
Muotoilualan suhdanne- katsaus 2015

Selvitys muotoilualan yrityksistä
toiminnan kehittämisen osa-alueista,
työllistämisen esteistä ja immateriaalioikeuksista



ornamo



Muotoilualan suhdannekatsaus 2015

Selvitys muotoilualan yritysten
toiminnan kehittämisen osa-alueista,
työllistämisen esteistä ja immateriaalioikeuksista

Teollisuustaitteen Liitto Ornamo

Teollisuustaitteen Liitto Ornamo on muotoilualan Teollisuustaitteen Liitto Ornamo on vuonna 1911 perustettu muotoilualan asiantuntijajärjestö, johon kuuluu yli 2300 jäsentä. Ornamo kehittää muotoilijan ammattia ja vaikuttaa muotoilun asemaan yhteiskunnassa. Yhdistämme muotoilijat, kehitämme alan ammatillista osaamista ja toimimme muotoilualan verkostona toimialojen välillä.

Muotoilualan suhdannekatsaus 2015

Kirjoittaja **Pekka Lith, Lith Consulting Group**

Julkaisija **Teollisuustaitteen Liitto Ornamo**

Ulkoasu **Jalo Toivio**, taitto **Minna Borg**
Typografia **Helvetica Neue LT, Sentinel**



Sisältö

| | | |
|----|---|--|
| 6 | 1 | Muotoilualan suhdannenäkymät |
| 11 | 2 | Kehittämisen tärkeimmät osa-alueet |
| 14 | 3 | Yleinen talouskehitys |
| 17 | 4 | Asiakastoimialojen suhdanne- ja kysyntätilanne |
| 23 | 5 | Erityisteema: Aineettomien oikeuksien suojaus |
| 25 | | Yhteenveto |
| 26 | | Liitetaulukoita Liite 1: Muotoilualan yritystoiminta 2013 |

1 Muotoilualan suhdannenäkymät

Liikevaihdon kasvu vaimentunut

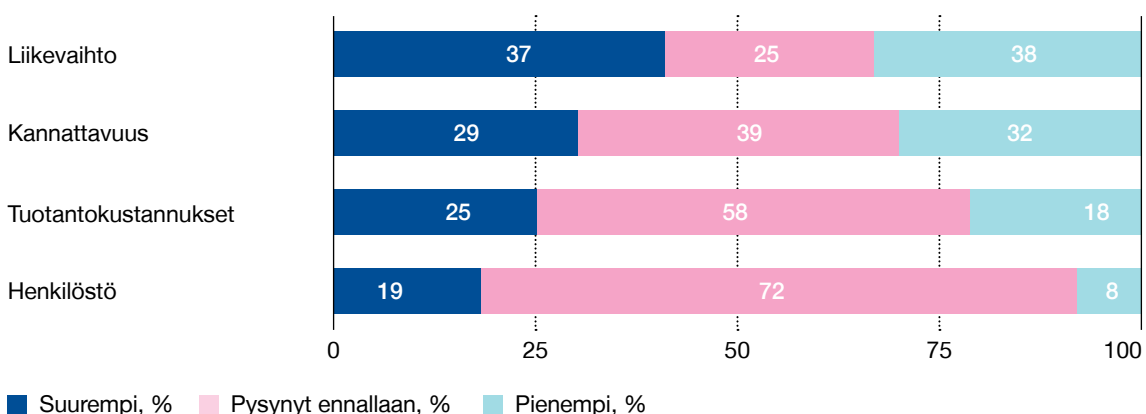
Muotoilualan liikevaihdon kasvu on heikentynyt. Noin 37 prosenttia yrityksistä ilmoitti kesällä 2015, että liikevaihto on kasvanut edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta (Kuvio 1). Vastaavasti 38 prosenttia kertoi, että liikevaihto oli pienentynyt. Siten liikevaihdon kasvu saldoluvuksi saadaan miinus yksi, kun se kesällä 2014 oli plus 16. Tulokset perustuvat Teollisuustaitteen Liitto Ornamon kesäkuussa 2015 teettämiin muotoilualan suhdannekyselyihin, joihin vastasi määräaikoihin mennessä vajaat 120 liiton jäsenyritystä (yritysjäsentä).

Muotoilualan yritysten liikevaihdon kehitykseen on vaikuttanut asiakasyritysten menestys niiden omilla markkinoilla, mutta etenkin yksityisen kulutuksen ja julkisyhteisöjen rahoitusaseman heikentyminen on leikannut alan yritysten liikevaihdon kasvua. Suuret erot liikevaihdon kehityksessä kertovat karua kieltään muotoilualan kaksi- tai monijakoisuudesta, minkä taustalla on muotoilu-

alan monialaisuus, erilaiset asiakassegmentit ja markkina-alueet. Yritykset, jotka pystyvät tasamaan kotimaan suhdanteita ulkomaisella toiminnalla, ovat paremmissa lähtöasetelmissä.

Kannattavuuden saldoluvuksi saatiin miinus kaksi. Kannattavuuskehitys on osassa muotoilualan yrityksiä heikkoa ja tilanne on heikentynyt 2010-luvulla saldoluvuilla mitattuna. Taustalla ovat kansantalouden kokonaiskysynnän huono kehitys ja liikevaihdon tuotantokustannuksia hitaampi kasvu. Yli 70 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 2014) verrattuna vuoden takaiseen (kesä 2014) tilanteeseen, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015)

Saldoluku saadaan, kun liikevaihdon kasvusta ilmoittaneiden yritysten prosenttiosuudesta vähennetään liikevaihdon laskusta ilmoittaneiden prosenttiosuus.

Luottamus tulevaisuuteen säilynyt

Odotukset seuraavan vuoden kehityksestä ovat myönteiset, sillä yli kaksi kolmasosaa kyselyihin vastanneista yrityksistä uskoo liikevaihdon kasvavan seuraavan vuoden aikana. Kannattavuuden paranemiseen uskoo miltei 60 prosenttia yrityksistä, sillä tuotantokustannusten odotetaan kasvavan maltillisesti. Odotukset ovat usein kuitenkin optimistisempia kuin toteutunut kehitys. Esimerkiksi vuoden 2014 kyselytulosten mukaiset liikevaihdon kasvuodotukset eivät toteutuneet, joskin kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön osalta kehitys oli odotetun kaltaista.

Muotoilualan odotukset liikevaihdon ja kannattavuuden kehityksestä ovat - Suomen Yrittäjien, Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n keväällä julkistaman pk-barometrin mukaan saldolukuina mitattuna tuntuvasti kuitenkin myönteisemmät kuin pk-yrityskentässä keskimäärin

(Taulukko 1).

Pk-barometri julkistetaan kaksi kertaa vuodessa keväällä ja syksyllä. Barometri laaditaan paitsi valtakunnallisena kuin myös alueellisina raporteina. Kevään 2015 pk-barometri perustui 4 404 pk-yrityksen vastuuhenkilön tai muun edustajan antamiin vastauksiin.

Muotoilualan yritysten myönteiset liikevaihdon ja kannattavuuden kasvuodotukset perustuvat siihen, että alalla näkemykset talouden yleisistä suhdanne- ja suhdannenäkemyksistä ovat lähtökohtaisesti paljon myönteisemmät kuin koko pk-yrityskentässä. Ornamon kyselyjen mukaan noin kolmannes muotoilualan yrityksistä uskoi kesällä 2015 yleisten suhdannenäkymien paranemiseen seuraavan vuoden aikana. Kaikista pk-yrityksistä samaan luotti runsas viidennes. Muotoilualalla optimistisuus lisääntyy edelleen, kun asiaa katsotaan kolmen vuoden ajanjaksolla.

Taulukko 1. Liikevaihdon, kannattavuuden, henkilöstön ja tuotantokustannusten kasvuodotukset vuodelle 2015 muotoilualalla ja koko pk-yrityssektorilla saldolukuina, prosenttia

| | Liikevaihto, % | Kannattavuus, % | Tuotantokustannukset, % | Henkilöstö, % |
|----------------------------|----------------|-----------------|-------------------------|---------------|
| Muotoiluala | +54 | +46 | +10 | +20 |
| Teollisuus | +27 | +3 | +27 | +1 |
| Rakentaminen | -2 | -13 | +29 | -3 |
| Kauppa | +9 | -10 | +31 | -6 |
| Palvelut | +14 | -2 | +30 | +2 |
| Kaikki pk-yritykset | +12 | -5 | +29 | 0 |

(Lähde: Pk-yritysbarometri kevät 2015 ja Ornamo suhdannekyselyt 2015)

Taulukko 2. Yleiset kysyntä- ja suhdannenäkymät muotoilualalla ja koko pk-yrityskentässä vuodelle 2016, prosenttia

| | Paranee, % | Pysyy ennallaan, % | Heikkenee, % | Saldoluku, % |
|----------------------------|------------|--------------------|--------------|--------------|
| Muotoiluala | 34 | 48 | 18 | +16 |
| Teollisuus | 23 | 49 | 28 | -5 |
| Rakentaminen | 18 | 49 | 33 | -15 |
| Kauppa | 21 | 47 | 32 | -11 |
| Palvelut | 22 | 53 | 25 | -3 |
| Kaikki pk-yritykset | 21 | 51 | 28 | -7 |

(Lähde: Pk-yritysbarometri kevät 2015 ja Ornamo suhdannekyselyt 2015)

Kasvuhakuisuus lisääntynyt

Voimakkaasti kasvuhakuisia oli kesällä 2015 noin 16 prosenttia Ornamon kyselyihin vastanneista, mikä oli enemmän kuin vuotta aiemmin ja suurempi osuus kuin pk-yrityksissä keskimäärin. Vain pk-teollisuudessa voi-makkaasti kasvuhakuisten yritysten osuus oli pk-yritysbarometrin mukaan keväällä 2015 yli kymmenen prosenttia. Vertailussa on otettava huomioon, että muotoiluala koostuu monialaisesta yritysjoukosta, johon sisältyy pien-sarjatuotantoa harjoittavia teollisia yrityksiä, käsi-työyrityksiä ja muotoilualan palveluyrityksiä (Taulukko 3).

Voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten ohella pe-räti 60 prosenttia kyselyihin vastanneista yrityk-sistä haluaa kasvaa mahdollisuuksien mukaan. Keskeisin kasvukeino on myynnin ja markkinoin-nin tehostaminen, mutta yritykset kasvavat myös orgaanisesti, millä tarkoitetaan liiketoiminnan laajentamista uusille maantieteellisille markki-na-alueille kuten ulkomaille tai uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämistä ja tuotevalikoiman mo-nipuolistamista. Epäorgaanista kasvua, eli yritys-kauppoja keskeisenä kasvukeinona ei mainittu kyselyissä lainkaan. (Kuvio 2)

Yritysten kasvun esteitä

Muotoilualan kasvuhakuisuus on lisääntynyt ky-selyjen mukaan vuosina 2013-15, vaikka saman-aikaisesti kansantalouden kehitys on ollut varsin epäsuotuisaa. Asemansa säilyttämiseen pyrkivi-en osuus on pysynyt ennallaan ja niiden yritysten osuus, joilla ei ole lainkaan kasvuhaluja, on pie-mentynyt. Pääsyyinä kasvuhaluttomuuteen on puo-lestaan se, että yritys koko on jo optimaalinen tai yrittäjät eivät halua ottaa kasvuun liittyvää talou-

Muotoilualan kasvu-hakuisuus on lisääntynyt kyselyjen mukaan vuosina 2013–15.

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

Toisaalta kasvuhaluttomuudessa voi olla kysymys siitä, että itsensä työllistäjät tai osa-aika- ja sivu-toimiset yrittäjät ovat tyytyväisiä nykyiseen tilanteensa. Heille riittää itsensä ja perheen elättäminen ja yritystoiminta on lähinnä tapa toteuttaa itseään sekä keino kanavoida toiminnasta aiheu-tuneita 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 2015 kyselyjen mukaan tärkein työllis-tämisen kynnyks on kysynnän riittämättömyys ja epävakaus, mikä on luonnollista nykyisessä talous-tilanteessa.

