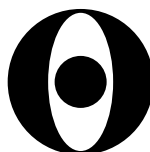


Muotoilualan Suhdanne ja toimialakatsaus 2018

Raportti muotoilualan yritysten lähiajan
suhdanneodotuksista, yritystoiminnan laajuudesta ja
ulkoisesta toimintaympäristöstä, yritysten oman
toiminnan kehittämisen osa-alueista ja digitalisaatiosta.



ornamo

Muotoilualan suhdanne ja toimiala- katsaus 2018

Raportti muotoilualan yritysten lähiajan suhdanne-
odotuksista, yritystoiminnan laajuudesta ja ulkoisesta
toimintaympäristöstä, yritysten oman toiminnan
kehittämisen osa-alueista ja digitalisaatiosta.

Ornamo

Ornamo ry on vuonna 1911 perustettu muotoilualan asiantuntijajärjestö. Ornamo kehittää muotoilijan ammatia ja vaikuttaa muotoilun asemaan yhteiskunnassa. Järjestö edustaa lähes 2 600 koulutettua muotoilijaa, suunnittelijaa sekä taideteollista taiteilijaa. Kolme neljäsosaa Ornamon jäsenistä työskentelee muotoilun parissa ja neljännes taiteen parissa. Järjestön jäsenet työskentelevät teollisen muotoilun, tekstiili-, vaatetus- ja huonekalusuunnittelun, sisustusarkkitehtuurin, immateriaalisen suunnittelun, digitaalisten sisältöjen, käyttöliittymien, pakkaussuunnittelun sekä palvelumuotoilun ja pelisuunnittelun, taidekäsitöiden ja taiteen aloilla.

Käsillä oleva raportti kertoo muotoilualojen yritysten lähiajan suhdanneodotuksista, yritystoiminnan laajuudesta ja ulkoisesta toimintaympäristöstä, yritysten oman toiminnan kehittämisen osa-alueista, kansainvälistymisestä ja aineettoman omaisuuden suojauksesta.

Raportin pääasiallisena lähteenä on toiminut Ornamon jäsenyrityksille kesällä 2018 tehty jäsenkysely, johon vastasi määräaikaan mennessä 119 yritystä. Muotoilualan yrityksiä ja toimipaikkoja koskevat tilastot pohjautuvat Tilastokeskuksen yritystilastoihin.

Muotoilualan suhdanne- ja toimialakatsaus 2018

Raportti muotoilualan yritysten lähiajan suhdanneodotuksista, yritystoiminnan laajuudesta ja ulkoisesta toimintaympäristöstä, yritysten oman toiminnan kehittämisen osa-alueista ja digitalisaatiosta.

Kirjoittaja **Pekka Lith,**

Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith

Julkaisija **Ornamo**

Taitto **Minna Borg**

Copyright © 2018 Ornamo ry,
lähde mainittava asiakirjaa lainattaessa.



Sisältö

7	1	Muotoilualan suhdannenäkymät
15	2	Muotoilualan yritystoiminta
24	3	Vienti ja kansainvälistyminen
28	4	Kehittämisen tärkeimmät osa-alueet
32	5	Yleinen talouskehitys kansantaloudessa
40	6	Erytisteema: Aineettoman omaisuuden suojaus
46		Yhteenveto
48		Liite 1: Suhdannekyselyyn vastanneiden profiili
53		Liite 2: Suhdannekyselyyn vastanneet edunvalvontajärjestössä
58		Liite 3: Muotoilun käsitteitä ja ulottuvuuksia
		Liitetaulukoita

1 Muotoilualan suhdannenäkymät

Liikevaihdon kasvu tasaantuu

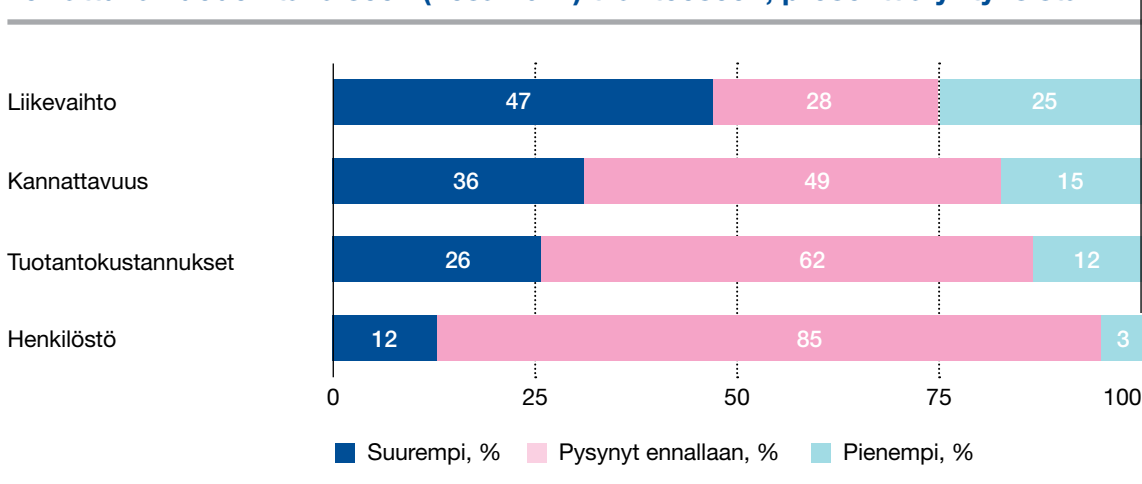
Noin 47 prosenttia yrityksistä ilmoitti kesällä 2018, että liikevaihto on kasvanut edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta (Kuvio 1). Vastavasti neljännes yrityksistä ilmoitti, että liikevaihto oli pienentynyt. Siten liikevaihdon kasvun saldoluvuksi saadaan plus 23, kun se oli kesällä 2017 plus 57, joten liikevaihdon kasvuodotukset ovat vaimentuneet vuoden takaiseen tilanteeseen verrattuna. Saldoluku saadaan, kun liikevaihdon kasvusta ilmoittaneiden yritysten prosenttiosuudesta vähennetään liikevaihdon laskusta ilmoittaneiden prosenttiosuus.

Muotoilualan yritysten liikevaihdon kasvu on linjassa Suomen kansantaloudessa tapahtuneen myönteisen kehityksen kanssa. Tosin kansantalouden ripeä kasvu vuodesta 2016 lukien on johtunut alhaisesta lähtötasosta sen jälkeen, kun monen vuoden kasvu oli menetetty.

Määrällisesti Suomen bruttokansantuote bkt ylittää vuoden 2008 tason vasta vuonna 2018. Myös julkisen talouden tila on yhä haasteellinen, ja tilanteen kohentuminen vaatii useamman vuoden reipasta talouskasvua, mikä uhkaa talousennusteiden mukaan tosin hidastua vuonna 2019.

Kannattavuuden paranemisesta kertoi 36 prosenttia kyselyyn vastanneista ja 15 prosenttia arvioi sen heikentyneen. Saldoluvuksi saatiin plus 21. Kannattavuuskehitys on seurannut yritysten myönteistä liikevaihdon kehitystä, minkä lisäksi taustalla on liikevaihdon tuotantokustannuksia nopeampi kasvu. Noin 84 prosenttia yrityksistä ilmoitti, että henkilöstön määrä on pysynyt 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 2018) verrattuna vuoden takaiseen (kesä 2017) tilanteeseen, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO ry

Odotukset säilyneet myönteisinä

Odotukset vuosien 2018–19 kehityksestä ovat valoisat, sillä 70 prosenttia kyselyihin vastanneista yrityksistä uskoo liikevaihdon lisääntyvän seuraavan vuoden aikana. Kannattavuuden paranemiseen uskoo 60 prosenttia yrityksistä, sillä tuotantokustannusten ennakoidaan kehittyvän maltillisesti. Odotukset ovat silti usein astetta optimistisempia kuin toteutunut kasvu, vaikka kehityksen suunta voi olla samankaltaista. Esimerkiksi vuoden 2017 kyselyissä ennustettu liikevaihdon, kannattavuuden ja henkilöstön kasvu oli paljon reippaampaa kuin toteutunut kehitys.

Muotoilualan odotukset ovat keskimäärin liikevaihdon, kannattavuuden ja työllisyyden suhteen myönteisemmät kuin pk-yrityskentässä, kun odotuksia verrataan Suomen Yrittäjien, Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n keväällä julkistaman pk-yritysbarometrin (pky-barometri)

tuloksiin (Taulukko 1). Pky-barometri julkistetaan kaksi kertaa vuodessa keväällä ja syksyllä. Se laaditaan valtakunnallisena ja alueellisina raportteina. Kevään 2018 pky-barometri perustui 4 826 pk-yrityksen vastuuhenkilön tai muun edustajan antamiin vastauksiin.

Muotoilualan yritysten valoisat liikevaihdon ja kannattavuuden kasvuodotukset perustuvat myös siihen, että alan näkemykset talouden yleisistä suhdanne- ja kysyntänäkemyksistä ovat paljon myönteisemmät kuin koko pk-yrityskentässä. Ornamon kyselyjen mukaan enemmän kuin joka toinen muotoilualan yritys uskoi kesällä 2018 yleisten suhdannenäkymien paranemiseen seuraavan vuoden aikana (Taulukko 2). Kaikista pk-yrityksistä samaan uskoi 43 prosenttia. Muotoilualalla optimistisuus lisääntyy edelleen, kun asiaa katsotaan kolmen vuoden aikajän-teellä.

Taulukko 1. Liikevaihdon, kannattavuuden, henkilöstön ja tuotantokustannusten kasvuodotukset vuodelle 2019 muotoilualalla ja koko pk-yrityssectorilla saldolukuina, prosenttia

	Liikevaihto, %	Kannattavuus, %	Tuotantokustannukset, %	Henkilöstö, %
Muotoiluala	61	55	9	23
Teollisuus	50	26	52	28
Rakentaminen	42	28	48	22
Kauppa	36	19	42	12
Palvelut	38	27	35	16
Kaikki pk-yritykset	40	26	40	17

(Lähde: Pk-yritysbarometri kevät 2018 ja Ornamo suhdannekyselyt 2018)

Taulukko 2. Yleiset kysyntä- ja suhdannenäkymät muotoilualalla ja koko pk-yrityskentässä vuodelle 2019, prosenttia

Muotoiluala	56	35	9	47
Teollisuus	47	45	7	40
Rakentaminen	44	52	4	40
Kauppa	43	45	12	31
Palvelut	42	50	8	34
	43	49	8	35

(Lähde: Pky-barometri kevät 2018 ja Ornamo suhdannekyselyt 2018)

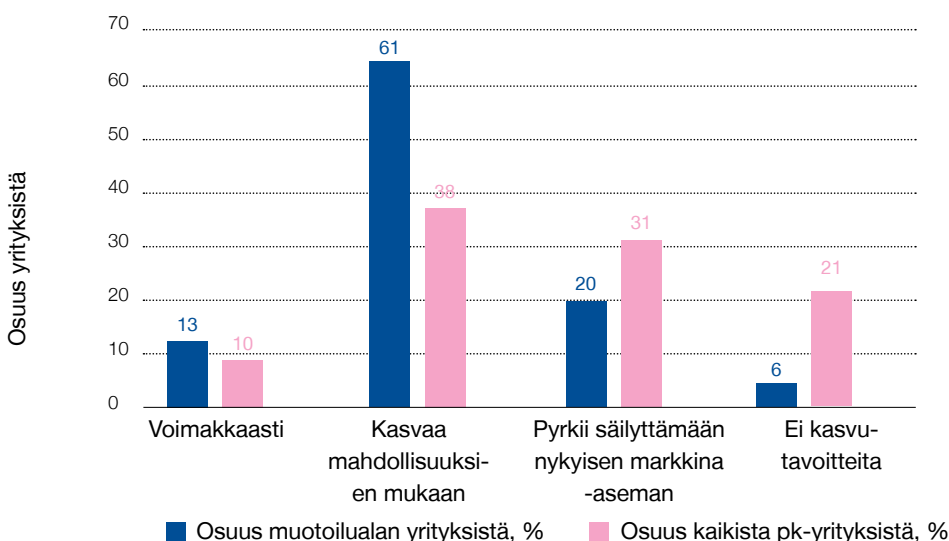
Kasvuhakuinen toimiala

Ornamon kyselyihin kesällä 2018 vastanneista yrityksistä voimakkaasti kasvuhakuisia oli noin 13 prosenttia. Mahdollisuuksien mukaan kasvavia oli 61 prosenttia ja asemansa säilyttämiseen keskittyviä 20 prosenttia. Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli suhteellisesti saman verran kuin edellisenä vuonna. Kaikkiaan kasvuyrityksiä on ollut vuosina 2014–18 suurin piirtein yhtä paljon, jos mahdollisuuksien mukaan kasvavat yritykset lasketaan mukaan. Kokonaisuudessaan kasvuyrityksiä on muotoilualalla enemmän kuin maamme pk-yrityskentässä keskimäärin.

Keskeiset kasvukeinot

Muotoilualalla yritysten tärkein kasvukeino oli vuonna 2018 myynnin ja markkinoinnin tehostaminen. Tosin yritykset kasvavat myös orgaanisesti, millä ymmärretään liiketoiminnan laajentamista uusille maantieteellisille markkina-alueille tai uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämistä ja tuotevalikoiman monipuolistamista. Ornamon kyselyihin vastanneista yrityksistä kuusi prosenttia teettäisi alihankkijoilla enemmän töitä. Yrityskaupat² ja kasvu kolmansien osapuolien tehtyjen sopimusten perusteella (lisenssivalmistus, franchising-yhteistyö) on harvinaista (Kuvio 3).

Kuvio 2. Muotoilualan yritysten ja Suomen koko pk-yrityskentän kasvuhakuisuus 2018, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Pk-yritysbarometri kevät 2018 ja Ornamon suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO ry

Tosin valmistavassa teollisuudessa voimakkaasti kasvuhakuisien yritysten osuus (15 %) oli pk-barometrin mukaan keväällä 2018 suurempi kuin muotoilualalla. Vertailussa on otettava huomioon, että muotoiluala koostuu monialaisesta yritysjoukosta, johon sisältyy piensarjatuotantoa harjoittavia teollisia yrityksiä, käsityöyrityksiä ja muotoilutoimistoja (Taulukko 3). Muotoiluala poikkeaa muista pk-yrityksistä toisaalta siten, että kokonaan kasvua tavoittelemattomia yrityksiä on toimialalla vähän kaikkiin muihin pk-yritysten päätoimialoihin verrattuna.

Lisäksi on muistettava, että pk-yritykset voivat kasvaa verkottumisen kautta. Kaikki yritykset ovat verkottuneet ainakin asiakkaisiinsa, alihankkijoihin ja välttämättömiin yrityspalvelujen tuottajiin (tilitoimistot), vaikkei asiaa olekaan sellaiseksi koettu. Verkottuminen voi olla projektikohtaista tai se perustuu yrittäjien tuki- ja vertaisverkostoihin. Projekti- ja kertaluontoisista yhteishankkeista voidaan siirtyä syvempään strategiseen yhteistyöhön, missä oman yrityksen palvelut tai tuotteet voidaan muuttaa yhteistyöllä kokonaistoimituksiksi.

1 Myös asemien säilyttäminen voi edellyttää yritykseltä kasvua.

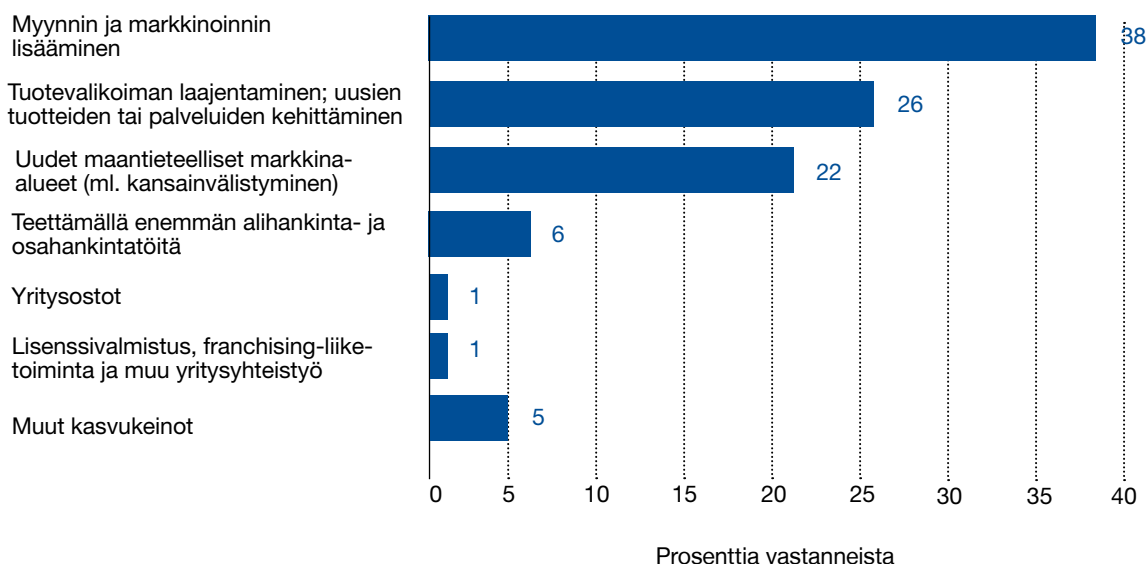
2 Yrityskaupat toteutetaan omistusosuuskauppana (osakekauppa) tai liiketoimintakauppana (substanssikauppa).

Digitalisaatio ja sen mukanaan tuomat sähköiset työkalut tarjoavat pk-yrityksille ja yrittäjille suhdeverkostoa ajasta, paikasta ja yrityksen toimialasta riippumatta.³ Tutkimusten mukaan verkottumisen vahvin kasvualue löytyy suurten toimijoiden (veturi-yritysten) 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.

Keskeiset kasvun jarruja

Muotoilualan kasvuhakuisuus on pysynyt korkealla tasolla 2000-luvulla myös silloin, kun kansantalouden kehitys on ollut 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 riittämätön kysyntä ja voimakas kilpailu tai se, että yrityskoko on jo optimaalinen. Osasta yrityksistä puuttuu osaaminen tai kasvuun tarvittavat voimavarat, eivätkä yrittäjät halua ottaa kasvuun liittyvää taloudellista riskiä (Kuvio 4).

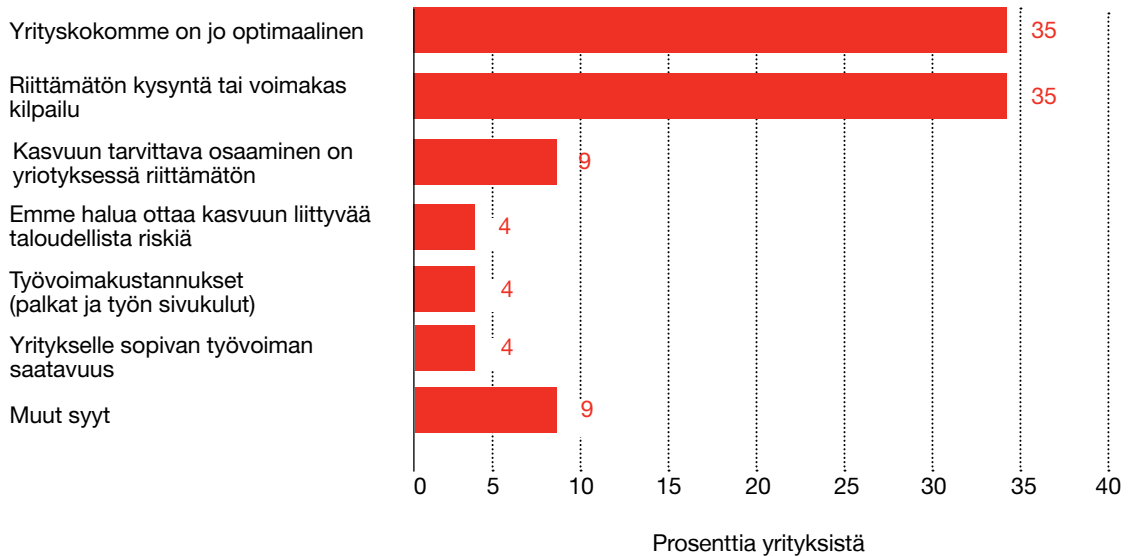
Kuvio 3. Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot, prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO ry

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 niiden kautta voidaan rekrytoida uusia osaajia.

Kuvio 4. Kasvuhaluttomuuden tärkeimmät syyt muotoilualan yrityksissä 2017



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO ry

Ornamon kyselyt paljastavat, että muotoilualan yritykset rahoittavat kasvuun pääasiassa omalla kassarahoituksella ja toiseksi apurahoilla. Tämä on useimmissa tapauksissa hidas tie kasvuun varsinkin, jos yrityksen laskutettavuusaste on korkea. Silloin kassavirta kuluu välttämättömien toimintojen rahoittamiseen eikä toiminnan kehittämiseen jää varoja. Vain noin neljännes ilmoitti käyttävänsä pankkirahoitusta, rahoitusyhtiötä tai muuta yksityistä rahoitusta. Yritystoiminnan julkisella rahoitustuella kasvuun rahoitti vain pieni osa vastanneista (Kuvio 5).

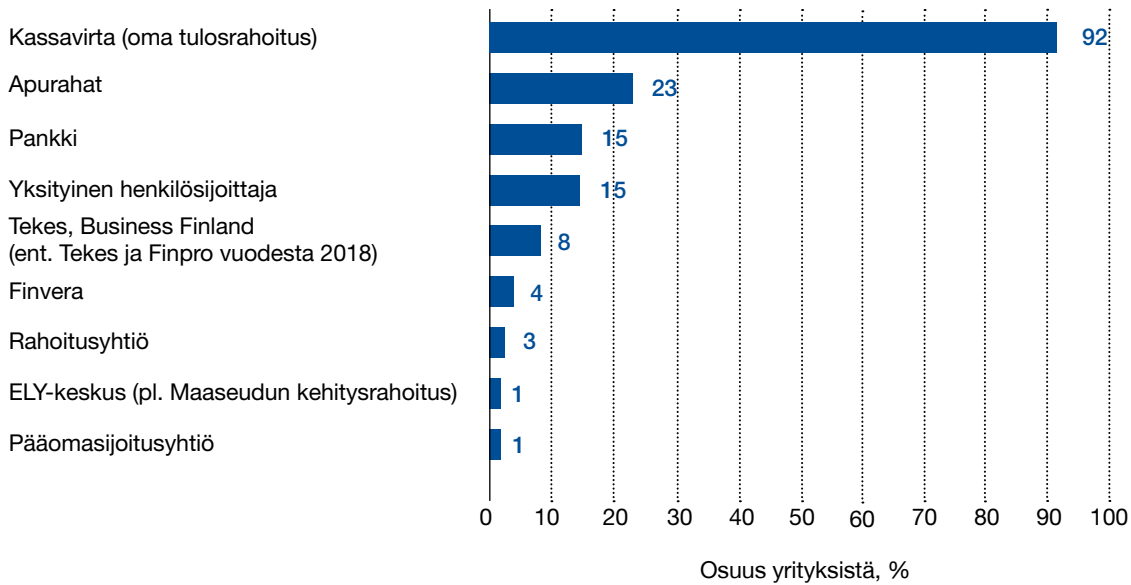
Muotoilualan yritykset ovat hyödyntäneet muutoinkin melko vähän julkisrahoitteista rahoitustukea tai yritystoimintaa tukevien organisaatioiden neuvonta- ja koulutuspalveluja. Syinä lienee pieni yrityskoko, rahoitukseen tarvittava oma osuus tai muut rahoituksen saannin kokonaisarviointiin liit-

tyvät ehdot. Esimerkiksi vain 15 prosenttia Ornamon kyselyyn vastanneista oli hakenut ELY-keskuksen kehittämisavustusta ja vain kymmenen prosenttia ilmoitti saaneensa tukea. Kehittämisavustus on harkinnanvarainen yrityksen kehittämishankkeisiin myönnettävä tuki (Kuviot 6 ja 7).

Kehittämisavustuksella voidaan⁴ kehittää yrityksen liiketoimintaa uusille urille. Erityisenä painopistealueena on ollut yritysten kansainvälistymisen edistäminen. Avustusta voidaan myöntää pk-yrityksille, joilla on kannattavan toiminnan edellytykset ja voimavaroja kilpailukykyä parantaviin toimenpiteisiin, mutta yritys rahoittaa kehittämishankkeista vähintään puolet. Juuri edellä mainitut ehdot voivat vaikuttaa siihen, että pienillä muotoilualan yrityksillä, joiden liikevaihto on muutamia kymmeniä tuhansia, ei ole mahdollisuuksia saada tukea.

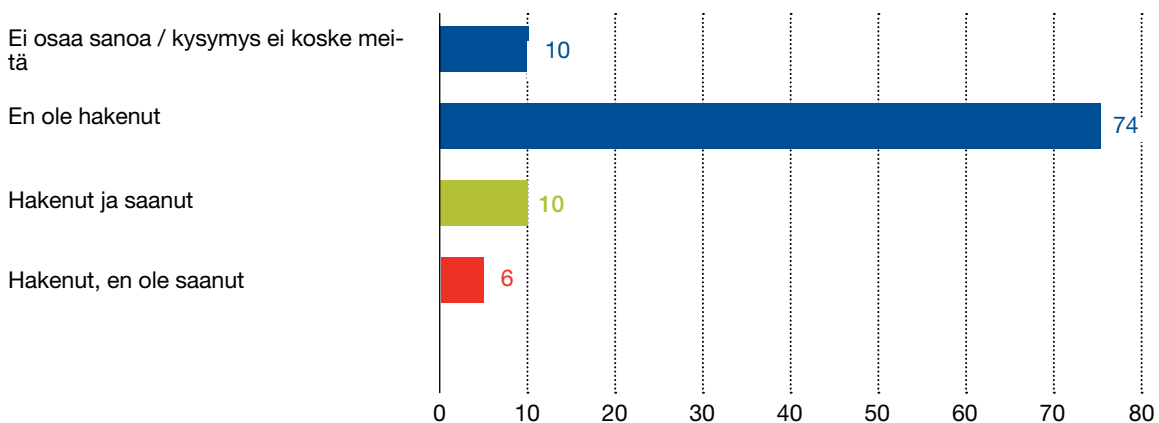
4 Kehittämis-toimenpiteisiin liittyviä palkka-, konsultointi-, matka-, messuosallistumis- ja vastaavia menoja voidaan tukea enintään 50 prosentilla avustuksen perusteena olevista menoista. Hankkeeseen sisältyviä investointeja voidaan tukea yrityksen koosta ja sijainnista riippuen 10–35 prosentilla avustuksen perusteena olevista menoista (ks. laki valtionavustuksesta yrityksen kehittämiseksi (9/2014) ja valtioneuvoston asetus valtionavustuksesta yritystoiminnan kehittämiseksi (716/2014).

