

Muotoilualan Suhdanne ja toimialakatsaus 2019

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



ornamo

Sisältö

1 Muotoilualan suhdannenäkemykset	3
2 Muotoilualan yritystoiminta	11
3 Vienti ja kansainvälistyminen	19
4 Kehittämisen tärkeimmät osa-alueet	24
5 Yleinen talouskehitys kansantaloudessa	31
5 Erityisteema: yritysvastuullisuus	40
Yhteenveto	44
Liite 1: Suhdannekyselyyn vastanneiden profiili	47
Liite 2: Suhdannekyselyyn vastanneet edunvalvontajärjestöissä	53
Liite 3: Muotoilun käsitteitä ja ulottuvuuksia	51
Liitetaulukoita	54

Ornamo ry on muotoilualan ammatillis-aatteellinen järjestö. Ornamo edustaa yli 2 200 koulutettua muotoilijaa, suunnittelijaa sekä taideteollista taiteilijaa ammattimaisessa toiminnassa. Noin neljännes Ornamon jäsenistä tekee taiteellista työtä ja kolme neljäsosaa muotoilutyötä. Järjestön jäsenet työskentelevät teollisen muotoilun, tekstiili-, vaatetus- ja huonekalusuunnittelun, sisustusarkkitehtuurin, immateriaalisen suunnittelun, digitaalisten sisältöjen, käyttöliittymien, pakkaussuunnittelun sekä palvelumuotoilun ja pelisuunnittelun, taidekäsityön ja taiteen aloilla.

Käsillä oleva raportti kertoo muotoilualojen yritysten lähiajan suhdanneodotuksista, yritystoiminnan laajuudesta ja ulkoisesta toimintaympäristöstä, yritysten oman toiminnan kehittämisen osa-alueista kansainvälistymisestä ja yritysvastuullisuudesta. Raportin pääasiallisena lähteenä on toiminut Ornamon jäsenyrityksille syksyllä 2019 tehty jäsenkysely, johon vastasi määräaikaan mennessä 144 yritystä. Muotoilualan yrityksiä ja toimipaikkoja koskevat tilastot pohjautuvat Tilastokeskuksen yritystilastoihin.

Kirjoittaja Pekka Lith, Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith
Julkaisija Ornamo ry

1 Muotoilualan suhdannenäkemykset

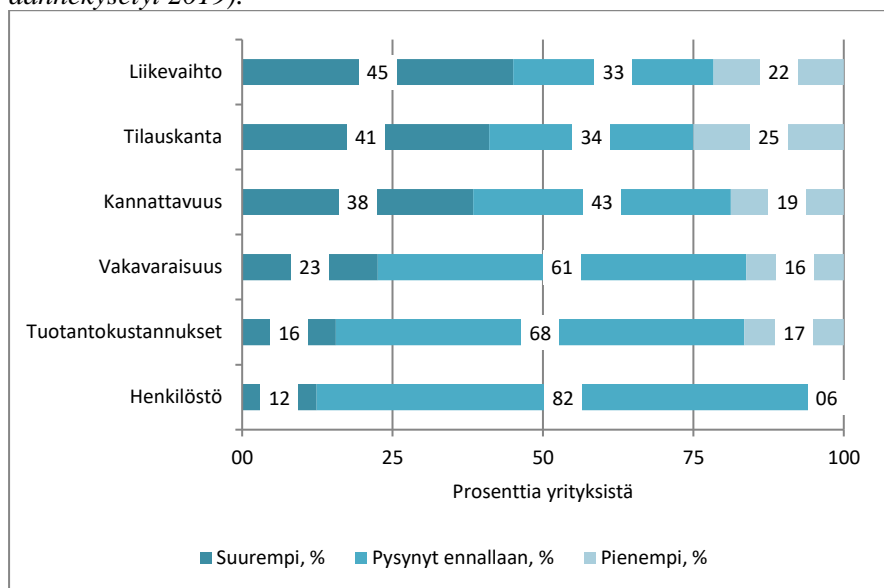
Liikevaihdon ja tilauskannan kehitys myönteistä

Noin 45 prosenttia yrityksistä ilmoitti syksyllä 2019, että *liikevaihto* on kasvanut edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta (Kuvio 1). Vastaavasti 22 prosenttia yrityksistä ilmoitti, että liikevaihto oli pienentynyt. Siten liikevaihdon kasvun *saldoluvuksi* saadaan plus 23, mikä oli sama lukema kuin kesällä 2018, joten liikevaihto on jatkanut toimialalla tasaista kasvuaan parin viime vuoden aikana. Saldoluku saadaan, kun liikevaihdon kasvusta ilmoittaneiden yritysten prosenttiosuudesta vähennetään liikevaihdon laskusta ilmoittaneiden prosenttiosuus.

Muotoilualan yritysten liikevaihdon kasvu on linjassa Suomen kansantaloudessa tapahtuneen yleisen kehityksen kanssa. Bruttokansantuote bkt:n ripeähkö kasvu vuosina 2016-17 ja vielä vuonna 2018 on näkynyt liikevaihdon nopeana kasvuna muotoilualalla. Kansantalouden kasvuvauhdin ennustettu heikentyminen ei ole myöskään vielä heijastunut sanottavasti muotoilualan liikevaihdon kehitykseen. Näkemys saa tukea siitä, että muotoilualan *tilauskanta* on kehittynyt myönteisesti vuosina 2018-19. Alan tuotteille ja palveluille on ollut siis kysyntää.

Kannattavuuden paranemisesta kertoi 38 prosenttia kyselyyn vastanneista ja vain 19 prosenttia arvioi sen heikentyneen. Saldoluvuksi saatiin plus 19, mikä on miltei sama luku kuin vuotta aiemmin. Kannattavuuskehitykseen on vaikuttanut osaltaan *tuotantokustannusten* kasvun hidastuminen. Yli 80 prosenttia yrityksistä ilmoitti, että *henkilöstön* määrä on pysynyt ennallaan, mutta toisaalta myös henkilöstöään vähentäneiden yritysten määrä on pieni. Asiaa selittää se, että valtaosa kyselyihin vastanneista yrityksistä oli yksinyrittäjiä eikä toimi työnantajina.

Kuvio 1 Muotoilualan yritysten näkemykset liikevaihdon henkilöstön, tuotantokustannusten ja kannattavuuden kehityksestä NYT (syksy 2019) verrattuna vuoden takaiseen (syksy 2018) tilanteeseen, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



Odotukset pysyneet valoisina

Odotukset vuosien 2019-20 kehityksestä ovat hyvät, sillä 62 prosenttia kyselyihin vastanneista yrityksistä uskoo liikevaihdon lisääntyvän seuraavan vuoden aikana. Saldolu-ku oli 58 prosenttia, jossa liikevaihdon kasvuun uskovien prosenttiosuudesta vähennetään liikevaihdon laskua ennustavien osuus. Kannattavuuden paranemiseen uskoo 60 prosenttia yrityksistä, sillä tuotantokustannusten ennakoitaan kehittyvän maltillisesti. Vuosina 2013-18 tehdyt kyselyt osoittavat kuitenkin, että ennustukset ovat usein astetta optimistisempia kuin toteutunut kasvu.

Muotoilualan odotukset ovat liikevaihdon, kannattavuuden ja työllisyyden osalta paljon myönteisemmät kuin koko pk-yrityskentässä, kun odotuksia verrataan Suomen Yrittäjien, Finnveran ja TEM:n syksyllä 2019 julkistaman *pk-yritysbarometrin* (pky-barometri) tuloksiin (Taulukko 1).¹ Ero kasvaa vielä suuremmaksi, jos vertailukohtana ovat pky-barometriin sisältyvien yksinyrittäjien näkemykset. Vertailu yksinyrittäjien näkemyksiin voi olla perusteltua, sillä Ornamon vuoden 2019 suhdannekyselyihin vastanneista arviolta 75 prosenttia oli yksinyrittäjiä.

Muotoilualan yritysten valoisat liikevaihdon ja kannattavuuden kasvuodotukset perustuvat osittain siihen, että alan näkemykset talouden yleisistä suhdanne- ja kysyntänäkemyksistä ovat paljon valoisammat kuin koko pk-yrityskentässä. Ornamon kyselyjen mukaan 39 prosenttia muotoilualan yrityksistä ennusti syksyllä 2019 yleisten suhdannenäkymien paranemista seuraavan vuoden aikana. Kaikista pk-yrityksistä samaan uskoi 27 prosenttia. Muotoilualalla optimistisuus lisääntyy edelleen, kun asiaa katsotaan kolmen vuoden aikajänteellä (Taulukko 2).

Taulukko 1 Liikevaihdon, kannattavuuden, henkilöstön ja tuotantokustannusten kasvuodotukset vuodelle 2020 muotoilualalla ja koko pk-yrityskentässä saldoluokina, prosenttia (Lähde: Pky-barometri syksy 2019 ja Ornamon kyselyt 2019).

	Liikevaihto, %	Kannattavuus, %	Tuotantokustannukset, %	Henkilöstö, %
<i>Muotoiluala yhteensä</i>	58	52	23	21
Kaikki pk-yritykset	24	11	36	9
- Teollisuus	30	18	42	14
- Rakentaminen	18	25	46	7
- Kauppa	22	10	36	0
- Palvelut	27	14	32	12
Kaikki yksinyrittäjät	14	9	-	5
- Teollisuus	14	12	-	8
- Rakentaminen	11	5	-	6
- Kauppa	13	0	-	6
- Palvelut	14	12	-	4
Kaikki muut pk-yritykset	31	11	-	12
- Teollisuus	34	20	-	15
- Rakentaminen	21	5	-	8
- Kauppa	24	0	-	-2
- Palvelut	36	15	-	18

¹ Pky-barometri julkistetaan kaksi kertaa vuodessa keväällä ja syksyllä. Se laaditaan valtakunnallisena ja alueellisina raportteina. Syksyn 2019 pky-barometri perustui 6 104 pk-yrityksen vastuuhenkilön tai muun edustajan antamiin vastauksiin. Vastannaista yksinyrittäjiä oli 2 212 eli 36 prosenttia syksyllä 2019.

Taulukko 2 Yleiset kysyntä- ja suhdannenäkymät muotoilualalla (vuodelle 2020 ja seuraavalle kolmelle vuodelle) ja koko pk-yrityskentässä vuodelle 2020, prosenttia (Lähde: Pky-barometri syksy 2019 ja Ornamon suhdannekyselyt 2019).

	Paranee, %	Pysyy en- nallaan, %	Heikke- nee, %	Saldoluku, %
<i>Muotoiluala (vuosi 2020)</i>	39	44	17	22
<i>Muotoiluala (kolmen seuraavaa vuotta)</i>	48	35	17	31
Kaikki pk-yritykset (vuosi 2020)	27	56	17	10
- Teollisuus	28	54	18	10
- Rakentaminen	22	61	17	5
- Kauppa	28	48	24	4
- Palvelut	27	59	14	13

Kasvuhakuinen toimiala

Ornamon kyselyihin syksyllä 2019 vastanneista yrityksistä *voimakkaasti kasvuhakuisia oli* noin 11 prosenttia. *Mahdollisuuksien mukaan kasvavia* oli 53 prosenttia ja asemansa säilyttämiseen keskittyviä 30 prosenttia.² Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli suhteellisesti saman verran kuin edellisenä 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.

Tosin valmistavassa teollisuudessa voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten osuus (14 %) oli pky-barometrin mukaan syksyllä 2019 suurempi kuin muotoilualalla. Vertailussa on otettava huomioon, että muotoiluala koostuu monialaisesta yritysjoukosta, johon sisältyy piensarjatuotantoa harjoittavia teollisia yrityksiä, käsityöyrityksiä ja muotoilutoimintoja. Muotoiluala poikkeaa muista pk-yrityksistä myös siten, että kokonaan kasvua tavoittelemattomia yrityksiä on osaamisalalla vähän kaikkiin muihin pk-yritysten päätoimialoihin (teollisuus, kauppa, yms.) verrattuna.

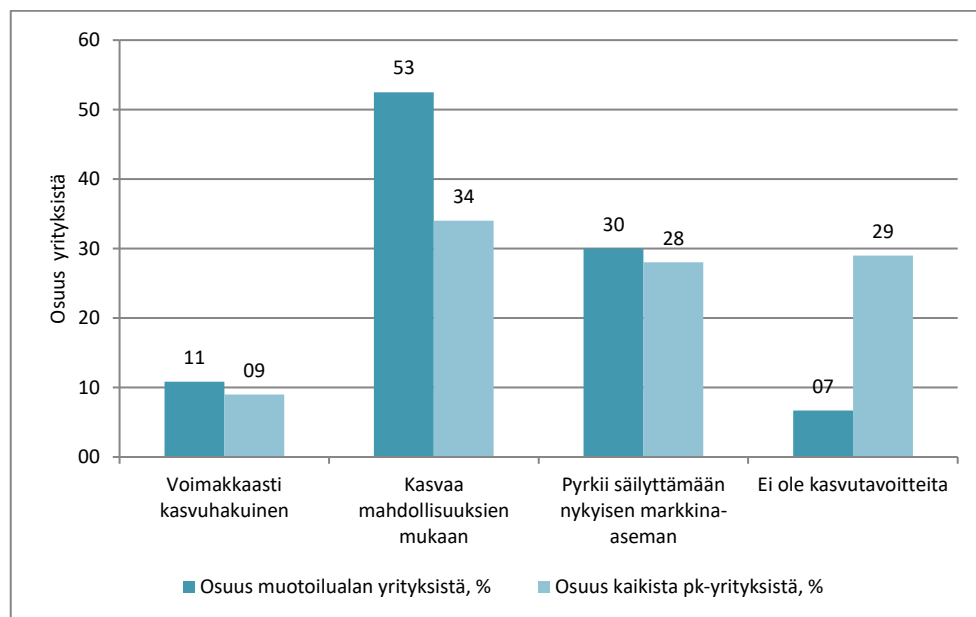
Vähiten voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli pky-barometrin mukaan yksinyrittäjien keskuudessa (4 %) ja kokonaan kasvuhaluttomia tai toimintaansa lopettelevia on kaikista yksinyrittäjistä peräti 48 prosenttia. Kaikista työnantajayrityksistä kasvuhakuisia 11 prosenttia oli ja kasvuhaluttomia 18 prosenttia. Sitä vastoin muotoilualalla kasvuhakuisuus on yksinyrittäjien keskuudessa suurempaa ja kasvuhaluttomia yksinyrittäjiä selvästi vähemmän kuin koko maassa keskimäärin, mikä kertoo osaltaan muotoilualan erilaisesta luonteesta ja dynaamisuudesta.

Muotoilualan yritykset ovat nuorempia kuin Suomen kaikki yritykset keskimäärin, mikä osin selittää alan suhteellisesti suurempaa kasvuhakuisuutta yksinyrittäjien joukossa.³ Suomen Yrittäjien vuoden 2019 *yksinyrittäjäbarometrin* mukaan Suomi tarvitsee joka tapauksessa lisää kasvuyrittäjiä ja erityisesti kasvavia työnantajayrityksiä. Innovatiiviset kasvuyritykset ovat kansantaloudelle elintärkeitä, sillä ne kehittävät ja kehittävät olemassa olevaa tietämystä ja teknologiaa. Kasvu on tärkeää paremman kannattavuuden ja kilpailuaseman paranemisen kannalta.

² Myös asemien säilyttäminen voi edellyttää yritykseltä kasvua.

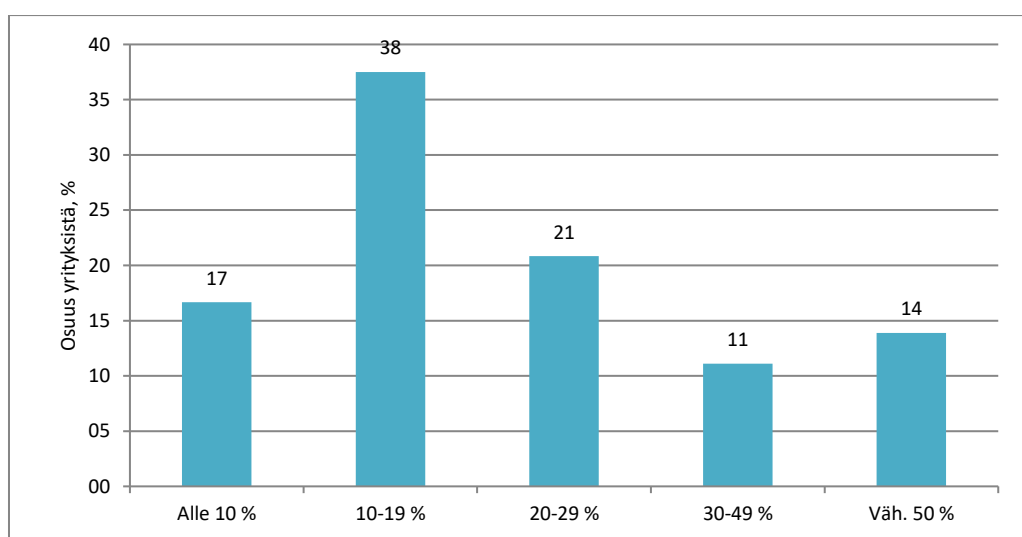
³ Tutkimusten mukaan kasvuhakuisuus on usein suurempaa nuorten toimintansa aloittaneiden yritysten keskuudessa. Pienen kokonsa ansiosta kasvuyritykset voivat lisätä liikevaihtoaan (ja henkilöstöä) moninkertaisesti toimintansa vaikiinnuttaneisiin yrityksiin verrattuna, mutta uusien yritysten jatkuva ja merkittävä kasvu ei ole yleistä (Lähde: Yrittäjyyskatsaus 2012 (toim. Pekka Lith), TEM:n julkaisuja 46/2012, Helsinki 2012).

Kuvio 2 Muotoilualan yritysten ja Suomen koko pk-yrityskentän kasvuhakuisuus 2019, prosenttia yrityksistä (Lähde: Pk-yritysbarometri syksy 2019 ja Ornamon suhdannekyselyt 2019).



Ornamon kyselyyn vastanneet kasvuhakuiset yritykset ovat asettaneet *kasvutavoitteensa* hyvin eri tavalla, jos katsotaan liikevaihdon toivottua kehitystä seuraavan vuoden aikana. Pääosalla yrityksistä (54 %) kasvutavoitteet ovat varsin maltillisia. Tämä tarkoittaa sitä, että tavoiteltu liikevaihdon kasvu on jäänyt alle 20 prosenttiin. Vajaata puolta yrityksistä (46 %), joilla kasvutavoitteet yltyvät vähintään 20 prosenttiin, voidaan kutsua voimakkaasti kasvuhakuisiksi (Kuvio 3). Tarkastelussa kannattaa ottaa huomioon kuitenkin myös liikevaihdon lähtötaso.⁴

Kuvio 3 Muotoilualan kasvuhakuisten yritysten liikevaihdon kasvutavoitteet seuraavan vuoden aikana (2020), prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



⁴⁴ Liikevaihdoltaan pienissä tai toimintansa aloittavissa uusissa mikroyrityksissä liikevaihdon kasvu voi olla räjähdysmäistä verrattuna toimintansa vakiinnuttaneisiin suurempiin yrityksiin. Nopeasta kasvusta huolimatta yritykset voivat jäädä edelleen mikroyrityksiksi.

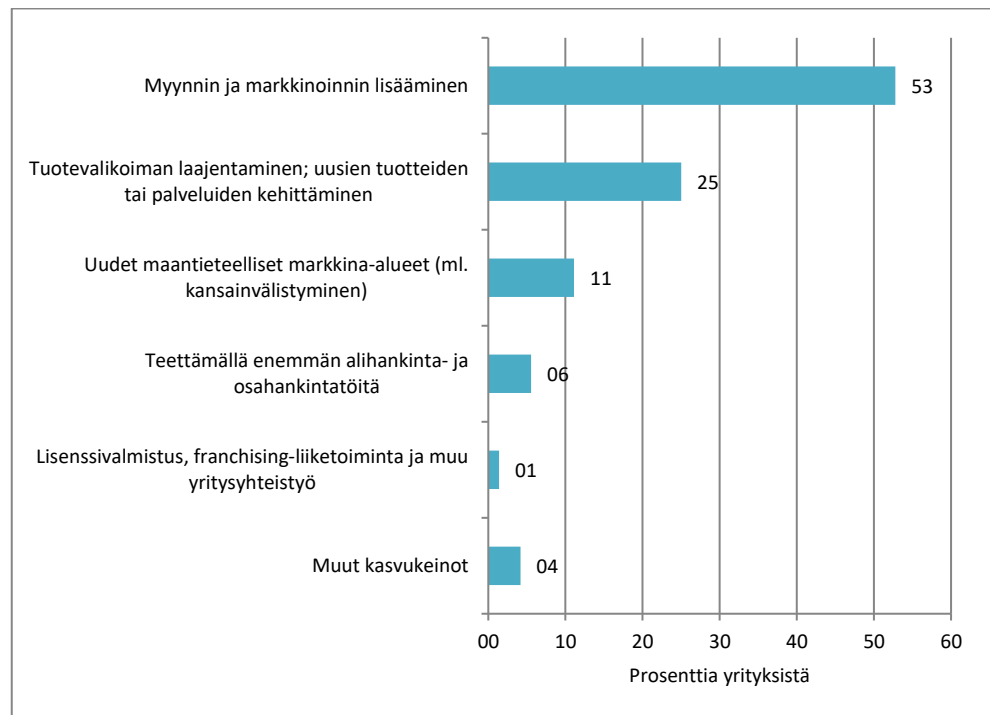
Keskeiset kasvukeinot

Muotoilualalla yritysten tärkein kasvukeino oli vuonna 2019 myynnin ja markkinoinnin tehostaminen. Yritykset kasvavat myös orgaanisesti, millä ymmärretään liiketoiminnan laajentamista uusille maantieteellisille markkina-alueille tai uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämistä ja tuotevalikoiman monipuolistamista. Yrityksistä kuusi prosenttia teettäisi alihankkijoilla enemmän töitä. Kasvu kolmansien osapuolien tehtyjen sopimusten perusteella on harvinaista. Näillä tarkoitetaan tuotteiden lisenssivalmistusta tai palvelu-aloilla käytettyä franchising-liiketoimintaa (Kuvio 4).

Lisäksi on muistettava, että pk-yritykset voivat kasvaa verkottumisen kautta. Periaatteessa 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.

ITC-teknologian kehitys (*digitalisaatio*) ja sen mukanaan tuomat sähköiset työkalut tarjoavat pk-yrityksille ja yrittäjille suhdeverkostoa ajasta, paikasta ja yrityksen toimialasta riippumatta.⁵ Tutkimusten mukaan verkottumisen vahvin kasvualue löytyy suurten toimijoiden (veturiyritysten) ja pienten yritysten kumppanuuksista. Suuret saivat pieneltä yritykseltä joustavasti erityisosaamista ja uusia ideoita. Pienet yritykset voivat päästä suurten yritysten vanavedessä helpommin laajemmille markkina-alueille ja saavat omalle toiminnalleen uusia referenssejä.

Kuvio 4 Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot vuonna 2019, prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).

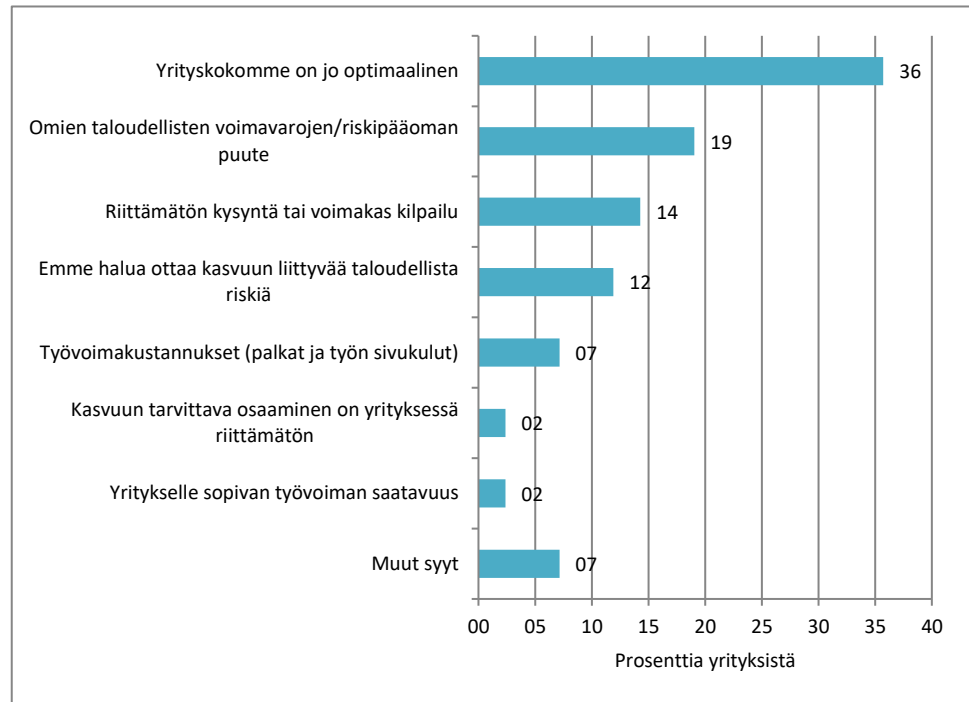


⁵ Digitalisaatio on tuonut virtuaaliset verkostot ja sähköiset keskustelukanavat eli yhteisöllisen median yrittäjien käyttöön. Digitaaliset verkostot eivät korvaa perinteistä verkottumista, mutta ne mahdollistavat ja helpottavat hyödyllistä ajatusten vaihtoa ja niiden kautta voidaan rekrytoida uusia osaajia.

