

Muotoilualan avainlukuja

Katsauksen laati Ornamon toimeksiannosta
Lith Consulting Group



Ornamon muotoilualan suhdanne- ja toimialakatsaus 2019

Ornamon vuotuinen Muotoilualan suhdannekatsaus kartoittaa suomalaisen muotoilualan tilaa ja trendejä. Vuoden 2019 suhdannekyselyt toteutettiin syksyllä 2019 ja niihin vastasi 144 muotoilualan yritystä. Muotoilun toimialatiedot perustuvat Tilastokeskuksen yritystilastoihin, joiden tiedot kootaan uusimmista mahdollisista tilinpäätöstiedoista.

Vuonna 2019 toteutetun Ornamon suhdanne- ja toimialakatsauksen mukaan muotoiluyritysten muotoilualan liikevaihto jatkaa noususuunnassa ja yritysten kannattavuus paranee. Alan liikevaihto oli vuonna 2017 11,4 miljardia euroa. Kaikki muotoilun toimialaan kuuluvat alat työllistivät yhteensä 59 000 henkilöä.

Tämän vuoden suhdannekyselyn mukaan muotoiluyritysten odotukset vuosien 2019–2020 kehityksestä ovat hyvät. 62 prosenttia kyselyihin vastanneista yrityksistä uskoo liikevaihdon lisääntyvän seuraavan vuoden aikana.

Uutena teemana vuoden 2019 suhdannekatsauksessa kysyttiin muotoiluyritysten vastuullisuusnäkemyksiä. Muotoiluyritykset painottavat vahvasti kestävän kulutuksen merkitystä. Aihetta pitää tärkeänä peräti 89 prosenttia muotoiluyrityksistä. Muotoilualalla vastuullisuuskysymykset koetaan tärkeämmiksi kuin yrityskentässä keskimäärin. Kestävään liiketoimintaan erikoistuneen FIBS ry:n Yritysvastuu 2019 -kysely osoittaa, että kaikista yrityksistä kestävää kulutusta pitää tärkeänä 62 prosenttia.

Tässä katsauksessa esitellyt luvut ja teemat:

1. Muotoilualan liikevaihto on loivassa kasvussa
2. Muotoiluyritysten määrä on kasvussa
3. Työllisyys kasvaa palvelualoilla
4. Muotoilualalla on pieniä ja ketteriä yrityksiä
5. Muotoilualan optimismi näkyy suhdanneodotuksissa
6. Muotoiluala korostaa kestävää kulutusta
7. Ekologisuus on muotoilualalle tärkeä kilpailutekijä
8. Kasvuyrityksiä on enemmän kuin Suomessa keskimäärin
9. Keskimääräistä kansainvälisempää yritystoimintaa
10. Pohjoismaat ja muut EU-maat ovat muotoilun päämarkkina-alueet
11. Julkiset hankinnat ovat tärkeitä, mutta haasteellisia
12. Muotoiluala: teollisuutta, palvelutuotantoa ja taiteellista luomista

1. Muotoilualan liikevaihto on loivassa kasvussa

Muotoilualan yritysten liikevaihto oli noin 11,4 miljardia euroa vuonna 2017.

Summasta digitaalinen muotoilu muodosti 63 prosenttia ja muotoiluintensiivisen teollisen valmistuksen osuus oli 28 prosenttia. Suurimpia teollisia toimialoja olivat puutuotteiden ja huonekalujen valmistus.

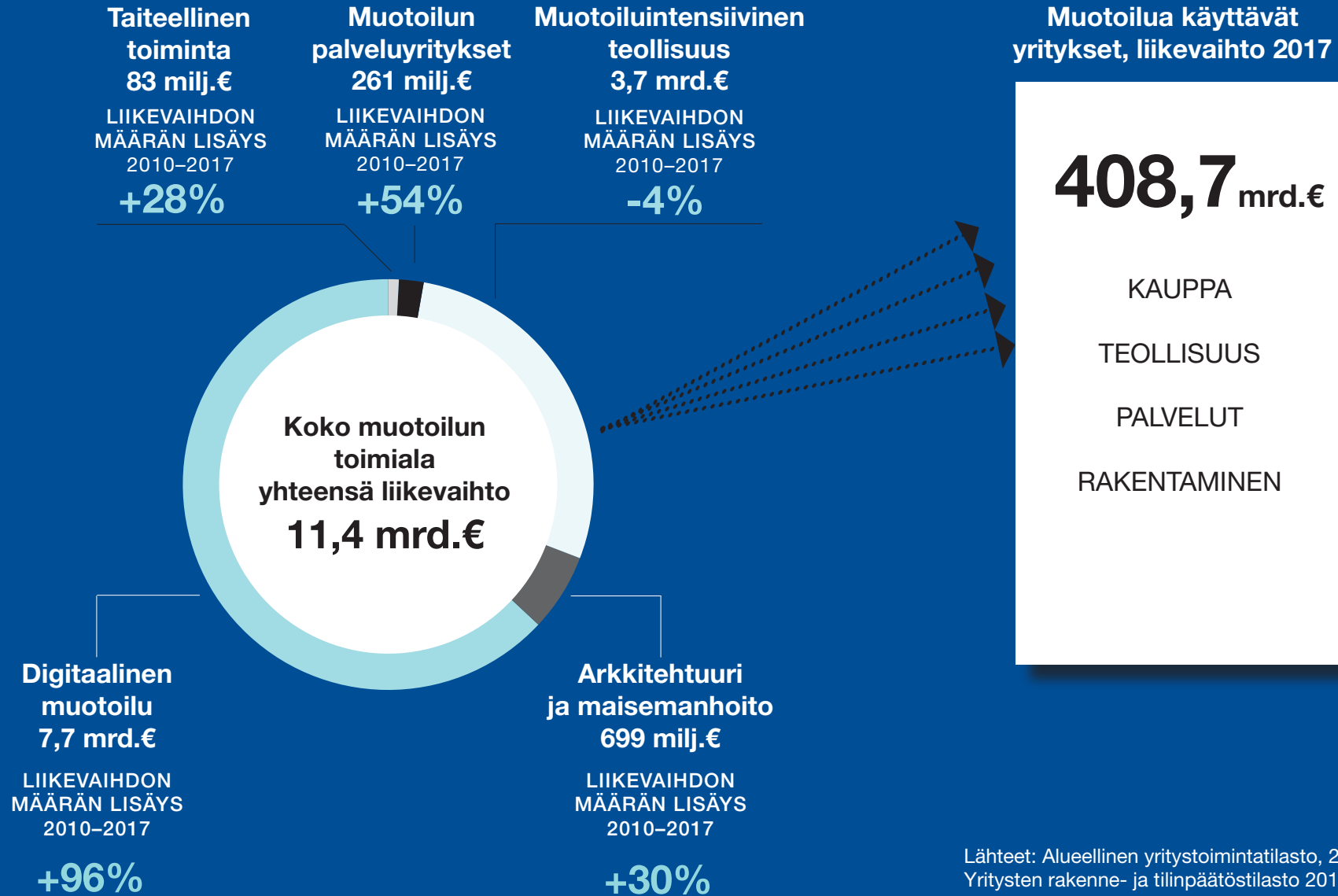
Muotoilualan palveluyritysten ja taideteosten luonnin toimialan osuus oli yhteensä yhdeksän prosenttia muotoilualasta. Muotoilualan palveluyritysten merkitys asiakasaloille on kuitenkin huomattavasti kokoaan suurempaa.

