

---

# Muotoilualan suhdanne- katsaus 2016

Selvitys muotoilualan yritysten  
näkemysistä, toimintaympäristöstä,  
toiminnan kehittämisen osa-alueista ja  
lähiaikojen suhdannenäkemyksistä



ornamo



---

# Muotoilualan suhdannekatsaus 2016

Selvitys muotoilualan yritysten  
näkemysistä, toimintaympäristöstä,  
toiminnan kehittämisen osa-alueista ja  
lähiaikojen suhdannenäkemyksistä

---

### **Teollisuustaitteen Liitto Ornamo**

Teollisuustaitteen Liitto Ornamo on vuonna 1911 perustettu muotoilualan asiantuntijajärjestö, johon kuuluu n. 2 400 jäsentä. Ornamo kehittää muotoilijan ammattia ja vaikuttaa muotoilun asemaan yhteiskunnassa. Yhdistämme muotoilijat, kehitämme alan ammatillista osaamista ja toimimme muotoilualan verkostona toimialojen välillä.

### **Muotoilualan suhdannekatsaus 2016**

Kirjoittaja **Pekka Lith**, Lith Consulting Group

Julkaisija **Teollisuustaitteen Liitto Ornamo**

Taitto **Minna Borg**

Copyright © 2016 Teollisuustaitteen Liitto Ornamo ry, lähde mainittava asiakirjaa lainattaessa.



---

# Sisältö

|    |   |   |
|----|---|---|
| 6  | 1 | <b>Muotoilualan suhdannenäkemykset</b>                |
| 12 | 2 | <b>Vienti ja yritysten kansainvälistyminen</b>        |
| 17 | 3 | <b>Kehittämisen tärkeimmät osa-alueet</b>             |
| 22 | 4 | <b>Yleinen talouskehitys</b>                          |
| 23 | 5 | <b>Asiakastoimialojen suhdanne- ja kysyntätilanne</b> |
| 34 |   | <b>Erytisteema: Digitaalisten palveluiden käyttö</b>  |
| 39 |   | <b>Yhteenveto</b>                                     |
|    |   | <b>Liitetaulukoita</b>                                |

# 1 Muotoilualan suhdannenäkemykset

## Liikevaihdon kasvu vauhdittunut

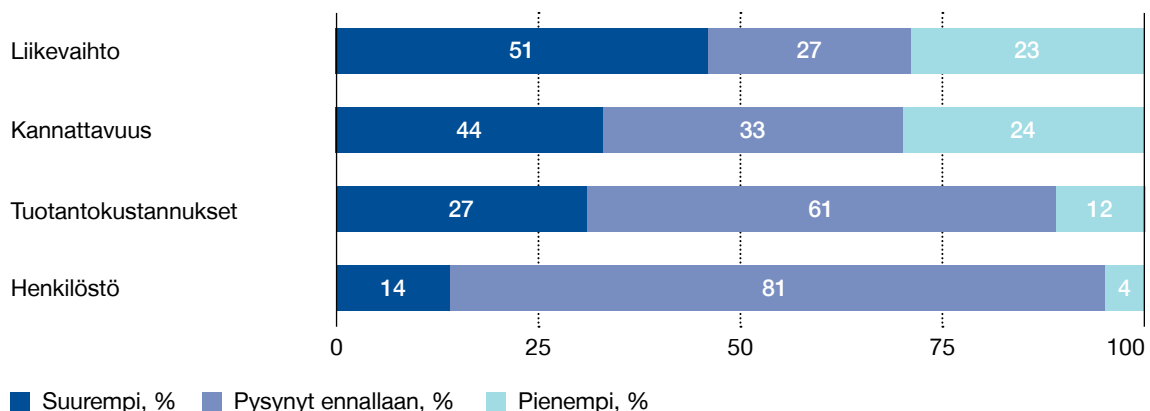
Muotoilualan liikevaihdon kasvu on kiihtynyt. Noin 51 prosenttia yrityksistä ilmoitti kesällä 2016, että liikevaihto on kasvanut edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta (Kuvio 1). Vastaavasti 23 prosenttia ilmoitti, että liikevaihto oli pienentynyt. Siten liikevaihdon kasvu saldoluvuksi saadaan plus 28, kun se kesällä 2015 oli pakkasen puolella eli miinus yksi.<sup>1</sup> Tulokset perustuvat Teollisuustaitteen Liitto Ornamon kesäkuussa 2016 teettämään muotoilualan suhdannekyselyihin, joihin vastasi määräaikoihin mennessä 130 liiton jäsenyritystä (yrittäjäjäsentä).

Muotoilualan yritysten liikevaihdon kasvu on nopeutunut, koska Suomen kansantalouden laskusuhdanteen pahin vaihe näyttää olevan takanapäin. Tosin kotimarkkinoiden kasvu on yhä hauraalla pohjalla ja yksityisen kulutuksen varassa. Suuret erot yrityskohtaisen liikevaihdon

kehityksessä kertovat muotoilualan kaksi- tai monijakoisuudesta, minkä taustalla ovat muotoilualan monialaisuus, erilaiset asiakassegmentit ja markkina-alueet. Yritykset, jotka pystyvät tasaamaan kotimaan suhdanteita ulkomaisella toiminnalla, ovat usein paremmissa lähtöasetelmissä.

Kannattavuuden saldoluvuksi saatiin plus 20. Kannattavuuskehitys on seurannut yritysten myönteistä liikevaihdon kehitystä, minkä lisäksi taustalla on liikevaihdon tuotantokustannuksia nopeampi kasvu. Taustalla on korkealla pysynyt työttömyys, joka on pitänyt työvoimakustannukset kurissa. Yli 80 prosenttia yrityksistä ilmoitti, että henkilöstön määrä on pysynyt suurin piirtein ennallaan, mutta toisaalta myös henkilöstöään vähentäneiden yritysten määrä on pieni. Asiaa selittää se, että merkittävä osa kyselyihin vastanneista yrityksistä oli yksinyrittäjiä.

**Kuvio 1. Muotoilualan yritysten näkemykset liikevaihdon henkilöstön, tuotantokustannusten ja kannattavuuden kehityksestä nyt (kesä 2016) verrattuna vuoden takaiseen (kesä 2015) tilanteeseen, prosenttia yrityksistä**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

<sup>1</sup> Saldoluku saadaan, kun liikevaihdon kasvusta ilmoittaneiden yritysten prosenttiosuudesta vähennetään liikevaihdon laskusta ilmoittaneiden prosenttiosuus.

### Luottamus tulevaisuuteen vahvaa

Odotukset vuosien 2016–17 kehityksestä ovat myönteiset, sillä yli 70 prosenttia kyselyihin vastanneista yrityksistä uskoo liikevaihdon lisääntyvän seuraavan vuoden aikana. Kannattavuuden paranemiseen uskoo 70 prosenttia yrityksistä, sillä tuotantokustannusten ennakoidaan kehittyvän maltillisesti. Odotukset ovat silti usein astetta optimistisempia kuin toteutunut kasvu, vaikka kehityksen suunta voi olla samankaltaista. Esimerkiksi vuoden 2015 kyselyissä ennustettu liikevaihdon, kannattavuuden ja henkilöstön kasvu oli paljon reippaampaa kuin toteutunut kehitys.

Muotoilualan odotukset liikevaihdon, kannattavuuden ja työllisyyden kehityksestä ovat Suomen Yrittäjien, Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n keväällä julkistaman pk-yritysbarometrin (pky-barometri) mukaan saldolukuina mitattuna myönteisemmät kuin pk-yrityskentässä

keskimäärin (Taulukko 1). Pky-barometri julkistetaan kaksi kertaa vuodessa keväällä ja syksyllä. Barometri laaditaan valtakunnallisena ja alueellisinä raportteina. Kevään 2016 pky-barometri perustui 6 004 pk-yrityksen vastuuhenkilön tai muun edustajan antamiin vastauksiin.

Muotoilualan yritysten myönteiset liikevaihdon ja kannattavuuden kasvuodotukset perustuvat siihen, että alan näkemykset myös talouden yleisistä suhdanne- ja kysyntänäkemyksistä ovat lähtökohtaisesti paljon myönteisemmät kuin koko pk-yrityskentässä. Ornamon kyselyjen mukaan joka toinen muotoilualan yritys uskoi kesällä 2016 yleisten suhdannenäkymien paranemiseen seuraavan vuoden aikana (Taulukko 2). Kaikista pk-yrityksistä samaan uskoi kolmannes. Muotoilualalla optimistisuus lisääntyy edelleen, kun asiaa katsotaan kolmen vuoden aikajänteellä.

**Taulukko 1. Liikevaihdon, kannattavuuden, henkilöstön ja tuotantokustannusten kasvuodotukset vuodelle 2017 muotoilualalla ja koko pk-yrityssektorilla saldolukuina, prosenttia**

|                            | Liikevaihto, % | Kannattavuus, % | Tuotantokustannukset, % | Henkilöstö, % |
|----------------------------|----------------|-----------------|-------------------------|---------------|
| Muotoiluala                | 65             | 62              | 19                      | 23            |
| Teollisuus                 | 36             | 12              | 26                      | 12            |
| Rakentaminen               | 21             | 12              | 28                      | 8             |
| Kauppa                     | 26             | 4               | 31                      | 4             |
| Palvelut                   | 29             | 13              | 28                      | 10            |
| <b>Kaikki pk-yritykset</b> | <b>28</b>      | <b>11</b>       | <b>29</b>               | <b>8</b>      |

Lähde: Pk-yritysbarometri kevät 2016 ja Ornamon suhdannekyselyt 2014

**Taulukko 2. Yleiset kysyntä- ja suhdannenäkymät muotoilualalla ja koko pk-yrityskentässä 2017, prosenttia**

|                            | Paranee, % | Pysyy ennallaan, % | Heikkenee, % | Saldoluku, % |
|----------------------------|------------|--------------------|--------------|--------------|
| Muotoiluala                | 50         | 39                 | 11           | 39           |
| Teollisuus                 | 34         | 48                 | 18           | 16           |
| Rakentaminen               | 32         | 53                 | 15           | 17           |
| Kauppa                     | 31         | 50                 | 19           | 12           |
| Palvelut                   | 31         | 53                 | 16           | 15           |
| <b>Kaikki pk-yritykset</b> | <b>32</b>  | <b>52</b>          | <b>16</b>    | <b>16</b>    |

Lähde: Pk-yritysbarometri kevät 2016 ja Ornamon suhdannekyselyt 2016

### Kasvuhakuisuus lisääntynyt

Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli kesällä 2016 noin 12 prosenttia Ornamon kyselyihin vastanneista. Mahdollisuuksien mukaan kasvavia oli 63 prosenttia ja asemansa säilyttämiseen keskittyviä 21 prosenttia. Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli suhteellisesti hieman vähemmän kuin edellisenä vuonna. Kaikkiaan kasvuyrityksiä on ollut vuosina 2014–16 kuitenkin suurin piirtein yhtä paljon, jos mahdollisuuksien mukaan kasvavat yritykset lasketaan mukaan. Muotoilualan kasvuyrityksiä on ollut myös enemmän kuin maamme koko pk-yrityskentässä keskimäärin.

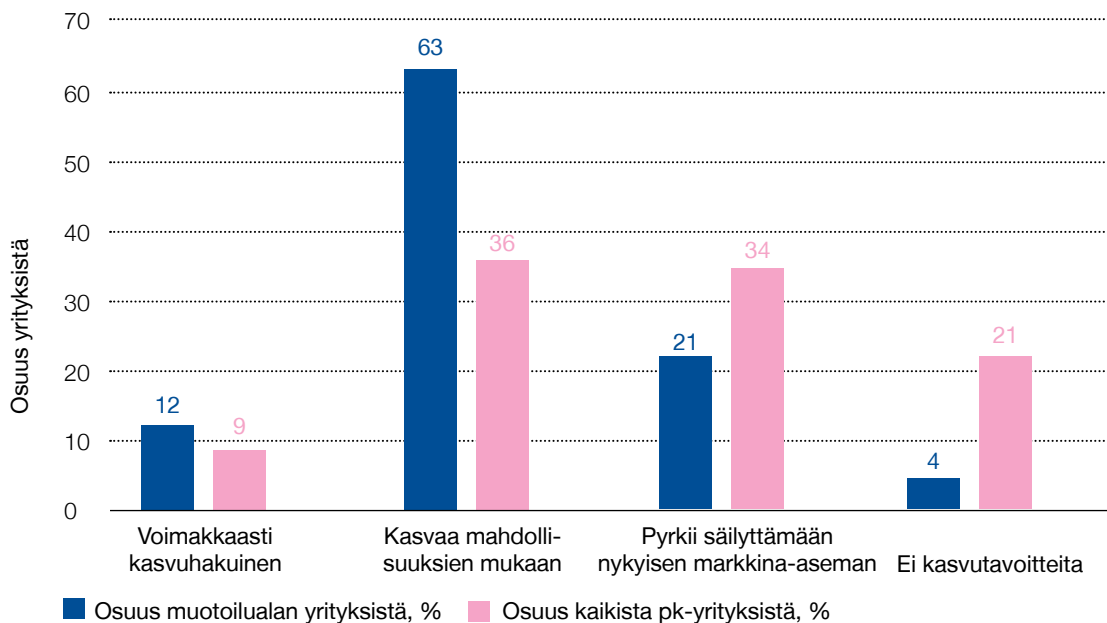
Ainostaan pk-teollisuudessa voimakkaasti kasvuhakuisien yritysten osuus oli pk-yritysbarometrin mukaan keväällä 2016 suurempi kuin muotoilualalla. Vertailussa on otettava huomioon, että muotoiluala koostuu monialaisesta yritysjoukosta, johon sisältyy piensarjatuotantoa harjoittavia teollisia yrityksiä, käsityöyrityksiä ja muotoilutoimistoja. Muotoiluala poikkeaa muista pk-yrityksistä myös siten, että kokonaan kasvua tavoittelemattomia yrityksiä on toimialalla hyvin vähän kaikkiin muihin pk-yritysten päätoimialoihin verrattuna. (Kuvio 2).

### Keskeiset kasvukeinot

Muotoilualalla yritysten tärkein kasvukeino on myynnin ja markkinoinnin tehostaminen, mutta yritykset kasvavat myös orgaanisesti, millä tarkoitetaan liiketoiminnan laajentamista uusille maantieteellisille markkina-alueille kuten ulkomaille tai uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämistä ja tuotevalikoiman monipuolistamista. Pieni osa Ornamon kyselyihin vastanneista yrityksistä teettäisi alihankkijoilla enemmän töitä tai turvautuisi lisenssi- tai franchising-yhteistyöhön. Vain yksi yritys mainitsi yrityskaupat keskeisenä kasvukeinonaan <sup>2</sup> (Kuvio 3).

Pk-yritykset voivat kehittyä yrityksenä ja kasvaa myös verkottumisen kautta. Periaatteessa kaikki yritykset ovat verkottuneet ainakin asiakaisiinsa, alihankkijoihin ja välttämättömiin yritys- ja palvelujen tuottajiin (tilitoimistot), vaikka asiaa ei olekaan sellaiseksi koettu. Verkottuminen voi olla projektikohtaista tai se perustuu yrittäjien tuki- ja vertaisverkostoihin. Projekt- ja kertaluontoisista yhteishankkeista voidaan siirtyä syvempään strategiseen yhteistyöhön, missä oman yrityksen palvelut tai tuotteet voidaan muuttaa yhteistyöllä kokonaistoimituksiksi.

**Kuvio 2. Muotoilualan yritysten ja Suomen koko pk-yrityskentän kasvuhakuisuus 2016, prosenttia yrityksistä**



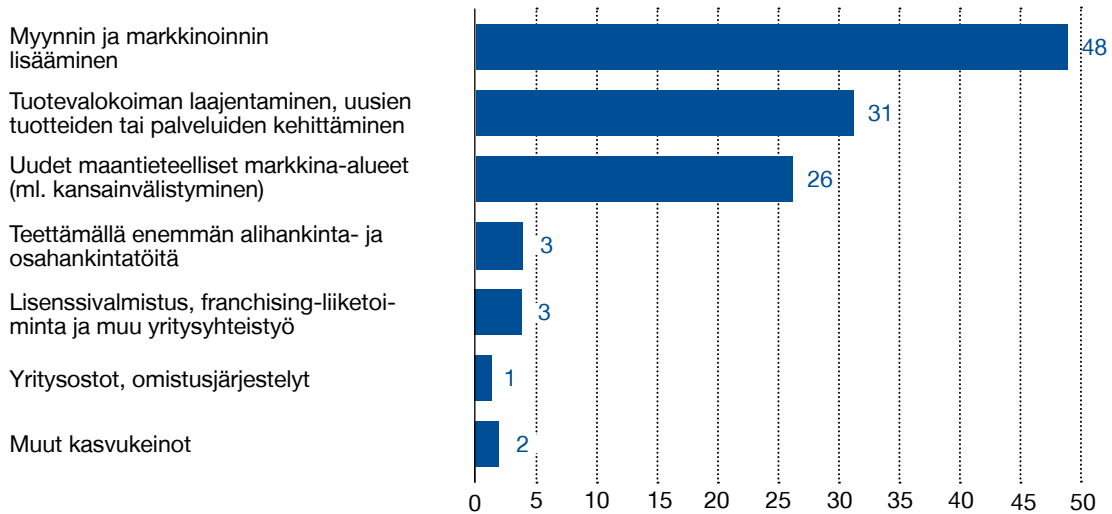
Lähde: Pk-yritysbarometri kevät 2016 ja Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

<sup>2</sup> Yrityskaupat toteutetaan omistussosuuskauppana (osakekauppa) tai liiketoimintakauppana (substanssikauppa).



### Kuvio 3. Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot, prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

ITC-teknologian kehitys (digitalisaatio) ja sen mukanaan tuomat sähköiset työkalut tarjoavat pk-yrityksille ja yrittäjille suhdeverkostoaan ajasta, paikasta ja yrityksen toimialasta riippumatta.<sup>3</sup> Tutkimusten mukaan verkottumisen vahvin kasvuarvo löytyy suurten toimijoiden (veturiyritysten) ja pienten yritysten kumppanuuksista. Suuret saivat pieneltä yritykseltä joustavasti erityisosaamista ja uusia ideoita. Pienet yritykset voivat päästä suurten yritysten vanavedessä helpommin laajemmille markkina-alueille ja saavat omalle toiminnalleen uusia referenssejä.

#### Yritysten kasvun esteitä

Muotoilualan kasvuhakuisuus on pysynyt korkealla tasolla vuosina 2013–15, vaikka samanaikaisesti kansantalouden kehitys on ollut varsin epäsuotuisaa. Asemansa säilyttämiseen pyrkivien osuus on pysynyt ennallaan ja niiden yritysten osuus, joilla ei ole lainkaan kasvuhaluja, on ollut pieni. Pääsyyinä kasvuhaluttomuuteen on Ornamon kyselyjen mukaan se, että yrityskoko on jo optimaalinen tai yrittäjä eivät halua ottaa kasvuun liittyvää taloudellista riskiä (Kuvio 4). Kasvun

esteinä voivat olla riittämätön kysyntä ja kireä kilpailu tai omien taloudellisten voimavarojen puute.

Kasvuhaluttomuudessa voi olla kysymys myös siitä, että itsensä työllistäjät tai osa-aika- ja sivutoimiset yrittäjät ovat tyytyväisiä nykyiseen tilanteensa. Heille riittää itsensä ja perheen elättäminen ja yritystoiminta on lähinnä tapa toteuttaa itseään sekä keino kanavoida toiminnasta aiheutuneita tuloja ja kuluja. Osa ammatinharjoittajista ei edes miellä itseään yrittäjiksi, vaan pikemminkin taiteilijoiksi. Lisäksi kasvu edellyttää tavallisesti ulkopuolista palkattua työvoimaa, mutta tätä voivat vaikeuttaa Suomessa kuitenkin erilaiset työllistämisen kynnykset.

Ornamon vuoden 2015 kyselyjen mukaan tärkein työllistämisen kynnys on kysynnän riittämättömyys ja epävakaus, mikä on luonnollista nykyisessä taloustilanteessa. Silmiinpistävää kuitenkin oli, että toiseksi ja kolmanneksi tärkeimpiä työllistämisen esteitä olivat työn teettämisen sivukulut ja irtisanomiseen liittyvät riskit. Sen sijaan esimerkiksi palkkojen lähtötasoa ei pidetty kovin suurena työllistämisen esteenä. Työn sivukuluja ovat sosiaalivakuutusmaksut (eläkevakuuttaminen, yms.)

3 Digitalisaatio on tuonut virtuaaliset verkostot ja sähköiset keskustelukanavat eli yhteisöllisen median yrittäjien käyttöön. Digitaaliset verkostot eivät kuitenkaan korvaa perinteistä verkottumista, mutta ne mahdollistavat ja helpottavat hyödyllistä ajatusten vaihtoa ja kautta voidaan rekrytoida uusia osaajia.

sekä niin sanotut sosiaalipalkat, <sup>4</sup> jotka eivät riipu tehdyistä työtunneista.

Muotoilualalla työllistämisen tärkeät esteet ovat samoja kuin koko pk-yrityskentässä TEM:n, Finnveran ja Suomen Yrittäjien pk-barometrin mukaan keväällä 2016 (Kuvio 5). Ammattitaitoisen työvoiman saatavuus ei ole suuri ongelma millään toimialalla, joskin sen merkitys on kasvussa samoin kuin irtisanomiseen liittyvät riskit. <sup>5</sup> Työvoiman saatavuuteen ja irtisanomiseen liittyvien riskien lisääntyminen kielii toisaalta talousnäkymien hienoisesta parantumisesta. Työn sivukulut ja kysynnän epävakaus ovat kaikilla päätoimialoilla kuitenkin tärkeimpiä työllistämisen esteitä.

