
Muotoilu alaluina

Kansantalouden muotoilu – missä, miten ja kenelle?

Muotoilualojen palvelu yritykset tarjoavat suunnitelupalveluita erikoistuneissa yrityksissään, joita voidaan kutsua termillä muotoilun KIBS-yritykset (Knowledge Intensive Business Services). KIBS-palveluja tuottavat muotoilu yritykset toimivat teollisen suunnittelun, graafisen suunnittelun ja sisustusarkkitehtuurin erikoisaloilla. KIBS-yrityksiä kutsutaan palveluntuottajiksi siksi, että niiden toimintaan ei sisälly tuotteiden valmistusta.

Nämä yritykset synnyttävät ja välittävät uusia ajatuksia ja osaamista esimerkiksi julkisyhteisöihin, yrityksiin ja muihin yksityisiin yhteisöihin. Muotoilualojen ammattilaiset tukevat asiakasorganisaatioiden, kuten tuotevalmistusta harjoittavien teollisten yritysten toimintaa tarjoamalla ulkopuolisia asiantuntijaratkaisuja vaativiin erityistilanteisiin.

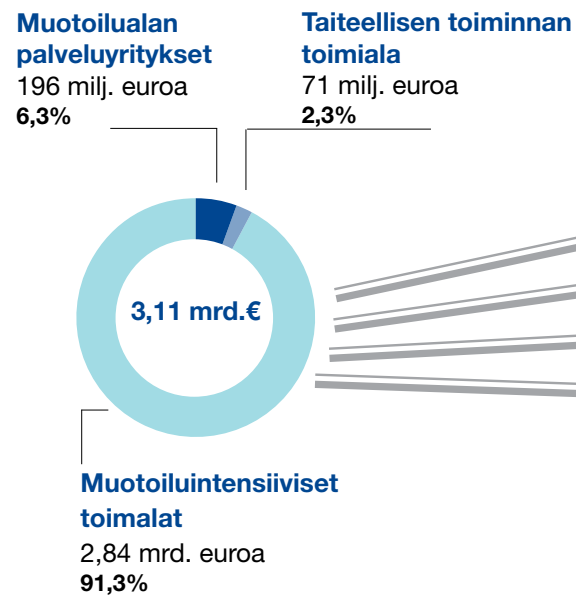
Muotoiluintensiiviseen teollisuuteen kuuluu teollisia sarjavalmistajia, pk-yrityksiin luettavia piensarjatuottajia sekä käsityöalan yrityksiksi rinnastettavia tuotteiden valmistajia. Muotoiluintensiivisessä teollisuudessa muotoilukustannukset ovat suhteellisen pieniä, mutta tärkeä osa yrityksen toimintaa kuten suunnittelutyö yleensäkin. Varsinaista puhdasta muotoilupalvelujen ulosmyyntiä on niillä vähän, sillä tehty työ sisältyy valmistettuihin tuotteisiin. Muotoilupalanoksen merkitys korostuu ja henkilöityy usein tekijöihin siirtyäessä teollisesta sarjavalmistuksesta piensarjatuot-

tantoon tai käsityömäiseen tuotteiden valmistukseen. **Taideteoksen luonti** lukeutuu toimialaluokituksessa palvelualoihin, vaikka toimialalla valmistetaan fyysisiä tuotteita. Toimiala poikkeaa tavanomaisesta käsityövalmistuksesta siten, että taideteosten luonnissa on kysymys yksilöllisten ja ainutkertaisten taidekäsitöiden yms. teosten valmistuksesta. Muotoilun merkitys on suuri ja henkilöitynyt taideteoksen tekijää sekä hyvin vaikeasti rahamääräisesti erotettavissa tekijän valmistustyöstä.

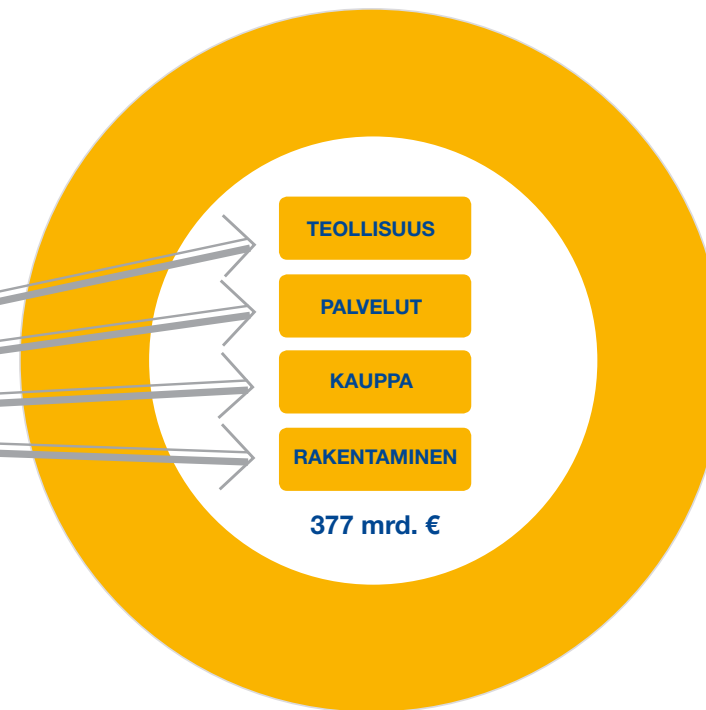
Yritykset, julkisyhteisöt ja muut organisaatiot hankkivat tarvitsemansa muotoilun KIBS-palvelut ostopalveluina ulkopuolisilta palveluntuottajilta tai palkkaavat omia näiden muotoiluasiantuntijoita eli muotoilun kisa-ammattilaisia, omaan organisaatioonsa. Monet organisaatiot yhdistelevät ulkoa ostettuja ja sisäisesti tuotettuja muotoilupalveluja. Asiakastoimialoja ovat mm. tekstiili- ja vaatetus-teollisuus, sähkö- ja elektroniikkateollisuus, metalliteollisuus ja muu teollisuus, tukku- ja vähittäiskauppa, informaatio ja viestintä ja liike-elämän palvelut.