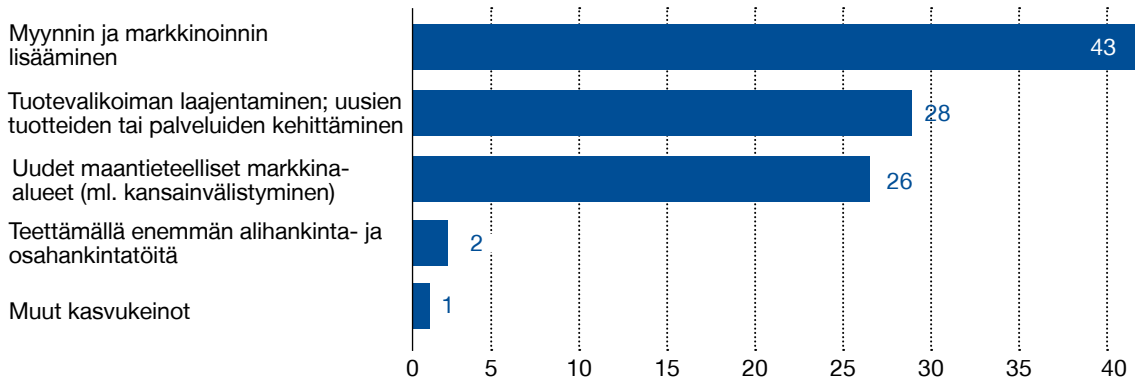
(Kuvio 3)

Taulukko 3. Yritysten kasvuhakuisuus muotoilualalla ja koko pk-yrityssektorilla 2014, prosenttia yrityksistä

| | Voimakkaasti kasvuhakuiset, % | Kasvat mahdollisuuksien mukaan, % | Asemansa säilyttäjät, % | Ei kasvu-tavoitteita, % Lopettavat |
|----------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| Muotoiluala | 16 | 60 | 20 | 4 |
| Teollisuus | 12 | 43 | 30 | 15 |
| Rakentaminen | 6 | 32 | 37 | 25 |
| Kauppa | 7 | 39 | 40 | 14 |
| Palvelut | 7 | 34 | 34 | 25 |
| Kaikki pk-yritykset | 7 | 35 | 35 | 23 |

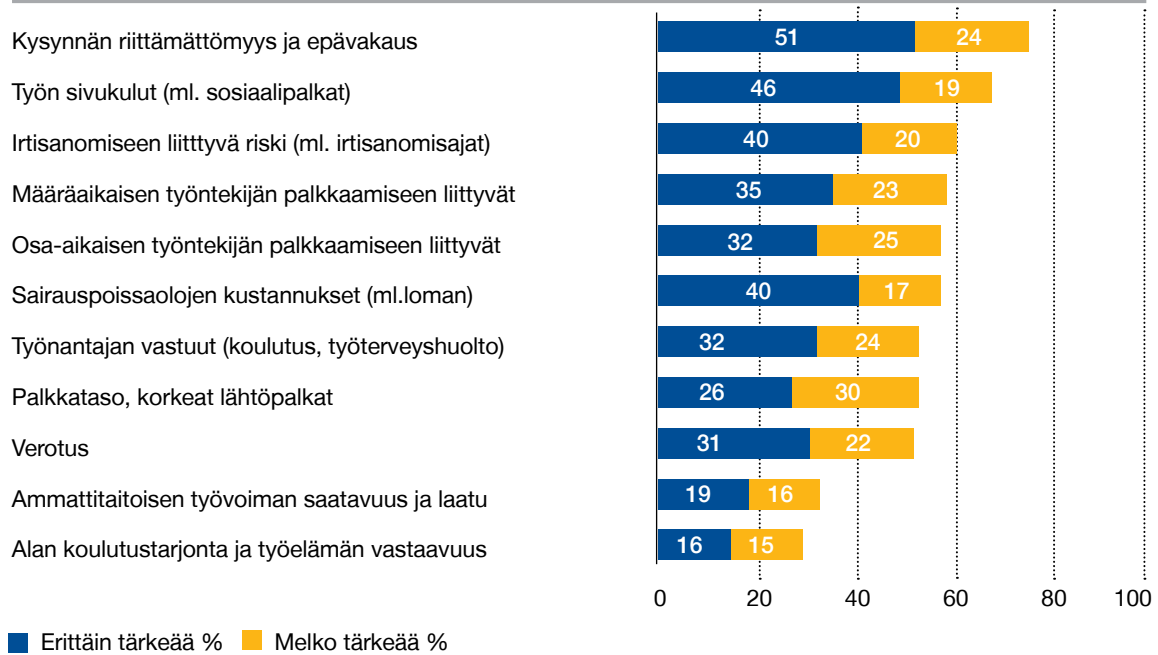
(Lähde: Pk-yritysbarometri kevät 2015 ja Ornamo suhdannekyselyt 2015)

Kuvio 2. Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot, prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015)

Kuvio 3. Työllistämisen tärkeimmät esteet muotoilualan yrityksissä 2015



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015)

3. Muita työnantajan vakuutusmaksuja ovat sosiaaliturvamaksut (sotu) ja työttömyysvakuutus-, ryhmähenkivakuutus- ja tapaturmavakuutusmaksut.

4. Sosiaalipalkkoja ovat vuosilomapalkat, lomarahat, arkipyhäkorvaukset, pekkaspäivät sekä sairaus- ym. ajan palkat. Lomapalkka on loman ajalta maksettavaa palkkaa, kun taas vuosilomakorvaus on korvausta ansaitusta, mutta pitämättä jääneestä lomasta. Lomarahalla eli lomaltapaluurahalla on sen sijaan useimmissa työsuhteissa käytössä oleva lisäpalkkio, jonka maksaminen perustuu yleensä työehtosopimukseen. Lomarahan suuruus on 50 prosenttia vuosilomapalkasta. Peikkaspäivillä eli työntekijän lyhennysvapaalla tarkoitetaan suomalaisiin työehtosopimuksiin sisältyvää menettelyä, jossa työntekijälle kertyy palkallista vapaa-aikaa, mikäli työehtosopimuksen mukainen säännöllinen työaika on sama kuin työaikalain mukainen säännöllinen työaika eli kahdeksan tuntia vuorokaudessa tai 40 tuntia viikossa. Nimitys ”pekkaspäivät” juontaa vuoteen 1984, jolloin työntekijän lyhentämiseen tähtääviin päätöksiin osallistui ratkaisevasti valtioneuvoston kanslian tulopoliittinen selvitysmies Matti Pekkanen.

Silmiinpistävää kuitenkin on, että toiseksi ja kolmanneksi tärkeimpiä työllistämisen esteitä ovat työn teettämisen sivukulut ja irtisanomiseen liittyvät riskit. Sen sijaan esimerkiksi palkkojen lähtötaso ei pidetty kovin suurena työllistämisen esteenä. Työn sivukuluilla tarkoitetaan sosiaalivakuutusmaksuja (eläkevakuuttaminen, yms.) sekä niin sanottuja sosiaalipalkkoja, 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 2015. Ammattitaitoisen työvoiman saatavuus ei ole enää tärkeä ongelma millään toimialalla, mutta sen tilalla ovat irtisanomista koskevat riskit, jotka koetaan suuriksi.

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, vuosilomia koskevat järjestelyt ja työsuhteen ehtojen muuttaminen. Erilaisten joustavien vaihtoehtojen käyttö rakentuu parhaiten työnantajien ja työntekijöiden hyvään keskusteluyhteeseen.

Muotoilualalla työllistämisen tärkeät esteet ovat samoja kuin koko pk-yrityskentässä.

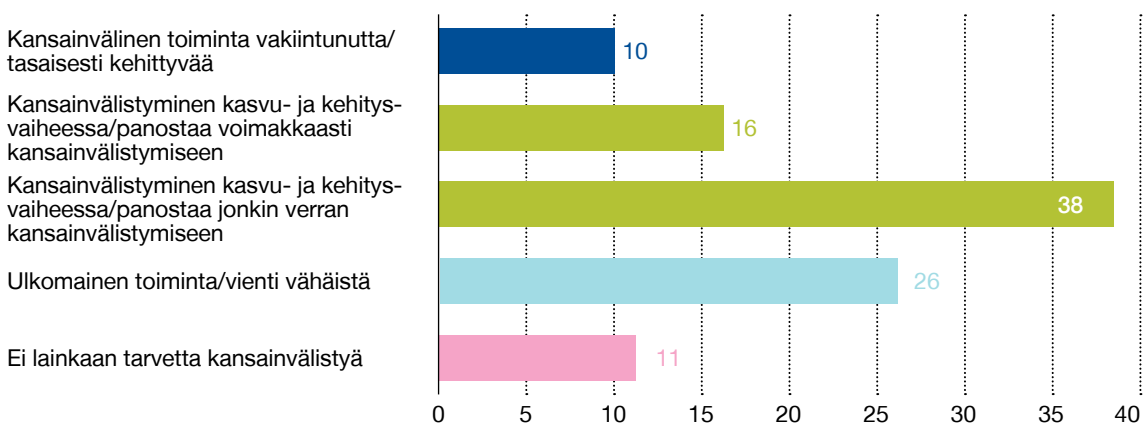
Kansainvälisiltä markkinoilta uutta kasvua

Ornamon kyselyihin vastanneista yrityksistä joka kymmenennellä kansainvälinen toiminta on vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää, minkä lisäksi noin 16 prosenttia panostaa määrätietoisesti kansainväliseen toimintaan. Osuudet ovat pysyneet samoina vuosina 2013-15.

(Kuvio 4)

Vuonna 2013 tehtyjen kyselyjen mukaan joka viidennellä yrityksellä ulkomaisen toiminnan osuus oli vähintään kymmenen prosenttia. Suuntautumalla kansainvälisille markkinoille vähennetään riippuvuutta kotimaan suhdanteista. Myös yrityksen kasvu voi edellyttää kansainvälistymistä. 📍

Kuvio 4. Muotoilualan yritysten kansainvälistymistä koskevat tavoitteet 2015, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015)

2 Kehittämisen tärkeimmät osa-alueet

Kehittämisen tärkeimmät osa-alueet

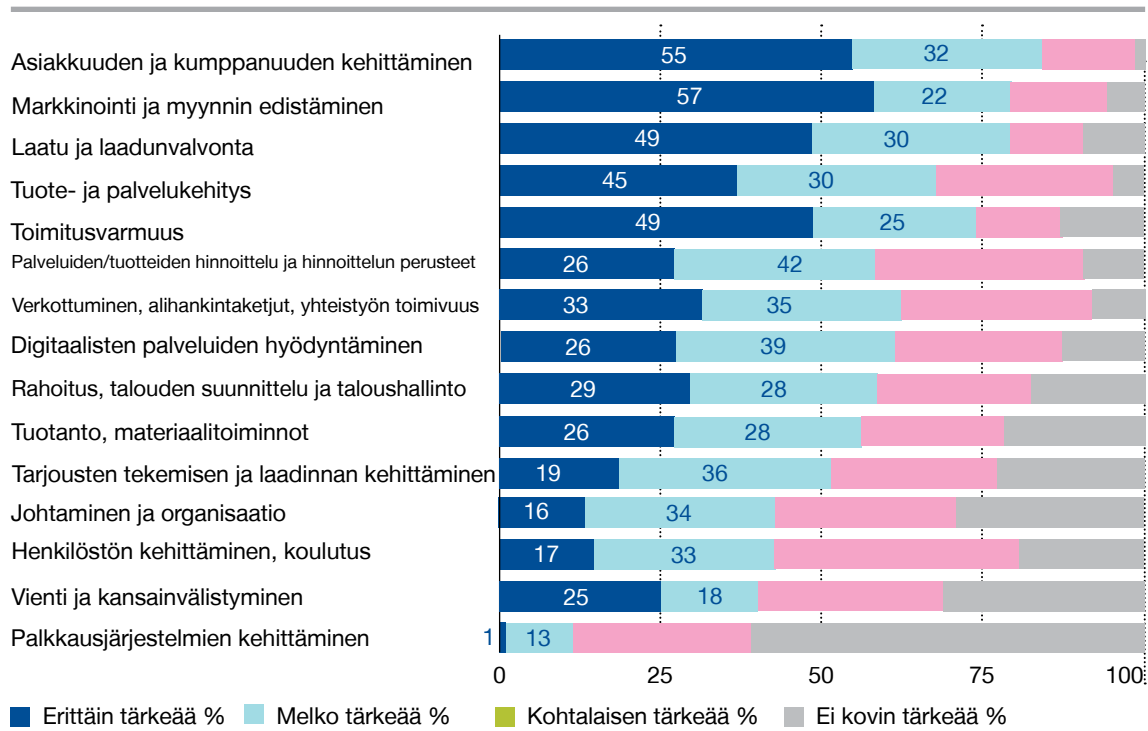
Ornamon kyselyjen mukaan muotoilualan yritykset korostivat oman toiminnan kehittämisessä toimenpiteitä, jotka koskevat asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä, markkinoinnin ja myynnin edistämistä, laatua ja laadunvalvontaa, tuote- ja palvelukehitystä sekä toimitusvarmuutta. Henkilöstön kehittäminen ja koulutus, palkkausjärjestelmien parantaminen ja johtaminen ja organisaation parantaminen eivät ole keskeisiä kehittämiskohteita ilmeisesti siksi, että merkittävä osa kyselyihin vastanneista oli yksinyrittäjiä eikä työnantajayrityksiä. (Kuvio 5)

TEM:n, Finnveran ja Suomen yrittäjien kevään 2015 pk-barometrissa kiinnitettiin huomiota digitaalisen ympäristön ja digitaalisten palvelujen hyödyntämiseen yrityksissä. Pk-barometrin mu-

kaan digitaalisilla palveluilla on erityisesti yrityskuvan kannalta myönteisiä vaikutuksia, mikä lisäksi digitaalisilla palveluilla haetaan uusia asiakasryhmiä ja pyritään palvelemaan entistä paremmin ja asiakaslähtöisemmin maantieteellisesti kaukana sijaitsevia asiakkaita. Digitaaliset palvelut tiivistävät yhteistyötä myös kumppaneiden kanssa ja tehostavat liiketoimintaprosesseja. Samaa asiaa tiedusteltiin keväällä 2015 Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry (Taitoliitto) yrittäjäkyselyissä⁵. Jotkut Taitoliiton piirissä toimivista yrityksistä voivat olla myös Ornamon jäsenyri-

5. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry: Käsityö- ja muotoilualan yrittäjä 2015 –selvitys (toim. Pekka Lith, Lith Consulting Group), Raportti käsityöalan yrityksistä, yritysprofiilista, markkinoista, kasvuyrittäjyydestä ja lähiajan suhdannenäkemyksistä, 2015.