#### Kilpailukykysojopimus pienentää työn sivukuluja

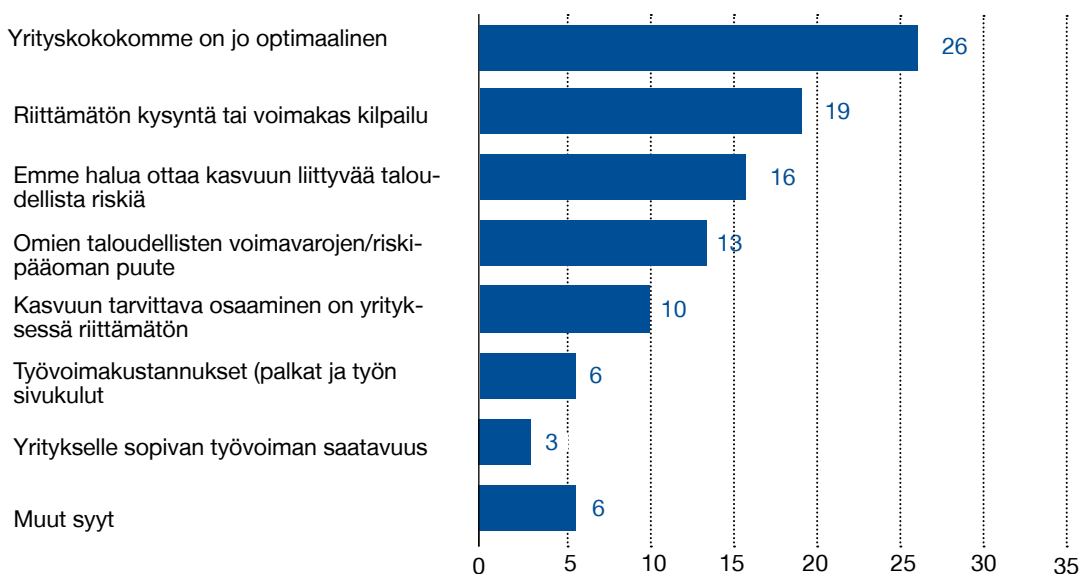
Työn sivukulut ovat koettu tärkeiksi työllistämisen esteiksi jo pitkään, mutta niiden alentaminen on vaikeaa, sillä asiantuntijoiden mukaan vanhuuseläkerahoitukseen sisältyy useiden miljardien suuruisen vaje. Vajeeseen vaikuttavat eläkkeellä olevien ja työssä olevien suhde, työurien pituus ja työeläkeyhtiöiden tekemien sijoitusten tuotot. Suomessa eläkeläisten osuus kasvaa jatkuvasti ja vanhuuseläkkeellä ollaan aiempaa pitempään. <sup>6</sup>

## Muotoilualan kasvuhakuisuus on pysynyt korkealla tasolla vuosina 2013–15.

Työssäkäyviä eli eläkkeiden rahoittaja on kuitenkin entistä vähemmän, mitä pahentaa korkealle kivunnut työttömyys.

Kesäkuussa 2016 vahvistettu kilpailukykysojopimus pienentää työnantajien välillisiä työvoimakustannuksia, kun työnantajien työeläke- ja työttömyysvakuutusmaksuja pienennetään ja siirretään vastaavalla osuudella työntekijöiden vastuulle asteittain vuosina 2017–20. Työeläkemaksuissa siirtymä on 1,2 prosenttiyksikköä ja työttömyysvakuutusmaksuissa 0,85 prosenttiyksikköä. Samalla työnantajien sosiaaliturvamaksu pienentyy pysyvästi vähintään 0,58 prosenttiyksikköä. Lisäksi

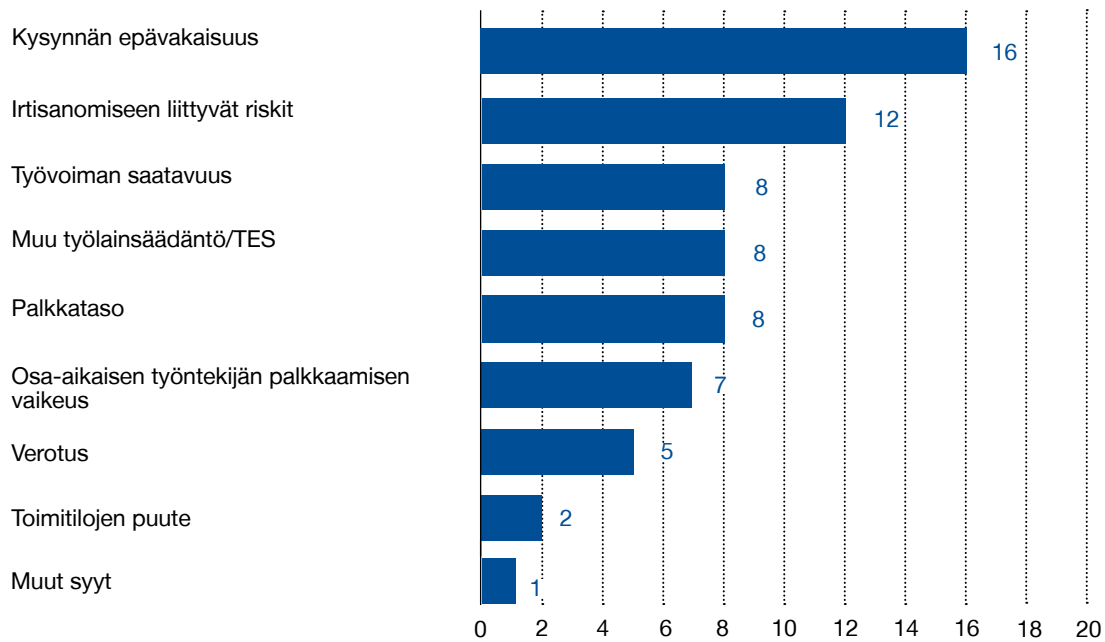
### Kuvio 4. Kasvuhaluttomuuden tärkeimmät syyt muotoilualan yrityksissä 2016



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

## Kuvio 5. Työllistämisen tärkeimmät esteet pk-yrityksissä 2016, 7 prosenttia yrityksistä



Lähde:Pk-yritysbarometri 2016

© ORNAMO

vuotuista kokonaistyöaika pidennetään 24 tunnilla palkkaa nostamatta.

Kilpailukyky sopimukseen kuului myös julkisen alan (mm. valtio- ja kuntaorganisaatiot) tekijöiden lomarahaleikkaus 30 prosentilla vuosina 2017–18 ja paikallisen sopimisen edistäminen. Paikallista sopimista edistettiin kevään 2016 työmarkkinaneuvotteluissa alakohtaisesti monella eri tapaa ja neuvotteluja jatketaan liittokohtaisella työmarkkinakerroksella. 📍

- 4 Sosiaalipalkkoja ovat vuosilomapalkat, lomarahat, arkipyhäkorvaukset, pekkaspäivät sekä sairaus- ym. ajan palkat.
- 5 Irtisanomisen riskit koetaan suuriksi, mikä kertoo lisäjousten tarpeesta työmarkkinoilla nykyisessä turbulentsissa taloustilanteessa. Asiantuntijoiden mukaan työntekijöiden irtisanomissuojan ei katsota olevan Suomessa erityisen tiukkaa eurooppalaisessa vertailussa. Irtisanomisten sijasta työntekijöitä voidaan työsopimuslailla säädettyjen perusteiden vallitessa myös lomauttaa määräajaksi tai toistaiseksi tuotannollista ja taloudellisista syistä, jolloin palkanmaksu keskeytyy väliaikaisesti mutta työsuhde pysyy voimassa. Yrityksissä irtisanomisten lomauttamisten paljon käytettyjä vaihtoehtoja ovat työaikajärjestelyt, osa-aikatyöhön siirtyminen, vuosilomajärjestelyt ja työsuhteen ehtojen muuttaminen.
- 6 Voimassa oleva työeläkejärjestelmä on rakennettu aikana, jolloin aktiivinen työoloaika oli nykyistä pidempi ja väestön eliniän odote lyhyempi. Työssäoloaika ovat lyhentäneet muun muassa pitkät opiskeluaikat.
- 7 Kuvaa vain niitä barometrikyselyyn vastanneita yrityksiä, joilla on tarvetta työllistää (85% kaikista).

## 2 Vienti ja yritysten kansainvälistyminen

Ornamon kyselyihin vastanneista yrityksistä kahdeksalla prosentilla kansainvälinen toiminta on vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää, minkä lisäksi noin 16 prosenttia panostaa määrätietoisesti kansainväliseen toimintaan. Osuudet ovat pysyneet samoina vuosina 2013–16 (Kuvio 6). Sitä vastoin niiden muotoilualan yritysten osuus, jotka panostavat jonkin verran kansainväliseen toimintaan, on alentunut. Vastaavasti niiden yritysten osuus on kasvanut, joilla ei ole lainkaan tarvetta kansainvälistyä, tai joiden ulkomainen toiminta on vähäistä tai satunnaista.

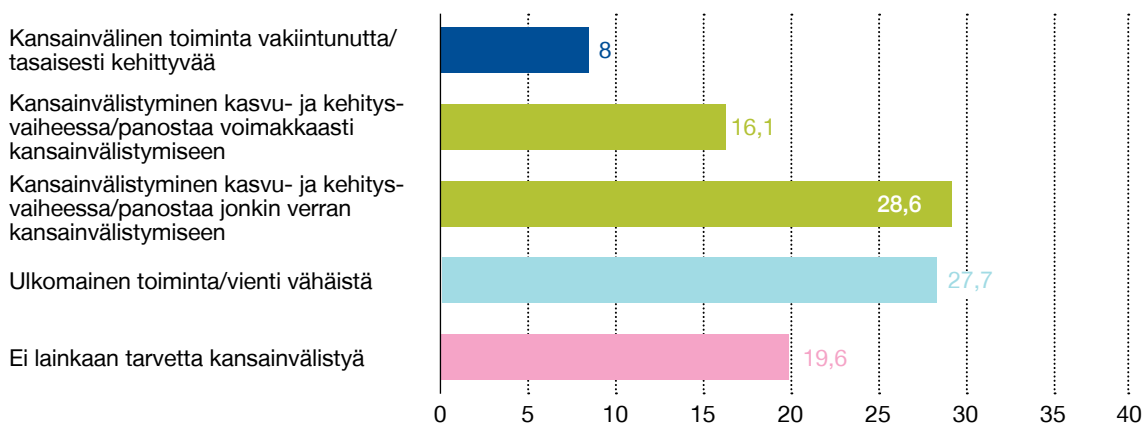
Kysyttäessä ulkomaisen toiminnan osuutta yrityksen liikevaihdosta 40 prosenttia vastasi, että kyseessä ei ole vientiyrittäjä. Varsinaisista vientiyrittäjistä 38 prosenttiyksikköä ilmoitti, että ulkomaisen toiminnan liikevaihto-osuus jää alle kymmenen prosenttiin. Kohtalaisen suuri (10–29 %) ulkomainen toiminta oli joka seitsemännessä muotoilualan yrityksessä ja merkittävä (vähintään 30 prosenttia) harvemmassa kuin joka kymmenennessä yrityksessä (Kuvio 7). Kansainvälisellä toiminnalla on jonkinasteinen yhteys yrityksen kas-

Kahdeksalla prosentilla vastaajista kansainvälinen toiminta on vakiintunutta.

vuhakuisuuteen mutta ei yrityskokoon.

Ulkomaista toimintaa on etupäässä tuotteiden valmistukseen keskittyvissä muotoilualan yrityksissä sekä osaamisintensiivisiä palveluja myyvissä muotoilutoimistoissa. Tilastollisesti ehkä hienoinen enemmistö ulkomaista toimintaa harjoittavista yrityksistä toimii pelkästään tai pääosin tuotevalmistuksessa. Ornamon kyselyjen mukaan ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten päämarkkina-alueet löytyvät Pohjoismaista (Kuvio 8). Siellä toimintaa on ollut vajaalla kolmanneksella kyselyihin vastanneista. Muissa EU-maissa toimintaa on ollut runsaalla neljänneksellä.

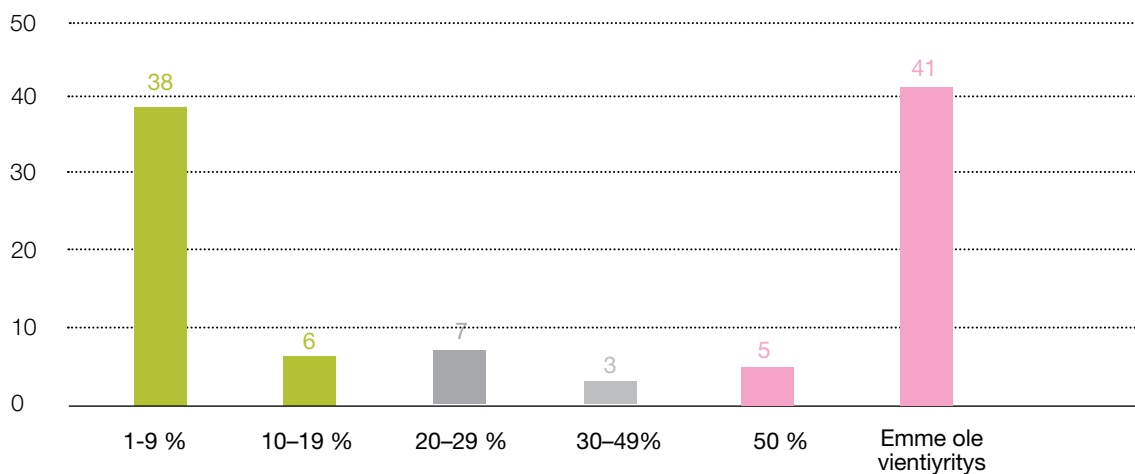
**Kuvio 6. Muotoilualan yritysten kansainvälistymistä koskevat tavoitteet 2016, prosenttia yrityksistä**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

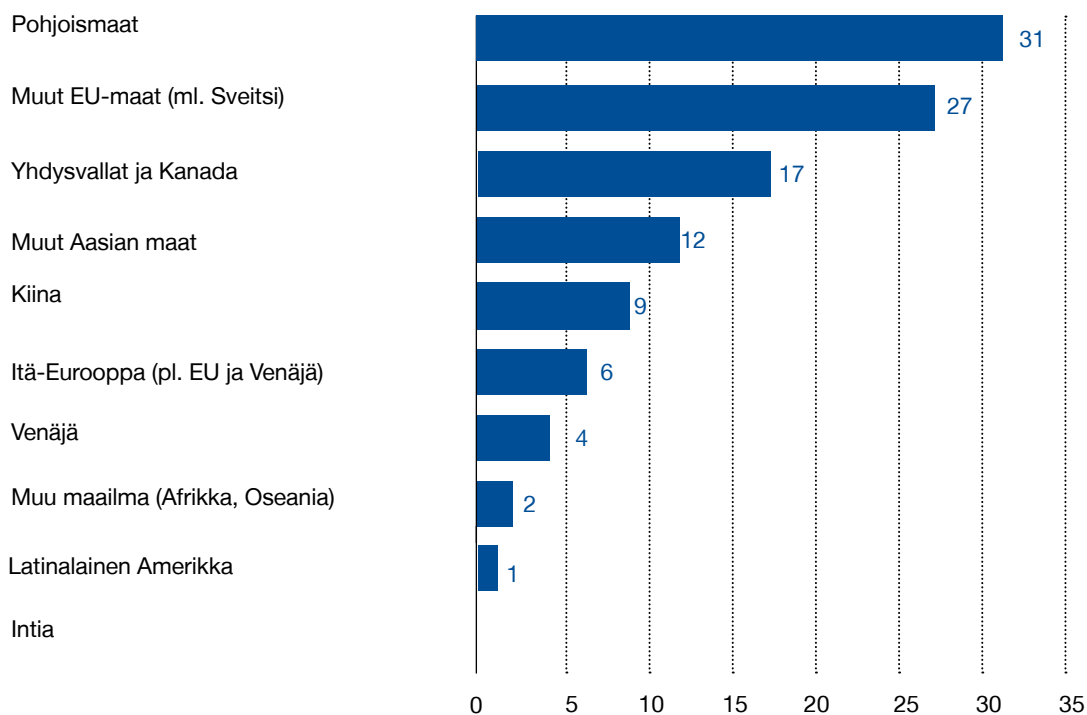
**Kuvio 7. Muotoilualan yritysten ulkomaisen toiminnan osuus liikevaihdosta 2016, prosenttia yrityksistä**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

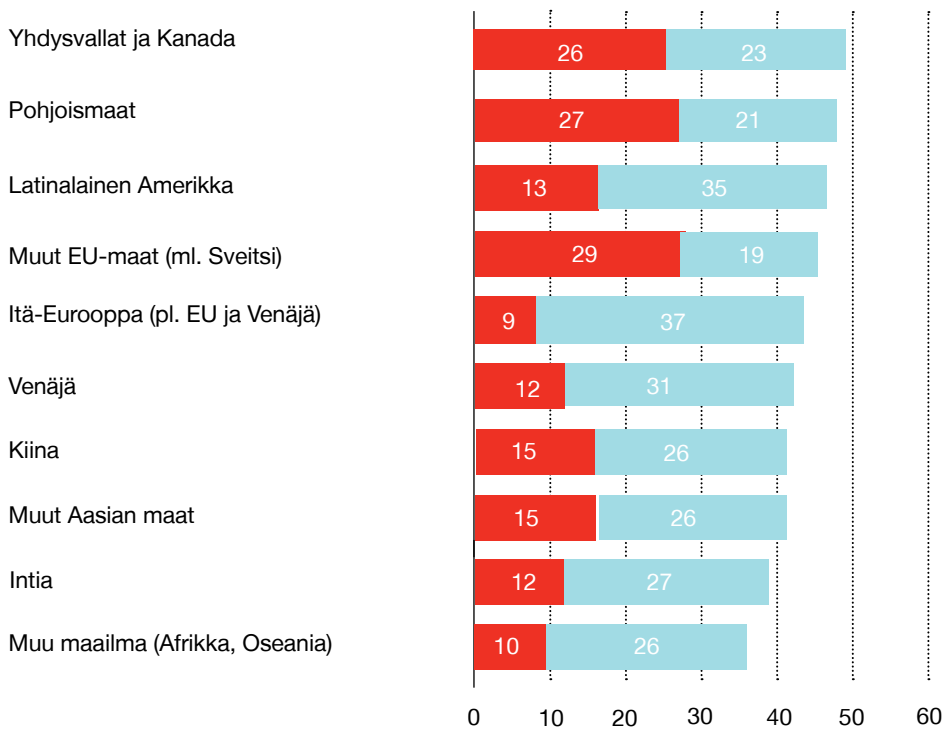
**Kuvio 8. Kansainvälistä toimintaa harjoittavien muotoilualan yritysten päämarkkina-alueet 2016, prosenttia yrityksistä**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

**Kuvio 9. Muotoilualan yritysten uudet potentiaaliset kiinnostuksen kohteet (ei toimintaa tällä hetkellä 2016) kansainvälisillä markkinoilla, prosenttia yrityksistä**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

Lähes viidennesellä muotoilualan vientiyrityksistä on ollut ulkomaista toimintaa myös Pohjois-Amerikan (Yhdysvallat ja Kanada) haasteellisilla markkinoilla. Kiinnassa toimintaa on ollut joka kymmenennellä yrityksellä samoin kuin muissa Aasian maissa. Venäjän merkitys markkina-alueena on maantieteellisestä läheisyydestä huolimatta suhteellinen vähäinen. Potentiaalisista uusista markkina-alueista, joissa ei ole vielä toimintaa, suuren kiinnostuksen kohteita ovat Pohjoismaat ja muut EU-maat sekä Pohjois-Amerikka, joka sijoittuu tässä yllättävän korkealla (Kuvio 9).

**Kansainvälistymisen edistäminen**

Ornamon vuoden 2016 suhdannetiedustelussa kysyttiin kolmea tärkeintä tapaa, joilla julkinen valta ja Ornamo järjestönä voisivat edistää muotoilualan kansainvälistymistä. Vastausten perusteella edistämistoimenpiteet on jaettu viiteen ryhmään,

joita ovat viennin ja kansainvälistymisen rahoitustuki, verkottumisen ja yritysyhteistyön edistäminen, tapahtumien ja messujen järjestäminen tai muu markkinointi sekä kansainvälistymiseen liittyvä neuvonta ja koulutus. Viidenteen ryhmään kuuluvat muut toimenpiteet, jotka eivät ole selkeästi jaoteltavissa edellisiin ryhmiin.

Muotoilualan yritykset korostivat verkottumisen ja yritysyhteistyön sekä viennin edistämisen rahoitustuen merkitystä kaikkein tärkeimpinä toimenpiteinä. Viennin edistämistapahtumien ja markkinointiavun merkitys korostuu, kun siirrytään toiseksi tai kolmanneksi tärkeimpiin keinoihin (Taulukko 3). Tarkemmin erittelemättömässä kansainvälistymisen edistämisen ryhmässä nostettiin esille holistisia ratkaisuja, joihin kuului riittävän pitkäkestoisten muotoilun vienninedistämishjelman käynnistäminen ja hallitusohjelmatasoisen selkeän muotoilustrategian laadinta.

**Taulukko 3. Muotoilualan yritysten näkemykset muotoilualan kansainvälistymisen edistämisen keinoista tärkeysjärjestyksessä 2016, prosenttia yrityksistä**

|                            | Verkottumisen ja yritysyhteistyön edistämisen, % | Viennin edistämisen rahoitustuki, % | Koulutus ja viennin edistämisen neuvonta, % | Markkinoinnin edistämisen neuvonta, % | Muut keinot, % |
|----------------------------|--|-------------------------------------|---|---------------------------------------|----------------|
| <b>Tärkein keino</b>       | <b>23,2</b>                                      | <b>21,7</b>                         | <b>18,8</b>                                 | <b>7,3</b>                            | <b>29</b>      |
| Toiseksi tärkein           | 20,4   | 18,5                                | 11,1  | 22,2                                  | 27,8           |
| Kolmanneksi tärkein        | 12,8   | 12,8                                | 21,3  | 29,8                                  | 23,1           |
| <b>Yhteensä mainintoja</b> | <b>19,4</b>                                      | <b>18,2</b>                         | <b>17,1</b>                                 | <b>18,2</b>                           | <b>27,1</b>    |

Lähde: Ornamon työmarkkinakysely 2016

© ORNAMO

#### Team Finland -verkostosta rahoitusapua

Muotoilualan kansainvälistymisessä kannattaisi hyödyntää Team Finland-verkoston kautta saatavia palveluja. Ajatus Team Finland -verkoston luomisesta sai alkunsa jo 2000-luvun alussa, mutta käytännössä merkittävät askeleet otettiin 2010-luvun alussa.<sup>8</sup> Team Finland -verkosto kokoaa yhteen yritysten kansainvälistymistä, Suomeen suuntautuvia ulkomaisia investointeja ja Suomen maakuvaa edistävää valtionrahoitteisia toimijoita ja niiden tarjoamia palveluja. Verkosto tarjoaa tietoa, työkaluja ja verkostoja suomalaisten yritysten kansainväliseen menestymiseen.

