. Tällöin pokkari kulkee mukana parhaiten.” (KIPA)

Kirja-alan tulevaisuus yleensäkin nähtiin haasteellisena. Ihmisten elämässä on paljon asioita, jotka kilpailevat vapaa-ajasta lukemisen rinnalla; ihmiset lukevat aina vain vähemmän. Pienten kirjakauppojen tulevaisuus näyttää epävarmalta ja

moni kivijalkakauppa joutuisi ehkä lopettamaan. Verkkokaupan uskottiin lisääntyvän. E-kirja nähtiin hyvänä keinona pysyä ajan hermolla ja se tulee olemaan osa tulevaisuutta tavalla tai toisella. Vastaajat uskoivat, että kirja-ala nousee entiseen kukoistukseensa, kunhan taloudellinen tilanne paranee.

”Kirja-ala joutuu, niin kuin moni muukin ala, käymään lukijoistaan/asiakkaistaan kovempaa kilpailua. Varmasti moni pieni liike joutuu lopettamaan. Ehkä kivijalkakaupat vähenevät, mutta verkkokauppa lisääntyy. E-kirja tuo varmasti tulevaisuudessa lisää lukijoita. Tietysti vapaa-ajasta vievät muutkin harrastukset osansa, mutta uskon, että Suomessa lukeminen kuitenkin säilyy.” (KIPA)

”Uskon, että kirja-ala nousee vielä entiseen kukoistukseensa, kunhan yleinen taloudellinen tila paranee. E-kirja on osa sitä kukoistusta, mutta ei seuraavaan viiteen vuoteen ainakaan tule sivuuttamaan perinteistä kirjaa.” (SK)

”Huonona.Ihmiset lukee yhä vähempi. Oli kirja missä muodossa hyvänsä,niin ihmisillä ei tunnu olevan enää aikaa lukemiseen.” (KIPA)

”Kirja-alan tulevaisuus on haastava. Ihmiset lukevat entistä vähemmän joten jotenkin ne pitäisi saada viettämään aikaansa kirjojen parissa. Näitä elämyksiä tuottaa niin moni muukin asia joiden kanssa kirja-ala joutuu taistelemaan. Tulevaisuus on haastava mutta ei mahdoton vaan kaikki edellytykset erinomaiselle toiminnalle kirjakaupoilla on tulevaisuudessakin kun vain keskitytään oikeisiin asioihin.” (SK)

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimustuloksista on löydettävissä niin eroja kuin yhtäläisyyksiä sekä kirjakauppi-aiden että ketjujen välillä. Tutkimustulosten pohjalta voi tehdä johtopäätöksiä siitä, mitä asioita kannattaisi ottaa huomioon e-kirjan ja kirja-alan tulevaisuutta ajatellen.

E-kirja kirjakaupoissa

Tutkimustuloksista näkyy selvästi, että e-kirja jakaa vahvasti mielipiteitä. Kulusta keskittietä ei ollut nähtävissä, vaan e-kirjaan suhtauduttiin joko innostuneesti, epäilevästi tai negatiivisesti. Toki on ymmärrettävää, että yksityisten kirjakauppojen on vaikeampi lähteä mukaan näin suuren investointiin e-kirjan ollessa suurellakin kirjakauppaketjulla vasta uusi ja kehittelyn alla oleva tuote. KIPA-kirjakauppiaille ei myöskään ole sitä samaa tukea takanaan, jonka Suomalainen Kirjakauppa ketjulta saa. Tulevaisuudessa kovinkaan moni yksityinen kirjakauppa ei varmasti e-kirjoja tarjoa, mikä taas hidastaa e-kirjan tunnetuksi tekemistä ainakin pienemmällä paikakunnilla. E-kirjalukulaitteita kyllä löytyy myymälöistä, mutta niiden markkinointiin ei jakseta panostaa vähäisen myynnin vuoksi. Juuri nyt e-kirjan ollessa uusi tuote, se tarvitsisi tätä tukea saadakseen ilmaa siipiensä alle. Mikään tuote ei kuitenkaan pysty lyömään itseään läpi pelkästään olemalla olemassa. Ne, jotka jaksavat e-kirjaa markkinoida ja kertoa sen mahdollisuuksista, tekevät myös tulosta. Ehkä asiakkaat kaipaavatkin tällaista epäluuloja poistavaa markkinointityötä, valmiudet ostohaluihin voivat olla suuremmat kuin myymälöissä oletetaan.