Kuvio 5. Muotoilualan yritysten tärkeimmät oman toiminnan kehittämisen kohteet 2014, pisteet⁵



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015)

tyksiä. Kyselyjen mukaan digitaalisia palveluja hyödynnetään käsityöaloilla lähinnä myynninedistämässä ja markkinoinnin saralla, missä niiden kehittäminen todettiin hyvin tärkeäksi. Päällimmäiseksi nousivat käsityöalalla sosiaalisen median (SO-ME) hyödyntäminen ja yrityksen verkkosivujen sekä verkkokaupan toteuttaminen ja kehittäminen.

Ornamon kyselyissä digitaalisten palvelujen kehittäminen koettiin korkeintaan kohtalaisen tärkeäksi kehittämiskohteeksi. Digitalisoinnin ja teknologian kehitykseen sisältyy muotoilualan kannalta kuitenkin paljon muutakin kuin vain markkinoinnin ja myynnin edistämistä. Esi-merkkinä voidaan mainita 3D-tulostus, jossa liiketoiminnan mahdollisuudet ovat lähes rajattomat. 3D-tulostus mahdollistaa teollisen tuotannon palaamisen takaisin Suomeen ja pienmuotoisen sarjavalmistuksen ja yksilöllisesti räätälöityjen tuotteiden tuotannon pk-yrityksissä. Uusia liiketoimintamahdollisuuksia liittyy myös teolliseen internetin tulemiseen.

Ulkoiset kehittämiskohteet

Yrityksen ulkoisella toimintaympäristöllä tarkoitetaan kilpailutekijöitä, joihin yksittäinen yrityksen omilla kehittämistoimenpiteillä on mahdollonta tai vaikea vaikuttaa. Ulkoisen toimintaympäristö ja sen kehittäminen on etupäässä julkisen keskusvallan ja paikallishallinnon edustajien ja poliittisen päätöksenjärjestelmän varassa. Maassa vallitseva hyvä oikeudellinen kehys, yleinen turvallisuus, markkinoilla valitseva kilpailuneutraliteetti, tehokkaasti ja tasapuolisesti toimiva julkinen virkamieskoneisto ovat yri-tysystävällisen toimintaympäristön tunnusmerkkejä.

Ornamon vuoden 2015 suhdannekyselyissä ei tiedustelu muotoilualaan liittyvistä ulkoisista kehittämiskohteista, sillä niitä tiedusteltiin vuonna 2014. (Kuvio 7) Silloin yritykset näkivät eniten kielteisiä asioita verotuksessa, julkisten hankintojen toimivuudessa ja julkisten yrityspalvelujen laadussa ja tarkoituksenmukaisuudessa. Myös yritysrahoituksen saatavuudessa ja ehdois-

sa oli ongelmia.

Julkisia hankintoja kohtaan osoitettu kritiikki on kuitenkin huolestuttavaa, sillä julkisyhteisöt ovat erittäin tai melko tärkeitä 50 prosentille toimialan yrityksii. Suomen hankintalaki on uudistumassa kuluvan vuoden aikana. Uudistukset tulevat voimaan vuonna 2016. Säännösmuutoksilla halutaan parantaa erityisesti pk-yritysten osallistumismahdollisuuksia julkisiin hankintoihin. Tähän päästään, kun esimerkiksi tietyn euro-määrän ylittävät hankintasopimukset voidaan jakaa osiin, jotta pk-yritysten olisi helpompi osallistua erikokoisiin julkisiin hankintoihin.⁶

Arvonlisäverotuksen alarajat nousevat

Kaikkein eniten kehittämistarpeita liittyi verotukseen, joskin vuonna 2016 toteutetaankin kaksi pk-yrityksiä hyödyttävää verouudistusta. Ensinnäkin Suomen eduskunta on päättänyt nostaa tilikauden liikevaihdon perusteella laskettavan verovelvollisuuden alarajaa nykyisestä 8 500 eurosta 10 000 euroon, mikä suosisi lähinnä sivutoimisia yrittäjiä. Arvonlisäverovelvollisuuden alarajaa koskevan verohuojennuksen yläraja nousee 22 500 eurosta 30 000 euroon, eli pienyritysten tilitettävä vero nousisi täyteen määrään vasta 30 000 euron tilikausittaisella liikevaihdolla.⁷ Arvonlisäveron alarajan nostamista on perusteltu sillä, että arvonlisävero-tus on kuluttajamarkkinoilla toimiville yrityksille liian korkea, koska kysy-mys on lähinnä työn verottamisesta. Jos arvonlisäverotusta koskeva päätöksiä verrataan Ornamon muotoilualan suhdannekyselyihin vastanneiden yritysten liikevaihdon kokoluokkiin, koskisivat muutokset noin viidesosaa yrityksistä.

Yrittäjävähennysvuonna 2016

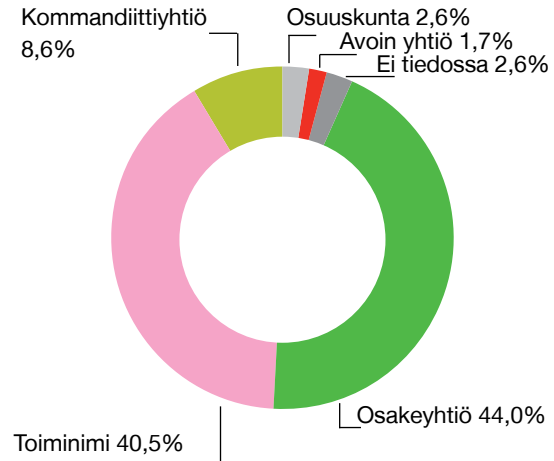
Suomessa yhteisöt, kuten osakeyhtiöt ja osuuskunnat ovat maksaneet tuloveroa niiden veronalaisten tulojen ja vähennyskelpoisten menojen erotuksena laskettavasta voitosta 20 prosentin verokannan mukaan vuodesta 2014 lukien. Yhteisöverotus on keventynyt 10 viime vuoden aikana kuusi prosenttiyksikköä ja se on nykyään alle

6. Pk-yritykset hyötyvät myös siitä, että ilmoitusvelvoitteita ja asiakirjavaatimuksia yksinkertaistetaan, kilpailutusten osallistumisedellytyksiä vähennetään (mm. liikevaihtovaatimukset) ja mahdollistetaan suorat maksut alihankkijoille.

7. Niin sanottua liukuvaa alarajahuojennusta sovelletaan jatkossa silloin, kun yrityksen liikevaihto ylittää verollisen toiminnan 10 000 euron alarajan, mutta on alle 30 000 euroa. Muutokset tulevat voimaan vuoden 2016 alussa, joskin ne eivät välttämättä palvele päätoimisia yrittäjiä. Siksi Suomen Yrittäjät on esittänyt verohuojennuksen ylärajan nostamista 50 000 euroon, mistä hyötyisi 60 000 yrittäjää.

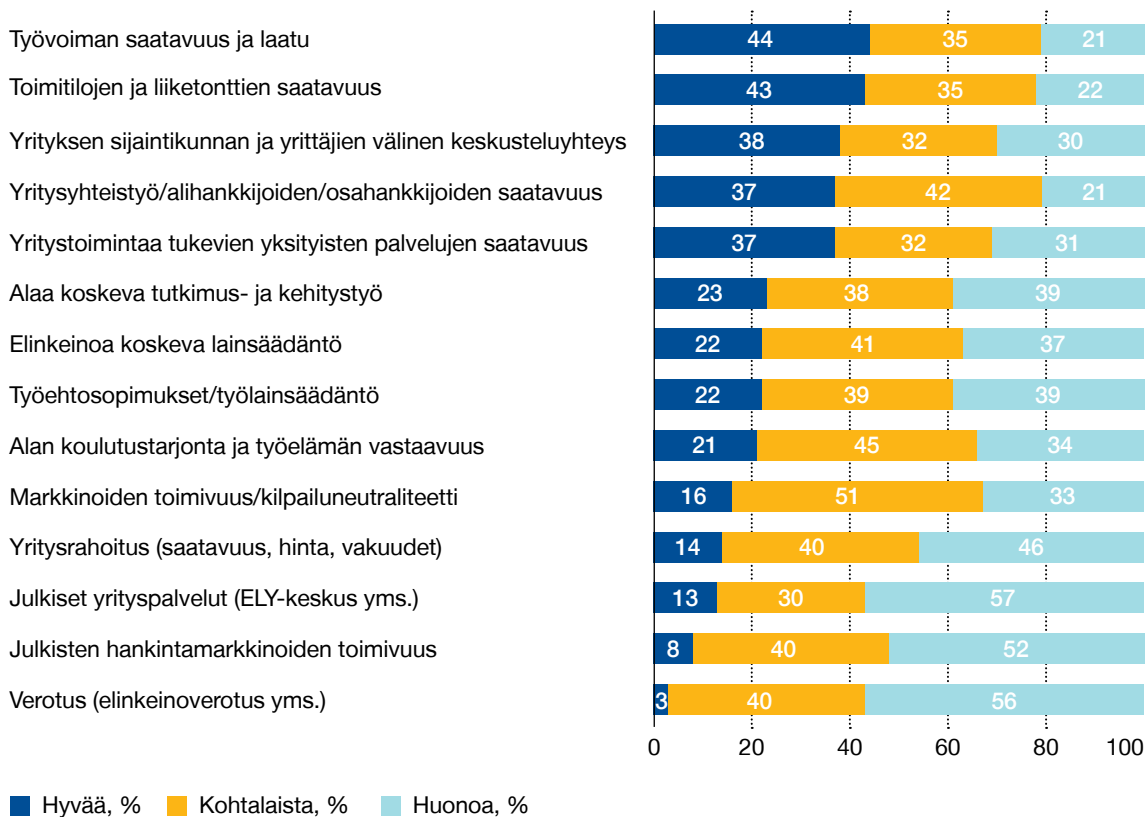
EU-maiden aritmeettisen keskiarvon (21,87 %). Muotoilualan yrityksistä kuitenkin suuri osa on yksityisiä toiminimiä ja henkilöyhtiöitä (avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö), jotka eivät ole hyötynneet kannustavasta yhteisöveron laskusta (Kuvio 6). Toiminimiyrittäjiä ja henkilöyhtiöiden yhtiömiehiä verotetaan ansiotuloverotuksen mukaan sen jälkeen, kun tuloista on vähennetty pääomatulon osuus. Jos yrittäjällä ei ole palkattua työvoimaa ja on vähän käyttöomaisuutta, tuloja verotetaan lähinnä ansiotuloverotuksen mukaan. Pelkkien palkkaverotuksen pienten kevennysten ei ole katsottu riittävän yrittäjille. Suomen uusi hallitus onkin esittänyt hallitusohjelmassaan yrittäjille viiden prosentin ylimääräistä yrittäjävähenystä, joka tulisi voimaan vuoden 2016 alusta lukien.⁸

Kuvio 6. Muotoilualan vuoden 2015 suhdannekyselyihin vastanneet yritykset yritysmuodon mukaan, prosenttia yrityksistä



8. Suomen Yrittäjien esittämien arvioiden mukaan viiden prosentin yrittäjävähenys koskisi 130 000 yrittäjää.

Kuvio 7. Muotoilualan yritysten näkemykset Suomen yleisestä toimintaympäristöstä, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2014)

3 Yleinen talouskehitys

Kansantalous supistuu

Tilastokeskuksen kansantalouden tilinpidon ennakkotietojen mukaan Suomen bruttokansantuote bkt supistui määrällisesti vuonna 2014 kolmatta vuotta peräkkäin, eikä lähivuosille ole odotettavissa merkittävää kasvua. Nimellisesti Suomen bruttokansantuote bkt oli 205 miljardia euroa vuonna 2014. Valtiovarainministeriö VM:n kesäkuun 2015 talouskatsauksen mukaan bkt:n ennakoitaan kasvavan vain 0,3 prosenttia vuonna 2015. Ennuste perustuu siihen, että kasvu käynnistyisi heti toisella neljänneksellä, sillä ensimmäisellä neljänneksellä bkt väheni. Euroalueen talous on lähtenyt varovaiseen nousuun Saksan johdolla, mutta maamme talouskasvu on polkenut paikoillaan. Euroalueen toipumista on edesauttanut Euroopan keskuspankin EKP:n massiivinen maaliskuussa 2015 alkanut elvytysohjelma. Sen aikana EKP ostaa markkinoilta valtioiden ja valtiosidonnaisten laitosten joukkovelkakirjoja 1 140 miljardilla eurolla, mikä tarkoittaa 60 miljardin euron arvoisia ostoja kuukaudessa.⁹ EKP:n rahapolitiikka on luonut Eurooppaan matalan koron ympäristön. Ohjauskorko, jolla keskuspankki määrittää sen, millä korolla liikepankit saavat edullisimmillaan lainaa keskuspankista, on 0,05 prosenttia¹⁰. Talletuskorko on sen sijaan -0,20. 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 0,30 prosenttia¹¹.