Kuvio 5. Muotoilualan yritysten kasvun rahoitustavat 2018



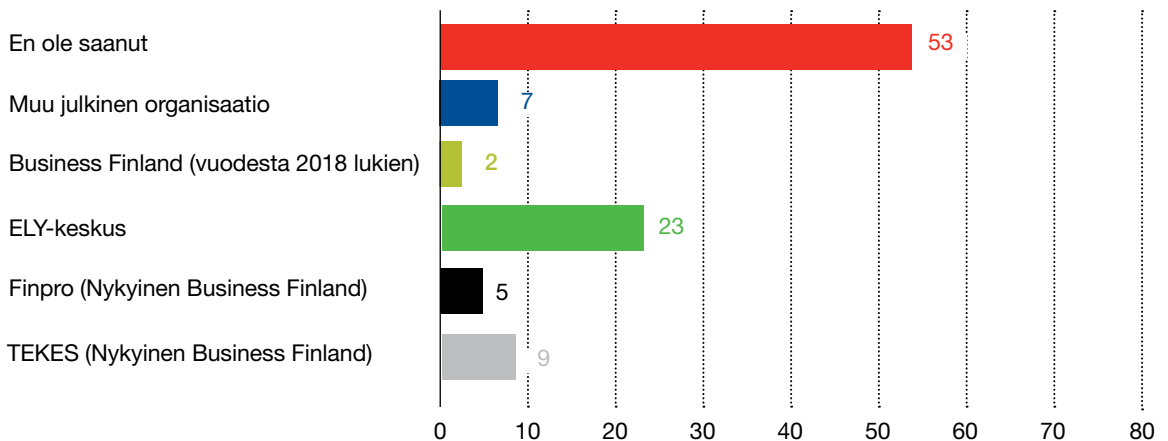
(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO ry

Kuvio 6. ELY-keskuksen kehittämisavustuksen hakeminen ja saanti 2018 muotoilualan yrityksistä, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO ry

Kuvio 7. Julkisten yrittäjätoimintaa edistävien neuvonta- ja koulutuspalvelujen hyödyntäminen 2018 muotoilualueen yrityksissä, prosenttia yrityksistä.



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO ry

Työllistämisen kynnyksen korkealla

Kasvuhaluttomuudessa voi olla kysymys siitä, että itsensä työllistäjät tai osa-aika- ja sivutoimiset yrittäjät ovat tyytyväisiä nykyiseen tilanteeseensa. Heille riittää ainoastaan itsensä ja perheen elättäminen ja yrittäjätoiminta 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 erilaiset työllistämisen kynnykset.

TEM:n, Finnveran ja Suomen Yrittäjien pky-barometrin mukaan keväällä 2018 tärkeimmät työllistämisen esteet olivat sopivan työvoiman saatavuus,⁵ kysynnän epävakaus ja työn sivukulut.⁶ Palkkataso ja irtisanomiseen liittyvät riskit olivat vähemmän tärkeitä työllistämisen esteitä. Ornamon suhdannekyselyissä työllistämisen esteistä tiedusteltiin edellisen kerran vuonna 2015. Silloin keskeisin este oli kysynnän riittämättömyys ja epävakaus. Seuraavina tulivat työn sivukulut⁷ ja irtisanomiseen liittyvät riskit. Palkkojen lähtötaso ei pidetty suurena ongelmana.

Suomen hallituksen ajama ja työmarkkinajärjestöjen kesällä 2016 solmimaan kilpailukykysovimukseen sisältyi yksityisen työnantajan sosiaaliturvamaksujen (sosiaaliturva-, työ-eläke- ja työttömyysvakuutusmaksu) asteittain alennus vuosina 2017–20. Toimenpiteillä haluttiin parantaa yritysten toimintaedellytyksiä ja vaikuttaa halun palkata uutta henkilökuntaa. Tosin Ornamon vuoden 2017 kyselyjen mukaan työvoimakustannusten alennukset parantavat vain rajallisesti muotoilualueen yritysten asemaa, eivätkä ne vaikuta sanottavasti halun palkata uusia työntekijöitä.

Tällä hetkellä Suomen hallitus on ajamassa työsopimuslain (55/2001) muutoksia, joilla työntekijän irtisanomissuojaa kevennetään ja työllistämiskynnystä alennetaan alle 10 henkilön yrityksissä.⁸ Taustalla on ajatus, että uudet työpaikat syntyvät lähinnä pieniin yrityksiin. Tosin asiantuntijoiden mukaan työntekijöiden irtisanomissuoja ei ole Suomessa erityisen tiukkaa eurooppalaisessa vertailussa. Yrityksissä irtisanomisten sijasta paljon käytettyjä vaihtoehtoja ovat työaikajärjestelyt, osa-aikatyöhön siirtyminen, vuosilomajärjestelyt ja työsuhteen ehtojen muuttaminen.

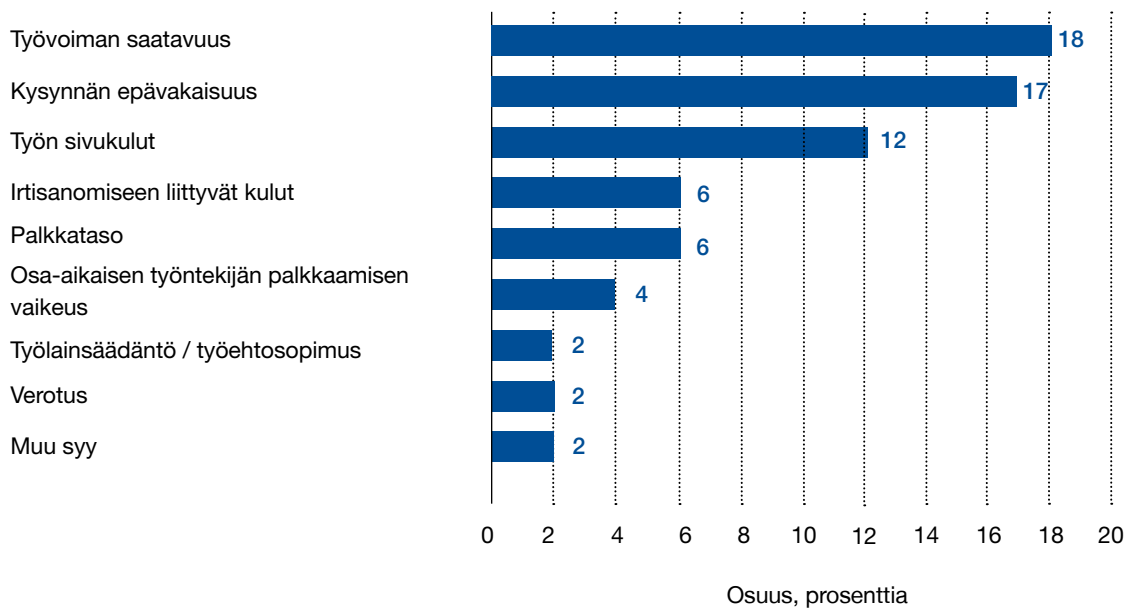
5 Työvoiman saatavuuteen liittyvät ongelmat korostuvat teollisuudessa ja erittäin suhdanneherkällä rakennusalailla.

6 Yrityksiä, joilla ei ollut tarvetta työllistää (kasvaa), oli 31 prosenttia pky-barometriin vastanneista.

7 Työn sivukulut ovat sosiaalivakuutusmaksut (eläkevakuuttaminen, yms.) sekä niin sanotut sosiaalipalkat, jotka eivät riipu tehdystä työtunteista. Sosiaalipalkkoja ovat vuosilomapalkat, lomarahat, arkipyhäkorvaukset, pekkaspäivät sekä sairaus- ym. ajan palkat.

8 Hallituksen esityksen mukaan alle 10 työntekijää työllistävissä yrityksissä irtisanomisperusteena pidettäisiin nykyistä vähäisempää työvelvoitteen laiminlyöntiä tai rikkomista taikka epäasiallista käyttäytymistä silloin, kun työntekijän moittiva menettely on horjuttanut työnantajan ja työntekijän välistä luottamussuhdetta tai vaikeuttanut työnantajan ja työyhteisön toimintaa eikä työsuhteen jatkamista voitaisi pitää enää työnantajan kannalta kohtuullisena.

Kuvio 8. Työllistämisen tärkeimmät esteet pk-yrityksissä 2018



(Lähde: Pk-yritysbarometri kevät 2018) © ORNAMO ry

9 Kuvaa vain niitä barometrikyselyyn vastanneita yrityksiä, joilla on tarvetta työllistää (84 % kaikista pk-yrityksistä).

2 Muotoilualan yritystoiminta

Muotoilualan tilastoluokitus

Muotoilualojen ja muotoilua tuottavien yritysten luokittelu on sopimuksenvaraista, sillä muotoilualoista ei ole kansainvälisesti hyväksytyjä tilastosuosituksia. Tässä raportissa muotoilualan yritystoiminnalla tarkoitetaan yrityksiä ja toimipaikkoja, jotka tilastoituvat EU:n vuoden 2008 toimialaluokituksen (Nace) mukaan muotoiluintensiivisen teollisuuden, muotoilun palveluyritysten (muotoilutoimistot), digitaalisen muotoilun, arkkitehtuurin ja maisemanhoidon sekä taideteosten luonnin osaamisaloille, jotka jakaantuvat edelleen moniin alatoimialoihin.

Edellä mainituista päätoimialoista muotoiluintensiivinen tuotevalmistus oli määritelty toiminnaksi, jossa tuotteen fyysisten silmin nähtävillä tai käsin kosketeltavilla ominaisuuksilla (muodikkuus, ergonomisuus, väri, huollettavuus, yms.), käytännöllisyydellä tai yksilöllisyydellä on erityisen tärkeä merkitys tuotteen loppukäyttäjälle. Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistus on usein käsityömaista yksilöllisten tuotteiden valmistusta piensarjatuotantona erotuksena pääomavaltaisesta ja pitkälle automatisoidusta teollisesta sarjatuotannosta (liukuhihnavalmistus).

Tosin rajanveto piensarjatuotannon ja käsityöteollisuuden välillä voi olla käytännössä vaikeaa samoin kuin rajanveto piensarjatuotannon ja automatisoidun teollisen sarjatuotannon välillä. Siksi näille toimialoille tilastoituvia erityyppisiä yrityksiä ja toimipaikkoja on käsitelty tavallisesti yhdessä. Toisaalta kaikkea käsityövaltaista toimintaa tai määrättyjen perusmallien mukaan tehtyjen kulutustavaroiden valmistusta, kuten veneiden ja soitinten valmistusta, ei ole luettu muotoiluintensiiviseen teollisuuteen, vaikka tuotteisiin sisältyisi ”hyväksi todettua” muotoilua.

Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistuksessa muotoiluosaaminen liittyy tavallisesti eri materiaaleista ja eri käyttötarkoituksiin tarkoitettujen kestokulutustavaroiden tai puolikestävien kulutustavaroiden tekemiseen. Osa tuotteista on luettu taide-esineisiin (korut, ym.). Virallisen toimialaluokituksen mukaan muotoiluintensiivinen valmistus on jaettu kymmeneen alatoimialaan, joita ovat tekstiilien, vaatteiden, nahkatuotteiden, puutuotteiden, lasituotteiden, keraamisten tuotteiden, kivituuotteiden, metallituotteiden, huonekalujen ja kultasepän tuotteiden valmistus.

Osaamisintensiiviset muotoilun palveluyritykset eli muotoilutoimistot eroavat muotoiluintensiivisestä tuotteiden valmistuksesta siten, että niillä ei ole yleensä tuotannollista toimintaa. Ne ovat lähes puhtaasti palveluntuottajia, jotka synnyttävät ja välittävät uusia ajatuksia ja osaamista esimerkiksi julkisyhteisöihin, yrityksiin ja muihin yksityisiin yhteisöihin. Niillä on usein laajempi tuntemus erikoisalastaan kuin yksittäisellä asiakasorganisaatiolla voi koskaan olla. Yksityisten kotitalouksien osuus muotoilupalvelujen kysynnästä on kuitenkin vähäinen.

Muotoilun palveluyrityksissä voidaan hyödyntää monialaista osaamista, ja palvelut voidaan tuottaa läheisessä vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa tai asiakkaan omaa osaamista hyödyntäen. Toimiala kuuluu luonteeltaan työvaltaisiin palveluelinkeinoihin, joiden tärkein tuotantotekijä muodostuu koulutetusta työvoimasta ja korkeaan osaamiseen perustuvasta inhimillisestä pääomasta. Muotoilun palveluyritysten osaamisintensiivinen luonne tulisi näkyä myös niiden omassa innovaatiotoiminnassa, sillä toiminnan jatkuva kehittäminen on yritysten elinehto.

Taideteosten luonnin toimiala kattaa palkkio-

ja sopimus pohjalla tai omaan laskuun (freelance-pohjalla) toimivien taidekäsityöläisten ja muiden taiteilijoiden yritykset. Kyse on ainutlaatuisista teoksista eikä sarjatuotannosta. Alan toimijat mieltävät itsensä usein itsenäisiksi taiteilijoiksi eivätkä niinkään yrittäjiksi. Alalle on tyypillistä sivutoimisuus tai osapäiväisyys, sillä palkkiopohjalle rakentuvaa toimintaa harjoitetaan hyvin usein jonkin muun toiminnan, kuten opetuksen ohessa. Lähtökohtaisesti yrittäjät koostuvat monien eri alojen taiteilijoista.

Vuodesta 2017 lukien muotoilualojen joukkoa on kasvatettu kahdella toimialaryhmällä, jotka ovat digitaalinen muotoilu ja arkkitehtuuri ja maisemasuunnittelu. Digitaalisen muotoilun toimialakokonaisuuden lisääminen muotoilualoihin oli perusteltua toimintaympäristön digitalisoituessa kovaa vauhtia. Digitalisaatio ei tarkoita vain toimintojen sähköistämisestä vaan koko toimintaympäristön muutoksia ja uusia toimintatapoja. Myös nykyiset tuottavuuserot yritysten, yhteisöjen tai valtioiden välillä johtuvat pitkälti niiden valmiuksista hyödyntää ICT-teknologiaa.

Arkkitehtuurin avulla parannetaan sen sijaan rakennetun ympäristön laatua ja palvelukykyä loppukäyttäjän näkökulmasta, mikä puoltaa arkkitehtipalvelujen ja maisemasuunnittelun sisällyttämistä muotoilualoihin. Laatu on rakennetussa ympäristössä käyttäjien tarpeisiin vastaamista ja käyttäjälähtöisellä muotoilulla luodaan talorakennuksiin toimivia tilaratkaisuja ja tehostetaan tilojen käyttöastetta. Myös rakennetun ympäristön ulkoisella ilmeellä on vaikutuksia yleiseen tunnelmaan Suomen kaltaisessa maassa, jossa vuodenaikojen vaihtelut ovat suuria.

Tässä katsauksessa käytetty muotoilualan toimialojen käsite ei ole millään tavoin tyhjentävä, sillä monet palvelumuotoilua harjoittavat yritykset ovat tarkastelun ulkopuolelle tai toimialaluokitusta noudattavien tilastojen katveessa. Esimerkiksi osaamisintensiivisten liike-elämän palveluyritysten (Knowledge Intensive Business Services KIBS) toimintaan liittyy paljon palvelumuotoilua. KIBS-toimialat jaetaan kahteen alaryhmään, jotka ovat teknologiaperusteiset KIBS-alat ja liiketoiminnan asiantuntijapalvelut. Nämä toimialat jakaantuvat kuuteen alaryhmään.

Teknologiaperusteisia KIBS-aloja ovat ohjelmisto- ja tietopalveluala (Nace:t 62 ja 63) ja insinööri- ja arkkitehtitoimistot (Nace 71). Liike-elämän asiantuntijapalveluja ovat tutkimuksen ja kehittämisen toimiala (Nace 72), lainopilliset ja taloudelliset palvelut (Nace 69), mainos- ja markkinointipalvelut (Nace 73) sekä konsultti- ja henkilöstöpalvelut (Nace:t 70 ja 78). KIBS-toimialoista muotoilualoiksi on laskettu tässä katsauksessa vain arkkitehtitoimistot ja ohjelmistoliiketoiminta, joka on osa digitaalisen muotoilun osaamisalaa.

Palvelumuotoilu on tärkeää myös koulutuspalveluissa tai rahoitus- ja vakuutus toiminnassa, minkä lisäksi palvelumuotoilu on levinnyt sosiaali- ja terveydenhuoltoon ja muille kuluttajapalveluja tuottaville toimialoille. Yritysmuotoisten palveluntuottajien lisäksi muotoilupalveluja tuottavat ja tarjoavat markkinoilla julkisen alan tutkimuslaitokset ja muut yksiköt (VATT, Tekes, Tilastokeskus, jne.), yliopistot ja korkeakoulut, yksityiset kolmannen alan tutkimuslaitokset (Etlä, jne.) ja elinkeinoelämän etu- ja toimialajärjestöt (EK, jne.).¹⁰

¹⁰ Palvelumuotoilua ja KIBS-yrityksiä on tarkasteltu lähemmin Ornamolle vuonna 2017 laaditussa raportissa (ks. Lith, Pekka: ServiceDesign –yritystoiminta, Lith Consulting Group, Helsinki 2017).

Taulukko 3. Muotoilualan (design-ala) yritykset EU:n virallisen vuoden 2008 toimialaluokituksen mukaan

	Nace 2008-koodi
Nimike	
Muotoilun palveluyritykset	
-Graafinen muotoilu	74101
-Sisustussuunnittelu	74102
-Teollinen muotoilu	74109
Digitaalinen muotoilu	
-Tietokonepelien kustantaminen	5821
-Ohjelmistojen kustantaminen	5829
-Ohjelmistojen suunn. ja valmistus	6201
Arkkitehtuuri ja maisemanhoito	
-Arkkitehtipalvelut	7111
-Maisemanhoito palvelut	813
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; Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith)

Yritysten ja toimipaikkojen määrä

Tilastokeskuksen yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastojen mukaan Suomessa toimi edellä mainittujen uusien määritelmien ja rajausten mukaan tarkasteltuna noin 12 790 muotoilualan yritystä vuonna 2016. Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastoihin sisältyvät vain ne yritykset, jotka ovat toimineet tilastovuonna vähintään puoli vuotta, ja joiden henkilöstö oli yli 0,5 henkilöä kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna tai niiden liikevaihto ylitti vuosittain määritellyn

minimirajan (kynnysarvon). Vuonna 2016 liikevaihdon minimiraja oli 11 296 euroa.¹¹

Yritysten lukumäärä kasvoi vajaalla viidellä prosentilla eli 596 tilastoyksiköllä vuosina 2010–16 (Taulukko 3). Osaamisaloittain tarkasteltuna yritysten määrän kasvu oli suurinta digitaalisessa muotoilussa ja muotoilutoimistojen keskuudessa. Myös taideteosten luonnin toimialalla yritysten määrä lisääntyi 210 yrityksellä. Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistuksessa (teol-

¹¹ Vuositalastoihin ovat päässeet tilastovuodesta 2013 lukien myös yritykset, joiden taseen loppusumma on vähintään 170 000 euroa, vaikka henkilöstö- ja liikevaihtokriteerit eivät täytyisikään.

lisuudessa) yritysten määrä on vähentynyt 730 yrityksellä 2010-luvulla. Myös arkkitehtuurin ja maiseman hoidon osaamisalalla yritysten määrä on supistunut jonkin verran.

Toimialoittain katsottuna yritysten määrä väheni eniten tekstiilien, puutuotteiden ja huonekalujen valmistuksessa sekä arkkitehtipalveluissa. Suhteellisesti kehitys on ollut nopeaa myös ohjelmistojen kustantamisessa ja vaatteiden valmistuksessa. Yritysten määrän väheneminen on rakenteellista ja suhdanneluontoista. Rakenteellisiin muutoksiin vaikuttaa se, että aivan toisiin markkinaolosuhteisiin perustetut yritykset ovat ajautuneet vaikeuksiin kilpailevan halpatuonnin

puristuksessa, taikka yritykset ovat lopettaneet toimintansa yrittäjien eläköityessä ilman seuraajaa.

Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston mukaan yritysten toimipaikkoja muotoilualoilla oli 13 330 vuonna 2016. Yritystoimipaikkojen lukumäärän kehitys on seurannut melko tarkasti yritysten määrän kehitystä vuosina 2010–16, sillä valtaosa muotoilualan yrityksistä on pieniä yksitoimipaikkaisia yrityksiä.¹² Periaatteessa toimipaikka on taloudellinen yksikkö, jossa saman omistajuuden tai valvonnan alaisuudessa harjoitetaan mahdollisimman samanlaisten tavaroiden ja palvelujen tuotantoa tavallisimmin yhdellä sijaintipaikalla.

Taulukko 4. Muotoilualan yritykset ja toimipaikat Suomessa 2010–16

	Yrityksiä Suomessa 2016, lkm	Yritysten lisäys 2010–16, lkm	Toimipaikkoja 2016, lkm	Toimipaikkojen lisäys 2010–16, lkm
Muotoilun palveluyritykset	2016	244	2025	246
- Graafinen muotoilu	677	110	679	110
- Sisustussuunnittelu	736	-54	738	-52
- Teollinen muotoilu	603	188	608	188
Digitaalinen muotoilu	4101	897	4413	910
- Tietokonepelin kustantaminen	20	10	21	11
- Ohjelmistojen kustantaminen	59	-25	64	-36
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	4022	912	4328	935
Arkkitehtuuri ja maisemanhoito	2088	-23	2124	1
-Arkkitehtipalvelut	1385	-162	1406	-154
-Maiseman hoitopalvelut	703	139	1718	155
Muotoiluintensiivinen valmistus	3093	-732	3279	-598
-Tekstiilien valmistus	369	-187	377	-98
-Vaatteiden valmistus	74	-28	80	-25
-Nahkatuotteiden valmistus	144	-43	153	-40
-Puutuotteiden valmistus	874	-211	970	-192
-Lasituotteiden valmistus	33	-9	37	-9
-Keraamisten tuotteiden valmistus	91	-28	93	-31
-Kivituotteiden valmistus	217	-30	227	-31
-Metallituotteiden valmistus	99	-2	101	-2
-Huonekalujen valmistus	854	-174	897	-151
-Kultasepän tuotteiden valmistus	338	-20	344	-19
Taideteosten luonti	1483	210	1485	211
Yhteensä	12787	596	13326	770

(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (2016) Tilastokeskus).

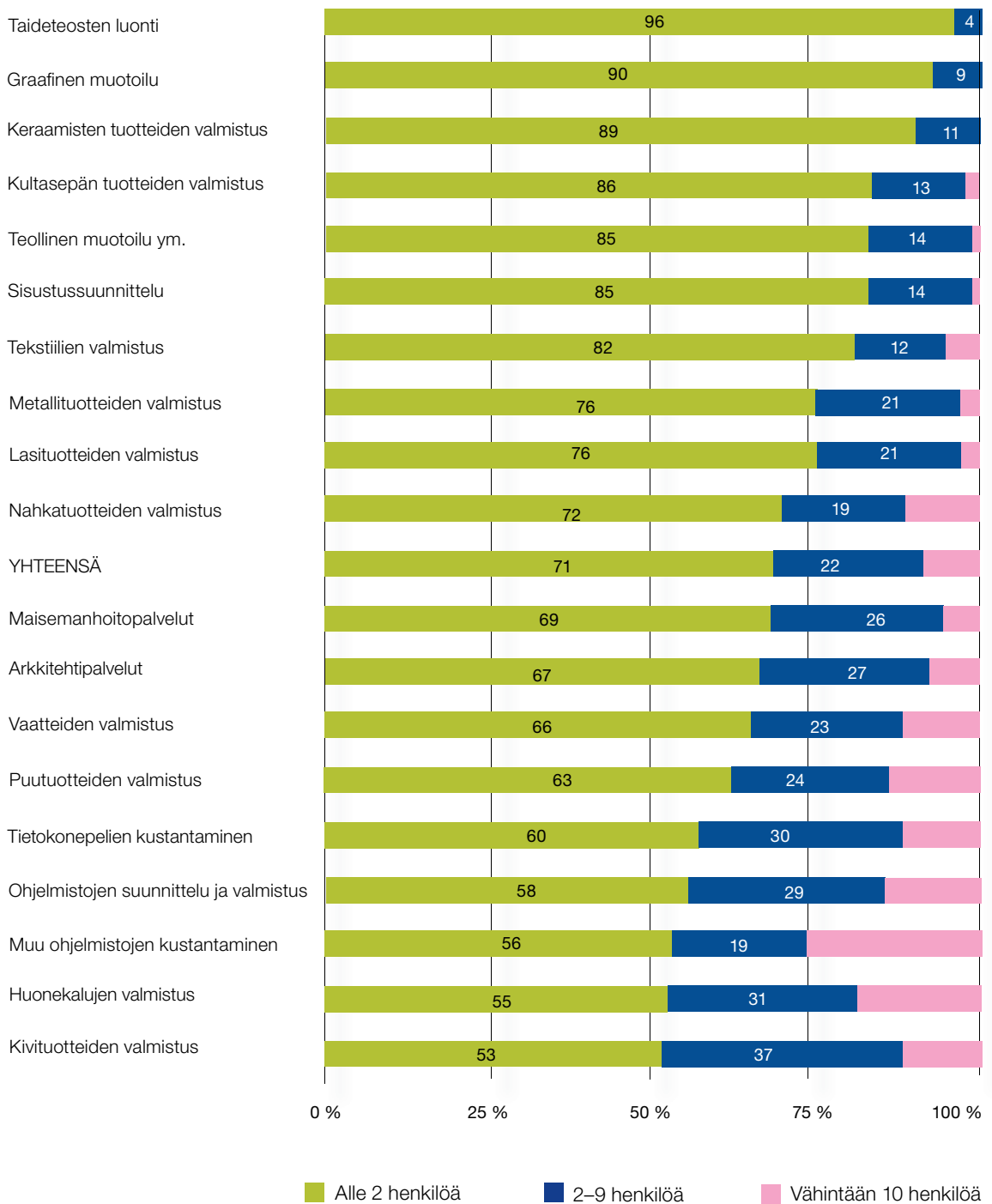
¹² Jokaisella yrityksellä on vähintään yksi toimipaikka (yksitoimipaikkainen yritys), mutta joillakin niitä on satoja (moni-toimipaikkainen yritys).

Pienyritysvaltaista toimintaa

Muotoilualan yritykset ovat kooltaan varsin pieniä, sillä keskimäärin 71 prosenttia työllisti alle kaksi henkilöä vuonna 2016. Alle kahden henkilön yritykset ovat usein ei-työnantajina toimivien pää-

ja sivutoimisten yrittäjien hallinnassa. Pienintä yrityskokoa edustavat taideteosten luonnin ja graafisen muotoilun toimialoille tilastoidut yritykset, joista alle kahden henkilön yritysten osuus oli yli 90 prosenttia.

Kuvio 9. Muotoilualan yritykset toimialoittain henkilöstö kokoluokittain 2016



(Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto), Tilastokeskus © ORNAMO RY

Myös teollisen muotoilun, sisustussuunnittelun keraamisen ja kultasepän tuotteiden valmistuksessa 85–90 prosenttia yrityksistä kuuluu pienimpään kokoluokkaan.

Pientyönantajia (2-9 henkilön yritykset) muotoilualan yrityksistä oli 22 prosenttia ja vähintään kymmenen henkilön yrityksiä kahdeksan prosenttia.

Pientyönantajia ja vähintään kymmenen henkilön työnantajayrityksiä oli eniten puutuotteiden, huonekalujen ja kivituuotteiden valmistuksessa sekä digitaalisen muotoilun toimialoilla. Pienyritysvaltaisuudesta huolimatta vähintään kymmenen henkilön yritykset työllistivät lähes kolme neljäsosaa alan henkilöstöstä vuonna 2016. Alle kahden henkilön yritysten työllisyysosuus supistui seitsemään prosenttiin.