Team Finlandin perusajatuksena on, että verkostomainen toimintatapa tehostaa julkisten voimavarojen käyttöä ja parantaa palvelujen laatua. Sen ytimen muodostavat työ- ja elinkeinoministeriö, ulkoasiainministeriö, opetus- ja kulttuuriministeriö sekä näiden ohjauksessa olevat julkisrahoitteiset organisaatiot ja ulkomaiset toimipisteet (Finpro, Tekes, Finnvera, Finnfund, Finnpartnership, Teollisuussijoitus, VTT, Patentti- ja rekisterihallitus, ELY-keskukset, Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit, Suomalais-venäläinen Kauppakamari, Suomalais-ruotsalainen kauppakamari).

Keskeisiä muotoilualan yrityksille sopivia kansainvälistymisen ja viennin edistämisen julkisia rahoitustukia voivat olla esimerkiksi ELY-keskusten (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus ELY) kehittämisavustus. ELY-keskusten kehittämisavustus on tarkoitettu liiketoimintaosaamisen, kansainvälistymisen, sekä tuotteiden, palvelujen

## Rahoitusta kansainvälistymiseen on saatavilla.

ja tuotantomenetelmien kehittämiseen liittyvien hankkeiden valmistelua varten.<sup>9</sup> Avustusta haetaan ELY-keskuksesta. Sen enimmäismäärä on 50 prosenttia hankkeen kustannuksista ja se maksetaan toimenpiteiden toteuttamisen jälkeen.

Teknologian ja innovaatioiden kehittämisskeskus Tekes tarjoaa monia rahoitusvaihtoehtoja kansainväliseen toimintaan suuntautuvien yritysten käyttöön. Ne on tarkoitettu tapauksesta riippuen alle viisi vuotta toimineille startup -yrityksille tai ylipäätään pk-yrityksille.

<sup>8</sup> Vuoden 2011 hallitusohjelmaan kirjattiin tavoitteeksi taloudellisten ulkosuhteiden toiminnan vahvistaminen sekä Suomen kansainvälisten toimintojen tuominen yhteen.

<sup>9</sup> Hyväksyttäviä menoja voivat olla ulkopuoliset palvelut, palkka- ja matkakomenot, osallistuminen messuille ja näyttelyyn sekä tuotteiden kehittämiseen liittyvät raaka-aine- ja puolivalmistehankinnat.

Esimerkkejä startup -yrityksille tarkoitettua rahoitusavusta ovat Tempo-rahoitus sekä Nuorten innovatiivisten yritysten -rahoitus (NIY). Muita pk-yritysten rahoitusmuotoja ovat esimerkiksi Trade Fair -rahoitus ja Team Finland 4Exports -vientirengasrahoitus.

Tempo on avustusmuotoinen rahoitustuki alle 5-vuotiaille startup-yrityksille, jotka tähtäävät vientimarkkinoille, ja joiden tuote- tai palveluidealla on kilpailuetua valitulla markkina-alueella. Sen avulla voidaan testata liiketoimintakonseptin toimivuutta, hankkia palautetta potentiaalisilta asiakkailta, selvittää kysyntää kansainvälisillä markkinoilla ja toteuttaa ensimmäisiä demoja tai prototyyppejä. Tempo-rahoituksen määrä on enintään 50 000 euroa. Rahoitus kattaa korkeintaan 75 prosenttia hankebudjetista, joten yrityksen on varattava projektiin myös omaa rahaa.<sup>10</sup>

Nuoret innovatiiviset yritykset rahoitus NIY on tarkoitettu kaikkein lupaavimmille pienille, alle 5-vuotiaille startup-yrityksille, jotka tavoittelevat liiketoiminnan nopeaa kansainvälistä kasvua. Rahoituksen avulla yritys voi kehittää nopeasti kasvavaa liiketoimintaa kokonaisvaltaisesti. Rahoituksen saanti edellyttää, että yritys ei ole listautunut, jakanut voittoa tai syntynyt sulautumisen (fuusion) kautta. NIY-rahoituksen enimmäismäärä on 1,25 miljoonaa euroa, josta avustusta voi olla enintään 500 000 euroa ja lainamuotoista rahoitusta 750 000 euroa.<sup>11</sup>

Tekes myöntää Trade Fair -avustusta suomalaisten pk-yritysten yhteisiin kansainvälisiin messuhankkeisiin. Avustusta myönnetään vähintään neljän suomalaisen pk-yrityksen muodostamalle ryhmälle, joka osallistuu toimialansa merkittävään messutapahtumaan ulkomailla. Avustuksen suuruus voi olla enintään 50 prosenttia messuhankkeen hyväksyttävistä kustannuksista ja enintään 30 000 euroa yksittäistä yritystä kohden. Avustuksen saanti edellyttää, että yrityksillä on halua kasvaa ja kansainvälistyä sekä kannattavan vientitoiminnan edellytykset.<sup>12</sup>

Team Finland:in 4Exporters -vientirengasrahoitus on vähintään neljän pk-yrityksen yhteisille vientihankkeille suunnattu Tekesin rahoitusmuoto. Samoista markkinoista kiinnostuneille yrityksille myönnetään rahoitusta yhteisen vientipäällikön palkkaamisesta aiheutuviin kuluihin. Vientipäällikön tehtävä on nopeuttaa pääsyä uusille tai lisätä vientiä vanhoille markkina-alueille. Rahoituksen määrä on 50 prosenttia hankkeen hyväksyttävistä kustannuksista ja sitä voidaan myöntää enintään 15 000 euroa yritystä kohden, kun yritykset ovat mukana hankkeessa tasaosuuksin.

Yritykset voivat hakea lainaa Finnverasta (Finnvera Oyj) tilanteessa, jossa rahoitus ei syystä tai toisesta ole järjestynyt markkinaehtoisilta rahoittajilta. Lainalla ei voi pääsääntöisesti rahoittaa koko hanketta, vaan yleensä Finnvera jakaa rahoitukseen sisältyvää riskiä muiden rahoittajien kanssa. Yritykset voivat käyttää lainaa esimerkiksi kone-, laite- tai rakennusinvestointeihin, käyttöpääomatarpeiden ja erilaisten yritysjärjestelyjen rahoittamiseen. Erityisin perustein voidaan rahoittaa myös suomalaisen yrityksen ulkomailla tapahtuvaa liiketoimintaa.

Finnfund tarjoaa pitkäaikaista rahoitusta suomalaisyritysten tai niiden kumppaneiden perustamis- tai laajennusinvestointeihin kehitysmaissa ja Venäjällä. Rahoitusinstrumentteja ovat osakepääoma, investointilaina, pääomalaina tai muu välirahoitus ja takaus. Yritys hyötyy Finnfundin rahoituksesta siten, että se saa riskirahoitusta kehitysmää hankkeisiin ilman suomalaisen osapuolen takausta. Yritys hyötyy Finnfundin kontaktiverkosta kehitysmaissa toimimisesta. Rahoitus on kuitenkin markkinaehtoista ja yksityiskohdat soviin hankekohtaisesti.

Suomessa myös Finnpartnership myöntää rahallista tukea kehitysmaihin suuntautuvien hankkeiden kuten esimerkiksi tytär-/yhteisyrityksen perustamisen, alihankinnan, lisensoinnin, ja ammattikoulutuksen suunnitteluvaiheisiin. Tavoitteena on lisätä suomalaisten ja kehitysmaiden yritysten ja muiden liiketoimintaa harjoittavien toimijoiden yhteisiä hankkeita tavalla, joka synnyttää myönteistä kehitystä kohdemaassa. Finnpartnership -rahoituksen avulla yrityksellä on paremmat mahdollisuudet selvittää liiketoimintansa mahdollisuuksia kehitysmaissa. 🔄

10 Tekes maksaa osan Tempo-rahoituksesta ennakkona rahoituspäätöksen jälkeen. Loppuosa Tekesin rahoituksesta maksetaan projektin päätyttyä raportoitujen toteutuneiden kustannusten perusteella.

11 NIY-rahoituksen piiriin pääsevät vain nopeaan skautumiseen tähtäävät startup-yritykset, joilla on näyttöä kasvavasta liiketoiminnasta. Rahoitusta myönnetään vähintään kolmessa jaksossa, 75 prosenttia projektille hyväksyttävistä kustannuksista. Ensimmäisen jakson rahoitus on 250 000 euroa avustusta ja kesto 6–12 kuukautta.

12 Pääsääntöisesti Trade Fair avustusta myönnetään vain business-to-business -tapahtumiin.



# 3 Kehittämisen tärkeimmät osa-alueet

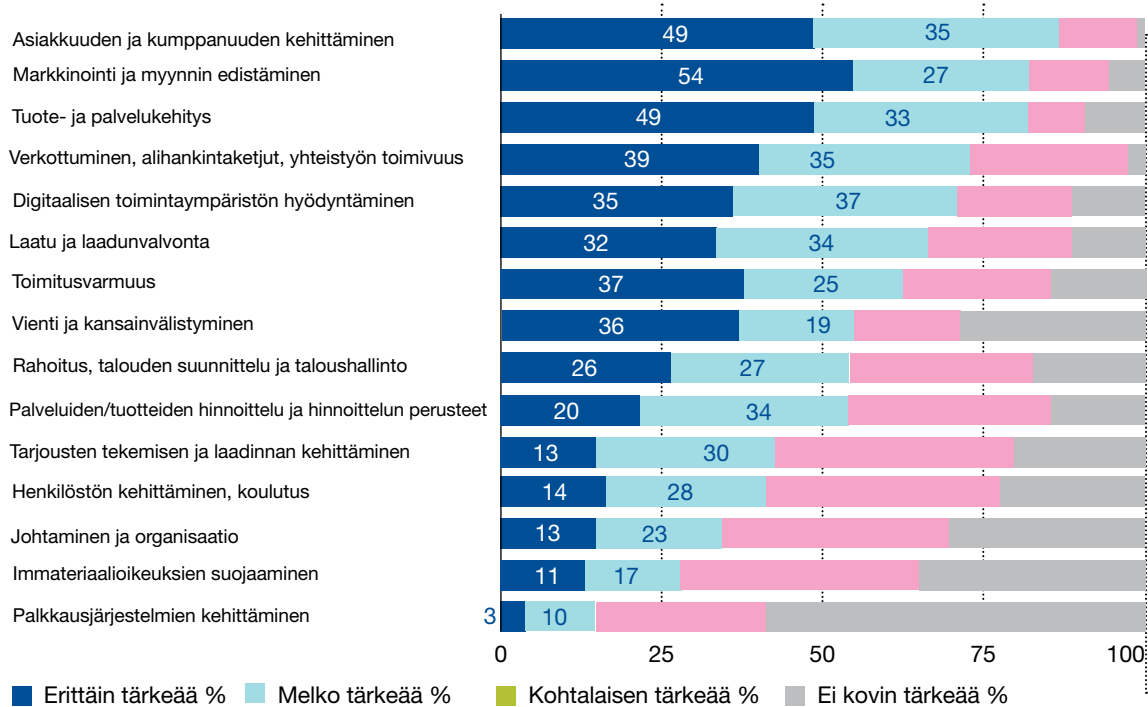
Ornamon kyselyjen mukaan muotoilualan yritykset korostivat oman toiminnan kehittämisessä toimenpiteitä, jotka koskevat asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä, markkinoinnin ja myynnin edistämistä, tuote- ja palvelukehitystä, verkottumista ja yritysytistyön toimivuutta ja digitaalista toimintaympäristöä. Myös vienti ja kansainvälistyminen on kasvattanut merkitystään. Laatu ja laadunvalvonta, toimitusvarmuus, palvelujen ja tuotteiden hinnoittelu ja hinnoitteluperusteet eivät olleet nyt suhteellisesti yhtä korkealla sijalla kuin vuonna 2015.

Henkilöstön kehittäminen ja koulutus, palkkausjärjestelmien parantaminen ja johtaminen, ja organisaation parantaminen eivät ole keskeisiä kehittämiskohteita ilmeisesti siksi, että suuri osa kyselyihin vastanneista oli yksinyrittäjiä eikä työntantajayrityksiä (Kuvio 10). Enemmän huomiota

herättää se, että immateriaalioikeuksien suojausta ei katsottu tärkeäksi kehittämiskohteeksi. Silti muotoilualan yrityksen toiminta perustuu luovuuteen, eli kykyyn tuottaa ideoita tai taitoon tehdä niistä tuotteita, mutta uudet ideat voivat levitä nopeasti ilman minkäänlaista suojausta.

Aineettomien oikeuksien suojaamiseen liittyvä käsite on IPR (Intellectual Property Rights), millä tarkoitetaan yhteiskunnan myöntämiä aineettomia oikeuksia tai immateriaalioikeuksia. Käytännössä aineettomien oikeuksien suojauksella ymmärretään muun muassa patenteja sekä hyödyllisyysmallioikeuden (esineen muoto / rakenne keksintönä), mallioikeuden ja tavaramerkkioikeuden rekisteröintiä. Näiden lisäksi on aineettomia oikeuksia, jotka saavat automaattisen suojauksen (automaattiset tekijänoikeuden / lähioikeuden kopiointi- ja julkistuskiellot).

**Kuvio 10. Muotoilualan yritysten tärkeimmät oman toiminnan kehittämisen kohteet 2016**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

## Ulkoiset kehittämiskohteet

Yrityksen ulkoisella toimintaympäristöllä tarkoitetaan kilpailutekijöitä, joihin yksittäisen yrityksen omilla kehittämistoimenpiteillä on mahdollonta tai vaikea vaikuttaa. Ulkoinen toimintaympäristö ja sen kehittäminen on etupäässä julkisen keskusvallan ja paikallishallinnon edustajien ja poliittisen päätöksentekijöiden varassa. Maassa vallitseva hyvä oikeudellinen kehys, yleinen turvallisuus, markkinoilla valitseva kilpailu- ja tasapuolisuus, tehokkaasti ja tasapuolisesti toimiva julkinen virkamieskoneisto ovat yritysystävällisen toimintaympäristön tunnusmerkkejä.

Ornamon vuosien 2015-16 suhdannekyselyissä ei tiedusteltu muotoilualan liittyviä ulkoisia kehittämiskohteita, sillä niitä tiedusteltiin vuonna 2014. Silloin yritykset näkivät eniten kielteisiä asioita verotuksessa, julkisten hankintojen toimivuudessa ja julkisten yrityspalvelujen laadussa ja tarkoituksenmukaisuudessa. Myös yritysrahoituksen saatavuudessa ja ehdoissa on ongelmia, mikä voi johtua rahoituslaitosten varovaisuudesta. Joidenkin asiantuntijoiden mukaan kyse ei ole rahoituksen saatavuuden ongelmista, vaan hyvien liikeideoiden puutteesta.

## Uusi hankintalaki parantaa pk-yritysten asemaa

Julkisten hankintojen pelisäännöt ovat olleet mielenkiinnon kohteina siksi, että julkisyhteisöt ovat erittäin tai melko tärkeitä 50 prosentille muotoilualan yrityksistä.<sup>13</sup> Vuoden 2016 kyselyjen mukaan yli 40 prosenttia vastanneista myös ennakoivat, että julkiset hankinnat lisääntyvät ainakin hieman seuraavan vuoden aikana. Osuus oli edellisen kerran yhtä suuri vuonna 2013. Suomen hankintalaki on myös uudistumassa kuluvaan vuoteen. Uudistus on lykkääntynyt, mutta hallituksen esitys Eduskunnalle on nyt annettu ja uudet säännökset tulevat voimaan loppuvuonna 2016.<sup>14</sup>

Säännösmuutoksilla halutaan parantaa erityisesti pk-yritysten osallistumismahdollisuuksia julkisiin hankintoihin, sillä pk-yritysten pahin ongelma on ollut hankintojen keskittyminen isoille toimijoille. Tähän päästään, kun suuret hankinnat on jaettava osiin, jotta pk-yritysten olisi helpompi osallistua erikokoisiin julkisiin hankintoihin. Samalla asetetaan rajoituksia taloudellisille vaatimuksille, joita tarjoajilta voidaan edellyttää. Esimerkiksi tarjoajalta edellytettävä liikevaihtovaatimus voi olla jatkossa korkeintaan kaksi kertaa hankinnan arvo. Näitä määräyksiä ei ollut aiemmin.

Hankintalain uusiksi kansalliseksi kynnysarvoksi on esitetty 60 000 euroa tavara- ja palveluhankinnoissa, 100 000 euroa eräissä koulutuspalveluissa ja 150 000 euroa rakennusurakoissa.

Tavara- ja palveluhankintojen kynnysarvot siis kaksinkertaistuvat. Sosiaali- ja terveystieteiden kynnysarvoksi ehdotetaan 400 000 euroa ja eräiden muiden palveluhankintojen kynnysarvoksi 300 000 euroa. Julkisia käyttöoikeus sopimuksia<sup>15</sup> koskevaksi kynnysarvoksi esitetään 500 000 euroa. Kansallisia kynnysarvoja pienemmät hankinnat jäävät hankintalain soveltamisalan ulkopuolelle.

Hankintamenettelyjä koskevia säännöksiä yksinkertaistetaan, selkeytetään ja tehdään nykyistä joustavammaksi. Samalla neuvotteluja sisältävien menettelyjen kulkua ohjaavat säännöt tulevat nykyistä täsmällisemmiksi ja niissä varmistettaisiin aiempaa paremmin tarjoajien tasapuolinen kohtelu. Kansallisten menettelyiden keventämisen yksi keskeinen tavoite on pk-yritysten aseman parantaminen. Kun menettelyt yksinkertaistuvat ja niiden joustavuus lisääntyy, voivat hankintayksiköt ottaa nykyistä tehokkaammin huomioon pienten tarjoajayritysten olosuhteet.

Muotoilualan yritysten kannalta on mielenkiintoista, että hallituksen esityksessä ehdotetaan kahden uuden hankintamenettelyn luomista. Niistä toisessa eli niin sanotussa innovaatiokumppanuudessa hankintayksikkö pyrkii edistämään innovaatioiden kehittämistä ja käyttöönottoa neuvottelemalla menettelyyn valittujen kumppanien kanssa hankinnan tarkemmista ehdoista. Hankintayksikön ei tarvitse myöskään järjestää tarjouskilpailua tuotekehityksen perusteella tehtävästä hankinnasta, jos se tehdään tuotekehityksen tai idean kilpailutukseen osallistuneelta tarjoajalta.<sup>16</sup>

Tarjoajien valintaa koskevaa systematiikkaa muutetaan siten, että tarjouksen valintaperusteena olisi aina kokonaistaloudellinen edullisuus. Kokonaistaloudellisen edullisuuden perusteena olisi jatkossa joko halvin hinta tai kustannuksiltaan edullisin tai hinta-laatusuhteeltaan paras ratkaisu. Hinta-laatusuhteen arvioinnissa voitaisiin käyttää vertailuperusteita, joita asetettaessa on mahdollista ottaa huomioon hankinnan kohteeseen liitty-

13 Ks. Muotoilualan yritysten suhdanne- ja toimialaraportti 2013, Helsinki 2014..

14 Ks. Hallituksen esitys Eduskunnalle HE 108/2016 vp..

15 Käyttöoikeussopimuksella eli palvelukonsessioilla tarkoitetaan määritelmän mukaan muuten samanlaista sopimusta kuin palveluhankintasopimus, mutta palvelujen vastikkeena on joko oikeus hyödyntää palvelua tai tällainen oikeus ja maksu yhdessä. Käyttöoikeussopimuksen vastikkeena voi siten olla esimerkiksi oikeus periä maksuja palveluja käyttäviltä asiakkailta..

viä yhteiskunnallisia, ympäristö- ja sosiaalisia aspekteja. Saapuneita tarjouksia voitaisiin aiempaa enemmän myös täsmentää ja täydentää.

#### Yrittäjävähennys käyttöön vuonna 2017

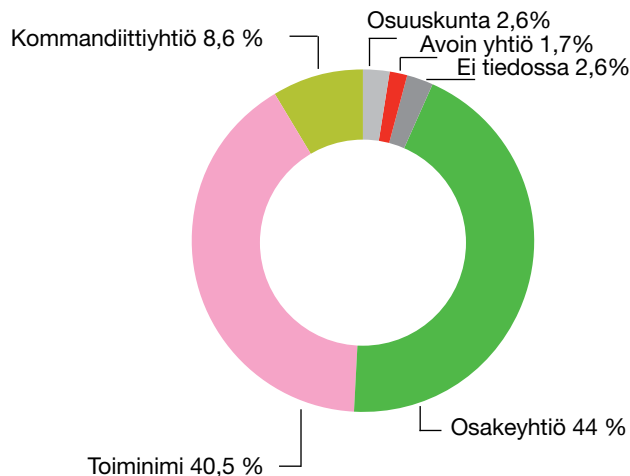
Suomessa yhteisöt, kuten osakeyhtiöt ja osuuskunnat ovat maksaneet tuloveroa niiden veronalaisten tulojen ja vähennyskelpoisten menojen erotuksena laskettavasta voitosta 20 prosentin verokannan mukaan vuodesta 2014 lukien. Yhteisöverotus on keventynyt 10 viime vuoden aikana kuusi prosenttiyksikköä, ja se on nykyään alle EU-maiden aritmeettisen keskiarvon (21,87 %). Muotoilualan yrityksistä kuitenkin noin 50 prosenttia on kyselyjen mukaan yksityisiä toiminimiä ja henkilöyhtiöitä,<sup>17</sup> jotka eivät ole hyötynet yhteisöveron laskusta (Kuvio 11).