Vuosina 2010–17 liikevaihdon määrä kasvoi muotoilualan toimipaikoilla 6,5 prosenttia. Kasvu oli nopeinta muotoilutoimistoissa (12 prosenttia) ja hitainta muotoiluintensiivisten valmistuksen päätoimialoilla (2,2 prosenttia).

Muotoilualan kehitys on ollut kokonaisuudessaan parempaa kuin koko yritystoiminnassa, sillä koko yritystoiminnassa (pl. alkutuotanto) liikevaihto kohosi vain 4,4 prosenttia ja työllisyys 3,6 prosenttia vuosina 2010–17. Yritystoiminnan koko työllisyydestä toimialan osuus oli 4,2 prosenttia ja liikevaihdosta 2,8 prosenttia.

Muotoilu on merkittävä ala Suomessa

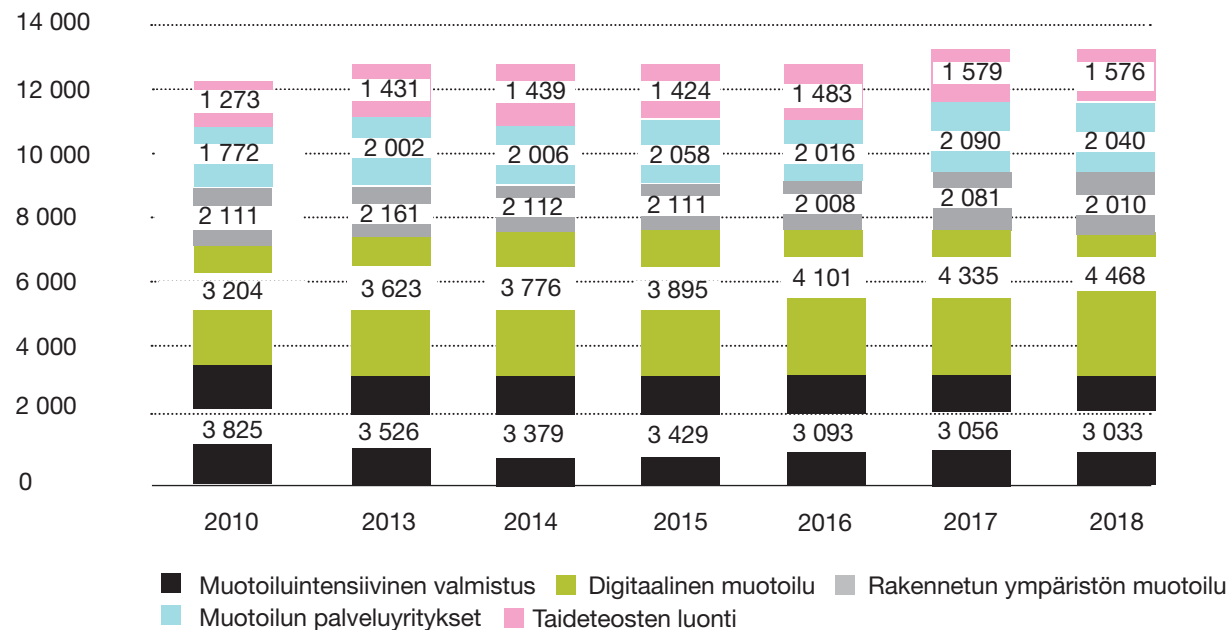
Nopeimmin kasvaa digitaalinen muotoilu



Lähteet: Alueellinen yritystoimintatilasto, 2017, Tilastokeskus
Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto 2017 Tilastokeskus.
HUOM. Yritysten määrä sisältää yksityiset elinkeinoharjoittajat

2. Muotoiluyritysten määrä on kasvussa

Muotoilualan yritykset Suomessa pääosaamisaloittain 2010–18



Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (Vuoden 2018 tiedot ennakkollisia), Tilastokeskus

Tilastokeskuksen yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastojen mukaan Suomessa toimi edellä mainittujen uusien määritelmien ja rajausten mukaan tarkasteltuna noin 13 140 muotoilualan yritystä vuonna 2017.

Yritysten lukumäärä on kasvanut vajaalla seitsemällä prosentilla eli 960 tilastoyksiköllä vuosina 2010–17. Pääosaamisaloittain tarkasteltuna yritysten määrän kasvu oli suurinta digitaalisessa muotoilussa, taide-teosten luonnissa ja muotoilutoimistojen keskuudessa.

Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistuksessa (teollisuudessa) yritysten määrä on vähentynyt noin 770 yrityksellä 2010-luvulla.