Tekniikan ja kirja-alan yhteentörmäys ei saa muodostua ongelmaksi, vaan on hyväksyttävä uuden tuotteen tuomat uudet haasteet ja pyrittävä paneutumaan riittävästi tekniikkaan. Tutkimusta tehdessämme olemmekin miettineet, halutaanko e-kirjan tosissaan menestyvän vai oletetaan sen vain hiipuvan pois ajan kanssa. Mikä lopulta on se tekijä tai asia, joka vaikeuttaa e-kirjan yleistymistä. Jos e-kirjan menestykseen halutaan uskoa ja luotetaan siihen, että se tulee olemaan tulevaisuudessa myynnillisesti kannattava, olisi avainasemassa olevien henkilöiden, eli myyjien, motivointi aloitettava nyt. Ehkä ketjujen olisi asetettava jonkinlaisia kannustimia e-kirjan myyntiin tai markkinointiin.

Alan ihmisten tulisi myös suhtautua e-kirjaan lisäarvona, eikä pitää liiaksi kiinni painetun kirjan ”pyhydestä”. Lukukokemuksessa tärkeinä elementteinä pidetään itse tarinan lisäksi myös kirjan tuntua; tuoksua, paperia ja painoa, kuten jo teoriaosuudessa mainitsimme. Tutkimuksen perusteella uskollisuus painettua kirjaa kohtaan on suuri. Painettu kirja ei kuitenkaan ole katoamassa mihinkään, joten tuntuu merkilliseltä miksi alalla työskentelevät suhtautuvat e-kirjaan niin ennakkoluuloisesti. E-kirjan ja painetun kirjan vastakkainasettelun tulisi loppua ja ne pitäisi nähdä toisiaan tukevinä lukemisen välineinä. Tämä varmasti siivittäisi molempien myyntiä kasvuun.

Tekijänoikeudet

Avainasemassa olisi ratkaista tekijänoikeudelliset haasteet, jotka hidastavat e-kirjojen julkaisua. Uusista kirjoista neuvotellaan kyllä sopimukset, joihin liittyy myös e-kirjojen julkaisu, mutta kustantamoiden olisi hyvä perehtyä myös kirjailijoiden aikaisempien teosten muuntamiseen e-kirjoiksi. Asiakkailta tämä saisi varmasti kiitosta. Kustantamot voisivat myös tarjota e-kirjan yhteydessä jotakin, mitä ilman e-kirjan hankintaa ei saisi, esimerkiksi kirjailijan haastattelun, kolumnin, videoita tai muuta materiaalia, jonka saisi samalla kun e-kirja ladattaisiin lukulaitteelle. Myös painetun kirjan oston yhteydessä asiakkaalle voitaisiin tarjota kirjailijan aikaisempaa tuotantoa e-kirjana, jos tällaista materiaalia olisi olemassa.