Toiminimiyrittäjiä ja henkilöyhtiöiden yhtiömiehiä verotetaan ansiotuloverotuksen mukaan sen jälkeen, kun tuloista on vähennetty pääomatulon osuus. Jos yrittäjällä ei ole palkattua työ-

voimaa ja on vähän käyttöomaisuutta, tuloja verotetaan lähinnä ansiotuloverotuksen mukaan, vaikka yrittäjä kantaa täyden riskin toiminnastaan. Siksi pelkät palkkaverotuksen pienet kevennykset eivät riitä yrittäjille. Suomen hallitus esitti jo hallitusohjelmassaan yrittäjille viiden prosentin ylimääräistä yrittäjävähennystä, mutta ne tulevat voimaan vasta vuoden 2017 alusta lukien.<sup>18</sup>

Ylipäätään tavoitteena tulisi olla mahdollisimman yksinkertainen, tasapuolinen ja neutraali verojärjestelmä, jossa investoinnit toteutetaan kannustavassa toimintaympäristössä puhtaasti liiketaloudellisin perustein. Yksinkertainen verojärjestelmä vähentää verosuunnittelun tarvetta, lisää ennustettavuutta ja veronmaksajien tasa-arvoisuutta, mahdollistaa verotusta vääristävien vähennysten karsimisen ja vähentää yritysten ja verotukien tarvetta. Pitkällä aikavälillä yksinkertainen ja selkeä verojärjestelmä pitää verorasituksen parhaiten kohtuullisena ja kilpailukyisenä.

**Kuvio 11. Muotoilualan vuoden 2016 suhdannekyselyihin vastanneet yritykset yritysmuodon mukaan, prosenttia yrityksistä**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

16 Toisessa uudessa menettelyssä eli sähköisten luettelojen kautta hankintayksiköt voivat joustavasti poimia puitejärjestelyissä ja dynaamisissa hankintajärjestelmissä haluamiaan tuotteita tarjoajien toimittamista laajoista nimikeluetteloista.

17 Henkilöyhtiöitä ovat kommandiittiyhtiöt (Ky) ja avoimen yhtiöt (Ay).

18 Yrittäjävähennys on lykkääntynyt alkuperäisestä aikataulustaan, sillä sen piti tulla voimaan jo vuoden 2016 alusta. Suomen Yrittäjien esittämien arvioiden mukaan viiden prosentin yrittäjävähennys koskee noin 130 000 yrittäjää.

### Arvonlisäverotuksen alarajat nousivat

Tilikauden liikevaihdon perusteella laskettavan arvonlisävelvollisen toiminnan alarajaa nostettiin jo vuoden 2016 alusta 10 000 euroon. Jos alaraja ylittyy tai jos yritys on merkitty arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, yrityksen on suoritettava veroa kaikesta tilikauden myynnistä yleisten sääntöjen mukaan. Arvonlisäverovelvollisuuden alarajaa koskevan verohuojennuksen yläraja nousi samanaikaisesti 22 500 eurosta 30 000 euroon, eli pienyritysten tilittävä vero nousee täyteen määrään vasta 30 000 euron tilikausittaisella liikevaihdolla.<sup>19</sup>

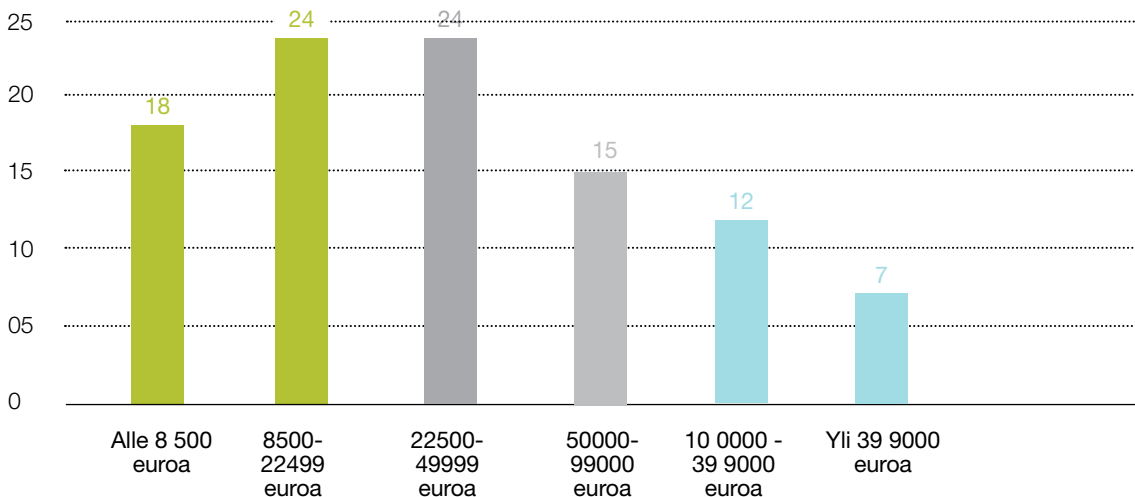
Arvonlisäveron alarajan nostamista on perusteltu sillä, että arvonlisäverotus on kuluttajamarkkinoilla toimiville yrityksille liian korkea, koska kysymys on lähinnä työn verottamisesta. Toteutetut uudistukset eivät välttämättä palvele päätoimisia yrittäjiä, vaan ne suosivat lähinnä sivutoimisia ja osa-aikayrittäjiä, joita on Suomessa tosin yli 100 000.<sup>20</sup>

### Hallituksen yrittäjyyspaketti

Suomen hallituksen tavoitteena on nostaa hallituskauden aikana työllisyysaste eli työllisten osuus työikäisistä 72 prosenttiin, luoda 110 000 uutta työpaikkaa ja pysäyttää velkaantumisen. Pelkästään kesäkuussa 2016 sovitun kilpailukykysojimuksen toivotaan luovan 35 000–40 000 työpaikkaa. Hallitusohjelmassa mainittujen tavoitteiden saavuttamiseksi hallitus on päättänyt panostaa mikro- ja pienyrittäjyyden tukemiseen. Esimerkiksi yksinyrittäjien tukipaketilla madalletaan kynnystä ensimmäisen työntekijän palkkaamiselle palkkatuella, starttirahalla tai muulla kannustimella.

Myös työsopimuslakiin ehdotetulla muutoksella, minkä mukaan työntekijän koeaikaa pidennetään kuuteen kuukauteen, voidaan helpottaa työllistämistä. Samaa pyritään sillä, että pitkäaikaistyöttömän voisi jatkossa palkata määräaikaiseen työsuhteeseen ilman erityistä perustellun syyn vaatimusta. Lisäksi työttömyysturvajärjestelmään on

**Kuvio 12. Muotoilualan vuoden 2016 suhdannekyselyihin vastanneet yritykset liikevaihdon suuruusluokan mukaan, prosenttia yrityksistä**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

19 Niin sanottua liukuvaa alarajahuojennusta sovelletaan jatkossa silloin, kun yrityksen liikevaihto ylittää verollisen toiminnan 10 000 euron alarajan, mutta on alle 30 000 euroa. Jos liikevaihto kertyy vähintään 10 000 euroa, mutta alle 30 000 euroa, maksettavaa arvonlisäveroa huojennetaan osittain. Huojennuksen määrä lasketaan seuraavalla laskukaavalla:  $\text{vero} - ((\text{liikevaihto} - 10\,000 \text{ euroa}) \times \text{vero}) / 20\,000 \text{ euroa}$ .

20 Työ- ja elinkeinoministeriö: Yrittäjyyskatsaus 2012, TEM:n julkaisuja 46/2012, Helsinki 2012.

---

tulossa muutoksia, jotka kannustaisivat itsensä työllistämiseen. Esimerkiksi sivutoiminen yrittäminen, mikä nykykäytännön mukaan voi olla hyvin hankalaa, halutaan tehdä työttömälle nykyistä helpommaksi.

Muotoilualan yritysten näkökulmasta kiinnostavaa on se, että pienet yritykset voisivat hankkia jatkossa omiin tarpeisiinsa parasta mahdollista ulkopuolista asiantuntemusta ja apua innovaatio-asetelillä. Innovaatiopankki vauhdittaa innovaatioiden ja patenttien parempaa hyödyntämistä ja kaupallistamista. Se tuo yhteen tutkimuslähtöisten ideoiden tuottajat ja uusien ratkaisujen hyödyntäjät. Myös ulkomaalaisten erityisasiantuntijoiden palkkaamista helpotetaan ja heille tehdään mahdolliseksi oleskeluluvan myöntäminen startup-yrittäjyyden perusteella. 🇺🇸

# 4 Yleinen talouskehitys

## Kansantalous loivassa kasvussa

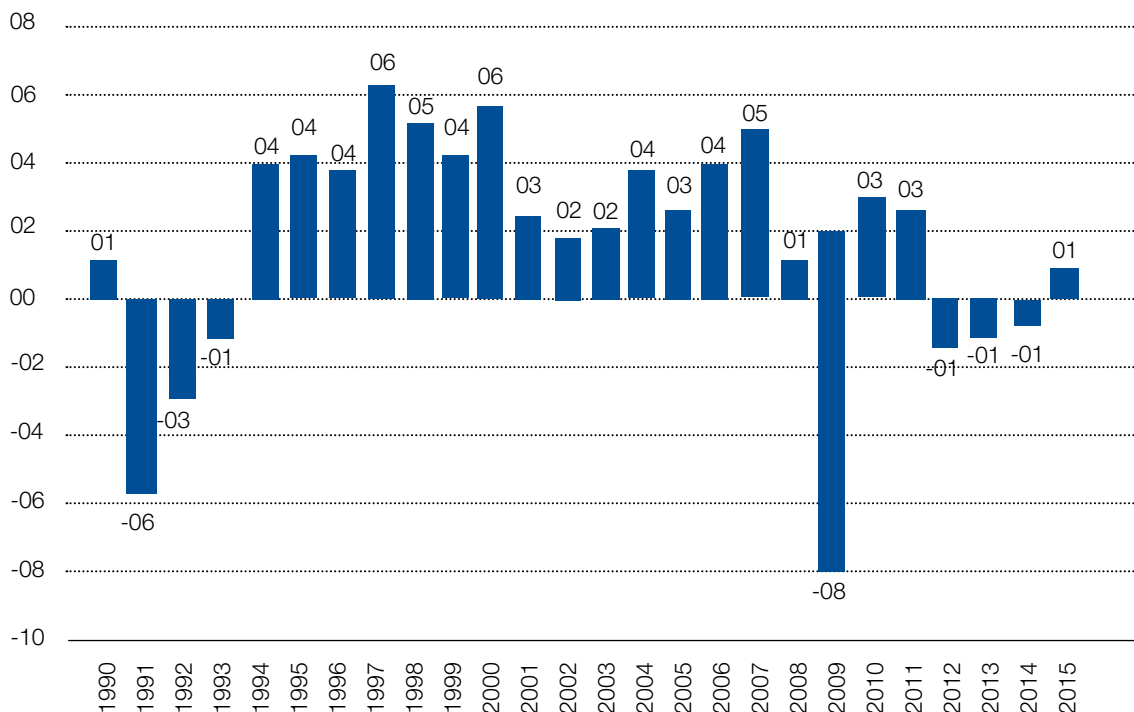
Tilastokeskuksen kansantalouden tilinpidon mukaan Suomen bruttokansantuote bkt supistui määrällisesti kolme vuotta peräkkäin, mutta nousi 0,5 prosenttia vuonna 2015. Nimellisesti Suomen bruttokansantuote bkt oli 207 miljardia euroa vuonna 2015 (Kuvio 13). Lähivuosina ei silti ole odotettavissa merkittävää kasvua. Suomen Pankin joulukuun 2015 talousennusteen mukaan bkt:n ennakoidaan kasvavan vain 0,7–1,0 prosenttia vuosina 2016–17. Kasvu perustuu kotimaisen kysynnän varaan, sillä ulkomaankaupasta ei saada juurikaan vetoapua lähivuosina.

Huolestuttavinta Suomen talustilanteessa on, että euroalueen talous on lähtenyt varovaiseen nousuun, mutta maamme talouskasvu on polkenut suurin piirtein paikoillaan 2010-luvulla. Vuonna 2016 euroalueen talouskasvuksi ennustetaan 1,7 prosenttia, mutta ensi vuonna päästään en-

nusteiden mukaan jopa 1,9 prosentin kasvuun.<sup>21</sup> Euroaluetta nopeampaa kasvua ovat osoittaneet tosin euroalueen ulkopuoliset EU-maat Britannia, Ruotsi, Puola, Romania ja Unkari. Myös maailmantalous on kasvanut 2010-luvulla 3,0–4,0 prosentin keskimääräistä vuosivauhtia.

Euroalueen varovaista talouskasvua on edesauttanut Euroopan keskuspankin Ekp:n massiivinen maaliskuussa 2015 alkanut elvytysohjelma, jonka aikana Ekp ostaa markkinoilta valtion ja valtiosidonnaisten laitosten joukkovelkakirjoja. Ostojen tarkoituksena on lisätä rahan määrää euroalueella. Tämä tarkoittaa käytännössä setelielvytystä, mikä edelleen kiihdyttäisi euroalueen talouskasvua, lisäksi luotonantoa ja hillitsisi deflaatiota. Sen oheisvaikutuksena euron ulkoinen arvo heikkenee, mikä lisää euroalueella toimivien yritysten kilpailukykyä ja liikevaihtoa.

Kuvio 13. Bruttokansantuotteen määrän kehitys 1990–2015, prosenttia



Lähde: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus

© ORNAMO

Elvytyksen piti kestää alustavien suunnitelmiin mukaan syyskuuhun 2016 saakka, mutta Ekp:n massiivisesta joukkovelkakirjojen osto-ohjelmasta huolimatta euroalueella on yhä korkea työttömyys ja melko hidaskasvu. Maaliskuussa 2016 tehdyllä päätöksellään Ekp onkin päättänyt pidentää osto-ohjelmaa maaliskuuhun 2017 asti ja nostaa kuukausittaisten ostojen määrän 60 miljardista eurosta 80 miljardiin euroon. Ekp käynnistää myös yrityssektorin velkapapereiden osto-ohjelman, millä halutaan vahvistaa omaisuuserien ostojen vaikutusta reaalityömarkkinoille.

Ekp:n rahapolitiikka on luonut Eurooppaan matalan koron ympäristön. Ohjaukorko, jolla keskuspankki määrittää sen, millä korolla liikepankit saavat edullisimmillaan lainaa keskuspankista, on nyt nolla prosenttia.<sup>22</sup> Talletuskorko on sen sijaan -0,40 prosenttia. Talletuskorolla tarkoitetaan korkoa, jonka liikepankit saavat talletuksistaan keskuspankkiin. Negatiivisella talletuskorolla Ekp haluaa vaikuttaa siihen, että keskuspankkitalletusten asemasta liikepankit myöntäisivät luottoja yrityksille ja kotitalouksille. Maksuvalmiuslainojen korko on puolestaan 0,25 prosenttia.<sup>23</sup>

Suomi ei ole kuitenkaan päässyt kasvuun edes sinä aikana, kun maailmantalous on kehittynyt suotuisasti ja öljyn hinta on laskenut. Tilanne voi kärjistyä, kun maailmantalouden kasvuvauhti on nyt hidastumassa. Euron heikkeneminen ei ole myöskään edesauttanut sanottavasti Suomen viennin, sillä Suomelle tärkeiden euroalueen ulkopuolisten maiden Ruotsin kruunun ja Venäjän ruplan valuuttakurssit ovat heikentyneet euroa vastaan. Venäjän kauppaa vaikeuttavat myös Ukrainan kriisin johdosta syntyneet länsimaiden talouspakotteet ja Venäjän vastapakteet.

Suomen kilpailukyky on rapautunut muita euroomaita vastaan koko 2000-luvun ajan, mikä johtuu hinta- ja kustannustason kilpailijamaita no-

## Rakenteelliset kilpailukykyongelmat ovat jääneet vähälle huomiolle.

peammasta noususta ja hitaasta tuottavuuden kasvusta.<sup>24</sup> Kilpailukykyä ovat heikentäneet esimerkiksi teollisuuden korkeat työvoimakustannukset samoin kuin yleinen hintatason nousu, joka on ollut Suomessa reippaampaa kuin monissa tärkeissä euroalueen vientimaissa. Asiaa voidaan mitata Suomen reaalisella kauppapainotetulla valuuttakurssilla, jonka mukaan maamme euro on itse asiassa vahvistunut viime vuosina.<sup>25</sup>

Poliittisesti Brexit on EU-projektin kannalta dramaattinen uusi takaisku, mutta sen taloudelliset vaikutukset riippuvat pitkällä aikavälillä siitä, kuinka sivistyneesti asioista pystytään sopimaan Britannian uuden hallituksen ja EU:n välillä. Brexit korostaa Suomen omien toimien tarpeellisuutta uudistaa taloutta ja huolehtia kilpailukykyä, minkä lisäksi se voi olla alkusysäys uudelle Suomen kannalta aiempaa dynaamisemmalle järjestelmälle.

Suomen hallitus on tavoitellut kesästä 2015 lukien yhteiskuntasopimusta, millä voitaisiin alen-  
taa yksikkötyökustannuksia viidellä prosentilla ja parantaa maamme kilpailukykyä. Työmarkkinoiden keskusjärjestöt pääsivät helmi-maaliskuussa 2016 alustavaan sopuun kilpailukykyso-  
pimuksista, jonka tulokset vahvistettiin liittojen neuvottelu-

21 Ripeintä euroalueen kasvu on Irlannissa (4,5 %). Alankomaissa ja Espanjassa bkt kohoaa 2–3 prosenttia ja Saksassa vajeat kaksi prosenttia. Ranskassa, Italiassa ja Belgiassa talous kasvaa runsaan prosentin.

22 Ohjaukorko vaikuttaa edelleen euriboreihin, eli korkoihin, joilla liikepankit tarjoavat vakuudetonta lainaa toisilleen. Euriborit ovat yleisiä asuntolainojen viitekorkoja.

23 Maksuvalmiuslaina on laina, jota liikepankit voivat saada kansallisesta keskuspankista vakuutta vastaan yön yli.

24 Asiantuntijoiden mukaan kustannuskilpailukyky on heikentynyt keskimäärin 10–15 prosenttia keskeisiin kilpailijamaitiin nähden, kun sitä arvioidaan koko kansantalouden työ-  
kustannusten tasolla.

25 Reaalinen kauppapainotettu valuuttakurssi ottaa huomioon nimellisen valuuttakurssin lisäksi maan kustannustason muutoksen ja vertaa sitä kauppakumppaneiden kustannustason ja valuuttakurssin muutoksiin. Tämän mukaisesti esimerkiksi Saksan euro ei ole sama kuin Suomen euro, sillä Suomen hintatason muutos poikkeaa Saksan hintatason muutoksesta ja Suomen kauppakumppanit eroavat Saksan kauppakumppaneista.

kierroksella kesäkuussa. Sopimuspakettiin kuuluu paikallisen sopimisen edistäminen, yksikkötyökustannusten alentaminen pienentämällä välillisiä työvoimakustannuksia ja lisäämällä keskimääräistä työaika nostamatta palkkoja.

### Rakenteelliset kilpailukyongelmat

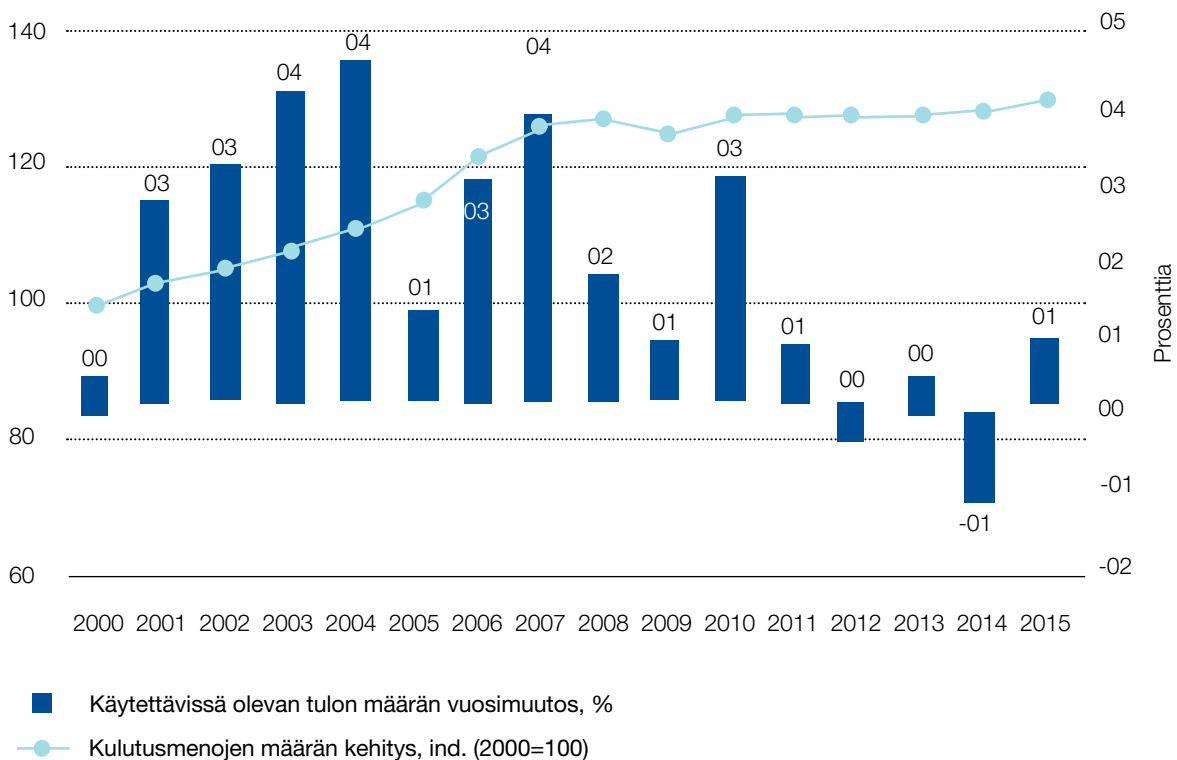
Suomen kilpailukykyä koskevissa keskusteluissa puutteena on ollut se, että niissä on keskitytty kustannus- tai kannattavuusongelmiin. Rakenteelliset kilpailukyongelmat ovat jääneet vähälle huomiolle. Ne näkyvät kehnona liiketoimintaosaimisena, modernin teknologian, kuten digitaalisen toimintaympäristön liian vähäisenä hyödyntämisenä tai työn johtamiseen ja organisointiin liittyvinä puutteina. Ongelmista kertoo se, että normaali työaika ei tahdo riittää työtehtävien suorittamiseen, minkä tuloksena tingitään työn laadusta tai työpaikoilla tehdään koko ajan ylitöitä.