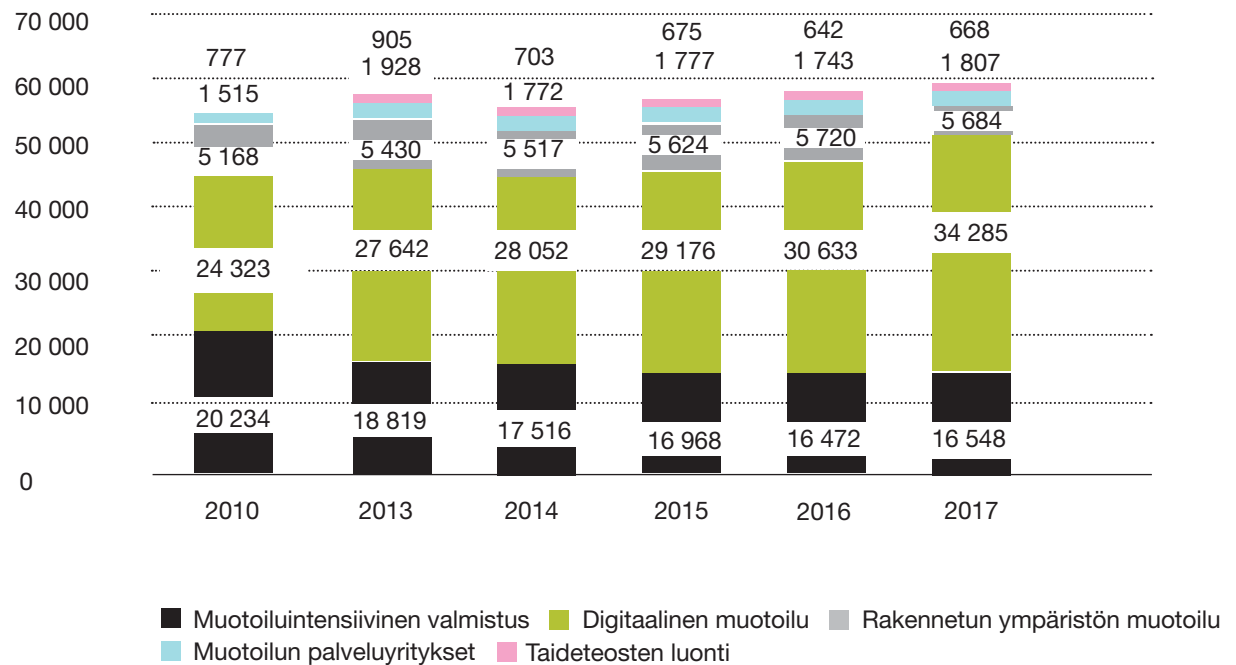
3. Työllisyys kasvaa palvelualoilla

Muotoilualan toimipaikkojen työllisyys oli Suomessa kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna noin 59 000 henkilöä vuonna 2017. Vuosina 2010–17 työllisten määrä on kasvanut 7,9 prosenttia.

Määrällinen ja suhteellinen henkilöstön lisäys oli suurinta digitaalisessa muotoilussa (44 prosenttia). Muotoilutoimistoissa työllisyys kasvoi 19 prosenttia ja rakennetun ympäristön muotoilussa kymmenen prosenttia.

Taideteosten luonnissa ja kaikilla muilla muotoiluintensiivisen teollisuuden aloilla paitsi vaatteiden ja metallituotteiden valmistuksessa työllisyys aleni.

Muotoilualan yritystoimipaikkojen henkilöstön kehitys päätoimialoittain 2010–17



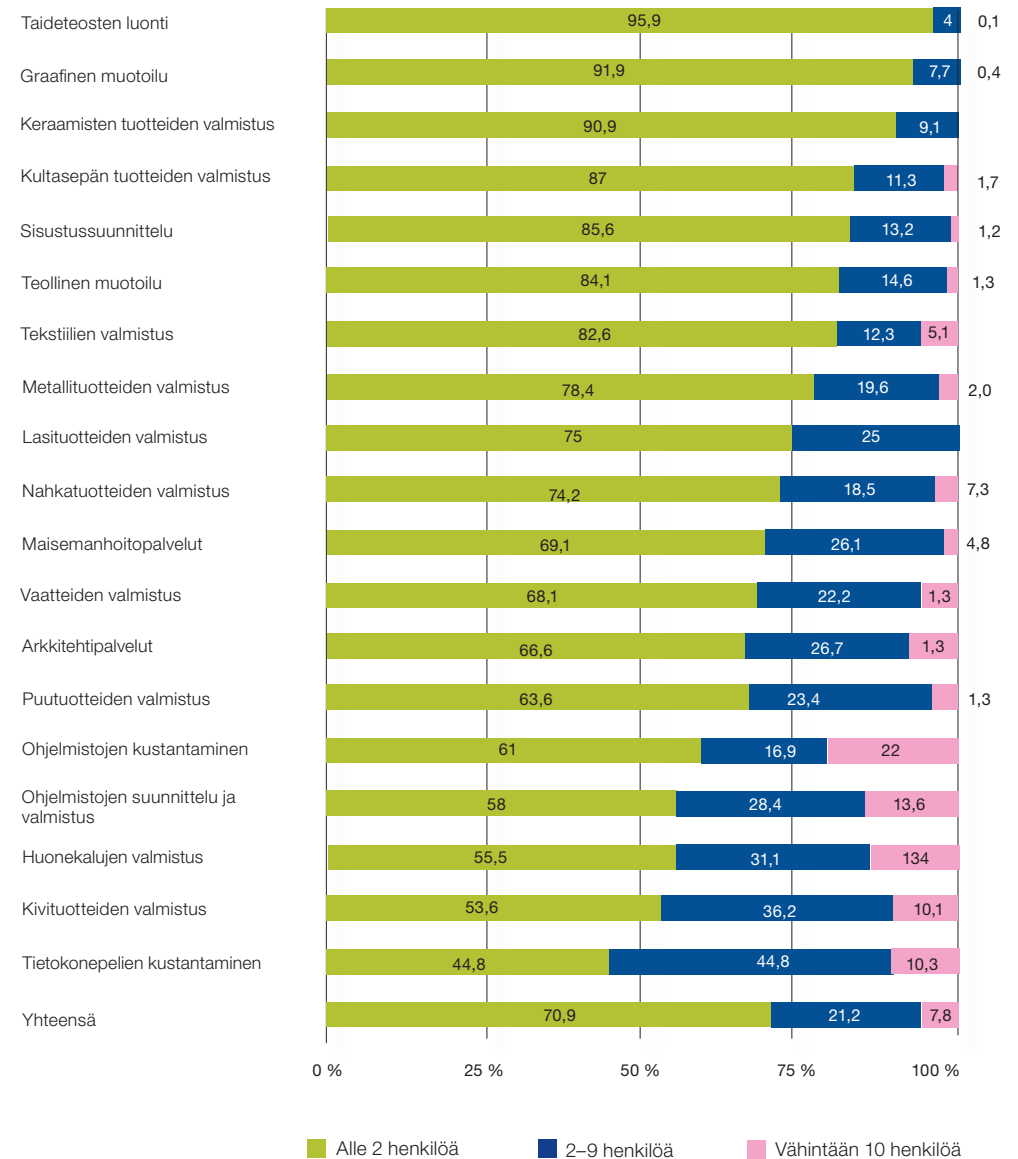
Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (2017) © ORNAMO RY