Oppikirjat

Tulevaisuudessa oppikirjojen muuntamiseen e-kirjoiksi olisi myös hyvä paneutua. Kirjakauppatyössä olemme huomanneet, kuinka lyhytikäisiä oppikirjat ovat. Kustantajat syytävät markkinoille uusia painoksia tiuhaan tahtiin ja oppilaat velvoitetaan hankkimaan uusimmat painokset kirjoista. Oppikirjan elinikä on lyhyt ja tuntuu turhalta painaa aina vain uusia kappaleita kirjoista. E-kirjoja käyttämällä välttyttäisiin painamasta suuria määriä kirjoja, jotka ovat käytössä vain hetken. Vaihtoehto olisi ekologinen: logistiikka-, varastointi- ja painatuskulut jäisivät pois. Korjaukset ja uudistukset voitaisiin tehdä suoraan e-lukulaitteille ladattaviin e-kirjoihin, tai uudet

päivitetyt painokset voisi ladata itselleen pienempää korvausta vastaan, kuin jos ostaisi kokonaan uuden kirjan. Myös muuta oppimateriaalia olisi helppo jakaa e-lukulaitteille. Toistaiseksi tekijänoikeusasiat ovat esteenä oppikirjojen muuntamiseksi e-kirjoiksi, esimerkiksi jokaisella kuvalla voi olla oma tekijänoikeudenhaltijansa. Toisaalta kustantajat eivät välttämättä ole halukkaita tähän, sillä oppikirjoista saatavat tulot ovat suuri osa kustantamoiden liikevaihdosta. Vaikka vaihtoehto olisi ekologinen, voisi olla vaarana, että kirjakauppa jäisi pois tästä jakelurenkaasta. Toisaalta kustantajat tarvitsevat tuotteilleen myös jakelutien, jona voisi toimia esimerkiksi ketjun verkkokauppa.

Kohderyhmä

Kohderyhmä e-kirjoille on varsin selvä: paljon matkustavat, hyvin koulutetut ja varakkaat, nuoret, miehet ja ehkä eläkeläiset. E-kirjojen markkinointi on kohdistettu hyvin pitkälti näiden oletusten mukaan. E-kirjaa voisivat kuitenkin hyödyntää monet muutkin. Esimerkiksi huononäköisille henkilöille e-kirja on ihanteellinen, koska fontin kokoa voi muuttaa mieleisekseen. Lisäksi sähköpaperi ei rasita silmiä samoin kuin tietokoneen ruutu. E-kirja voisi olla vaihtoehto myös liikuntarajoitteisille, jotka eivät pysty lukemaan tai hankkimaan painettua kirjallisuutta. E-kirja luo syvemmän lukukokemuksen kuin äänikirja, mikä myös on vaihtoehtona henkilöille, jotka eivät tavallisia painettuja kirjoja pysty lukemaan. Lukeminen on kuitenkin itsellisempää toimintaa kuin pelkkä kuunteleminen. E-kirjan monet mahdollisuudet voisivat tuoda virikkeitä myös esimerkiksi vanhuksille, jotka voisivat kevyellä e-lukulaitteella ja suurella fontilla saada niitä itsenäisiä lukukokemuksia, jotka esimerkiksi hoitokodeissa voivat olla vähissä. Mahdollisuus olisi merkittävä vanhainkodeille, sairaaloille, hoitokodeille: e-kirja ei kulu käytössä, muutamaa laitetta kiertämällä moni saisi saman lukuelämyksen ja mahdollisuuden valita useista kirjoista ilman suuren kirjalikoiman ylläpitoa.

E-kirjan tulevaisuus

E-kirjan aika ei ehkä ole vielä, mutta perustukset tulevaisuudelle rakennetaan nyt. On arvioitu, että e-kirjan mullistava vuosi tulee olemaan jo vuonna 2012. Kirjakau-
poissa oleellista on myyjien motivoiminen, ennakkoluulottomuus ja uudistushaluk-
kuus. Verkkokauppojen jatkuva kehittäminen pitää kirjakaupat e-kirjamarkkinoilla
mukana, tällöin valmiudet myös mahdolliseen oppikirjojen myyntiin olisivat valmi-
na.