Taulukko 5. Muotoilualan yritykset osaamisaloittain ja henkilöstön kokoluokittain 2016, osuus yrityksistä

	Alle 2 henkilön yritykset, %	2–9 henkilön yritykset, %	Vähintään 10 henkilön yritykset, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	66,3	23,8	9,9
Digitaalinen muotoilu	58,2	28,4	13,3
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	67,3	26,8	5,9
Muotoilualan palveluyritys	86,9	12,3	0,8
Taideteosten luonti	95,5	4,4	0,1
Yhteensä	70,5	21,7	7,8

(Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus)

Taulukko 6. Muotoilualan yritysten työllisyys osaamisaloittain ja yritysten kokoluokittain 2016, osuus työllisyydestä

	Alle 2 henkilön yritykset, %	2–9 henkilön yritykset, %	Vähintään 10 henkilön yritykset, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	5,5	17,4	77,1
Digitaalinen muotoilu	3,8	14,2	82,0
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	13,6	36,7	49,7
Muotoilualan palveluyritys	41,0	40,3	18,7
Taideteosten luonti	73,0	25,3	1,7
Yhteensä	7,3	18,4	74,3

(Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus)

Työllisyyden ja liikevaihdon kehitys

Muotoilualan toimipaikkojen työllisyys oli Suomessa kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna noin 55 200 henkilöä vuonna 2016. Työllisten määrä kasvoi 6,1 prosenttia vuosina 2010-16. Määrällinen ja suhteellinen henkilöstön lisäys oli suurinta digitaalisessa muotoilussa. Myös muotoilutoimistoissa ja rakennetun ympäristön muotoilussa työllisyyden kasvu oli yli kymmenen prosenttia. Taideteosten luonnissa ja kaikilla muilla muotoiluintensiivisen teollisuuden aloilla paitsi

vaatteiden, lasi- ja metallituotteiden valmistuksessa työllisyys aleni.

Muotoilualan toimipaikkojen liikevaihto oli Suomessa vuonna 2016 Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston mukaan 10,7 miljardia euroa, mistä digitaalisen muotoilu muodosti 62 prosenttia. Muotoilualan liikevaihdosta muotoiluintensiivisen valmistuksen osuus oli 29 prosenttia ja muiden toimialojen kahdeksan prosenttia. Liikevaihdon määrä (volyymi) kasvoi muotoi-

Taulukko 7. Muotoilualan yritykset ja toimipaikat Suomessa 2010-16 tuoreimman tilastotiedon mukaan

	Henkilöstö 2016, lkm	Henkilöstön lisä- ys 2010-16, lkm	Liikevaihto 2016, milj. €	Liikevaihdon määrän lisäys 2010-16, %
Muotoilun palveluyritykset	1743	228	233	38,2
- Graafinen muotoilu	512	29	47	28,5
- Sisustussuunnittelu	637	128	102	46,9
- Teollinen muotoilu	594	71	84	34,3
Digitaalinen muotoilu	30633	6310	6646	82,5
- Tietokonepelien kustantaminen	211	107	44	381,7
- Ohjelmistojen kustantaminen	1510	-1	530	11,6
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	28912	6204	6071	92,4
Arkkitehtuuri ja maisemanhoito	5720	552	635	18,3
-Arkkitehtipalvelut	3768	34	394	9,0
-Maiseman hoitopalvelut	1952	518	241	37,3
Muotoiluintensiivinen valmistus	16472	-3762	3105	-3,0
-Tekstiilien valmistus	637	-174	85	-27,6
-Vaatteiden valmistus	333	60	84	63,5
-Nahkatuotteiden valmistus	977	-472	208	10,2
-Puutuotteiden valmistus	6410	-946	1313	-0,1
-Lasituotteiden valmistus	508	36	153	57,6
-Keraamisten tuotteiden valmistus	98	-326	5	-88,7
-Kivituotteiden valmistus	1010	-256	132	-27,8
-Metallituotteiden valmistus	209	38	31	34,1
-Huonekalujen valmistus	5740	-1489	990	-12,1
-Kultasepän tuotteiden valmistus	550	-233	104	-21,3
Taideteosten luonti	642	-135	75	16,4
Yhteensä	55210	3193	10694	18,7

(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (2016) Tilastokeskus).

lualalla 19 prosenttia vuosina 2010-16, mutta muotoiluintensiivisten valmistuksen toimialoilla liikevaihto aleni lukuun ottamatta vaatteiden, nahka-, metalli- ja lasituotteiden toimialoilla.

Muotoilualan liikevaihdon kehitys on ollut myönteisempää kuin koko yritystoiminnassa, sillä Suomen yritystoimipaikkojen (pl. alkutuotannon toimialat) liikevaihdon määrä aleni (-1,4 %) vuosina 2010-16. Kaikkien toimipaikkojen työllisyydestä toimiala oli 4,0 prosenttia ja liikevaihdesta 2,9 prosenttia. Tosin osuus liikevaihdesta vähentää muotoilualan kansantaloudellisesta merkityksestä. Syynä on, että liikevaihto kertaantuu monilla muilla toimialoilla pitkien alihankintaketjujen takia (rakentaminen) tai nousee suureksi kauppatarvikkeiden läpikulkulaskutuksien vuoksi.

Tämän vuoksi eri toimialojen kansantaloudellista merkitystä olisi parempi katsoa jalostusarvon (tai arvonlisäyksen) pohjalta. Jalostusarvo mittaa toimipaikan varsinaisessa tuotantotoiminnassa

eri tuotannontekijöiden tuottamaa yhteenlaskettua arvonlisäystä. Jalostusarvo lasketaan tuotantotoiminnasta saatujen tuottojen ja toiminnasta aiheutuneiden kustannusten erotuksena (pl. toimipaikan työvoimasta aiheutuvat kustannukset). Tuottoihin sisältyvät toimipaikan toimitukset yrityksen toisille toimipaikoille ja kustannuksiin hankinnat yrityksen toisilta toimipaikoilta.

Yrityskannan vaihtuvuus

Uusien toimintansa aloittaneiden yritysten määrä vaihteli muotoilualalla Tilastokeskuksen mukaan 1 910 ja 2 040 yrityksen välillä vuosina 2013-16.¹³ Samanaikaisesti toimintansa lopettaneiden yritysten määrä on ollut 1 660 ja 2 040 yrityksen välillä. Vuodesta 2015 lukien uusien yritysten määrä on lisääntynyt ja lopettaneiden yritysten määrä vähentynyt. Samalla yritysten määrän nettolisäys oli kasvanut.¹⁴ Osaamisaloittain katsottuna nettolisäys on ollut suurinta digitaalisessa muotoilussa sekä arkkitehtuurin ja maisemasuunnittelun toimialoilla (Taulukko 8).

Taulukko 6. Muotoilualan yrityskannan vaihtuvuus päätoimialoittain 2013–2016

	2013	2014	2015	2016
Uudet yritykset				
Muotoiluintensiivinen teollisuus	227	204	209	231
Digitaalinen muotoilu	708	718	763	790
Arkkitehtuuri ja maisemasuunnittelu	180	178	169	172
Muotoilutoimistot	449	369	378	374
Taideteosten luonti	230	206	205	241
Yhteensä	2 021	1 906	1 933	2 039
Lopettaneet yritykset				
Muotoiluintensiivinen teollisuus	330	332	267	291
Digitaalinen muotoilu	421	571	456	442
Arkkitehtuuri ja maisemasuunnittelu	163	231	178	185
Muotoilutoimistot	357	404	342	308
Taideteosten luonti	146	171	150	139
Yhteensä	1 747	2 041	1 660	1 656

(Lähde: Aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten tilasto, Tilastokeskus)

Tilastokeskuksen aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten tilastoon perustuvaa yritysten määrän lisäystä ei voida verrata yritysten vuositilastoissa tapahtuneisiin yritysten määrän muutoksiin, sillä osassa uusia yrityksiä toiminta on niin vähäistä, että yritys ei täytä vuositilastoihin pääsyn minimikriteereitä. Yrityskannan keskimääräinen vaihtuvuus, eli toimintansa aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten suhde vallitsevaan yrityskantaan, on ollut muotoilualoilla 14–15 prosenttia vuosina 2013–16, mikä on hieman vähemmän kuin maamme yritystoiminnassa keskimäärin.¹⁵

Vaihtuvuus tarkoittaa sitä, että vanhat kilpailukykynsä menettäneet yritykset poistuvat markkinoilta ja antavat tilaa uusille innovatiivisille ja kasvuhakuisille yrityksille. Korkeaa yrityskannan vaihtuvuutta nimitetään taloustieteellisessä kirjallisuudessa ”luovaksi tuhoksi.” Yrityskannan vaihtuvuus liittyy läheisesti innovaatioihin, jotka ovat tärkein tuottavuuden kasvutekijä. Tällä ei tarkoiteta vain tuotantoteknologiaa, vaan myös uusia innovatiivisia tuotteita ja palveluja, uudenlaista työn organisointia, edistyksellisiä työolosuhteita tai uusia liiketoimintamalleja.¹⁶

Suurinta vaihtuvuus oli tarkasteluajanjaksolla muotoilutoimistojen osaamisalalla, joihin luetaan graafinen muotoinen, sisustussuunnittelu ja teollinen muotoilu. Pienintä se oli muotoiluintensiivisen muotoilun toimialoilla ja arkkitehtuurin ja maisemasuunnittelun osaamisalalla. Lisäksi monilla muotoiluintensiivisen teollisuuden toimialoilla vaihtuvuus on perustunut nykyään lopettaneiden yritysten enemmyyteen, kun se takavuosina oli aloittaneiden yritysten enemmyyttä. Korkea vaihtuvuus ei ole myöskään aina osoitus eteenpäin vievästä muutosvoimasta.¹⁷

13 Tilastokeskuksen aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten tilastossa yritys merkitään aloittaneeksi silloin, kun siitä tulee arvonlisäverovelvollinen tai työnantaja. Yritys voi kirjautua tilastoon aloittaneeksi myös yhtiöittämisen tai fuusion seurauksena tai toimiminimuotoisen yrityksen muuttuessa yhtiömuotoiseksi, jolloin se saa uuden yritystunnuksen. Yritys katsotaan lopettaneeksi, kun se lakkaa toimimasta sekä työnantajana että arvonlisäverovelvollisena, ja vanha yritystunnus lopetetaan.

14 Yritysten nettolisäys on toimintansa aloittaneet miinus toimintansa lopettaneet yritykset tietynä ajanjaksona.

15 Yritystoiminnan dynaamisuutta ja uudistuskäkyä kuvaavalla vaihtuvuudella tarkoitetaan toimintansa aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten prosenttiosuutta yrityskannasta tietynä ajanjaksona.

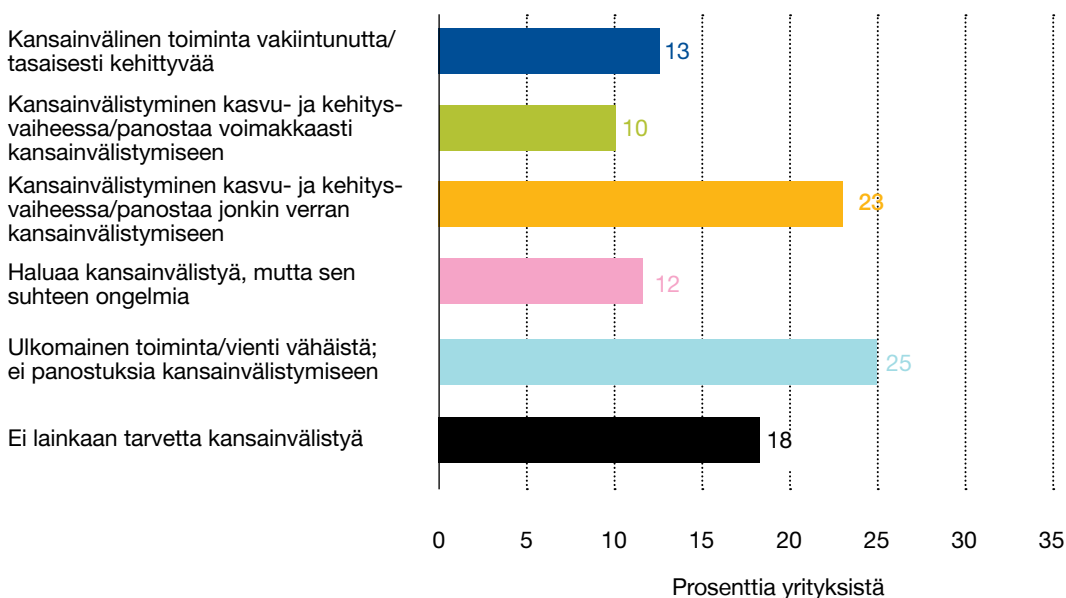
16 Uudessa liiketoimintamallissa yritys luo joko kokonaan tai osittain uuden tavan ansaita.

17 Osa vaihtuvuudesta voi olla tulosta toiminnan alhaisesta aloittamiskynnyksestä, puutteellisista yrittäjätaidoista, ylikapasiteetista ja kovasta kilpailusta. Tilastokeskuksen aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten tilastoihin perustuva vaihtuvuus on osittain myös tilastollista ja esimerkiksi yritysmuodon muutosten aiheuttamaa.

3 Vienti ja yritysten kansainvälistyminen

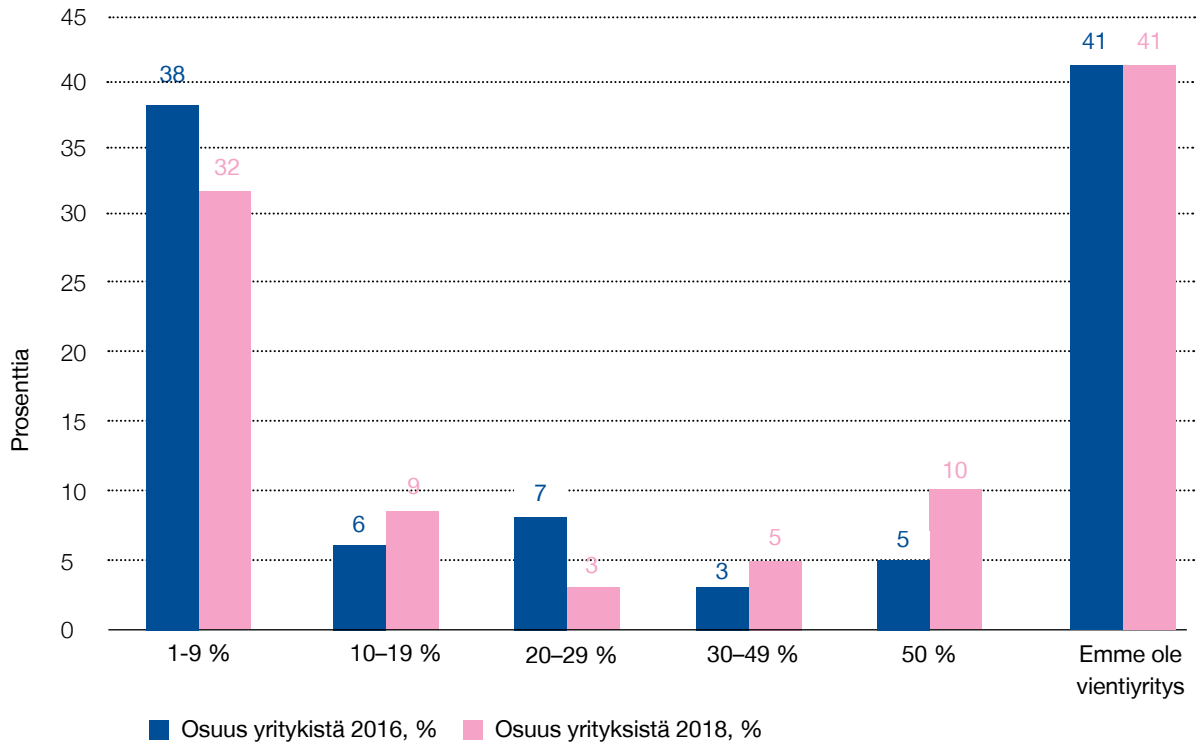
Ornamon vuoden 2018 kyselyihin vastanneista yrityksistä kolmella toista prosentilla kansainvälinen toiminta on vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää ja joka kolmas yritys panostaa voimakkaasti tai ainakin jonkin verran kansainväliseen toimintaan. Lisäksi 12 prosenttia haluaa kansainvälistyä, mutta sen suhteen on ongelmia (Kuvio 10). Neljänneksellä yrityksiä ulkomainen toiminta on satunnaista ja myös halu panostaa siihen on ilmeisesti vähäisiä. Vajaalla viidenneksellä ei ole lainkaan ulkomaista toimintaa eikä myöskään tarvetta kansainvälistyä.

Kuvio 10. Muotoilualan yritysten kansainvälistymistä koskevat tavoitteet 2018, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO ry

Kuvio 11. Kansainvälisen toiminnan osuus muotoilualan yritysten liikevaihdosta 2016 ja 2018, prosenttia yrityksestä



(Lähteet: Ornamon suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO RY

Kansainvälisen toiminnan laajuus

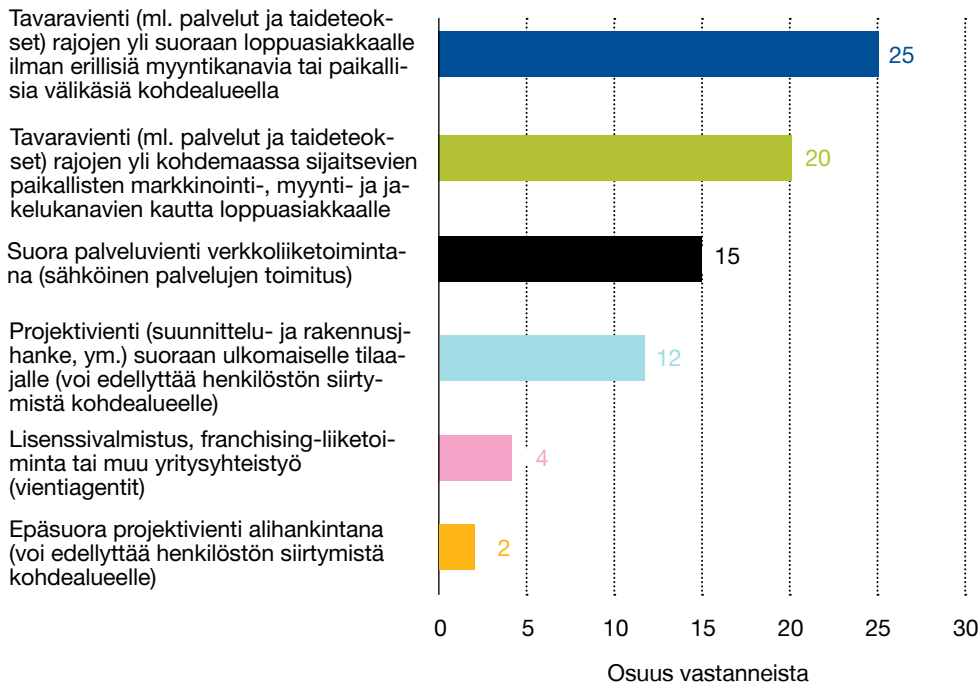
Muotoilualalla yritysten ulkomaisen toiminnan osuutta liikevaihdosta on tutkittu vuosina 2016 ja 2018. Molempina vuosina 41 prosenttia yrityksiä totesi, ettei niillä ole kansainvälistä toimintaa. Vuonna 2018 noin 38 prosenttia vastanneista kertoi, että ulkomainen toiminta muodostaa 1-9 prosenttia liikevaihdosta. Niiden yritysten osuus, joissa ulkomainen toiminta nousi 10-29 prosenttiin liikevaihdosta, oli 14 prosenttia. Vähintään 30 prosenttia ulkomainen toiminta oli kahdeksassa prosentissa yrityksiä, mikä oli selvästi vähemmän kuin pari vuotta aiemmin.

Ulkomaisen toiminnan liikevaihto-osuuksissa tapahtuneet muutokset voivat johtua osittain kyselytutkimuksiin sisältyvistä satunnaisvaihteluista ja siitä, että kotimaan suhdannetilanteen parantaminen on pienentänyt ulkomaisen toiminnan osuutta suhteellisesti, muttei välttämättä määrällisesti. Rakenteeltaan 45 prosenttia ulkomaisesta toiminnasta koostui pääasiassa tavara- ja palveluviennistä vuonna 2018.¹⁸ Noin 15 prosenttia harjoitti pääasiallisesti suoraa palveluviennistä sähköisten kanavien kautta. Myös projektiviennin oli pääasiallinen ulkomaisen toiminnan muoto 15 prosentille.¹⁹

18 Tavaraviennin voi sisältää palveluja, ja voi kanavoitua suoraan ulkomaiselle asiakkaalle ilman välikäsiä tai sitten kohdemaassa sijaitsevien paikallisten markkinointi-, myynti- ja jakelukanavien kautta.

19 Projektiviennin voi tapahtua suoraan ulkomaiselle toimeksiantajalle tai se voi olla epäsuoraa projektiviennin kotimaisen toimeksiantajan kautta alihankintana ulkomaiselle tilaajalle. Projektiviennin voi edellyttää henkilön matkustamista kohdealueelle. Se on tyypillinen kansainvälisen toiminnan muoto insinööri- ja arkkitehtipalveluissa.

Kuvio 12. Muotoilualan yritysten kansainvälisen toiminnan pääsialliset muodot, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO ry

Päämarkkinat ja potentiaaliset uudet markkina-alueet

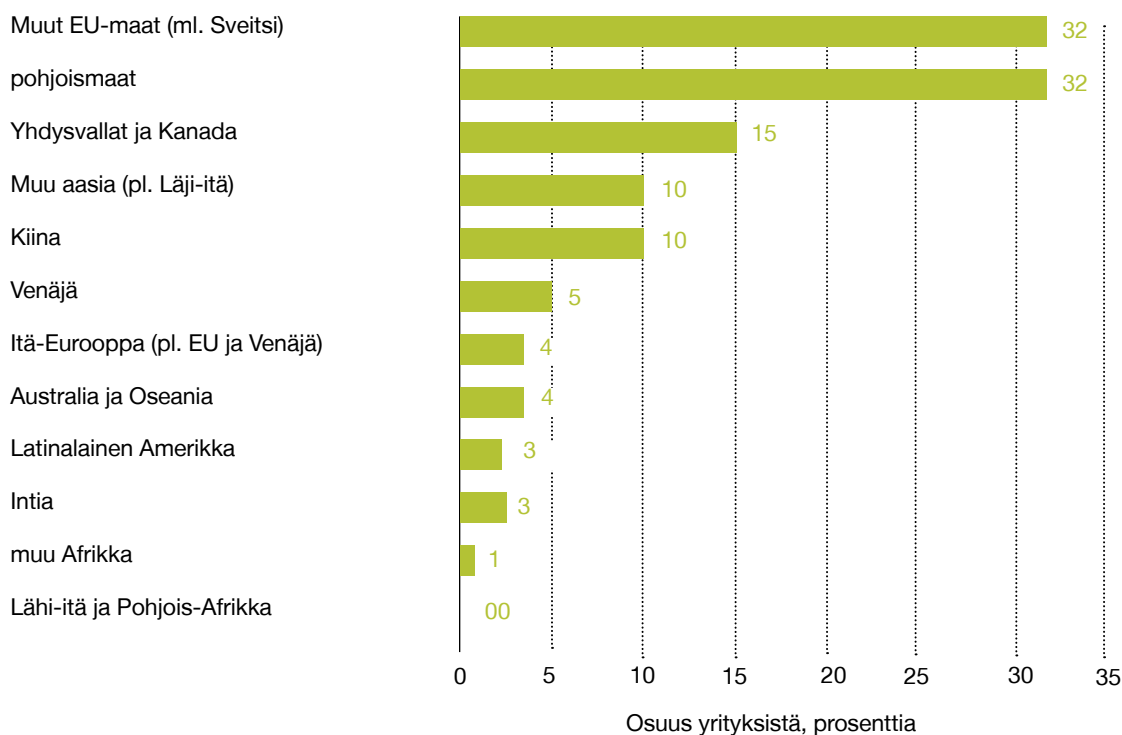
Ornamon vuoden 2018 kyselyjen mukaan ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten päämarkkina-alueet löytyvät Pohjoismaista ja muista EU-maista. Molemmilla alueilla toimintaa on ollut vajaalla kolmanneksella kyselyihin vastanneista. Kolmantena tulevat Pohjois-Amerikan maat 15 prosentin osuudella. Kiinassa ja muissa Aasiaan maissa toimintaa on ollut joka kymmenennellä kansainvälistä toimintaa harjoittaneella yrityksellä. Seuraavina tulevat Venäjä ja muut Itä-Euroopan maat. Osuudet eivät ole juurikaan muuttuneet vuodesta 2016.

Potentiaalisista markkina-alueista, joissa ei ole vielä toimintaa, suuren kiinnostuksen kohteita ovat Pohjoismaat, Pohjois-Amerikka, muut EU-maat ja Australia ja Oseania, joista viimeksi mainittu sijoittui vuoden 2018 kyselyssä yllättävän korkealle.

Vuoden 2016 kyselyyn verrattuna kiinnostus on kasvanut myös Kiinaa, muita Aasian maita ja Venäjää kohtaan. Etenkin kiinnostus Venäjää kohtaan onkin ollut melko laimeaa tähän asti. Kansainvälisellä toiminnalla on ollut yhteys myös muotoilualan yritysten kasvuhakuisuuteen, muttei aina yrityskokoon.

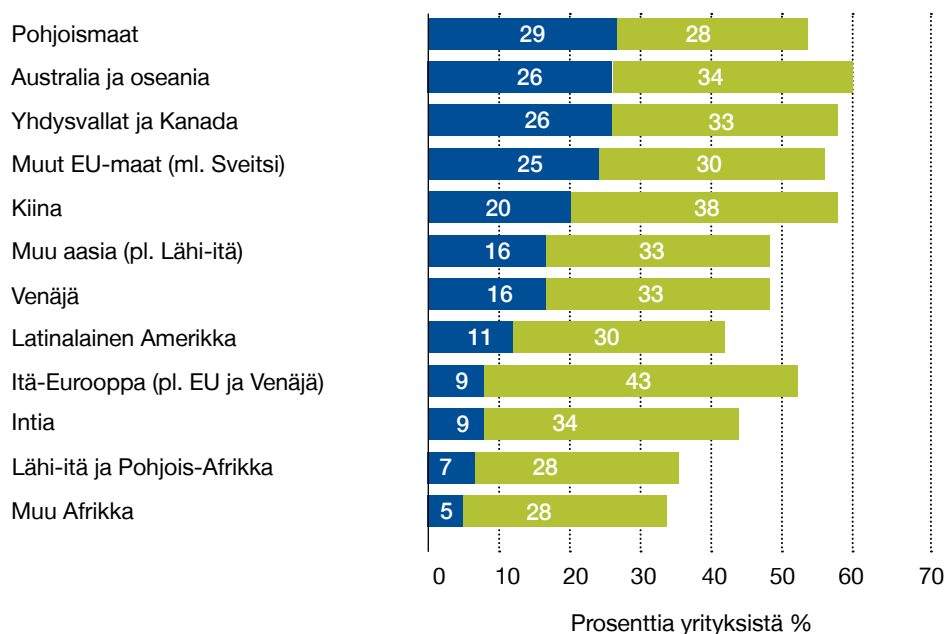
Ornamon kyselyjen mukaan kansainvälistymistä haittaa ulkomaisten partnerien, kuten laadukkaiden alihankkijoiden, myyntikanavien ja jälleenmyyjien löytäminen. Erityisesti rahoituksen ja kontaktien puute voivat estää kansainvälistä markkinointia. Pienintä yrityskokoa edustaviin mikroyrityksiin ei ole myöskään helppoa palkata kansainvälisen myynnin ja markkinoinnin osajia. Satunnaisia asiakkaita voi kyllä ilmestyä, mutta ongelmana on toiminnan jatkuvuus. Tuotteita voidaan kyllä toimittaa verkon kautta, mutta se ei vielä tarkoita todellista kansainvälistymistä.