Ylipäätään heikkoon tuottavuuteen tai työn laatuun liittyviä haasteita ei voida hoitaa työmarkkinajärjestöjen ja hallituksen kilpailukyypaketeil-

la, elleivät toimintatavat työpaikoilla muutu. Työskentelyolosuhteita kuvaavien työmarkkinatutkimusten pohjalta voidaan todeta, että työviikon pidentäminen vain vähentäisi nykyinen tuottavuutta. Lyhyellä aikavälillä työvoimakustannusten alentaminen saattaa johtaa jopa siihen, että tehottomat yritykset vain jatkavat toimintaansa, mikä hidastaa yrityskannan luonnollista vaihtuvuutta eli luovaa tuhoa.

Tehottomuusongelmat on ratkaistava työpaikatasolla. Työorganisaatioiden keskimääräistä tehokkuutta voidaan nostaa jopa 30 prosenttia. Erilaista sähläystä työpaikalla ei voida täysin poistaa, mutta sen puolittaminen tulisi asettaa ykköstavoitteeksi. Avainasemassa ovat yrityksen johto ja esimiehet. Johtamisen ja työnorganisoinnin parantaminen työpaikoilla sekä yritysjohdon ja esimiesten kouluttaminen voisi olla nopea ja kustannustehokas tapa yritysten kilpailukyyn kohentamisessa. Joskus kilpailukyloikkaan päästään vain yritysjohtoa tai esimiehiä vaihtamalla.

**Kuvio 14. Kotitalouksien kulutusmenojen ja käytettävissä olevien tulojen määrän kehitys 2000–15**

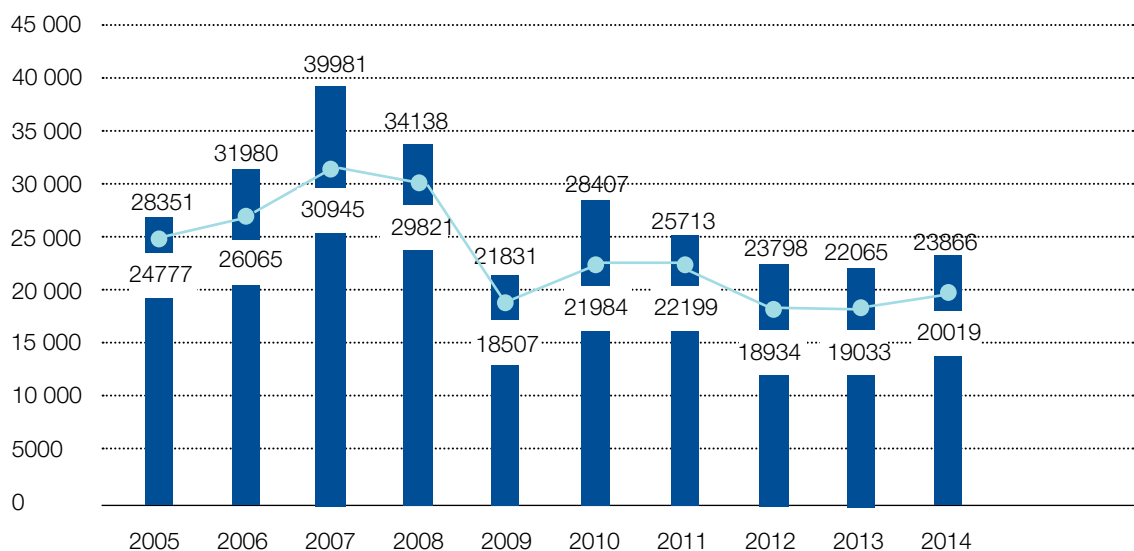


Lähde: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus

© ORNAMO



**Kuvio 15. Yritysten toimintaylijäämän ja yrittäjätulon nimellinen kehitys 2005–2014, miljoonaa euroa**



Lähde: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus

© ORNAMO

### Kokonaiskysynnän komponentit

Kansantalouden kysyntä koostuu yksityisistä ja julkisista kulutusmenoista, investoinneista ja vientikysynnästä. Kysyntää ovat ylläpitäneet viime vuosina lähinnä yksityiset kulutusmenot, mutta ne kasvoivat kansantalouden tilinpidon mukaan reaalisesti vain 1,4 prosenttia vuonna 2015.

Yksityisten kulutusmenojen kasvua on hillinnyt kotitalouksien reaalitulojen heikko kehitys vuosina 2012–15. Kokonaisuudessaan kotitalouksien käytettävissä oleva nettotulo kohosi reaalisesti yhden prosentin vuonna 2015. Oikaistu reaalitulo kasvoi puolestaan 0,6 prosenttia.<sup>26</sup>

Osuuspankkiryhmän ja Danske Bankin aktiivisesti markkinoima asuntolainojen vuoden lyhenysvapaa antoi pienen ylimääräisen elvytysruiskeen yksityiseen kulutukseen vuonna 2015, sillä pankkien tarjokseen on tarttunut kymmeniä tuhansia asuntovelallisia. Asiantuntijoiden lyhenysvapaaat vuodet voivat merkitä arvaamattomia riskejä pankeille, sillä niiden aikana pankki ei saa todellista kuvaa asiakkaan lainahoitokyvyn kehi-

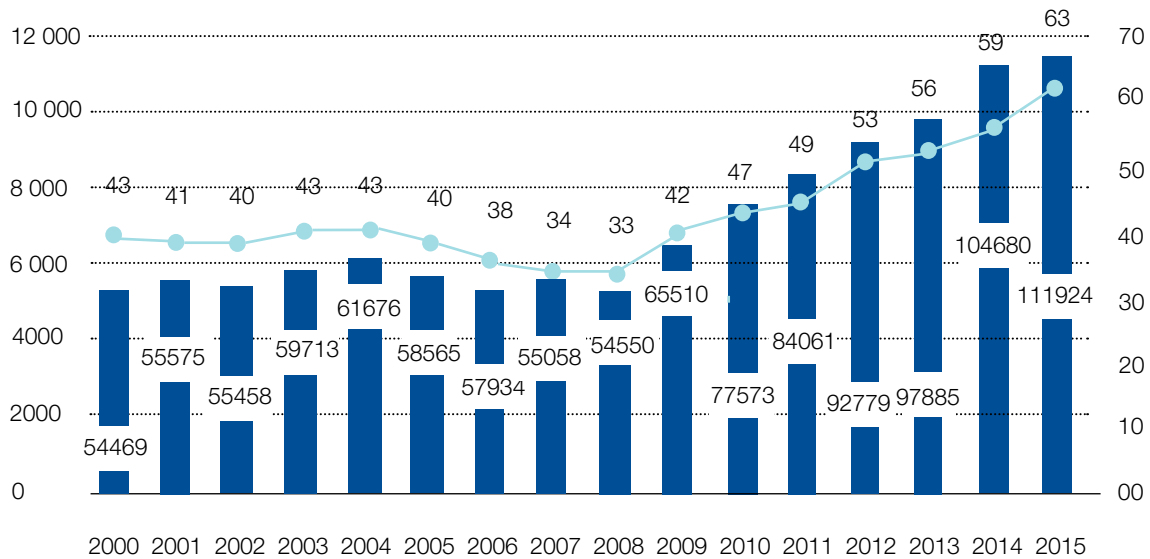
tyksestä. Riskit kasvavat, jos Suomen talous ei lähde nousuun ja asuntovelallisten rahatilanne heikkenee työttömyyden vuoksi.

Julkiset kulutusmenot vähenivät 0,9 prosenttia ja investoinnit 1,1 prosenttia vuonna 2015. Sen sijaan viennin volyyymi kasvoi 0,6 prosenttia. Samalla Suomen vaihtotase nousi 0,3 miljardia euroa ylijäämäiseksi. Tämä johtui palveluviennin reippaasta kasvusta ja tuonnin määrän laskusta. Palveluviennin myönteisestä kehityksestä huolimatta tavaravienti väheni. Tavaraviennin heikko veto on heikentänyt epäsuorasti teollisuuden toimialojen menestyksestä riippuvaisen tukkukaupan ja kotimaassa toimivien palvelualojen yritysten toimintaedellytyksiä.

Yleinen talouskehitys on näkynyt yritysten liikevoittoja kuvaavassa toimintaylijäämässä (Kuvio 15). Vuonna 2015 nimellinen toimintaylijäämä kasvoi kansantalouden tilinpidon mukaan yhden prosentin, mutta se oli vain 63 prosenttia huippuvuoden 2007 tasosta. Näköpiirissä ei ole odotettavissa sellaista kehitystä, mikä nostaisi toi-

<sup>26</sup> Oikaistuun reaalituloon luetaan myös julkisyhteisöjen ja järjestöjen kotitalouksien hyväksi tuottamat yksilölliset hyvinvointipalvelut, kuten koulutus-, terveys- ja sosiaalipalvelut.

**Kuvio 16. Valtion velan ja koko julkisen velan bkt-osuuden (%) kehitys 2000-luvulla**



Lähde: Julkisen talouden tilastot, Tilastokeskus

© ORNAMO

mintaylijäämän vuotta 2009 edeltäneelle tasolla. Tosin yrittäjätulo kasvoi neljä prosenttia vuonna 2015.<sup>27</sup> Välittömiä veroja yritykset maksoivat 14 prosenttia enemmän mutta osinkoja kahdeksan prosenttia vähemmän kuin edellisenä vuonna. Yksityisten ja julkisten kulutusmenojen sekä investointien (kiinteän pääoman bruttomuodostus) kasvun hiipumisen (investointilama) heikentävät suoraan yritysten toimintaedellytyksiä kotimarkkina-aloilla. Valtion mahdollisuuksia lisätä elvytysvaroja hankaloittaa se, että valtion rahoitusasema on ollut kuudetta vuotta huomattavan alijäämäinen. Vuonna 2014 valtion talouden alijäämä oli jo 6,3 miljardia euroa. Valtion velka oli noin 112 miljardia euroa, eli 54 prosenttia bkt:sta. Kuntien ja kuntayhtymien alijäämä oli 1,4 miljardia ja velka 18 miljardia euroa (Kuvio 16).

### Työllisyyden kehitys

Työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n työllisyyskatsauksen mukaan työ- ja elinkeinotoimistoissa oli helmikuun 2016 lopussa 340 900 työttöntä työnhakijaa, mikä oli 2 400 henkilöä enemmän kuin vuotta aiemmin. Työhakijoista kokoaikaisesti lomautettuja oli 24 400 eli 3 700 vähemmän kuin vuotta aiemmin. Keskimäärin työttömiä työnhakijoita oli 13,0 prosenttia työvoimasta.<sup>28</sup> Huolestu-

vinta on pitkäaikaistyöttömien eli yhtäjaksoisesti yli vuoden työttöminä olleiden määrän kasvu. Heitä oli 121 200 henkilöä, mikä oli 17 000 enemmän kuin vuotta aiemmin.

27 Yrittäjätulo ottaa huomioon omaisuustulot ja maksetut korot ja se vastaa voittoa ennen verojen ja osinkojen maksua. Myös nimellinen yrittäjätulo jäi 68 prosenttiin vuoden 2007 tasosta.

28 Alueellisesti tarkasteltuna tilanne oli pahin Kainuun, Lapin, Keski-Suomen ja Pohjois-Karjalan ELY-keskusalueilla, joissa työttömiä työnhakijoita oli 16-18 prosenttia työvoimasta. Työllisyystilanne (pl. Ahvenanmaa) oli edelleen parhain Pohjanmaalla ja Uudellamaalla (työttömiä 9-11 % työvoimasta), joskin työttömien työnhakijoiden suhteellinen osuus on lisääntynyt eniten näillä alueilla viimeksi kuluneen vuoden aikana.

29 Määrä oli 1 500 vähemmän kuin vuotta aiemmin, mikä johtuu työvoimapolittisissa palveluissa olevien henkilöiden määrän pienenemisestä.

30 Tammikuussa alle 25-vuotiaita oli työttöminä työnhakijoina 42 900, eli 500 enemmän kuin vuotta aiemmin. Yli 50-vuotiaita työttömiä 128 900, mikä oli 2 100 enemmän kuin vuotta aiemmin.

Laajan työttömyyden käsitteen mukaisesti työttömien työnhakijoiden ja erilaisten työvoimapolitiittisten toimenpiteiden tai palvelujen piirissä olleiden kokonaismäärä oli toukokuussa 466 000 henkilöä.<sup>29</sup> Palvelujen piirissä oleviin lasketaan palkkatuilla ja valtiolle tukityöllistetyt, starttirahan saajat, työvoimakoulutuksessa, valmennuksessa, työharjoittelussa sekä työ- ja koulutuskokeilussa olevat. Heihin luetaan myös vuorotteluvapaasijaisena työskentelevät, kuntouttavaan työtoimintaan osallistuvat sekä omaehtoisessa opiskelussa työttömyysetuudella olevat.

Työttömyys on lisääntynyt useimmissa ammattiryhmissä ja ikäryhmissä, joskin työttömyyden kasvu on ollut keskimääräistä reippaampaa ikään-tyvien yli 50-vuotiaiden henkilöiden puolella.<sup>30</sup> 2010-luvulla uutena kehityspiirteenä on työttömyyden lisääntyminen koulutettujen keskuudessa. Prosentuaalisesti eniten työttömyys on lisääntynyt vuosina 2015–16 tutkijakoulutusasteella (6 %) ja alemmalla ja ylemmällä korkeakouluasteella (3 %). Korkeasti koulutettujen työllisyystilanteen heikentyminen on vaikuttanut eniten naisten työllisyyteen.

### Tilastokeskuksen tilastot

Työttömyyttä seurataan Suomessa myös Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen perusteella. Työvoimatutkimuksen ja työnvälitystilaston työttömyysluvut poikkeavat toisistaan, mikä johtuu tilastointiperusteiden eroista työnhaun aktiivisuuden ja työmarkkinoiden käytettävissä olon osalta. Työ- ja elinkeinoministeriön työnvälitystilasto perustuu lainsäädäntöön ja hallinnollisiin määräyksiin. Tilastokeskuksen työvoimatutkimus noudattaa sen sijaan Kansainvälisen työjärjestön ILO:n tilastointisuositusta ja EY:n tilastoviraston Eurostatin käytäntöjä.

Tilastokeskuksen työvoimatutkimus perustuu 15–74-vuotiaasta väestöstä poimittuun otospohjaiseen kyselytutkimukseen. Työvoimatutkimuksessa työtön on henkilö, joka tutkimusviikolla on työtä vailla (ei ollut palkkatyössä tai tehnyt työtä yrittäjänä), on etsinyt työtä aktiivisesti viimeisten neljän viikon aikana palkansaajana tai yrittäjänä ja voisi aloittaa työn kahden viikon kuluessa. Myös henkilö, joka on työtä vailla ja odottaa sovittun työn alkamista kolmen kuukauden kuluessa, luetaan työttömäksi, jos hän voisi aloittaa työn kahden viikon kuluessa.<sup>31</sup>

TEM:n työnvälitystilastossa ei työttömälle ole yhtä tiukkoja työnhaun kriteerejä kuin Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksessa. Työnvälitystilastossa työtön on työnhakija, joka on ilman työtä eikä työllisty päätoimisesti yritystoiminnassa.

Työnvälitystilastossa työttömiin luetaan työnhakijaksi ilmoittautuneet kokonaan lomautetut. Sitä vastoin työttömiksi työnhakijoiksi ei lueta työttömyyseläkkeen saajia eikä päätoimisia koululaisia ja opiskelijoita – ei edes loma-aikoina. Käytännössä työnvälitystilasto kattaa työttömät, jotka saavat työttömyyskorvausta.

Työvoimatutkimuksen mukaan työttömiä oli huhtikuussa 264 000, mikä oli 123 100 vähemmän kuin TEM:n työnvälitystilastossa oli työttömiä työnhakijoita. Työvoimatutkimuksen mukainen työttömyysaste oli 9,8 prosenttia huhtikuussa 2016. Edellisestä vuodesta työttömien määrä oli vähentynyt noin 16 000 henkilöllä ja työttömyysaste noin 0,5 prosenttiyksiköllä. Suurin Tilastokeskuksen ja TEM:n työttömyyslukujen eroja selittävä tekijä on piilotyöttömyys. Piilotyöttömiä oli työvoimatutkimuksen mukaan huhtikuussa 2016 peräti 132 000 henkilöä.<sup>32</sup>

Suomen nykyisen viime kesänä toimintakautensa aloittaneen hallituksen tavoitteena on nostaa työllisten määrää 110 000 henkilöllä ja työllisyysastetta 72 prosenttiin vuoteen 2019. Arkijärjen mukaan tavoitteen saavuttaminen on mahdotonta neljässä vuodessa, sillä se edellyttäisi reipasta 3–4 prosentin bruttokansantuote bkt:n kasvua, eikä sellaista ole näköpiirissä. Suomen bkt lisääntyi Tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan 0,4 prosenttia vuonna 2015 ja seuraaville vuosille enustetaan 1,0–1,5 prosenttia kasvua, mikä ei riitä parantamaan sanottavasti työllisyystilannetta. 📌

31 Työttömäksi luetaan myös opiskelija ja työpaikastaan toistaiseksi lomautettu, joka täyttää yllä mainitut kriteerit.

32 Piilotyöttömäksi luetaan työvoimatutkimuksessa työvoiman ulkopuolella oleva henkilö, joka haluaisi ansio-työtä ja olisi työhön käytettävissä kahden viikon kuluessa, mutta ei ole aktiivisesti etsinyt työtä viimeisten neljän viikon aikana.

# 5 Asiakastoimialojen suhdanne- ja kysyntätilanne

## Jalostus- ja palvelualojen liikevaihdon kehitys 2014–15

Tilastokeskuksen liiketoiminnan suhdannekuvaajien mukaan liikevaihdon kasvu on ollut toimialoittain vaihtelevaa vuonna 2015. Teollisuudessa liikevaihto pieneni 3–4 prosenttia, ja reaalin liikevaihto jäi edelleen 81 prosenttiin vuoden 2008 tasosta. Heikointa kehitys on ollut kemian teollisuudessa ja kaivosteollisuudessa. Teollisuuden ongelmat ovat heijastuneet kuljetusalalle, tukku-kauppaan ja energian kysyntään, minkä takia näiden toimialojen liikevaihto on laskussa. Parhaiten liikevaihto on kehittynyt metsä- ja puutalouden toimialoilla (Taulukko 4).

Kotitalouksien ostovoiman vaikea kehitys, ostotapojen muutokset ja hintakilpailu ovat hidastaneet kaupan liikevaihdon kasvua. Vähittäiskaupassa ja autokaupassa reaalin liikevaihto jäi yhä vuoden 2008 tasosta. Sen sijaan palvelualojen liikevaihdon kasvu kiihtyi vuonna 2015 kaikilla päätoimialoilla paitsi kuljetuksessa. Reippainta kehitys oli informaation ja viestinnän toimialalla sekä vapaa-ajan liikunta- ja virkistyspalveluissa.

Kotitalouksien ostovoiman vaikea kehitys, ostotapojen muutokset ja hintakilpailu ovat hidastaneet kaupan liikevaihdon kasvua. Vähittäiskaupassa ja autokaupassa reaalin liikevaihto jäi yhä vuoden 2008 tasosta. Sen sijaan palvelualojen liikevaihdon kasvu kiihtyi vuonna 2015 kaikilla päätoimialoilla paitsi kuljetuksessa. Reippainta kehitys oli informaation ja viestinnän toimialalla sekä vapaa-ajan liikunta- ja virkistyspalveluissa. Orastavasta talouskasvusta kielii se, että liikevaihto kasvoi selvästi hallinto- ja tukipalveluissa sekä osaamisintensiivissä liike-elämän palveluissa.