Kirjakaupat ovat henkilökohtaisen palvelun paikkoja. Asiakas haluaa edelleen, että
häntä opastetaan ostopäätöksessä, olipa hän ostamassa kirjaa, tulostinta tai toi-
mistotarvikkeita. Sama pätee myös e-kirjoihin. Asiakas, joka ostaa e-lukulaitteen
kirjakaupasta haluaa myös varmasi tietää, mistä hän saa hankittua siihen luetta-
vaa. Myyjien on helppo opastaa asiakasta verkkokaupan käytössä ja näin sitouttaa
hänet hankkimaan myös e-kirja ketjun verkkokaupasta, vaikkakin muitakin osto-
mahdollisuuksia olisi. Tämä lisää kirjakauppojen myyntiä, ei suinkaan vähennä tai
ole kirjakauppojen kuolemaksi.

Kirjakauppojen etuna kirjastoon nähden on se, että e-kirja toimii kirjastossa paine-
tun kirjan tavoin. Vaikka e-kirja on kirjastoissa tiedostona, voi sitä lainata vain yksi
kerrallaan. Vaikka mahdollisuuksia e-kirjan useampaan samanaikaiseen lainaami-
seen olisi, tekijänoikeudet rajoittavat myös tätä.

Kirja-alalle on ennustettu kahdenlaista tulevaisuutta, riippuen siitä, ottaako se ak-
tiivisen roolin digitalisoituvassa julkaisukulttuurissa, vai taantuuko se nykyisille si-
joilleen, eikä kehitä osaamistaan esimerkiksi e-kirjan parissa. Kirjakauppojen ja
kustantajien olisi nyt mietittävä markkinointistrategiansa kuntoon, ennen kuin alalle
tulee myös muita toimijoita viemään markkinaosuuden. Kehityksessä on pysyttävä
mukana, koska verkkokaupat ovat tärkeä jakelukanava ja myös ulkomaiset verk-
kokaupat haalivat asiakkaita. Yhteistyö eri tahojen kanssa, esimerkiksi teleope-
raattoreiden kanssa, voisi olla ratkaisu kirja-alalle, jos se ei halua lähteä panosta-
maan täysillä e-kirjaan. Mahdollisuutta ei kannata kuitenkaan täysin päästää me-
nemään ohi.

Väinö Linnan sanoin: ” Täytyy kirjoittaa niin, että paperi katoaa näkyvistä”. (Paa-
vonheimo, J. 2006. 118). Tätä viisautta voidaan soveltaa myös e-

kirjakeskusteluun. Tarinan on saatava elää omaa elämäänsä, saavutettava lukijoita. Kirjailijoidenkin taholta on annettu ymmärtää, että e-kirja on mahdollisuus saada teokselle lisää lukijoita, ja tärkeintä on, että itse tarina saavuttaa mahdollisimman monet, riippumatta siitä, mikä väline on. Tärkeintä olisi muistaa, että asiakkaat haluavat ja käyttävät erilaisia tapoja lukea riippuen siitä, mikä sopii heidän käyttötarkoituksiinsa. Näitä uudistuvan kirjakaupan olisi heille myös tarjottava.

9 POHDINTA

Työmme tarkoituksena oli selvittää kirjakauppiaiden mielipiteitä ja kokemuksia e-kirjoista sekä tulevaisuuden näkymistä. Teimme selvityksen lähettämällä myymälöihin sähköpostilla kyselylomakkeen, joka sisälsi avoimia kysymyksiä liittyen e-kirjan tämänhetkiseen tilanteeseen. Vaikka kyselylomake lähetettiin useaan otteeseen samaan myymälään, vastauksia saimme varsin niukasti. Kirja-alan ammattilaisten ollessa kyseessä, olisimme odottaneet hieman innokkaampaa halukkuutta vastata. Muutoinkin vastauksien niukkuus vähensi mahdollisuutta tehdä yleistyksiä, toisaalta niistä vastauksista, joita saimme, näkee ketjukohtaisen tilanteen. Ajan ja resurssien salliessa paras vaihtoehto olisi ehkä ollut haastattelu, mutta sitä ei ollut mahdollisuutta tehdä.