4. Muotoilualalla on pieniä ja ketteriä yrityksiä

Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston mukaan yritysten toimipaikkoja muotoilualoilla oli 13 750 vuonna 2017. Yritystoimipaikkojen lukumäärän kehitys on seurannut melko tarkasti yritysten määrän kehitystä vuosina 2010–17, sillä valtaosa muotoilualan yrityksistä on pieniä yksitoimipaikkaisia yrityksiä. Muotoilualan yritykset ovat kooltaan varsin pieniä, sillä keskimäärin 71 prosenttia työllisti alle kaksi henkilöä vuonna 2017.

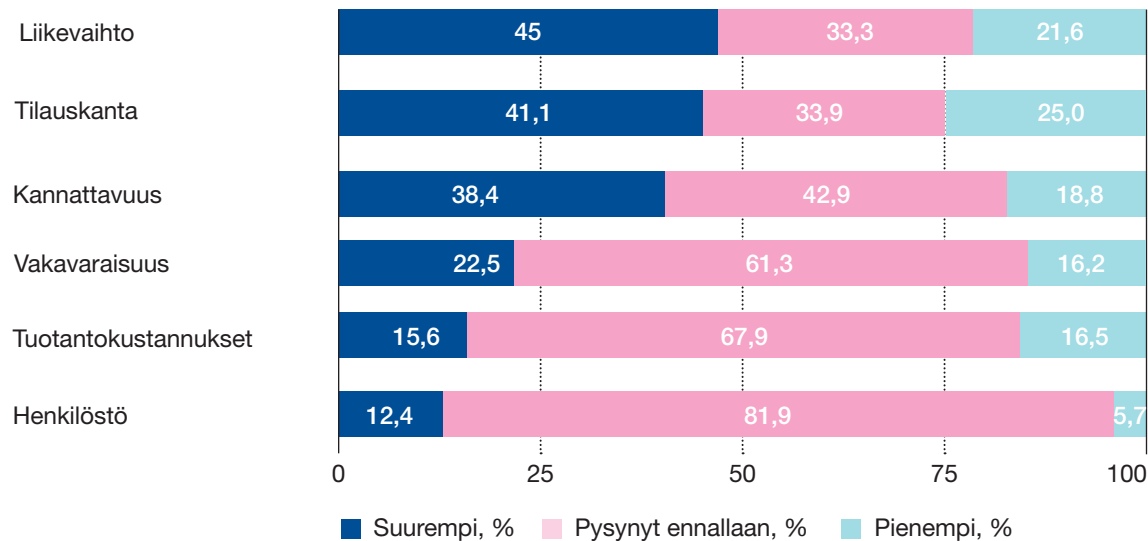
Pienintä yrityskokoa edustavat taideteosten luonnin ja graafisen muotoilun toimialoille tilastoidut yritykset. Pientyönantajia (2–9 henkilön yritykset) muotoilualan yrityksistä oli 21 prosenttia ja vähintään kymmenen henkilön yrityksiä kahdeksan prosenttia. Pientyönantajia ja vähintään kymmenen henkilön työnantajayrityksiä oli eniten puutuotteiden, huonekalujen ja kivituuotteiden valmistuksessa sekä digitaalisen muotoilun toimialoilla.

Muotoilualan yritykset toimialoittain henkilöstö kokoluokittain 2017



5. Muotoilualan optimismi näkyy suhdanneodotuksissa

Muotoilualan yritysten näkemykset liikevaihdon, henkilöstön, tuotantokustannusten ja kannattavuuden kehityksestä nyt (syksy 2019) verrattuna vuoden takaiseen (syksy 2018) tilanteeseen, prosenttia yrityksistä



Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2019 © ORNAMO ry

Odotukset vuosien 2019–20 kehityksestä ovat hyvät, sillä 62 prosenttia kyselyihin vastanneista yrityksistä uskoo liikevaihdon lisääntyvän seuraavan vuoden aikana.

Kannattavuuden paranemiseen uskoo 60 prosenttia yrityksistä, sillä tuotantokustannusten ennakoidaan kehittyvän maltillisesti. Vuosina 2013–18 tehdyt kyselyt osoittavat kuitenkin, että ennustukset ovat usein astetta optimistisempiä kuin toteutunut kasvu.

Muotoilualan odotukset ovat liikevaihdon, kannattavuuden ja työllisyyden osalta paljon myönteisemmät kuin koko pk-yrityskentässä. Ero kasvaa vielä suuremmaksi, jos vertailukohtana ovat pky-barometriin sisältyvien yksinyrittäjien näkemykset.