Muotoilualojen ammattilaiset tarjoavat asiakasorganisaatioille asiantuntijaratkaisuja vaativiin erityistilanteisiin

Muotoiluyritysten liikevaihto



Muotoilua käyttävät yritykset

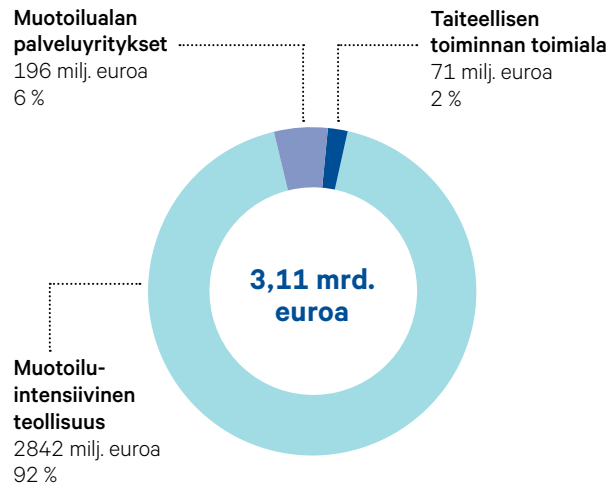


Lähde:
Tilastokeskuksen yritystilastot (2007–2014) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätösilasto (2014)

Copyright © 2016 Teollisuustaitteen Liitto Ornamo ry

Muotoilualan liikevaihto

Suomalaisten muotoilualan yritysten (muotoilun KIBS-yritykset, taiteellisen toiminnan ja muotoiluintensiivisten teollisuusalojen) liikevaihto 2014