Tulevaisuutta ajatellen saman tutkimuksen voisi tehdä muutamien vuosien kuluttua, jolloin tilanne olisi odotettavasti toinen. Tällöin e-kirja voisi jo olla suurempi osa kirjakauppojen myyntiä. Mielenkiintoista olisi myös tutkia kirja-alan muutoksia kokonaisuudessaan sekä lukemistottumusten muutosta ja niiden vaikutuksia paitsi e-kirjan myös painetun kirjan myyntiin. Tulevaisuudessa opetusmateriaalin digitalisoiminen nousee ajankohtaiseksi ja siinä olisi aihetta esimerkiksi projektiluontoiselle hankkeelle. Tässä työssä pyrimme kuitenkin pysymään aiheen rajauksen sisäpuolella.

LÄHTEET

E-kirja – Raitti. [Verkkosivu] [Viitattu 19.10.2011]. Saatavana: (<http://raitti.fi/Suomalainen-Kirjakauppa/Tuotteet/SK-Sahkokirjat/>). Vaatii käyttöi-
keuden.

E-kirjojen lukeminen ja lukulaite. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.11.2011]. Saatavana: <http://www.sahkoinenkirja.fi/e-kirjojen-lukeminen/>

Ekholm, K. & Järvinen, A. 1999. Digitalisoituva julkaisukulttuuri. Tampere: Tampe-
reen yliopiston täydennyskoulutuskeskus. Julkaisusarja B 2.

Ekholm, K. & Repo, Y. 2010. Kirja tienhaarassa vuonna 2020. Helsinki: Gaudea-
mus.

Gummerus:Kevään kirjat 2012. Ei julkaisuaikaa. Esite.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Kapanen, U. 2010. Suomalaiset kustantajat ja e-kirja- Suomen e-kirjamarkkinat
keväällä 2010. Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu. Tietojenkäsittely. Opinnäytetyö.
Viitattu: [14.11.2011]. Saatavana:
[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/24313/Kapanen_Ulla.pdf?se-
quence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/24313/Kapanen_Ulla.pdf?sequence=1)

Kirjojen tuotanto- ja myyntitilastot. Suomen kustannusyhdistys ry.[Verkkosivu]. [Vii-
tattu 20.11.2011].Saatavana: <http://www.kustantajat.fi/tilastot/>

L 8.7.1961/404. Tekijänoikeuslaki.

Lehtonen, M. 2001. Post Scriptum: kirja medioitumisen aikakaudella. Jyväskylä:
Gummerus.

Paavonheimo, J. 2006. Digitaalisen ja painetun rajalla: Kirjoituksia kirjasta, digitaal-
lisuudesta ja kirjastosta. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu Oy

Pirttijoki, M. 24.10.2011. Applen Jobs halusi koulukirjat ipadiin. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.11.2011]. Saatavana:

<http://www.mtv3.fi/uutiset/ulkomaat.shtml/2011/10/1418361/applen-jobs-halusi-koulukirjat-ipadiin>

Ristola, K. 20.12.2010. Suomentajat suivaantuivat sähkökirjojen tekijänoikeuksista. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.11.2011]. Saatavana:

http://yle.fi/uutiset/kulttuuri/2010/12/suomentajat_suivaantuivat_sahkokirjojen_tekij_anoikeuksista_2233990.html

Suomalainen Kirjakauppa – Yrityksemme. [Viitattu 3.11.2011]. Saatavana:

www.suomalainen.com/webapp/wcs/stores/servlet/Content_10151_10051_-77?catid=12&id=15

Tietoa Kipasta. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.11.2011]. Saatavana:

www.kipa.fi/sivut/index.php?show=4

Tilli, S. 2010. Digitalisoitumisen vaikutukset suomalaisten kirjankustantajien tuotantoon ja jakeluun. Tampereen yliopisto. Taideaineiden laitos, Suomen kirjallisuus. Pro Gradu –tutkielma. [Viitattu 8.11.2011]. Saatavana:

<http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu04629.pdf>.