Kuvio 13. Kansainvälistä toimintaa harjoittavien muotoilualan yritysten pääasialliset markkina-alueet 2018, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO RY

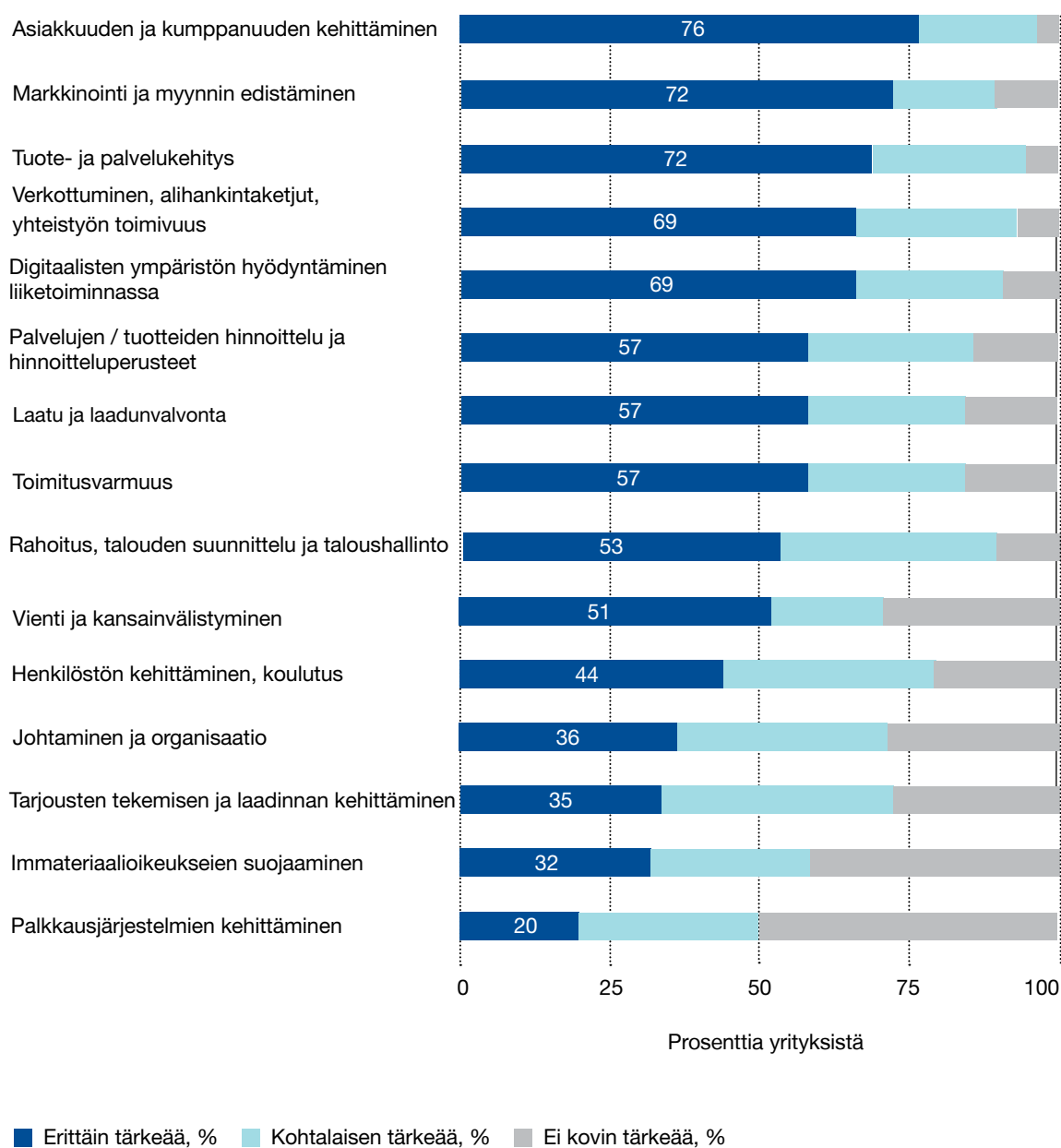
Kuvio 14. Muotoilualan yritysten potentiaaliset kiinnostuksen kohteet (ei toimintaa tällä hetkellä 2018) kansainvälisillä markkinoilla, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO RY

4 Kehittämisen tärkeimmät osa-alueet

Kuvio 15. Muotoilualan yritysten tärkeimmät oman toiminnan kehittämisen kohteet 2018, prosenttia vastanneista



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO RY

Ornamon vuoden 2018 kyselyjen mukaan muotoilualan yritykset korostivat oman toiminnan kehittämisessä toimenpiteitä, jotka koskevat asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä, markkinoinnin ja myynnin edistämistä, tuote- ja palvelukehitystä, verkottumista ja yritysysteistyön toimivuutta ja digitaalisen ympäristön hyödyntämistä liiketoiminnassa. Yli 50 prosenttia vastanneista kokee myös laadun ja laadunvalvonnan, toimitusvarmuuden, rahoituksen ja talouden suunnittelun sekä viennin ja kansainvälistymisen tärkeäksi kehittämisen osa-alueeksi.

Henkilöstön kehittäminen ja koulutus, palkkausjärjestelmien parantaminen ja johtaminen ja organisaation parantaminen eivät ole keskeisiä kehittämiskohteita ilmeisesti siksi, että suuri osa kyselyihin vastanneista oli yksinyrittäjiä (Kuvio 15). Vain runsas kolmannes koki immateriaalioikeuksien suojauksen tärkeäksi kehittämiskohteeksi. Saldolukuina katsottuna tärkeimpien kehittämisalueiden keskinäinen järjestys näyttää tietysti hiegan erilaiselta, sillä saldoluviut ottavat huomioon niiden yritysten mielipiteet, jotka eivät pitäneet asiaa tärkeänä kehittämisen osa-alueena.

Digitaalisen ympäristön hyödyntäminen

Edellä mainituista kehittämisen osa-alueista digitaalisuutta ja siihen liittyviä hyötyä muotoilualalla on kuvattu tarkemmin Ornamon vuoden 2017 toimiala suhdannekatsauksessa. Siinä selvä enemmistö Ornamon kyselyihin vastanneista muotoilualan yrityksistä oli sitä mieltä, että digitaalisuus on suuri mahdollisuus liiketoiminnalle. Mielipidettä koskeva saldoluku oli 82 prosenttia. Yli 60 prosenttia ilmoitti, että digitaalisuus on toimialalla tärkeä työväline ja kaksi kolmasosaa totesi, että digitaalisuus tulee muuttamaan muotoilualaa jatkossa huomattavasti.

Enemmistö vuoden 2017 kyselyyn vastanneista yrityksistä kertoi myös, että digitaalisuutta hyödyntämällä on saavutettu merkittäviä hyötyjä. Digitaalisilla palveluilla alan yritykset tavoittavat ja palvelevat asiakkaitaan entistä paremmin, vahvistavat yrityskuvaansa, edesauttavat liiketoimintansa kansainvälistymistä ja parantavat kannattavuutta. Digitaalisten kanavien käyttö on tehostanut palvelujen jakelua, liiketoimintaprosesseja ja yritysysteistyötä. Tosin osa yrityksistä totesi, että kaikkia digitaalisuuteen liittyviä mahdollisuuksia ei ole vielä osattu hyödyntää.

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 kilpailuneutraliteetti sekä tehokkaasti ja tasapuolisesti toimiva julkinen virkamieskoneisto ovat yritysystävällisen toimintaympäristön tunnusmerkkejä.

Vuoden 2018 kyselyjen mukaan eniten myönteistä nähtiin yritysysteistyössä, markkinoiden toimivuudessa, ammattitaitoisen työvoiman saatavuudessa, toimitilojen ja liiketilojen saatavuudessa, alan koulutustarjonnassa ja työelämän vastaavuudessa sekä yrityksen sijaintikunnan ja yritysten välisessä keskusteluyhteydessä. Näissä asioissa yli 70 prosenttia koki toimintaympäristön hyväksi tai kohtalaiseksi. Toisaalta kyselyyn vastasi yrityksiä, joiden mukaan edellä mainituissa asioissa on parantamisen varaa. Tämä on osoitus muotoilualan jonkinlaisesta kaksijakoisuudesta.

Alan yritysten tyytymättömyys lisääntyy, kun siirrytään julkisen yritystoiminnan rahoitustuen (Starttiraha, Finnvera, Tekes, ELY-keskus, yms.) tai yksityisen markkinaehtoisen yritysrahoituksen saatavuuteen ja ehtoihin. Sama koskee julkisten hankintamarkkinoiden toimintaa ja verotusta. Edellä mainituista asiakohdista julkisia hankintoja ja verotusta sekä niihin liittyviä uudistuksia, kuten hankintalakiuudistusta, arvonlisäverotuksen muutoksia ja yrittäjävähennystä, käsiteltiin tarkemmin jo vuoden 2017 suhdanneraportissa ja niihin liittyvässä kyselyssä.

Ornamon vuoden 2017 kyselyjen pohjalta voidaan todeta, että Suomen hallituksen tekemillä arvonlisäverotuksen muutoksilla, kuten arvonlisäverottoman myynnin ja arvonlisäverohuojennuksen alarajojen nostolla tai mahdollisuudella siirtyä maksuperusteiseen arvonlisäveron ilmoitusmenettelyyn ei ollut enemmistön mielestä mitään sanottavaa vaikutusta muotoilualan yrityksen toimintaan. Sama koskee myös yrittäjävähennystä tuloverotuksen puolella. Siten verotuksessa tapahtuneet uudistukset näyttävät alan toimijoiden silmissä lähinnä kosmeettisilta muutoksilta.

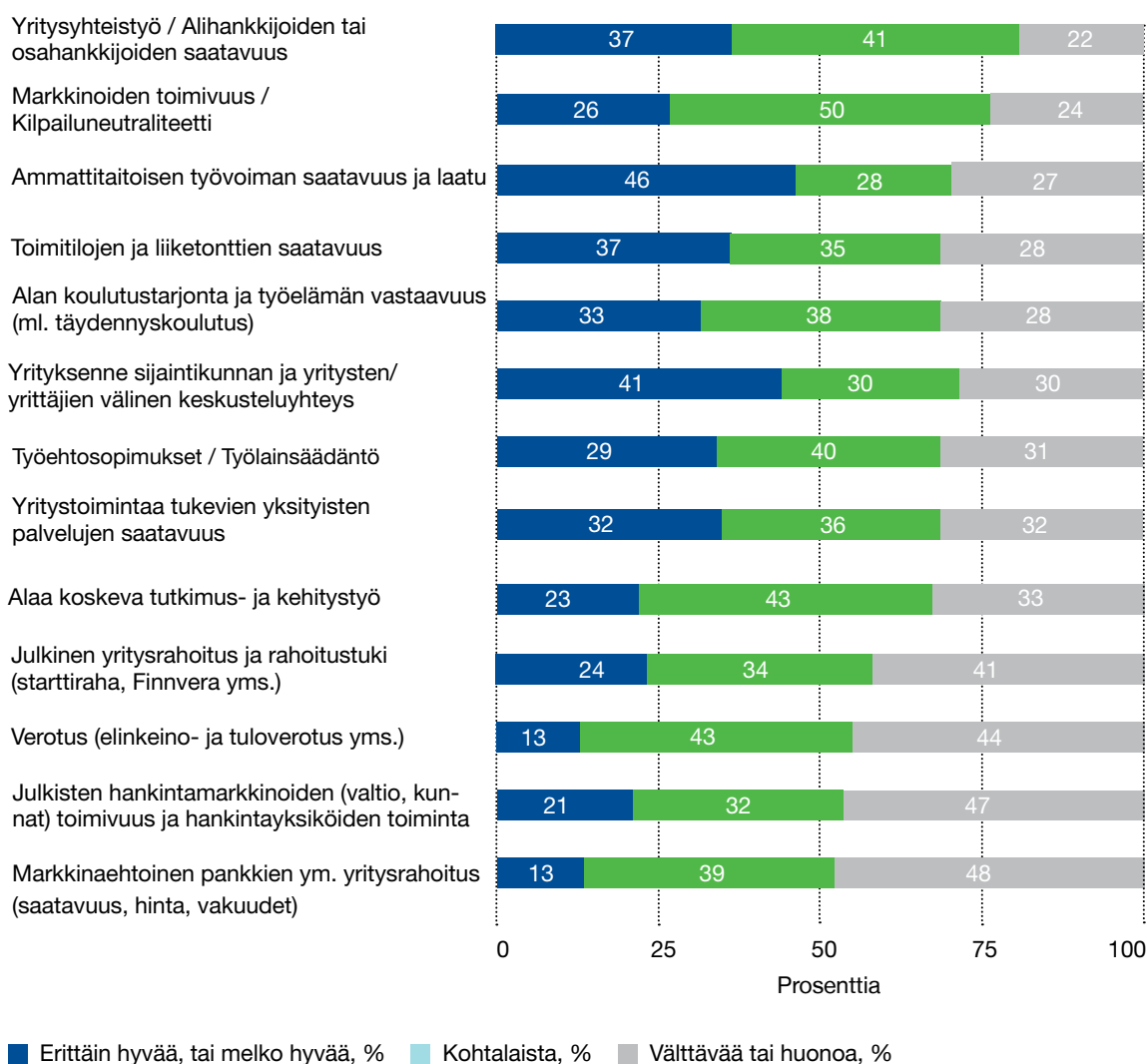
Julkisten hankintamarkkinoiden toimimattomuus on muotoilualan yritysten kannalta sikäli ikävää, koska vuoden 2018 kyselyjen mukaan julkisyhteisöt olivat asiakaskuntana tärkeitä tai koh-

talaisen tärkeitä miltei 60 prosentille muotoilu-
alan yrityksiä. Julkisten hankintojen kautta muo-
toilualan mikroyritykset voisivat saada kuitenkin
investointiluonteisia hankkeita, jotka kehittäisivät
niiden osaamista sekä antaisi referenssejä. Siten
julkisissa hankinnoissa kunnostautuneiden yritysten
olisi mahdollista pärjätä paremmin myös yksi-
tyisillä markkinoilla koti- ja ulkomailla.

Toisaalta uudistuneet hankintasäännökset
voivat parantaa alan yritysten osallistumismahdol-

lisuuksia julkisiin hankintoihin. Esimerkiksi
tarjoajilta edellytettäviä liikevaihtovaatimuksia
on höllennetty ja suuret hankinnat on suositeltu
jaettavaksi osiin, jolloin pk-yritysten olisi helpom-
pi osallistua niihin. Hankintamenettelyjä on
yksinkertaistettu, selkeytetty ja tehty aiempaa
joustavimmiksi. Lisäksi hankintalain soveltamis-
alaan kuuluvien hankintojen kansallisia kynnys-
arvoja on nostettu, joten hankintayksiköt
voivat päättää hankintatavasta entistä
vapaammin.²⁰

Kuvio 16. Muotoilualan yritysten näkemykset yleisestä toimintaympäristöstä (yritysilmastosta) 2018



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO RY

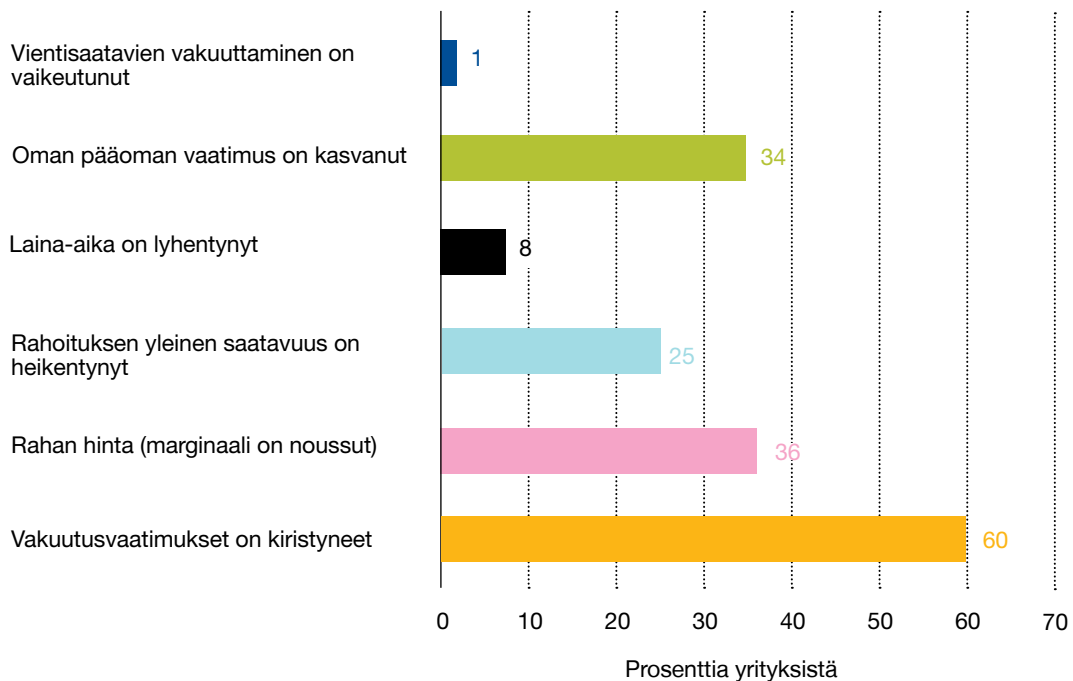
20 Ks. Ornamo: Muotoilun toimiala- ja suhdannekatsaus 2017 ja laki julkisista hankinnoista ja käyttöoikeussopimuksista (1397/2016) ja hallituksen esitys eduskunnalle hankintamenettelyä koskevaksi lainsäädännöksi (HE 108/2016 vp).

Yritysrahoituksen pullonkaulat

Tyytymättömyys markkinaehtoisen yritysrahoituksen saatavuuteen ja ehtoihin voi johtua rahoittajien luottopolitiikan muutoksista, jotka ovat olleet esimerkiksi TEM:n, Finnveran ja Suomen Yrittäjien kevään 2018 pky-barometrin mukaan laaja-alaisia. Pky-barometrin mukaan rahan hinta eli rahoittajan marginaali on kohonnut, vakuutusvaatimukset ovat koventuneet, oman pääoman vaatimus on kasvanut ja lainavaatimukset ovat kiristyneet. Rahoitusolosuhteiden muutokset ovat koskeneet lähinnä vain pk-yrityksiä eikä suuria yrityksiä (Kuvio 17).

Kuitenkin rahoituksen ehdoilla ja saatavuudella voi olla suora vaikutus siihen, miten muotoilualan yritykset kykenevät toteuttamaan kehittämiss-hankkeitaan ja saamaan käyttöpääomaa kasvuun tai kansainvälistymiseen. Tämä on johtanut siihen, että monelle yritykselle tärkeitä investointi-, kehitys-, markkinointi- tai muita hankkeita on jäänyt toteutumatta rahoituksen heikon saatavuuden vuoksi. Pankkikeskeisyys on pk-yritysten keskuudessa yhä yleistä, mutta kireiden vakuus- ja lainaehtojen merkittävä osa pk-yrityksistä on jättänyt kokonaan hakematta rahoitusta. 🌐

Kuvio 17. Miten luottopolitiikka on kiristynyt pk-yritysten mukaan, prosenttia yrityksistä



(Lähde: Pk-yritysbarometri 1/2018) © ORNAMO RY

5 Yleinen talouskehitys kansantaloudessa

Tilastokeskuksen kansantalouden tilinpidon mukaan Suomen bruttokansantuote bkt supistui määrällisesti kolme vuotta peräkkäin, mutta nousi plussan puolelle vuonna 2015. Vuonna 2017 kasvua oli 2,8 prosenttia, mikä ylitti odotukset. Nimellisesti Suomen bruttokansantuote bkt oli 224 miljardia euroa vuonna 2017 (Kuvio 18). Suhdanteet ovat muuttuneet valoisimmiksi ja luottamus talouskehitykseen on vahvistunut. Kuluttajabarometrin mukaan kuluttajien luottamus nousi keväällä 2017 ennätyslukemiin ja on pysynyt vahvana senkin jälkeen (Kuvio 19).

Tosin bkt:n määrä oli vuonna 2017 yhä yhden prosentin alemmalla tasolla kuin vuonna 2008, mutta oli jo suurempi kuin vuoden 2011 lyhyen kasvupyrähdyksen aikana. Ennusteiden mukaan bkt ylittää vuoden 2008 tason vasta vuonna 2018. Suomi pääsi siis varsin myöhään mukaan kansainvälisen talouden noususuhdanteeseen. Siten kovat kasvuluvut johtuvat osittain alhaisesta lähtötasosta, sillä Suomi on käytännössä menettänyt lähes kymmenen vuoden talouskasvun. Kuitenkin maailmantalous on kasvanut 2010-luvulla koko ajan 3,0-4,0 prosentin vuosivauhdilla.

Suomen tilannetta kuvaa hyvin se, että euroalueenkin talous on kasvanut jatkuvasti 2010-luvulla, mutta maamme talouskasvu jäi kehityksestä jälkeen tai se polki suurin piirtein paikoillaan. Euroaluetta vielä reippaampaa kasvua ovat osoittaneet euroalueen ulkopuoliset EU-maat Britannia, Ruotsi, Tanska ja Puola.

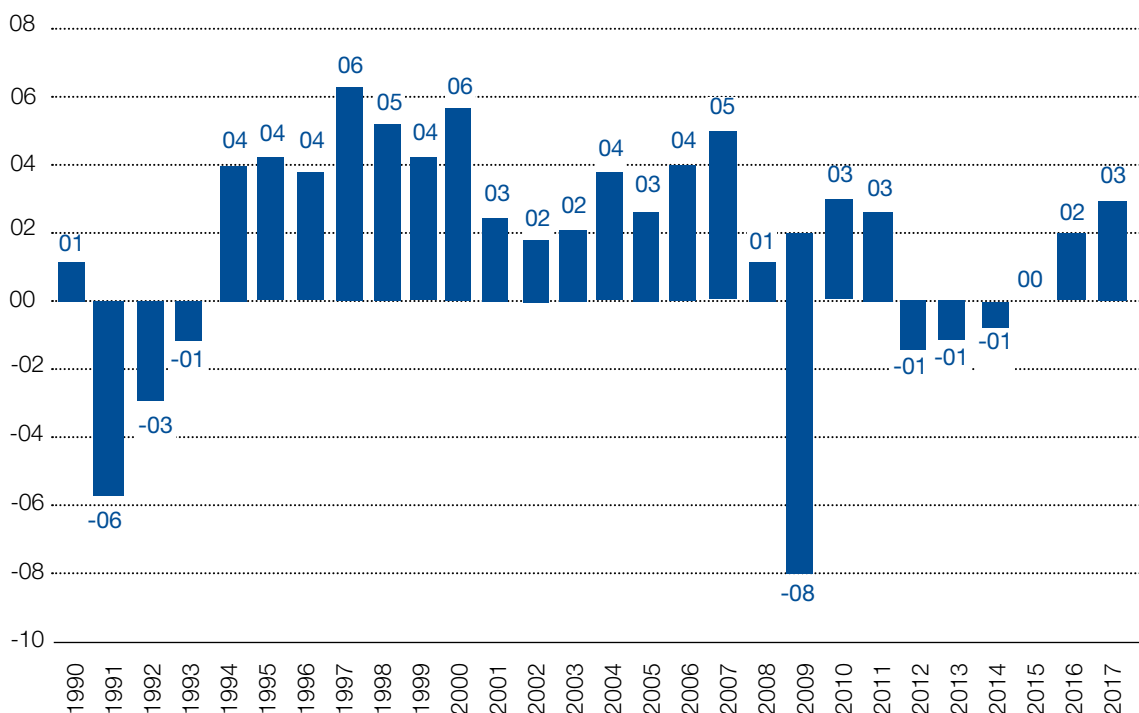
Suomen kroonisten ongelmien taustalla on ollut se, että kilpailukyky rapautui muihin euro-maihin verrattuna 2010-luvulle asti, mikä johtuu hinta- ja kustannustason kilpailijamaita nopeamasta noususta ja hitaasta tuottavuuden kehityksestä.

Talouskasvun ennakoitaan hidastuvan

Pankit ja tutkimuslaitokset ovat ennustaneet talouskasvun jatkuvan vuosikymmenen loppuun saakka. Suomen Pankin mukaan bruttokansantuote kasvaa 2,5 prosenttia vuonna 2018, minkä jälkeen kasvuvauhti hiipuu noin 1,5 prosentin tasolle. Nordea Pankki on ennustanut vuosien 2018-19 talouskasvuksi 2,5-3,0 prosenttia, mikä on hieman nopeampaa kuin keskimäärin euroalueella ja muissa Pohjoismaissa, mutta hitaampaa kuin maailman taloudessa keskimäärin. Valtiovarainministeriö on ennakoinnut vuosien 2018-19 talouskasvuksi 1,8-2,2 prosenttia.

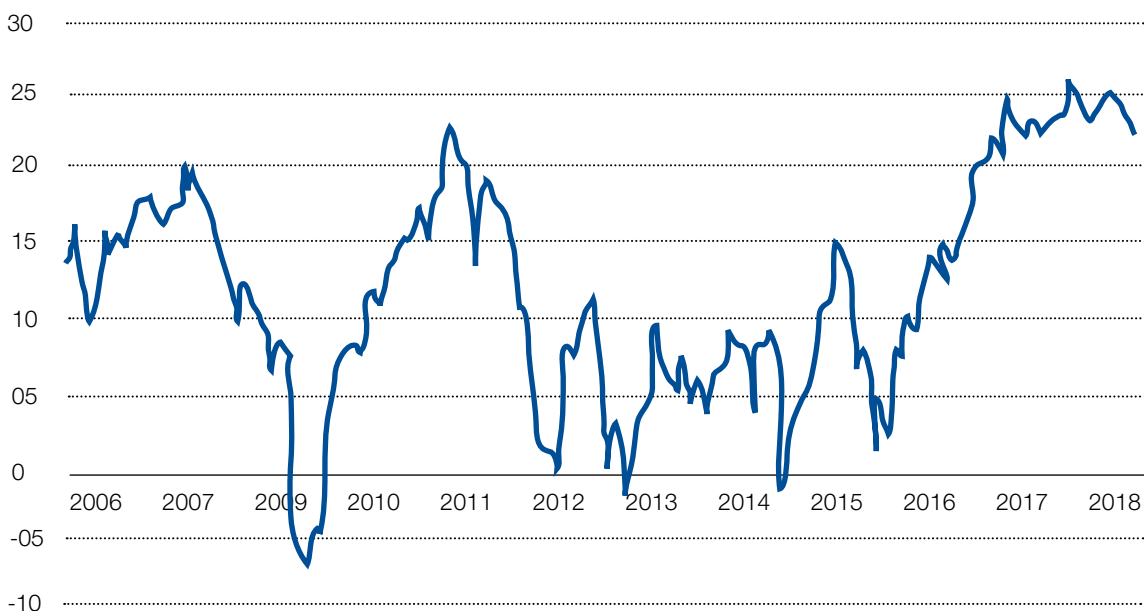
Op:n ennuste talouskasvuksi on 2,8 prosenttia vuonna 2018 ja 2,3 prosenttia vuonna 2019, eli kehitys on hyytymässä lyhyen kasvupyrähdyksen jälkeen. Hintakilpailukyvyn paraneminen uhkaa loppua samalla, kun pula ammattitaitoisesta työvoimasta pahenee ja ulkomaankaupan kasvu hidastuu yksikkökustannusten nousun ja maailmantalouden kysynnän heikkenemisen myötä. Talouskasvun painopiste siirtyy jälleen investoinneista ja viennistä kotimaiseen kysyntään, mikä aluksi kuitenkin ylläpitää työn kysyntää, mutta voi heikentää tuottavuuden kehitystä.