Keskeiset kasvun hidasteet

Muotoilualan kasvuhakuisuus on pysynyt korkealla tasolla 2000-luvulla myös matalasuhdanteiden aikana. 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 yrityksiä puuttuu osaaminen tai kasvuun tarvittavat taloudelliset voimavarat, eivätkä yrittäjät halua ottaa kasvuun liittyvää taloudellista riskiä (Kuvio 5).

Kuvio 5 Kasvuhaluttomuuden tärkeimmät syyt muotoilualan yrityksissä 2019 (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



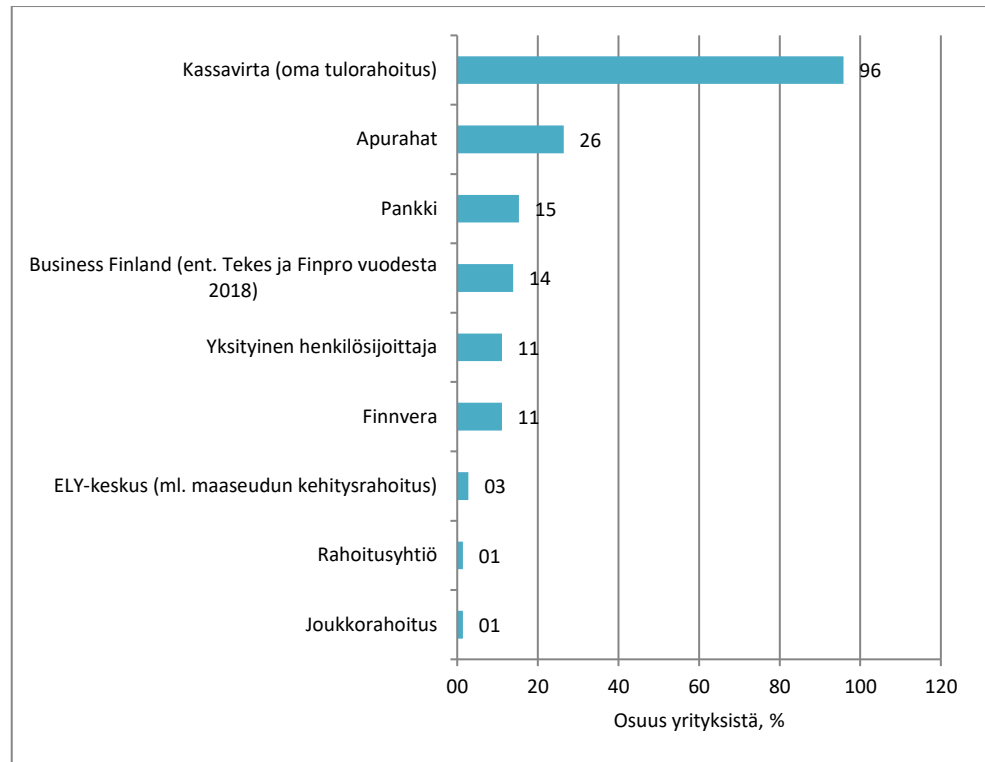
Kasvu tulorahoituksen varassa

Ornamon kyselyt paljastavat, että muotoilualan yritykset rahoittavat kasvuaan pääosin omalla *kassarahoituksella* ja toiseksi *apurahoilla*. Pelkästään kassarahoitukseen nojasi 44 prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä ja 51 prosentilla yrityksistä oma tulorahoitus oli ainakin yksi tärkeä kasvun rahoituslähde. Pelkästään tai pääosin kassarahoitukseen nojautuminen on usein sangen hidaskasvun tie, jos yrityksen laskutettavuusaste on korkea. Silloin kassavirta kuluu välttämättömien toimintojen rahoittamiseen eikä toiminnan kehittämiseen jää varoja.

Ainoastaan 17 prosenttia ilmoitti käyttävänsä osittain pankkirahoitusta tai rahoitusyhtiötä oman tulorahoituksen rinnalla. Noin 12 prosentilla oli yksityinen henkilösijoittaja ja yksityistä joukkorahoitusta. Yritystoiminnan julkisella rahoitustuella kasvuaan rahoitti osittain 28 prosenttia vastanneista (Kuvio 5). Ylipäätään alan yritykset ovat hyödyntäneet muutoinkin melko vähän julkista yritystoiminnan rahoitustukea. Syinä lienevät pieni yrityskoko, yritysmuoto (toiminimi⁶), rahoituksen omavastuusuudet tai muut rahoituksen saannin kokonaisarviointiin liittyvät ehdot.

⁶ Yksityisen elinkeinonharjoittajat (ammatin- ja liikkeenharjoittajat) eivät ole (sääntöisesti) julkisen yritystoiminnan rahoitustuen iirissä.

Kuvio 6 Muotoilualan yritysten kasvun rahoitustavat 2019⁷ (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



⁷ Pelkästään omaa tulorahoitusta hyödynsi 46 prosenttia yrityksistä ja pelkästään ulkoista rahoitusta käytti neljä prosenttia yrityksistä. Joka toinen yritys rahoitti kasvuun useammalla kuin yhdellä rahoituslähteellä.

2 Muotoilualan yritystoiminta

Muotoilu tai *design* on käsitteenä laaja-alainen. Muotoilu voidaan määritellä ammattimaiseksi ja luovaksi työskentelytavaksi, jossa tärkeitä näkökulmia ovat toiminnallisuus, esteettisyys sekä loppukäyttäjien tarpeet. Muotoilun avulla on mahdollista tuottaa fyysisille esineille, rakennetulle ympäristöille, prosesseille ja palveluille toivottuja laatuominaisuuksia. Hyviin ominaisuuksiin kuuluvat parempi käytettävyys, huolettavuus, esteettömyys, ergonomisuus, ekologisuus, kustannustehokkuus, toimivuus, viihtyisyys tai määrätyn brändin houkuttelevuus.

Muotoilun käyttö on laajentunut jalostusaloilta ja palveluihin, mikä on näkynyt 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.

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

”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 osaluokkia 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.”

Muotoilualan yritystoiminta

Muotoilualojen ja muotoilua tuottavien yritysten luokittelu on sopimuksen varaista, 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 valmis-

tusta 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 tuotannontekijä 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 sopimuspohjalla 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 yhteydessä 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 (KIBS-yritykset⁸) toimintaan liittyy paljon palvelumuotoilua. Palvelumuotoilu on tärkeää myös koulutuspalveluissa tai rahoitus- ja vakuutuslalla. Lisäksi palvelumuotoilu on levinnyt sosiaali- ja terveydenhuoltoon ja muille kuluttajapalveluja tuottaville toimialoille.⁹

Taulukko 3 Muotoilualan (design-ala) yritykset EU:n virallisen vuoden 2008 toimialaluokituksen mukaan (Lähde: Toimialaluokitus TOL 2008, Tilastokeskus; Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith).

Nimike	Nace 2008-koodi
<i>Muotoilun palveluyritykset</i>	
- Graafinen muotoilu	74101
- Sisustussuunnittelu	74102
- Teollinen muotoilu	74109
<i>Digitaalinen muotoilu</i>	
- Tietokonepelien kustantaminen	5821
- Ohjelmistojen kustantaminen	5829
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	6201
<i>Arkkitehtuuri ja maisemanhoito</i>	
- Arkkitehtipalvelut	7111
- Maiseman hoitopalvelut	813
<i>Muotoiluintensiivinen valmistus</i>	
- 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
<i>Taideteosten luonti</i>	9003

⁸ Palvelumuotoilua ja KIBS-yrityksiä on tarkasteltu lähemmin Ornamolle vuonna 2017 laaditussa raportissa (ks. Lith, Pekka: ServiceDesign –yritystoiminta, Lith Consulting Group, Helsinki 2017).

⁹ Yritysmuotoisten palveluntuottajien 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.).

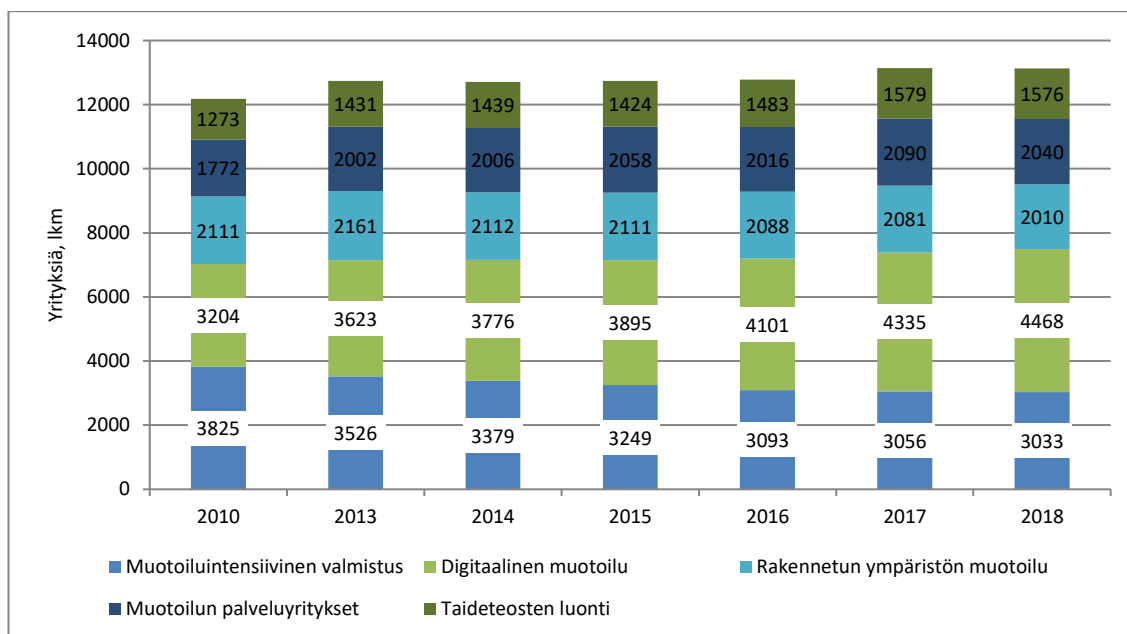
Yritysten ja toimipaikkojen määrä

Tilastokeskuksen yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastojen mukaan Suomessa toimi edellä mainittujen uusien määritelmien ja rajausten mukaan tarkasteltuna noin 13 140 muotoilualan yritystä vuonna 2017.¹⁰ 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 2017 liikevaihdon minimiraja oli 11 376 euroa.¹¹

Yritysten lukumäärä on kasvanut vajaalla seitsemällä prosentilla eli 960 tilastoyksiköllä vuosina 2010-17. *Pääosaamisaloittain* tarkasteltuna yritysten määrän kasvu oli suurinta digitaalisessa muotoilussa, taideteosten luonnissa ja muotoilutoimistojen keskuudessa (Kuvio 7). Yksittäisten toimialojen osalta kasvu on ollut kovinta tietokonepelien kustantamisessa, ohjelmistojen suunnittelussa, graafisessa ja teollisessa muotoilussa. Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistuksessa (teollisuudessa) yritysten määrä on vähentynyt noin 770 yrityksellä 2010-luvulla (Taulukko 4).

Toimialoittain katsottuna yritysten määrä on vähentynyt 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 toisiin markkinaolosuhteisiin perustetut yritykset ovat ajautuneet vaikeuksiin kilpailevan halpatuonnin puristuksessa, taikka yritykset ovat lopettaneet toimintansa yrittäjien eläköityessä ilman seuraajaa.

Taulukko 7 Muotoilualan yritykset Suomessa pääosaamisaloittain 2010-18 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (vuoden 2018 tiedot ennakkollisia), Tilastokeskus).



¹⁰ Vuotta 2018 koskevien Tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan yrityksiä oli 13 130, eli lähes sama määrä kuin edellisenä vuonna. Vuotta 2018 koskevat lopulliset yritys- ja toimipaikkatilastot valmistuvat joulukuun 2019 lopulla.

¹¹ Vuositilastoihin ovat päässeet tilastovuodesta 2013 myös yritykset, joiden taseen loppusumma on vähintään 170 000 euroa, vaikka henkilöstö- ja liikevaihtokriteerit eivät täytyisikään. Vuonna 2018 liikevaihtorajana oli 11 598 euroa.

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.¹² Periaatteessa toimipaikka on taloudellinen yksikkö, jossa saman omistajuuden tai valvonnan alaisuudessa harjoitetaan mahdollisimman samanlaisten tavaroiden ja palvelujen tuotantoa tavallisin yhdeällä sijaintipaikalla (Taulukko 4).

Taulukko 4 Muotoilualan yritykset ja toimipaikat Suomessa 2010-17 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (2017) Tilastokeskus).

	Yrityksiä, Suomessa 2017, lkm	Yritysten lisäys 2010-17, lkm	Toimi- paikkoja 2017, lkm	Toimipaik- kojen lisäys 2010-17, lkm
<i>Muotoilun palveluyritykset</i>	2090	318	2099	320
- Graafinen muotoilu	729	162	730	161
- Sisustussuunnittelu	737	-53	740	-50
- Teollinen muotoilu	624	209	629	209
<i>Digitaalinen muotoilu</i>	4335	1131	4706	1203
- Tietokonepelien kustantaminen	729	162	29	19
- Ohjelmistojen kustantaminen	737	-53	64	-36
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	624	209	4613	1220
<i>Arkkitehtuuri ja maisemanhoito</i>	2081	-30	2118	-5
- Arkkitehtipalvelut	1388	-159	1408	-152
- Maiseman hoitopalvelut	693	129	710	147
<i>Muotoiluintensiivinen valmistus</i>	3056	-769	3246	-631
- Tekstiilien valmistus	351	-187	362	-98
- Vaatteiden valmistus	72	-28	79	-25
- Nahkatuotteiden valmistus	151	-43	159	-40
- Puutuotteiden valmistus	870	-211	973	-192
- Lasituotteiden valmistus	32	-9	35	-9
- Keraamisten tuotteiden valmistus	88	-28	90	-31
- Kivituotteiden valmistus	207	-30	217	-31
- Metallituotteiden valmistus	102	-2	104	-2
- Huonekalujen valmistus	830	-198	870	-178
- Kultasepän tuotteiden valmistus	353	-5	357	-6
<i>Taideteosten luonti</i>	1576	306	1582	308
Yhteensä	13141	956	13751	1195

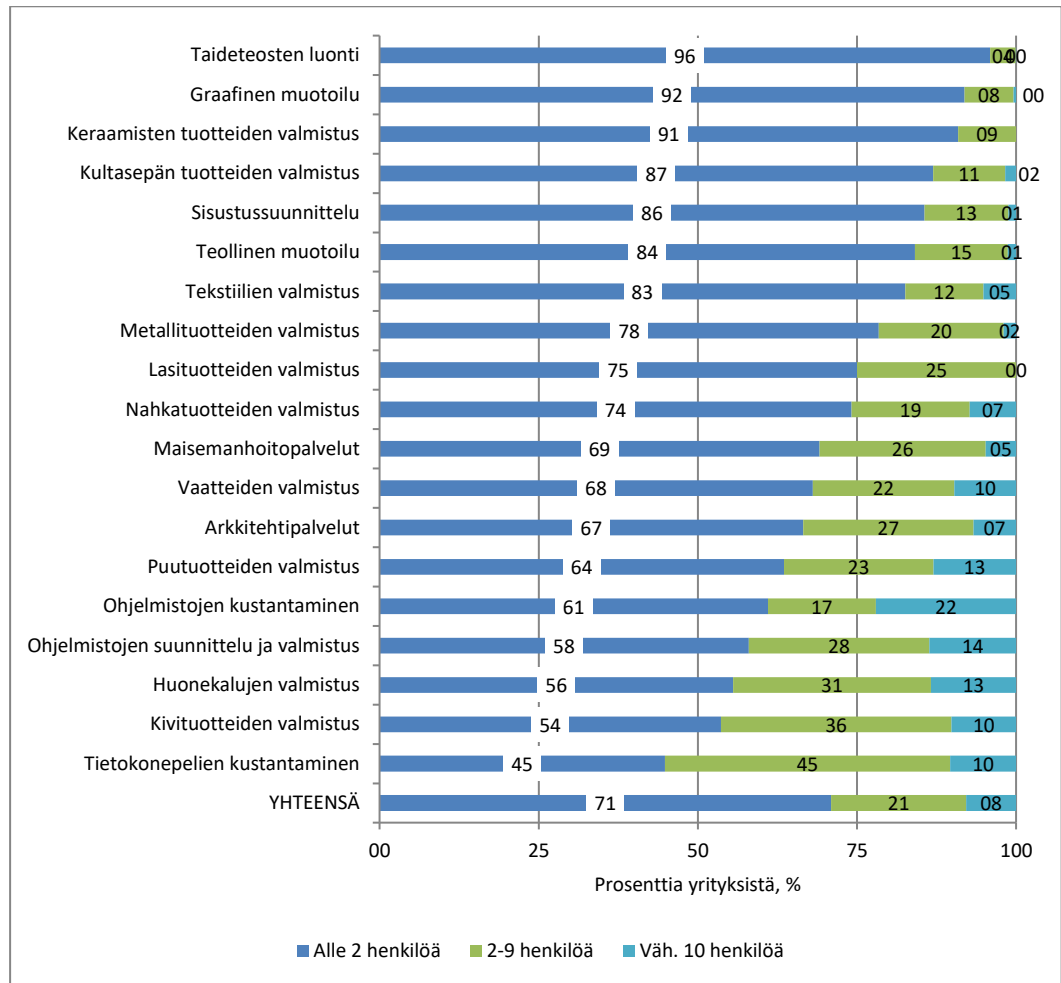
Yksinyrittäjävaltainen toimiala

Muotoilualan yritykset ovat kooltaan varsin pieniä, sillä keskimäärin 71 prosenttia työllisti alle kaksi henkilöä vuonna 2017. *Alle kahden henkilön yritykset* ovat usein eityönantajina toimivien pää- ja sivutoimisten yrittäjien hallinnassa. Pienintä yrityskokoa edustavat taideteosten luonnin ja graafisen muotoilun toimialoille tilastoidut yritykset, joista alle kahden henkilön yritysten osuus oli 96 prosenttia. Myös graafisen muotoilun, sisustussuunnittelun, keraamisten ja kultasepän tuotteiden valmistuksessa 85-90 prosenttia yrityksistä kuuluu pienimpään kokoluokkaan.

¹² Jokaisella yrityksellä on vähintään yksi toimipaikka, mutta joillakin niitä on satoja (monitoimipaikkainen yritys).

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 kivituoiteiden valmistuksessa sekä digitaalisen muotoilun toimialoilla. Pienyritysvaltaisuudesta huolimatta vähintään kymmenen henkilön yritykset työllistivät yli kolme neljäsosaa alan henkilöstöstä vuonna 2017. Alle kahden henkilön yritysten työllisyysosuus supistui seitsemään prosenttiin.

Kuvio 8 Muotoilualan yritykset toimialoittain henkilöstön kokoluokittain 2017 (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus).



Taulukko 5 Muotoilualan yritykset pääaloittain ja henkilöstön kokoluokittain 2016, osuus yrityksistä (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus).

	Alle 2 henkilön yritykset, %	2-9 henkilön yritykset, %	Väh. 10 henkilön yritykset, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	67,6	22,9	9,5
Digitaalinen muotoilu	57,9	28,4	13,7
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	67,4	26,5	6,1
Muotoilualan palveluyritys	87,4	11,7	1,0
Taideteosten luonti	95,9	4,0	0,1
YHTEENSÄ	70,9	21,2	7,8

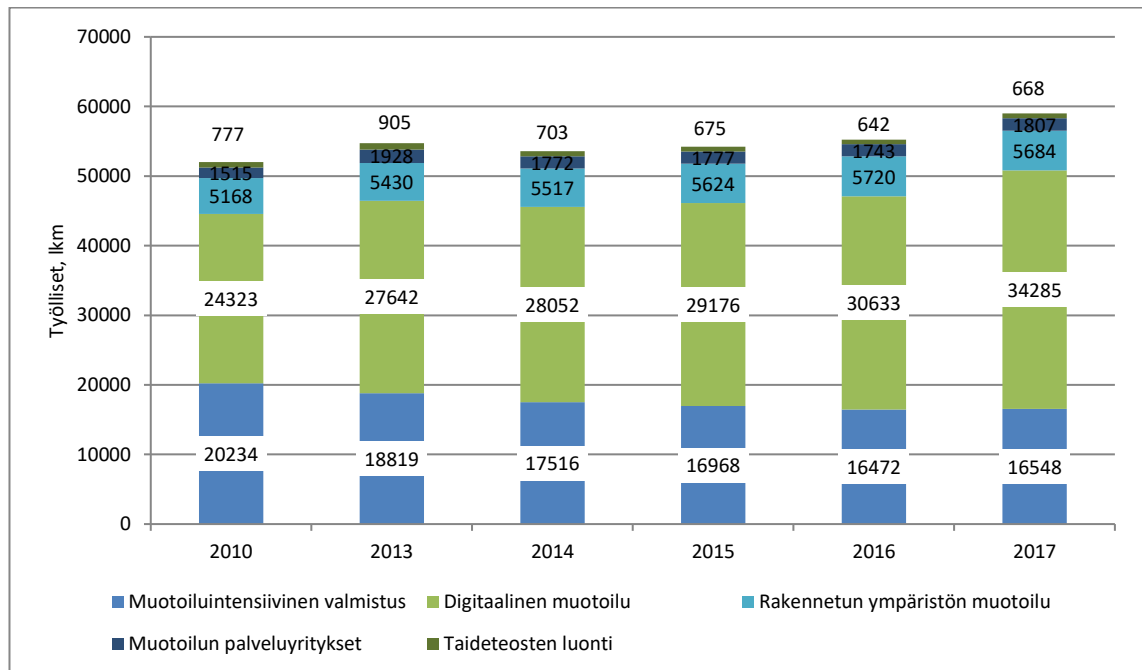
Taulukko 6 Muotoilualan työllisyys pääaloittain ja yritysten kokoluokittain 2016, osuus työllisyydestä (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus).

	Alle 2 henkilön yritykset, %	2-9 henkilön yritykset, %	Väh. 10 henkilön yritykset, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	5,2	16,7	78,1
Digitaalinen muotoilu	3,5	13,3	83,2
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	12,6	35,4	52,1
Muotoilualan palveluyritys	38,8	39,6	21,6
Taideteosten luonti	73,3	24,6	2,1
YHTEENSÄ	6,7	17,3	76,0

Työllisyyden kehitys

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 %). 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.

Kuvio 9 Muotoilualan yritystoimipaikkojen henkilöstön kehitys päätoimialoittain 2010-17, lkm (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (2017) Tilastokeskus).



Liikevaihdon kehitys

Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston mukaan muotoilualan toimipaikkojen *liikevaihto* oli vuonna 2017 Suomessa 11,4 miljardia euroa, mistä digitaalisen muotoilu muodosti 63 prosenttia. Muotoilualan liikevaihdosta muotoiluintensiivisen valmistuksen osuus oli 28 prosenttia ja muiden toimialojen yhdeksän prosenttia. Vuosina 2010-17 liikevaihdon määrä (volyymi) kasvoi muotoilualan toimipaikoilla 6,5 prosent-

tia. Kasvu oli nopeinta muotoilutoimistoissa (12,0 %) ja hitainta muotoiluintensiivisten valmistuksen päätoimialoilla (2,2 %).