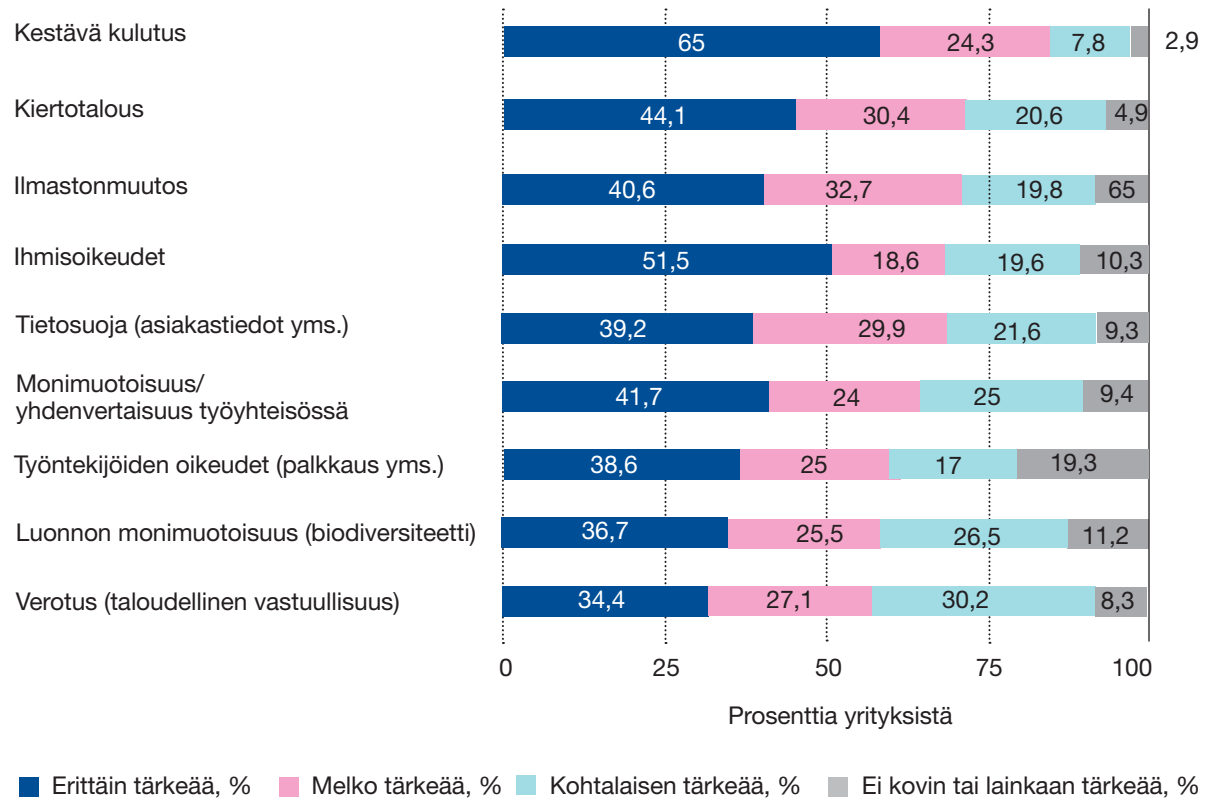
6. Muotoiluala korostaa kestävää kulutusta

Muotoilualan yritykset painottavat ennen kaikkea kestävää kulutusta, kiertotaloutta ja ilmastomuutoksen vakavuutta. Ylipäätään kaksi kolmasosaa kyselyyn vastanneista yrityksistä piti ekologisuutta tärkeänä kilpailutekijänä tuotteissa ja palveluissa. Seuraavaksi tärkeimmiksi luokiteltiin ihmisoikeudet ja tietosuojasta huolehtiminen.

Verrattuna kestävään liiketoimintaan erikoistuneen FIBSin Yritysvastuu 2019 -tutkimuksen tuloksiin verrattuna ilmastomuutos ja kiertotalous koettiin suunnilleen yhtä tärkeiksi teemoiksi kuin yrityskentässä keskimäärin. Sen sijaan kestävä kulutus painottui vahvasti: kun Yritysvastuu 2019 -kyselyyn vastanneista sitä piti tärkeänä tai melko tärkeänä 62 prosenttia, oli muotoilualan osalta luku peräti 89 prosenttia.

Biodiversiteetin eli luonnon monimuotoisuuden suojelun tarve tunnistettiin myös muotoilualalla vahvemmin kuin muussa yrityskentässä, jossa vain 8 prosenttia vastaajista mainitsi sen erittäin tärkeäksi painopistealueeksi – muotoilualan luku oli jopa 36,7 prosenttia.

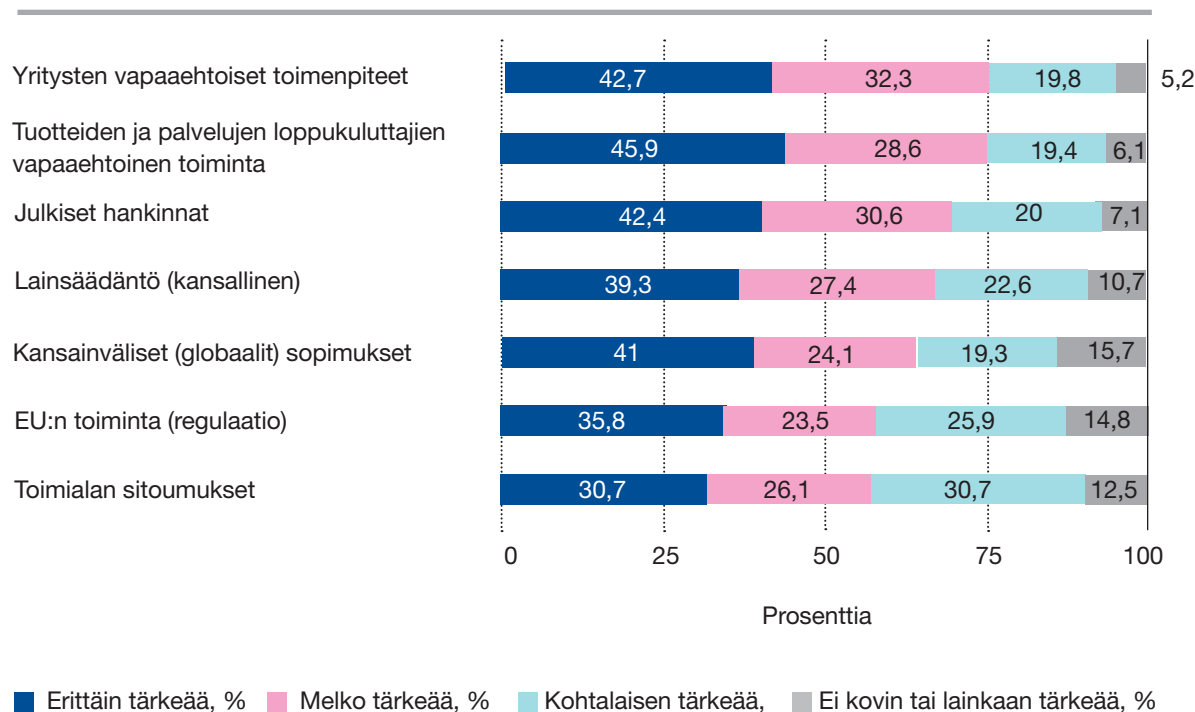
Yhteiskunnalliseen yritys vastuuseen kuuluvien tekijöiden merkitys muotoilualan yrityksissä, prosenttia vastanneista



Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2019 © ORNAMO RY

7. Ekologisuus on muotoilualalle tärkeä kilpailutekijä

Käytettävissä olevat parhaat keinot, joilla voidaan edistää kestävä kehitystä muotoilualan yritysten kilpailukykyä vahingoittamatta, prosenttia vastanneista



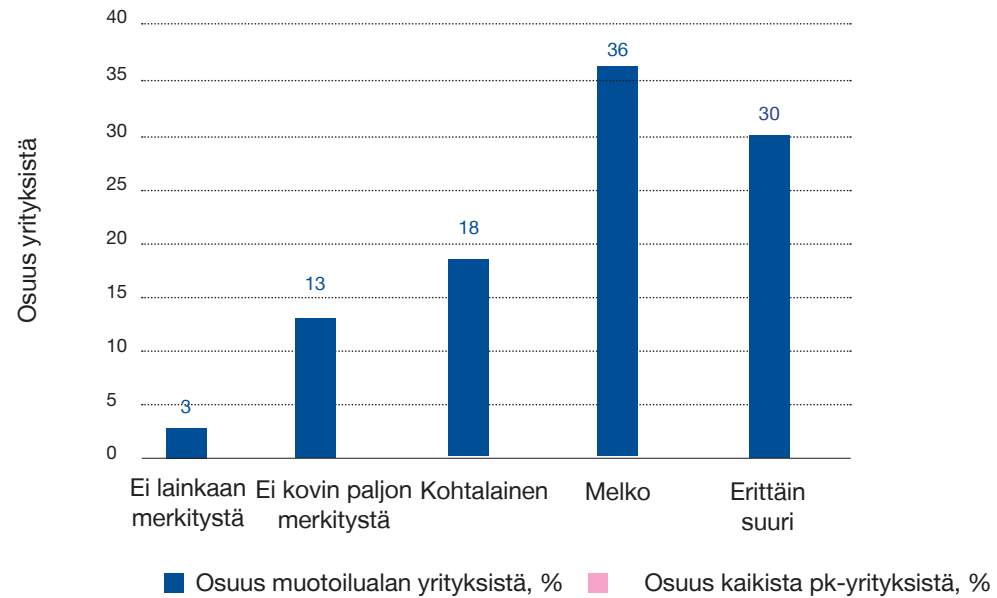
Muotoiluyritykset edistävät monin tavoin kestävä kehitystä, jota yritykset pitävät kyselyn perusteella tärkeimpänä yritys vastuullisuuden osatekijänä. 46 prosenttia vuoden 2019 kyselyyn vastanneista piti kuluttajavalistusta erittäin tärkeänä. Seuraavaksi tärkeimpiä ovat fikset julkiset hankinnat, yritysten vapaaehtoiset toimenpiteet ja kansainväliset sopimukset.

Vastuulliseen yritystoimintaan, vastuullisuuden arvioitiin ja vastuullisuusviestintään liittyy runsaasti haasteita. Vuoden 2019 suhdannekyselyjen mukaan vastuullinen toiminta vaatii tavanomaista enemmän voimavaroja, mikä nostaa tuotantokustannuksia. Yritysten mukaan vastuullisen toiminnan toteuttamista hankaloittavat tiedon ja luotettavien mittareiden puute. Eri toimialojen väliset erot voivat olla suuria.

Muotoilualan yritysten välillinen vaikutus ekologisuuteen, kestäväan kehitykseen ja rakennettuun ympäristöön voi olla alan asiakkaiden kautta moninkertainen yritysten omaan kokoon verrattuna.

7. Ekologisuus on muotoilualalle tärkeä kilpailutekijä

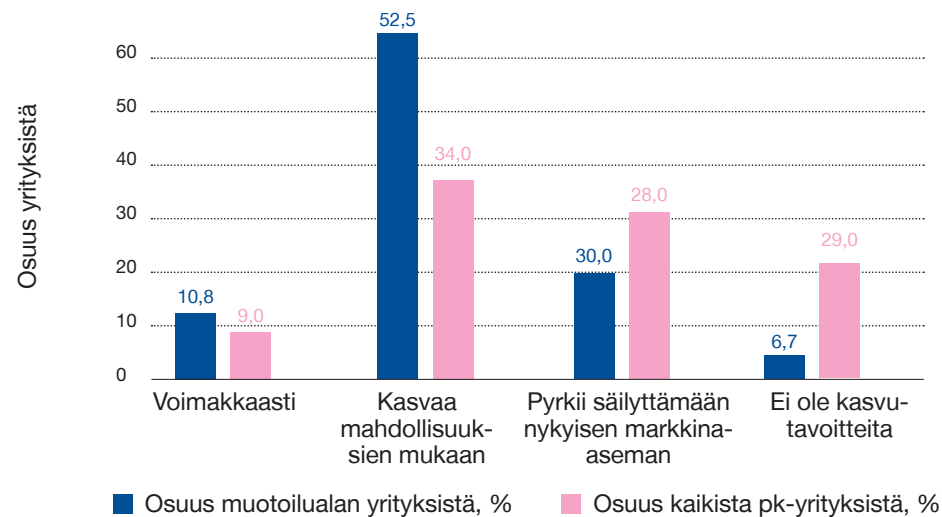
Ympäristövastuullisuuden (ekologisuuden) merkitys muotoilualan yritysten toiminnassa kilpailutekijänä, prosenttia vastanneista



Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019 © ORNAMO ry

8. Kasvuyrityksiä on enemmän kuin Suomessa keskimäärin

Muotoilualan yritysten ja Suomen koko pk-yrityskentän kasvuhakuisuus 2019, prosenttia yrityksistä



Ornamon kyselyihin syksyllä 2019 vastanneista yrityksistä voimakkaasti kasvuhakuisia oli noin 11 prosenttia. Mahdollisuuksien mukaan kasvavia oli 53 prosenttia ja asemansa säilyttämiseen keskittyviä 30 prosenttia.

Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli suhteellisesti saman verran kuin edellisellä vuonna. Kaikkiaan kasvuyrityksiä on ollut vuosina 2014–19 suurin piirtein yhtä paljon, jos mahdollisuuksien mukaan kasvavat yritykset lasketaan mukaan.

Kokonaisuudessaan kasvuyrityksiä on muotoilualalla enemmän kuin maamme pk-yrityskentässä keskimäärin.

Lähde: Pk-yritysbarometri syyskuu 2019 ja Ornamon suhdannekyselyt 2019 © ORNAMO ry

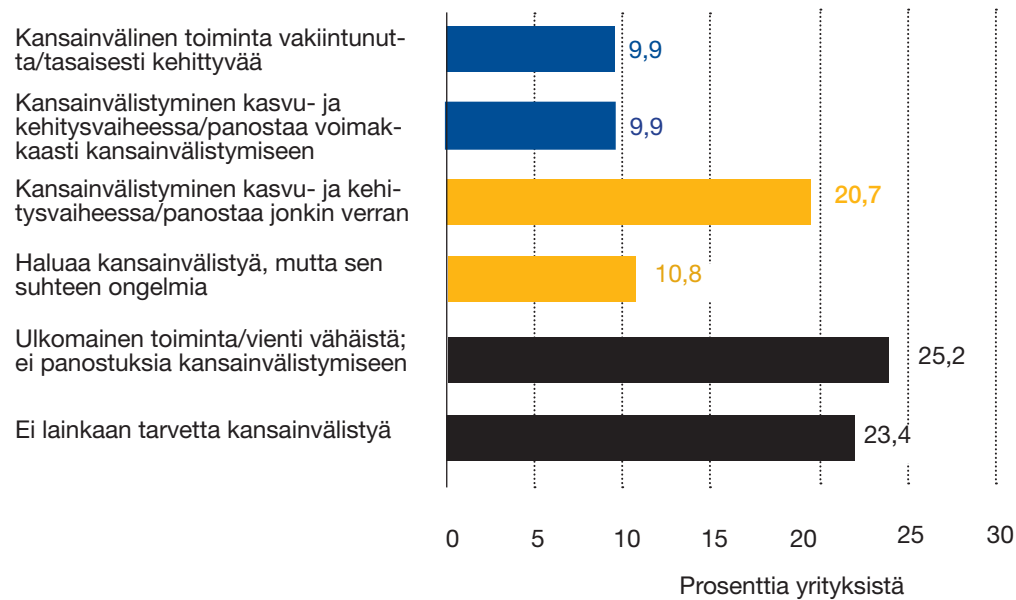
9. Keskimääräistä kansainvälisempää yritystoimintaa

Ornamon kyselyjen mukaan yli viidennes muotoilualan yrityksistä harjoitti vientiä tai muuta ulkomaista toimintaa, jonka osuus oli vähintään 10 prosenttia liikevaihdosta. Pienimuotoista ja satunnaista myyntiä ulkomaille oli lisäksi lähes 40 prosentilla yrityksistä, joten muotoilualan yritykset ovat kansainvälisempiä kuin pk-yritykset Suomessa keskimäärin.

Kyselyt paljastavat, että ulkomainen toiminta on vakiintunut osa yrityksen liiketoimintaa noin kahdeksassa prosentissa muotoilualan yrityksiä. Lisäksi 45 prosenttia yrityksistä panostaa voimakkaasti tai jonkin verran kansainvälistymiseen. Varsinkin suunnittelupalveluja tarjoavilla muotoilualan yrityksillä on entistä enemmän ulkomaisia asiakkaita.

Rakenteeltaan 45 prosenttia ulkomaisesta toiminnasta koostui pääasiassa tavaraviennistä vuonna 2019. Yksitoista prosenttia harjoitti pääasiallisesti suoraa palveluvientiä sähköisten kanavien kautta. Projektiviennin oli pääasiallinen ulkomaisen toiminnan muoto 27 prosentille.

Muotoilualan yritysten kansainvälistymistä koskevat tavoitteet 2018, prosenttia yrityksistä