Rakennusalan liikevaihto kääntyi nousuun jo vuonna 2014, ja myös kiinteistöalalla liikevaihto on jatkanut ajankohtaan nähden reipasta kasvuaan. Kiinteistöala koostuu muun muassa omien kiinteistöjen kaupasta, asuntojen ja muiden kiinteistöjen vuokrauksesta, kiinteistövälityksestä ja kiinteistöjen isännöinnistä. Kiinteistöalaan liittyvien

**Taulukko 4. Yritysten nimellisen liikevaihdon kasvu vuosina 2014–2015 ja reaalin liikevaihdon määräsuhte 2015/2008 päätoimialoittain**

|                                     | Liikevaihdon kasvu vuosina 2014–2015, % | Liikevaihto 2015 / liikevaihto 2008 |
|-------------------------------------|---|-------------------------------------|
| Teollisuus                          | -3,5                                    | 0,806                               |
| -Metsäteollisuus                    | 1,6                                     | 0,871                               |
| -Huonekaluteollisuus                | 0,8                                     | 0,747                               |
| - Ympäristöhuolto                   | -0,6                                    | 1,119                               |
| - Metallija elektroniikkateoll.     | -1,0                                    | 0,695                               |
| - TEVANAKE-teollisuus               | -2,0                                    | 0,837                               |
| - Elintarviketeollisuus             | -3,2                                    | 1,063                               |
| - Energiahuolto                     | -4,7                                    | 1,047                               |
| - Kaivostoiminta                    | -6,0                                    | 1,221                               |
| - Kemian teollisuus                 | -16,4                                   | 0,914                               |
| Rakentaminen                        | 6,6                                     | 1,098                               |
| Kauppa                              | -2,6                                    | 0,952                               |
| - Autokauppa yms.                   | 2,1                                     | 0,815                               |
| - Tukkukauppa                       | -0,8                                    | 1,097                               |
| - Vähittäiskauppa                   | -4,6                                    | 0,917                               |
| Palvelualat <sup>33</sup>           | 3,0                                     | 1,159                               |
| - Informaatio ja viestintä          | 6,4                                     | 1,251                               |
| - Taiteet, viihde ja virkistys      | 5,9                                     | 1,399                               |
| - Ammatillinen ja tekninen toiminta | 4,4                                     | 1,164                               |
| - Hallinto- ja tukipalvelut         | 3,8                                     | 1,224                               |
| - Majoitus- ja ravitsemusala        | 3,1                                     | 1,167                               |
| - Kiinteistöala                     | 3,0                                     | 1,347                               |
| - Muut henkilöpalvelut              | 1,1                                     | 1,163                               |
| - Kuljetus ja varastointi           | 1,163                                   | 0,987                               |

Lähde: Liiketoiminnan suhdannekuvaajat, Tilastokeskus

**Taulukko 5. Päätoimialojen suhdannenäkymät lähitulevaisuuteen  
saldolukuina vuosineljänneksittäin 2014–15**

|                              | 1/2015 | 2/2015 | 3/2015 | 4/2015 | 1/2016 |
|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>Rakentaminen</b>          | -4     | -10    | 8      | 4      | 28     |
| <b>Teollisuus</b>            | 3      | -3     | -3     | 3      | 4      |
| - rakennusaineteollisuus     | -13    | 42     | -2     | 16     | 59     |
| - mekaaninen metsäteollisuus | 2      | -30    | -41    | 30     | 34     |
| - teknologiateollisuus       | 7      | 3      | 2      | 4      | 7      |
| - elintarviketeollisuus      | 0      | -12    | 1      | 6      | 0      |
| - kemian teollisuus          | 12     | -5     | -6     | -5     | -8     |
| - paperiteollisuus           | -12    | -8     | -11    | -2     | -13    |
| - tevanake-teollisuus        | -20    | -28    | -25    | -2     | -17    |
| - graafinen teollisuus       | -41    | -49    | -58    | -54    | -40    |
| <b>Palvelualat</b>           | 1      | -5     | -5     | -3     | 4      |
| - tieto- ja viestintäala     | 27     | -4     | 12     | 21     | 19     |
| - muut (henkilö)palvelut     | 15     | 2      | 2      | 6      | 9      |
| - matkailu- ja ravitsemisala | -10    | -6     | -13    | -4     | 5      |
| - kauppa                     | -24    | -21    | -20    | -16    | 0      |
| - kiinteistöpalvelut         | 8      | 9      | 6      | -6     | 0      |
| - kuljetus                   | -10    | -10    | -11    | -14    | -9     |
| - rahoitus ja vakuutus       | -9     | 8      | -4     | -22    | -25    |

Lähde: EK

toimitilavuokrien ja muiden kustannusten nousu on voinut vaikeuttaa pienten palveluyritysten asemaa. Asumisen korkeat kustannukset ja niiden jatkuva nousu (vuokrat, yms.) ovat leikanneet myös yksityistä kulutusta.

#### **EK:n ennusteissa vain vähän valoa**

Elinkeinoelämän keskusliitto EK:n julkistamat toukokuun 2016 suhdannebarometrin tulokset kertovat, että suomalaisten yritysten suhdanneodotukset ovat varovaiset, eikä merkittävää käännettä parempaan odoteta. Kysyntä on yleisesti heikkoa ja vaisun kysynnän katsotaan olevan selvästi merkittävin toiminnan este. Ammattitaitoisen työvoiman saannissa ei ole merkittäviä ongelmia. Rahoitusongelmat olivat aika pieniä, ja ne koetaan toiminnan esteeksi vain harvoissa yrityksissä.

Teollisuudessa uusien tilausten määrä on pienestä kasvusta huolimatta keskimääräistä heikompi (Taulukko 5).

Kysyntää kuvasi heikoksi yli neljännes barometrikyselyyn osallistuneista. Myös tuotantokapasiteettiä on runsaasti vapaana, sillä yli 40 prosentilla kapasiteetti oli vajaakäytössä. Henkilöstön määrä aleni alkuvuodesta ja saman kehityksen ennakoidaan jatkuvan kuluvana vuonna. Odotukset olivat keväällä 2016 parhaimmat mekaanisessa metsäteollisuudessa ja rakennusaineteollisuudessa. Heikointa tilanne oli graafisella alalla sekä TEVANAKE-teollisuudessa.<sup>34</sup>

Rakentamisessa suhdanteet ovat kohentuneet vuoden 2016 ensimmäisen puoliskon aikana ja tilannetta kuvataan keskimääräiseksi. Mymättömiin huoneistojen määrä on lähtenyt laskuun ja se on nyt tavanomaisella tasolla.

33 Palvelut eivät sisällä rahoituspalveluja, koulutusta eivätkä sosiaali- ja terveyspalveluja. Yksityiset sosiaali- ja terveyspalvelut olivat kuitenkin yksi nopeimmin kasvaneista palvelualoista.

34 TEVANAKE = tekstiili-, vaate-, nahka- ja kenkäteollisuus.

Myyntihinnat ovat pysyneet likimain ennallaan, mutta niiden ennakoidaan kohoavan hieman loppuvuotta kohden mentäessä. Uusien tilausten määrän ennustetaan kasvavan melko ripeänä loppukesällä ja alkusyksyllä. Myös kapasiteetin käyttöaste on nyt selvästi korkeampi (77 %) kuin vuosi sitten vastaavana ajankohtana (63 %).

Palvelualoilla lähiajan suhdannekuva on jatkunut laajalti keskimääräistä heikompana. Heikon suhdannetilanteen ennakoidaan vahvistuvan vain pieneltä osin kesän ja syksyn 2016 aikana. Heikko kysyntä on edelleen selvästi yleisin toimintaa rajoittava tekijä samalla, kun myyntihinnat ovat laskeneet. Suhdannenäkymissä on eroja palvelualojen välillä. Näkymät ovat parhaimmat tieto- ja viestintäalalla. Heikoimmat ne ovat rahoitus ja vakuutus- alalla, kuljetuksessa ja kaupassa. Brexit eli Britannia EU-ero voi heikentää suhdanneodotuksia myös matkailu- ja ravitsemusalalla.

## Rakentamisessa suhdanteet ovat kohentuneet.

Myös EK:n lähiaikojen suhdannenäkymiä kuvaavat luottamusindikaattorit<sup>35</sup> olivat toukokuussa 2016 kaikilla päätoimialoilla vähintään pitkän aikavälin tasolla lukuun ottamatta teollisuutta, jossa luottamusindikaattorien saldoluku alenivat toukokuussa. Muihin EU-maihin verrattuna teollisuuden ja vähittäiskaupan luottamusindikaattorit olivat Suomessa kuitenkin kaikkein heikoimmat huhtikuussa 2016. Palvelualojen luottamusindikaattori oli EU:n neljänneksi heikoin, mutta rakentamisessa se oli hieman EU:n keskiarvon yläpuolella (Taulukko 6).

**Taulukko 6. Päätoimialojen luottamusindikaattori touko-huhtikuussa 2015**

|                 | Saldoluku, toukokuu | Saldoluku, huhtikuu | Pitkän aikavälin keskiarvo | Suhdannekehityksen suunta |
|-----------------|---------------------|---------------------|----------------------------|---------------------------|
| Teollisuus      | -11                 | 8                   | 1                          | Laskussa                  |
| Rakentaminen    | -6                  | -5                  | -8                         | Ennallaan                 |
| Vähittäiskauppa | 0                   | -1                  | -2                         | Nousussa                  |
| Palvelualat     | 13                  | 9                   | 13                         | Ennallaan                 |

Lähde: EK

### Asiakasryhmien tilanne muotoilualan kannalta

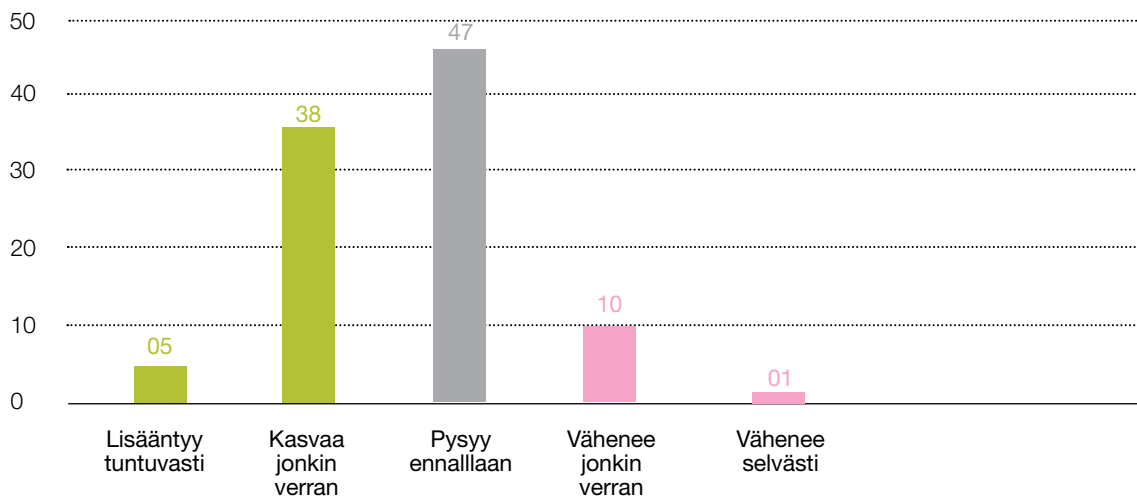
Lähes 70 prosenttia muotoilualan yrityksistä ilmoitti Ornamon kyselyissä, että yksityiset kotitaloudet ovat niille tärkeä tai vähintään kohtalaisen tärkeä asiakasryhmä (Kuvio 18). Yksityisten kulutusmenojen kasvu oli olematonta vuosina 2012-14, sillä kotitalouksien reaalitytulot alenivat. Tällä on ollut vaikutusta niiden muotoilualan yritysten liikevaihdon kehitykseen, jotka myyvät tuotteitaan suoraan kuluttajille tai välittävät niitä kaupan kautta. Vuonna 2015 kotitalouksien kulutusmenot lähtivät jälleen hienoiseen nousuun, mikä on pitänyt kansantalouden rattaita käynnissä. Kesäkuussa 2016 solmittu kilpailukykysojimus tosin pysäyttää kotitalouksien reaalitytulojen ja kulutusmenojen orastavaa kasvua. Veronmaksajien Keskusliiton laskelmien mukaan palkansaajien työttömyysvakuutusmaksun ja työeläkevakuutusmaksun korotus uhkaa kiristää palkansaajien verotusta

prosenttiyksiköllä vuoteen 2019 mennessä. Keskipalkkatasoa edustavan 3 300 euroa kuukaudessa ansaitsevan henkilön verotus kiristyisi 31 prosentista 32 prosenttiin, mikä alentaisi nettoansioita runsaalla 400 eurolla vuodessa ilman hallituksen lupaamia veronkevennyksiä.

Palkansaajien ostovoiman kehitys on riippuvainen siitä, minkä suuruisia ovat hallituksen lupaamat tuloveron kevennykset vuonna 2017. Veronkevennykset on sidottu siihen, kuinka suuri kattavuus kilpailukykysojimukselle loppujen lopuksi saadaan. Tällä hetkellä kattavuus on noin 85-87 prosenttia. Tämä merkitsee 415 miljoonan euroa veronkevennyksiä, jotka riittää korvaamaan palkansaajien tulomenetykset. Toisaalta työnantajat voivat nostaa palkkoja muillakin perusteella kuin yleiskorotuksien kautta, jos yritys menestyy sen omilla markkinoilla

Julkisyhteisöt, kuten valtio- ja kuntaorganisaat

**Kuvio 17. Julkisyhteisöjen hankintojen kehitys muotoilualalla seuraavan vuoden aikana (2016–17)**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

tiot, ovat Ornamon kyselyjen mukaan tärkeä tai kohtalaisen tärkeä asiakasryhmä lähes joka toiselle muotoilualan yritykselle. Julkisyhteisöjen rahoitusasema on heikentynyt, mutta tästä huolimatta julkisyhteisöjen kysynnän muutosta koskeva saldoluku oli vuoden 2016 kyselyissä selvästi positiivinen. Asiakasryhmään voidaan rinnastaa kulttuuri- ja taidelaitokset, jotka ovat tärkeitä kolmasosalle yrityksistä. Niistä osa on suoraan julkisessa omistuksessa ja loput julkista tukea saavien järjestöjen ja säätiöiden hallinnassa.

Kiinteistö- ja rakennusala ja samaan asiakasryhmään rinnastettavat arkkitehti- ja insinööripalvelut ovat tärkeä tai vähintään kohtalaisen tärkeä asiakasryhmä noin 30-40 prosentille muotoilualan yrityksistä. Uudistuotannon reipas pudotus liike- ja toimitilarakentamisessa sekä teollisuuden rakentamisessa on vähentänyt määrättyjen muotoilualan suunnittelu- ja konsulttipalvelujen kysyntää 2010-luvulla. Tosin kysyntää on ylläpitänyt korjausrakentamisen vakaa 2-3 prosenttia vuotuinen kasvu, mihin liittyy jatkossa entistä enemmän kiinteistöjen käyttötarkoituksen muutostöitä.

Rakennustuotanto lähti kuitenkin nousuun vuonna 2015 ja toimiala kasvaa tänä vuonna kokonaistuotantoa nopeammin eli noin 3-4 prosenttia. Moottorina on kaupungistuminen, joka lisää asunto- ja infrarakentamista Helsingin seudulla ja muutamissa muissa asutuskeskuksissa. Kasvupyrähdysten taustalla on luonnollisesti alhainen läh-

tötaso edellisvuosien pudotuksen jäljiltä. Rakennusteollisuus RT:n mukaan tänä vuonna aloitetaan 30 500 uuden asunnon rakentaminen, josta pääkaupunkiseudun osuus on yli 40 prosenttia. Ensi vuonna kasvu kuitenkin hidastuu.

Tukku- ja vähittäiskauppa ovat tärkeitä tai kohtalaisen tärkeitä asiakastoimialoja noin 50 prosentille muotoilualan yrityksistä. Kaupan myynti on supistunut eikä lähivuosille ole odotettavissa kasvua, mikä johtuu yksityisen kulutuksen heikosta kehityksestä ja investointihyödykkeiden kysynnän laskusta. Kotimaassa kaupan ahdinkoa syventävät verkkokaupan reipas kasvu, mistä ulkomaisilla toimijoilla on merkittävä osuus. Kaupan tilanne merkitsee haasteita muotoilualalle, sillä liike- ja toimitilojen tarpeen supistuminen vähentää tila- ja sisustussuunnittelijoiden töitä.<sup>36</sup>

35 Luottamusindikaattorit ovat osa EU:n komission harmonisoitua tiedustelujärjestelmää. (ks. tarkemmin [www.ek.fi](http://www.ek.fi)).

36 Nettikaupan kasvu tarjoaa myös liiketoiminnan mahdollisuuksia, kuten mahdollisuuden räätälöidä tuotteita asiakaskohtaisesti, tavoittaa asiakkaita kaikkialta maailmassa ja lisätä enemmän arvonlisäystä luovaa palvelua toimintaan.

## Kaupan alan myynti on supistunut.

Kulutustavarateollisuuden merkitys asiakastoimialana vaihtelee yrityksittäin. Kulutustavarateollisuuden kuten muunkin teollisen tuotannon osalta kannattaa muistaa se, että osa muotoilutyöstä tehdään tuotteita valmistavan teollisuuden sisällä (in-house –muotoiluna) ja vain osa ostetaan ulkopuolisilta muotoilualan palveluyrityksiltä. Siten toimeksianto- ja asiakassuhteet ovat pääosin teollisten sarjatuotantoa harjoittavien yritysten ja palveluyritysten välisiä. Käsityömaisessä piensarjatuotannossa muotoiluosaaminen ja valmistus ovat yleensä samassa yrityksessä.

Lasi-, keramiikka-, posliini- ja puutuotteita tuottava taideteollisuus muodostaa kuitenkin tärkeän tai kohtalaisen tärkeän asiakasryhmän yli 40 prosentille ja koru- ja kultasepäntuotteiden valmistus vajaalla 30 prosentille Ornamon kyselyihin vastanneista muotoilualan yrityksistä. Vastavat luvut olivat TEVANAKE-teollisuuden osalta noin 40 ja huonekaluteollisuuden noin 25 prosenttia. TEVANAKE-teollisuudessa liikevaihto oli vuonna 2015 yhä loivassa laskussa ja EK:n suhdannebarometrien mukaan näkymät ovat jälleen heikentyneet vuoden 2016 alussa.

Kaikien kaikkiaan kotimaisen TEVANAKE-teollisuuden pitkään jatkunut alamäki on kaventanut asiakastoimialan merkitystä tekstiili- ja vaatesuunnittelualalla, joten kasvua olisi haettava kansainvälisiltä markkinoilta. Myös koru- ja kultasepän tuotteiden valmistuksessa ulkomainen kysyntä on tärkeää, sillä Tilastokeskuksen yritystilastojen mukaan alan kotimainen tuotanto on alentunut jyrkästi vuodesta 2011 lukien. Osa liikevaihdon laskusta vuonna 2013 voi olla kuitenkin tilastollista, minkä taustalla on Tilastokeskuksessa toteutettu yritystilastojen uudistus.

Huonekaluteollisuus on kärsinyt yksityisen kulutuksen kasvun pysähtymisestä sekä asuntokaupan ja uudisrakentamisen hiljaiselosta vuodesta 2008 lukien. Vuonna 2015 toimialan liikevaihto lähti loivaan nousuun, mutta se on yhä vain 75 prosenttia vuoden 2008 tasoista. Huonointa kysyntätilanne on EK:n suhdannebarometrien mukaan graafisessa tuotannossa (ml. kustannustoiminta), mikä johtuu pääosin alalla käynnissä olevasta rajusta rakennemuutoksesta. Ala on kuitenkin yhä tärkeä tai kohtalaisen tärkeä vajaalle neljännekselle muotoilualan yrityksii.

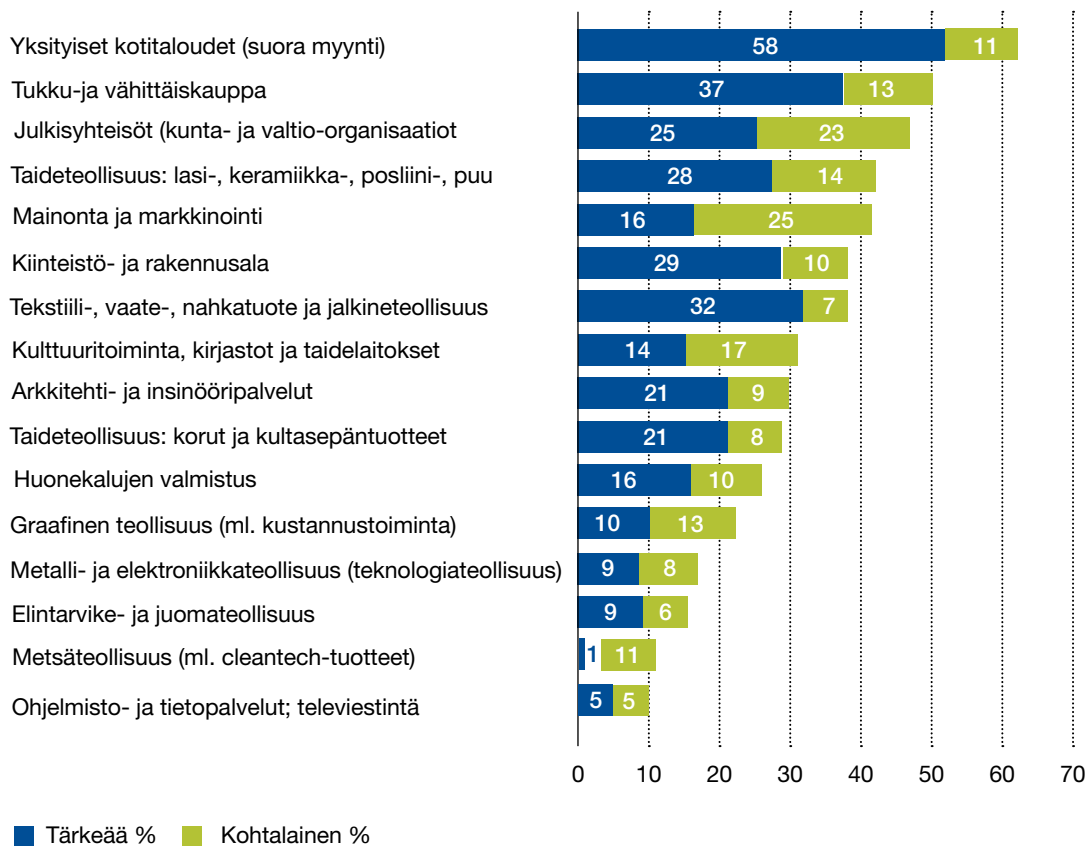
Metalli- ja elektroniikkateollisuus (teknologia-teollisuus) on tärkeä tai kohtalaisen tärkeä asiakastoimiala 15–20 prosentille ja elintarvike- ja juomateollisuus noin 15 prosentille Ornamon kyselyihin vuonna 2016 vastanneista muotoilualan yrityksistä. Teknologia-teollisuuden merkitys on kasvussa ja EK:n suhdannebarometrien mukaan näkymät ovat melko myönteiset. Elintarvike- ja juomateollisuuden suhdannenäkymät ovat myös tasoittuneet vuoden 2014 jälkipuoliskolla koetun laskun jälkeen, minkä taustalla olivat Venäjän EU-maille langettamat vastapakoitteet.