Yksittäisten toimialojen kehityksestä voidaan todeta se, että liikevaihto kasvoi vuosina 2010-17 eniten keraamisten tuotteiden, kultasepän tuotteiden ja tekstiilien valmistuksessa, vaikka työllisyys aleni näillä toimialoilla. Selityksenä voi olla yrityskoon kasvun myötä tapahtunut tuotannon automatisointi ja työn tuottavuuden lisääntyminen ja varsinaisen valmistuksen siirtyminen pois Suomessa eli työn teettäminen alihankintana ulkomailla. Liikevaihto on alentunut eniten lasi- ja nahkatuotteiden valmistuksessa ja ohjelmistojen kustantamisessa 2000-luvulla.

Taulukko 7 Muotoilualan yritystoimipaikkojen henkilöstön ja liikevaihdon kehitys Suomessa tarkimman toimialan mukaan 2010-17 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (2017) Tilastokeskus).

	Henkilöstö 2017, lkm	Henkilös- tön lisäys 2010-17, lkm	Liikevaiht- to 2017, milj. euroa	Liikevaihdon määrän lisäys 2010-17, %
<i>Muotoilun palveluyritykset</i>	1807	292	260675	12,0
- Graafinen muotoilu	526	43	51450	9,3
- Sisustussuunnittelu	642	133	114961	13,2
- Teollinen muotoilu	639	116	94264	12,0
<i>Digitaalinen muotoilu</i>	34285	9962	7171469	7,9
- Tietokonepelien kustantaminen	231	127	42979	-3,2
- Ohjelmistojen kustantaminen	1330	-181	498363	-6,0
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	32724	10016	6630127	9,2
<i>Arkkitehtuuri ja maisemanhoito</i>	5684	516	698710	10,0
- Arkkitehtipalvelut	3849	115	435337	10,5
- Maiseman hoitopalvelut	1835	401	263373	9,3
<i>Muotoiluintensiivinen valmistus</i>	16548	-3686	3171398	2,2
- Tekstiilien valmistus	693	-118	99939	17,7
- Vaatteiden valmistus	335	62	80052	-4,4
- Nahkatuotteiden valmistus	1035	-414	184867	-11,1
- Puutuotteiden valmistus	6700	-656	1450445	10,5
- Lasituotteiden valmistus	244	-228	24628	-83,9
- Keraamisten tuotteiden valmistus	124	-300	6930	30,9
- Kivituotteiden valmistus	975	-291	131012	-0,6
- Metallituotteiden valmistus	209	38	31807	4,1
- Huonekalujen valmistus	5711	-1518	1029747	4,0
- Kultasepän tuotteiden valmistus	522	-261	131971	25,9
<i>Taideteosten luonti</i>	668	-109	831150	10,5
Yhteensä	58992	6975	11385402	6,5

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. Tosin liikevaihto-osuus vähättelee muotoilualan kansantaloudellista merkitystä. Syynä on, että monilla toimialoilla (rakennusala) liikevaihto voi kertaantua pitkien alihankintaketjujen takia tai nousta suureksi kauppatarvikkeiden läpikululaskutuksien takia.

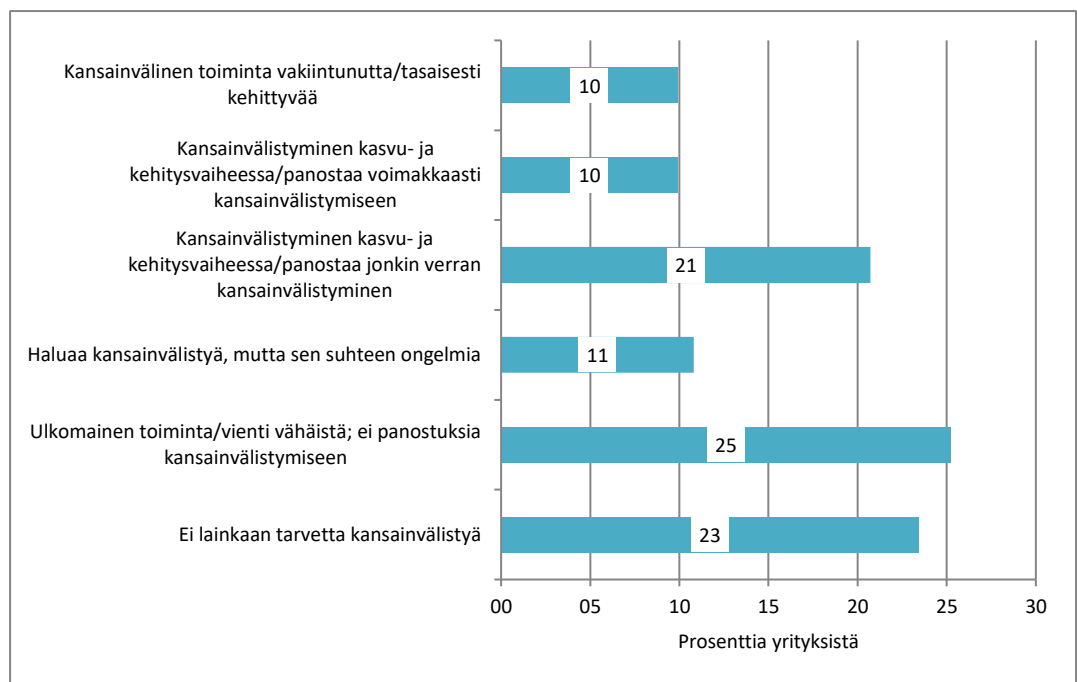
Tämän vuoksi eri toimialojen kansantaloudellista merkitystä olisi parempi katsoa jalostusarvon (tai arvonlisäyksen) pohjalta. *Jalostusarvo* mittaa toimipaikan varsinaisessa tuotantotoiminnassa eri tuotannontekijöiden tuottamaa yhteenlaskettua arvonlisäystä. Jalostusarvo lasketaan tuotantotoiminnasta 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.

3 Vienti ja yritysten kansainvälistyminen

Ornamon vuoden 2019 kyselyihin vastanneista yrityksistä kymmenesosalla *kansainvälinen toiminta* on vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää. Lisäksi lähes joka kolmas yritys panostaa voimakkaasti tai jonkin verran kansainväliseen toimintaan. Yksitoista prosenttia vastanneista haluaisi kansainvälistyä, mutta sen suhteen on ongelmia (Kuvio 10). Ne johtuvat usein yrityksen pienestä koosta. Pienyrittäjillä ei ole osaamista ja tarvittavia suhteita eikä edes aikaa perehtyä kansainvälistymiseen, jos kaikki aika menee nykyisen toiminnan pyörittämiseen.

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 ja myös halu panostaa siihen on ilmeisesti vähäisiä.¹³ Vajaalla neljänneksellä ei ole lainkaan ulkomaista toimintaa eikä myöskään tarvetta kansainvälistyä.

Kuvio 10 Muotoilualan yritysten kansainvälistymistä koskevat tavoitteet 2019, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



Julkista rahoitustukea kansainvälistymiseen oli saanut 17 prosenttia niistä yrityksistä, jotka ovat halunneet panostaa kansainvälistymiseen. Osa yrityksistä oli saanut rahoitusta useammasta kuin yhdestä lähteestä. *Finnveran*¹⁴ lainaa oli saanut noin seitsemän prosenttia vastanneista samoin kuin ELY-keskusten myöntämää yritysten kehittämisavustusta. Muutamit yritykset olivat saaneet Business Finland:in kansainväliseen kasvuun

¹³ Satunnaisia asiakkaita voi kyllä ilmestyä, mutta ongelmana on toiminnan jatkuvuus. Tuotteita voidaan kyllä toimittaa verkon kautta, mutta se ei vielä tarkoita todellista kansainvälistymistä.

¹⁴ Finnvera Oyj on Suomen valtion kokonaan omistama erityisrahoitusyhtiö. Finnveran pääasiallisena tehtävänä on täydentää rahoitusmarkkinoita tarjoamalla yrityksille lainoja, takauksia, pääomasijoituksia ja vientitakuita.

tarkoitettua Tempo-rahoitusta ja kansainvälistymiseen liittyvän osaamiseen hankintaan tarkoitettua Market Explorer –rahoitusta.

Finnveran lainat eivät ole rahoitusehtojen mukaan kuitenkaan suoraan kansainvälistymiseen tarkoitettua julkista rahoitusta, kuten *ELY-keskusten kehittämisavustus*¹⁵ tai *Tempo*¹⁶ tai *Market-Explore -rahoitus*.¹⁷ Kansainvälistymiseen liittyvää neuvontaa ja koulutusta julkisilta yritystoimintaa tukevilta organisaatioilta oli saanut vajaa viidennes kansainvälistymistä koskeviin kysymyksiin vastanneista yrityksistä. Pääosa oli saanut neuvontapalvelua Business Finland:lta. Jotkut ovat saaneet apua ELY-keskuksista ja toisilta tarkemmin määrittelemättömiltä organisaatioilta.

Niiden yritysten määrä, jotka ovat saaneet julkista rahoitustukea tai muuta apua ulkomaisen toiminnan aloittamiseen, on melko vähäinen suhteessa yritysten haluun laajentaa toimintaa ulkomaille. Rahoitusehdot ovat sellaiset, että pienet muotoilualan yritykset, joiden liikevaihto on vain muutamia kymmeniä tuhansia euroja tai yritysmuotona on yksityinen elinkeinonharjoittaja, ei ole käytännössä mahdollisuuksia saada tukea. Nämä yritykset ovat tällöin oman tulorahoituksen, henkilökohtaisen pankkirahoituksen ja muun yksityisen rahoituksen varassa.

Kansainvälisen toiminnan laajuus

Muotoilualalla yritysten ulkomaisen toiminnan osuutta liikevaihdosta on tutkittu kyselytutkimuksilla vuosina 2016, 2018 ja 2019. Yrityksillä, joilla on ollut kansainvälistä toimintaa, ulkomaankaupan osuus on jäänyt tavallisesti alle kymmeneen prosenttiin liikevaihdosta. Eli toiminta on useimmiten satunnaista. Vuonna 2019 tähän ryhmään kuului 38 prosenttia kyselyyn vastanneista. Yhdellätoista prosentilla ulkomainen toiminta oli 10-49 prosenttia liikevaihdosta. Vain seitsemällä prosentilla vastanneista ulkomainen toiminta oli yli 50 prosenttia liikevaihdosta.

Ulkomaisen toiminnan liikevaihto-osuuksissa tapahtuneet muutokset voivat johtua osittain kyselytutkimuksiin sisältyvistä satunnaisvaihteluista ja siitä, että kotimaan suhdan-
netilanteen parantaminen on pienentänyt ulkomaisen toiminnan osuutta suhteellisesti, muttei välttämättä määrällisesti. Rakenteeltaan 45 prosenttia ulkomaisesta toiminnasta koostui pääasiassa tavaraviennistä vuonna 2019. Yksitoista prosenttia harjoitti pääasial-

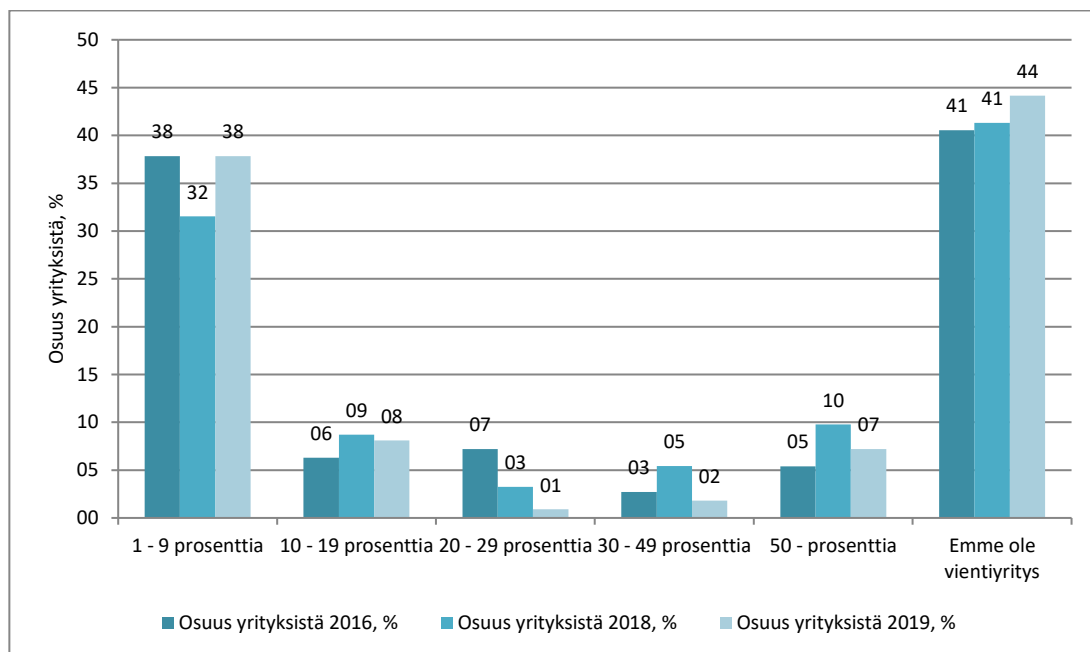
¹⁵ *Kehittämisavustuksella* voidaan kehittää yrityksen liiketoimintaa uusille urille. Erityisenä painopistealueena on ollut yritysten kansainvälistymisen edistäminen. Avustusta voidaan myöntää pk-yrityksille, joilla on kannattavan toiminnan edellytykset ja voimavaroja kilpailukykyä parantaviin toimenpiteisiin, mutta yritys rahoittaa kehittämishankkeista vähintään puolet. Kehittämistoimenpiteisiin 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)).

¹⁶ *Tempo-rahoitus* on tarkoitettu kansainväliseen kasvuun tähtääville suomalaisille startup-, pk- ja midcapyrityksille. Yrityksellä on oltava projektin käynnistyessä osaava tiimi ja uskottava rahoitus projektin toteuttamiseksi sekä kyky rakentaa osaamisestaan ja ratkaisuisistaan kansainvälinen menestystarina innovatiivisin keinoin. Jos yhtiössä ei ole voittovaroja eikä tulorahoitusta edellisten tilikausien mukaan, yhtiöllä tulee olla vähintään 30 000 euron oman pääoman ehtoista rahoitusta.

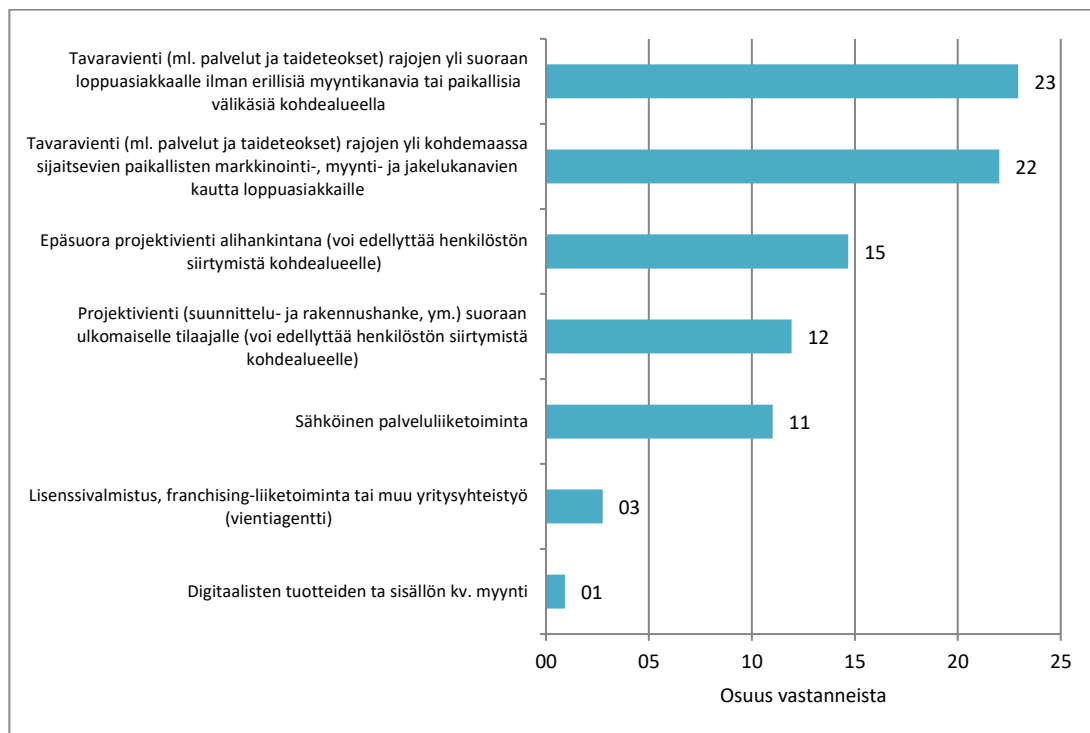
¹⁷ *Market Explorer -rahoitus* on tarkoitettu pk- ja midcap-yrityksille, jotka etsivät tuotteelleen, palvelulleen tai liiketoimintamallilleen uusia markkinoita ulkomailta. Yritys voi olla kansainvälistymisen alkuvaiheessa tai toimia jo vientimarkkinoilla. Rahoitus on tarkoitettu vain ostettujen asiantuntijapalveluiden kustannuksiin. Business Finlandin myöntämän rahoituksen määrä on 5000–10 000 euroa, ja se kattaa 50 prosenttia asiantuntijapalveluiden hankintakustannuksista. Hankkeiden koko on siis 10 000–20 000 euroa.

lisesti suora palveluvientiä sähköisten kanavien kautta. Projektiviennin oli pääasiallinen ulkomaisen toiminnan muoto 27 prosentille.¹⁸

Kuvio 11 Kansainvälisen toiminnan osuus muotoilualan yritysten liikevaihdosta 2016, 2018 ja 2019, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



Kuvio 12 Muotoilualan yritysten kansainvälisen toiminnan pääasialliset muodot, prosenttia yrityksistä 2019 (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



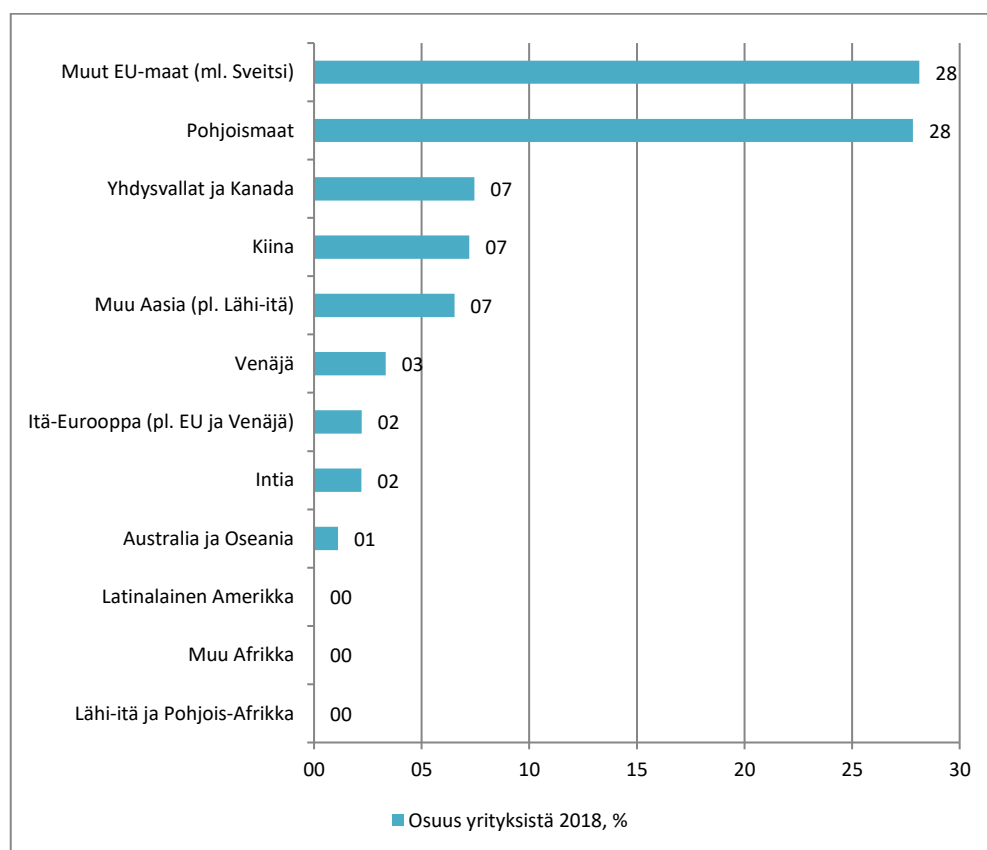
¹⁸ Projektivienti voi tapahtua suoraan ulkomaiselle toimeksiantajalle tai se voi olla epäsuora projektivientiä kotimaisen toimeksiantajan kautta alihankintana ulkomaiselle tilaajalle. Projektivienti voi edellyttää henkilön matkustamista kohdealueelle. Se on tyypillinen kansainvälisen toiminnan muoto insinööri- ja arkkitehtipalveluissa.

Päämarkkinat ja potentiaaliset uudet markkina-alueet

Vuoden 2019 suhdannekyselyjen mukaan ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten selvästi suurimmat päämarkkina-alueet ovat Pohjoismaista 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. Venäjällä ja muissa Itä-Euroopan maissa on toiminut vain muutamia yrityksiä. Latinalaisessa Amerikassa tai Afrikassa ei ollut toimintaa yhdelläkään kyselyyn vastanneista.

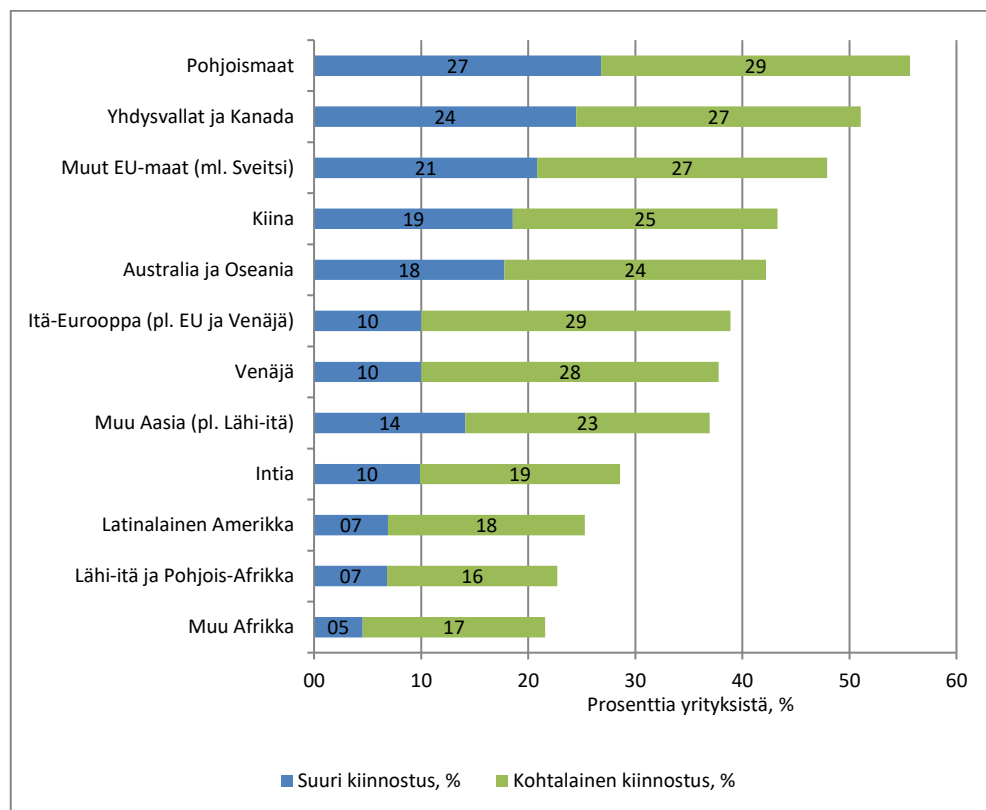
Potentiaalisista markkina-alueista, joissa ei ole vielä toimintaa, suuren kiinnostuksen kohteita ovat Pohjoismaat, Pohjois-Amerikka, ja muut EU-maat (pl. Pohjoismaat). Kiina sekä Australia ja Oseania ovat myös suhteellisen suuren kiinnostuksen kohteena. Osa kyselyyn vastanneista on kiinnostunut lisäksi Venäjän ja muun Itä-Euroopan markkinoista, vaikka niiden merkitys on nykyisin hyvin pieni. Etenkin Venäjä ja sen lähialueet voisi olla potentiaalinen uusi kiinnostava potentiaalinen markkina-alue maantieteellisen läheisyytensä vuoksi (Kuvio 14).