Kuvio 18. Bruttokansantuotteen määrän kehitys 1990–2017, prosenttia



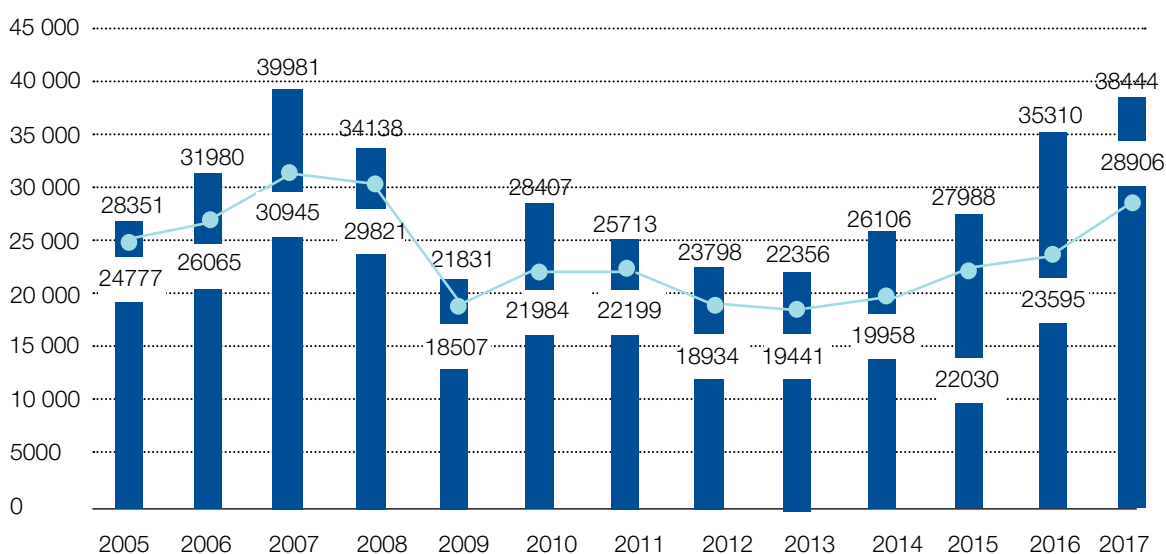
Lähde: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus © ORNAMO

Kuvio 19. Kuluttajien näkemys taloudesta kuluttajaindikaattorin mukaan 2006–18 (heinäkuu), pisteluku



Lähde: Kuluttajabarometri, Tilastokeskus © ORNAMO

Kuvio 20. Yritysten toimintaylijäämän ja yrittäjätulon nimellinen kehitys 2005–2014, miljoonaa euroa



(Lähde: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus) © ORNAMO

Yritysten voitot kasvaneet

Taloukasvu on näkynyt yritysten liikevoittoja kuvaavassa toimintaylijäämässä (Kuvio 20). Vuonna 2017 nimellinen toimintaylijäämä kasvoi kansantalouden tilinpidon mukaan peräti 21 prosenttia, mutta se jäi yhä jälkeen huippuvuoden 2007 tasosta. Näin ollen maassamme tarvitaan vielä nopean taloukasvun vuosia, jotta toimintaylijäämä saadaan nostettua talouslamaa edeltäneelle tasolle. Yrittäjätulo kasvoi yhdeksän prosenttia vuonna 2017.²¹ Välittömiä veroja yritykset maksoivat 23 prosenttia enemmän, mutta osinkoja kahdeksan prosenttia vähemmän kuin edellisellä vuonna.

Julkisyhteisöjen rahoitusasema

Tilastokeskuksen mukaan julkiset menot ovat kasvaneet määrällisesti 1,8 -kertaiseksi ja asukasta kohden laskettuna 1,6 -kertaiseksi vuosina 1990–2016. Julkisten menojen bkt-osuus aleni vuoden 1993 huippulukemista vuoteen 2007 saakka, mutta menot kääntyivät sen jälkeen nousuun. Menojen bkt-osuuden kasvu on kuitenkin hidastunut vuosina 2014–17. Julkisyhteisöt rahoittavat menonsa verotuloilla, mutta verotulot eivät ole kasvaneet samaa tahtia julkisten menojen kanssa, minkä takia julkisia menoja on jouduttu rahoitta-

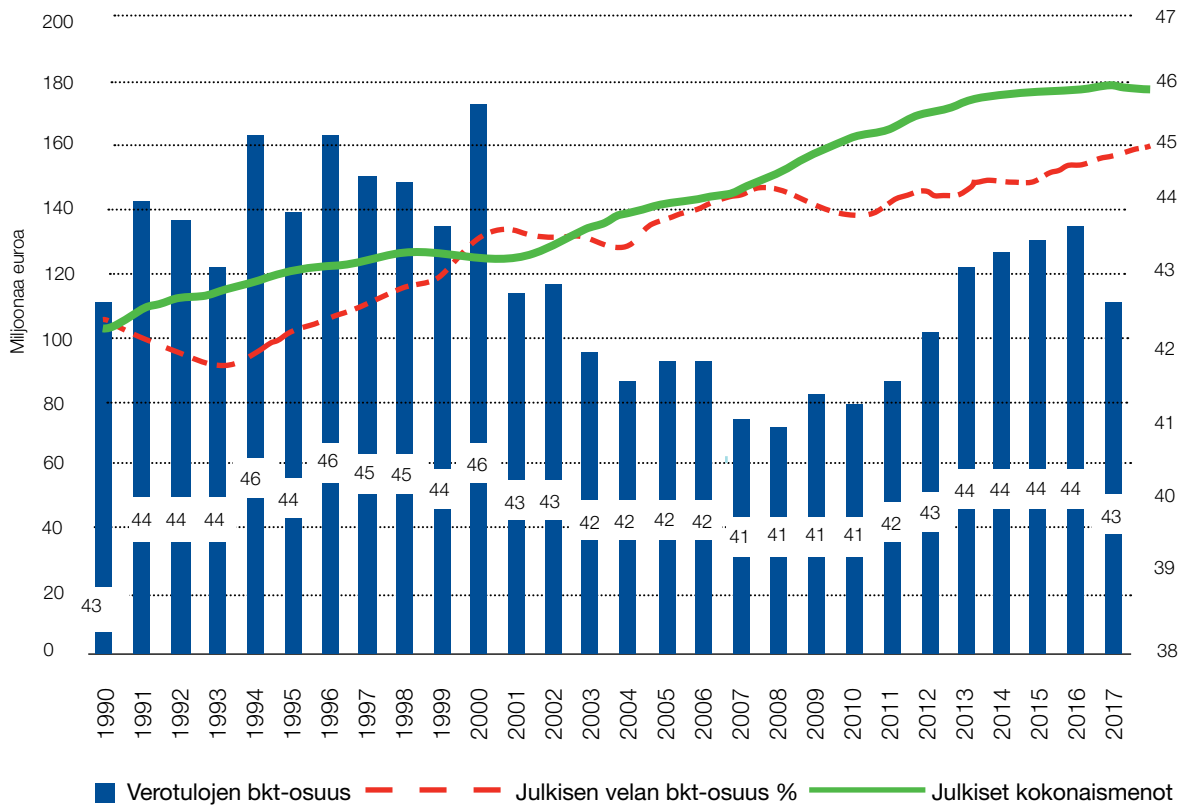
maan velkaa ottamalla (Kuvio 21).

Edellä mainituista syistä johtuen valtion rahoitusasema on ollut 2010-luvulla selvästi alijäämäinen. Vuonna 2017 valtion talouden alijäämä oli 3,8 miljardia euroa. Valtion velka oli 117 miljardia euroa, eli 52 prosenttia bkt:sta. Kuntien alijäämä oli 0,2 miljardia ja velka 20 miljardia euroa. Julkisyhteisöjen yhteenlaskettu alijäämä eli kansantalouden tilinpidon mukainen nettoluotonanto parani vuoteen 2016 verrattuna. Alijäämän bkt-osuus (0,6 %) myös alitti Euroopan unioni EU:n vakaus- ja kasvusopimuksen mukaisen viitearvon (3 % bkt:sta).

Sen sijaan koko julkisyhteisöjen EDP-velka (Excessive Deficit Procedure), eli sulautettu bruttovelka oli vuonna 2017 vielä yli 60 prosentin viitearvon yläpuolelle, eli 61 prosenttia bkt:sta (Kuvio 22). EDF-velkaan luetaan julkisyhteisöjen kansantalouden muilta sektoreilta ja ulkomailta saamat joukkovelkakirjalainat, lyhytaikaiset velkapaperit, lyhyt- ja pitkäaikaiset lainat sekä talletukset. Hallituksen tavoitteena on saada velkaantumisen kasvu aisoihin kuluvalle hallituskaudella. Tämä on haasteellista, sillä eduskuntavaalit pidetään jo huhtikuussa 2019.

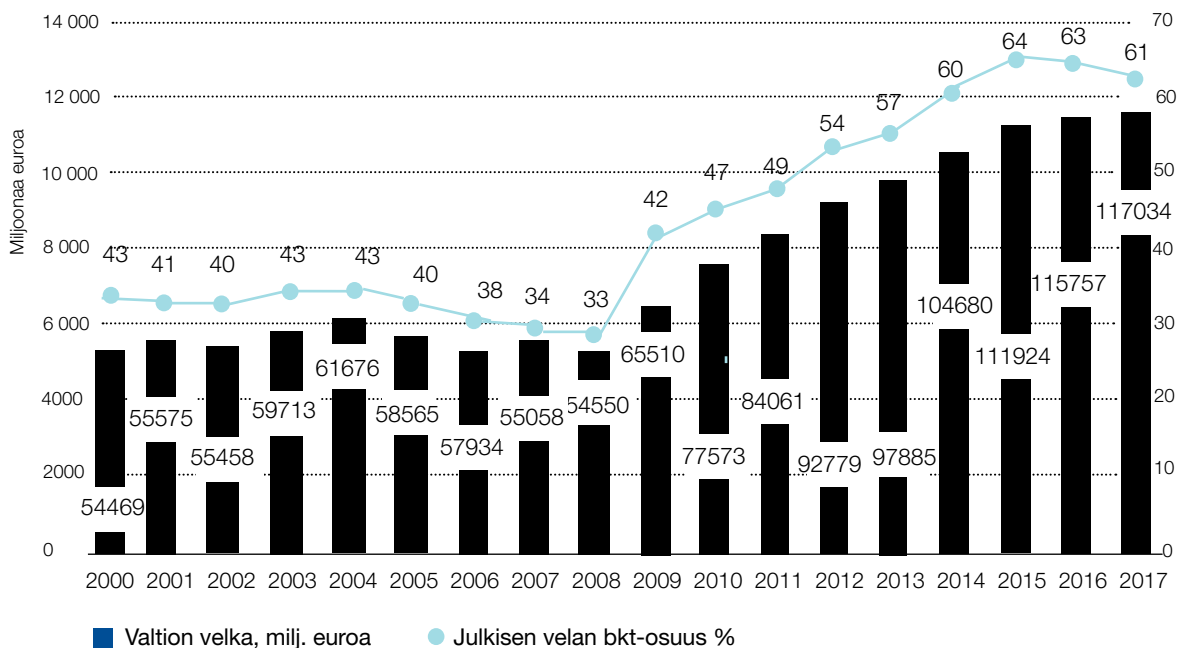
²¹ Yrittäjätulo ottaa huomioon omaisuustulot ja maksetut korot ja se vastaa voittoa ennen verojen ja osinkojen maksua. Nimellinen yrittäjätulo jäi 96 prosenttiin vuoden 2007 tasosta.

Kuvio 21. Julkisten menojen ja verotulojen määrän kehitys sekä verotulojen bkt-osuus (%) 1990–2017



(Lähde: Julkisen talouden tilastot, Tilastokeskus) © ORNAMO

Kuvio 22. Valtion velan ja koko julkisen velan bkt-osuuden (%) kehitys 2000-luvulla



(Lähde: Julkisen talouden tilastot, Tilastokeskus) © ORNAMO

Euroalueen tilanne

Euroalueen talouskasvua on edesauttanut Euroopan keskuspankin Ekp:n massiivinen maaliskuussa 2015 alkanut elvytysohjelma, jonka aikana Ekp on ostanut taseisiinsa markkinoilta valtion ja valtiosidonnaisten laitosten joukkovelkakirjoja. Ostojen tarkoituksena on lisätä rahan määrää euroalueella. Tämä tarkoittaa käytännössä setelielvytystä, mikä on kiihdyttänyt euroalueen talouskasvua, lisännyt luotonantoa ja hillinnyt deflaatiota. Sen oheisvaikutuksena euron ulkoinen arvo on pysynyt maltillisissa uomissa, mikä on lisännyt euroalueen yritysten kilpailukykyä.

Alun perin setelielvytyksen piti kestää ainoastaan syksyyn 2016 saakka, mutta Ekp:n massiivisesta joukkovelkakirjojen osto-ohjelmasta huolimatta euroalueella oli yhä korkea työttömyys ja melko hidaskasvu. Keväällä 2016 tehdyllä päätöksellään Ekp päätti kuitenkin pidentää osto-ohjelmaa ja nostaa kuukausittain ostojen määrän 60 miljardista eurosta 80 miljardiin euroon. Ekp käynnisti vuonna 2016 myös yrityssektorin velkapapereiden osto-ohjelman, millä on haluttu vahvistaa omaisuuserien ostojen vaikutusta reaali-talouteen.

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

Ekp:n neuvosto vahvisti talvella 2018 pitämässään kokouksessa pitävänsä ohjauskoron, talletuskoron ja maksuvalmiuslainojen koron ennallaan. Omaisuuserien osto-ohjelmassa oli tarkoitus jatkaa ostoja 30 miljardin euron arvosta kuukaudessa syyskuuhun 2018 saakka. Kesäkuussa 2018

Ekp tiedotti, että se vähentää velkakirjojen ostot 15 miljardiin euroon kuukaudessa loka-joulukuussa 2018, minkä jälkeen ostot loppuvat. Ohjauskorot pysyvät ennallaan loppukesään 2019 asti ja ehkä pidempääkin, jos inflaatiota ei saada lähelle tavoiteltua kahta prosenttia keskipitkällä aikavälillä.

Britannian EU-ero eli Brexit on ollut EU-projektin kannalta poliittisesti dramaattinen takaisku, mutta sen taloudelliset vaikutukset riippuvat pitkällä aikavälillä siitä, kuinka sivistyneesti asioista pystytään sopimaan Britannian uuden hallituksen ja EU:n välillä.²⁴ Brexit-neuvotteluissa on edistytty, sillä eron keskeisistä asioista, kuten Britannian erolaskusta ja EU-kansalaisten oikeuksista eron jälkeen on pystytty sopimaan, mutta lokakuussa 2018 neuvottelut näyttivät olevan ovat umpikujassa. Brexit korostaa Suomen omien toimien tarpeellisuutta uudistaa talouttaan ja huolehtia kilpailukyvystään.

Maailmankaupan ja EU:n talousnäkömiä varjostavat Yhdysvaltain uhkaus asettaa maahantuodulle teräkselle 25 prosentin ja alumiinille kymmenen prosentin terästullit. Suojatullien asettaminen voivat johtaa kauppasotaan varsinkin, jos EU ja Kiina ryhtyvät vastatoimiin. Utta iskua on merkinnyt Yhdysvaltain ilmoitus vetäytyä Iranin ydinsopimuksesta. Ydinsopimuksen eurooppalaiset sopijaosapuolet (EU, Ranska, Saksa, Britannia) haluavat pitää kiinni sopimuksista. Syyt ovat osin taloudellisia, sillä kauppavaihto Iranin kanssa on mittavaa ja odotukset sen kasvusta suuria.

Toimialakohtaiset ennusteet

Elinkeinoelämän keskusliitto EK:n heinäkuun 2018 suhdannebarometrin tulokset kertovat, että suomalaisten yritysten suhdanneodotukset ovat edelleen vahvoja, vaikka näkymät ovat hieman maltillistuneet kesän 2018 aikana. Kesän 2018 tilannetta kuvattiin teollisuudessa, rakennusala-la ja palvelualoilla kuitenkin tavanomaista paremmaksi. Tilauskanta on keskimääräistä parempi etenkin teollisuudessa, mutta rakentamisessa kehitys on laimeampaa. Myös työvoiman määrä on kasvanut yrityksissä ja ammattitaitoisen työvoiman saannissa on esiintynyt ongelmia.

22 Ohjauskorko 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 Talousalan asiantuntijat, kuten Bengt Holmström tai Björn Wahlroos ovat varoittaneet EU:n ja Britannian välisestä kauppasodasta ja siitä, että EU pyrki Brexit-neuvotteluissa "rankaisemaan" Britanniaa ennakkovaroituksena muille jäsenmaille.

Teollisuudessa noin 15 prosenttia yrityksistä ennusti kesällä 2018 suhdannetilanteen paranevan ja vain kaksi prosenttia arveli sen heikkenevän seuraavan puolen vuoden aikana. Siten valtaosa ei ennusta suhdannetilanteeseen merkittävää muutosta kuluvana vuonna. Suhdanneodotukset olivat kesällä 2018 parhaimmat mekaanisessa metsäteollisuudessa ja elintarviketeollisuudessa. Suhteellisesti vaisuinta tilanne oli graafisella alalla, kemiallisessa metsäteollisuudessa (paperiteollisuus) sekä tekstiili-, vaate-, nahka- ja kenkäteollisuudessa (TEVANAKE-teollisuus).

Rakentamisessa suhdannenäkymät ovat hienoisesti tummentuneet alkukesällä 2018 aikana, vaikka tilannetta kuvataan yhä keskimääräistä paremmaksi. Lisäksi tilaustilanne on hyvä, asuinhuoneistoja on myymättä vähän ja tuotantokapasiteetti on lähes täyskäytössä. Rekrytointiongelmista kärsii lähes 60 prosenttia yrityksistä, minkä koetaan olevan yleisin toiminnan kasvattamisen

este. Vuosi sitten samaa mieltä oli vajaat 40 prosenttia yrityksistä. Yritysten kannattavuus on kohentunut loivasti, joskin asuntojen myyntihintojen ei uskota muuttuvan lähiaikoina.

Palvelualoilla suhdannekuva oli kesällä 2018 niin ikään tavanomaista suotuisammasta, joskin odotukset tulevaisuudesta ovat tulleet varovaisiksi. Suhdannenousua odotti noin 13 prosenttia. Käännettä heikompaan ennakoi kahdeksan prosenttia. Kannattavuus on kohentunut, mutta myyntihintojen ei odoteta nousevan sanottavasti lähikuukausina. Näkymät ovat parhaimmat kiinteistöalalla ja henkilökohtaisissa palveluissa. Heikoimmat ne olivat kuljetuksessa sekä rahoitus- ja vakuutusalalla. Samanaikaisesti joka neljännellä yrityksellä oli rekrytointiongelmia.

Myös EK:n lähiaikojen suhdannenäkymiä kuvaavat luottamusindikaattorit²⁵ olivat heinäkuussa 2018 kaikilla päätoimialoilla vähintään pitkän

Taulukko 9. Päätoimialojen suhdannenäkymät lähitulevaisuuteen saldolukuina vuosineljänneksittäin 2017–18

	2/2017	3/2017	4/2017	1/2018	2/2018
Rakentaminen	18	-2	4	-2	-10
Teollisuus	10	18	17	18	13
- rakennusaineteollisuus	18	35	46	30	16
- mekaaninen metsäteollisuus	7	18	16	32	18
- teknologiateollisuus	12	18	22	20	15
- elintarviketeollisuus	16	7	8	18	21
- kemian teollisuus	6	13	11	12	4
- paperiteollisuus	4	33	5	2	0
- tevanake-teollisuus	5	21	11	16	1
- graafinen teollisuus	7	-3	-6	-10	0
Palvelualat	16	20	15	17	5
- tieto- ja viestintäala	31	33	25	14	1
- muut (henkilö)palvelut	15	21	15	26	10
- matkailu- ja ravitsemusala	25	18	11	22	4
- kauppa	10	16	21	15	5
- kiinteistöpalvelut	22	21	14	19	16
- kuljetus	-1	8	0	7	-7
- rahoitus ja vakuutus	25	21	4	6	0

(Lähde: EK)

25 Luottamusindikaattorit ovat osa EU:n komission harmonisoitua tiedustelujärjestelmää. (ks. tarkemmin www.ek.fi).

Taulukko 10. Päätoimialojen luottamusindikaattori kesä–heinäkuussa 2018

	Saldoluku, kesäkuu	Saldoluku, heinäkuu	Pitkän aikavälin keskiarvo	Suhdanne- kehityksen suunta
Teollisuus	14	14	1	Ennallaan
Rakentaminen	7	-3	-7	Laskussa
Vähittäiskauppa	15	19	-1	Nousussa
Palvelualat	18	20	14	Ennallaan

(Lähde: EK)

aikavälin tasolla, joskin luottamusindikaattorin pisteluvut alenivat hieman kesäkuuhun verrattuna rakentamisessa. Muihin EU-maihin verrattuna rakentamisen ja palvelualojen luottamusindikaattorit olivat Suomessa kuitenkin keskitasoa alemmalla tasolla heinäkuussa 2018. Sitä vastoin vähittäiskaupassa luottamusindikaattori oli Suomessa EU:n kolmanneksi parhain ja teollisuudessa viidenneksi parhain (Taulukko 10).

Työllisyyden kehitys

Työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n työllisyyskatsauksen mukaan työ- ja elinkeinotoimistoissa oli heinäkuussa 2018 lopussa 284 100 työtöntä työnhakijaa, mikä oli 45 000 henkilöä vähemmän kuin vuotta aiemmin. Työhakijoista kokoaikaisesti lomautettuja oli 11 100 eli 2 800 vähemmän kuin vuotta aiemmin. Keskimäärin työttömiä työnhakijoita oli 10,8 prosenttia työvoimasta. Myös pitkäaikaistyöttömien eli yhtäjaksoisesti yli vuoden työttöminä olleiden määrä on kääntynyt laskuun. Heitä oli 77 000 henkilöä, mikä oli 29 200 henkilöä vähemmän kuin vuotta aiemmin.

Laajan työttömyyden käsitteen mukaisesti työttömien työnhakijoiden ja erilaisten työvoimapolitiittisten toimenpiteiden tai palvelujen piirissä olleiden kokonaismäärä oli heinäkuussa 389 900 henkilöä.²⁶ 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 vähentynyt kaikilla koulutusasteilla ja ammattiryhmissä. Alle 25-vuotiaiden nuorten työttömyys aleni 6 500 työhakijalla. Yli 50-vuotiaiden henkilöiden puolella työttömyys supis-

tui 16 900 henkilöllä. Osa myönteisestä kehityksestä voi johtua vanhuus- ja työkyvyttömyyseläkkeelle siirtymisestä. Alueelliset erot ovat suuria, sillä Pohjois- ja Pohjois-Pohjanmaalla, Lapissa, Kainuussa, Keski- ja Kaakkois-Suomessa työttömyysaste oli yli 12 prosenttia, mutta Pohjanmaalla ja Etelä-Pohjanmaalla 7-8 prosenttia ja Ahvenanmaalla alle neljä prosenttia.

Työllisyys Tilastokeskuksen tilastojen mukaan

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 sovitun työn alkamista kolmen kuukauden kuluessa, luetaan työttömäksi, jos hän voisi aloittaa työn kahden viikon kuluessa.²⁷

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 työhä-

26 Määrä oli 38 900 vähemmän kuin vuotta aiemmin, mikä johtuu työttömien työnhakijoiden määrän pienenemisestä.

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

kijaksi 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 vuoden 2018 heinäkuussa 183 000, mikä oli 101 000 vähemmän kuin TEM:n työnvälitystilastossa oli työttömiä työnhakijoita. Työvoimatutkimuksen mukainen työttömyysaste oli 6,5 prosenttia. Edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta työttömien määrä supistui 24 000 henkilöllä ja työttömyysaste aleni 1,0 prosenttiyksikköä. Suurin Tilastokeskuksen ja TEM:n työttömyyslukujen eroja selittävä tekijä on piilotyöttömyys.²⁸ Piilotyöttömiä oli työvoimatutkimuksen mukaan heinäkuussa 2018 peräti 119 000 henkilöä.

Työllisyyspolitiikka

Suomen kesällä 2015 toimintakautensa aloittaneen Sipilän hallituksen tavoitteena oli nostaa työllisten määrää 110 000 henkilöllä ja työllisyysastetta 72 prosenttiin vuoteen 2019 mennessä.²⁹ Hallitus voi saavuttaa tämän tavoitteen tällä hallituskaudella, sillä Suomen bruttokansantuote bkt on kasvanut pari viime vuoden aikana odotettua nopeammin. Suomen bkt voi lisääntyä tutkimuslaitosten ennusteiden mukaan kolme prosenttia vuonna 2018. Toisaalta tämänkään ei riitä nostamaan työllisyysastetta muiden Pohjoismaiden 75–80 prosentin tasolle.


Suomessa ongelmina ovat avointen työpaikkojen ja työttömien työnhakijoiden yhtäaikainen suuri määrä, mikä kertoo työntarjonnan ja -kysynnän kohtaamisongelmista. Heinäkuussa 2018 avoimia työpaikkoja oli 91 600, mikä oli 16 400 työpaikkaa enemmän kuin vuotta aiemmin. Yhtenä syynä on, että työpaikat eivät kohtaa alueellisesti eikä ammatillisesti tai koulutuksellisesti, sillä työttömien työpanokselle ei ole varsinaisesti kysyntää ilman kunnollista lisä- tai uudelleen koulutusta. Toiseksi osa työttömistä ei ole käytännössä oikeasti työkykyisiä.

Työkyvyttömät työhakijat tulisi saada kuntoutukseen tai päästää eläkkeelle. Muiden työttömien

ammattitaitoa voitaisiin ylläpitää siten, että heidät ohjattaisiin oppilaitoksissa annettavan koulutuksen piiriin ja oppilaitoksille annettaisiin tähän riittävät lisäresurssit. Suomessa on myös paljon piilotyöttömiä, joita voisi yrittää aktivoida työmarkkinoiden käyttöön. Piilotyöttömyyttä esiintyy etenkin maahanmuuttajaväestön keskuudessa. Tämä voimavara tulisi ottaa paremmin käyttöön, ennen kuin maahan houkutellaan lisää työvoimaa kuoleville matalapalkka-aloille.³⁰

Myös näkyvä työttömyys on vieraskielisen väestön keskuudessa suurta. Tilastokeskuksen työssäkäyntitilaston mukaan 18–64 -vuotiaiden vieraskielisten työttömyysaste oli 26 prosenttia vuonna 2016, kun se oli suomea tai ruotsia äidinkielenään puhuvan kantaväestön keskuudessa kaksitoista prosenttia. Maahanmuuttajataustaisen väestön saaminen työelämän ja ammatillisen koulutuksen piiriin olisi tärkeää toisen polven maahanmuuttoväestön syrjäytymisen ja alaluokkaisuutumisen ehkäisyssä, minkä epäonnistumisesta on varoitavia esimerkkejä monissa EU-maissa.