LIITTEET

LIITE 1. Kyselylomake kirjakauppiaille, myymäläpäälliköille tai e-kirjavastaaville

Tilannekatsaus e-kirjoihin kirjakauppiaiden näkökulmasta

Kyselylomake kirjakauppiaille

Kirjakauppa ja paikkakunta:

E-kirjan lanseeraus

1. Onko liikkeessänne myynnissä e-kirjoja/e-kirjalukulaitteita tai aiotteko lähiaikoina ottaa e-kirjoja/e-kirjalukulaitteita myyntiin?
2. Milloin e-kirjan/lukulaitteiden myyntiä alettiin suunnitella?
3. Milloin ensimmäiset e-kirjat/lukulaitteet tulivat myyntiin?
4. Millaisin odotuksin e-kirjan/lukulaitteiden myynti aloitettiin?
5. Ovatko odotukset jo täyttyneet (esim. myyntitavoitteet, kysyntä)?
6. Mikä mielestäsi on e-kirjojen / lukulaitteiden ensisijainen kohderyhmä? Millaisen arvelet olevan tyypillisen e-kirjan/lukulaitteen ostajan esimerkiksi iältään, sukupuoleltaan, koulutukseltaan?

7. Millainen valikoima aineistoa on tällä hetkellä? Onko tarjolla riittävästi suomenkielistä materiaalia vai onko painopiste englanninkielisessä kirjallisuudessa? Mikä merkitys tällä on mielestäsi kysyntään?

8. Onko e-kirjoilla ollut vaikutusta tavallisten kirjojen myyntiin tai tuleeko sillä olemaan vaikutusta tulevaisuudessa? Kerro oma mielipiteesi.

9. Jos liikkeessänne ei ole myynnissä e-kirjoja/lukulaitteita tai niille ei ole ollut kysyntää, mikä on suurin syy siihen? Kerro vapaasti mietteitäsi asiasta!

10. Millainen on oma asennoitumisesi e-kirjaan? Onko se kirja-alalle tulevaisuudessa uhka vai mahdollisuus? Uskotko e-kirjan syrjäyttävän perinteisen kirjan vai lisäävän myös painetun kirjan myyntiä?

11. Luetko itse e-kirjoja? Millaisia kokemuksia sinulla on niistä?

12. Pyritkö itse aktiivisesti tarjoamaan asiakkaille vaihtoehtona myös e-kirjaa? Millainen asiakkaiden suhtautuminen yleensä on? Kumman vaihtoehdon asiakas yleensä mieluummin valitsee?

E-kirjojen tulevaisuus

13. Ovatko asiakkaat osoittaneet kiinnostusta e-kirjoihin / lukulaitteisiin odotetulla tavalla?

14. Miten liikkeessänne aiotaan kehittää e-kirjojen/lukulaitteiden myyntiä?

15. Millaista menekkiä e-kirjoilta odotat tulevaisuudessa? Milloin ”myyntihuippua” voidaan odottaa?

Kirja-alan tulevaisuus

16. Tuleeko painotus tulevaisuudessa olemaan enemmän e-kirjoissa kuin painetuissa kirjoissa? Entä mikä on suunta 20 tai 30 vuoden kuluttua?

17. Onko tai tuleeko e-kirja tulevaisuudessa olemaan kaupalle kannattavampi kuin painettu kirja?

18. Mihin suuntaan kirja-alaa tulisi kehittää? Saadaanko esim. nuoret lukemaan paremmin e-kirjan avulla?

19. Mitä hyvää/huonoa e-kirjassa ylipäättään on esim. verrattuna painettuun kirjaan?

20. Millaisena näet kirja-alan tulevaisuuden? Kuinka suuri rooli e-kirjalla osana sitä voi olla?

Kiitos vastauksistasi!!