Kuvio 13 Kansainvälistä toimintaa harjoittavien muotoilualan yritysten pääasialliset markkina-alueet 2019, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



Kuvio 14

Muotoilualan yritysten uudet potentiaaliset kiinnostuksen kohteet (ei toimintaa tällä hetkellä 2019) kansainvälisillä markkinoilla, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



4 Kehittämisen tärkeimmät osa-alueet

Vuoden 2019 suhdannekyselyjen mukaan muotoilualan yritykset korostivat oman toiminnan kehittämisessä toimenpiteitä, jotka koskevat asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä, tuote- ja palvelukehitystä ja erottautumista markkinoilla kilpailijoista. Yli 70 prosenttia kokee myös eettisen ja ekologisen toimintatavan edistämisen, digitaalisen ympäristön hyödyntämisen ja markkinoinnin ja myynnin edistämisen tärkeäksi kehittämisen osa-alueeksi. Myös verkottuminen, alihankintaketjut ja yhteistyön toimivuus on keskeistä alan yrityksille.

Yritystoiminnan kasvu henkilöstöä palkkaamalla, palkkausjärjestelmien parantaminen, 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 voi näyttää hieman erilaiselta, sillä saldoluvut ottavat huomioon niiden yritysten mielipiteet, jotka eivät asiaa tärkeänä kehittämisen osa-alueena.

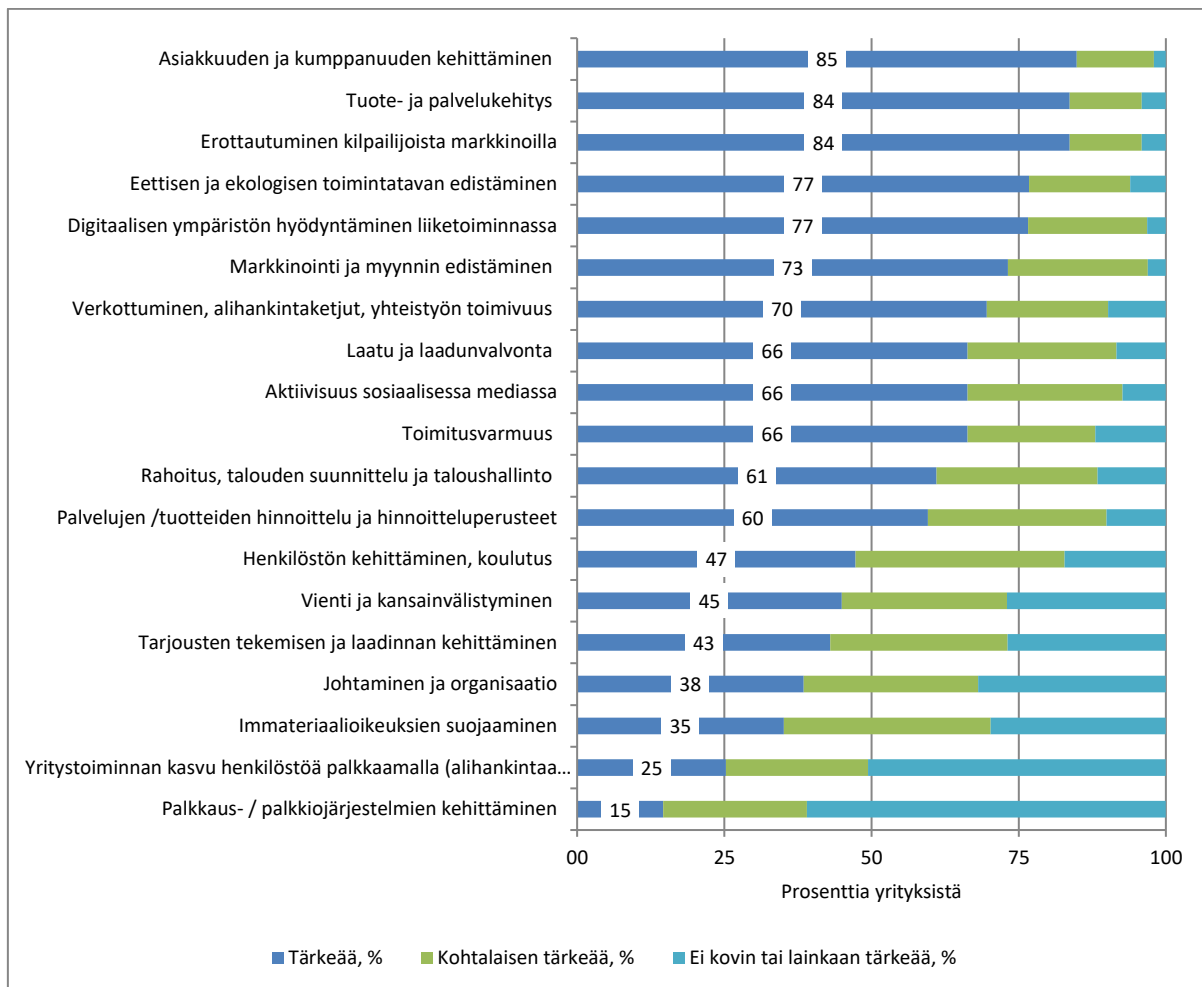
Edellä mainituista kehittämisen osa-alueista digitaalisuutta ja siihen liittyviä hyötyä muotoilualalla on kuvattu tarkemmin Ornamon vuoden 2017 toimiala- ja suhdannekatsauksessa. Siinä selvä enemmistö Ornamon kyselyihin vastanneista muotoilualan yrityksistä oli sitä mieltä, että digitaalisuus on suuri mahdollisuus liiketoiminnalle. Mieli- pidettä 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 yritys yhteistyötä. Tosin osa yrityksistä totesi, että kaikkia digitaalisuuteen liittyviä mahdollisuuksia ei ole vielä osattu hyödyntää.

Immateriaalioikeuksia ja aineettoman omaisuuden suojausta käsiteltiin puolestaan syvällisemmin vuoden 2018 toimiala- ja suhdannekatsauksessa. Yleisimmät tavat hankkia suojausta ovat teollisuus oikeuksien rekisteröinti tai tekijänoikeudellisen suojauksen hankinta sopimusten kautta tai suoraan lain nojalla. Vaikka monet Ornamon kyselyihin vastanneet yritykset pitivät aineettoman omaisuuden suojausta tärkeänä, miltei puolet vastanneista ei ollut suojannut tuotteitaan, palvelujaan ja taideteoksia mitenkään ja vain harvat olivat laatineet oman IPR-strategian.

IPR-oikeuksien suojaamattomuuden syitä ovat sen kalleus, asiantuntemuksen puute tai asiaan liittyvä byrokratia. Yritykset voivat kokea teollisuus oikeuksien rekisteröinnin turhaksi etenkin, jos kyseessä on ei-työnantajana toimiva alle yhden henkilön tai muuttaman henkilön mikroyritys, jossa yrittäjät myyvät vain koulutustaan ja kokemustaan vastaavaa työpanosta. Tosin IPR-oikeuksien suojaus voisi edesauttaa ulkopuolisen yritysrahoituksen saantia, koska rekisteröinti konkretisoi yrityksen tki-toiminnan kautta syntyntä aineetonta osaamispääomaa.

Kuvio 15 Muotoilualan yritysten tärkeimmät oman toiminnan kehittämisen kohteet 2019, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).

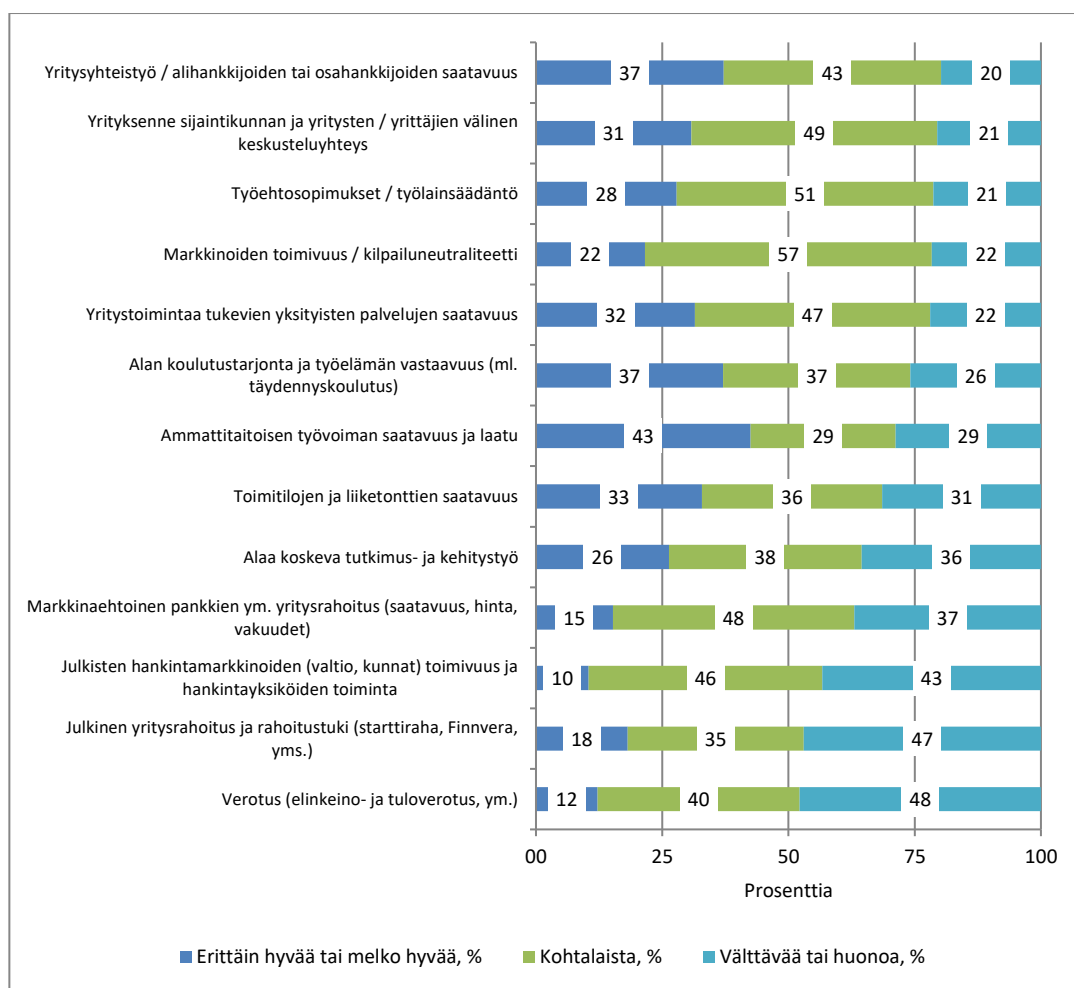


Ulkoiset kehittämiskohteet

Yrityksen ulkoisella toimintaympäristöllä tarkoitetaan kilpailutekijöitä, joihin yksittäisen yrityksen omilla kehittämistoimenpiteillä on mahdotonta 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 kilpailuneutraali teetti sekä tehokkaasti ja tasapuolisesti toimiva julkinen virkamieskoneisto ovat yritystävällisen toimintaympäristön tunnusmerkkejä.

Vuoden 2019 suhdannekyselyjen mukaan eniten myönteistä nähtiin ammattitaitoisen työvoiman saatavuudessa, alan koulutustarjonnassa ja työelämän vastaavuudessa, yritys-yhteistyössä, yritystoimintaa tukevien yksityisten palvelujen saatavuudessa, toimittajien saatavuudessa sekä yrityksen sijaintikunnan ja yritysten välisessä keskusteluyhteydessä. Näissä asioissa yli 30 prosenttia koki toimintaympäristön hyväksi. Tosin osa kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että edellä mainituissa asioissa on kehittämistä. Tämä kertoo muotoilualan kaksijakoisuudesta.

Kuvio 16 *Muotoilualan yritysten näkemykset yleisestä toimintaympäristöstä (yritysilmastosta) 2019 (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).*



Verotuksen kannustavuus

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet suhtautuivat kaikkein kriittisimmin verotukseen, jolla tarkoitetaan lähinnä yrittäjän ja yrityksen tuloverotusta sekä välillisten verojen puolella arvonlisäverotusta. Vuoden 2017 kyselyjen pohjalta voidaan todeta, että Suomen edellisen hallituksen tekemillä arvonlisäverotuksen muutoksilla, kuten arvonlisäverottoman myynnin ja arvonlisäverohuojennuksen alarajojen nostolla tai mahdollisuudella siirtyä maksuperusteiseen arvonlisäveron ilmoitusmenettelyyn ei ole ollut kovin suurta vaikutusta muotoilualalla.

Edellä mainittu koskee vuodesta 2017 voimassa ollut yrittäjävähennystä. Siten verotuksessa tapahtuneet uudistukset näyttivät alan toimijoiden silmissä lähinnä kosmeettisilta muutoksilta. Suomen nykyisen hallituksen toimista ei ole vielä konkreettista näyttöä, mutta hallituksen ohjelmassa on *arvonlisäverollisen toiminnan alarajan* nostaminen nykyisestä 10 000 eurosta 15 000 euroon, mikä vaatii EU:lta poikkeuslupaa. Alarajan nosto voisi vähentää yrittäjien raporttityötä, minkä vuoksi osa yrittäjistä ei ole halunnut kasvattaa liikevaihtoaan yli 10 000 euroon.

Julkisuudessa on keskusteltu alarajan nostamisesta 20 000 euroon ja jopa 50 000 euroon, sillä kansainvälisessä vertailussa arvonlisäverovelvollisuuden raja on meillä jokseenkin matala. Mahdollinen alarajan nosto vaikuttaa myös arvonlisäverovelvollisen

alarajan huojennukseen, joka koskee nykyisin 10 000-30 000 euron liikevaihtoa. Arki-järjellä ajateltuna arvonlisäverolliseen toimintaan liittyvien alarajojen nostaminen tuskin lisää työllisyyttä, sillä alarajan nostosta 15 000 tai 20 000 euroon hyötyvät lähinnä sivu- ja osa-aikaiset yrittäjät (yritykset).

Arvonlisäverollista toimintaa koskevissa muutoksissa on tarkasteltava myös vaikutuksia kilpailuneutraliteettiin, kun on kysymys samalla alalla toimivista sivu- ja päätoimisista yrityksistä. Arvonlisäverollisen toiminnan alarajan merkittävä nostaminen voi johtaa lisäksi yritystoiminnan pilkkomiseen pienemmiksi yrityksiksi. Sitä vastoin yrittäjävetoisten listaamattomien *osakeyhtiöiden* verotuksessa kannattaa ottaa huomioon se, että yrityksen tuloverotusta ja yrittäjän verotusta on tarkasteltava kokonaisuutena, koska mikroyrittäjyydessä on kyse yrittäjien tulonhankinnasta

Rahoituksen pullonkaulat

Alan yritykset ovat melko tyytymättömiä julkisen yritystoiminnan rahoitustuen (Starttiraha, Finnvera, ELY-keskus, yms.) tai yksityisen markkinaehtoisen rahoituksen saataavuuteen ja ehtoihin. Tämä näkemys on linjassa sen kanssa, että muotoilualan pienintä yrityskokoa edustavien alle kahden henkilön yritysten kasvu ja kansainvälistyminen on usein riippuvaista yrityksen omasta tulorahoituksesta, ellei yrittäjällä ole henkilökohtaista varallisuutta, jonka pohjalta on mahdollista hakea pankkirahoitusta käyttöpääomaksi ja välttämättömiin investointeihin.

Suhdannekyselyssä todettiin, että toiminimiyrittäjien tulisi päästä yritystukien piiriin, mikä helpottaisi markkinointia ja palvelu- ja tuotemyynnin aloittamista ulkomaille.¹⁹ Näkemyksen taustalla oli se, että tilastollisesti 54 prosenttia Ornamon syksyn 2019 suhdannekyselyyn vastanneista oli elinkeinonharjoittajia tai henkilöyhtiöitä (avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö). Pääomayhtiöitä (osakeyhtiö, osuuskunta) oli 42 prosenttia vastanneista. Vastanneiden yritysprofiilissa ei näkynyt vielä sitä, että osakeyhtiöiden perustaminen on helpottunut heinäkuussa 2019.²⁰

Julkisten hankintojen toimivuus

Suhdannekyselyyn vastanneet osoittivat kolmanneksi eniten tyytymättömyyttä julkisten hankintojen toimintaan. Tyytymättömyys on yhä suurta, vaikka vuonna 2017 uudistuneiden hankintasäännösten tarkoituksena oli parantaa pk-yritysten osallistumismahdollisuuksia julkisiin hankintoihin. Esimerkiksi tarjoajilta edellytettäviä liikevaihtovaatimuksia on höllennetty ja suuret hankinnat on suositeltu jaettavaksi osiin, jolloin pk-yritysten olisi helpompi osallistua niihin. Hankintamenettelyjä on yksinkertaistettu, selkeytetty ja tehty aiempaa joustavimmiksi.

Julkisten hankintamarkkinoiden toimimattomuus on muotoilualan yritysten kannalta harmillista, koska Ornamon vuoden 2019 kyselyjen mukaan julkisyhteisöt olivat asiakaskuntana tärkeitä tai jossain määrin tärkeitä miltei 50 prosentille muotoilualan yrityksii (Kuvio 17). Julkisten hankintojen kautta muotoilualan mikroyritykset voisivat saada esimerkiksi investointiluonteisia hankkeita, jotka kehittäisivät niiden osaamista ja antaisi referenssejä. Pelkästään jo tästä syystä alan pienillä yrityksillä on halu kunnostautua julkisyhteisöiltä saamissaan tehtävissä.

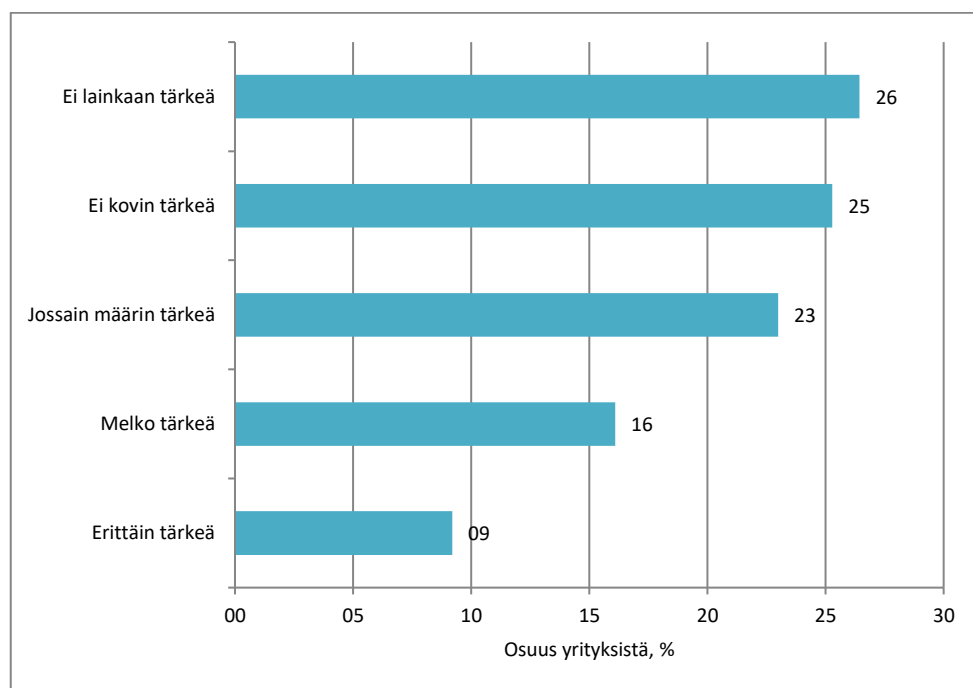
¹⁹ Myös starttirahakauden pidentämisellä voisi olla alan yrityskyselyjen mukaan myönteisiä vaikutuksia.

²⁰ Ks. Liite 1: Suhdannekyselyyn vastanneiden profiili: yritysmuoto.

Julkisissa hankinnoissa kunnostautuneiden ja referenssejä saaneiden yritysten voivat pärjätä paremmin myös yksityisillä markkinoilla koti- ja ulkomailla. Kunta- ja valtio-organisaatioiden fikset hankkeet voisivat kehittää ylipäätään pienintä yrityskokoa edustavien mikroyritysten toimintaa paremmin kuin julkiset rahoitustuet ja verohelpotukset, jotka hyödyttävät eniten suurempia yrityksiä. Julkisten hankintojen kautta mikroyritykset voisivat saada lisäksi käyttöpääomaa tarpeellisten investointien toteuttamiseen ja lisätyöntekijöiden palkkaamiseen.

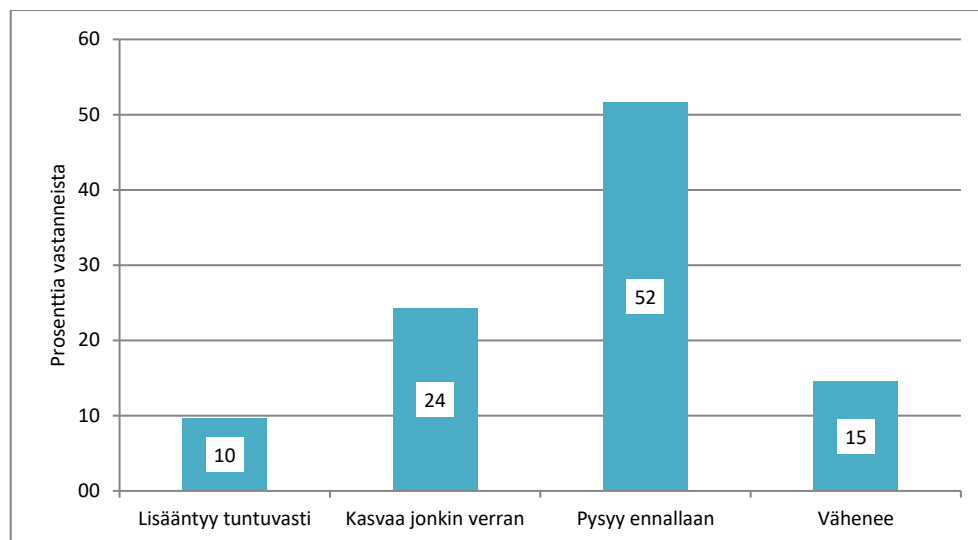
Yli puolet kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että julkiset hankinnat pysyvät suurin piirtein ennallaan seuraavien vuosien aikana (Kuvio 18). Vain neljäsosa ennusti niiden lisääntyvän. Asiaa voidaan tulkita siten, että julkisten hankintojen merkitys ei kasva lähivuosina muotoilualalla. Julkisia hankintoja voisi silti avata enemmän mikroyrityksille etenkin hankintalain säätelyn ulkopuolelle jäävissä pienhankinnoissa, joissa hankintayksiköt voivat päättää hankintatavasta vapaammin.²¹ Yksinyrittäjille jopa muutamien tuhansien eurojen hankinnat voivat olla tärkeitä.

Kuvio 17 Muotoilualan yritysten näkemykset julkisten hankintojen merkityksestä yritystoiminnassa 2019, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



²¹ Julkiset hankinnat jaetaan kolmeen pääryhmään. **EU-hankinnat** ovat EU-kynnysarvot ylittäviä hankintoja. **Kansalliset hankinnat** ovat Suomen kansallisten kynnysarvot ylittäviä hankintoja, jotka jäävät EU-kynnysarvojen alapuolelle. EU-hankintoihin sovelletaan direktiivien mukaisia kilpailuttamismenettelyjä, ja niistä on EU-laajuinen ilmoitusvelvoite. Kansallisiin hankintoihin sovelletaan joustavampia menettelyjä, ja niistä ilmoitetaan vain kansallisesti. **Pienhankinnat** ovat kansalliset kynnysarvot alittavia hankintoja, joihin ei sovelleta hankintalakia. Vuonna 2019 kansalliset kynnysarvot olivat tavara- ja palveluhankinnoissa, käyttöoikeussopimuksissa ja suunnittelukilpailuissa 60 000 euroa, sosiaali- ja terveydenhuollon palveluissa 400 000 euroa, muissa erityispalveluissa 300 000 euroa ja rakennusurakoissa 150 000 euroa, käyttöoikeusurakoissa 500 000 euroa.