Euroalue kasvaa Suomi ei

Vuonna 2014 euroalueen talouskasvu oli noin 0,8 prosenttia, mutta kuluvana vuonna päästään ennusteiden mukaan jopa 1,6 prosenttiin kasvuun. Ripeintä kasvu on Irlannissa (4,5 %). Saksassa ja Espanjassa bkt kohoaa 2-3 prosenttia. Ranskassa, Alankomaissa ja Belgiassa kansantalous kasvaa runsaan prosentin ja Italiassa vajaan prosentin. Euroaluetta nopeampaa kasvua ovat osoittaneet kuitenkin euroalueen ulkopuoliset EU-maat Britannia, Ruotsi ja Tanska. Myös maailmantalous on kasvanut 2010-luvulla 3,5-4,0 prosentin keskimääräistä vuosivauhtia.

Suomi ei ole päässyt kasvuun sinä aikana, kun maailmantalous on kehittynyt suotuisasti ja öljyn hinta on laskenut. Tilanne voi kärjistyä, kun maailmantalouden kasvuvauhti jossain vaiheessa väijäämättä hidastuu. Euron heikkeneminen ei ole myöskään edesauttanut sanottavasti Suomen vientiä, 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 vastapakotteet.

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 0,4 prosenttia vuonna

9. Valtioiden ja valtiosidonnaisten laitosten liikkeeseen laskemia velkapapereita hankitaan suhteessa kansallisten keskuspankkien osuuksiin EKP:n pääomasta. Uusista ostoista EKP toteuttaa kahdeksan prosenttia ja kansalliset keskuspankit loput. Suomen Pankin osuus ostoista on arviolta 14 miljardia euroa, eli vajaan miljardi euroa kuukaudessa. Jos jossakin maassa ei ole tarjolla riittävästi tällaisia jälkimarkkinakelpoisia velkapapereita, voidaan suorittaa korvaavia ostoja. EKP:n tarkoituksena on lisätä rahan määrää euroalueella, mikä tarkoittaa käytännössä setelielvytystä. Rahan määrää lisäämällä yritetään kiihdyttää euroalueen talouskasvua, lisätä luotonantoa ja hillitä deflaatiota. Sen oheisvaikutuksena euron ulkoinen arvo heikkenee (devalvoituu), mikä lisää euroalueella toimivien yritysten kilpailukykyä ja liikevaihtoa (ks. tarkemmin osto-ohjelmasta Suomen Pankin verkkosivuilta).

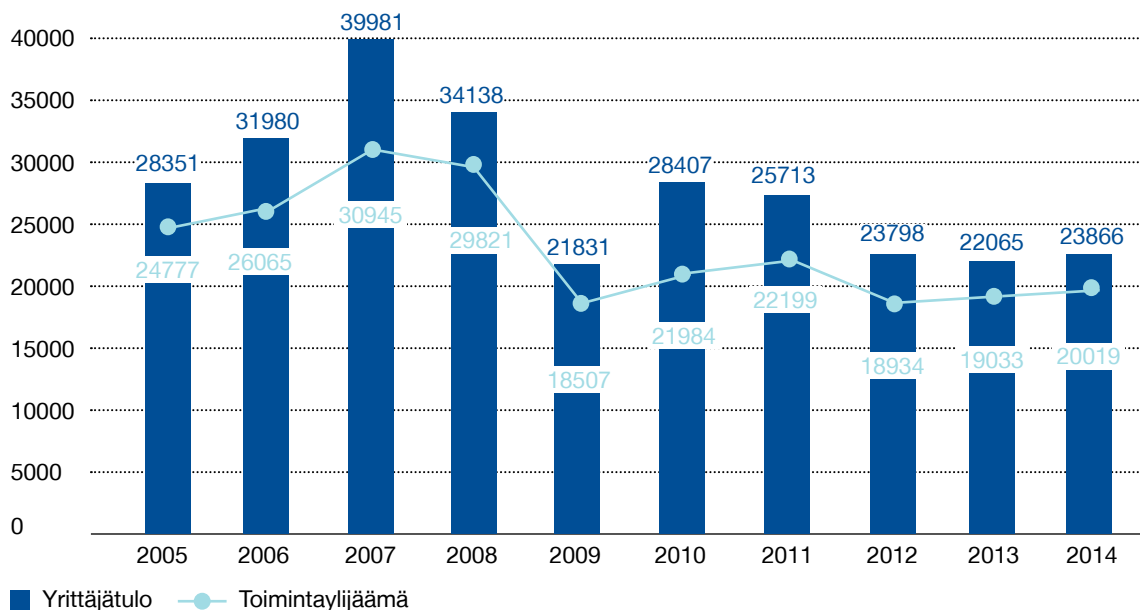
2014. Yksityisten kulutusmenojen kasvua on hillinnyt kotitalouksien reaalitylojen kasvun kääntymisen laskuun vuosina 2012-14. Kokonaisuudessaan kotitalouksien käytettävissä oleva nettotulo väheni reaalisesti 1,2 prosenttia. Oikaistu reaali-Julkiset kulutusmenot kasvoivat 0,2 prosenttia vuonna 2014. Investoinnit supistuivat 3,3 prosenttia ja tavara- ja palveluviennin määrä väheni 0,7 prosenttia. Vaihtotase oli 4,5 miljardia euroa alijäämäinen. Suomen vaihtotaseen alijäämän yhtenä tärkeänä syynä on korkean teknologian tuotteiden viennin romahdus. Tavarakauppa tosin kasvoi hieman, mutta palvelujen vienti ja tuonti vähenivät selvästi.

Viennin heikko veto on heikentänyt epäsuorasti teollisuuden toimialojen menestyksestä riippuvaisten tukkukaupan ja palvelualojen yritysten toimintaedellytyksiä.

Yleinen talouskehitys on näkynyt yritysten liikevoittoja kuvaavassa toimintaylijäämässä (Kuvio 8). Vuonna 2014 nimellinen toimintaylijäämä

kasvoi kansantalouden tilinpidon mukaan viisi prosentin. Tosin se oli vain 65 prosenttia huippuvuoden 2007 tasosta. Näköpiirissä ei ole odotettavissa sellaista kehitystä, mikä nostaisi toimintaylijäämän vuotta 2009 edeltäneelle tasolle. Yrittäjätulo kasvoi kahdeksan prosenttia vuonna 2014. Tämä johtuu ulkomaisten sijoitusten hyvästä tuotosta ja korkomenojen pienenemisestä.¹³ Myös yrittäjätulo jäi 60 prosenttiin vuoden 2007 tasosta.¹⁴ Yksityisten ja julkisten kulutusmenojen sekä investointien (kiinteän pääoman bruttomuodostus) kasvun hiipuminen (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 7,9 miljardia euroa. Valtion velka oli noin 104 miljardia euroa, eli 51 prosenttia bkt:sta. Kuntien ja kuntayhtymien alijäämä oli 1,7 miljardia ja velka 16 miljardia euroa.

Kuvio 8. Yritysten toimintaylijäämän ja yrittäjätulon nimellinen kehitys 2005–2014, miljoonaa euroa



(Lähde: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus)

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

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

12. Oikaistuun reaalityloon luetaan myös julkisyhteisöjen ja järjestöjen kotitalouksien hyväksi tuottamat yksilölliset hyvinvointipalvelut, kuten koulutus-, terveys- ja sosiaalipalvelut.

13. Yrittäjätulo ottaa huomioon omaisuustulot ja maksetut korot ja se vastaa voittoa ennen verojen ja osinkojen maksua.

14. Tästä on seurannut edelleen se, että yrityksillä on ollut aiempaa vähemmän varoja välittömien verojen ja osinkojen maksuun.

Työllisyyden kehitys huolestuttavaa

Työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n työllisyyskatsauksen mukaan työ- ja elinkeinotoimistoissa oli kesäkuun 2015 lopussa 368 900 työtöntä työnhakijaa, mikä oli 31 700 henkilöä enemmän kuin vuotta aiemmin. Työnhakijoista kokoaikaisesti lomautettuja oli 23 800 eli 1 200 enemmän kuin vuotta aiemmin. Keskimäärin työttömiä työnhakijoita oli 14,0 prosenttia työvoimasta.¹⁵ Huolestuttavinta on pitkäaikaistyöttömien eli yhtäjaksoisesti yli vuoden työttöminä olleiden määrän kasvu. Heitä oli 110 300 henkilöä, mikä oli 19 300 enemmän kuin vuotta aiemmin.

Laajan työttömyyden käsitteen mukaisesti työttömien työnhakijoiden ja erilaisten työvoimapolitiittisten toimenpiteiden tai palvelujen piirissä olleiden kokonaismäärä oli toukokuussa 477 400 henkilöä.¹⁶ Palvelujen piirissä oleviin lasketaan palkkatuilla ja valtiolle tukityöllistetyt, starttirahan saajat, työvoimakoulutuksessa, valmennuksessa, työharjoittelussa sekä työ- ja koulutuskokeilussa olevat. Heihin luetaan myös vuorotteluvapaa sijaisena työskentelevät, kuntouttavaan työtoimintaan osallistuvat sekä omaehtoisessa opiskelussa työttömyysetuudella olevat.

Työttömyys on lisääntynyt miltei kaikissa ammattiryhmissä ja ikäryhmissä, joskin työttömyyden kasvu on ollut keskimääräistä reippaampaa nuorten alle 25-vuotiaiden ja ikääntyvien yli 50-vuotiaiden henkilöiden puolella.¹⁷ Uutena kehityspiirteenä on työttömyyden lisääntyminen korkeasti koulutettujen keskuudessa. Prosentuaalisesti eniten työttömyys on lisääntynyt vuosina 2014–15 tutkijakoulutusasteella (15 %) ja alemmalla ja ylemmällä korkeakouluasteella (13 %). Korkeasti koulutettujen työllisyystilanteen heikentyminen on vaikuttanut eniten naisten työllisyyteen. Ornamon jäsenistä valtaosa on suorittanut korkeakoulututkinnon.

15. Alueellisesti tarkasteltuna tilanne oli pahin Kainuun, Lapin, Keski-Suomen ja Pohjois-Karjalan ELY-keskusalueilla, joissa työttömiä työnhakijoita oli 17-19 prosenttia työvoimasta. Työllisyystilanne (pl. Ahvenanmaa) oli parhain Etelä-Pohjanmaalla sekä Pohjanmaalla (työttömiä 9-11 % työvoimasta), joskin työttömien työnhakijoiden suhteellinen osuus on lisääntynyt myös näillä alueilla viimeksi kuluneen vuoden aikana.

16. Määrä oli 27 700 enemmän kuin vuotta aiemmin.

17. Toukokuussa alle 25-vuotiaita oli työttöminä työnhakijoina 55 800, eli 5 500 enemmän kuin vuotta aiemmin. Yli 50-vuotiaita työttömiä 127 400, mikä oli 9 500 enemmän kuin vuotta aiemmin.

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 pohjautuu 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 sovitun työn alkamista kolmen kuukauden kuluessa, luetaan työttömäksi, jos hän voisi aloittaa työn kahden viikon kuluessa.¹⁸

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 kesäkuussa 280 000, mikä oli 88 900 vähemmän kuin TEM:n työnvälitystilastossa oli työttömiä työnhakijoita. Työvoimatutkimuksen mukainen työttömyysaste oli 10 prosenttia kesäkuussa 2015. Edellisestä vuodesta työttömien määrä oli lisääntynyt n. 22 000 henkilöllä ja työttömyysaste vajaalla yhdellä prosenttiyksiköllä. Suurin Tilastokeskuksen ja TEM:n työttömyyslukujen eroja selittävä tekijä on piilotyöttömyys.¹⁹ Piilotyöttömiä oli työvoimatutkimuksen mukaan kesäkuussa 2015 noin 153 000 henkilöä. ☺

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

19. 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.