Suomessa on lisäksi yli 200 000 työikäistä ennen aikaisesti eläköitettyä henkilöä ja koteihin unohdettua henkilöä, jotka ovat jääneet ilman oikea-aikaista ja jatkuvaa kuntoutusta kunnallisen perusterveydenhoidon toimimattomuuden ja Kela-rahoitteisen pirstaloituneen ja projektiluontoisen kuntoutusjärjestelmän takia. Ennen aikaisen eläköitymisen taustalla ovat usein mielenterveydelliset ongelmat. Tästä joukosta voisi löytyä tuhansia henkilöitä, joiden työpanokselle voisi olla kysyntää, jos heille tarjottaisiin oikeantyyppistä kuntoutusta ja koulutusta.

Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen mukaan Suomessa oli lisäksi 137 000 alityöllistettyä työssäkäyvää henkilöä keväällä 2018. Heidän määränsä on kasvanut selvästi koko 2000-luvun ajan. Määritelmällisesti alityölliseksi luokitellaan työllinen henkilö, joka tekee osa-aikatyötä, koska kokoaikatyötä ei ollut tarjolla, tai joka tekee lyhennettyä työviikkoa työnantajan toimesta tai jolla ei ollut tarjolla työtä tilausten tai asiakkaiden vähyyden tai lomautuksen takia. Olennaista on, että alityöllinen haluaisi tehdä enemmän töitä, jos sitä olisi tarjolla. 

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

29 Virallinen työllisyysaste lasketaan 15-64 -vuotiaiden työllisten osuutena samanikäisestä väestöstä. Työllisyysastetta tavoitteen saavuttamista on edesauttanut se, että esimerkiksi vuoteen 2008 verrattuna työikäisen väestön määrä oli keväällä 2018 liki 90 000 henkilöä pienempi.

30 ITC-teknologia ja tekoäly vähentävät tuntuvasti työvoiman tarvetta monilla nykyisin paljon työvoimaa tarvitsevilla toimialoilla, kuten esimerkiksi kaupassa ja logistiikka-alalla tai sosiaali- ja terveydenhuollossa.

6 Erityisteema

Aineettoman omaisuuden suojaus

Yleistä aineettomien oikeuksien suojauksesta

Ornamon vuoden 2018 suhdannekyselyssä muotoilualan yrityksiltä ja yrittäjiltä tiedusteltiin toista kertaa aineettomien oikeuksien suojauksesta, merkityksestä yrityksen toiminnassa ja niiden huomioon ottamisesta yrityksen sopimuksissa. Samalla tiedusteltiin aineettomien oikeuksien suojaamiseen liittyvistä ongelmista. Aihepiiri on tärkeä, muotoilualan yritysten toiminta pohjautuu luovuuteen, eli kykyyn tuottaa ideoita ja taitoon tehdä niistä palveluja tai tuotteita ja juuri immateriaalinen suunnittelu luo yritykselle ja tuotteelle aineetonta pääomaa eli brändiarvoa.³¹

Aineettomien oikeuksien merkitystä nostaa se, että ne voivat olla rahallista kauppatavaraa, joilla voidaan tehdä suuria voittoja. Silti uudet ideat voivat levitä nopeasti ilman mitään suojausta. Aineettomien oikeuksien suojaus lisää uskottavuutta rahoitusneuvotteluissa, mikä helpottaa vieraan pääoman saantia. Sijoittajat voivat myös edellyttää suojausta. Yrityselämässä puhutaan myös goodwill:stä.³² Yrityksen goodwill, joka on peräisin suojatuista brändituotteista ja niiden ympärille muodostuneesta asiakaskunnasta, nostaa yrityksen kokonaisarvoa markkinoilla.³³

Aineettomien oikeuksien suojaamiseen liittyvä käsite on IPR (Intellectual Property Rights), mikä tarkoittaa yhteiskunnan myöntämiä aineettomia oikeuksia tai immateriaalioikeuksia. Patentti- ja rekisterihallitus PRH:n mukaan IPR jaetaan yleisesti teollisoikeuksiin ja tekijänoikeuksiin. Teollisoikeuksien suojauksella ymmärretään patenteja,

hyödyllisyysmallioikeuden, mallioikeuden ja tavaramerkkioikeuden rekisteröintiä.³⁴ Niillä on oikeusvaikutus, joka antaa mahdollisuuden kieltää ja antaa käyttöluupa (lisenssi) oikeuksien kohteen kaupalliseen hyödyntämiseen.

PRH:n mukaan tavaramerkki on tunnusmerkki, joka erottaa yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut muiden yritysten vastaavista. Esimerkkinä tavaramerkistä on sana tai useampia sanoja yhdessä, kuvio, iskulause, tavarain tai sen päällyksen muoto.³⁵ Rekisteröity tavaramerkki antaa haltijalleen oikeuden kieltää muita käyttämästä samaa tai sekoitettavissa olevaa merkkiä samankaltaisten tuotteiden tai palvelujen markkinoinnissa ja myynnissä. Vaikka tavaramerkki on tarkoitettu käytettäväksi elinkeinotoiminnassa, voi sen haltijana olla yksityishenkilökin.

Mallisuoja varjellaan esineen ulkomuotoa. Mallisuoja voidaan saada käyttö- ja koriste-esineille sekä tavarain osalle. Suojata voidaan esimerkiksi käyttöesine, huonekalu, tuotepakkaus, vaatekappale tai vaikkapa juomapullo. Mallisuoja kohdistuu pelkästään esineen ulkomuotoon eikä sen tekniisiin ratkaisuihin. Mallisuojan saaminen edellyttää, että malli eroaa olennaisesti aiemmin tunnetuksi tulleista malleista. Mallisuoja antaa mallioikeuden haltijalle yksinoikeuden valmistaa, maahantuo- da ja myydä tavaroita, jotka ulkomuodoltaan eivät olennaisesti eroa mallista.

Keksintöjen tehokkain suojakeino on patentti. Keksintö voi olla uusi tuotteen valmistusmenetel-

31 Ornamo: Toimiala- ja suhdannekatsaus 2015 (toim. Pekka Lith), 2015 Helsinki.

32 Goodwill:llä tarkoitetaan aineetonta hyödykettä, joka voidaan arvioida yrityksen mainearvona tai liikearvona, asiakaskuntana tai tietotaitona. Toisin sanoen goodwill on yrityksen kokonaisarvon ja kirjatun arvon (kirjanpitoarvon) välinen erotus, missä kokonaisarvo kuvaa sitä rahasummaa, joka yrityksestä saataisiin sen myynnin yhteydessä. Ostavan yrityksen taseessa asia näkyy puolestaan ostettuna goodwill:nä.

33 Ornamo: Toimiala- ja suhdannekatsaus 2015 (toim. Pekka Lith), 2015 Helsinki.

34 Suomessa teollisoikeuksien suojausta haetaan Patentti- ja rekisterihallitus PRH:lta (www.prh.fi).

35 On tärkeä muistaa, että tavaramerkki ei ole yrityksen toiminimi, jolla on tarkoitettu yksilöimään tietty yritys, vaan tavaramerkin tarkoituksen erottaa markkinoilla yrityksen tuottamat tietyt tuotteet kilpailijoiden vastaavista tuotteista. Tosin myös toiminimi voidaan rekisteröidä PRH:n kaupparekisteriin.

mä, laite tai kone. PRH:n mukaan patentti on yksinoikeus, jonka nojalla muita tahoja voidaan kieltää keksinnön ammattimainen hyväksikäyttö. Hyväksikäytöllä tarkoitetaan valmistusta, myyntiä, käyttöä ja maahantuontia. Patentoitavan keksinnön tulee olla uusi ja sen on erotuttava aiemmin tunnetuista keksinnöistä. Patenttihakemus myös julkistetaan hakemusvaiheessa, ja vasta sitten, kun hakemusta vastaan ei esitetty väitteitä, keksinnölle voidaan myöntää patentti.

Patentointi on usein kallista ja patenttihakemuksen laadinta vaatii asiantuntemusta. Kustannuksiin kuuluvat hakemuskustannukset, jotka ko-

hoavat haettaessa kansainvälistä patenttia ja tarvittaessa ulkopuolista asiantuntija-apua. Kustannuksia nostavat myös patentin voimassaoloajan vuosimaksut.³⁶ Patenttioikeus on myös irtainta omaisuutta, joka voidaan myydä. Lisäksi patentin omistaja voi antaa luvan keksintönsä hyödyntämiseen tekemällä lisenssisopimuksen, jolloin käyttöluvan saanut voi sovittua korvausta vastaan hyödyntää patentoitua keksintöä.³⁷

Yksinkertaiset keksinnöt, joiden keksinnöllisyys ei ehkä yllä patentoitavan keksinnön tasolle, voidaan suojata hyödyllisyysmallilla.³⁸ Hyödyllisyysmalli on paljon halvempi kuin patentti, mutta

Taulukko 11. Kansalliset patenttihakemukset ja myönnetyt patentit sekä Suomessa voimassa olevien patenttien määrä 2000-luvulla

	Kansalliset patenttihakemukset, lkm	Myönnetyt kansalliset patentit, lkm	Voimassa olevat patentit PRH:n myöntämät, lkm	Voimassa olevat patentit EPO:n myöntämät, lkm
2003	2187	2402	18601	13362
2004	2220	2075	18234	17825
2005	2059	1757	17846	21625
2006	2018	1059	17076	26269
2007	2015	921	14604	29918
2008	1947	998	14168	32859
2009	1933	1055	13401	33893
2010	1833	923	12216	34406
2011	1774	841	11119	36003
2012	1827	835	10372	37571
2013	1737	711	9455	38336
2014	1545	786	8606	39584
2015	1416	931	8217	40268
2016	1368	815	7818	41160
2017	1529	704	7689	42626

(Lähde: PRH:n tilastot)

36 Keksintöä ei kannata välttämättä patentoida, jos sen arvioitu hyödyntämisaika on lyhyt tai sen liiketaloudellinen arvo on pieni verrattuna patentointikustannuksiin. Patenttioikeuksien valvonta on patentinomistajien omalla vastuulla ja heidän on huolehdittava tarvittaessa eduistaan oikeusteitse, mutta oikeusriidat voivat olla kalliita ja pitkäkestoisia sekä niiden tulokset epävarmoja.

37 Patentin siirtämisestä tai käyttöluvan myöntämisestä on tehtävä merkintä patenttirekisteriin.

38 Mm. hyödyllisyysmallilla voi suojella esineen muotoa / rakennetta keksintönä. Hyödyllisyysmallisuoja voi olla hyvä vaihtoehto sellaisten keksintöjen suojaamiseen, joille ei kannata hakea patenttia korkeiden patentointikustannusten vuoksi. Jos hyödyllisyysmallilla suojataan ennestään tunnettua keksintöä, kuka tahansa voi vaatia hyödyllisyysmallin julistamista mitättömäksi sen perusteella, että keksintö ei ole uusi tai siltä puuttuu vaadittava keksinnöllisyys.

Taulukko 12. Tavaramerkki-, mallioikeus- ja hyödyllisyshakemusten määrä 2010-luvulla

	Kansalliset tavaramerkki-hakemukset, lkm	Suomeen kohdistuvat kv-tavaramerkkirekisteröinnit, lkm	Hyödyllisyysmallihakemukset, lkm	Mallioikeushakemukset, lkm
2010			559	
2011			481	
2012	12112	3534	474	
2013	12607	3555	480	208
2014	7784	2758	450	182
2015	7188	2689	436	182
2016	7612	1995	450	178
2017	6787	2728	507	140

(Lähde: PRH:n tilastot)

sen suoja kilpailijoita vastaan voi olla hyvä. Hyödyllisyysmallioikeudella suojattavan keksinnön tulee kuitenkin erota aikaisemmin tunnetuiksi tulleista keksinnöistä. Tosin PRH ei tutki kohteena olevan keksinnön uutuutta tai keksinnöllisyyttä, vaan vastuu tämän asiaa selvittämistä hakijalla. Lisäksi rekisteröity hyödyllisyysmallisuoja on voimassa vain Suomessa.

Teollisoikeuksien suojaus tilastollisesti

PRH:n tilastot antavat kattavan käsityksen Suomessa voimassa olevista teollisten oikeuksien rekisteröinneistä ja niihin liittyvistä hakemuksista. Suomessa oli vuonna 2017 voimassa noin 50 300 patenttia, joista PRH:n myöntämiä oli 7 700 (15 %) ja Euroopan patenttivirasto EPO:n myöntämiä 42 600 (85 %). Suomessa voimassa olevien patenttien kokonaismäärä on kasvanut jatkuvasti 2000-luvulla. Kasvu on tullut EPO:n myöntämistä patenteista, mikä kertoo liiketoiminnan kansainvälistymisestä. Sen sijaan PRH:n myöntämien patenttien määrä on alentunut.

Myös PRH:hon tulleiden kansallisten patenttihakemusten määrä oli vuonna 2017 tapahtuneesta pienestä kasvusta huolimatta alempi kuin 2000-luvun alussa. Yhteensä kansallisia patenttihakemuksia tehtiin 1 529 vuonna 2017. Niistä 1 391 hakijana oli suomalainen. Myös PRH:n myöntämien kansallisten patenttien määrä on vähentynyt. Niitä oli vain 704 vuonna 2017.

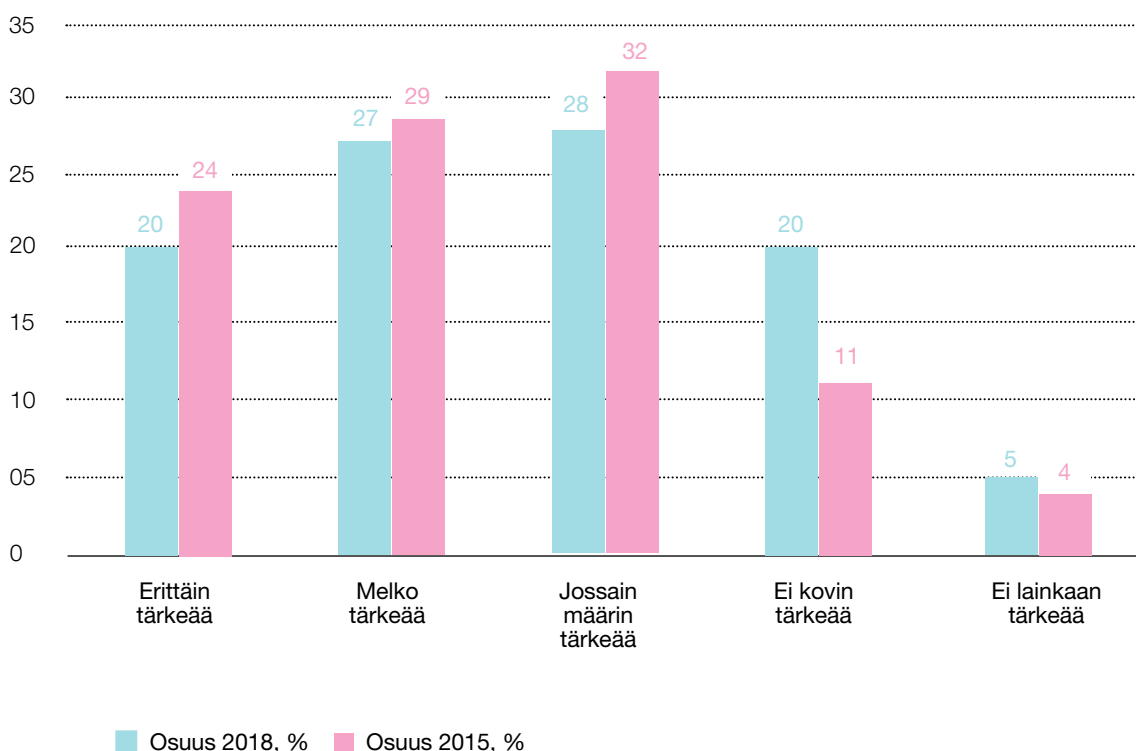
Tekijänoikeudet

Teollisten oikeuksien lisäksi on aineettomia oikeuksia, jotka saavat lain perusteella automaattisen suojauksen (automaattisen tekijänoikeuden/kopiointi- ja julkistuskiellon). Automaattisen tekijänoikeuden saavat tekijäoikeuslain (404/1961) mukaan esimerkiksi taide-teokset (taidekäsityö/taideteollisuuden tuote), musiikkikappaleet ja sävellykset, tanssi- ja teatteriteokset, elokuva- ja äänitallenteet, kirjat ja käsikirjoitukset, arkkitehtoniset rakennukset, maalaus-, kuvanveisto-, tekstiilitaitteen ja grafiikan teokset, selittävät piirrokset, installaatiot ja pelit.

Tekijänoikeus muodostuu aina ihmiselle tai tiimille, jotka ovat sen luoneet. Se syntyy teoksen luomishetkellä, eikä tekijältä edellytetä mitään rekisteröintejä tai muita toimenpiteitä. Pääsääntöisesti tekijänoikeus on voimassa 70 vuotta tekijän kuolinvuoden jälkeen. Lain mukaan tekijänoikeus tuottaa määrätyn rajoituksen yksinomaisen oikeuden määrätä teoksesta valmistamalla siitä kappaleita ja saattamalla se yleisön saataviin muutettuna tai muuntamattomana, käännökseenä tai muunnellana, toisessa kirjallisuus- tai taidelajissa taikka toista tekotapaa käyttäen.

Tekijä voi antaa toiselle luvan käyttää teostaan ja käytöstä voidaan sopia korvaus tekijälle. Tekijänoikeuden voidaan siirtää sopimuksella toiselle. Siirron jälkeen tekijällä ei enää ole oikeutta luo-

Kuvio 23. Aineettoman omaisuuden suojausten merkitys muotoilualan yrityksen liiketoiminnassa 2015 ja 2018, prosenttia vastanneista (pl. ei osaa sanoa vastanneet)



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015 ja 2018 © ORNAMO RY)

maansa teokseen, vaan tekijänoikeus kuuluu sille, jolle se on siirretty. Siirron saanut osapuoli ei saa muuttaa teosta eikä siirtää tekijänoikeutta eteenpäin, ellei toisin ole sovittu tekijän kanssa. Toiselle kuuluvan tekijänoikeuden alaista teosta luvattomasti käyttänyt voidaan tuomita rangaistukseen tekijänoikeusrikoksesta tai lievemässä tapauksessa tekijänoikeusrikkomuksesta.

Ornamon kyselyjen tuloksia

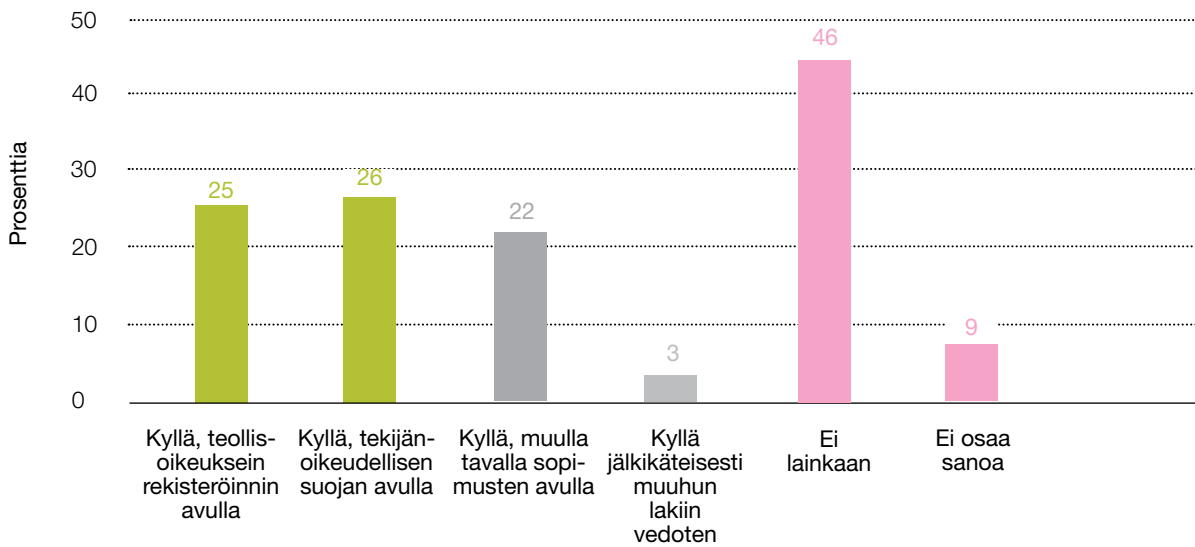
Noin 47 prosenttia vuoden 2018 kyselyyn osallistuneista piti aineettoman omaisuuden suojausta erittäin tai melko tärkeänä, jos mukaan ei oteta niitä vastaajia, joilla ei ollut mielipidettä asiasta (Kuvio 23). Osuus oli kuusi prosenttiyksikköä pienempi kuin vuonna 2015 tehdyn suhdannekyselyn mukaan. Yleisimmät tavat hankkia suojausta ovat teollisoikeuksien rekisteröinti tai tekijänoikeudellisen suojan hankkiminen sopimusten kautta tai suoraan lain nojalla. Kuitenkin 46 prosenttia vastanneista ei ollut suojannut tuotteitaan, palvelu-

jaan ja taideteoksiaan millään lailla (Kuvio 24).

Oma yritystoimintaa varten laadittu IPR-strategia on laadittuna vain 12 prosentilla Ornamon vuoden 2018 kyselyyn vastanneista. Aineettomien oikeuksien suojaamattomuuden syitä voivat olla sen kalleus, asiantuntemuksen puute tai asiaan liittyvä byrokratia. Yritykset voivat kokea teollisoikeuksien rekisteröinnin myös turhaksi etenkin, jos kysymys on pientä yrityskokoa edustavista alle kahden henkilön yrityksistä (pää- ja sivutoimiset ammatinharjoittajat), joissa yrittäjä myy vain koulutustaan ja kokemustaan vastaavaan osaamiseen liittyvää työpanosta.

Immateriaalioikeuksien loukkauksia voidaan estää myös sopimusteitse ja monet vuoden 2018 kyselyyn vastanneista ovat ottaneet aineettomat oikeudet huomioon suunnittelu- ja toimeksiantosopimuksissa, työsopimuksissa ja yrityksen perustamisvaiheessa (Kuvio 25). Kun salassapitosopi-

Kuvio 24. Aineettoman omaisuuden pääasialliset suojaustavat muotoilualan yrityksissä 2018, prosenttia vastanneista

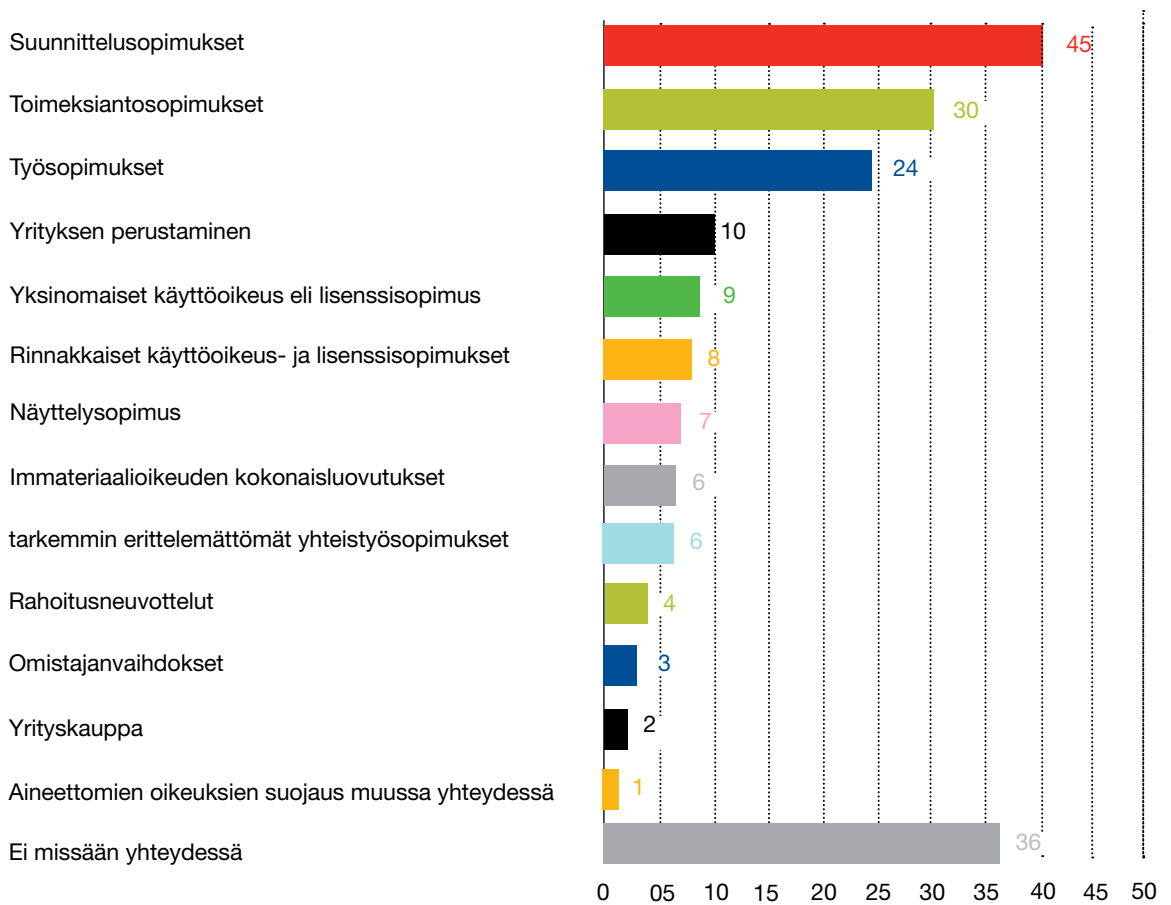


(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO RY

mus on allekirjoitettu, toinen osapuoli ei saa kertoa keksinnöstä eteenpäin kolmannelle osapuolelle tai käyttää sitä itse omiin tarkoituksiinsa esimerkiksi yritystoiminnassa. Lisäksi 55 prosenttia Ornamon kyselyyn vastanneista totesi, että aineettomien oikeuksien suojaamiseen ei liity suuria ongelmia (Kuvio 26).