Kuvio 18 Muotoilualan yritysten arviot julkisten hankintojen kehityksestä vuosina 2019-22, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



Muita kehittämistarpeita

Alan yritykset peräänkuuluttivat vuoden 2019 suhdannekyselyssä palkkatukea työntekijöiden palkkaamisen helpottamiseksi ja yrittäjäläkemaksujen (YEL-maksut) kohtuullistamista. YEL-vakuuttamista on käsitelty seikkaperäisesti Ornamon vuosina 2018-19 työmarkkinakatsauksessa. Katsauksessa todettiin, että alan yrittäjistä vain 69 prosenttia oli YEL-vakuuttamisen piirissä, jonka rajana ovat 7 800 euron tulot vuonna 2019. Edelleen 31 prosentilla yrittäjistä, joilla oli YEL-vakuutus, vakuuttamisen pohjana olevat YEL-työtulot jäivät alle 12 575 euroon.²²

Yrittäjien sosiaaliturva on sidottu pitkälti osin YEL-työtulotasoon, mutta alhaisilla YEL-tulotasolla yrittäjät eivät saa kuitenkaan kunnollista ansiosidonnaista sosiaaliturvaa. Lisäksi YEL-vakuuttamisen piiriin voivat joutua sivutoimiset työikäiset yrittäjät. Koska alhaisilla YEL-työtuloilla ei saavuteta kunnan sosiaaliturvaa ja YEL-maksut vain lisäävät yrittäjien kustannuksia, olisi parasta nostaa pakollisen YEL-vakuuttamisen alaraja vähintään yhtä suureksi kuin työttömyyskassajäsenyyden eli ansiosidonnaisen työttömyysturvan alaraja on

Yrittäjien ensisijainen sosiaaliturva, kuten sairauspäivärahat tai äitiys- ja vanhempainrahat, kannattaa rakentaa edelleen pääsääntöisesti YEL-tulojen pohjalla, mutta yleisen asumistuen ja toissijaisen sosiaaliturvan, kuten toimeentulotuen pohjana tulisivat olla yrittäjien todelliset kuukausitulot. Tällä hetkellä yrittäjien asumistuki määräytyy kuitenkin fiktiivisten YEL-työtulojen pohjalta.²³ Tämä voi johtua siihen, että osa yrittäjistä voi saada ansiotonta etua ja osa voi jäädä asumistuen ulkopuolelle todellista tarpeesta huolimatta.

Päätoimiset yrittäjät tekevät pitkää työpäivää yritysmuodosta riippumatta. Silti elinkeinonharjoittajat eivät pääse vuotuisen verovapaan 400 euron suuruisen liikunta- ja kult-

²² Summa oli sama kuin työttömyyskassajäsenyyden eli ansiosidonnaisen työttömyysturvan alaraja vuonna 2018. Vuonna 2019 summa oli 12 816 euroa.

²³ Jos yrittäjällä ei ole YEL-vakuutusta, tuloksi voidaan arvioida starttirahan määrä, vähimmäistulo tai yrittäjän oman arvion mukainen tulo. Tilinpäätöstietoja ei tarvitse toimittaa Kelaan.

tuuriedun piiriin, kuten työntekijät tai yhtiömuotoisten yritysten yrittäjät²⁴. Syynä on, että elinkeinonharjoittajat eivät voi olla itsensä työnantajia ja maksaa itselleen palkkaa. Epäkohdan voisi korjata lisäämällä lakiin elinkeinotulon verottamisesta (360/1968) säännös, jonka mukaan elinkeinonharjoittaja saisi enintään 400 euroa verovähennyksen hankkimastaan liikunta- ja kulttuuripalvelusta.²⁵

²⁴ Osakeyhtiöiden ja henkilöyhtiöiden (avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö) omistajayrittäjät.

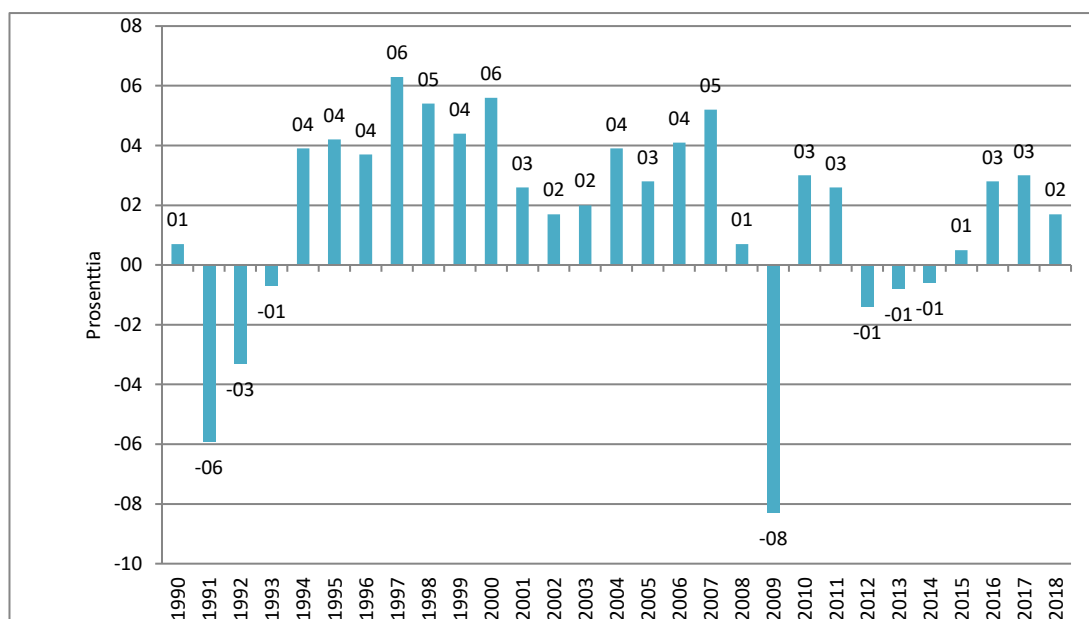
²⁵ Säännös vastaisi tuloverolain (1535/1992) säännöstä verovapaista liikunta- ja kulttuurieduista.

5 Yleinen talouskehitys kansantaloudessa

Tilastokeskuksen kansantalouden tilinpidon mukaan Suomen *bruttokansantuote bkt* supistui määrällisesti kolme vuotta peräkkäin vuosina 2012-14, mutta bkt:n kehitys nousi plussan puolelle vuodesta 2015 lukien. Vuonna 2018 kasvua oli 1,7 prosenttia. Nimellisesti Suomen bruttokansantuote bkt oli 232 miljardia euroa vuonna 2018 (Kuvio 19). Määrällisesti bkt saavutti vuoden 2008 vasta vuonna 2017. Siten viime vuosien hyvät kasvuluvut johtuvat alhaisesta lähtötasosta, sillä *käytännössä Suomi menetti lähes kymmenen vuoden talouskasvun*.

Maailmantalous kasvoi kuitenkin vuosina 2010-17 koko ajan keskimäärin kolmen prosentin vuosivauhdilla, kun kasvu Suomessa oli vain 1,0 prosenttia. Suomen tilannetta kuvaa hyvin se, että myös euroalueen talous on kasvanut reippaammin. Lähialueillamme Virossa keskimääräinen bkt:n kasvuvauhti oli 3,5 prosenttia, Ruotsissa 2,8 prosenttia, Norjassa 1,6 prosenttia ja Tanskassa 1,5 prosenttia vuosina 2010-17. Siten hyvinvointierot muihin ovat lisääntyneet muihin Pohjoismaihin verrattuna, jossa asiaa mitataan suhteuttamalla bkt asukasluukuun.

Kuvio 19 Bruttokansantuotteen määrän kehitys 1990-2018, prosenttia (Lähteet: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus).



Valtiovarainministeriön ennusteiden mukaan bkt:n nopein kasvuvaihe olisi nyt jo ohitse Suomen osalta, sillä kokonaistuotannon määrän muutoksen arvellaan lisääntyvän ainoastaan 1,5 prosenttia vuonna 2019. Vuosina 2020-21 kasvu hyytyy vain 0,9-1,1 prosenttiin. Tämä on seurausta teollisuustuotannon kasvun hidastumisesta sekä rakentamisen ennakoitusta tuotannon laskusta vuosina 2020-21. Taustalla vaikuttavat maailmantalouden kasvun heikentyminen ja kauppakonfliktien riskit, jotka ovat ajankohtaistuneet Kiinan ja Yhdysvaltain välillä.

EK:n suhdannetiedustelujen mukaan myönteinen kehitys on jatkunut silti vuonna 2019, sillä maailmankaupan kasvu on tukenut vientiin suuntautuvaa teollista investointi- ja välituotehyödykkeiden tuotantoa ja siihen liittyvää osaamisintensiivistä palvelutuotantoa. Rakennustoiminta jatkuu yhä kasvukeskuksissa korjausrakentamisen puolella, vaikka

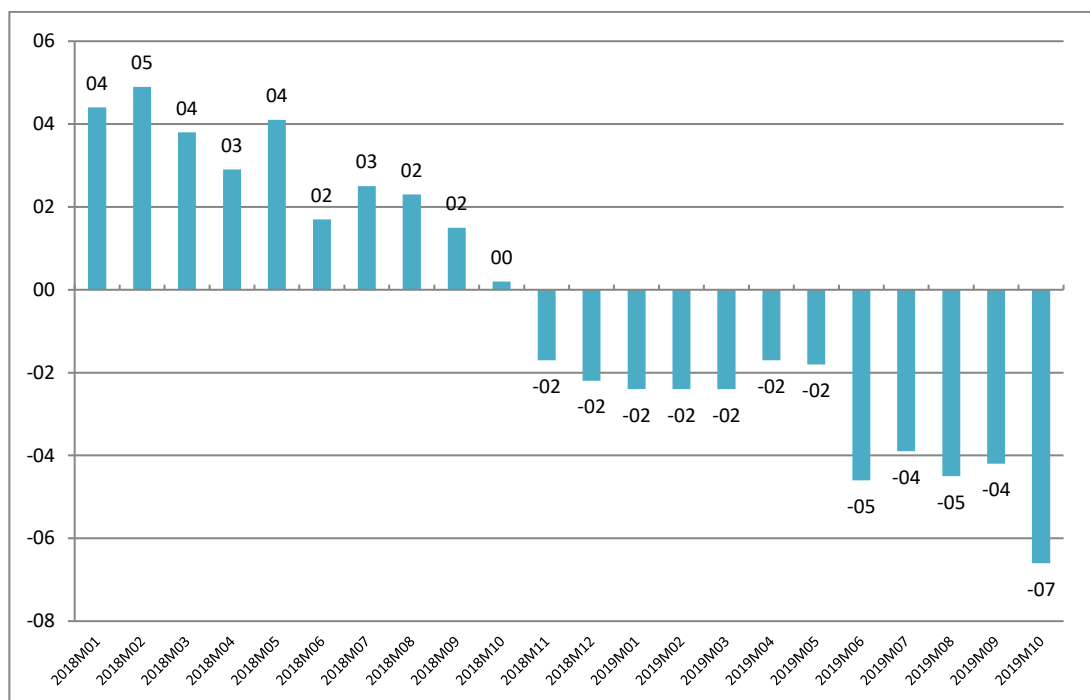
uudisrakentaminen hiljenee ja hallitus on luvannut panostaa julkisiin infrahankkeisiin. Kehitystä hidastavat toisaalta pula etenkin teknisten alojen ammattitaitoisesta työvoimasta ja työn tuottavuuden hidas nousu.²⁶

Usko Suomen talouteen horjuu

Tilastokeskuksen kuluttajien luottamustutkimuksen pisteluku oli miinus 6,6 lokakuussa 2019. Luottamusindikaattori on ollut miinusmerkkinen marraskuusta 2018 lukien.²⁷ (Kuvio 20). Varsinkin usko Suomen talouteen on romahtanut ja synkkä. Kuluttajien näkemykset oman taloutensa nykytilasta ja lähitulevaisuudesta olivat vaisut, mikä on vähentänyt rahankulutusaikeita. Lokakuussa kuluttajat odottivat myös yleisen työttömyys-tilanteen synkkenevän, joskin joka toisella työssä käyvällä ei ollut lainkaan omakohtaista työttömyyden uhkaa.

Vuosina 2015-18 toteutunut talouskasvu on näkynyt toisaalta yritysten liikevoittoja kuvaavassa *toimintaylijäämässä* (Kuvio 21). Vuonna 2018 nimellinen toimintaylijäämä kasvoi kansantalouden tilinpidon mukaan viisi prosenttia, mutta se ei ylittänyt vielä huippuvuoden 2007 tasoa. Myös *yrittäjätulo* on kasvanut viidettä vuotta, joskin kasvuvauhti hidastui huomattavasti vuonna 2018. Yrittäjätulo ottaa huomioon omaisuustulot ja maksetut korot ja se vastaa voittoa ennen verojen ja osinkojen maksua. Nimellinen yrittäjätulo jäi 99 prosenttiin vuoden 2007 tasosta.

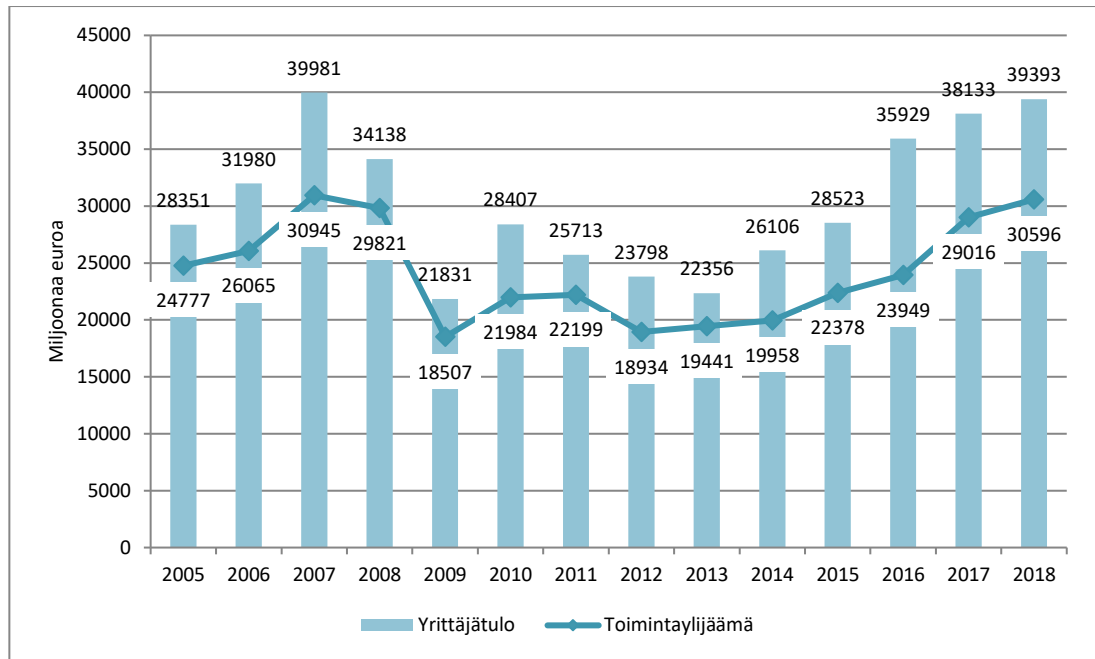
Kuvio 20 Kuluttajien näkemys taloudesta kuluttajien luottamustutkimuksen mukaan 2018-19 (lokakuu), pisteluku (Lähde: Kuluttajien luottamustutkimus, Tilastokeskus).



²⁶ Talouskasvun painopisteen siirtyminen investoinneista ja viennistä kotimaiseen kysyntään ja palveluihin ylläpitää työn kysyntää, mutta voi heikentää tuottavuuden kehitystä.

²⁷ Kuluttajien luottamusindikaattori on sen osatekijöiden saldolukujen keskiarvo. Luottamusindikaattorin neljä osatekijää ovat kuluttajan oma talous nyt, kuluttajan oma talous 12 kuukauden kuluttua, Suomen talous 12 kuukauden kuluttua ja kuluttajan rahankäyttö kestotavaroihin seuraavan 12 kuukauden aikana verrattuna edelliseen 12 kuukauteen. Saldoluvut ja luottamusindikaattori voivat vaihdella -100:n ja +100:n välillä – mitä korkeampi (positiivinen) lukema, sitä valoisampi näkemys taloudesta.

Kuvio 21 Yritysten toimintaylijäämän ja yrittäjätulon nimellinen kehitys 2005-2018, miljoonaa euroa (Lähde: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus.)



Julkisyhteisöjen rahoitusasema

Julkisyhteisöt rahoittavat menonsa verotuloilla, minkä lisäksi menoja katetaan palvelumaksuilla, myyntituloilla, pääomatuloilla ja lainaa ottamalla. Tilastokeskuksen julkisen talouden tilaston mukaan julkiset menot oli 121 miljardia euroa vuonna 2017, mikä oli 54 prosenttia bkt:sta ja 22 022 euroa asukasta kohden. Julkisista menoista 46 prosenttia (55,6 mrd. euroa) oli sosiaaliturvamenoja. Niistä 26 prosenttia kohdistui vanhuuteen, jossa menot ovat lisääntyneet kaikkein eniten. Etenkin vanhuuteen liittyvien eläkemenojen kasvu on ollut ripeää viime vuosina.

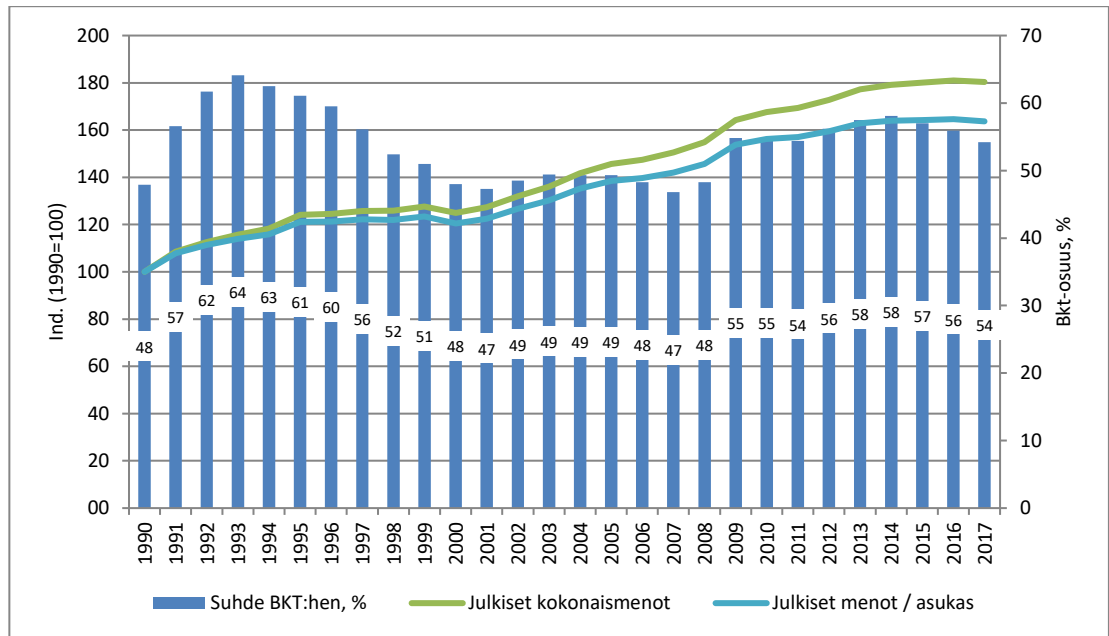
Tilastokeskuksen tilastojen mukaan julkiset menot ovat kasvaneet määrällisesti 1,8 –kertaiseksi ja asukasta kohden laskettuna 1,6 –kertaiseksi vuosina 1990-2017. Julkisten menojen bkt-osuus aleni vuoden 1993 huippulukemista vuoteen 2007 saakka, mutta menot kääntyivät sen jälkeen nousuun. Menojen bkt-osuuden kasvu kuitenkin pysähtyi vuosina 2016-17. Julkisyhteisöt rahoittavat menonsa verotuloilla, mutta verotulot eivät ole kasvaneet samaa tahtia julkisten menojen kanssa. Tämän takia julkisia menoja on jouduttu rahoittamaan velkaa ottamalla.

Edellä mainituista syistä johtuen valtion rahoitusasema on ollut 2010-luvulla selvästi alijäämäinen. Vuonna 2018 *valtion talouden alijäämä* oli 2,7 miljardia euroa. Valtion velka oli 115 miljardia euroa, eli 50 prosenttia bkt:sta. Kuntien alijäämä oli 1,9 miljardia ja velka 20 miljardia euroa. Tosin julkisyhteisöjen yhteenlaskettu alijäämä eli kansantalouden tilinpidon mukainen nettoluotonanto parani vuoteen 2017 verrattuna. Alijäämän bkt-osuus (0,7 %) alitti myös Euroopan unioni EU:n *vakaus- ja kasvusopimuksen* mukaisen viitearvon (3 % bkt:sta).

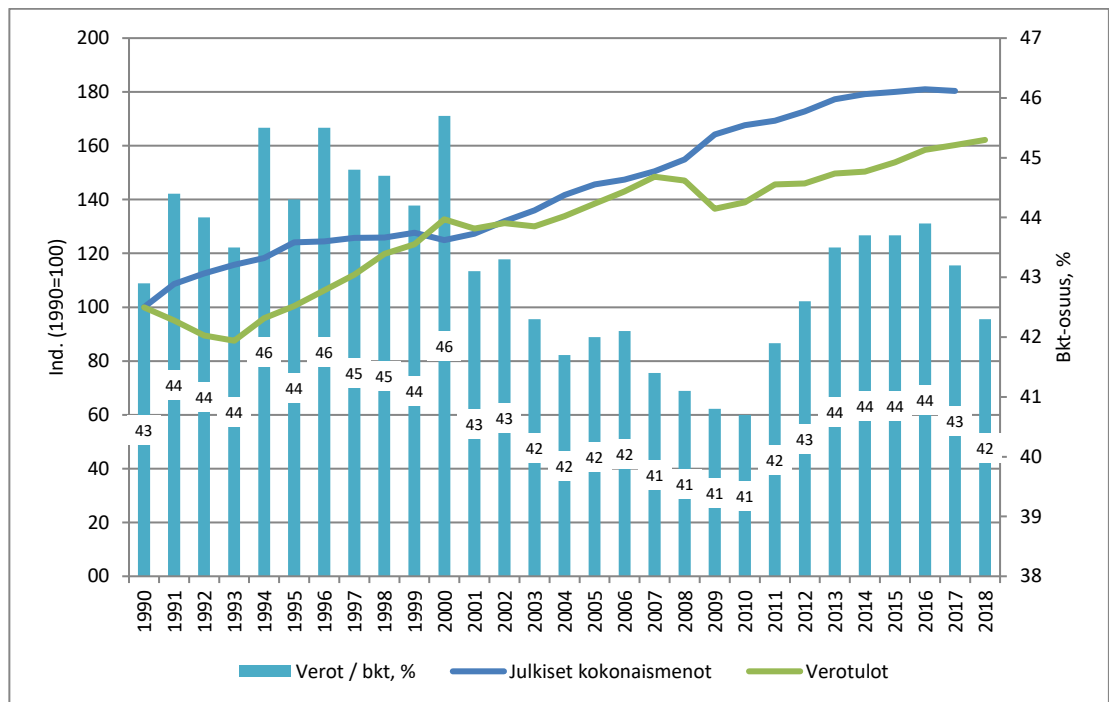
Koko julkisyhteisöjen EDP-velka (*Excessive Deficit Procedure*), eli sulautettu brutto-velka painui 60 prosentin viitearvon alapuolelle vuonna 2018, eli 59 prosenttiin bkt:sta (Kuvio 44). EDF-velkaan luetaan julkisyhteisöjen kansantalouden muilta sektoreilta ja ulkomailta saamat joukkovelkakirjalainat, lyhytaikaiset velkapaperit, lyhyt- ja pitkäai-

kaiset lainat sekä talletukset. Velkaantuminen pysähtymisen voi olla silti vain väliaikaista, elleivät verotulot kasva ja työllisyys parane, sillä julkisten menojen kasvupaineet ovat suuria vuonna 2019 alkaneella hallituskaudella.