4 Asiakastoimialojen suhdanne- ja kysyntätilanne

Jalostus- ja palvelualojen liikevaihdon kehitys 2013-14

Tilastokeskuksen liiketoiminnan suhdannekuvaajien mukaan liikevaihdon kasvu on ollut toimialoittain vaihtelevaa vuonna 2014. Teollisuudessa liikevaihto pieneni yli kaksi prosenttia ja reaalin liikevaihto jäi edelleen 76 prosenttiin vuoden 2008 tasosta. Heikointa kehitys on ollut kemian teollisuudessa ja TEVANAKE-teollisuudessa. Teollisuuden ongelmat ovat heijastuneet kuljetusalalle, tukkukauppaan ja energian kysyntään, minkä takia näiden toimialojen liikevaihto on laskussa. Parhaiten liikevaihto on kehittynyt vesi- ja ympäristöhuollon toimialoilla (Taulukko 4).

Kotitalouksien ostovoiman vaimea kehitys ja ostotapojen muutokset ovat hidastaneet kaupan liikevaihdon kasvua. Autokaupassa reaalin liikevaihto oli vain 72 prosenttia vuoden 2008 tasosta. Sen sijaan palvelualojen liikevaihdon kasvu kiihtyi vuonna 2014 kaikilla päätoimialoilla lukuun ottamatta kuljetusta. Reippainta kehitys oli informaation ja viestinnän toimialalla.

Heikosta yleisestä taloustilanteesta huolimatta liikevaihto lisääntyi majoitus- ja ravitsemisalalla ja vapaa-ajan liikunta- ja virkistyspalveluissa sekä henkilökohtaisissa ”hemmottelupalveluissa”.

Rakennusalan liikevaihto kääntyi nousuun 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.

20. Palvelut eivät sisällä rahoituspalveluja, koulutusta eivätkä sosiaali- ja terveyspalveluja. Yksityiset sosiaali- ja terveyspalvelut olivat kuitenkin yksi nopeimmin kasva-neista palvelualoista.

Taulukko 4. Yritysten nimellisen liikevaihdon kasvu vuosina 2013–2014 ja reaalin liikevaihdon määräsuhte 2014/2008 päätoimialoittain

| | Liikevaihdon kasvu vuosina 2012–2013, % | Liikevaihto 2013 / liikevaihto 2008 |
|-------------------------------------|---|-------------------------------------|
| Teollisuus | -2,2 | 0,757 |
| -Ympäristöhuolto | 0,3 | 1,001 |
| -Kaivostoiminta | -0,3 | 1,175 |
| - Metsäteollisuus | -0,6 | 0,635 |
| - Elintarviketeollisuus | -1,0 | 0,998 |
| - Energiahuolto | -3,1 | 0,995 |
| - Kemian teollisuus | -4,4 | 0,990 |
| -TEVANAKE-teollisuus | -4,5 | 0,774 |
| - Metallija elektroniikkateoll. | -2,2 | 0,635 |
| Rakentaminen | 2,0 | 0,958 |
| Kauppa | -0,7 | 0,886 |
| - Autokauppa, yms. | 2,3 | 0,723 |
| - Vähittäiskauppa | -1,0 | 1,001 |
| - Tukkukauppa | -1,3 | 0,871 |
| Palvelualat ²⁰ | 2,9 | 1,019 |
| - Informaatio ja viestintä | 8,9 | 1,065 |
| - Kiinteistöala | 5,5 | 1,188 |
| - Taiteet, viihde ja virkistys | 3,8 | 1,195 |
| - Ammatillinen ja tekninen toiminta | 2,1 | 1,011 |
| - Hallinto- ja tukipalvelut | 1,8 | 1,084 |
| - Muut henkilöpalvelut | 1,3 | 1,042 |
| - Majoitus- ja ravitsemusala | 0,8 | 1,027 |
| - Kuljetus ja varastointi | -0,6 | 0,902 |

(Lähde: Liiketoiminnan suhdannekuvaajat, Tilastokeskus)

Kiinteistöalaaan liittyvien 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 hiukan optimismia. Elinkeinoelämän keskusliitto EK:n julkistama toukokuun 2015 suhdannebarometrin tulokset kertovat, että suomalaisten yritysten suhdanneodotukset ovat hieman kohentuneet viime vuoden verrattuna, mutta kuluvan vuoden loppu-Teollisuudessa uusien tilausten määrä on alentunut alkuvuonna 2015 ja tilauskannan kuvataan olevan keskimääräistä heikompi (Taulukko 5). Kysyntää kuvasi heikoksi yli 40 prosenttia barometrikyselyyn osallistuneista. Myös tuotantokapasiteettia on runsaasti vapaana ja se on alle pitkän aikavälin keskiarvon. Huhtikuussa vain 62 suhdannetiedusteluun vastanneista totesi, että kapasiteetti oli täyskäy-

tössä. Odotukset olivat keväällä 2015 parhaimmat kemian teollisuudessa ja teknologiateollisuudessa. Heikointa tilanne oli graafisella alalla sekä TEVANAKE-teollisuudessa.

Rakentamisessa tilanne on poikkeuksellisen huono ja odotukset vuoden 2015 loppupuolelle ovat vaatimattomat, vaikka suhdannekuoppa on jo saavutettu. Myymättömien huoneistojen määrä on lähtenyt loivaan laskuun, mutta se on edelleen varsin korkealla tasolla. Lähes 60 prosenttia barometrikyselyihin vastanneista toimialan yrityksistä oli sitä mieltä, että kysyntä on heikkoa ja rahoitusvaikeuksista kärsi jo 15 prosenttia vastanneista rakennusyrityksistä. Asiaa selittää se, että vain runsaat 60 prosenttia rakennusyrityksistä ilmoitti kapasiteetin olevan täyskäytössä.

Palvelualoilla lähiajan suhdanneodotukset ovat parantuneet hieman alkuvuonna 2015, mutta selkeää käännettä parempaa ei ole odotettavissa ja yli 40 prosenttia arvioi kysyntätalanteen hei-

Taulukko 5. Päätoimialojen suhdannenäkymät lähitulevaisuuteen saldolukuina vuosineljänneksittäin 2014–15

| | 1/2014 | 2/2014 | 3/2014 | 4/2014 | 1/2015 |
|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Rakentaminen | -3 | -12 | -26 | -21 | -4 |
| Teollisuus | 1 | -2 | -3 | -4 | 3 |
| - elintarviketeollisuus | 13 | 23 | -21 | -5 | 0 |
| - paperiteollisuus | 6 | -18 | -9 | 0 | -12 |
| - mekaaninen metsäteollisuus | 3 | -57 | -76 | -19 | 2 |
| - teknologiateollisuus | 1 | 7 | -4 | 1 | 7 |
| - kemian teollisuus | -1 | -3 | -12 | -11 | 12 |
| - tevanake-teollisuus | -4 | 2 | -33 | -22 | -20 |
| - rakennusaineteollisuus | -10 | -6 | -25 | -27 | -13 |
| - graafinen teollisuus | -42 | -37 | -62 | -45 | -41 |
| Palvelualat | -6 | -10 | -18 | -12 | 1 |
| - kiinteistöpalvelut | 14 | 3 | 1 | 9 | 8 |
| - muut palvelut | 3 | 5 | 5 | 3 | 15 |
| - kuljetus | -4 | -24 | -38 | -25 | -10 |
| - tieto- ja viestintäala | -7 | -1 | -6 | 15 | 27 |
| - kauppa | -10 | -26 | -37 | -35 | -24 |
| - matkailu- ja ravitsemisala | -14 | -17 | -19 | -26 | -10 |
| - rahoitus ja vakuutus | -18 | -17 | -34 | -26 | -9 |

(Lähde: EK)

Näkymät ovat parhaimmat kiinteistöpalvelualalla sekä tieto- ja viestintäalalla.

koksi. Myyntihintojen laskun myötä kannattavuuskin on laskussa. Joillakin palveluilla on työvoimapulaa, mutta samanaikaisesti toiset palvelualat vähentävät väkeä. Näkymät ovat parhaimmat kiinteistöpalvelualalla sekä tieto- ja viestintäalalla. Heikoimmat ne ovat kaupassa. Myös kuljetusalalla ja matkailu- ja ravitsemusalalla lähiajan suhdanneodotukset ovat negatiiviset.

Myös EK:n lähiaikojen suhdannenäkymiä kuvaavat luottamusindikaattorit olivat kesäkuussa 2015 kaikilla päätoimialoilla pitkän aikavälin alapuolella. Rakentamisessa ja vähittäiskaupassa luottamusindikaattorien saldoluvut alenivat kesäkuussa. Muihin EU-maihin verrattuna teollisuuden ja vähittäiskaupan luottamusindikaattorit olivat Suomessa silmiinpistävästi kaikkein heikoimmat toukokuussa 2015. Palvelualojen luottamusindikaattori oli EU:n kolmanneksi heikoin ja rakentamisessa se oli hieman EU:n keskiarvon alapuolella (Taulukko 6).

Taulukko 6. Päätoimialojen luottamusindikaattori kesä–toukokuussa 2015

| | Saldoluku, kesäkuu | Saldoluku, toukokuu | Pitkän aikavälin keskiarvo | Suhdannekehityksen suunta |
|-----------------|--------------------|---------------------|----------------------------|---------------------------|
| Teollisuus | -8 | -11 | 1 | Ennallaan |
| Rakentaminen | -15 | -10 | -8 | Nousussa |
| Vähittäiskauppa | -21 | -1 | -2 | Nousussa |
| Palvelualat | 2 | 1 | 13 | Ennallaan |

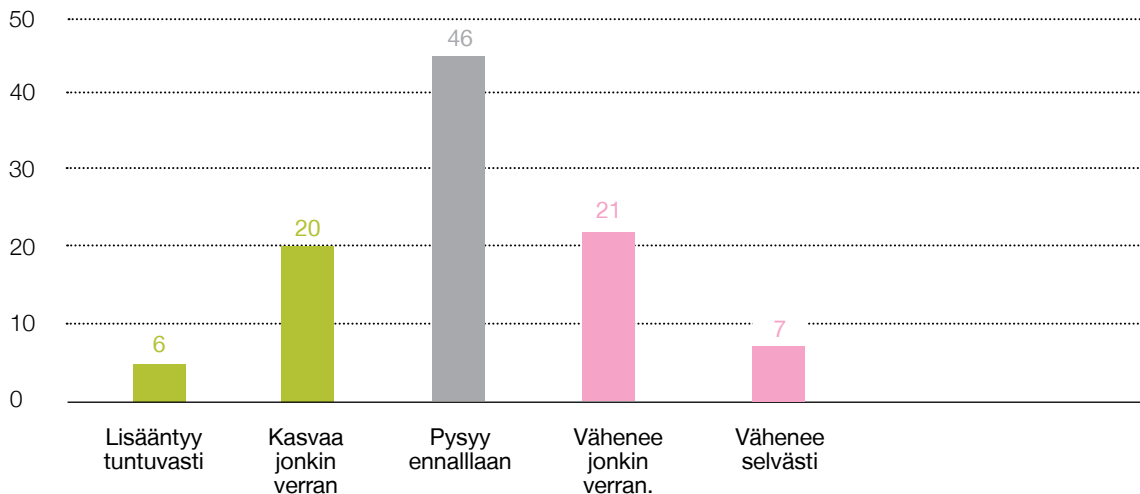
(Lähde: EK)

Asiakasryhmien tilanne muotoilualan kannalta

Yli 60 prosenttia muotoilualan yrityksistä ilmoitti Ornamon kyselyissä, että yksityiset kotitaloudet ovat niille tärkeä tai vähintään kohtalaisen tärkeä asiakasryhmä (Kuvio 10). Yksityinen kotimainen kulutus piti kansantalouden rattaita käynnissä finanssikriisin yli ja sen jälkeen pari vuotta. Yksityisten kulutusmenojen kasvua on hillinnyt kotitalouksien reaalityulojen kääntyminen laskuun vuosina 2012-14, millä on ollut vaikutusta sellaisten muotoilualan yritysten liikevaihdon kehitykseen, jotka myyvät tuotteitaan suoraan kuluttajille tai välittävät niitä kaupan kautta.

Julkisyhteisöt, kuten valtio- ja kuntaorganisaatiot, ovat Ornamon kyselyjen mukaan tärkeä tai vähintään kohtalaisen tärkeä asiakasryhmä enemmän kuin joka toiselle muotoilualan yritykselle. Julkisyhteisöjen rahoitusasema on kuitenkin heikentynyt, minkä takia julkisyhteisöjen kysynnän muutosta koskeva saldoluku putosi vuoden 2015 kyselyissä negatiiviseksi. Asiakasryhmään voidaan rinnastaa myös kulttuuri- ja taidelaitokset. Niistä osa on julkisessa omistuksessa ja loput ovat sellaiset voittoa tavoittelemattomien yhteisöjen hallinnassa, jotka saavat taloudellista tukea toimintaansa.