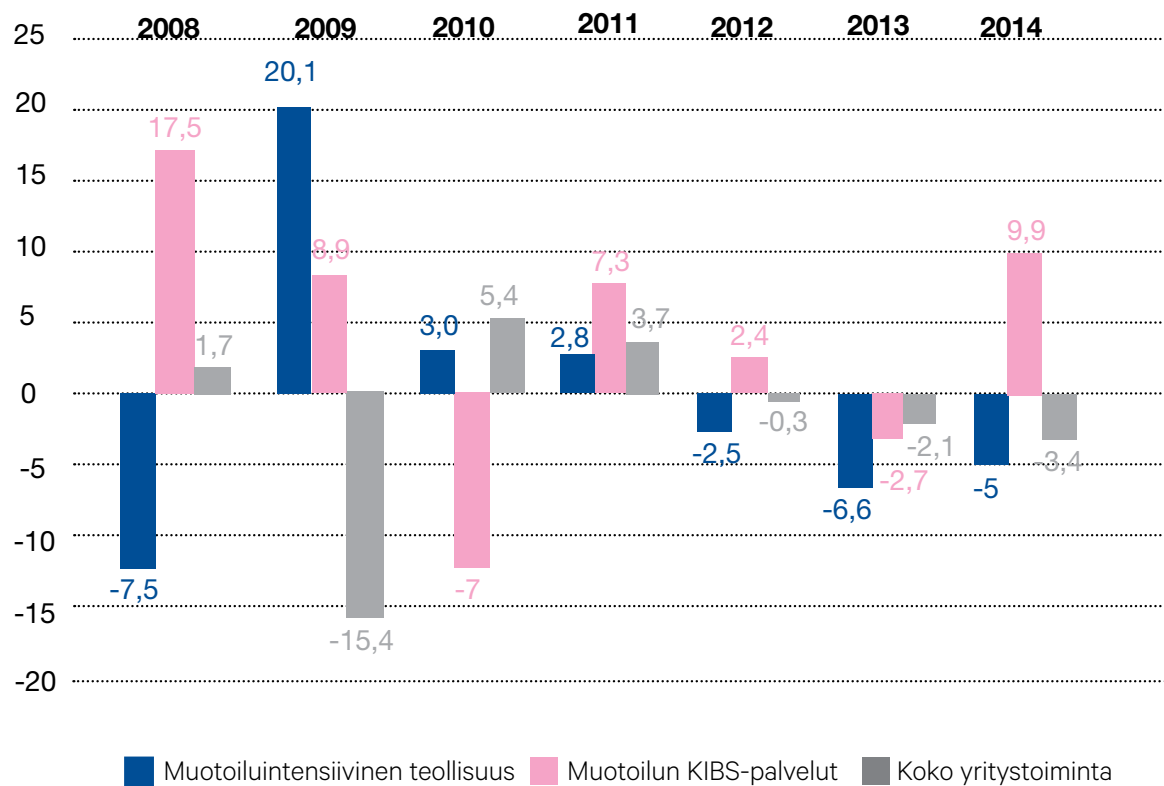


Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus

© ORNAMO RY

- Muotoilualan yritysten liikevaihto oli noin 3,11 miljardia euroa vuonna 2014. Summasta muotoiluintensiivisen teollisen valmistuksen osuus oli 92 prosenttia. Suurimpia teollisia toimialoja ovat puutuotteiden ja huonekalujen valmistus. Muotoilualan palveluyritysten ja taideostojen luonnin toimialan osuus oli yhteensä kahdeksan prosenttia.
- Muotoilun palveluyrityksissä (KIBS-yritykset) liikevaihto kasvoi määrällisesti yhdeksän prosenttia ja taiteellisessa toiminnassa viisi prosenttia vuonna 2014. Sen sijaan muotoiluintensiivisessä teollisuudessa liikevaihto supistui viisi prosenttia. Teollisessa valmistuksessa liikevaihto supistui kaikilla muilla toimialoilla paitsi metallituotteiden valmistuksessa.
- 2010-luvulla tapahtuneesta kasvusta huolimatta liikevaihdon reaalin määrä on useimmilla muotoilualoilla alhaisempi kuin vuonna 2008. Poikkeuksena ovat muotoilun KIBS-toimialat ja taideostojen luonnin toimiala. Parhaassakin tapauksessa kestää vielä vuosia, ennen kuin teollisen valmistuksen aloilla saavutetaan taas vuoden 2009 finanssikriisiä edeltänyt taso.

Liikevaihdon määrän kehitys muotoilualalla ja Suomen koko yritysotoiminnassa 2008-2014, prosenttia



Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus

© ORNAMO RY

Muotoilualan työllisyys

- Muotoilu työllistää muotoiluintensiivisessä teollisuudessa, muotoilun palveluyrityksissä ja yritysmuotoisessa taiteellisessa toiminnassa arviolta 19 600 henkilöä kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna. Työllisyys on pienentynyt 2010-luvulla, mikä johtuu muotoiluintensiivisen teollisuuden supistuksista.
- Työllisyys on heikentynyt 2010-luvulla suhteellisesti eniten huonekalujen ja nahkatuotteiden valmistuksessa ja kultasepän tuotteiden valmistuksessa. Sitä vastoin muotoilualan palveluyritykset ovat lisänneet työllisyyttään samoin kuin taiteellisen toiminnan toimiala. Palvelualojen yritykset ovat kuitenkin pienyritysvaltaista toimintaa, sillä pääosa yrityksistä työllistää vain omistajayrittäjän itsensä.