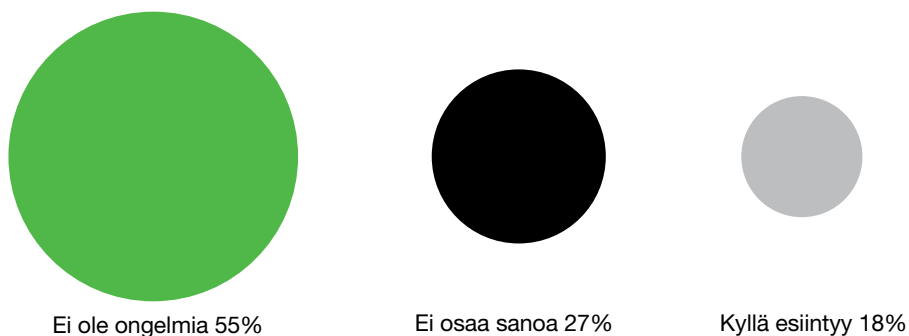
Ornamon kyselyjen mukaan ongelmia voi liittyä lähinnä ulkomaiseen toimintaan, jossa suojaus ei estä välttämättä kopiointia ja toisessa maassa tapahtuvaan toimintaan on vaikea puuttua pienen yrityksen rajallisilla voimavaroilla. Ongelmia esiintyy myös suurten yritysten kanssa tapahtuvassa yhteistyössä. Joskus asiakkaiden on vaikea hahmottaa, mitä aineettomat oikeudet ovat esimerkiksi graafisissa tuotteissa, ja miksi heidän pitäisi maksaa tuotteiden käytöstä. Pienille yrityksille patenttioikeuksien valvonta on hankalaa, koska lakimiehiin ei ole varaa. 🗣️

Kuvio 25. Aineettomien oikeuksien huomioonottaminen muotoilualan yritysten toiminnassa 2018 (huom. Yrityksellä voi olla useampi kuin yksi tapa, prosenttia vastanneista)³⁹



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018 © ORNAMO RY)

Kuvio 26. Aineettomiin oikeuksiin sisältyvät ongelmat muotoilualalla, prosenttia vastanneista



(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018 © ORNAMO RY)

³⁹ Huom ! Aineettomien oikeuksien käytöstä saadut korvaukset ovat Ornamon vuoden 2018 kyselyjen mukaan pääasiassa kertakorvauksia.

Yhteenveto

Muotoilualan liikevaihto jatkaa nousuaan

Arviolta 47 prosenttia Ornamon vuoden 2018 kyselyihin osallistuneista yrittäjistä kertoi kesäkuussa, että liikevaihto kasvoi edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta. Liikevaihdon pienene- misestä ilmoitti neljännes vastaajista, joten toimi- alan kehitys on ollut jossain määrin kaksijakoinen. Vuotta aiemmin liikevaihdon supistumisesta kertoi vain viisi prosenttia.

Kannattavuuden kohenemisestä ilmoitti 36 prosenttia ja heikkenemisestä 15 prosenttia yrityksistä, joten kannattavuuden kehitystä ku- vaava saldoluku oli plus 21 prosenttia, eli kannat- tavuus on yhä parantunut. Toteutunut kehitys on tulosta siitä, että liikevaihto on kohonnut muotoi- lualan yrityksissä toimialaryhmässä kuluneen vuoden aikana nopeammin kuin tuotantokustan- nukset.

Alan optimismi näkyy suhdannenäkymissä, sillä vuoden 2018 kyselyihin vastanneista yrittäjis- tä 56 prosenttia uskoo yleisten kysyntä- ja suhdan- nenäkymien kohenevan seuraavan vuoden aikana. Sama asia näkyy liikevaihdon ja kannattavuuden kasvuodotuksissa. Usko tulevaisuuteen vahvistuu edelleen, kun yleisiä kysyntä- ja suhdannenäkymiä tarkastellaan kolmen vuoden aikaperspektiivillä.

Muotoiluala työllistää yli 55 000 henkilöä

Muotoilualan yritysten liikevaihto oli Suomessa 10,7 miljardia euroa ja työllisyys noin 55 200 hen- kilöä vuonna 2016. Yrityksiä muotoilualan piiris- sä toimii arviolta lähes 12 800. Muotoilun yritys- toiminta jaetaan edelleen muotoiluintensiiviseen teolliseen valmistukseen, digitaaliseen muotoi- luun, arkkitehtuuriin ja maisemanhoitoon, muo- toilutoimistojen toimintaan ja taideteosten luon- tiin.

2010-luvulla toteutunut kehitys osoittaa, että tuotevalmistuksen merkitys on alentunut maas- samme liikevaihdolla ja työllisyydellä mitattuna lukuun ottamatta vaatteiden, nahkatuotteiden, lasituotteiden ja metallituotteiden valmistusta. Sitä vastoin muiden muotoilun pääosaamisaluei- den toiminta on ollut nopeassa kasvussa. Liike- vaihto on lisääntynyt myös taideteosten luonnin toimialalla.

Reippainta kehitys on digitaalisessa muotoi- lussa, jossa prosentuaalisesti kovinta kasvua on ollut tietokonepelien kustantamisessa. Määrälli- sesti työllisyyden ja liikevaihdon lisäys oli suurin- ta ohjelmistojen suunnittelussa ja valmistuksessa. Muotoilutoimistojen työllisyyden ja liikevaihdon kehitys on ollut myös nopeaa etenkin sisustus- suunnittelun osalta. Myös maisemasuunnitteluala on nousussa.

Kasvuhakuinen toimiala

Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli vuo- den 2018 kyselyyn vastanneista runsaat kymme- nen prosenttia. Mahdollisuuksien mukaan kas- vavia oli yli 60 prosenttia. Näiden potentiaalisten kasvuyritysten osuus on alalla suurempi kuin koko pk-yrityskentässä keskimäärin. Asemansa säilyt- tämiseen keskittyviä vastanneista oli 20 prosent- tia, mutta myös asemien pitäminen voi edellyttää kasvua.

Yritysten keskeisiä kasvukeinoja ovat myynnin ja markkinoinnin lisääminen, tuote- ja palvelu- valikoiman laajentaminen ja etabloituminen uusil- le markkina-alueille. Alalla on siis paljon piilevää kasvuhalukkuutta, mutta yritykset voivat tarvita ul- kopuolista rahoitusta ja neuvontaa. Tällä hetkel- lä yritykset kehittävät toimintaansa kassarahoituk- sella, mikä ei useinkaan mahdollista nopeaa kasvua.

Ornamon kyselyyn vastanneista vain neljännes ilmoitti hyödyntävänsä pankkirahoitusta, rahoitusyhtiöitä tai muuta yksityistä rahoitusta. Yritystoiminnan julkisella rahoitustuella kasvuun rahoitti vain pieni osa vuoden 2018 kyselyyn vastanneista. Muotoilualan yritykset ovat hyödyntäneet muutoinkin vähän yritystoimintaan tukevien julkisten organisaatioiden neuvonta- ja koulutuspalveluja.

Kansainvälistymisestä potkua yritystoimintaan


Kansainvälistyminen voisi olla muotoilualalla yksi tärkeä kasvun väylä. Sen avulla voidaan laajentaa markkina-aluetta ja tasata kotimaan suhdannevaihteluja. Vuoden 2018 kyselyyn vastanneista runsaalla kymmenesosalla ulkomainen toiminta on jo vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää. Kolmannes yrityksistä on panostanut puolestaan voimakkaasti tai jonkin verran kansainvälistymiseen.

Lisäksi runsaat kymmenen prosenttia haluaisi kansainvälistyä, mutta siinä on ongelmia. Kyselyjen mukaan satunnaisia asiakkaita voi kyllä löytyä, mutta se ei tarkoita vielä todellista kansainvälistymistä, koska toiminnalla ei ole jatkuvuutta. Kansainvälistymistä estävät usein rahoituksen ja ulkomaisten partnerien, kuten laadukkaiden alihankkijoiden, myyntikanavien ja jälleenmyyjien puute.

Ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten päämarkkina-alueet löytyvät Pohjoismaista ja muista EU-maista. Molemmilla alueilla toimintaa on ollut vajaalla kolmanneksella vuoden 2018 kyselyyn vastanneista. Kolmantena tulevat Pohjois-Amerikan maat 15 prosentin osuudella. Osa yrityksistä on osoittanut kasvavaa kiinnostusta Kiinaa, muita Aasian maita ja Venäjää kohtaan.

Aineettoman omaisuuden suojeleminen tärkeää

Lähes 50 prosenttia vuoden 2018 kyselyyn osallistuneista muotoilualan yrityksistä piti aineettoman omaisuuden suojausta erittäin tai melko tärkeänä, jos mukaan ei oteta niitä vastaajia, joilla ei ollut mielipidettä asiasta. Yleisimmät tavat hankkia suojausta ovat teollisoikeuksien rekisteröinti tai tekijänoikeudellisen suojauksen hankkiminen sopimusteitse tai suoraan lain nojalla.

Vaikka aineettoman omaisuuden suojaus koetaan periaatteessa tärkeäksi, vajaat 50 prosenttia vastanneista yrityksistä ei ollut suojannut tuotteitaan, palvelujaan tai taideteoksiaan millään lailla ja vain joka kymmenennellä on laadittuna oma IPR-strategia.⁴⁰ Aineettomien oikeuksien suojaamattomuuden syitä voivat olla sen kalleus, asiantuntemuksen puute tai asiaan liittyvä byrokratia. 

40 Huom ! Aineettomien oikeuksien käytöstä saadut korvaukset ovat Ornamon vuoden 2018 kyselyjen mukaan pääasiassa kertakorvauksia.

Liite1 Suhdannekyselyyn vastanneiden profiili

Ornamo ry:n muotoilualan yrittäjyyttä ja markkinatilannetta kartoittava suhdannekysely suoritettiin kesä-heinäkuussa 2018 avoimen nettilinkin kautta. Määräaikoihin mennessä kyselyyn saatiin 119 vastausta, joista osa vastasi vain yrittäjän ja / tai yrityksen profiilia koskeviin peruskysymyksiin. Vastajat eivät siis vastanneet eri syistä johtuen kaikkiin kysymyksiin esimerkiksi siitä syystä, että heillä ei ollut mielipidettä tai tietämystä asiasta. Vastanneiden yritysten/yrittäjien määrä oli pienempi kuin vuonna 2017, jolloin kyselyyn saatiin yhteensä 139 vastausta (Kuvio 1).

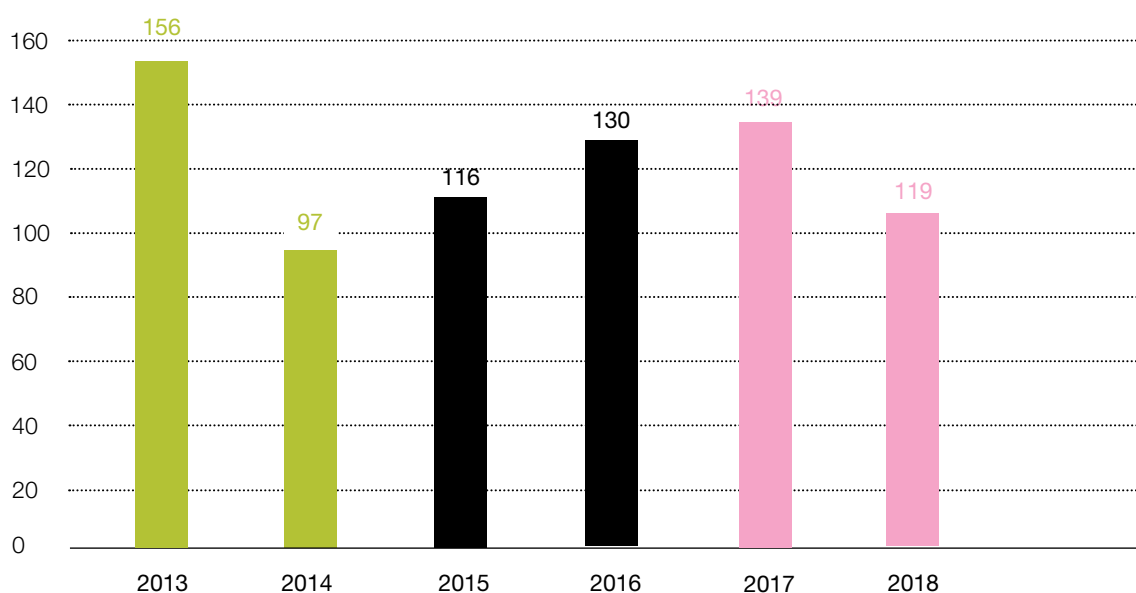
Vastajien taustat

Vuoden 2018 suhdannekyselyyn vastanneista muotoilutoimistoja oli 22 prosenttia ja sisustusarkkitehtitoimistoja 17 prosenttia. Seuraavaksi eniten oli taideteollisia tuotteita piensarjatuotantoa valmistavia yrityksiä, teollista sarjatuotannossa toimivia yrityksiä ja puhtaasti taidealalla toi-

mivia yrittäjiä (Kuvio 2). Vastanneista enemmistö toimi pääasiassa palvelualoilla. Pelkästään palvelualoilla (muotoilutoimistot, konsulttiyritykset, yms.) toimi 40 prosenttia. Pääasiassa tuotteiden valmistusta harjoittavia yrityksiä oli runsas kolmannes vastanneista (teollinen tuotanto, käsityöala) (Kuvio 3).

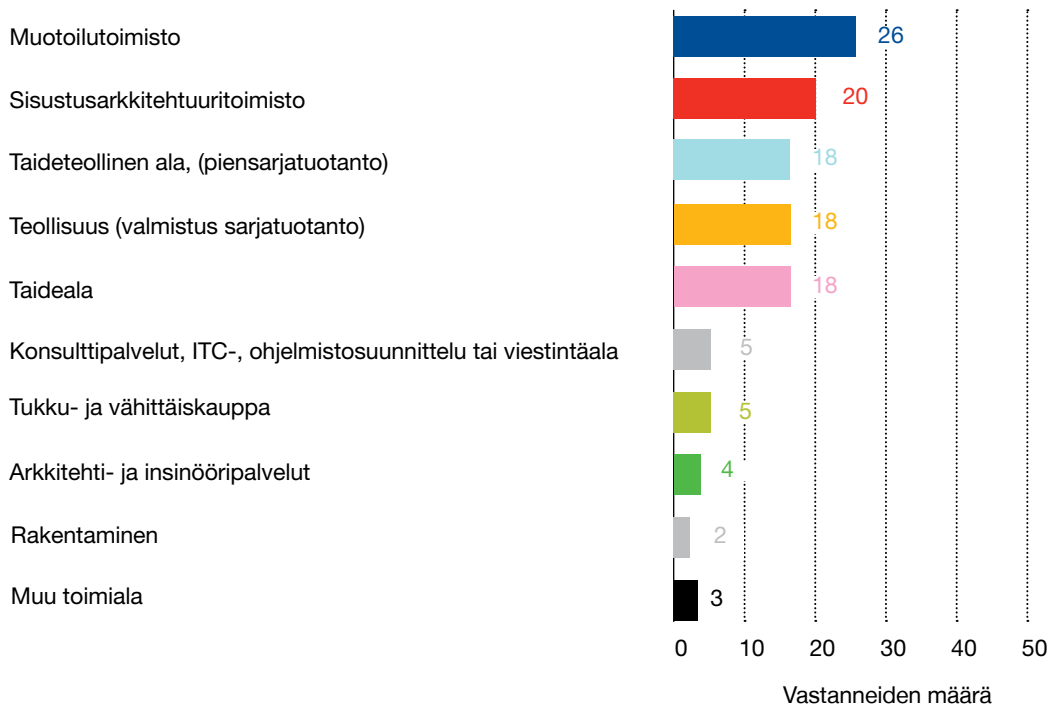
Pääosa kyselyyn vastanneista oli mikroyrityksiä, sillä 89 prosenttia työllisti alle kymmenen henkilöä. Niistäkin 62 prosenttiyksikköä työllisti alle kaksi henkilöä, eli ne työllistävät useimmiten vain yrittäjän itsensä pää- tai osatoimimisesti (Kuvio 4). Toisaalta kyselyyn vastanneiden yritysten kokorakenne ei poikkea tässä suhteessa Suomen kaikkien yritysten profiilista, sillä Tilastokeskuksen yritystilastojen mukaan kaikista yrityksistä noin kaksi kolmasosa työllistää alle kaksi henkilöä ja yli kymmenen henkilöä työllistäviä on vain seitsemän prosenttia yrityskannasta.

Kuvio 1. Ornamo ry:n suhdannekyselyihin vastanneiden yritysten määrä 2013–18, lkm



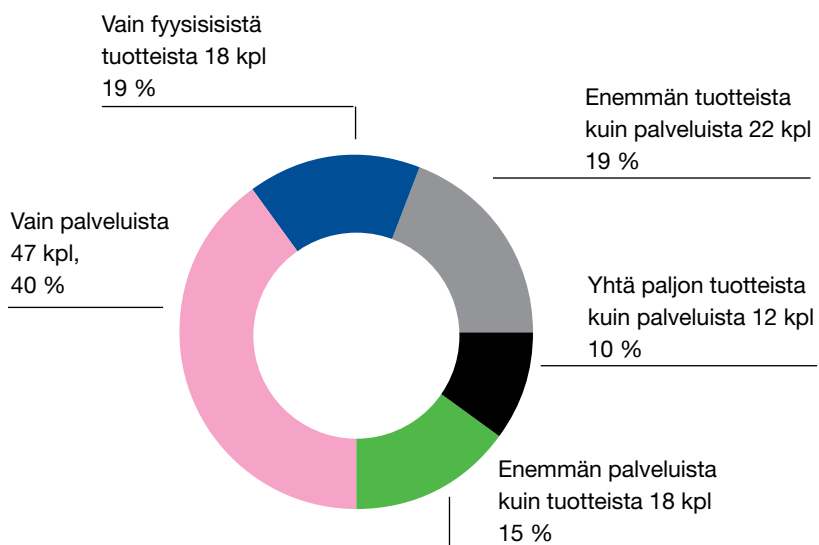
(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2018) © ORNAMO RY

Kuvio 2. Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet yritykset päätoimialoittain 2018



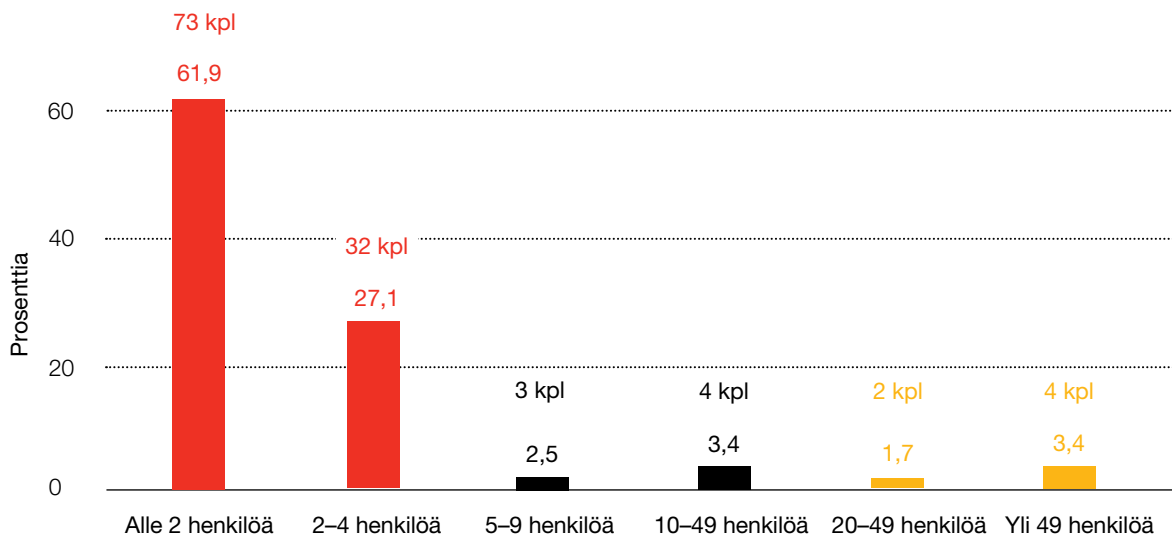
(Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2015) © ORNAMO RY

Kuvio 3. Ornamon suhdannekyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdon rakenne 2018



© ORNAMO RY

Kuvio 4. Ornamon suhdannekyselyyn vastanneiden yritysten henkilöstön kokorakenne 2018



© ORNAMO RY

Liikevaihdon mukaan jaettuna vain neljäsosassa Ornamon kyselyyn vastanneista yrityksistä liikevaihto ylitti 100 000 euroa (Kuvio 5). Yleisellä tasolla katsottuna vain vähintään tämänkokoinen yritys voisi toimia työnantajana. Vajaassa kolmanneksessa liikevaihto oli 30 000–99 999 euroa. Näistä osa saattaa olla sivutoimisten yrittäjien hallinnassa, sillä oikeastaan vain 50 000 liikevaihto voisi mahdollistaa päätoimisen yrittäjyyden. Noin neljäsosassa yrityksiä liikevaihto oli 10 000–29 999 euroa ja viidesosassa liikevaihto jäi alle kymmeneentuhanteen euroon.⁴¹

Pienestä yrityskoosta kertoo myös yritysten oikeudellinen muoto. Noin 42 prosenttia vastanneista oli yksityisiä elinkeinonharjoittajia (ammatin- ja liikkeenharjoittajia⁴²), joita kutsutaan puhekielessä toiminimiyrittäjiksi tai yritysmuotoa pelkästään toiminimeksi.⁴³ Osakeyhtiömuotoi-

sia vastanneista oli 41 prosenttia. Henkilöyhtiöitä (avoin yhtiö tai kommandiittiyhtiö) kyselyyn vastanneista oli seitsemän prosenttia, minkä lisäksi joukossa oli muutamia osuuskuntia (Kuvio 6). Yritysmuodolla on vaikutuksia yrittäjien taloudellisiin vastuisiin ja verotukseen.

Toiminimessä taloudelliset riskit ovat yrittäjän henkilökohtaisia riskejä. Sama koskee henkilöyhtiöiden (vastuunalaisia) yhtiömiehiä. Sen sijaan osakeyhtiö on omistajista erillinen, itsenäinen oikeushenkilö, joka vastaa itse omista velvoitteistaan. Verotuksellisesti elinkeinotoiminnan tulosta verotetaan toiminimessä yrittäjän ja henkilöyhtiöissä yhtiömiesten tulona.^{44 45} Sitä vastoin osakeyhtiö on itsenäinen verovelvollinen, jota verotetaan yhteisöverokannan (nykyisin 20 %) mukaan. Tulo verotetaan osakeyhtiön tulona, joka ei sellaisenaan vaikuta osakkaan verotukseen.⁴⁶

41 Arvonlisäverotuksessa yrityksen, jonka 12 kuukauden liikevaihto on enintään 10 000 euroa, ei tarvitse rekisteröityä arvonlisäverovelvollisten rekisteriin muuta kuin vapaaehtoisesti. Yritys, jonka liikevaihto on yli 10 000 euroa mutta alle 30 000 euroa voi saada puolestaan huojennuksen osasta arvonlisäveroa. Liikevaihto ratkaisee huojennuksen suuruuden, mutta yritysmuoto ei vaikuta huojennuksen määrään.

42 Ammatin- ja liikkeenharjoittajat ovat nykyään lähinnä verohallinnon käyttämiä nimityksiä erityyppisistä elinkeinonharjoittajista. Molempiin ryhmiin kuuluvat ovat voineet pitää yhdenkertaista kirjanpitoa vuodesta 2016 lukien, mutta liikkeenharjoittajien on edelleen oikaistava kirjanpito suoriteperusteiseksi verotusta varten. Liikkeenharjoittajiksi on kutsuttu perinteisesti niitä yrittäjiä, jotka harjoittavat elinkeinotoimintaa kiinteästä toimipaikasta käsin (kauppaliike).

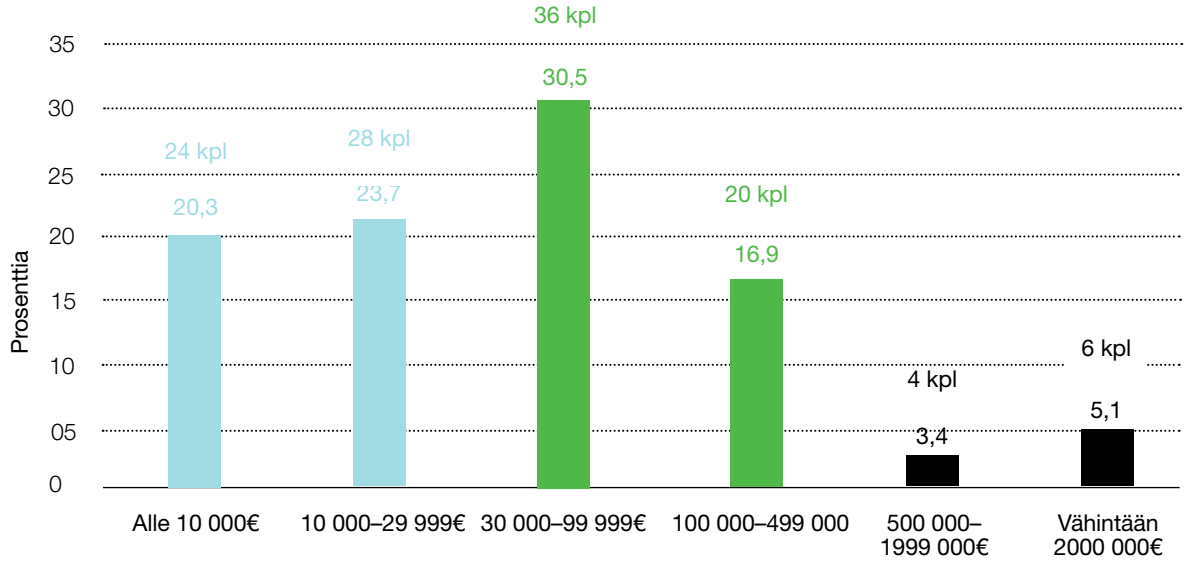
43 Virallisesti lainsäädännössä toiminimellä tarkoitetaan kuitenkin yrityksen nimeä.

44 Henkilöyhtiön tulo jaetaan yhtiömiesten tulona verotettavaksi niiden osuuksien mukaan, jotka heillä on henkilöyhtiön tulon (ns. suora osakasverotus). Jako perustuu käytännössä yhtiösopimuksen määräyksiin voitto-osuuksista.

45 Yksityiset elinkeinonharjoittajat ja henkilöyhtiöiden vastuunalaiset yhtiömiehet ovat saaneet verotuksessa viiden prosentin ylimääräisen vähennyksen (yrittäjävähennys) yrittäjän veronalaisesta tulosta verovuodesta 2017 lukien.

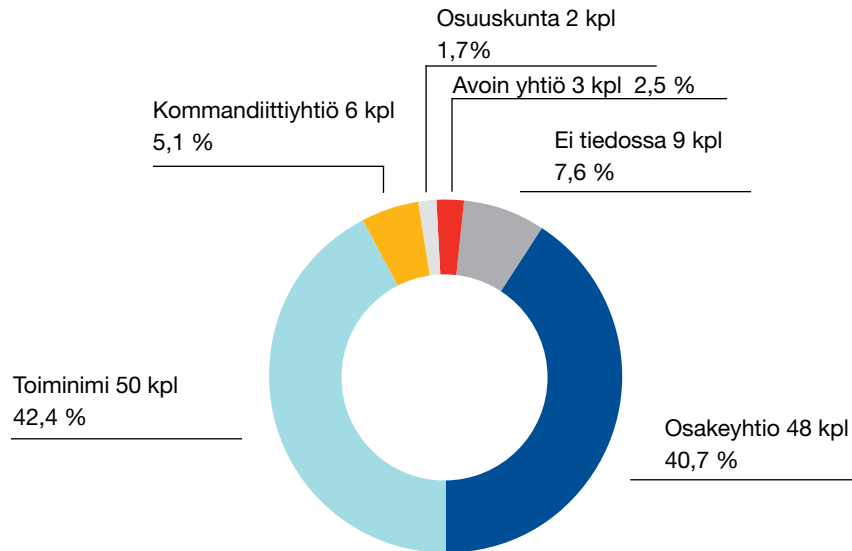
46 Lisätietoja yritysmuodoista on saatavilla esimerkiksi Suomen Yrittäjien verkkosivuilla (www.yrittajat.fi).