Kuvio 9. Julkisyhteisöjen hankintojen kehitys muotoilualalla seuraavan vuoden aikana (2016)



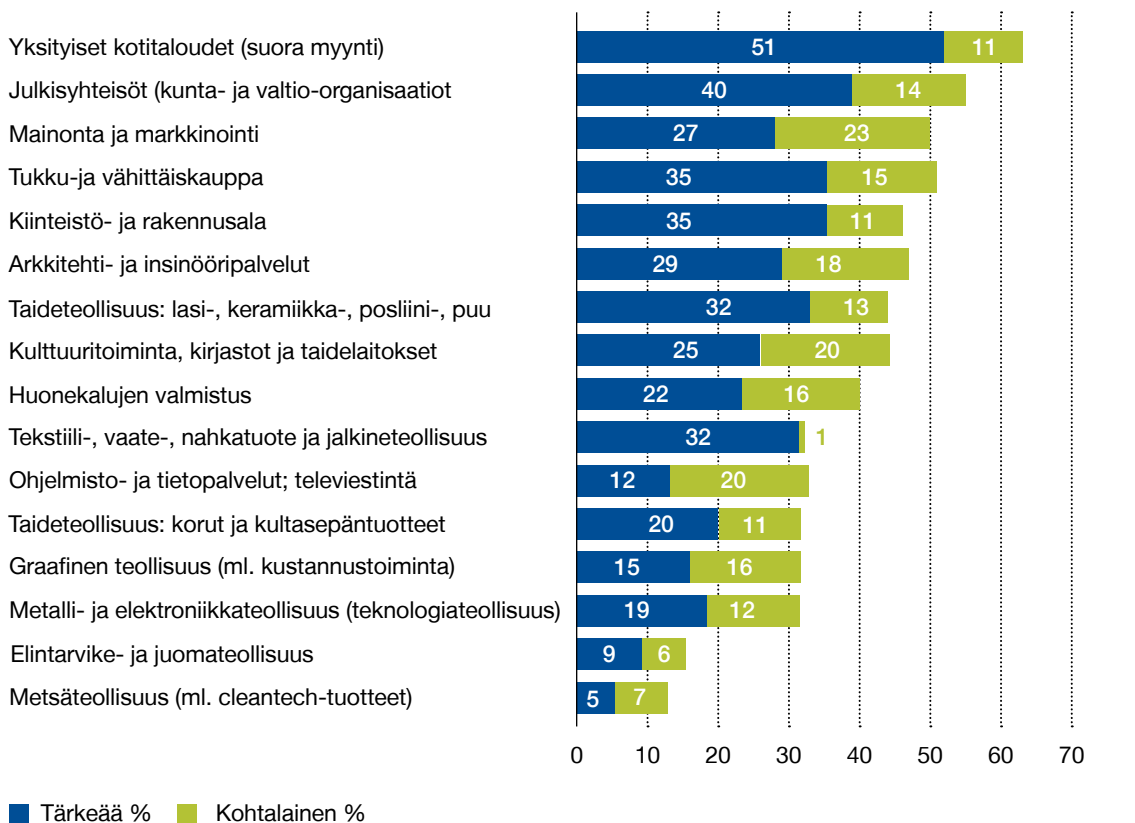
(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015)

Mainonta ja markkinointi sekä 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 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 voi vähentää sisustusarkkitehtien töitä.

Kiinteistö- ja rakennusala ja samaan asiakasryhmään rinnastettavat arkkitehti- ja insinööripalvelut ovat tärkeä tai vähintään kohtalaisen tärkeä asiakasryhmä noin 45 prosentille muotoilualan yrityksistä. Uudistuotannon reipas pudotus liike- ja toimitilarakentamisessa sekä teollisuuden rakentamisessa on vähentänyt määrättyjen muotoilualan suunnittelu- ja konsulttipalvelujen kysyntää. Toisaalta kysyntää on ylläpitänyt korjausrakentamisen vakaa 2-3 prosenttia vuotuinen kasvu, mihin liittyy jatkossa entistä enemmän kiinteistöjen käyttötarkoituksen muutostöitä.

23. Toisaalta verkkokaupan kasvun tarjoaa uusia liiketoiminnan mahdollisuuksia, mikä antaa mahdollisuuden räätälöidä tuotteita asiakaskohtaisesti, tavoittaa suoraan asiakkaita kaikkialta maailmassa ja lisätä enemmän arvonlisäystä luovaa palvelua toimintaan.

Kuvio 10. Muotoilualan yritysten tärkeimmät asiakasryhmät ja toimialat 2015, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2015)

Kulutustavaraiteollisuuden merkitys asiakastoimialana vaihtelee yrityksittäin. Kulutustavaraiteollisuuden 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 tärkeä asiakasryhmän yli 40 prosentille ja koru- ja kultasepäntuotteiden valmistus runsaalle 30 prosentille Ornamon kyselyihin vastanneista muotoilualan yrityksistä. Vastaavat luvut olivat TEVANAKE-teollisuuden ja huonekaluteollisuuden osalta 35-40 prosent-

tia. TEVANAKE-teollisuudessa liikevaihto kääntyi nousuun vuosien 2010-13 jälkeen, mutta EK:n suhdannebarometrien mukaan näkymät ovat olleet heikot vuoden 2014 lopusta lukien.

Kaiken 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. Huonekaluteollisuuden liikevaihto aleni voimakkaasti vuosina 2007-10. Sittemmin liikevaihdon supistuminen on loiventunut, mutta toimiala on kärsinyt yksityisen kulutuksen kasvun pysähtymisestä ja välillisesti uudisrakentamisen hiljais-

Uudet puupohjaiset biotuotteet ovat tulossa, mikä voi tarjota muotoilualalle uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

elosta. Kaikkein huonointa kysyntätilanne on EK:n suhdannebarometrien mukaan graafisessa tuotannossa, mukaan lukien kustannustoiminta, mikä johtuu pääosin toimialalla käynnissä olevasta rajusta rakennemuutoksesta. Ala on kuitenkin yhä tärkeä tai kohtalaisen tärkeä noin 30 prosentille muotoilualan yrityksiä. Metall- ja elektroniikkateollisuus (teknologia-teollisuus) on tärkeä tai kohtalaisen tärkeä asiakastoimiala yli 30 prosentille ja elintarvike- ja juomateollisuus noin 15 prosentille. Ornamon kyselyihin vastanneista muotoilualan yrityksistä. Teknologia-teollisuuden merkitys on kasvussa ja EK:n suhdannebarometrien mukaan näkymät ovat suhteellisen myönteiset. Elintarvike- ja juomateollisuuden suhdannenäkymät ovat myös tasoittuneet vuoden 2014 jälkipuoliskolla koetun laskun jälkeen, minkä taustalla olivat Venäjän EU-maille langettamat vastapakotteet. Metsäteollisuuden merkitys asiakastoimialana on vielä pieni, sillä metsäteollisuuden tuotteet ovat pääasiassa edelleen jalostettavaksi tarkoitettuja välituotteita, 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 liiketoimintamahdollisuuksia. Metsäteollisuudessa on suunnitteilla monia suuria investointeja. Esimerkkinä on Metsä Groupin Äänekoskelle suunnittelema uuden sukupolven biotuotetehdas. 📍

5 Erityisteema

Aineettomien oikeuksien suojaaminen

Ornamon vuoden 2015 suhdannekyselyissä muotoilualan yrityksiltä ja yrittäjiltä tiedusteltiin ensimmäistä kertaa aineettomien oikeuksien suojauksesta ja niiden huomioon ottamisesta yrityksen sopimuksissa. Aihepiiri on tärkeä, sillä muotoilualan yrityksen toiminta perustuu luovuuteen, eli kykyyn tuottaa ideoita tai taitoon tehdä niistä tuotteita. Suunnittelutyön luoma aineeton arvo luo yritykselle ja tuotteelle aineetonta pääomaa, kuten brändiarvoa asiakkaiden silmissä. Myös immateriaalisen suunnittelun, kuten palvelumuotoilun ja käyttöliittymäsuunnittelun, merkitys muotoilualalla kasvaa jatkuvasti. Aineettomilla oikeuksilla voi olla merkitystä jopa kaikille samassa arvoketjussa toimiville yrityksille.

Aineettomien oikeuksia voidaan hyödyntää kauppatavarana, joilla voidaan tehdä merkittäviä voittoja. Uudet tuoteideat voivat levitä kuitenkin nopeasti ja ilman minkäänlaista suojausta yrityksen tuotteet ja palvelut ovat helposti ja vähin kustannuksin kopioitavissa kilpailijoille. Yrityselämässä puhutaan myös goodwill:stä (liikearvo). Sillä tarkoitetaan aineetonta hyödykettä, joka voidaan arvioida yrityksen mainearvona tai liikearvona, asiakaskunta tai tietotaitona. Esimerkiksi tunnetulla brändi-tuotteella on korkeampi goodwill kuin tuntemattomalla tuotteella.

Yrityksen goodwill, joka voi olla peräisin brändituotteista ja niiden ympärille muodostuneesta vakaasta asiakaskunnasta, nostaa yrityksen kokonaisarvoa markkinoilla. Tosin sanoen goodwill on yrityksen

kokonaisarvon ja kirjatun arvon (kirjanpitoarvon) välinen erotus, missä kokonaisarvo kuvaa sitä rahaa, joka yrityksestä saataisiin sen myynnin yhteydessä. Ostavan yrityksen taseessa asia näkyy ostettuna goodwill:nä.

Esimerkkejä ostetusta goodwill:stä ovat Fiskarsin WWRD-yhtiöiden ja niihin liittyvien koti- ja lifestyletuotteiden luksusbrändien ostot vuonna 2015. Aineettomien oikeuksien suojaamiseen liittyvä käsite on IPR (Intellectual Property Rights), jolla tarkoitetaan lakisääteistä suojamuotoja luovan työn tuloksille. Suomeksi puhutaan myös immateriaalioikeuksista. Lakisääteisiä suojamuotoja ovat mm. patentti, hyödyllisyysmalli, mallioikeus, tekijänoikeus ja tavaramerkki. Osa immateriaalioikeuksista vaatii rekisteröintiä syntyäkseen. Tekijänoikeus syntyy automaattisesti tekijälle, kun teos luodaan. Suojaaminen tarkoittaa, että oikeudenhaltija voi hyödyntää suojan kohdetta ja kieltää muita käyttämästä sitä. Ornamon kyselyihin vastanneista yrityksistä yli 50 prosenttia totesi, että immateriaalioikeudet ovat niille tärkeitä (Kuvio 11).

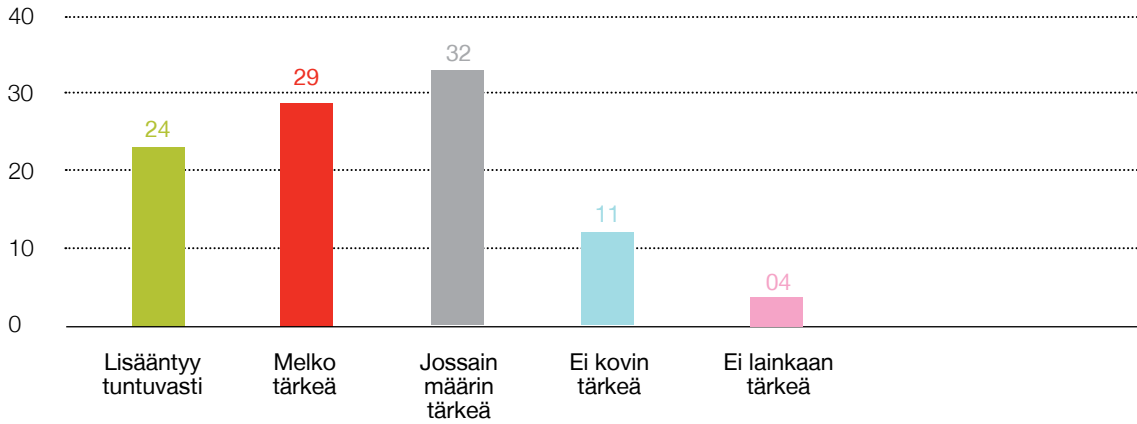
Jossain määrin tärkeitä ne olivat noin kolmannekselle yrityksistä. Rekisteröintiä edellyttäviä suojaustoimenpiteitä, kuten patenttien, hyödyllisyysmallioikeuden, mallioikeuden tai tavaramerkkioikeuden rekisteröintejä oli suorittanut alle 40 prosenttia yrityksistä. Aineettomien oikeuksien suojaamattomuuden syitä voivat olla sen kalleus tai asiaan liittyvä byrokratia. Yritykset voivat kokea rekisteröinnin myös muista syistä johtuen turhaksi.

24. Aineettomien oikeuksien suojaus voi lisätä uskottavuutta rahoitusneuvotteluissa, jolloin vieraan pääoman saanti helpottuu. Sijoittajat voivat jopa edellyttää suojausta. Jo pelkkä nimen suojaus voi tuottaa hyötyä markkinoinnissa ja selkeyttää erottumista kilpailijoista.

25. Esimerkkeinä voidaan mainita tekijänoikeuskorvaukset, lisenssituotot, yms. Lisenssivalmistus voi olla tapa laajentaa markkinoita kolmannen osapuolen kautta siten, että patentin haltijan ei tarvitse itse investoida tuotantolaitoksiin.