Muotoilualan yritysten henkilöstö vuonna 2014

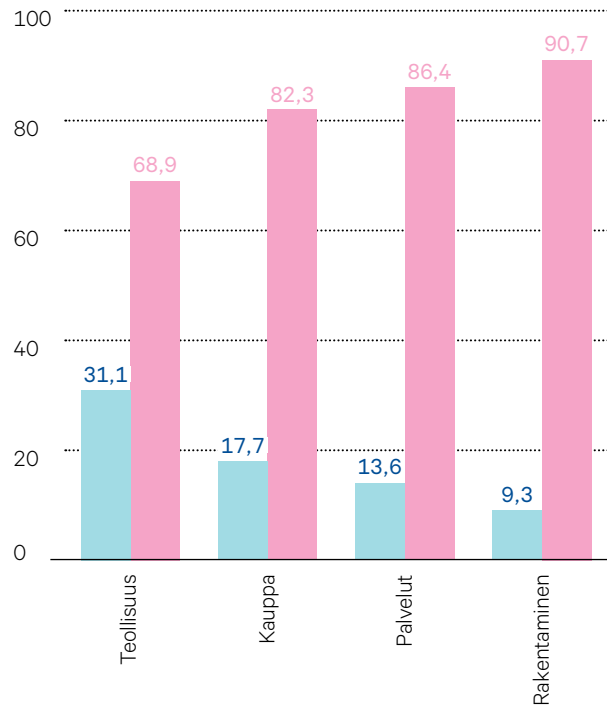


Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus

© ORNAMO RY

Muotoilun käyttö asiakastoimialoilla

Muotoilun käyttö yrityksissä päätoimialoittain 2013, prosenttia



Osuus yrityksistä, prosenttia ■ Käyttää, % ■ Ei käytä, %

Lähde: EK:n pk-yrityskysely 2013 © ORNAMO

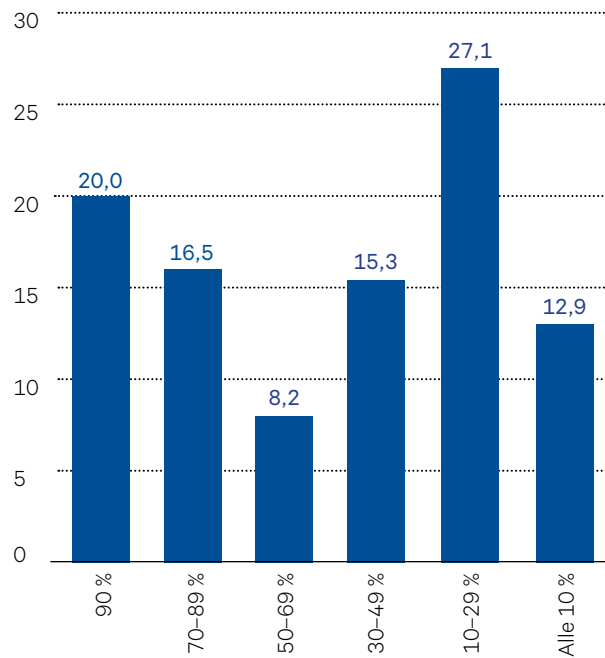
- EK:n pk-yrityskyselyjen ja Ornamon yritys-kyselyjen mukaan keskimäärin 20 prosenttia yrityksistä hyödyntää muotoilua toiminnassaan. Teollisuudessa muotoilua hyödyntää joka kolmas yritys. Teollisessa tuotannossa muotoilu on tärkeää tevanake-teollisuudessa* ja sähkö- ja elektroniikkatuotteiden valmistuksessa.
- Muotoilun käyttö pk-yrityksissä lisääntyy, mutta siitä huolimatta esimerkiksi 60–70 prosenttia pk-teollisuudesta ei panosta aktiivisesti muotoiluun.

* Tevanake = Tekstiili-, vaate-, nahka- ja kenkätuotteiden valmistus

Viidennes
yrityksistä panostaa
muotoiluun

Ostopalvelujen merkitys asiakasyrityksille

Ulkopuoliset palvelut muotoilun kokonaiskustannuksista, osuus yrityksistä, prosenttia



Ulkopuolisilta palveluntuottajilta ostettujen muotoilupalvelujen osuus muotoilun kokonaiskustannuksista yrityksissä, jotka hyödyntävät muotoilua toiminnassaan, prosenttia yrityksistä.

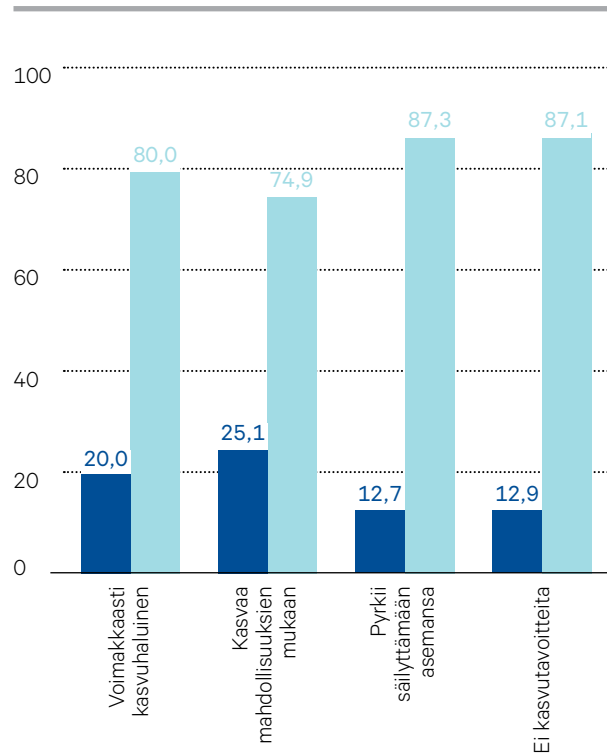
Lähde: EK:n pk-yrityskysely 2013 ja Ornamon yrityskyselyt 2013

© ORNAMO RY

- Monet organisaatiot yhdistelevät ulkoa ostettuja ja sisäisesti tuotettuja muotoilupalveluja. Strategisesti tärkeitä palveluja ei kuitenkaan mielellään ulkoisteta. EK:n ja Ornamon kyselyjen pohjalta voidaan arvioida, että oman talon ulkopuolelta ostetut palvelut ovat keskimäärin noin 45 prosenttia muotoilun kokonaiskustannuksista. Sisäisesti tuotetut palvelut (In-house -muotoilu) muodostavat noin 55 prosenttia kustannuksista.
- Yrityskyselyjen mukaan nykyinen epävarma taloustilanne ei ole vaikuttanut merkittävästi muotoilua hyödyntävien teollisuusyritysten muotoilupanostuksiin, joskin taantuma on tehostanut muotoiluun tarkoitettujen taloudellisten voimavarojen käyttöä.
- Omaan suunnitteluun taantumalla ei ole ollut vaikutusta, mutta ulkopuolisilta yrityksiltä ostetut muotoilupalvelut ovat hieman supistuneet.
- Vaikka muotoilun ostopalvelut ovat hieman vähentyneet, asiakasyritysten näkemykset ulkopuolisten palveluntuottajien toiminnasta ovat myönteisiä. Parhaimmat pisteet tulevat luotettavuudesta, toiminnan laadukkuudesta ja osaamisesta.
- Vajaa viidennes ostajista totesi, että palveluntuottajien asiakaslähtöisyydessä ja joustavuudessa on parantamista. 46 prosenttia piti ostopalveluja myös hintavina.