Metsäteollisuuden merkitys asiakastoimialana on pieni, sillä metsäteollisuuden tuotteet ovat pääasiassa edelleen jalostettavaksi tarkoitettuja väli tuotteita, kuten sahattua ja höylättyä puutavaraa rakentamiseen tai sellua tai mekaanista massaa kartonki- ja paperiteollisuuteen. Uudet puupohjaiset biotuotteet ovat kuitenkin tulossa, mikä voi tarjota muotoilualalle uusia liiketoiminnan mahdollisuuksia. Metsäteollisuudessa on suunnitteilla monia suuria investointeja. Esimerkkinä on Metsä Groupin Äänekoskelle suunnittelema uuden sukupolven biotuotetehdas.

Nimestään huolimatta biotuotetehdas on pääosin ”sellutehdas”, joka tuottaa sellua pakkaus-teollisuuden raaka-aineeksi kasvaville Aasian markkinoille. Biotuotteet koostuvat sitä vastoin biokemikaaleista (mäntyöljy ja tärpähti) ja bioenergiatuotteista (kaukolämpö). Varsinaisesti kaukolämpöä sellutehtaat ovat tuottaneet sellunprosessin sivutuotteena jo tähänkin asti. Varsinaisten kulutustavaratuotteiden kehitys, joissa puukuitu korvaa uusiutumattoman raaka-aineen, on vielä alkutekijöissään. Sovellutuskohteita ovat esimerkiksi astiat, elektroniikan ja auton osat. 📍



**Kuvio 18. Muotoilualan yritysten tärkeimmät asiakasryhmät ja toimialat 2016, prosenttia yrityksistä**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

# 6 Erityisteema: Digitaalisten palveluiden käyttö

Elinkeinoelämän tutkimuslaitos Etlan mukaan digitalisaatio on digitaalitekniikan integrointia jokapäiväiseen elämään digitoimalla kuvaa, ääntä, dokumenttia tai signaalia biteiksi ja tavuiksi kuvaamaan asioita ja tietosisältöä siten, että näin luotua informaatiota voidaan edelleen käsitellä, varastoida ja siirtää digitaalipiirien sekä digitaalisten laitteiden ja tietoverkkojen avulla. Digitalisaatio mahdollistaa näiden uusien tuotteiden ja palvelujen toteuttamisen yrityksissä asiakaslähtöisesti, jolloin ne osuvat paremmin asiakkaiden odotuksiin ja tarpeisiin.

Digitalisaatiossa on kysymys yhteiskunnallisesta prosessista, jossa on mahdollista yhdistää ihmiset, laitteet ja yritykset ennennäkemättömällä tavalla, jossa fyysisen ja virtuaalisen todellisuuden rajat oikeasti hämärtyvät. Erityisen suuria digitaalisen liiketoiminnan mahdollisuuksia liittyy laitteiden verkottumiseen eli esineiden tai asioiden Internetiin (Internet of Things IoT). IoT:ssä on periaatteessa kysymys fyysisistä laitteista, jotka pystyvät aistimaan ympäristöään, kommunikoidaan keskenään Internetin avulla ja toimimaan aistimansa perusteella älykkäästi.

IoT uudistaa ja tehostaa tuotteiden ja palvelujen tuotantoa ja se avaa mahdollisuuksia korkean teknologian tuotteiden valmistukselle ja tuomiselle kaikkien ulottuville eli kyse on uudesta teollisesta vallankumouksesta. Digikehitys mahdollistaa teollisuudessa palveluliiketoiminnan kasvattamisen. Suomesta käsin voitaisiin esimerkiksi ohjata ja huoltaa koneita ja laitteita, luoda siten jatkuvaa liiketoimintaa ja uusia työpaikkoja. Huollon huippuammattilaiset lennätettäisiin kohteeseen vain tarvittaessa, muuten hoidetaan työt videoyhteyksien ja etäohjauksen tukemana.<sup>37</sup>

Älykkäissä kaupungeissa (Smart City) IoT:ta voitaisiin hyödyntää puolestaan koko infrastruktuurissa, sillä älykkäät laitteet voivat seurata vaikkapa julkisten rakennusten tilaa, liikennettä, jätehuoltoa ja saastetilannetta. Smart City:lle on syntynyt tilausta myös siksi, että Suomen sisäisen muuttoliikkeen ja maahanmuuton ansiosta nopeasti kasvavat kaupunkiseudut, kuten metropolialue tuottavat monia seurannaisongelmia, minkä vuoksi sosiaalinen eriarvoisuus, rikollisuus, osattomuuden tunne ja turvattomuuden kokemukset ovat lisääntyneet.<sup>38</sup>

Digitaalisen liiketoiminnan kasvu ympäristön rakentaminen ja elinkeinoelämän digitalisaation edistäminen kuuluvat vahvasti Suomen nykyisen hallituksen kärkihankkeisiin, joiden tavoitteena on tehdä Suomesta suotuisa toimintaympäristö digitaalisille palveluille ja digitaalisuuteen perustuville liiketoimintamalleille. Tarkoitus on myös, että kansalaisten ja elinkeinoelämän luottamus Internetiin ja sähköisiin palveluihin vahvistuu, ja että tulevaisuudessa kaikessa liiketoiminnassa hyödynnetään digitalisaatiota mahdollisimman laajasti ja tehokkaalla tavalla.

Hallituksen digitaalisen kasvu ympäristön kehittämistyö tehdään liikenne- ja viestintäministeriö LVM:in johdolla ja yhteistyössä työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n ja elinkeinoelämän kanssa. Hankkeessa on viisi toimenpidettä, jotka käynnistyivät syksyllä 2015. Niitä ovat esineiden Internet-ohjelma, liikenteen digitaalisten palvelujen kasvu ympäristö, Liikenne palveluna -hanke, uusi tietoturvastrategia -hanke, robotiikan hyödyntämistä ja kehitystä tukeva hanke sekä hanke, jolla lisätään massatietoaineiston käyttöä ja siihen perustuvaa liiketoimintaa.

### Digitalisaatio muotoilualalla

Ornamon yrityskyselyistä ilmenee, että muotoilualan yritykset hyödyntävät digitaalista ympäristöä ja digitaalisia palveluja kohtuullisen paljon. Käytännössä lähes kaikilla on yrityksen Internet-verkkosivut tai ne aiotaan ottaa käyttöön. Melkein kolme neljäsosaa hyödyntää sosiaalista mediaa (SOME). Noin 57 prosenttia vastanneista suorittaa yrityksen ostot verkosta ja 54 prosenttia käyttää pilvipalveluja. Noin kolmannes hyödyntää verkkokauppaa ja käyttää digitaalisia kanavia palvelujen jakelussa. Sen sijaan esineiden Internetiä on hyödyntänyt vain kymmenesosa vastanneista.

Digitaalisilla palveluilla muotoilualan yritykset tavoittavat ennen kaikkea asiakkaitaan entistä paremmin, vahvistavat yrityskuvaansa (brändiä), edesauttavat liiketoiminnansa kansainvälistymis-

## Internet of things luo liiketoimintamahdollisuuksia.

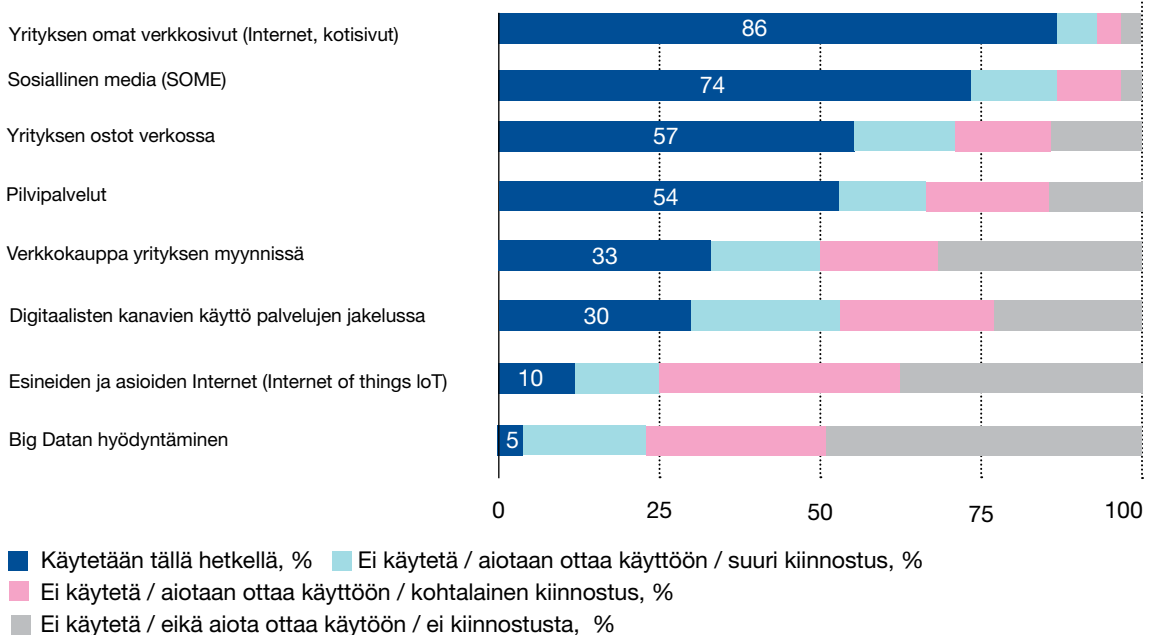
tä ja nostavat kannattavuutta, minkä lisäksi niillä voidaan tehostaa yritysyhteistyötä ja parantaa asiakaspalvelua laadullisesti. Kyselyjen mukaan digitaalisia palveluja ei ole hyödynnetty tai osattu käyttää yhtä paljon omien liiketoimintaprosessien tehostamisessa, vaikka juuri ICT-teknologian paremmalla hyödyntämisellä olisi mahdollista nostaa oman tuotannon tuottavuutta.<sup>39</sup>

37 ICT-teknologian myötä tietokoneista on kehittynyt lähes inhimillisiä koneita, jotka aistivat sensoreilla, ajavat autoa, säveltävät musiikkia ja toimivat psykologeina. Älylliset ja jopa tunneperäiset työt ovat alkaneet koitua.

38 Älykkäät kaupungit etsivät ITC-teknologiaa hyödyntämällä haasteisiin fiksua ratkaisuja, joita ovat Smart Governance, Smart People, Smart Living, Smart Mobility,

39 Digitalisoinnin ja teknologian kehitykseen sisältyy muotoilualan kannalta paljon erilaisia mahdollisuuksia. Esimerkkeinä voidaan mainita 3D-tulostus, jossa liiketoiminnan mahdollisuudet ovat lähes rajattomat. 3D-tulostus mahdollistaa teollisen tuotannon palaamisen takaisin Suomeen ja mahdollistaa pienmuotoisen sarjavalmistuksen ja yksilöllisesti räätälöityjen tuotteiden tuotannon pk-yrityksissä.

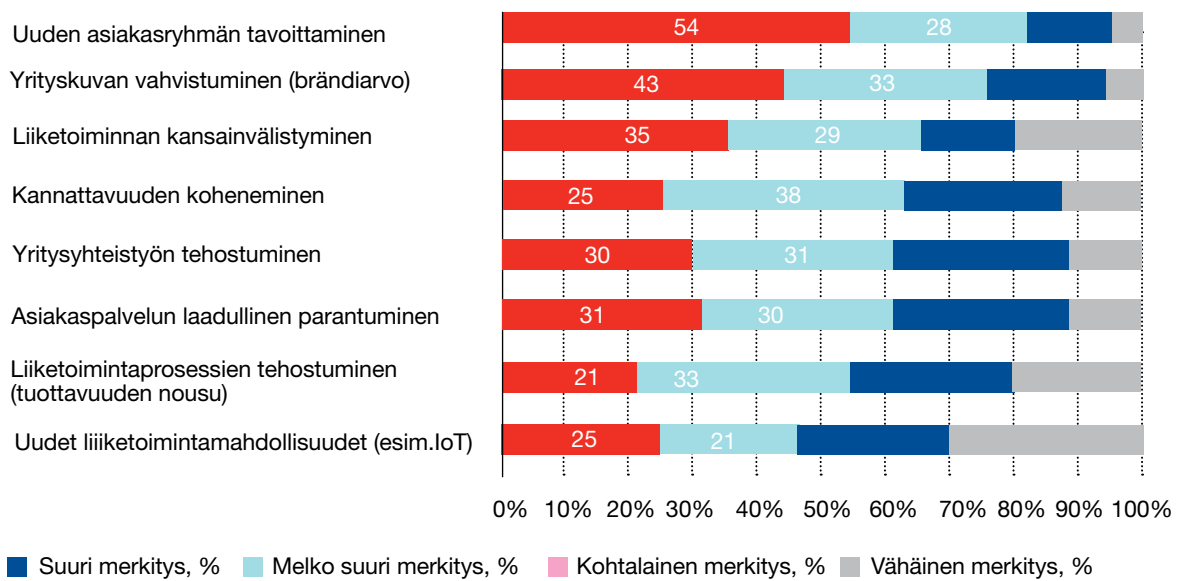
### Kuvio 19. Digitaalisten palvelujen hyödyntäminen muotoilualan yritysten liiketoiminnassa 2016, prosenttia yrityksistä



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

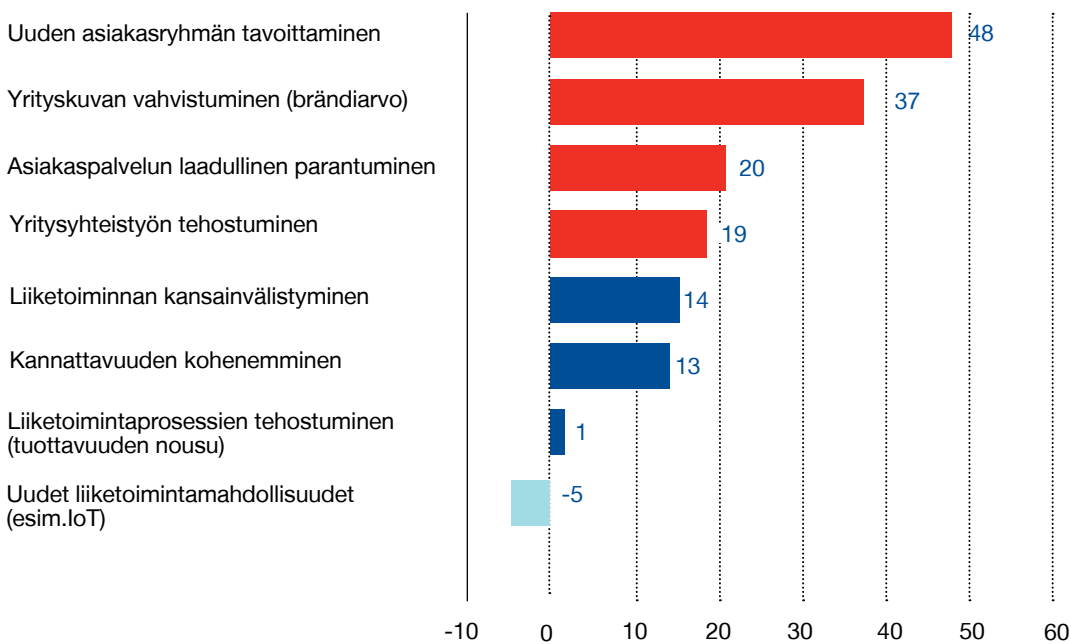
**Kuvio 20. Digitaalisen toimintaympäristön ja digitaalisten palvelujen tärkeimmät hyödyt muotoilualalla, prosenttia vastanneista yrityksistä.**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

**Kuvio 21. Digitaalisen toimintaympäristön ja digitaalisten palvelujen tärkeimmät hyödyt muotoilualalla, saldoluvut.**



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016

© ORNAMO

TEM:n, Finnveran ja Suomen yrittäjien syksyn 2015 pk-barometri osoittaa, että muotoilualalla digitaalisten palvelujen tärkeimmät hyödyt ovat samanlaisia kuin koko pk-yrityskentässä keskimäärin. Pk-barometrin mukaan digitaalisilla palveluilla on erityisesti yrityskuvan kannalta myönteisiä vaikutuksia, minkä lisäksi digitaalisilla palveluilla haetaan uusia asiakasryhmiä ja pyritään palvelemaan entistä paremmin ja asiakaslähteisemmin maantieteellisesti kaukana sijaitsevia asiakkaita. Digitaaliset palvelut tiivistävät yhteistyötä myös kumppaneiden kanssa.

Digitaalisten palvelujen käyttöä sivuttiin lyhyesti myös Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry:n (Taitoliitto) yrittäjäkyselyissä keväällä 2015.<sup>40</sup> Jotkut Taitoliiton piirissä toimivista yrityksistä voivat olla samalla Ornamon jäsenyrityksiä. Kyselyjen mukaan digitaalisia palveluja hyödynnetään käsityöaloilla lähinnä myynninedistämässä ja markkinoinnin saralla, missä niiden kehittäminen todettiin hyvin tärkeäksi. Päällimmäiseksi nousivat käsityöalalla sosiaalisen median (SOME) hyödyntäminen ja yrityksen verkkosivujen sekä verkkokaupan toteuttaminen ja kehittäminen.

### Enemmän huomiota tietoturvallisuuteen

Digitaalinen vallankumous korostaa tietoturvallisuuden merkitystä, mitä minkään yrityksen ei ole varaa laiminlyödä. Asiantuntijoiden mukaan tietoturva rakentuu tiedon luottamuksellisuuden (confidentiality), eheyden (integrity) ja käytettävyyden (availability) pohjalle.<sup>41</sup> Tietoturvallisuudella tavoitteena on asiantila, joissa tiedon käytettävyyteen, eheyteen ja käytettävyyteen ei kohdistu merkittäviä riskejä. Riskit muodostuvat siitä, että edellä mainitut tiedon ominaisuudet ovat vaarantuneet tai vaarantumassa tahattomien tai tahallisten tapahtumien vuoksi.

Organisaatioissa on tutkimusten mukaan usein harhakäsityksiä toimintaan sisältyvistä riskeistä ja turvallisuudesta. Vaaroja, jotka ovat harvinaisia, abstrakteja tai pelottavia, kuten säteilyonnettomuudet ja terrorismi, yliarvioidaan ja niistä puhutaan paljon. Sen sijaan tuttuihin töihin, tilanteisiin ja toistuviin asioihin liittyviä vaaroja, kuten verkkoympäristössä liikkumiseen sisältyviä riskejä helposti vähätellään. Silti yhteiskunta perustuu teknologiaan, toimintatapoihin ja osaamiseen, jossa tiedon tuottamisella, jakelulla, käsittelyllä ja tietoturvallisuudella on tärkeä merkitys.

Elinkeinoelämässä tietoturva on kiinteä osa kaiken kokoisten yritysten kokonaisturvallisuutta, jolla taataan liiketoiminnan häiriötön jatkuvuus. Yrityksille tieto on tärkeää, mutta sen merkitys ymmärretään usein vasta sitten, kun tieto ei

ole saatavilla, tai se on virheellistä, tai tieto on vuo-  
tanut yrityksen ulkopuolelle. Liike-elämässä vaatimukset tietoturvasta ovat kasvaneet koko ajan verkkobisneksen lisääntymisen myötä. Myös muotoilualan yritysten asiakkaille ja kumppaneille verkossa toimiminen ja verkko-ostaminen ovat jo vaikiintuneita toimintatapoja.

Panostukset tietoturvallisuuteen takaavat toiminnan häiriöttömän jatkuvuuden. Mikroyrityksissä tietoturvauhat ovat samoja ja tietoturvan edellyttämä hallinnointi voi olla yhtä haastavaa kuin suuressa yrityksessä. Silti pienet yritykset keskittyvät tietoturvassa usein vain ostettuun tekniikkaan. Tunne turvallisuudesta ostetaan palomuurilla ja virustorjunnalla, vaikka uhkakuvat ovat muuttuneet. Oma tietoturva koetaan hyväksi, vaikka organisaatiolta puuttuu tietoturvapoliittika. Osasyynä on, että tietoturva-asiat eivät kuulu jokamiehen osaamisalueeseen.

Asiaa hankaloittaa se, että yrityksissä tietoturvakustannusten muuttaminen rahaksi on haastava tehtävä. Verkkorikollisuus voi näkyä pienenä resurssikuormituksena, mainevahinkona tai koko yrityksen toiminnan vaarantavana tapahtumana. Tietoturvan pettäessä suorat kustannukset on helppo arvioida, sillä ne koostuvat erilaisista selvittelykustannuksista, korjaavista toimenpiteistä, vaikutuksesta myyntiin, vahingonkorvauksista ja vaihtoehtojen toimintamallien aiheuttamasta lisätyöstä. Taloudellisilta vahingoilta voi suojautua osittain myös vakuutuksin.

Piilokustannusten arviointi on paljon vaikeampaa. Pienessä yrityksessä turvallisuusriskin toteutuminen voi merkitä toiminnan loppumista. Esimerkiksi verkkokaupassa asiakassuhteet eivät kauan säily, ellei tietoliikenneympäristö ole riittävän luotettava. Merkittävä osa tietoverkkorikollisuudesta on lisäksi piilorikollisuutta, joten kaapatun tiedon rahallista arvoa on mahdotonta määrittää. Imagollisista syistä ja asiakaskadon pelon vuoksi rikosten uhreiksi joutuneet yritykset eivät ole myöskään usein halukkaita viemään asioita julkiseen käsittelyyn.

40 Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry: Käsityö- ja muotoilualan yrittäjä 2015 -selvitys (toim. Pekka Lith, Lith Consulting Group), Raportti käsityöalan yrityksistä, yritysprofiilista, markkinoista, kasvuyrittäjyydestä ja lähijalan suhdan-nenäkemyksistä, 2015.

41 Luottamuksellisuudella tarkoitetaan, että tietoa voivat käsitellä vain henkilöt, joilla on siihen oikeus. Tiedon eheydel-lä ymmärretään sitä, että tieto ei saisi muuttua tahattomasti tai tahallisesti. Käytettävyyys tarkoittaa, että tarvittava tieto on saatavilla silloin kuin sitä tarvitaan.