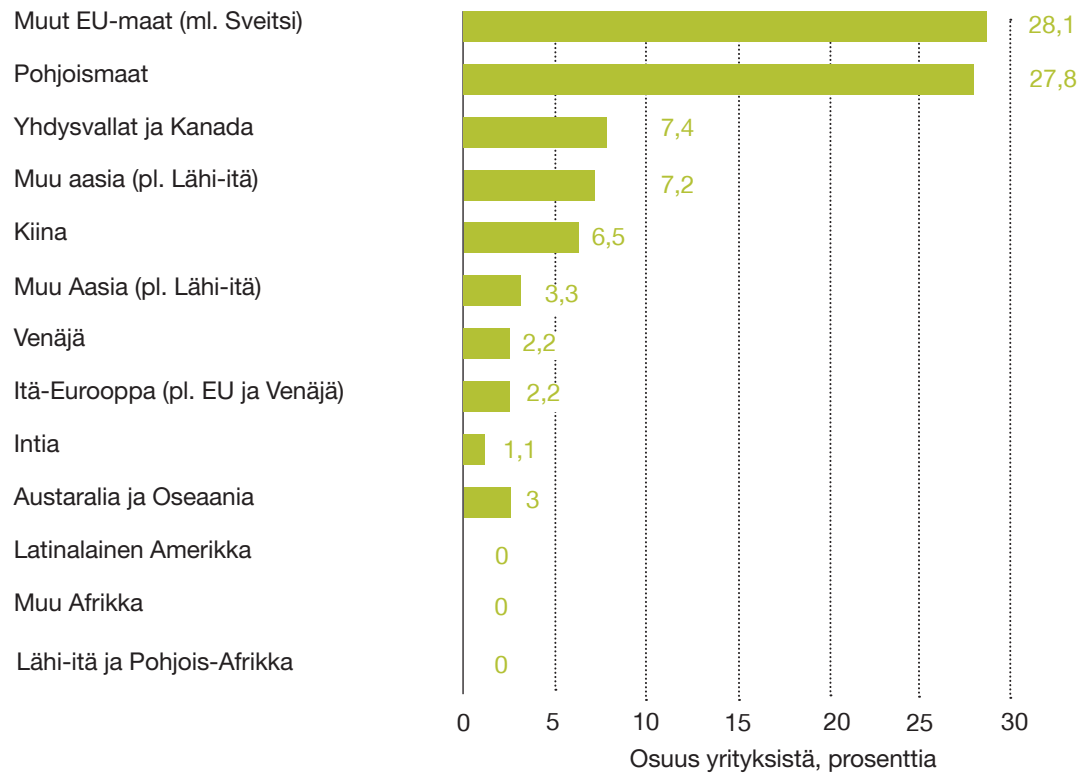


Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2019

© ORNAMO ry

10. Pohjoismaat ja muut EU-maat ovat muotoilun päämarkkina-alueet

Kansainvälistä toimintaa harjoittavien muotoilualan yritysten pääasialliset markkina-alueet 2019, prosenttia yrityksistä



Ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten selvästi suurimmat päämarkkina-alueet ovat Pohjoismaat ja muut EU-maat. Molemmilla alueilla toimintaa on ollut noin 28 prosentilla kyselyihin vastanneista.

Seuraavaksi tärkeimpiä vientikohteita ovat Pohjois-Amerikka, Kiina ja muut Aasian maat noin seitsemän prosentin osuuksilla. Sen sijaan Venäjälle ja muualle Itä-Eurooppaan on vähän tuote- ja palvelumyyntiä.

Kansainvälistymistä haittaa ulkomaisten partnerien, kuten laadukkaiden alihankkijoiden, myyntikanavien ja jälleenmyyjien löytäminen. Pieniin mikroyrityksiin ei ole myöskään helppoa löytää ja palkata kansainvälisen myynnin ja markkinoinnin osaajia. Varsinkin yksinyrittäjät ovat pattitilanteessa. Osin tästä syystä kyselyyn vastanneista neljänneksellä ulkomainen toiminta oli satunnaista.

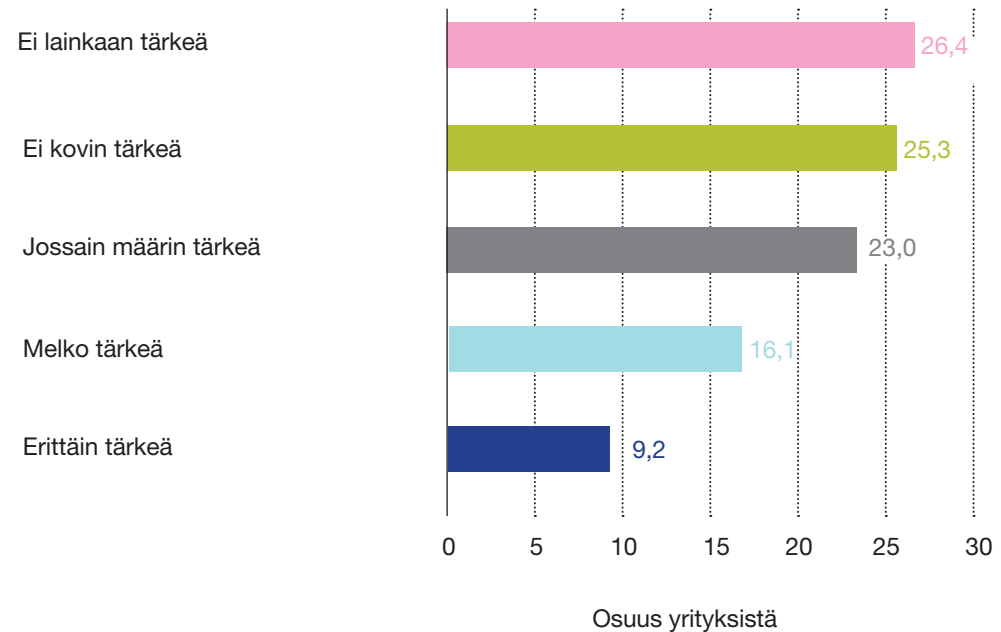
11. Julkiset hankinnat ovat tärkeitä, mutta haasteellisia

Ornamon vuoden 2019 kyselyiden mukaan julkiset hankinnat ovat tärkeitä tai jossain määrin tärkeitä miltei 50 prosentille muotoilualan yrityksistä.

Kyselyyn vastanneet osoittivat kuitenkin tyytymättömyyttä julkisten hankintojen toimintaan. Tyytymättömyys on suurta, vaikka hankintalain uudistuksen 2017 tarkoituksena oli parantaa pk-yritysten osallistumismahdollisuuksia julkisiin hankintoihin. Tämä on harmillista, sillä julkisten hankintojen tarjoama kokemus ja referenssit voivat auttaa yrityksiä kehittämään toimintaansa ja kasvamaan myös yksityisillä markkinoilla.

Yli puolet Ornamon kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että julkiset hankinnat pysyvät suurin piirtein ennallaan seuraavien vuosien aikana. Vain neljäsosa ennusti niiden lisääntyvän.

Muotoilualan yritysten näkemykset julkisten hankintojen merkityksestä yritystoiminnassa 2019, prosenttia vastanneista



Muotoiluala: teollisuutta, palvelutuotantoa ja taiteellista luomista

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

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

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

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

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



ornamo