Kasvuhakuiset yritykset hyödyntävät muotoilua

Muotoilun käyttö yrityksen kasvuhakuisuuden mukaan 2013



Osuus yrityksistä, prosenttia ■ Käyttää, % ■ Ei käytä, %

Lähde: EK:n pk-yrityskysely 2013. © ORNAMO RY

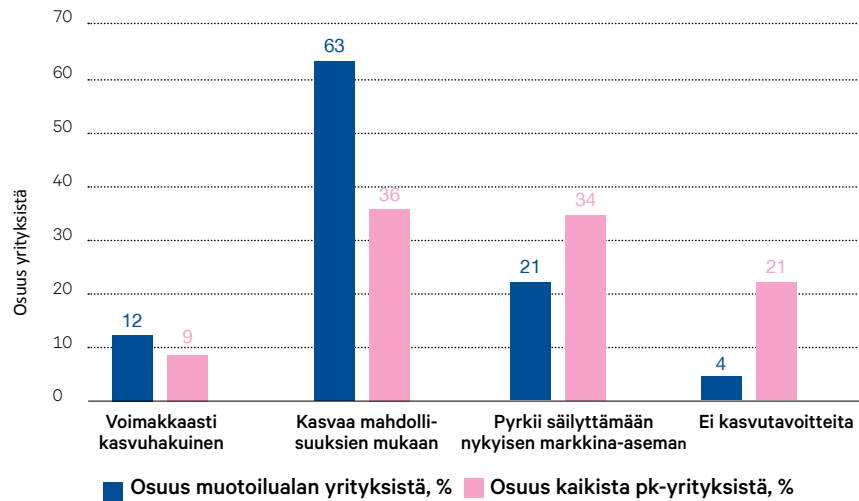
- Muotoilun käyttö lisääntyy yrityskoon suurentuessa. Myös kasvuhakuiset yritykset käyttävät enemmän muotoilua kuin asemansa säilyttämiseen tyytyvät yritykset ja yritykset, joilla ei ole kasvutavoitteita.
- Muotoilu on edesauttanut yritysten markkinaosuuden kasvua ja osa yrityksistä on pystynyt laajentamaan maantieteellistä markkina-aluetta ja tuotevalikoimaansa.
- Muotoilu edesauttaa yrityksen kilpailukykyä ja kasvua, sillä se lisää yrityksen mahdollisuuksia erottautua kilpailijoista ja nostaa tuotteesta saatavan hintaa (brändivaikutukset). Muotoilua kehittää mm. tuotteen laatua ja käytettävyyttä ja parantaa tuottavuutta yrityksissä.
- Yritykset voivat tehostaa muotoilulla tuotantoprosessiaan, nostaa tuotettujen tavaroiden ja palvelujen laatua, lisätä asiakaslähtöisyyttä, käytettävyyttä ja ekologisuutta.

Muotoilu edesauttaa yrityksen kilpailukykyä ja kasvua

Muotoilualan yritykset ovat kasvuhakuisia

- Muotoilualan yritykset ovat kasvuhakuisempia kuin pk-yritykset keskimäärin. Enemmän kuin joka kymmenes (12 %) muotoilualan yrityksistä ilmoitti Ornamon vuoden 2016 kyselyssä olevansa voimakkaasti kasvuhakuinen. Suomen kaikista pk-yrityksistä vain yhdeksän prosenttia ilmoittaa vuoden 2016 ensimmäisellä puoliskolla vastaavaa.

Muotoilualan ja kaikkien pk-yritysten kasvuhakuisuus 2016

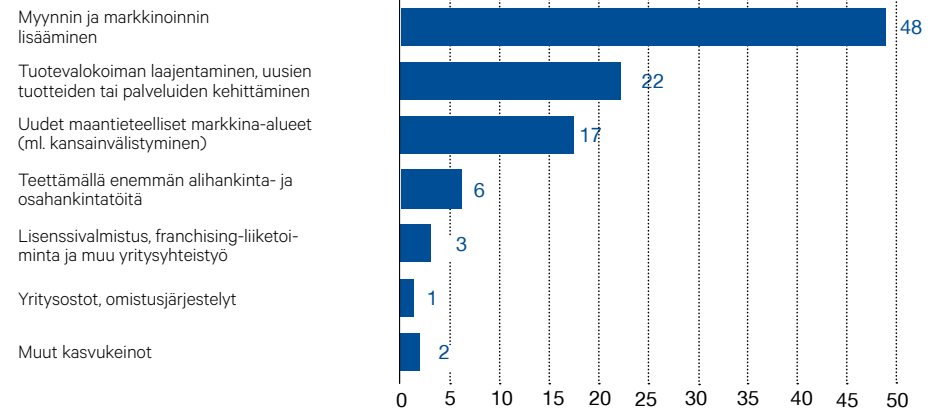


Lähde: Ornamon yrityskyselyt 2016; EK-yritysparometri 1/2016

© ORNAMO RY

- Muotoilualan yrityksistä mahdollisuuksien mukaan kasvavia on 63 prosenttia, kun vastaavasti pk-yrityksistä mahdollisuuksien mukaan kasvavia on vain 36 prosenttia. Muotoilualalla yritykset luottavat myynnin ja markkinoinnin lisäämiseen. Muita kasvukeinoja ovat tuotevalikoiman laajentaminen ja uusille markkina-alueille suuntautuminen.

Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot, prosenttia yrityksistä



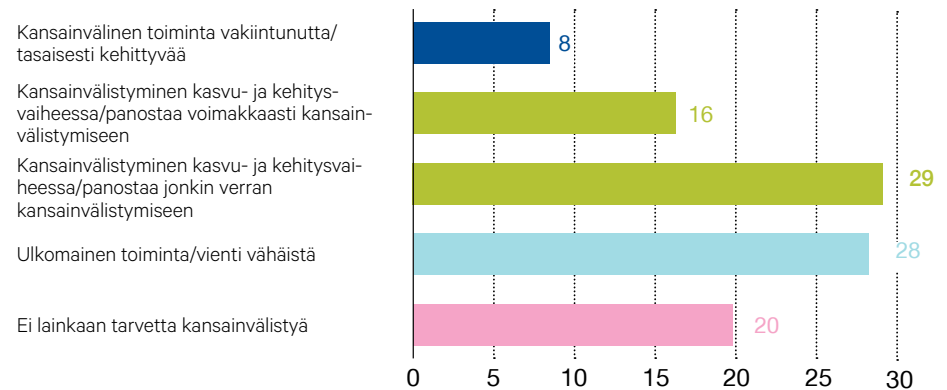
Lähde: Ornamon yrityskyselyt 2016

© ORNAMO RY

Kansainvälisyys tärkeä osa muotoiluyrittäjyyttä

- Ornamon kyselyjen mukaan yli viidennes muotoilualan yrityksistä harjoitti vientiä tai muuta ulkomaista toimintaa, jonka osuus oli vähintään 10 prosenttia liikevaihdosta. Pienimuotoista ja satunnaista myyntiä ulkomaille oli lisäksi lähes 40 prosentilla yrityksistä, joten muotoilualan yritykset ovat kansainvälisempiä kuin pk-yritykset Suomessa keskimäärin.
- Kyselyt paljastavat, että ulkomainen toiminta on vakiintunut osa yrityksen liiketoimintaa noin kahdeksassa prosentissa muotoilualan yrityksiä. Lisäksi 45 prosenttia yrityksistä panostaa voimakkaasti tai jonkin verran kansainvälistymiseen. Varsinkin suunnittelupalveluja tarjoavilla muotoilualan yrityksillä on entistä enemmän ulkomaisia asiakkaita.
- Pääasialliset ulkomaisen toiminnan kohdealueet ovat Pohjoismaat ja muut EU-maat. Muotoilualan korkeasta osaamisesta kertoo se, että kansainvälistä toimintaa harjoittavista yrityksistä lähes viidenneksellä on myyntiä haasteellisilla Pohjois-Amerikan markkinoilla. Sen sijaan Venäjälle ja muualle Itä-Eurooppaan on vähän tuote- ja palvelumyyntiä.

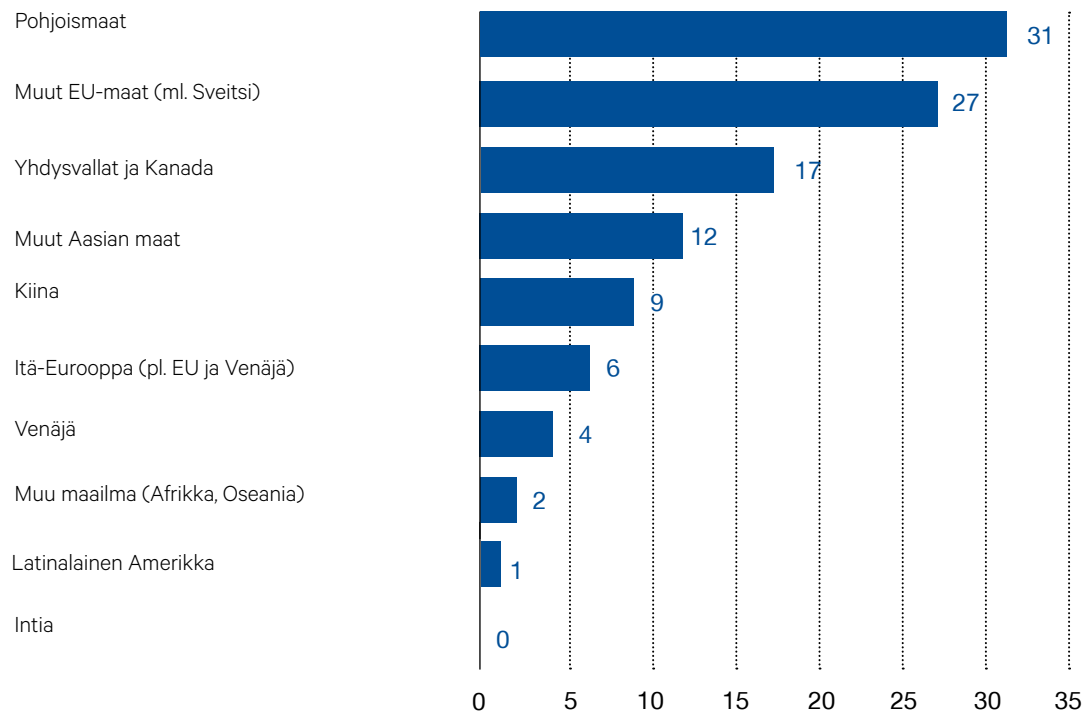
Muotoilualan yritysten ulkomaista toimintaa ja kansainvälistymistä koskevat tavoitteet