---

Kaikenkokoisissa yrityksissä keskeistä on ratkaista tietoturvan kysymykset riittävän yksinkertaisella ja kustannustehokkaalla tavalla. Monia tietoturvariskejä voidaan vähentää, kun kiinnitetään huomiota perusasioihin. Niihin kuuluvat salasanojen vaihto ja tietoliikenteen salauksen tarkistus verkkosivustoilla. Työyhteisöissä tietoturvaa on mahdollista lisätä koulutuksella, henkilöstövalinnalla ja töiden uudelleenorganisoinnilla. Ennen kaikkea tietoturvan kehittämisessä on syytä hyväksyä se tosiasia, että kysymys on ensisijaisesti toimintatapojen muuttamisesta. 🔄

# 6 Yhteenveto

Ornamon kesällä 2016 teettämät suhdannekyselyt osoittavat, että muotoilualan yritysten liikevaihdon kehitys on kiihtynyt ja kannattavuus on kohonnut saldoluvuilla mitattuna vuosina 2015–2016.<sup>42</sup> Alan liikevaihdon kasvusta huolimatta työllisyydessä ei tapahtunut suuria muutoksia, koska suuri osa alasta on yksinyrittäjien hallinnassa.

Muotoilualan lähiajan odotukset oman yrityksen liiketoiminnan kehityksestä ovat paljon myönteisemmät kuin koko yritys kentässä keskimäärin. Myös muotoilualan näkemykset yleisistä suhdanne- ja kysyntänäkymistä ovat positiivisemmat muilla pk-yrityksillä pk-yritysbarometrin mukaan.<sup>43</sup>

Alan dynaamisesta kehityksestä kertoo kasvuhakuisten yritysten suuri suhteellinen osuus. Muotoilualan yrityksille tärkeitä kasvukeinoja ovat myynnin ja markkinoinnin tehostaminen, uusien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen ja liiketoiminnan laajentaminen uusille maantieteellisille markkina-alueille.

## Kiinnostus kansainväliseen toimintaan laajaa

Ornamon suhdannekyselyihin vastanneista yrityksistä kahdeksalla prosentilla kansainvälinen toiminta on vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää, minkä lisäksi noin 16 prosenttia panostaa määrätietoisesti kansainväliseen toimintaan. Osuudet ovat pysyneet suurin piirtein samoina vuosina 2013–16.

Ulkomaista toimintaa on etupäässä tuotteiden valmistukseen keskittyvissä muotoilualan yrityksissä sekä osaamisintensiivisiä palveluja myyvissä muotoilutoimistoissa. Tilastollisesti ehkä hienoinen enemmistö ulkomaista toimintaa harjoittavista yrityksistä toimii pelkästään tai pääosin tuotevalmistuksessa.

Ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten päämarkkina-alueet ovat Pohjoismaissa. Siellä toimintaa on lähes kolmanneksella yrityksistä. Muissa EU-maissa toimintaa on ollut runsaalla neljänneksellä. Lähes viidenneksellä vientiyrityksistä on ollut ulkomaista toimintaa Pohjois-Amerikan haasteellisilla markkinoilla.

Kiinassa toimintaa on ollut joka kymmenen-

lä yrityksellä samoin kuin muissa Aasian maissa. Venäjän merkitys markkina-alueena on maantieteellisestä läheisyydestä huolimatta suhteellinen vähäinen, mutta kiinnostus Venäjää ja muuta EU:n ulkopuolista Itä-Eurooppaa kohtaan on nousussa.

## Kehittämisen osa-alueita

Ornamon kyselyjen mukaan muotoilualan yritykset korostavat toiminnassaan asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä, markkinoinnin ja myynnin edistämistä, tuote- ja palvelukehitystä sekä verkottumista ja yritys yhteistyötä. Yksinyrittäjävältaisessä toiminnassa henkilöstön kehittämisellä ei ollut suurta sijaa.

Immateriaalioikeuksien suojausta ei katsottu tärkeäksi kehittämiskohteeksi. Kuitenkin muotoilualan yrityksen toiminta perustuu luovuuteen, eli kykyyn tuottaa ideoita tai taitoon tehdä niistä tuotteita, mutta uudet tuote- ja palveluideat voivat levitä nopeasti ilman minkäänlaista suojausta.

## Muotoiluala digitalisaation kärjessä?

Lähes kaikilla muotoilualan yrityksillä on verkkosivut. Melkein kolme neljäsosaa hyödyntää sosiaalista mediaa ja lähes 60 prosenttia suorittaa yrityksen ostot verkosta ja yli 50 prosenttia käyttää pilvipalveluja. Noin kolmannes hyödyntää verkkokauppaa ja käyttää digitaalisia kanavia palvelujen jakelussa.

Digitaalisilla palveluilla muotoilualan yritykset tavoittavat asiakkaitaan entistä paremmin, vahvistavat yrityskuvaansa (brändiä), edesauttavat liiketoimintansa kansainvälistymistä ja nostavat kannattavuutta, minkä lisäksi niillä voidaan tehostaa yritys yhteistyötä ja parantaa asiakaspalvelua laadullisesti. 📍

42 Saldoluvut saadaan, kun liikevaihdon kasvua tai kannattavuuden paranemisesta ilmoittaneiden yritysten prosentiosuuksista vähennetään liikevaihdon pienenemisestä ja kannattavuuden heikentymisestä ilmoittaneiden prosentiosuus.

43 Pk-yritysbarometrillä tarkoitetaan työ- ja elinkeinoministeriö TEM:iin, Finnveran ja Suomen Yrittäjien kaksi kertaa vuodessa teettämää pk-barometriä, johon osallistuu 6 000 eri toimialoja edustaa pk-yritystä.

# Liitetaulukkoita

## 1. Muotoilualan yritysten arviot yleisistä kysyntä- ja suhdannenäkymistä seuraavan vuoden ja kolmen vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2013–16vastanneista

|                                      | Parempi, % | Pysyy<br>ennallaan, % | Huonompi, % | Saldoluku, % |
|--------------------------------------|------------|-----------------------|-------------|--------------|
| <b>Lähimmän vuoden aikana</b>        |            |                       |             |              |
| 2013–2014                            | 35,0       | 35,0                  | 30,0        | <b>5,0</b>   |
| 2014–2015                            | 37,2       | 34,0                  | 28,7        | <b>8,5</b>   |
| 2015–2016                            | 33,9       | 47,8                  | 18,3        | <b>15,7</b>  |
| 2016–2017                            | 49,6       | 39,4                  | 11,0        | <b>38,6</b>  |
| <b>Lähimmän kolmen vuoden aikana</b> |            |                       |             |              |
| 2013–2016                            | 59,8       | 25,2                  | 15,0        | <b>44,9</b>  |
| 2014–2017                            | 67,4       | 17,4                  | 15,1        | <b>52,3</b>  |
| 2015–2018                            | 61,8       | 27,3                  | 10,9        | <b>50,9</b>  |
| 2016–19                              | 73,6       | 20,7                  | 5,8         | <b>67,8</b>  |

Lähde: Ornamon suhdannekyselyt



**2. Muotoilualan yritysten liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön kehitys viimeksi kuluneen vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2013–16 vastanneista**

|                             | Parempi, % | Pysyy<br>ennallaan, % | Huonompi, % | Saldoluku, % |
|-----------------------------|------------|-----------------------|-------------|--------------|
| <b>Liikevaihto</b>          |            |                       |             |              |
| 2012–2013                   | 38,1       | 35,3                  | 26,6        | <b>11,5</b>  |
| 2013–2014                   | 45,7       | 25,0                  | 29,3        | <b>16,3</b>  |
| 2014–2015                   | 36,9       | 25,2                  | 37,8        | <b>-0,9</b>  |
| 2015–2016                   | 50,8       | 26,7                  | 22,5        | <b>28,3</b>  |
| <b>Kannattavuus</b>         |            |                       |             |              |
| 2012–2013                   | 27,7       | 49,6                  | 22,6        | <b>5,1</b>   |
| 2013–2014                   | 32,6       | 37,1                  | 30,3        | <b>2,2</b>   |
| 2014–2015                   | 29,4       | 38,5                  | 32,1        | <b>-2,8</b>  |
| 2015–2016                   | 43,7       | 32,8                  | 23,5        | <b>20,2</b>  |
| <b>Tuotantokustannukset</b> |            |                       |             |              |
| 2012–2013                   | 29,0       | 58,0                  | 13,0        | <b>16,0</b>  |
| 2013–2014                   | 30,7       | 58,0                  | 11,4        | <b>19,3</b>  |
| 2014–2015                   | 24,5       | 57,5                  | 17,9        | <b>6,6</b>   |
| 2015–2016                   | 26,7       | 61,2                  | 12,1        | <b>14,7</b>  |
| <b>Henkilöstö</b>           |            |                       |             |              |
| 2012–2013                   | 9,8        | 83,5                  | 6,8         | <b>3,0</b>   |
| 2013–2014                   | 13,6       | 80,7                  | 5,7         | <b>8,0</b>   |
| 2014–2015                   | 19,4       | 72,2                  | 8,3         | <b>11,1</b>  |
| 2015–2016                   | 14,4       | 81,4                  | 4,2         | <b>10,2</b>  |

Lähde: Ornamon suhdannekyselyt

### 3. Muotoilualan yritysten liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön kasvuodotukset seuraavan vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2013–2016 vastanneista

|                             | Parempi, % | Pysyy ennallaan,% | Huonompi, % | Saldoluku, % |
|-----------------------------|------------|-------------------|-------------|--------------|
| <b>Liikevaihto</b>          |            |                   |             |              |
| 2013–2014                   | 68,4       | 18,9              | 12,6        | <b>55,8</b>  |
| 2014–2015                   | 60,6       | 27,0              | 12,4        | <b>48,2</b>  |
| 2015–2016                   | 68,8       | 16,1              | 15,2        | <b>53,6</b>  |
| 2016–2017                   | 72,4       | 20,3              | 7,3         | <b>65,0</b>  |
| <b>Kannattavuus</b>         |            |                   |             |              |
| 2013–2014                   | 66,3       | 23,9              | 9,8         | <b>56,5</b>  |
| 2014–2015                   | 56,0       | 28,4              | 15,7        | <b>40,3</b>  |
| 2015–2016                   | 59,1       | 28,2              | 12,7        | <b>46,4</b>  |
| 2016–2017                   | 69,7       | 23,0              | 7,4         | <b>62,3</b>  |
| <b>Tuotantokustannukset</b> |            |                   |             |              |
| 2013–2014                   | 27,5       | 56,0              | 16,5        | <b>11,0</b>  |
| 2014–2015                   | 28,0       | 60,6              | 11,4        | <b>16,7</b>  |
| 2015–2016                   | 21,5       | 67,3              | 11,2        | <b>10,3</b>  |
| 2016–2017                   | 26,2       | 66,4              | 7,4         | <b>18,9</b>  |
| <b>Henkilöstö</b>           |            |                   |             |              |
| 2013–2014                   | 25,6       | 71,1              | 3,3         | <b>22,2</b>  |
| 2014–2015                   | 17,8       | 76,3              | 5,9         | <b>11,9</b>  |
| 2015–2016                   | 23,6       | 72,7              | 3,6         | <b>20,0</b>  |
| 2016–2017                   | 23,8       | 75,4              | 10,8        | <b>23,0</b>  |

Lähde: Ornamon suhdannekyselyt

### 4. Muotoilualan yritysten kasvuhakuisuus (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2016, prosenttia vastanneista

|                                       | 2013, %      | 2014, %      | 2015, %      | 2016, %      |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Voimakkaasti kasvuhakuinen            | 9,7          | 11,3         | 15,7         | 12,3         |
| Kasvaa mahdollisuuksien mukaan        | 56,9         | 62,9         | 60,0         | 63,1         |
| Pyrkii säilyttämään nykyisen asemansa | 19,4         | 19,6         | 20,0         | 20,8         |
| Ei ole kasvutavoitteita               | 7,6          | 2,1          | 2,6          | 3,8          |
| Yritystoiminta loppumassa             | 6,3          | 4,1          | 1,7          | –            |
| <b>Yhteensä</b>                       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Lähde: Ornamon suhdannekyselyt

## 5. Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2016, prosenttia kasvuhakuisista vastanneista

|   | 2013, %      | 2014, %      | 2015, %      | 2016, %      |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Uudet maantieteelliset markkina-alueet (ml. ulkomaat) | 33,7         | 30,6         | 25,6         | 17,3         |
| Myyntin ja markkinoinnin lisääminen                   | 27,4         | 34,7         | 43           | 48           |
| Uusien tuotteiden tai palvelujen kehittäminen, yms.   | 27,4         | 26,4         | 27,9         | 22,4         |
| Teettämällä enemmän ali-hankinta- ja osahankintatöitä | 4,2          | 2,8          | 2,3          | 6,1          |
| Yritysosotot, yritysjärjestelyt                       | 1,1          | 2,8          | –            | 1            |
| Muut kasvukeinot                                      | 6,3          | 2,8          | 1,2          | 2            |
| <b>Yhteensä</b>                                       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Lähde: Ornamon suhdannekyselyt

## 6. Julkisten hankintojen merkitys muotoilualan yrityksille (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013 ja 2014, prosenttia vastanneista

|                       | 2013, %      | 2014, %      |
|-----------------------|--------------|--------------|
| Erittäin merkittävä   | 19,7         | 22,9         |
| Melko tärkeä          | 11,7         | 11,5         |
| Jossain määrin tärkeä | 22,6         | 16,7         |
| Ei kovin merkittävä   | 28,5         | 34,4         |
| Ei lainkaan tärkeä    | 17,5         | 14,6         |
| <b>Yhteensä</b>       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Lähde: Ornamon suhdannekyselyt

## 7. Julkisten hankintojen kehitys seuraavan kolmen vuoden aikana (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2016, prosenttia vastanneista

|                       | 2013, %      | 2014, %      | 2015, %      | 2016, %      |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Lisääntyy tuntuvasti  | 7,1          | 13,3         | 6,1          | 4,5          |
| Kasvaa jonkin verran  | 31,4         | 24,4         | 19,5         | 37,5         |
| Pysyy ennallaan       | 48,6         | 48,9         | 46,3         | 46,6         |
| Vähenee jonkin verran | 11,4         | 11,1         | 20,7         | 10,2         |
| Vähenee selvästi      | 1,4          | 2,2          | 7,3          | 1,1          |
| <b>Yhteensä</b>       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Lähde: Ornamon suhdannekyselyt

## 8. Muotoilualan yritysten ulkomaista toimintaa ja kansainvälistymistä koskevat tavoitteet (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2016, prosenttia vastanneista

|   | 2013, %      | 2014, %      | 2015, %      | 2016, %      |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Kansainvälinen toiminta vakiintunutta tai tasaisesti kehittyvää | 10,3         | 8,3          | 9,7          | 8            |
| Kasvu- ja kehitysvaiheessa/panostaa voimakkaasti kv-toimintaan  | 14,7         | 13,4         | 15,9         | 16,1         |
| Kasvu- ja kehitysvaiheessa/panostaa jonkin verran kv-toimintaan | 31,6         | 39,2         | 38,1         | 28,6         |
| Ulkomainen toiminta/vienti vähäistä                             | 25,7         | 24,7         | 25,7         | 27,7         |
| Ei lainkaan tarvetta kansainvälistyä                            | 17,6         | 14,4         | 10,4         | 19,6         |
| <b>Yhteensä</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Lähde: Ornamon suhdannekyselyt

## 9. Muotoilualan yritykset toimialoittain 2010-luvulla (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätös-tilastot, Tilastokeskus)

|  | Yritykset<br>2013, lkm | Yritykset<br>2014, lkm | Määrän<br>kasvu<br>2010-14<br>lkm | Määrän<br>kasvu<br>2010-2014<br>% |
|--|------------------------|------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Muotoiluintensiivinen valmistus</b> | <b>3526</b>            | <b>3379</b>            | <b>-350</b>                       | <b>-9,4</b>                       |
| - Tekstiilien valmistus                | 436                    | 418                    | -42                               | -9,1                              |
| - Vaatteiden valmistus                 | 92                     | 79                     | -23                               | -22,5                             |
| - Nahkatuotteiden valmistus            | 158                    | 154                    | -33                               | -17,6                             |
| - Puutuotteiden valmistus              | 1031                   | 979                    | -106                              | -9,8                              |
| - Lasituotteiden valmistus             | 41                     | 40                     | -2                                | -4,8                              |
| - Keraamisten tuotteiden valmistus     | 107                    | 108                    | -11                               | -9,2                              |
| - Kivituotteiden valmistus             | 235                    | 228                    | -19                               | -7,7                              |
| - Metallituotteiden valmistus          | 104                    | 103                    | 2                                 | 2,0                               |
| - Huonekalujen valmistus               | 972                    | 929                    | -99                               | -9,6                              |
| - Kultasepän tuotteiden valmistus      | 350                    | 341                    | -17                               | -4,7                              |
| <b>Muotoilutoimistot</b>               | <b>2002</b>            | <b>2006</b>            | <b>234</b>                        | <b>13,2</b>                       |
| - Graafinen muotoilu                   | 655                    | 671                    | 104                               | 18,3                              |
| - Sisustus suunnittelu                 | 788                    | 770                    | -20                               | -2,5                              |
| - Teollinen muotoilu                   | 559                    | 565                    | 150                               | 36,1                              |
| <b>Taideteosten koti</b>               | <b>1431</b>            | <b>1439</b>            | <b>166</b>                        | <b>13,0</b>                       |
| <b>Muotoiluala yhteensä</b>            | <b>6959</b>            | <b>6824</b>            | <b>50</b>                         | <b>0,7</b>                        |

Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastot

## 10. Muotoilualan yritysten työllisyys toimialoittain 2010-luvulla

|  | Yritykset<br>2013, lkm | Henkilöstö<br>2014, lkm | Määrän<br>kasvu<br>2010-14<br>lkm | Määrän<br>kasvu<br>2010-2014<br>% |
|--|------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Muotoiluintensiivinen valmistus</b> | <b>18466</b>           | <b>17138</b>            | <b>-3086</b>                      | <b>-15,3</b>                      |
| - Tekstiilien valmistus                | 824                    | 730                     | 5                                 | 0,7                               |
| - Vaatteiden valmistus                 | 423                    | 378                     | 112                               | 42,1                              |
| - Nahkatuotteiden valmistus            | 1225                   | 1198                    | -230                              | -16,1                             |
| - Puutuotteiden valmistus              | 6344                   | 5983                    | -1098                             | -15,5                             |
| - Lasituotteiden valmistus             | 957                    | 975                     | -148                              | -13,2                             |
| - Keraamisten tuotteiden valmistus     | 69                     | 69                      | -6                                | -8,0                              |
| - Kivituotteiden valmistus             | 1227                   | 1125                    | -115                              | -12,1                             |
| - Metallituotteiden valmistus          | 180                    | 201                     | 50                                | 33,1                              |
| - Huonekalujen valmistus               | 6566                   | 5921                    | -1391                             | -19,0                             |
| - Kultasepän tuotteiden valmistus      | 651                    | 558                     | -225                              | -28,70                            |
| <b>Muotoilutoimistot</b>               | <b>1920</b>            | <b>1781</b>             | <b>269</b>                        | <b>17,8</b>                       |
| - Graafinen muotoilu                   | 597                    | 505                     | 24                                | 5,0                               |
| - Sisustusuunnittelu                   | 674                    | 642                     | 133                               | 26,1                              |
| - Teollinen muotoilu                   | 650                    | 634                     | 112                               | 21,5                              |
| <b>Taideteosten koti</b>               | <b>904</b>             | <b>702</b>              | <b>-75</b>                        | <b>-9,7</b>                       |
| <b>Muotoiluala yhteensä</b>            | <b>21290</b>           | <b>19621</b>            | <b>-2892</b>                      | <b>-12,8</b>                      |

Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastot, Tilastokeskus

## 11. Muotoilualan yritysten liikevaihto ja tuottavuus toimialoittain 2010-luvulla

|   | Liikevaihto<br>2013<br>1000 euroa | Liikevaihto<br>2014<br>1000 euroa | Tuottavuus <sup>47</sup><br>2014<br>1000 euroa | Määrän<br>(reaalinen)<br>kasvu<br>2010-14, % |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|--|--|
| <b>Muotoiluintenssiivinen valmistus</b> | <b>2959988</b>                    | <b>2842126</b>                    | <b>165,8</b>                                   | <b>-11,0</b>                                 |
| - Tekstiilien valmistus                 | 113222                            | 101235                            | 138,7  | 14,7   |
| - Vaatteiden valmistus                  | 82540                             | 78883                             | 208,7  | 55,4   |
| - Nahkatuotteiden valmistus             | 330335                            | 208083                            | 173,7  | 12,1   |
| - Puutuotteiden valmistus               | 1064391                           | 1049262                           | 175,4  | -11,8  |
| - Lasituotteiden valmistus              | 170936                            | 165372                            | 169,6  | -26,9  |
| - Keraamisten tuotteiden valmistus      | 5258                              | 4949                              | 71,7   | -24,8  |
| - Kivituotteiden valmistus              | 166674                            | 153841                            | 136,7  | -16,9  |
| - Metallituotteiden valmistus           | 23051                             | 25319                             | 126,0  | 30,8   |
| - Huonekalujen valmistus                | 1010455                           | 961400                            | 162,4  | -13,3  |
| - Kultasepän tuotteiden valmistus       | 103126                            | 93782                             | 168,1  | -29,9  |
| <b>Muotoilutoimistot</b>                | <b>176872</b>                     | <b>196395</b>                     | <b>110,3</b>                                   | <b>17,4</b>                                  |
| - Graafinen muotoilu                    | 42632                             | 42700                             | 84,6   | 17,6   |
| - Sisustus suunnittelu                  | 74267                             | 86593                             | 134,9  | 26,0   |
| - Teollinen muotoilu                    | 59972                             | 67102                             | 105,8  | 7,9  |
| <b>Taideteosten koti</b>                | <b>904</b>                        | <b>702</b>                        | <b>-75</b>                                     | <b>-9,7</b>                                  |
| <b>Muotoiluala yhteensä</b>             | <b>21290</b>                      | <b>19621</b>                      | <b>-2892</b>                                   | <b>-12,8</b>                                 |

Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastot, Tilastokeskus

47 Tuottavuus=liikevaihto/henkilöstö



ornamo