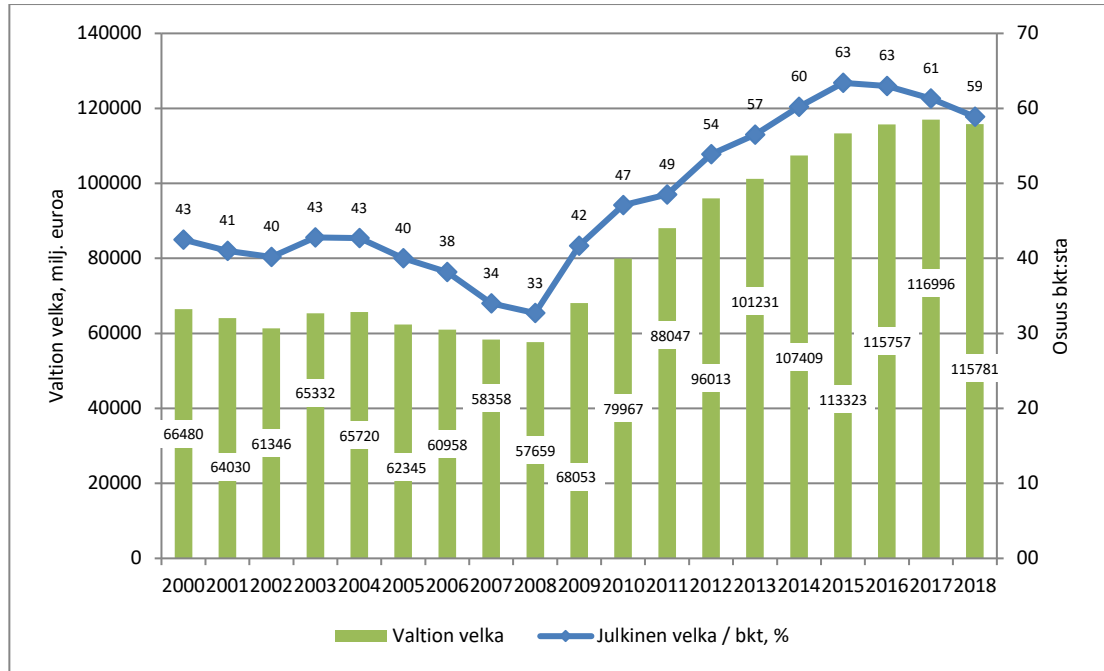
Kuvio 22 Julkiset menojen määrän kehitys ja bkt-osuus (%) 1990-2017 (Lähde: Julkisen talouden tilastot, Tilastokeskus).



Kuvio 23 Julkiset menojen ja verotulojen määrän kehitys sekä verotulojen bkt-osuus (%) 1990-2018 (Lähde: Julkisen talouden tilastot, Tilastokeskus).



Kuvio 24 Valtion velan ja koko julkisen velan bkt-osuuden (%) kehitys 2000-luvulla (Lähde: Julkisen talouden tilastot, Tilastokeskus)



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 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 hidas talouskasvu. Keväällä 2016 tehdyllä päätöksellään Ekp päätti kuitenkin pidentää osto-ohjelmaa ja nostaa kuukausittaisten ostojen määrän 60 miljardista eurosta 80 miljardiin euroon. Ekp käynnisti vuonna 2016 myös yrityssektorin velkapapereiden osto-ohjelman, millä on haluttu vahvistaa omaisuuserien ostojen vaikutusta reaaliatalouteen.

Euroalueen bkt:n kasvu olikin reipasta vuoden 2018 alkuun saakka. Myös tuotannolliset ja asuininvestoinnit kasvoivat kaikissa euromaissa. Vuoden 2018 jälkipuoliskolla kasvuvauhti alkoi kuitenkin hiipua, kun maailmankaupan heikkeneminen muutti nettoviennin negatiiviseksi ja teollisuustuotanto alkoi supistua. Luottamusilmapiiriin heikkeneminen on alkanut vaimentaa myös yksityistä kulutusta. Euroopan keskuspankki Ekp:n ennusteiden mukaan euroalueen bkt:n kasvu jää 1,1 prosenttiin vuonna 2019 ja vuosina 2020-21 kasvu jää 1,5-1,6 prosenttiin.

Ekp:n neuvosto ilmoitti tammikuun 2019 kokouksessa pitävänsä ohjauskoron, talletuskoron ja maksuvalmiuslainojen koron ennallaan, mutta laaja omaisuuserien osto-ohjelma lopetettiin vuoden 2018 lopussa. Tosin eurojärjestelmä ostaa yhä arvopapereita,

kun erääntyvät pääomat jo ostetuista arvopapereista sijoitetaan uudelleen. Käytännössä rahaa sijoitetaan 17 miljardia euroa kuukaudessa. Heikentyneiden talousnäkymien vuoksi Ekp:n neuvosto vahvisti maaliskuussa pitävänsä ohjauskorot nykyisellä alhaisella tasolla ainakin vuoden 2019 loppuun asti.

Ekp:n rahapolitiikka onkin ylläpitänyt Euroopassa matalan koron ympäristöä. *Ohjauskorko*, jolla keskuspankki määrittää sen, millä korolla liikepankit saavat edullisimmillaan lainaa keskuspankista, on nolla prosenttia.²⁸ *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.²⁹

Lisäksi eurojärjestelmä antaa syyskuusta 2019 maaliskuuhun 2021 pankeille mahdollisuuden nostaa kahden vuoden pituisia luottoja, joiden korko on sidottu perusrahoitusoperaatioiden korkoon. Näillä lainoilla ylläpidetään pankkilainojen suotuisaa kehitystä euroalueella. Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että Ekp:n neuvoston maaliskuun päätökset lisäävät rahapolitiikan elvyttävää vaikutusta. Päätösten jälkeen odotukset ensimmäisestä koronnostosta siirtyivät eteenpäin, pitkien valtiolainojen korot laskivat ja euro heikentyi suhteessa muihin valuuttoihin.

Päätöksillään Ekp on halunnut lisätä vakautta ja uskoa markkinoilla. Tosin Italian hallituksen avokätinen budjetti voi uhata euroalueen talouskuria. Italiassa on julkista velkaa 2 500 miljardia euroa, eli 130 prosenttia bkt:sta ja neljä prosenttia koko maailman julkisesta velasta. Myös Britannian *mahdollinen* EU-ero eli *Brexit* on EU-projektin kannalta poliittisesti dramaattinen takaisku, mutta sen taloudelliset vaikutukset riippuvat pitkällä aikavälillä siitä, kuinka järjestyneesti ero tapahtuu. Tällä hetkellä asiasta vallitseva epävarmuus häiritsee taloudellista toimintaa.

Maailmankaupan ja EU:n talousnäkyviä ovat varjostaneet Yhdysvaltain uhkaus korottaa maahantuotujen autojen ja autonosten tulleja, mikä iskisi Saksan autoteollisuuteen. Kiinaa Yhdysvallat on syyttänyt myös amerikkalaisen teknologian ja tutkimustiedon varastamisesta. Suojatullien asettaminen voi johtaa kauppasotaan varsinkin, jos EU ja Kiina ryhtyvät mittaviin vastatoimiin. Nyt näyttää siltä, että etenkin Kiinan ja Yhdysvaltojen kauppakiista on pahentunut nopeasti, sillä maat ovat lisänneet toisilleen asettamia tulleja askel askeleelta vuosina 2018-19.

Jo syyskuuhun 2018 mennessä Yhdysvallat oli asettanut tulleja Kiinan tuonnille, jonka arvo on 250 miljardia euroa. Kiina on vastannut Yhdysvaltain tuontia koskevilla tulleilla, jotka kohdistuvat 110 miljardin dollarin arvoiseen tuontiin.³⁰ Lisäiskua maailmankaupalle merkitsi Yhdysvaltain ilmoitus vetäytyä Iranin ydinsopimuksesta. Ydinsopimuksen eurooppalaiset sopijaosapuolet (EU, Ranska, Saksa, Britannia) haluavat pitää kiinni sopimuksesta. Syyt ovat osin taloudellisia, sillä kauppavaihto Iranin kanssa on mittavaa ja odotukset sen kasvusta suuria.

²⁸ Ohjauskorko vaikuttaa edelleen euriboreihin, eli korkoihin, joilla liikepankit tarjoavat vakuudetonta lainaa toisilleen. Euriborit ovat yleisiä asuntolainojen viitekorkoja.

²⁹ Maksuvalmiuslaina on laina, jota liikepankit voivat saada kansallisesta keskuspankista vakuutta vastaan yön yli.

³⁰ Kokonaisuudessaan Kiinan tuonti Yhdysvaltoihin oli noin 506 miljardia dollaria vuonna 2017 ja Yhdysvaltain tuonti Kiinan vain 130 miljardia dollaria, joten Yhdysvalloilla on vielä paljon mahdollisuuksia lisätä tullimaksuja ja sitä kautta taivuttaa Kiina myönnytyksiin.

Työllisyyden kehitys

Työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n *työllisyyskatsauksen* mukaan työ- ja elinkeinotoimistoissa oli syyskuun 2019 lopussa 226 200 *työtöntä työnhakijaa*, mikä oli 6 000 henkilöä vähemmän kuin vuotta aiemmin. Työhakijoista lomautettuja oli 8 300, mikä oli vähemmän kuin vuotta aiemmin. Keskimäärin työttömiä työnhakijoita oli 8,6 prosenttia työvoimasta.³¹ Myös pitkäaikaistyöttömien eli yhtäjaksoisesti yli vuoden työttöminä olleiden määrä on alentunut. Heitä oli 62 600 henkilöä, mikä oli 7 800 henkilöä vähemmän kuin vuotta aiemmin.

Laajan työttömyyden käsitteen mukaisesti työttömien työnhakijoiden ja erilaisten työvoimapolittisten toimenpiteiden tai palvelujen piirissä olleiden kokonaismäärä oli syyskuussa 346 400 henkilöä.³² Palvelujen piirissä oleviin (120 300 henkilöä) lasketaan palkkatuilla ja valtiolle tukityöllistetyt, starttirahan saajat, työvoimakoulutuksessa, valmennuksessa, työharjoittelussa sekä työ- ja koulutuskokeilussa olevat. Heitä ovat myös vuorotteluvapaasijaisena työskentelevät, kuntouttavassa työtoiminnassa ja omaehtoisessa opiskelussa työttömyysetuudella olevat.

Työttömyys on vähentynyt useimmilla koulutusasteilla ja ikäryhmissä. Alle 25-vuotiaiden nuorten työttömyys aleni 1 200 työhakijalla edellisestä vuodesta. Ikääntyvien yli 50 –vuotiaiden henkilöiden puolella työttömyys supistui 2 300 henkilöllä. Määrällisesti ja suhteellisesti eniten työttömyys on alentunut viime vuosina perusasteen, keskiasteen ja alemman korkea-asteen koulutuksen saaneilla.³³ Sen sijaan ylemmällä korkea-kouluasteella ja tutkijakoulutusasteella työttömyys on kääntynyt nousuun, mikä on heikentää etenkin koulutettujen naisten tilannetta.

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 tilastointisuosituksia 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.³⁴

³¹ Alueellisesti työttömyys oli suurinta Kaakkois-Suomen, Keski-Suomen, Lapin ja Pohjois-Karjalan ELY-keskusalueilla, joissa työttömiä työnhakijoita oli 11-13 prosenttia työvoimasta. Työllisyystilanne (pl. Ahvenanmaa) oli parhain Etelä-Pohjanmaalla ja Pohjanmaalla, jossa työttömiä oli noin seitsemän prosenttia työvoimasta. Ahvenanmaalla työttömyysaste oli runsaat kolme prosenttia.

³² Määrä oli 12 300 vähemmän kuin vuotta aiemmin, mikä johtuu työttömien työnhakijoiden määrän pienenemisestä.

³³ Alempien koulutusasteiden työllisyyden paraneminen on näkynyt rakennus-, korjaus- ja valmistustyöntekijöiden sekä palvelu- ja myyntityöntekijöiden työtilaisuuksien kasvuna. Korkeasti koulutettujen työllisyystilanne on kohentunut varsinkin asiantuntijoiden piirissä.

³⁴ Työttömäksi luetaan myös opiskelija ja työpaikastaan toistaiseksi lomautettu, joka täyttää yllä mainitut kriteerit.

TEM:n työnvälitystilastossa ei työttömälle ole yhtä tiukkoja työnhaun kriteerejä kuin Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksessa. Työnvälitystilastossa työtön on työnhakija, joka on ilman työtä eikä työllisty päätoimisesti yritystoiminnassa. Työnvälitystilastossa työttömiin luetaan työnhakijaksi ilmoittautuneet kokonaan lomautetut. Sitä vastoin työttömiksi työnhakijoiksi ei lueta työttömyyseläkkeen saajia eikä päätoimisia koululaisia ja opiskelijoita – ei edes loma-aikoina. Käytännössä työnvälitystilasto kattaa työttömät, jotka saavat työttömyyskorvausta.

Työvoimatutkimuksen mukaan työttömiä oli vuoden 2019 syyskuussa 161 000, mikä oli noin 110 000 vähemmän kuin *TEM:n työnvälitystilastossa* oli työttömiä työnhakijoita. Työvoimatutkimuksen mukainen työttömyysaste oli 5,9 prosenttia. Edellisestä vuodesta työttömien määrä väheni 9 000 henkilöllä ja työttömyysaste aleni 0,4 prosenttiyksiköllä. Suurin Tilastokeskuksen ja TEM:n työttömyyslukujen eroja selittävä tekijä on *piilotyöttömyys*.³⁵ Piilotyöttömiä oli Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen mukaan lokakuussa 2019 peräti 111 000 henkilöä.

Työllisyyskehityksen arviointia

Keväällä 2019 toimintakautensa lopettaneen Sipilän hallituksen tavoitteena oli nostaa työllisten määrää 110 000 henkilöllä ja 15-64 –vuotiaiden työllisyysastetta 72 prosenttiin vuoteen 2019 mennessä. Asetetut tavoitteet saavutettiin hallituksen toimintakauden viime metreille maailmantalouden kasvun siivittämänä. Keskimääräinen työllisyysaste oli vuonna 2018 jopa yhden prosenttiyksikön korkeampi kuin edellisen vuosikymmenen noususuhdanteen huippuvuonna 2008. Osa työllisyysasteen noususta johtuu kuitenkin tilastollisista syistä.

Esimerkiksi 15-64 –vuotiaan työikäisen väestön määrä oli vuonna 2018 noin 97 000 henkilöä pienempi kuin vuonna 2008. Luonnollisesti työllisyysaste paranee, koska se lasketaan suhteuttamalla työllisten määrä koko samanikäisen työikäisen väestön määrään. Myös työllisten kokonaismäärä oli vuonna 2018 noin 32 000 henkilöä pienempi kuin kymmenen vuotta aiemmin. Toteutunut on johtunut osin väestön vanhenemisestä. Sitä vastoin naapurimaamme Ruotsin työllisyys on kehittynyt huomattavasti paljon myönteisemmin kuin Suomessa (Kuvio 25).

Työllisyysasteen tulkinnassa on otettava huomioon se, että Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen suhdeluku mittaa vain työssä olevien ihmisten nuppilukua eikä työn määrää, jota mitataan tehdyillä työtunneilla. Tosiasiassa työllisyysaste mittaa tutkimusviikon aikana vähintään tunnin ansiotyötä tehneiden henkilöiden määrää suhteessa määrätynikäisten henkilöiden kokonaismäärään. Haastatteluihin perustuvan työvoimatutkimuksen mukainen työllisyysluku on muutoinkin korkeampi kuin hallinnollisiin rekistereihin perustuvan työssäkäyntitilaston työllisyysluku.³⁶

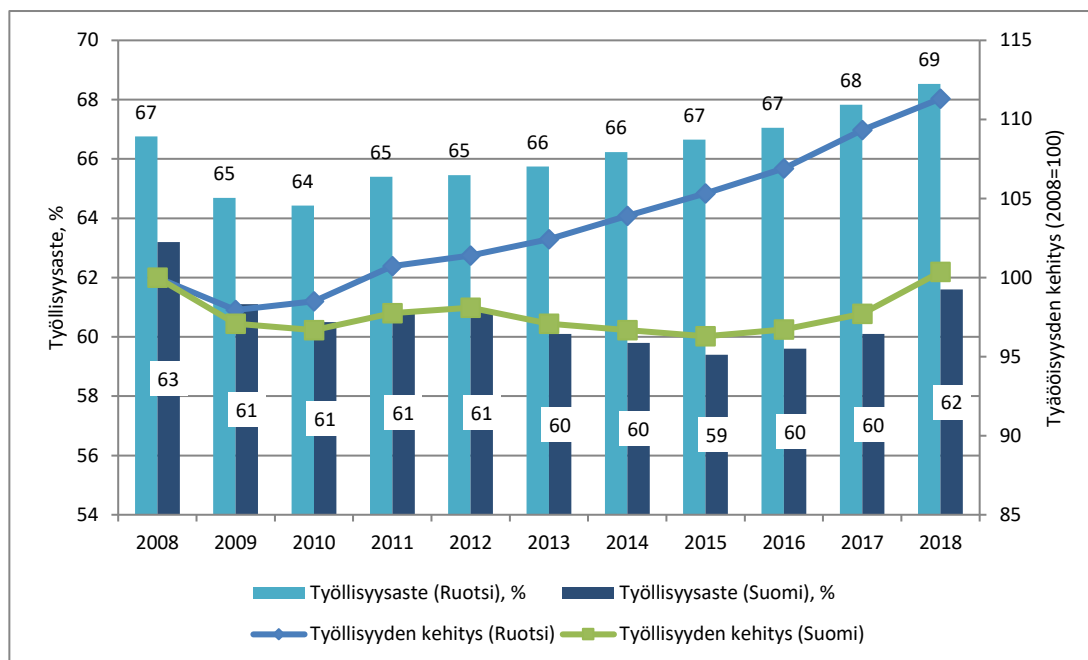
Osa työllisyysasteen noususta on johtunut osa-aikatyöntekijöiden ja alityöllistettyjen määrän kasvusta. Alityöllistetty on henkilö, joka tekee vastentahtoisesti osa-aikatyötä mutta haluaisi tehdä enemmän työtä. Työvoimatutkimuksen mukaan osa-aikatyöntekijöitä oli 344 000 henkilöä ja alityöllistettyjä 136 000 henkilöä vuonna 2018.

³⁵ 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. Piilotyöttömyyden syitä ovat työnhausta luopuminen tai muut syyt kuten opiskelu, lasten hoito tai terveydelliset syyt.

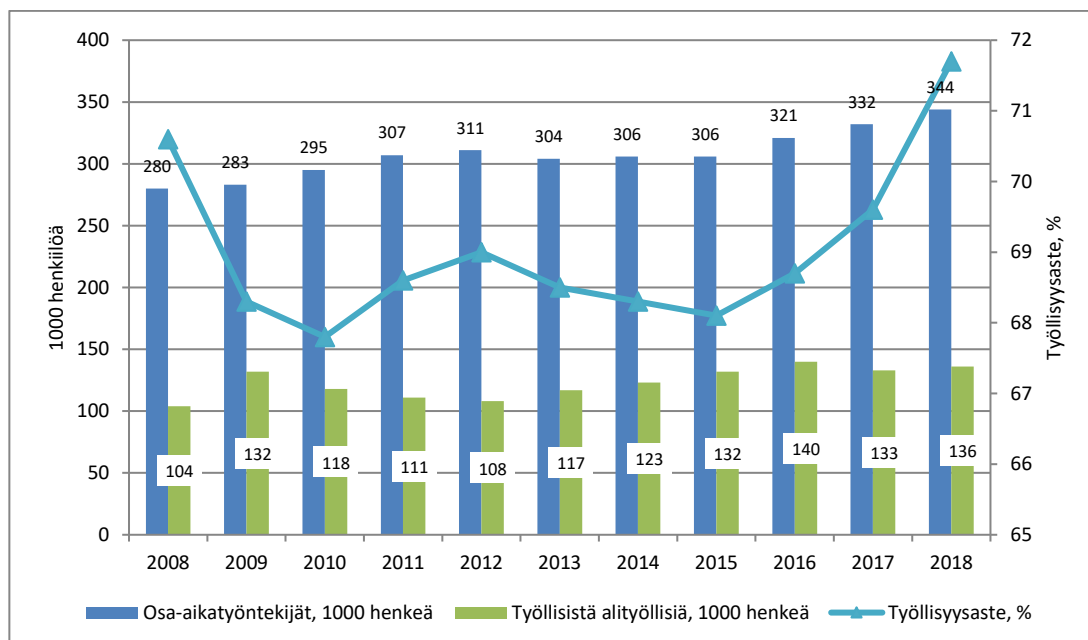
³⁶ Osa selityksen työvoimatutkimuksen suurempaa työllisyyslukuun on, että työvoimatutkimus voi sisältää esimerkiksi epäviralliseen talouteen kuuluvia piilotyöllisiä

Vuodesta 2008 osa-aikatyöntekijöiden määrä on lisääntynyt 64 000 henkilöllä ja alityöllistettyjen henkilöiden määrä 32 000 henkilöllä. Osa-aika- ja alityöllisten määrän kasvu oli nopeaa myös Sipilän hallituksen aikana³⁷ (Kuvio 26).

Kuvio 25 15-74 –vuotiaiden työllisten ja työllisyysasteen kehitys Suomessa ja Ruotsissa 2008-18 (Lähde: Työvoimatutkimus, Tilastokeskus; Arbetskraftundersökningarna, Statistiska Centralbyrån).



Kuvio 26 15-64 –vuotiaiden osa-aikatyöntekijöiden, alityöllistettyjen ja työllisyysasteen kehitys 2008-18 (Lähde: Työvoimatutkimus, Tilastokeskus).



³⁷ Työllisyyden kasvu painottuminen osa-aikatyövoimaan ja alityöllistettyihin johtaa siihen, että heidän toimeentuloon joudutaan tukemaan tulonsiirtein. Eli osa-aikatyöntekijöiden tuottamat verorahat eivät riitä kattamaan heidän tarvitsemistaan julkisista palveluista ja tulonsiirroista aiheutuneita kustannuksia. Samaa tilanteeseen joudutaan myös silloin, jos työllisyyden kasvu painottuu matalapalkka-aloille, vaikka työpaikat olisivat kokopäiväisiä.

6 Erityisteema: yritysvastuullisuus

Yritysvastuu, vastuullinen yritys ja vastuullinen liiketoiminta viittaavat yritysten vastuuseen niiden toiminnan sosiaalisista, taloudellisista ja ympäristövaikutuksista. Vastuullisessa yritystoiminnassa otetaan huomioon yrityksen suorat ja epäsuorat vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan. Englanninkielisiä termejä yritysvastuulle ovat *Corporate Responsibility (CR)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Corporate Citizenship* ja *Responsible Business*. Näistä Corporate Responsibility on vakiintunut parhaiten yritysvastuullisuutta kuvaavaksi termiksi.³⁸

Elinkeinoelämän keskusliitto EK:n mukaan vastuullisuus on osa menestyvän yrityksen liiketoimintaosaamista eli hyvää bisnestä. Vastuullinen yritys toimii mahdollisimman kestäväällä tavalla ja sovittaa yhteen yrityksen ja sen sidosryhmien tavoitteet ja odotukset. EK:n mukaan vastuullisuus toteutuu, kun yritys omaehtoisesti sitoutuu sen vahvistamiseen osana toimintansa kehittämistä. Vastuullisuusraportoinnin tulee olla kuitenkin vapaamuotoista, jolloin kukin yritys voi parhaiten kuvata oman liiketoimintansa ja sidosryhmien kannalta olennaisia asioita.

Yrityskohtaisiin painopisteisiin vaikuttavat yrityskoko, toimiala, asema tuotantoketjussa, sidosryhmät ja yleinen markkinaympäristö. Jälkimmäinen tarkoittaa sitä, että painotukset voivat olla kotimaassa ja muissa kehittyneissä teollisuusmaissa ja palveluyhteiskunnissa erilaisia kuin kehittyvillä markkinoilla tai kehitysmaissa. Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että *muotoilualan* yritysten välillinen vaikutus ekologisuuteen, kestävään kehitykseen ja rakennettuun ympäristöön voi olla alan asiakkaiden kautta moninkertainen yritysten omaan kokoon verrattuna.

EK on jakanut yritysvastuullisuuden kolmeen pääryhmään, jotka ovat taloudellinen vastuu, ympäristövastuu ja sosiaalinen vastuu. *Taloudellinen vastuu* tarkoittaa sitä, että vastuullinen yritys huolehtii omasta kannattavuudestaan ja kilpailukyvystään, jotta sillä on edellytykset huolehtia sosiaalisesta tai ympäristövastuusta. Taloudellinen vastuu vaikuttaa erityisesti siihen, että yritykselle voi maksaa palkkaa työntekijöilleen ja osinkoja omistajilleen, suorittaa korvaukset alihankkijoille ja huolehtia veroista sekä muista yhteiskunnallisista velvoitteista.