Lähde: Ornamon yrityskyselyt 2016

© ORNAMO RY

Kansainvälistä toimintaa harjoittavien yritysten kohdealueet 2016, prosenttia yrityksistä



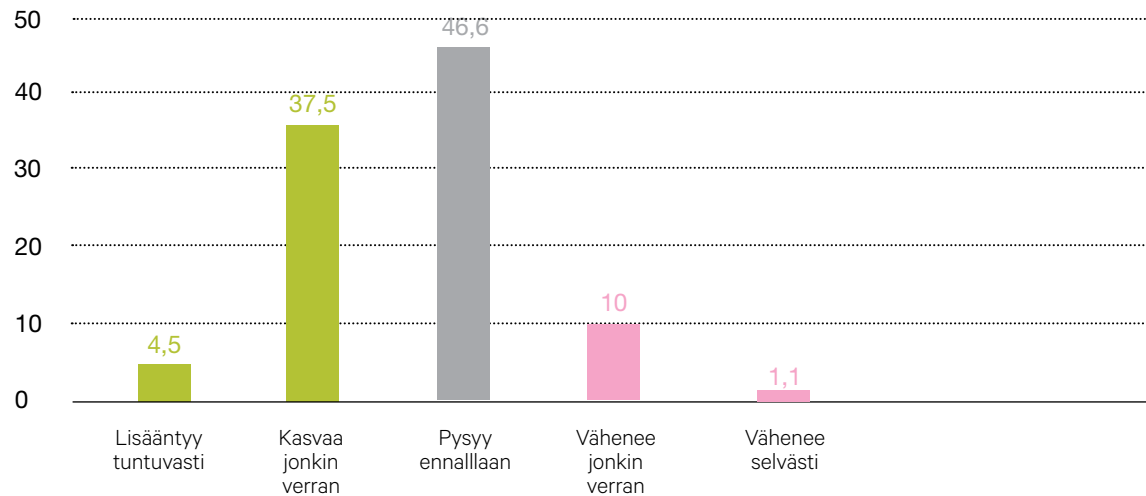
Lähde: Ornamon yrityskyselyt 2016
(HUOM. Yrityksellä voi olla ulkomaista vientiä tai toimintaa useammalle kuin yhdelle alueelle).

© ORNAMO RY

Julkisten hankintojen merkitys muotoilualan yrityksille

- Valtio-organisaatioiden ja kuntayhteisöjen hankinnat ovat tärkeitä tai melko tärkeitä vajaalle kolmasosalle ja jossain määrin tärkeitä noin 20–25 prosentille alan yrityksistä. Samoista yrityksistä vuonna 2016 noin 42 prosenttia arveli, että julkisyhteisöjen tuotteita ja palveluostot lisääntyvät ainakin jonkin verran seuraavan kolmen vuoden aikana.
- Kyselytutkimukset osoittavat, että yritysten arviot julkisten hankintojen toimivuudesta eivät ole erityisen mairittelevia. Uuden hankintalain arvioidaan kuitenkin parantavan pienten muotoilualan yritysten tilannetta, kun hankintamenettelyjä koskevia säännöksiä yksinkertaistetaan sekä selkeytetään, ja niistä tehdään nykyistä joustavampia.

Julkisen sektorin hankintojen kehitys muotoilualalla kolmen seuraavan vuoden aikana