26. Onnistuneiden yritysostojen jälkeen Fiskarsin oma arvo kohosi ja sen osakekurssi ampaisi reippaaseen nousuun. WWRD:n brändeihin kuuluvat Waterford, Wedgwood, Royal Doulton, Royal Albert ja Rogaška.

Kuvio 11. Immateriaalioikeuksien suojauksen tärkeys muotoilualan yrityksille, prosenttia vastanneista yrityksistä

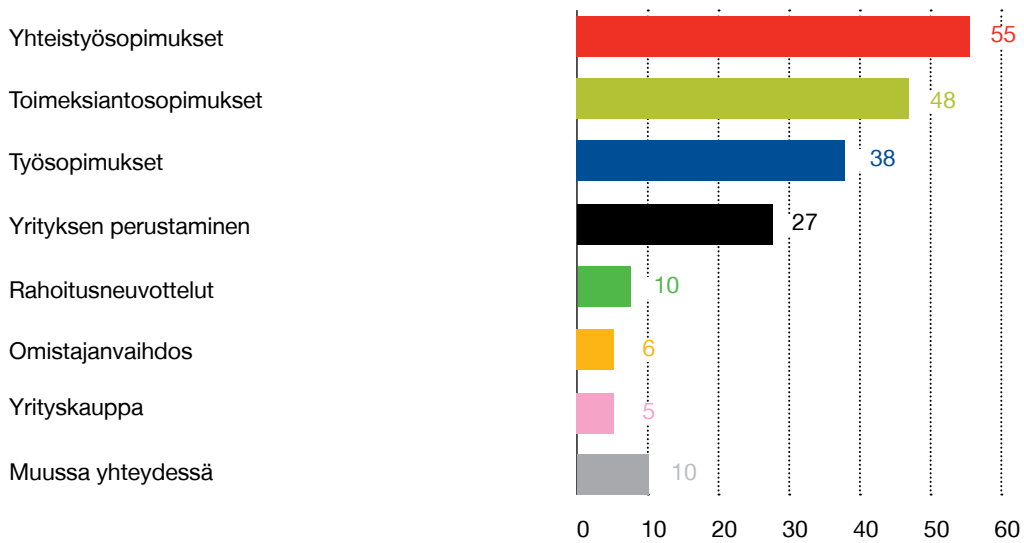


(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015)

Erilaisia aineettomia oikeuksia voi hyödyntää eri tavoin taloudellisesti. Niitä syntyy luovan työn yhteydessä, jolloin on tärkeää sopia tällaisten oikeuksien omistusoikeuksista ja siirtymisistä tarkasti. Immateriaalioikeuksien loukkauksiin voidaan varautua myös sopimusteitse ja noin 80 prosenttia kyselyihin vastanneista on ottanut immateriaalioikeudet huomioon sopimuksissaan. Ne koskevat

Ornamon kyselyjen mukaan yleensä yritysten välisiä yhteistyösopimuksia ja toimeksiantosopimuksia, mutta tavallisia ovat myös kirjaukset työsopimukseen ja tilanteet yrityksen perustamisvaiheessa (Kuvio 12). Kun salassapitosopimus on allekirjoitettu, toinen osapuoli ei saa kertoa keksinnöstä eteenpäin tai käyttää sitä itse omiin tarkoituksiinsa ilman lupaa esimerkiksi yritystoiminnassa. 📌

Kuvio 12. Immateriaalioikeuksien huomioonottaminen muotoilualan yritysten sopimuksissa 2015, prosenttia vastanneista yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015)

Yhteenveto

Ornamon kesällä 2015 teettämät suhdannekyselyt osoittavat, että muotoilualan yritysten liikevaihdon kehitys on hidastunut ja kannattavuus on heikentynyt saldoluvuilla mitattuna vuosina 2014-15.²⁷ Alan kehitystä leimaa myös jako menestyjiin ja muihin yrityksiin, mikä oli nähtävissä jo edellisen vuoden kyselyissä.

Kansantalouden yleiseen suhdanne- ja kysyntätilanteeseen verrattuna muotoilualan lähiajan odotukset oman yrityksen liiketoiminnan kehityksestä ovat silti paljon myönteisemmät kuin koko yrityskentässä keskimäärin, missä näkymät ovat pk-yritysbarometrin mukaan varsin pessimistiset.²⁸ Optimismista kertoo voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten suuri suhteellinen osuus (16 %).

Kunnianhimoisille yrityksille tärkeitä kasvukeinoja ovat myynnin ja markkinoinnin tehostaminen, liiketoiminnan laajentaminen uusille maantieteellisille markkina-alueille ja tuotevalikoiman kehittäminen.

Työllistämisen hidasteet

Kasvu edellyttää useimmiten palkatun henkilökunnan määrän lisäystä. Muotoilualan yritysten mielestä työn teettämisen korkeisiin sivukuluihin ja irtisanomiseen liittyy kuitenkin merkittäviä työllistämisen kynnyksiä. Korkeat työttömyysluvat ja työttömien määrän nopea kasvu erityisesti korkeasti koulutettujen keskuudessa osoittavat, että työmarkkinapolitiikkaan olisi löydettävissä uusia eväitä.

Kehittämisen osa-alueita

Ornamon kyselyjen mukaan muotoilualan yritykset korostavat toiminnassaan asiakkuuden ja kumpanuuden kehittämistä, markkinoinnin ja myynnin edistämistä, laatua ja laadunvalvontaa sekä tuote- ja palvelukehitystä. Yksinyrittäjävaltaisessa toiminnassa henkilöstön kehittämisellä ei ollut suurta sijaa.

Digitaalisten palvelujen kehittäminen koettiin korkeintaan kohtalaisen tärkeäksi kehittämiskohteeksi, vaikka teknologian kehitys ja toimintaympäristön digitalisointi tarkoittavat 1800-luvun teollista vallankumousta vastaavia muutoksia palvelujen tuottamisessa ja tuotteiden valmistamisessa.

Immateriaalioikeuksien suojaukseen huomiota

Muotoilualan yrityksen toiminta perustuu luovuuteen ja immateriaaliseen suunnitteluun, mikä luo yritykselle ja tuotteelle aineetonta pääomaa, kuten brändiarvoa markkinoilla. Aineettomien oikeuksien merkitystä nostaa se, että ne voivat tuottaa suoraan rahallista hyötyä ja nostaa yrityksen kokonaisarvoa. Ornamon kyselyjen mukaan rekisteröintiä edellyttäviä suojaustoimenpiteitä, kuten patenttien, hyödyllisyysmallioikeuden, mallioikeuden ja tavaramerkkioikeuden rekisteröintejä oli tehnyt vajaat 40 prosenttia yrityksistä. Lisäksi noin 80 prosenttia oli ottanut immateriaalioikeudet huomioon sopimuksissaan. 📌

27. Saldoluvut saadaan, kun liikevaihdon kasvua tai kannattavuuden paranemisesta ilmoittaneiden yritysten prosenttiosuuksista vähennetään liikevaihdon pienenemisestä ja kannattavuuden heikentymisestä ilmoittaneiden prosenttiosuus.

28. Pk-yritysbarometrilla tarkoitetaan työ- ja elinkeinoministeriö TEM:in, Finnveran ja Suomen Yrittäjien kaksi kertaa vuodessa teettämää pk-barometriä, johon osallistuu 4 000 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 2013–15 vastanneista

| | Parempi, % | Pysyy ennallaan, % | Huonompi, % | Saldoluku, % |
|--------------------------------------|------------|-----------------------|-------------|--------------|
| Lähimmän vuoden aikana | | | | |
| 2013–2014 | 35,0 | 35,0 | 30,0 | 5,0 |
| 2014–2015 | 37,2 | 34,0 | 28,7 | 8,5 |
| 2015–2016 | 33,9 | 47,8 | 18,3 | 15,7 |
| Lähimmän kolmen vuoden aikana | | | | |
| 2013–2016 | 59,8 | 25,2 | 15,0 | 44,9 |
| 2014–2017 | 67,4 | 17,4 | 15,1 | 52,3 |
| 2015–2018 | 61,8 | 27,3 | 10,9 | 50,9 |

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

2. Muotoilualan yritysten liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön kehitys viimeksi kuluneen vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2013–15 vastanneista

| | Parempi, % | Pysyy ennallaan, % | Huonompi, % | Saldoluku, % |
|-----------------------------|------------|-----------------------|-------------|--------------|
| Liikevaihto | | | | |
| 2012–2013 | 38,1 | 35,3 | 26,6 | 11,5 |
| 2013–2014 | 45,7 | 25,0 | 29,3 | 16,3 |
| 2014–2015 | 36,9 | 25,2 | 37,8 | -0,9 |
| Kannattavuus | | | | |
| 2012–2013 | 27,7 | 49,6 | 22,6 | 5,1 |
| 2013–2014 | 32,6 | 37,1 | 30,3 | 2,2 |
| 2014–2015 | 29,4 | 38,5 | 32,1 | -2,8 |
| Tuotantokustannukset | | | | |
| 2012–2013 | 29,0 | 58,0 | 13,0 | 16,0 |
| 2013–2014 | 30,7 | 58,0 | 11,4 | 19,3 |
| 2014–2015 | 24,5 | 57,5 | 17,9 | 6,6 |
| Henkilöstö | | | | |
| 2012–2013 | 9,8 | 83,5 | 6,8 | 3,0 |
| 2013–2014 | 13,6 | 80,7 | 5,7 | 8,0 |

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

3. Muotoilualan yritysten liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön kasvuodotukset seuraavan vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2013–2015 vastanneista

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

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

4. Muotoilualan yritysten kasvuhakuisuus (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013 ja 2014, prosenttia vastanneista

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

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

5. Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2015, prosenttia kasvuhakuisista vastanneista

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

(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 |
| Yhteensä | 100,0 | 100,0 |

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

7. Julkisten hankintojen kehitys seuraavan kolmen vuoden aikana (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2015, prosenttia vastanneista

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

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

8. Muotoilualan yritysten ulkomaista toimintaa ja kansainvälistymistä koskevat tavoitteet (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2015, prosenttia vastanneista

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

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

Liite 1: Muotoilualan yritystoiminta 2013

Tilastokeskuksen yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastoihin nojaten muotoilualalla oli noin 6 960 yritystä vuonna 2013. Ne koostuvat muotoilunintensiivisistä tuotteiden valmistusta harjoittavista teollisuusyrityksistä, taideteosten luonnista (taiteilijatoiminta) sekä osaamisintensiivisistä muotoilualan palveluyrityksistä (muotoilun KIBS²⁹-yritykset). Jälkimmäiset jakautuvat graafisen muotoilun, sisustussuunnittelun ja teollisen muotoilun yrityksiin. Jako eri toimialojen edustaviin muotoilualan yrityksiin perustuu EU:n toimialaluokitukseen

(NACE) (Taulukko 4).

Vuosina 2010-13 yritysten määrällinen lisäys oli 185. Yritysten määrä kasvoi vain muotoilun palvelu-aloilla ja taideteosten luonnissa, sillä tuotteiden valmistusta harjoittavien yritysten määrä väheni lähes kaikilla toimialoilla metallituotteiden valmistusta lukuun ottamatta. Suhteellisesti eniten yritysten määrä lisääntyi teollisessa muotoilussa (35 %) ja toiseksi eniten graafisessa muotoilussa. Pääosa uusista yrityksistä on kuitenkin yksinyrittäjien tai sivutoimista yritystoimintaa harjoittavien omistuksessa. Sama koskee taideteosten

29. KIBS = Knowledge Intensive Business Services

Taulukko 1. Muotoilualan yritykset vuonna 2013 ja yritysten määrän kehitys 2010–2013

| | Yritysten määrä 2013 | Yritysten määrä 2014 | Yritysten määrä 2015 |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | 3526 | -203 | -5,4 |
| Tekstiilien valmistus | 436 | -24 | -5,2 |
| Vaatteiden valmistus | 92 | -10 | -9,8 |
| Nahkatuotteiden valmistus | 158 | -29 | -15,5 |
| Puutuotteiden valmistus | 1031 | -54 | -5,0 |
| Lasituotteiden valmistus | 41 | -1 | -2,4 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 107 | -12 | -10,1 |
| Kivituotteiden valmistus | 235 | -12 | -4,9 |
| Metallituotteiden valmistus | 104 | 3 | 3,0 |
| Huonekalujen valmistus | 972 | -56 | -5,4 |
| Kultasepän tuotteiden valmistus | 350 | -8 | -2,2 |

(Lähteet: Yritys- ja toimipaikkarekisteri ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus)

| Muotoilun KIBS-alat | 2002 | 230 | 13,0 |
|----------------------------|-------------|------------|-------------|
| Graafinen muotoilu | 655 | 88 | 15,5 |
| Sisustussuunnittelu | 788 | -2 | -0,3 |
| Teollinen muotoilu ym. | 559 | 144 | 34,7 |
| Taideteosten luonti | 1431 | 158 | 12,4 |
| Yhteensä | 6959 | 185 | 2,7 |

Työllisyyden kehitys

Muotoiluala työllisti kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna 21 300 henkilöä vuonna 2013 (Taulukko 2). Työllisyydestä muotoiluintensiivisen teollisuuden osuus oli 87 %. Vuosina 2010-13 työllisyys heikkeni 1 200 henkilöllä (-5,4 %), mikä oli kuitenkin paljon vähemmän kuin vuosina 2007-10 (miinus

4 900 henkilöä). Työllisyyden väheneminen on keskitynyt tuotevalmistusta harjoittaviin yrityksiin, sillä muotoilun palvelualoilla ja taideteosten luonnissa työllisyys on parantunut. Myöskään suhdannevaihtelut eivät ole palvelualoilla yhtä suuria kuin tuotevalmistuksessa.