Kuvio 5. Ornamon suhdannekyselyn vastanneet yritykset liikevaihdon mukaan 2018



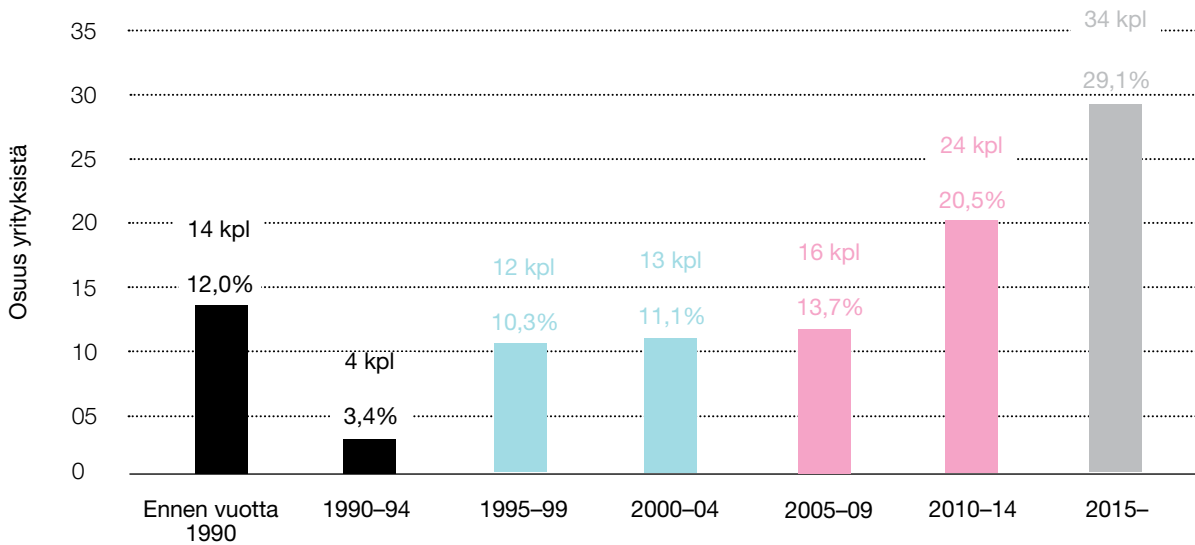
© ORNAMO RY

Kuvio 6. Ornamon suhdannekyselyn vastanneet yritykset oikeudellisen muodon mukaan 2018



© ORNAMO RY

Kuvio 7. Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet yritykset perustamisvuoden mukaan 2018



© ORNAMO RY

Kuvio 8. Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet tärkeimmät asiakastoimialat 2018



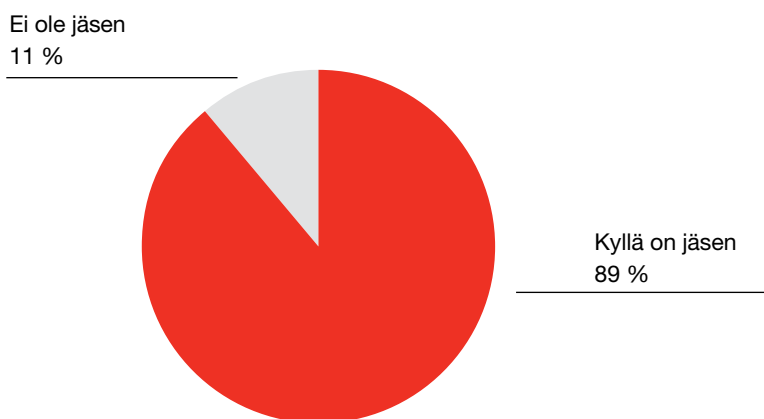
© ORNAMO RY

Liite 2 Suhdannekyselyyn vastanneet edunvalvontajärjestöissä

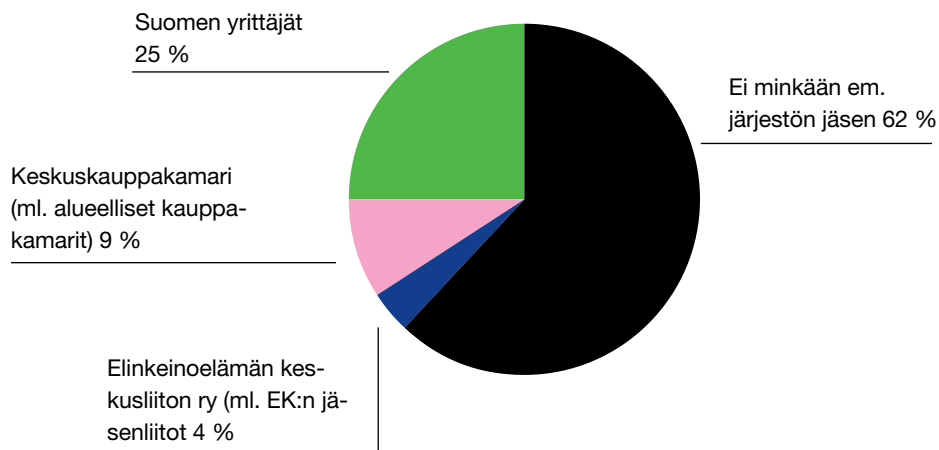
Vuoden 2018 suhdannekyselyyn vastanneista 89 prosenttia oli Ornamo ry:n jäseniä. Liiton ulkopuolisia vastanneiden joukossa oli yksitoista prosenttia. Runsas neljännes vastanneista oli Suomen Yrittäjät ry:n jäseniä. Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry:n jäsenistöön kuului viisi prosenttia vas-

tanneista. Keskuskauppakamarin ja alueellisten kauppakamarien jäseniä oli kymmenen prosenttia. Elinkeinoelämän edistämisen- ja toimialajärjestöjen jäsenyydet (pl. Ornamo jäsenyys) ovat hieman tavallisempia suurempien muotoilualan yritysten keskuudessa.

Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden jäsenyys Ornamossa 2018



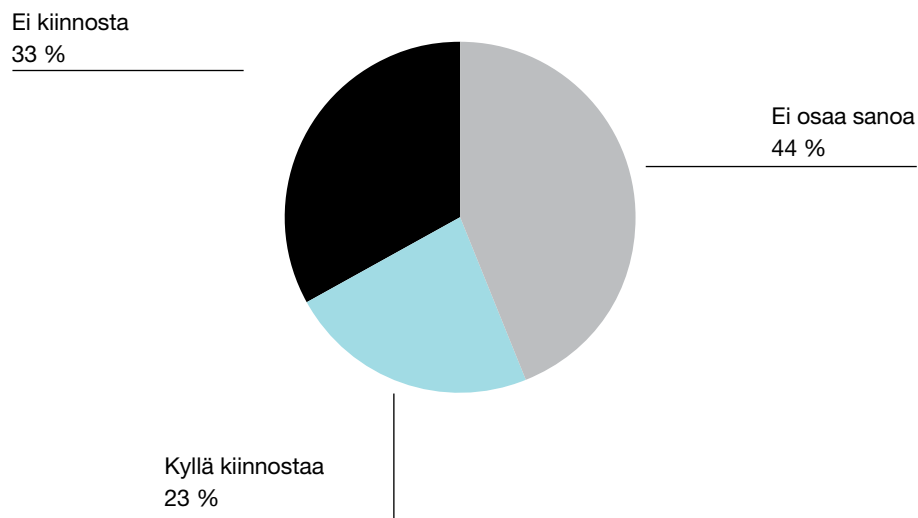
Kuvio 2. Kyselyyn vastanneiden jäsenyys elinkeinoelämän järjestöissä 2018



Juuri Ornamolta vastaajat toivoivat enemmän verkottumistilaisuuksia potentiaalisten asiakkaiden ja yrittäjäkollegojen kanssa sekä neuvontaa ja apua rahoituksen hakemiseen. Koulutuksen puolella on kysyntää korkeatasoisesta ammatti- ja asiantuntijakoulutuksesta yrittäjillä. Tässä voisi hyödyntää verkkokoulutusta tai digitaalista oppimista. Sen hyötyjä voisivat olla nopeus, kustannusten ja ajansäästö, toistettavuus, koulutuksen sisällön ja laadun yhdenmukaisuus sekä mahdollisuus monenkeskiseen asiantuntijuuden vaihtoon ja vuoropuheluun.

Yhtenä uutena ideana esitettiin myös, että Ornamon jäsenet voisivat järjestää erilaisia koulutus-tilaisuuksia toisilleen liiton kautta. Koulutuksen kohteena voisivat olla esimerkiksi uudet materiaalit, valmistustekniikat ja toimintamallit. Tällainen koulutusmalli voisi tarjota uuden käytännön tavan olla aktiivinen liiton piirissä. Jotkut vastaajat toivoivat palkka- ja sopimustietoa ja lakiasiapalveluja. Tosin vain runsas viidennes vastaajista osoitti kiinnostusta Suomen Yrittäjien palvelupakettiin Ornamon yritysjäsenenä, joskin yli 40 prosenttia ei osannut vastata kysymykseen.

Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden kiinnostus Suomen Yrittäjien palvelupakettiin Ornamon yritysjäsenenä 2018



Liite 3 Muotoilun käsitteitä ja ulottuvuuksia

Muotoilu tai Design on käsitteenä laaja-alainen. Englanninkielinen lainasana Design pohjautuu latinan Designo-sanaan. Alun perin Design on tarkoittanut suunnitelmaa, luonnosta tai piirustusta. Esimerkiksi 1600-luvun Ruotsissa, johon Suomi silloin kuului, käytettiin käsitettä dessein sanan alkuperäisessä merkityksessä. Muotoilulla tarkoitetaan muun muassa esineen rakennetta, muodon suunnittelua tai sen valmistusprosessia ideatasolta valmiiksi tuotteeksi saakka. Muotoilussa tärkeitä näkökulmia ovat toiminnallisuus, esteettisyys sekä loppukäyttäjien tarpeet.

Muotoilu voidaan määritellä ammattimaiseksi ja luovaksi työskentelytavaksi, jossa varsinkin toiminnallisuus ja esteettisyys ovat kantavia tekijöitä. Ammattimaisuuden vaatimus sulkee pois harrastelijatoiminnan, joka pohjautuu pelkästään muun muassa yleisiin mielityksiin. Luovalla työskentelyllä painotetaan muotoilutyön merkitystä osana kehitysprosessia eikä toimimista olemassa olevien mallien puitteissa. Toiminnallisuuden ja esteettisyyden vaatimukset korostavat sitä, että kysymys ei ole ainoastaan esimerkiksi esineen fyysisestä muodosta.⁴⁷

Muotoilu voidaan määritellä paitsi tuotekehitykseksi kuin myös monitieteelliseksi tavaksi ratkaista ongelmia. Muotoilun avulla pystytään tuottamaan fyysisille esineille, ympäristöille, prosesseille ja palveluille toivottuja laatuominaisuuksia koko niiden elinkaarta silmällä pitäen.

Hyviin ominaisuuksiin kuuluvat parempi käytettävyys, huolettavuus, esteettömyys, ergonomisuus, ekologisuus (ympäristöystävällisyys), kustannustehokkuus, toimivuus, viihtyisyys tai määrätyn brändin (tuotemerkin tunnettavuus) houkuttelevuus.⁴⁸

Asiantuntijoiden mukaan hyvin hoidettu tuotepalvelubrändi on yritykselle arvokasta pääomaa ja paras keino erottautua kilpailijoista, mitä voidaan pitää tärkeänä yrityksen menestystekijänä. Hyvä brändi tarjoaa tuotteelle ja palvelulle tiettyä lisäarvoa, johon kilpailijat eivät pysty. Tosin vahvan brändin rakentaminen vaatii pitkäjänteistä ja johdonmukaista kehitystyötä, osin vaistonvaraisesti tehtyjä oikeita valintoja, jotka perustuvat empaattiseen kykyyn nähdä palvelun, tuotteen tai vaikkapa kaupunkitilan käyttäjien tai loppukuluttajien todelliset tarpeet.

Muotoilun käyttö on laajentunut jalostus- ja palvelutoimialoille, mikä näkyy immateriaalisen suunnittelun kasvuna perinteisen tuotesuunnittelun rinnalla ja strategisen suunnittelun kehityksenä palveluteollisuudessa. Muotoilua tehokkaasti hyödyntäviä kasvavia alueita ovat digitaalisten sisältöjen suunnittelu ja pelisuunnittelu. 2000-luvun alusta lukien on puhuttu myös palvelumuotoilusta (ServiceDesign), mikä korostaa esinemuotoilussa käytetyn muotoiluajattelun eli muotoilun prosessien, taitojen ja menetelmien hyödyntämistä palvelujen tuotannossa.

47 Design är en arbetsprocess för att utveckla lösningar på ett medvetet och innovativt sätt där både funktionella och este-tiska krav ingår med utgångspunkt från brukarens behov. Design tillämpas för utveckling av varor, tjänster, processer, budskap och miljöer (ks. Stiftelsen Svensk IndustriDesign, www.svid.se).

48 Brändi –sana tulee englannin kielestä ”brand”, mikä tarkoittaa polttomerkitsemistä. Brändin arvo muodostuu yrityksen nimen (logon) ja tuotemerkin tunnettuudesta, asiakkaiden merkkiuskollisuudesta, brändin mukanaan tuomasta laadun tunteesta ja brändiin liitetyistä mielikuvista. Brändin merkitys on laaja-alainen, sillä sen sanotaan vahvistavan käyttäjänsä (kuluttajien) omaa identiteettiä.

ServiceDesign

Palvelumuotoilu on noin parinkymmenen vuoden ikäinen tieteen tai osaamisen haara, jonka pioneerina on pidetty Birgit Mageria Köln International School of Design:ta. Palvelumuotoiluajattelun taustalla oli näkemys siitä, että monet markkinoilla myytävät palvelut sisältävät teknistä osaamista, mutta ne eivät olleet käyttäjäystävällisiä. Palveluja olivat suunnitelleet insinöörit, tietotekniikka-alan asiantuntijat, kaupan tai markkinoinnin asiantuntijat, jotka olivat unohtaneet kiinnittää riittävästi huomiota tai testata asiakkaan palvelusta saamaa käyttökokemusta.

Palvelumuotoilulle läheinen synonyymi on palvelusuunnittelu, mutta sanalla ”muotoilu” palvelun tuotantoprosessiin on haluttu saada laajempi merkitys kuin pelkkä suunnittelu on. Palvelumuotoilun yhtenä tärkeänä tavoitteena on asiakaslähtöinen palvelukokemus siten, että palvelu vastaisi mahdollisimman hyvin loppukäyttäjän, kuten julkisyhteisöjen, yritysten ja muiden yksityisten yhteisöjen tarpeita ja palveluntuottajan liiketoiminnallisia tavoitteita. Loppukäyttäjän näkökulmat saadaan mukaan myös ottamalla asiakkaat mukaan palvelujen kehittämiseen.

Loppukäyttäjän tai asiakasorganisaation ottamista mukaan palvelujen muotoiluun voi tarkoittaa esimerkiksi asiakasorganisaatiossa oleva osaamisen hyödyntämistä uudella tavalla tai täydentämistä ulkopuolelta tulevaan osaamiseen (Participatory, Co-Design tai Co-Creation). Co-Creation onkin toimintaa, jossa yhdistetään palvelujen käyttäjän ja ulkopuolisen palveluntuottajan osaamista. Palvelumuotoilun kehittymisen taustalla on kansantalouksien muutos elämystaloudeksi, jossa palvelujen käyttäjät maksavat enemmän elämyksistä kuin pelkistä tuotteista. ⁴⁹

Palvelumuotoilu on dynaaminen prosessi, jolla on läheinen yhteys palveluinnovaation käsitteeseen ja syntyyn. Palveluinnovaatio voi merkitä yrityselämässä uutta liiketoimintaa tai julkisessa palvelutuotannossa uutta tapaa tuottaa verovaroin rahoitettuja hyvinvointipalveluja. Uusi palvelukonsepti voi olla idea palvelukokonaisuudesta, joka tarjoaa uuden tavan lähestyä ongelmaa, vaikka ky-

symys ei ole fyysisesti uudesta palvelusta tai tuotteesta. Palveluinnovaatiot voivat olla myös työn uudenlaista organisointia ja työolosuhteita, mikä nostaa organisaation tuottavuutta.

Palvelukonseptien luonti on eri teknologioiden, palvelujen ja käyttöoikeuksien yhdistämistä, sillä uudet innovaatiot ja liiketoimintamallit syntyvät usein perinteisten toimialojen ja uusien klustereiden rajapinnoilla. Toimintaympäristön digitalisointuminen ja digitaalisten palvelujen lisääntyvä hyödyntäminen tarjoavat palvelujen kuluttamiselle ja myös fyysisten esineiden tuotantoprosessille aivan uudenlaiset puitteet, minkä ansiosta tuotesuunnittelun ja palvelumuotoilun mahdollisuudet ovat monipuolisemmat kuin koskaan aikaisemmin historiassa.

Käytännössä palvelumuotoilussa kiinnitetään huomiota erilaisiin kontaktipisteisiin, ⁵⁰ joiden kautta palvelut koetaan, aistitaan ja nähdään. Kontaktipisteet jaetaan palvelumuotoilua koskevassa kirjallisuudessa neljään luokkaan, joita ovat tilat, esineet, prosessit ja ihmiset. Palveluprosessissa tilat ovat paikkoja, jossa palvelu tuotetaan asiakkaalle. Niitä voivat olla fyysiset toimitilat, kuten myymälät, toimistot tai ravintola tai virtuaaliset tilat, kuten Internet (verkkosivusto) tai puhelin. Tilojen muotoilu vaikuttaa asiakkaan käyttäytymisen ja palvelukokemukseen. ⁵¹

Palveluun kuuluvat esineet sijoittuvat tiloihin tai muuhun ympäristöön. Esineiden, kuten ravintolan ruokalistan, on tarkoitus synnyttää vuorovaikutusta palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä. Esineet voivat olla monimutkaisia ja isoja laitteita, kuten huvipuiston karuselleja tai yksinkertaisia ja pieniä, kuten ravintolan kahvimukeja ja lusikoita. Palvelumuotoilussa esineet voivat olla myös palvelun tuotantoon tarvittavia esineitä, kuten terveysaseman röntgenlaitteita, joita vain henkilökunta käyttää, mutta ne ovat asiakkaalle näkyviä ja vaikuttavat palvelukokemukseen.

Prosessit määrittävät palvelun tuotantotavan. Palveluissa kaikki prosessit ja rutiinit voidaan määrittää pienintä yksityiskohtaa myöten, kuten kuinka tarjoilija tervehtii ja palvelee asiakasta

49 Elämystaloudessa palveluista pyritään tekemään muistettavia kokemuksia pelkän tarpeiden välittömän tyydyttämisen sijasta. Silloin on tärkeää tunnistaa, mitä kuluttajat haluavat ja mitä palvelun tulee heille tarjota. Voidaan kuitenkin todeta, että kuluttajien saamat kokemukset voivat olla hyvin yksilökohtaisia ja niihin on mahdollista vaikuttaa vain rajoitetusti, mikä tekee palvelumuotoilusta haasteellista.

50 Service touchpoints.

hänen istuessaan ravintolapöytään. Palvelujen tuottamiseen tarvittavia prosesseja voidaan muuttaa ja kehittää vaikka tarpeen vaatiessa. Palveluun tuottamiseen tarvitaan usein myös ihmisiä. Palveluprosessissa ihmiset jaotellaan asiakkaisiin ja asiakaspalvelijoihin. Palvelu muodostuu näiden välisestä vuorovaikutuksesta. Esimerkkinä on lääkärin ja potilaan kohtaaminen.

Kontaktipisteiden avulla jokainen palvelutuotio⁵² voidaan muotoilla asiakkaan tarpeita ja odotuksia vastaavaksi. Suunniteltaessa tiettyä palvelutuotiota on mietittävä, mitkä kontaktipisteet ovat asiakkaan kannalta tärkeitä ja oleellisia, ja mitkä kontaktipisteet tuovat asiakkaalle paljon arvoa vähin kustannuksin. Vaikka palveluun on suunniteltu jokin tietty palvelun tuotantoprosessi, asiakkaat voivat kulkea palvelupolun⁵³ läpi oman yksilöllisen reittinsä mukaan. Asioita voi tehdä myös usealla eri tavalla, ja asiakkaalle voidaan tarjota vaihtoehtoisia tapoja saada palvelua.

Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että muotoilua voidaan kuvata tänä päivänä seuraavasti (Ornamon määritelmä vuodelta 2017):

”Muotoilu tarkoittaa paitsi tuote- ja palvelukehitystä, myös erilaisia monitieteisiä tapoja ratkaista tuotevalmistajien ja palveluntarjoajien ja heidän asiakkaidensa haasteita. Muotoilun keinoin esineille, ympäristöille, prosesseille ja palveluille pystytään tuottamaan paremmin käyttäjälähtöisyyttä ja toivottuja laatuominaisuuksia.

Muotoilun osa-alueita ovat muun muassa teollinen muotoilu, tuotemuotoilu, palvelumuotoilu, tekstiili- ja pakkaussuunnittelu, tila- ja kaupunkisuunnittelu ja digitaalisen käyttökohteen muotoilu.

Palvelumuotoilu tarkoittaa palvelujen kehittämistä, suunnittelua ja tuottamista muotoilun menetelmin. Siinä on tavoitteena palvelukokemuksen asiakaslähtöinen tarjoaminen siten, että tuotettu palvelu vastaa mahdollisimman hyvin asiakkaiden tarpeita ja palveluntuottajan liiketoiminnallisia tavoitteita.

Muotoilun uusia sovellutusalueita ovat esimerkiksi strateginen muotoilu, jossa muotoilun avulla kehitetään yrityksen liiketoimintaa kokonaisuudessaan.”

51 Esimerkiksi sisustus, valaistus, äänet ja tuoksut ovat tilojen muotoitavia ominaisuuksia.

52 Service moments.

53 Service string, customer journey.

Liitetaulukkoita

1. Muotoilualan yritysten arviot yleisistä kysyntä- ja suhdannenäkymistä seuraavan vuoden ja kolmen vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2013–18 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
2016–2017	49,6	39,4	11,0	38,6
2017–2018	55,3	36,9	7,8	47,6
2018–2019	56,1	34,6	9,3	46,7
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
2016–2019	73,6	20,7	5,8	67,8
2017–2020	71,4	23,5	5,1	66,3
2018–2021	66,0	22,0	12,0	54,0

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

2. Muotoilualan yritysten liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön kehitys viimeksi kuluneen vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2013–18 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
2015–2016	50,8	26,7	22,5	28,3
2016–2017	61,4	33,7	4,8	56,6
2017–2018	47,4	27,8	24,7	22,7
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
2015–2016	43,7	32,8	23,5	20,2
2016–2017	40,0	48,9	11,1	28,9
2017–2018	35,8	49,5	14,7	21,1
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
2015–2016	26,7	61,2	12,1	14,7
2016–2017	25,0	60,2	14,8	10,2
2017–2018	25,8	62,4	11,8	14,0
Henkilöstö				
2012–2013	9,8	83,5	6,8	3,0
2013–2014	13,6	80,7	5,7	8,0
2014–2015	19,4	72,2	8,3	11,1
2015–2016	14,4	81,4	4,2	10,2
2016–2017	19,8	75,8	4,4	15,4
2015–2018	12,0	84,8	3,3	8,7

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

3. Muotoilualan yritysten liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön kasvuodotukset seuraavan vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2013–18 vastanneista

	Parempi, %	Pysyy ennallaan, %	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
2016–2017	72,4	20,3	7,3	65,0
2017–2018	78,7	14,9	6,4	72,3
2018–2019	70,4	20,4	9,2	
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
2016–2017	69,7	23,0	7,4	62,3
2017–2018	70,7	28,3	1,1	69,6
2018–2019	60,4	34,4	5,2	
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
2016–2017	26,2	66,4	7,4	18,9
2017–2018	26,7	58,9	14,4	12,2
2018–2019	18,8	71,9	9,4	
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
2016–2017	23,8	75,4	0,8	23,0
2017–2018	25,5	72,3	2,1	23,4
2018–2019	26,0	70,8	3,1	22,9

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

4. Muotoilualan yritysten kasvuhakuisuus (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2018, prosenttia vastanneista

	2013, %	2014, %	2015, %	2016, %	2017, %	2018, %
Voimakkaasti kasvuhakuinen	9,7	11,3	15,7	12,3	11,8	12,6
Kasvaa mahdollisuuksien mukaan	56,9	62,9	60,0	63,1	63,6	61,3
Pyrkii säilyttämään nykyisen asemansa	19,4	19,6	20,0	20,8	19,1	19,8
Ei ole kasvutavoitteita	7,6	2,1	2,6	3,8	5,5	6,3
Yritystoiminta loppumassa	6,3	4,1	1,7			
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

5. Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2018, prosenttia kasvuhakuisista vastanneista

	2013, %	2014, %	2015, %	2016, %	2017, %	2018, %
Uudet maantieteelliset markkina-alueet (ml. ulkomaat)	33,7	30,6	25,6	17,3	20,3	21,8
Myyntin ja markkinoinnin lisääminen	27,4	34,7	43	48,0	41,8	38,5
Uusien tuotteiden tai palvelujen kehittäminen, yms.	27,4	26,4	27,9	22,4	31,6	25,6
Teettämällä enemmän ali-hankinta- ja osahankintatöitä	4,2	2,8	2,3	6,1	1,3	6,4
Yritysosot, yritysjärjestelyt	1,1	2,8	–	1,0		1,3
Muut kasvukeinot	6,3	2,8	1,2	2,0	1,3	6,4
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

6. Muotoilualan yritysten ulkomaista toimintaa ja kansainvälistymistä koskevat tavoitteet (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2018, prosenttia vastanneista

	2013, %	2014, %	2015, %	2016, %	2017, %	2018,%
Kansainvälinen toiminta vakiintunutta tai tasaisesti kehittyvää	10,3	8,3	9,7	8,0	12,0	12,9
Kasvu- ja kehitysvaiheessa/panostaa voimakkaasti kv-toimintaan	14,7	13,4	15,9	16,1	19,0	9,7
Kasvu- ja kehitysvaiheessa/panostaa jonkin verran kv-toimintaan	31,6	39,2	38,1	28,6	26,0	22,8
Haluaa kansainvälistyä, mutta siinä ongelmia						11,8
Ulkomainen toiminta/vienti vähäistä	25,7	24,7	25,7	27,7	32,0	24,7
Ei lainkaan tarvetta kansainvälistyä	17,6	14,4	10,4	19,6	11,0	18,3
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

7. 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)

8. Julkisten hankintojen kehitys seuraavan kolmen vuoden aikana (pl. EOS vastanneet) vuosina 2013–2017, prosenttia vastanneista

	2013, %	2014, %	2015, %	2016, %	2017, %
Lisääntyy tuntuvasti	7,1	13,3	6,1	4,5	3,3
Kasvaa jonkin verran	31,4	24,4	19,5	37,5	39,3
Pysyy ennallaan	48,6	48,9	46,3	46,6	47,5
Vähenee jonkin verran	11,4	11,1	20,7	10,2	9,8
Vähenee selvästi	1,4	2,2	7,3	1,1	
Yhteensä	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(Lähde: Ornamon suhdannekyselyt)