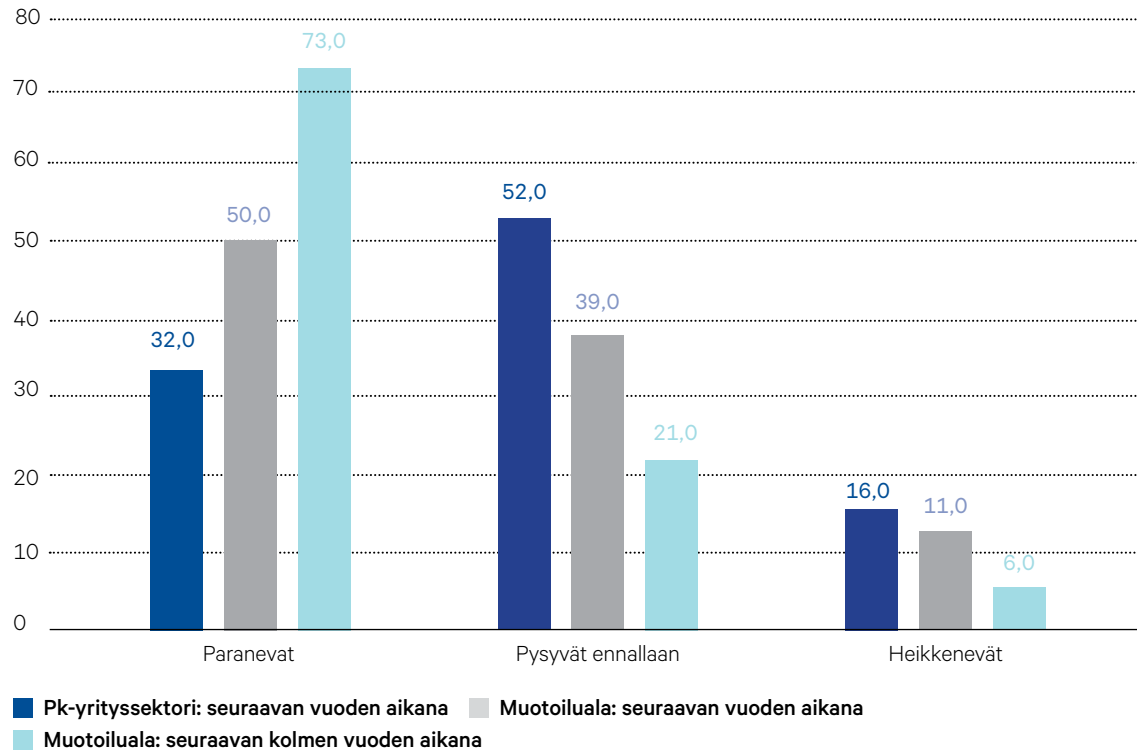


Lähde: Ornamon yritys­kyselyt 2016

© ORNAMO RY

Muotoilualan optimismi näkyy suhdanneodotuksissa

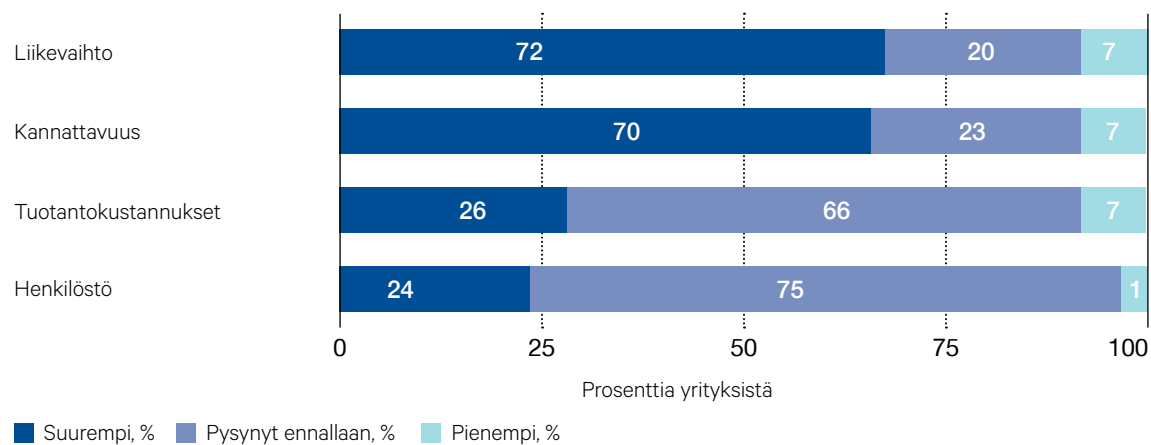
Muotoilualan yritysten näkemykset liikevaihdon, henkilöstön, tuotantokustannusten ja kannattavuuden kehityksestä seuraavan vuoden aikana (kesä 2017) nykytilanteeseen (kesä 2016) verrattuna, prosenttia yrityksistä



Lähde: EK:n pk-yritysbometri 1/2016; Ornamon yrityskyselyt 2016 © ORNAMO RY

- Alan yritykset suhtautuvat luottavaisesti lähitulevaisuuteen, vaikka yleinen taloustilanne on heikentynyt ja kansantalous kasvaa hyvin hitaasti lähivuosina. Ornamon kyselyjen mukaan 50 prosenttia muotoilualan yrityksistä katsoi kesällä 2016, että yleiset kysyntä- ja suhdannenäkymät paranevat seuraavan vuoden aikana.
- Noin 70 prosenttia yrityksistä oli Ornamon kyselyjen mukaan myös sitä mieltä, että alan liikevaihto ja kannattavuus kohoavat vuosina 2016–17. Kannattavuuden nousua edesauttaa tuotantokustannusten maltillinen kehitys. Henkilöstön palkkaamiseen suhtaudutaan pidättyvämmiin, mikä johtuu osittain siitä, että alalla on paljon yksinyrittäjiä.

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



Lähde: Ornamon yrityskyselyt 2016

© ORNAMO RY

- Muotoilualan näkemykset olivat vuoden 2016 ensimmäisellä puoliskolla kokonaisuudessaan paljon myönteisemmät kuin koko pk-yrityssectorilla keskimäärin ja optimismi lisääntyy, kun kysyntä- ja suhdannenäkymiä tarkastellaan kolmen vuoden aikajänteellä. Tosin on muistettava, että odotukset ovat usein optimistisemmat kuin toteutunut kehitys.



ornamo