Työllisyyden lisäys oli tosin vuosina 2010-13 prosentuaalisesti suurinta vaatteiden valmistuksessa. Toisaalta on muistettava, että vaatteiden ja tekstiilien valmistuksen työllisyys on 2010-luvulla tapahtuneesta kasvusta huolimatta edelleen alhaisempi kuin ennen kansainvälistä talouslamaan. Muotoilualan palveluyritysten työllisyyden kasvu voi olla puolestaan osin epäaitoa, jos se on perustunut suurten teollisuusyritysten oman muotoilutoiminnan yhtiöittämiseen tai ulkoistamiseen. Lisäksi osa irtisanotuista muotoilijoista on voinut perustaa omia yrityksiä.

Taulukko 2. Muotoilualan yritysten henkilöstö vuonna 2013 ja henkilöstön määrän kehitys 2010–2013

| | Henkilöstön määrä 2013, lkm | Määrän muutos 2010-13, lkm | Määrän muutos 2010-13 % |
|---|--|---------------------------------------|------------------------------------|
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | 18466% | -1758% | -8,7% |
| Tekstiilien valmistus | 824 | 99 | -8,7 |
| Vaatteiden valmistus | 423 | -157 | 59 |
| Nahkatuotteiden valmistus | 1225 | -203 | -14,2 |
| Puutuotteiden valmistus | 6344 | -737 | -10,4 |
| Lasituotteiden valmistus | 957 | -166 | -14,8 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 69 | -6 | -8,0 |
| Kivituotteiden valmistus | 1227 | -53 | -4,1 |
| Metallituotteiden valmistus | 180 | 29 | 19,2 |
| Huonekalujen valmistus | 6566 | -746 | -10,2 |
| Kultasepän tuotteiden valmistus | 651 | -132 | -16,9 |
| Muotoilun KIBS-alat | 1920 | 408 | 27,0 |
| Graafinen muotoilu | 597 | 116 | 24,1 |
| Sisustussuunnittelu | 674 | 165 | 32,4 |
| Teollinen muotoilu ym. | 650 | 128 | 24,5 |
| Taideteosten luonti | 904 | 127 | 16,3 |
| Yhteensä | 21290 | -1223 | -5,4 |

(Lähteet: Yritys- ja toimipaikkarekisteri ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus)

Taulukko 3. Muotoilualan liikevaihto vuonna 2013 ja liikevaihdon realisen määrän kehitys 2010-2013

| | Liikevaihto 2013, 1000 euroa | Määrän kasvu 2010-13, % |
|---|---------------------------------|----------------------------|
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | 2959988 | -6,4 |
| Tekstiilien valmistus | 113222 | 29,7 |
| Vaatteiden valmistus | 82540 | 64,4 |
| Nahkatuotteiden valmistus | 220335 | 20,0 |
| Puutuotteiden valmistus | 1064391 | -9,6 |
| Lasituotteiden valmistus | 170936 | -23,6 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 5258 | -19,3 |
| Kivituotteiden valmistus | 166674 | -9,0 |
| Metallituotteiden valmistus | 23051 | 20,3 |
| Huonekalujen valmistus | 1010455 | -7,9 |
| Kultasepän tuotteiden valmistus | 103126 | -22,1 |
| Muotoilun KIBS-alat | 176872 | 6,9 |
| Graafinen muotoilu | 42632 | 18,7 |
| Sisustussuunnittelu | 74267 | 9,2 |
| Teollinen muotoilu ym. | 59972 | -2,6 |
| Taideteosten luonti | 67033 | 5,5 |
| Yhteensä | 3203893 | -5,5 |

Liikevaihdon kehitys

Liikevaihtoa muotoilualan yritykset kerryttivät 3,2 miljardia euroa vuonna 2013 (Taulukko 3). Niimellisesti liikevaihto väheni lähes viisi prosenttia edellisestä vuodesta. Liikevaihto supistui kaikilla toimialoilla paitsi tekstiilien ja nahkatuotteiden valmistuksessa sekä graafisessa suunnittelussa. Määrällisesti (reaalinen) liikevaihto on vähentynyt muotoilualalla 5,5 prosenttia vuosina 2010-13, joskin kehitys on poikennut eri toimialoilla toisistaan. Parhainta liikevaihdon kehitys oli TEVANAKE³⁰-tuotteiden ja metallituotteiden valmistuksessa ja graafisessa muotoilussa.

Fyysisten tuotteiden valmistuksessa 2010-luvulla tapahtunut liikevaihdon määrä kasvu on kuitenkin vain palautumista lähemmäksi ennen kansainvälistä talouslamaan (2008-09) vallinnutta tasoa, sillä kaikilla muotoiluintensiivisen teollisuuden toimialoilla liikevaihdon määrä oli vielä vuonna 2013 pienempi kuin vuonna 2007. Määrällisesti liikevaihto on lisääntynyt tarkasteluajanjaksolla 2007-2013 vain muotoilun palvelualueilla (KIBS-yritykset) ja taideteosten luonnissa. Kaikkein ripeintä kehitys on ollut graafisessa muotoilussa, jossa liikevaihto oli 1,6 -kertaistunut.

30. TEVANAKE = Tekstiili-, vaate-, nahka- ja kenkäteollisuus.

Muotoilun päätoimialojen määritelmä

Muotoilualan palveluyritykset (KIBS-yritykset) synnyttävät ja välittävät uusia ajatuksia ja osaamista julkisyhteisöihin, toisiin yrityksiin ja muihin yksityisiin yhteisöihin. KIBS-aloilla toimivat muotoilijat tukevat asiakasorganisaatioiden, kuten tuotevalmistusta harjoittavien teollisten yritysten toimintaa, tarjoamalla ulkopuolisia asiantuntijaratkaisuja määrättyihin erityistilanteisiin, sillä KIBS-palveluja tuottavilla muotoilualan erikoistuneilla yrityksillä on usein laajempi tietämys erikoisalastaan, kuin yksittäisellä asiakasorganisaatiolla voi koskaan olla.

Muotoilun KIBS-yrityksissä voidaan hyödyntää monialaista osaamista, jossa palvelut voidaan tuottaa läheisessä vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa tai asiakkaan omaan osaamista hyödyntäen. KIBS-toimialat ovat luonteeltaan työvaltaisia palveluelinkeinoja, joiden tärkein tuotannontekijä muodostuu koulutetusta työvoimasta ja korkeaan osaamiseen perustuvasta inhimillisestä pääomasta. KIBS-yritysten osaamisintensiivinen luonne tulisi näkyä selvästi myös niiden omassa innovaati-

Muotoilualan palveluyritykset synnyttävät ja välittävät uusia ajatuksia ja osaamista julkisyhteisöihin ja toisiin yrityksiin.

tiotoiminnassa, sillä toiminnan jatkuva kehittäminen on KIBS-yritysten elinehto.

Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistajat poikkeavat muotoilualan palveluyrityksistä siten, että niissä muotoiluosaaminen liittyy kiinteästi eri materiaaleista ja eri käyttötarkoituksiin tarkoitettujen kestokulutustavaroiden tai puolikestävien kulutustavaroiden tekemiseen, kuten tekstiilien-, vaatteiden ja nahkatuotteiden, huonekalujen tai korujen ja muiden koriste-esineiden valmistuk-

4. Muotoilualan (design-ala) yritykset EU:n virallisen vuoden 2008 toimialaluokituksen mukaan

| Nace 2008-koodi | |
|--|-------------------|
| Nimike | |
| Muotoilun KIBS-palvelut | |
| -Graafinen muotoilu | 74101 |
| -Sisustussuunnittelu | 74102 |
| -Teollinen muotoilu | 74109 |
| Muotoiluintensiivinen valmistus | |
| -Tekstiilien valmistus | 13921, 1393, 1399 |
| -Vaatteiden valmistus | 1411, 1412 |
| -Nahkatuotteiden valmistus | 1512, 152 |
| -Puutuotteiden valmistus | 16239, 1624, 1629 |
| -Lasituotteiden valmistus | 2313, 2319 |
| -Keraamisten tuotteiden valmistus | 2341 |
| -Kivituotteiden valmistus | 237 |
| -Metallituotteiden valmistus | 255 |
| -Huonekalujen valmistus | 3101, 3102, 3109 |
| -Kultasepän tuotteiden valmistus | 321 |
| Taideteosten luonti | 9003 |

(Lähde: Toimialaluokitus TOL 2008, Tilastokeskus; Lith Consulting Group)

Kaikkea käsityövaltaista toimintaa ei lueta silti muotoiluintensiivisen pienvalmistuksen piiriin.

seen. Heidän asiakaskuntaansa voivat kuulua yksityiset kotitaloudet, sillä valmistukseen voi liittyä tuotteiden vähittäiskauppaa fyysisissä tiloissa ja Internetissä verkkokauppana.

Muotoiluintensiivistä pienvalmistusta harjoittavissa yrityksissä varsinainen muotoiluosaaminen ja tuotteiden valmistus on tavallisesti samojen henkilöiden käsissä, jolloin valmistusta ja innovaatiotoimintaa on joskus vaikea erottaa toisistaan. Valmistus on usein käsityömäistä yksilöllisten tuotteiden valmistusta tai piensarjatuotantoa erotuksena suurten teollisuusyritysten pääomavaltaisesta pitkälle automatisoidusta sarjatuotannosta (liukuhihnavalmistus). Kaikkea käsityövaltaista toimintaa ei lueta silti muotoiluintensiivisen pienvalmistukseen piiriin.

Käsityöaloista esimerkiksi vaatteiden, jalkineiden, kellojen ja kultasepän tuotteiden korjausta tai määrättyjen perusmallien mukaan tehtyjen kulutustavaroiden, kuten työkalujen, leikkikalujen, urheiluvälineiden tai veneiden valmistusta ei lueta muotoiluintensiivisiin toimialoihin, vaikka näihin tuotteisiin sisältyy ”hyväksi todettua” muotoilua. Silti tiukka rajanveto muotoiluintensiivisen pienvalmistuksen ja muun käsityöteollisuuden välillä voi olla käytännössä vaikeaa samoin kuin rajanveto piensarjatuotannon ja muun teollisen sarjatuotannon välillä.

Toimialaluokituksen mukaan muotoiluintensiivinen valmistus voidaan jakaa ryhmiin tuoteryhmittäin, joita ovat tekstiilien, vaatteiden, nahkatuotteiden, puutuotteiden, lasituotteiden, keraamisten tuotteiden, kivituuotteiden, metallituotteiden, huonekalujen ja kultasepän tuotteiden valmistukseen. Samoilla toimialoilla toimii pienvalmistajia ja sarjatuotantoa harjoittavia keskisuuria tai suuria teollisia yrityksiä, joiden erottelu tilastollisesti toisistaan on hankalaa. Siksi näille toimialoille tilastoituvia yrityksiä ja toimipaikkoja käsitellään tavallisesti yhdessä.

Taideteosten luonnin toimiala kattaa palkkio- ja sopimusperusteella tai omaan laskuun (freelance-pohjalla) toimivien taidekäsityöläisten ja muiden taiteilijoiden yritykset. Kyse on ainutlaatuisista teoksista eikä sarjatuotannosta. Alan toimijat ovat mieltäväksi itsensä usein pikemmin itsenäisiksi taiteilijoiksi eikä niinkään yrittäjiksi. Alalle on tyypillistä sivutoimisuus tai osapäiväisyys, sillä palkkiopohjalle rakentuvaa toimintaa harjoitetaan usein jonkin muun toiminnassa ohessa. Esimerkkejä taideteosten luonnin toimialalta ovat kuvanveistäjät ja kuvataiteilijat.

Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että muotoilualan yritysten luokittelu virallisen toimialaluokituksen pohjalta on hyvin sopimuksenvaraista. Alan tuotteita ja palveluja voidaan tuottaa muitakin toimialoja edustavissa yrityksissä, kuten konsultti-, arkkitehti- ja insinööritoimistoissa. Esimerkiksi muotoilualan KIBS-palveluja tuottavat yritysmuotoisten palveluntuottajien lisäksi myös julkisen alan tutkimus- ja muut laitokset; yliopistot, korkeakoulut ja muut oppilaitokset sekä yksityiset voittoa taivotelemattomat kolmannen alan yhteisöt (yhdistykset, säätiöt). 📍





ornamo