Ympäristövastuullisesti toimiva yritys tuntee puolestaan toimintansa ympäristövaikutukset, noudattaa lainsäädäntöä, tunnistaa muutostarpeet ja kehittää toimintaansa jatkuvasti. Ympäristövastuullisuutta ovat energian, materiaalien ja luonnonvarojen säästävä ja tehokas käyttö; jätteiden määrän vähentäminen ja kierrätys; vesien, ilman ja maaperän suojeleminen; ilmastonmuutoksen torjunta kasvihuonekaasupäästöjä vähentämällä sekä ympäristöä säästävien ratkaisujen tarjoaminen asiakkaille, kuten toisille yrityksille, julkisille toimijoille ja yksityisille henkilöille.

Sosiaalisella vastuullisuudella ymmärretään vaikutuksia, joita yrityksen toiminnalla on eri sidosryhmille, kuten henkilöstölle, asiakkaille, paikallisille asukkaille, alihankkijoille ja kansalaisjärjestöille. Sosiaalisen vastuullisuuden tärkein työkalu on sidosryhmien välinen vuoropuhelu. Sen avulla selvitetään, mitä odotuksia eri sidosryhmillä on yrityksen toimintaa kohtaan, tarjota sidosryhmille oikeaa tietoa yritystoiminnan vaikutuksista,

³⁸ Lähde: www.vastuullisuusraportti.fi

hyödyntää sidosryhmien asiantuntemusta ja löytää ratkaisuja siihen, miten eri tahojen näkemyksiä voidaan sovittaa yhteen.

Muotoiluala korostaa ekologisuutta

Ornamon vuoden 2019 suhdannekyselyissä tiedusteltiin ensimmäistä kertaa muotoilualan yritysten näkemyksiä (yhteiskunnallisesta) yritys vastuullisuudesta. Saadut tulokset osoittavat, että alan yritykset painottavat ennen kaikkea kestävästä kulutuksesta, kierrätyksestä ja ilmastomuutoksen vakavuudesta (kuvio 27). Ylipäätään kaksi kolmasosaa kyselyyn vastanneista yrityksistä piti ekologisuutta tärkeänä kilpailutekijänä tuotteissa ja palveluissa (Kuvio 28). Seuraavaksi tärkeimmiksi luokiteltiin ihmisoikeudet ja tietosuojasta huolehtiminen

Kestävästä kehityksestä, joita muotoilualan yritykset pitivät tärkeimpänä yritys vastuullisuuden osatekijänä, edistetään monin tavoin. 46 prosenttia vuoden 2019 kyselyyn vastanneista piti tuotteiden ja palvelujen loppukuluttajien toimintaa, eli valistuneita markkinoita erittäin tärkeänä. Seuraavaksi tulevat julkiset hankinnat, yritysten vapaaehtoiset toimenpiteet ja kansainväliset sopimukset, joita pitävät erittäin tärkeinä 40-43 prosenttia vastanneista. Häntäpäässä olivat toimialan oman sitoumukset, joskin tilastolliset erot eri keinojen välillä ovat pieniä (Kuvio 29).

Vastuulliseen yritystoimintaan, vastuullisuuden arvioitiin ja vastuullisuusviestintää liittyy silti paljon haasteita. Vuoden 2019 suhdannekyselyjen mukaan vastuullinen toiminta vaatii yleensä enemmän voimavaroja, mikä nostaa tuotantokustannuksia. Sanahelinästä huolimatta kuluttajat ja yritysasiakkaat eivät ole välttämättä valmiita maksamaan ylimääräistä siitä, että tuote ja palvelu on tuotettu vastuullisesti. Kyselyssä todettiin, että vastuullisuuden jalkauttaminen on vaikeaa, jos markkinoiden pyrkimyksenä ovat mahdollisimman alhaiset tuotantokustannukset.

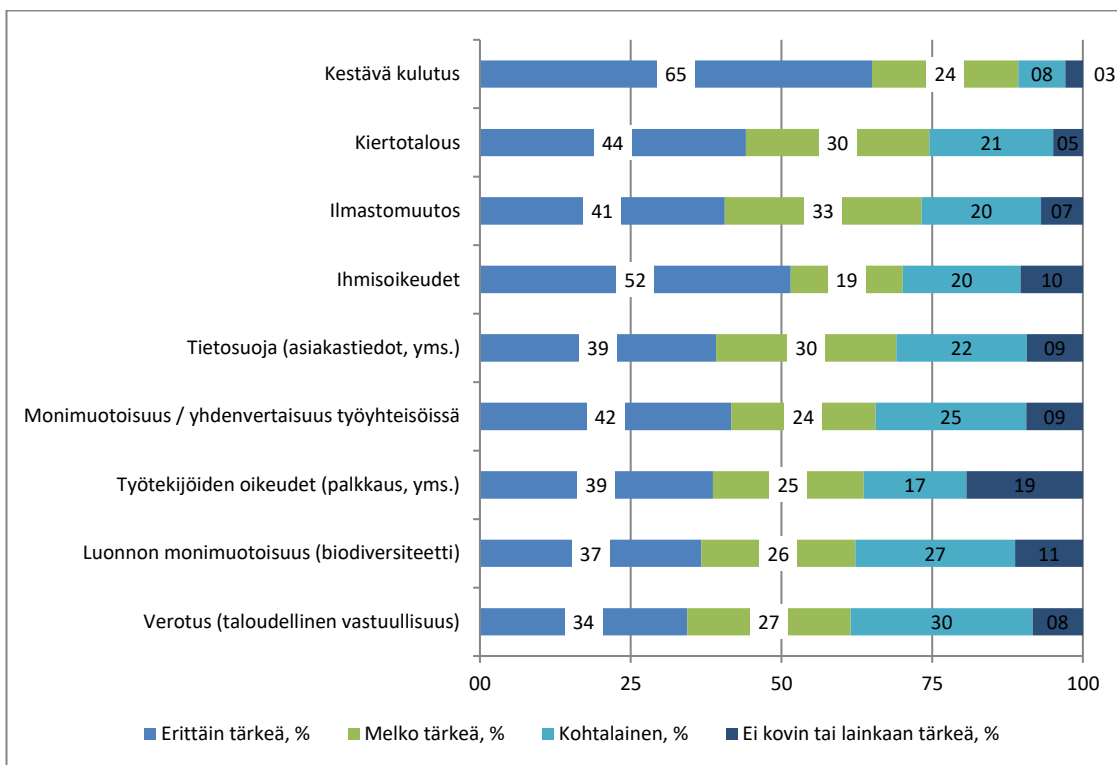
Suuri osa kyselyyn vastanneista muotoilualan yrittäjistä haluaa toimia vastuullisesti ja ovat tosiasiasa valveutuneita, mutta markkinoiden realiteetit ja ihanteet eivät välttämättä kohtaa toisiaan. Ekologiset valinnat eivät ole myöskään mahdollisia, ellei tavallisten kuluttajien palkkojen ja eläkkeiden ostovoima ole kansantaloudessa riittävällä tasolla ja tulonjako on epätasaista. Ekologisuus edellyttää, että isolla osalla kuluttajia on mahdollisuus valita eettinen ja ekologinen mutta hieman kalliimpi vaihtoehto. Harvojen varakkaiden varaa on hankala suunnitella tuotantoa.

Yritysten mukaan vastuullisen toiminnan toteuttamista hankaloittavat tiedon ja luotettavien mittareiden puute. Eri toimialojen väliset erot voivat olla suuria. Esimerkiksi korusuunnittelussa raaka-aineet eivät ole välttämättä tuotettu ympäristöystävällisellä ja eettisellä tavalla tai asiasta on vaikea saada luotettavaa tietoa, mutta lopputuotteita voidaan kierrättää loputtomiin, ja vaikka satoja vuosia. Lisäksi pienten yritysten voi olla vaikea tarkistaa kaikkien materiaalien alkuperää. Siihen menee paljon aikaa tai tiedon paikkansapitävyys voi jäädä tarkastamatta.

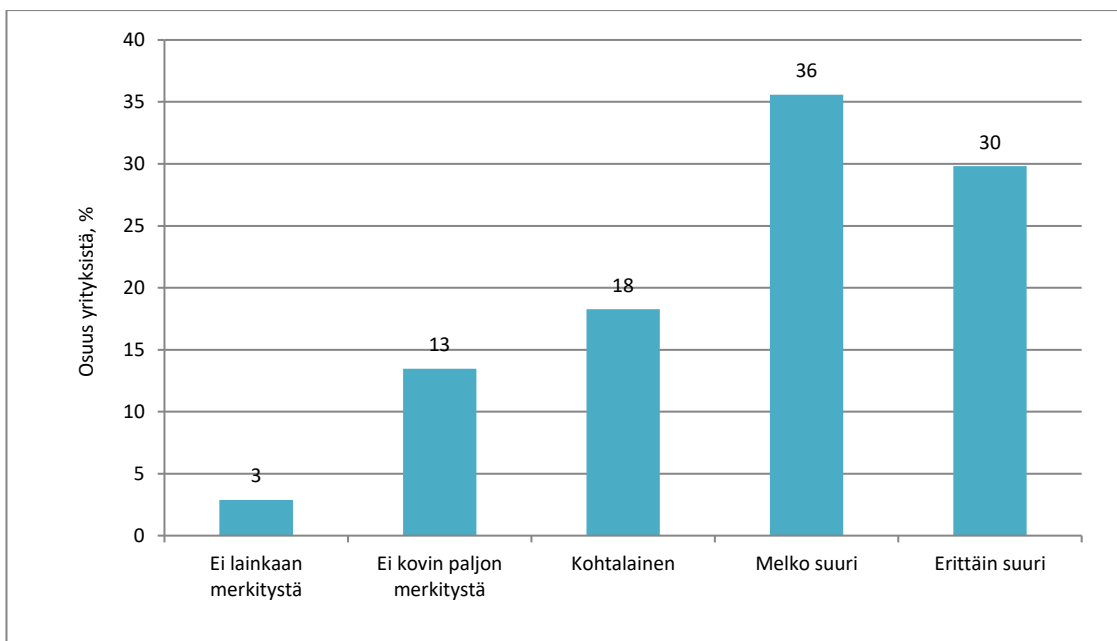
Kyselyssä todettiin, että muotoilulla voidaan luoda parempaa ja ekologisesti kestävämpää tulevaisuutta. Tosin trendiajattelu ja tietämättömyys eri vaihtoehtojen koko elinkaareen aikaisista kustannuksista voivat johtaa tekemään lyhyellä aikavälillä ekologiselta vaikuttavista ratkaisuista, jotka kuitenkin rasittavat pitkän elinkaarensa aikana ympäristöä monella tavoin. Markkinoilla valitseva epäsymmetria vaikuttaa siihen, että joltain palve-

lutuottajilta ja valmistajilta ei vaadita mitään vastuullisuutta. Sen sijaan jotkut toimijat asetetaan tarkkailuun yhdenkin tahattoman virheen takia.

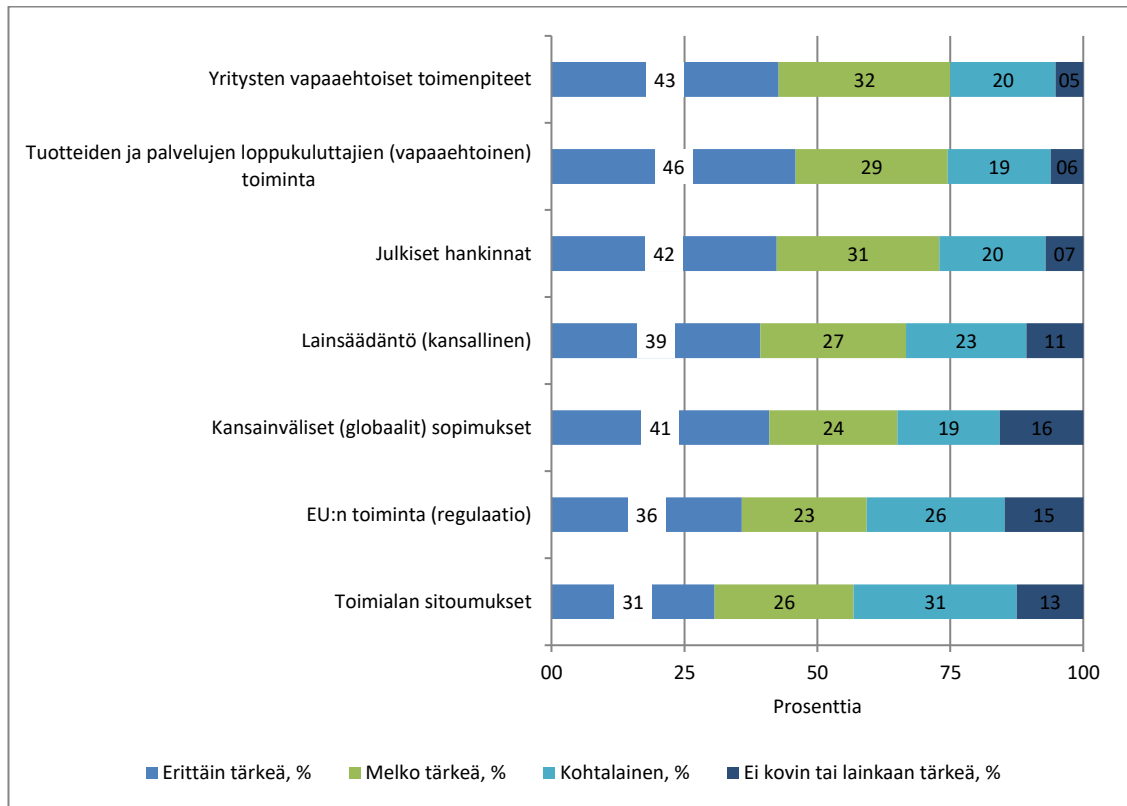
Kuvio 27 Yhteiskunnalliseen yritysvastuuseen kuuluvien tekijöiden merkitys muotoilualan yrityksissä, prosenttia vastanneista ((Lähde: Ornamon suhdannekyselyt).



Kuvio 28 Ympäristövastuullisuuden (ekologisuuden) merkitys muotoilualan yritysten toiminnassa kilpailutekijänä, prosenttia vastanneista ((Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



Kuvio 29 Käytettävissä olevat parhaat keinot, joilla voidaan parhaiten edistää kestävästä kehitystä muotoilu- ja yritysten kilpailukykyä vahingoittamatta, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019).



Yhteenveto

Muotoilualan liikevaihto jatkaa nousuaan. Arviolta 45 prosenttia Ornamon vuoden 2019 kyselyihin osallistuneista yrittäjistä kertoi lokakuussa, että liikevaihto kasvoi edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta. Liikevaihdon pienenemisestä ilmoitti runsas viidesosa vastaajista. Myös tilauskannan saldoluku oli plusmerkkinen, joten talouskasvun hidastuminen ei ole vaikuttanut alan kehitykseen.

Kannattavuuden kohenemisestä ilmoitti 38 prosenttia ja heikkenemisestä 19 prosenttia yrityksistä, joten kannattavuuden kehitystä kuvaava saldoluku oli plus 19 prosenttia, eli lähes samalla tasolla kuin vuotta aiemmin. Toteutunut kehitys on tulosta siitä, että liikevaihto on kohonnut muotoilualan yrityksissä toimialaryhmässä kuluneen vuoden aikana nopeammin kuin tuotantokustannukset.

Optimismi talouden yleiseen kehitykseen on heikentynyt, sillä vuoden 2019 kyselyihin vastanneista yrittäjistä 39 prosenttia uskoo yleisten kysyntä- ja suhdannenäkymien kohenevan seuraavan vuoden aikana. Vuotta aiemmin osuus oli 56 prosenttia. Tästä huolimatta noin 60 prosenttia alan yrityksistä arvelee liikevaihdon kasvavan ja kannattavuuden paranevan seuraavan vuoden aikana.

Muotoilun liikevaihto yli 11 miljardia

Muotoilualan yritysten liikevaihto oli Suomessa 11,4 miljardia euroa ja työllisyys noin 59 000 henkilöä vuonna 2017. Yrityksiä muotoilualan piirissä toimii arviolta 13 140. Muotoilun yritystoiminta jaetaan edelleen muotoiluintensiiviseen teolliseen valmistukseen, digitaaliseen muotoiluun, arkkitehtuuriin ja maisemanhoitoon, muotoilutoimistojen toimintaan ja taideteosten luontiin.

2010-luvulla toteutunut kehitys osoittaa, että muotoiluintensiivisen tuotevalmistuksen merkitys on alentunut maassamme työllisyydellä mitattuna lähes kaikilla toimialoilla. Myös liikevaihdon määrällinen kasvu on ollut vaatimatonta. Sitä vastoin muiden muotoilun pääosaamisalueiden toiminta on ollut nopeassa kasvussa. Liikevaihto on lisääntynyt myös taideteosten luonnin toimialalla.

Reippainta kehitys on ollut muotoilutoimistoissa, jossa prosentuaalisesti kovinta kasvua on ollut teollisessa muotoilussa ja sisustussuunnittelussa. Määrällisesti työllisyyden ja liikevaihdon lisäys on ollut suurinta ohjelmistojen suunnittelussa ja valmistuksessa. Arkkitehtipalvelut ja maisemasuunnitteluala ovat olleet kasvussa nousussa, mikä on johtunut osittain rakennusalan noususuhdanteesta.

Kasvuhakuinen toimiala

Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli vuoden 2019 kyselyyn vastanneista yksitoista prosenttia. Mahdollisuuksien mukaan kasvavia oli 53 prosenttia. Näiden potentiaalisten kasvuyritysten osuus on alalla suurempi kuin koko pk-yrityskentässä keskimäärin. Asemansa säilyttämiseen keskittyviä vastanneista oli 30 prosenttia, mutta myös asemien pitäminen voi edellyttää kasvua.

Kasvuhakuisista yrityksistä 54 prosenttia oli asettanut liikevaihdon kasvutavoitteet matillisiksi eli alle 20 prosenttiin. Kolmanneksella kasvutavoitteet olivat 20-49 prosentissa ja kuudellatoista prosentilla vähintään 50 prosentissa. Yritysten keskeisiä kasvukeinoja ovat myynnin ja markkinoinnin lisääminen, tuote- ja palveluvalikoiman laajentaminen ja etabloituminen uusille markkina-alueille.

Alalla on siis paljon piilevää kasvupalukkuutta, mutta yritykset voivat tarvita ulkopuolista rahoitusta ja neuvontaa. Tällä hetkellä yritykset kehittävät toimintaansa pääosin kassarahoituksella ja jopa apurahoilla, mikä on sangen hidas tie kasvuun, jos yrityksen laskutettavuusaste on korkea. Silloin kassavirta riittää vain välttämättömien toimintojen ja yhteiskunnallisten velvoitteiden hoitamiseen.

Kansainvälistyvä toimiala

Vuoden 2019 kyselyyn vastanneista kymmenesosalla ulkomainen toiminta on jo vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää. Vajaa kolmannes yrityksistä on panostanut voimakkaasti tai jonkin verran kansainvälistymiseen. Lisäksi runsas kymmenesosa yrityksistä haluaisi kansainvälistyä, mutta esteinä ovat rahoitusongelmat ja laadukkaiden partnereiden, kuten myyntikanavien ja jälleenmyyjien löytäminen

Ulkomainen toiminta on tavallisesti alle kymmenen prosenttia liikevaihdosta ja vain seitsemällä prosentilla ulkomainen toiminta on liikevaihdosta yli 50 prosenttia. Ulkomainen toiminta on suurella osalla vientiä harjoittaneista tavaravientiä (45 %) suoraa tai epäsuoraa vientiä loppuasiakkaalle. Projektivientiä harjoitti runsas kolmannes ja sähköistä palveluvientiä joka kymmenes vientiyrityksistä.

Ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten päämarkkina-alueet löytyvät Pohjoismaista ja muista EU-maista. Molemmilla alueilla toimintaa on ollut vajaalla 30 prosentilla kansainvälistä toimintaa harjoittaneista yrityksistä. Seuraavina tulevat Pohjois-Amerikan maat ja Kiina seitsemän prosentin osuuksillaan. Näihin markkina-alueisiin osoitetaan lisäksi kasvavaa kiinnostusta.

Oman toiminnan kehittäminen

Muotoilualan yritykset korostivat oman toiminnan kehittämisessä toimenpiteitä, jotka koskevat asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä, tuote- ja palvelukehitystä ja erottautumista markkinoilla kilpailijoista. Yli 70 prosenttia kokee myös eettisen ja ekologisen toimintatavan edistämisen, digitaalisen ympäristön hyödyntämisen ja markkinoinnin ja myynnin edistämisen tärkeäksi kehittämisen osa-alueeksi.

Yritystoiminnan kasvu henkilöstöä palkkaamalla, uudet palkkausjärjestelmät, johtaminen ja organisaation tehostaminen eivät ole keskeisiä kehittämiskohteita ilmeisesti siksi, että suuri osa kyselyihin vastanneista oli yksinyrittäjiä. Vaikka aineettoman omaisuuden suojaus koetaan periaatteessa tärkeäksi, vain runsas kolmannes haluaa panostaa immateriaalioikeuksien suojaukseen.

Yleinen toimintaympäristö

Yrityksen ulkoisella toimintaympäristöllä tarkoitetaan kilpailutekijöitä, joiden 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 tasapuoli-

sesti toimiva julkinen virkamieskoneisto ovat yritysystävällisen toimintaympäristön tunnusmerkkejä.

Vuoden 2019 suhdannekyselyjen mukaan muotoilualan yritykset näkivät eniten myönteistä ammattitaitoisen työvoiman saatavuudessa, alan koulutustarjonnassa ja työelämän vastaavuudessa, yritysysteistyössä, yritystoimintaa tukevien yksityisten palvelujen saatavuudessa, toimitilojen saatavuudessa sekä yrityksen sijaintikunnan ja yritysten välisessä keskusteluyhteydessä.

Eniten kriittisiä äänenpainoja esitettiin verotuksesta, millä tarkoitetaan lähinnä yritysten ja yrittäjien tuloverotusta sekä arvonnalisäverotusta. Alan yritykset ovat tyytymättömiä myös julkisten hankintamarkkinoiden toimivuuteen sekä julkisen yritystoiminnan rahoitustuen tai markkinaehtoisen yksityisen markkinaehtoisen rahoituksen saatavuuteen ja rahoitusehtoihin.

Yritysvastuullisuus

Vuoden 2019 suhdannekyselystä ilmenee, että muotoilulla voidaan luoda parempaa ja ekologisesti kestävämpää tulevaisuutta ja valtaosa muotoilualan yrityksistä ja yrittäjistä haluaa toimia vastuullisesti ja on asiasta tietoinen. Alan yritykset painottavat erityisesti kestävästä kulutuksesta, kiertotaloudesta ja vastuuta ilmastomuutoksesta, mutta markkinoiden realiteetit eivät aina vastaa ihanteita.

Vastuullinen toiminta vaatii yleensä enemmän voimavaroja, mikä nostaa tuotantokustannuksia. Sanahelinästä huolimatta kuluttajat ja yritysasiakkaat eivät ole välttämättä valmiita maksamaan ylimääräistä siitä, että tuote ja palvelu on tuotettu vastuullisesti. Kyselyssä todettiin, että vastuullisuuden jalkauttaminen on vaikeaa, jos markkinoiden pyrkimyksenä ovat alhaiset tuotantokustannukset.

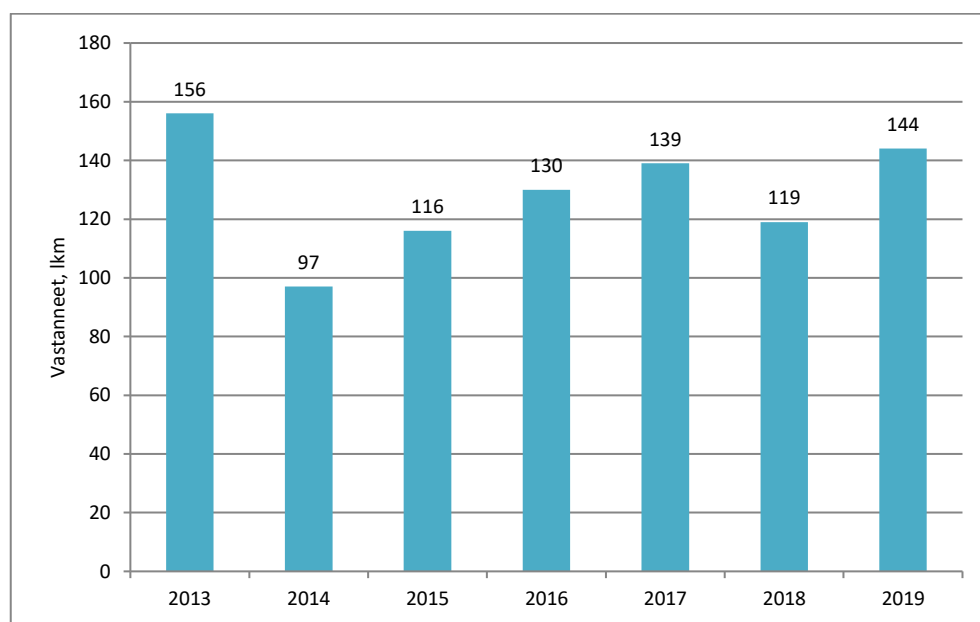
Ekologiset valinnat eivät ole myöskään mahdollisia, ellei tavallisten kuluttajien palkkojen ja eläkkeiden ostovoima ole kansantaloudessa riittävällä tasolla ja tulonjako on epätasaista. Ekologisuus edellyttää, että isolla osalla kuluttajia on mahdollisuus valita eettinen ja ekologinen mutta hieman kalliimpi vaihtoehto. Harvojen varakkaiden varaan on hankala suunnitella tuotantoa.

Yritysvastuun toteuttamista hankaloittavat tiedon ja luotettavien mittareiden puute. Myös trendiajattelu ja tietämättömyys vaihtoehtojen koko elinkaaren aikaisista kustannuksista voivat johtaa huonoihin ratkaisuihin. Lisäksi yrittäjien ja pienten yritysten on vaikea tarkistaa luotettavasti kaikkien raaka-aineiden ja materiaalien alkuperää, minkä lisäksi tarkistamiseen menee paljon aikaa.

Liite 1: Suhdannekyselyyn vastanneiden profiili

Ornamo ry:n muotoilualan yrittäjyyttä ja markkinatilannetta kartoittava suhdannekysely suoritettiin syys-lokakuussa 2019 avoimen nettilinkin kautta. Määräaikoihin mennessä kyselyyn saatiin 144 vastausta, joista osa vastasi vain yrittäjän ja / tai yrityksen profiilia koskeviin peruskysymyksiin. Vastajaat eivät siis vastanneet kaikkiin kysymyksiin esimerkiksi siitä syystä, että heillä ei ollut mielipidettä tai tietämystä asiasta. Vastanneiden yritysten/yrittäjien määrä oli suurempi kuin vuonna 2018, jolloin kyselyyn saatiin yhteensä 119 vastausta (Kuvio 1)

Kuvio 1 Ornamo ry:n suhdannekyselyihin vastanneiden yritysten määrä 2013-19, lkm

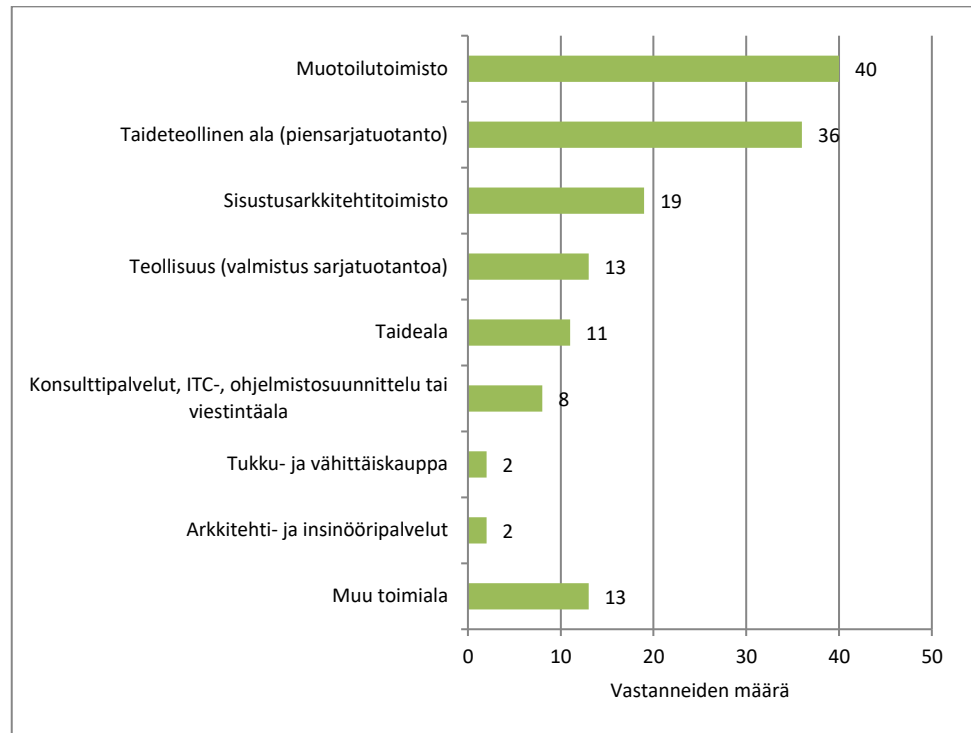


Vastajien taustat

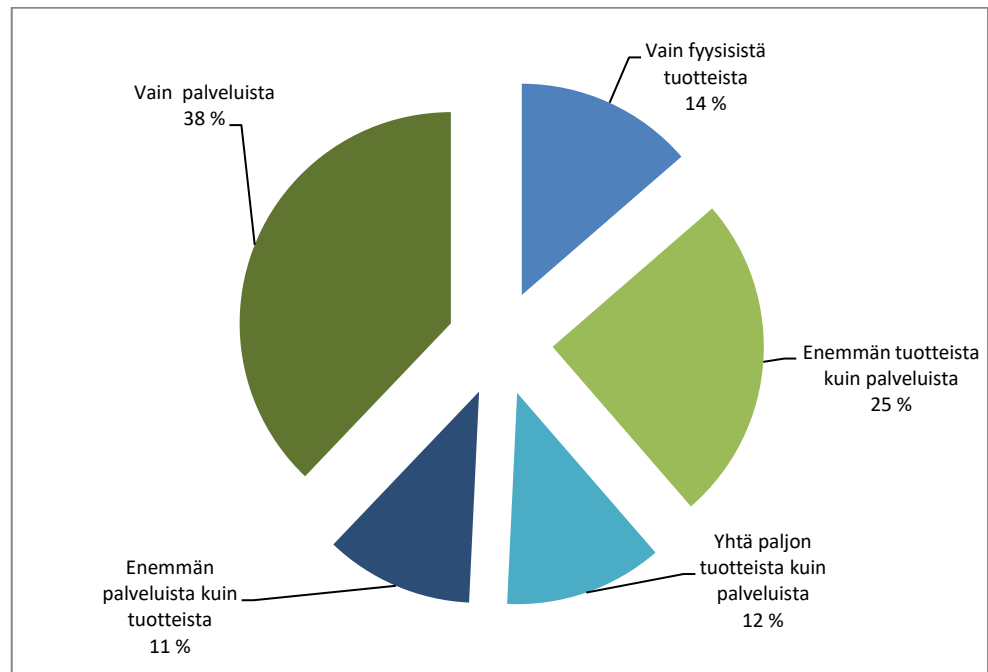
Vuoden 2019 suhdannekyselyyn vastanneista muotoilutoimistoja oli 28 prosenttia. Taideteollisia tuotteita piensarjatuotantoa valmistavia yrityksiä oli 25 prosenttia. Seuraavaksi eniten oli sisustusarkkitehtitoimistoja, teollista sarjatuotannossa toimivia yrityksiä ja puhtaasti taidealalla toimivia yrittäjiä (Kuvio 2). Vastanneista 49 prosenttia tuotti pelkästään tai pääasiassa palveluita (muotoilutoimistot, konsulttiyritykset, yms.). Pelkästään tai pääasiassa tuotteiden valmistusta harjoittavia yrityksiä oli 39 prosenttia vastanneista (teollinen tuotanto, käsityöala) (Kuvio 3).

Pääosa kyselyyn vastanneista oli mikroyrityksiä, sillä 97 prosenttia työllisti alle kymmenen henkilöä. Niistäkin 75 prosenttiyksikköä työllisti alle kaksi henkilöä, eli ne työllistävät useimmiten vain yrittäjän itsensä pää- tai osatoimisesti (Kuvio 4). Kyselyyn vastanneista rekisteröityjä säännöllisiä työnantajia olikin vain neljätoista prosenttia. Satunnaisia työnantajia oli seitsemän prosenttia. Alan yritysten kokorakenne ei poikkea kuitenkaan Suomen kaikkien yritysten profiilista, sillä kaikista yrityksistä noin 70 prosenttia työllistää alle kaksi henkilöä.

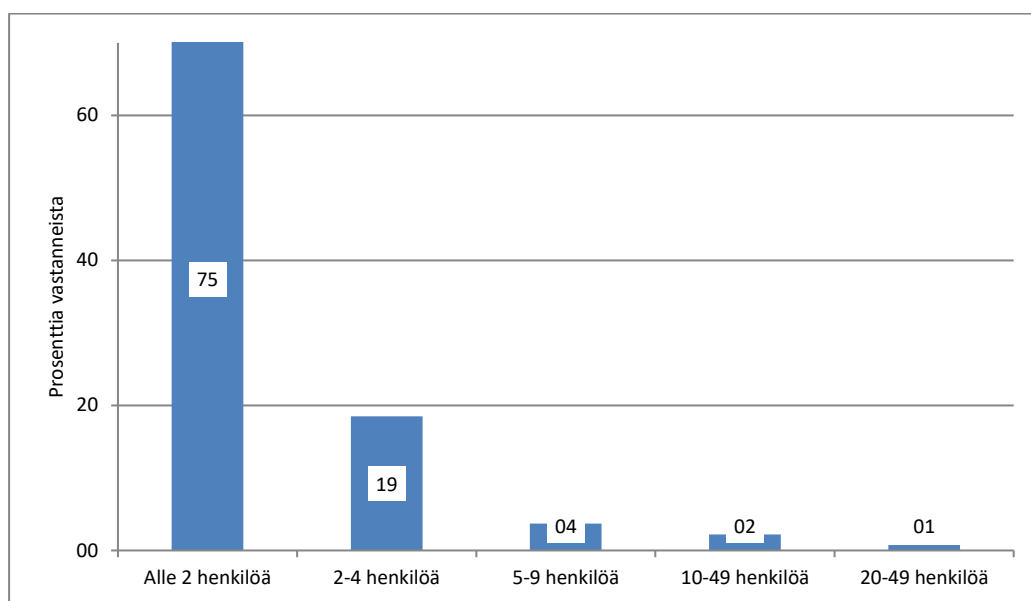
Kuvio 2 *Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet yritykset päätoimialoittain 2019.*



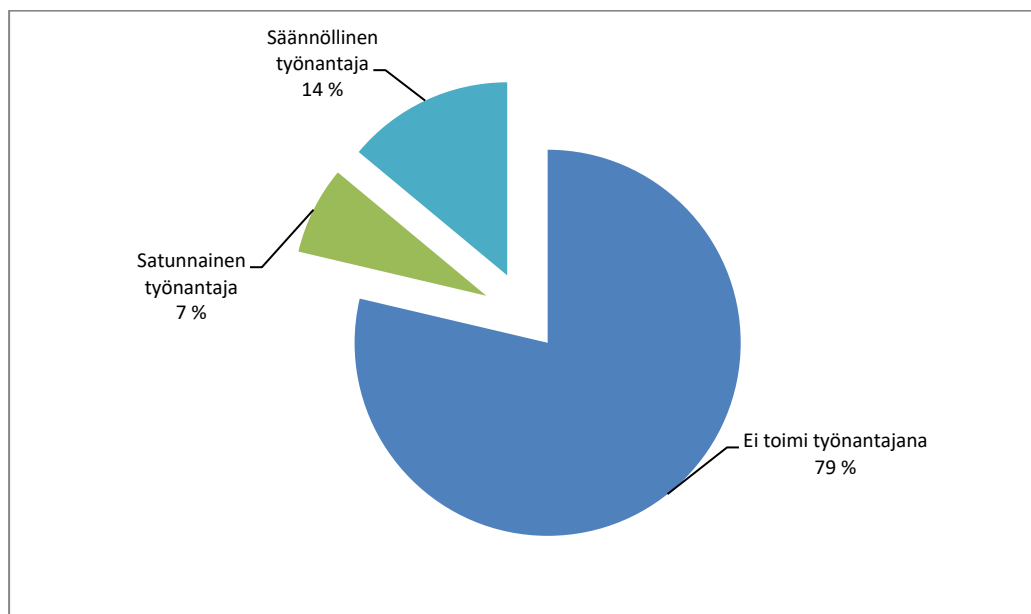
Kuvio 3 *Ornamon suhdannekyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdon rakenne 2019.*



Kuvio 4 Ornamon suhdannekyselyyn vastanneiden yritysten henkilöstön kokorakenne 2019.



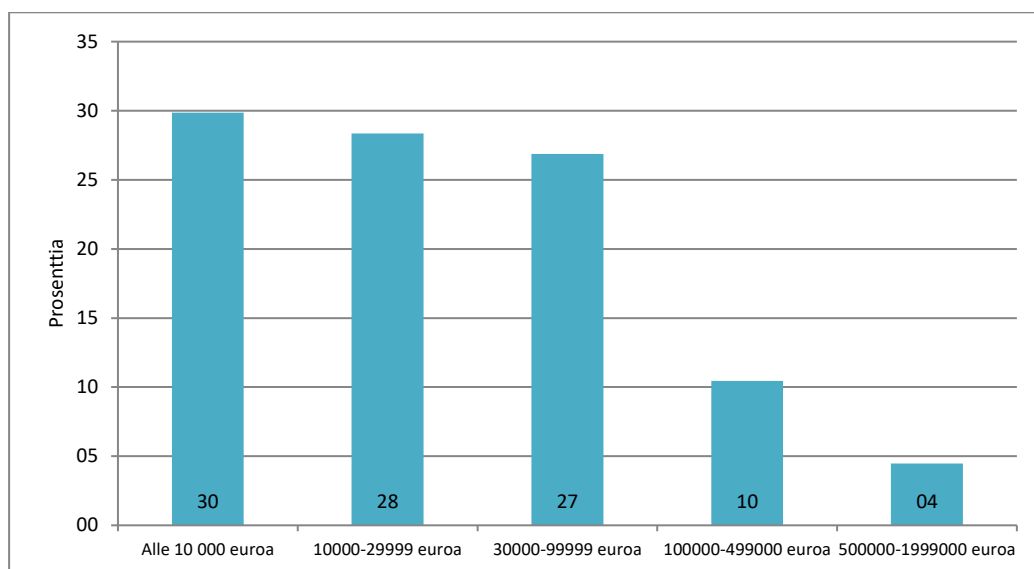
Kuvio 5 Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet työnantaja- ja ei-työnantajayritykset 2019.



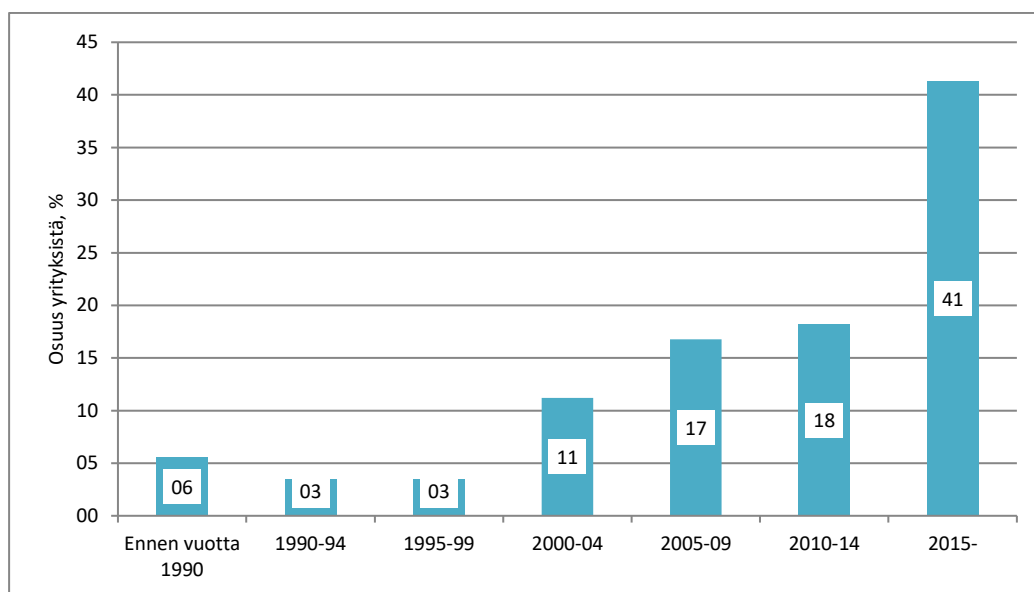
Liikevaihdon mukaan tarkasteltuna vain 15 prosentissa Ornamon kyselyyn vastanneista yrityksistä liikevaihto ylitti 100 000 euroa (Kuvio 6). Periaatteessa vain vähintään tämänkoinen yritys voisi toimia työnantajana. Runsas neljännes yrityksistä kuului liikevaihdon kokoluokkaan 30 000-99 999 euroa. Näistä osa saattaa olla sivutoimisten yrittäjien hallinnassa, sillä oikeastaan vain 50 000 liikevaihto voisi mahdollistaa päätoimisen yrittäjyyden. Liikevaihto oli 10 000-29 999 euroa vajaassa 30 prosentissa yrityksiä ja alle 10 000 euroa 30 prosentissa yrityksiä.³⁹

³⁹ 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.

Kuvio 6 Ornamon suhdannekyselyyn vastannet yritykset liikevaihdon mukaan 2019.



Kuvio 7 Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet yritykset perustamisvuoden mukaan 2019.



Yritysmuoto

Alan pienestä yrityskoosta kertoo yritysten oikeudellinen muoto. Noin 47 prosenttia vastanneista oli yksityisiä elinkeinonharjoittajia (ammatin- ja liikkeenharjoittajia⁴⁰), joita kutsutaan puhekielessä toiminimiyrittäjiksi tai yritysmuotoa pelkästään toiminimeksi.⁴¹ Osakeyhtiömuotoisia vastanneista oli 39 prosenttia. Henkilöyhtiöitä (avoin yhtiö tai kommandiittiyhtiö) kyselyyn vastanneista oli seitsemän prosenttia, minkä lisäksi joukossa oli muutamia osuuskuntia (Kuvio 8). Yritysmuodolla on vaikutuksia yrittäjien taloudellisiin vastuisiin ja verotukseen.

⁴⁰ Ammatin- ja liikkeenharjoittajat ovat 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).

⁴¹ Virallisesti lainsäädännössä toiminimellä tarkoitetaan kuitenkin yrityksen nimeä.

Toiminimeen ja henkilöyhtiöihin verrattuna osakeyhtiöllä on kaksi etua. Ensimmäinen etu liittyy velkojen ja vastuiden rajoittuminen yhtiölle.⁴² Toiminimessä taloudelliset riskit ovat yrittäjän henkilökohtaisia riskejä. Sama koskee henkilöyhtiöiden (vastuunalaisia) yhtiömiehiä. Sen sijaan osakeyhtiö on erillinen oikeushenkilö, joka vastaa itse omista velvoitteista. Verotuksellisesti elinkeinotoiminnan tulosta verotetaan toiminimessä yrittäjän ja henkilöyhtiöissä yhtiömiesten tulona.⁴³⁴⁴ Sitä vastoin osakeyhtiö on itsenäinen verovelvollinen.⁴⁵

Osakeyhtiölain muutos

Heinäkuussa 2019 voimaan astunut osakeyhtiölain muutos ei ole vielä näkynyt Ornamon yrityskyselyyn vastanneiden yritysprofiilissa, mutta se voi lisätä osakeyhtiöiden suosiota uusien yrittäjien keskuudessa ja kannustaa toimintansa vakiinnuttaneita elinkeinonharjoittajia yritysmuodon muutoksiin. Keskeisin kannustin on, että osakeyhtiön voi perustaa nyt *ilman osakepääomaa*.⁴⁶ Aiemmin osakeyhtiön perustaminen olisi vaatinut 2 500 euron minimiosakepääoman, vaikka itse yritystoiminnan harjoittaminen ei olisi edellyttänyt ehkä lainkaan investointeja.

Samalla osakeyhtiölain muutos on yksinkertaistanut ja helpottanut yhtiön perustamisprosessia. Edellä mainittu tarkoittaa esimerkiksi sitä, että osakepääoman todennettua maksamista tositteineen ja mahdollista tilintarkastajan lausuntoa ei enää vaadita yhtiön perustamisvaiheessa. Muutos helpottaa lisäksi sähköistä ilmoittamista sekä nopeuttaa Patentti- ja rekisterihallitus PRH:n kaupparekisterissä ja verohallinnossa viranomaiskäsitelyä. Toisaalta osakeyhtiömuotoiseen toimintaan liittyy hallinnollista byrokratiaa ja eräitä muita lakisäätteisiä velvoitteita.

Osakeyhtiölaki määrittelee, että jokaisella osakeyhtiöllä on oltava hallitus. Hallituksen valitsevat osakeyhtiön omistajat. Jos hallitukseen valitaan vähemmän kuin kolme jäsentä, on valittava yksi varajäsen. Hallitus voi nimetä yritykselle toimitusjohtajan pyörittämään päivittäisiä asioita, mutta tämä ei ole pakollista. Tämä tehdään perustamiskokouksessa ja sen jälkeen jokaisen tilikauden jälkeen varsinaisessa yhtiökokouksessa, joka on osakeyhtiön korkein päättävä elin. Yhtiökokouksissa omistajat päättävät asioista heidän osakkeidensa tuoman äänivallan mukaan.

Osakeyhtiöissä yrittäjien on pidettävä kahdenkertaista kirjanpitoa, mitä elinkeinonharjoittajien ei ole pakko tehdä. Oman pääoman (mm. osakepääoma, tilikauden voittoa) menetyksestä on tehtävä ilmoitus kaupparekisteriin. Jos esimerkiksi nollopääomalla perustetun osakeyhtiön tilikauden tulos jää kulujen jälkeen ensimmäisenä vuonna miinusmerkkiseksi, on asiasta ilmoitettava kaupparekisteriin. Osakeyhtiöiden tilinpäätöstiedot

⁴² Yrittäjän taloudellinen vastuu osakeyhtiössä rajoittuu pääsääntöisesti hänen tekemänsä pääomasijoituksen määrään (osakepääomaan).

⁴³ Henkilöyhtiön tulos jaetaan yhtiömiesten tulona verotettavaksi niiden osuuksien mukaan, jotka heillä on henkilöyhtiön tuloon (ns. suora osakasverotus). Jako perustuu käytännössä yhtiösopimuksen määräyksiin voitto-osuuksista.

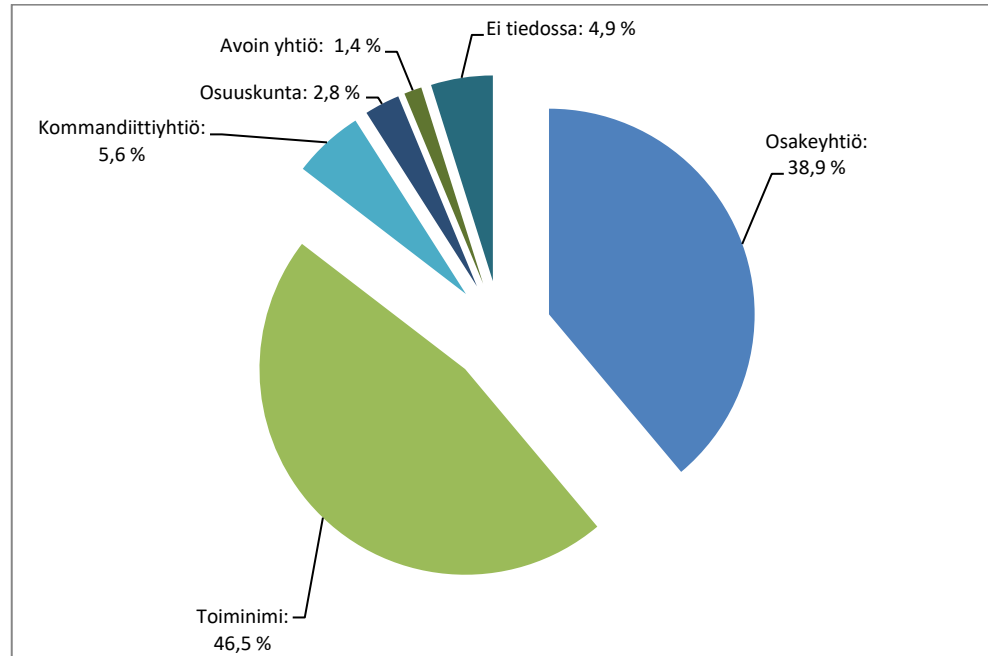
⁴⁴ Yksityiset elinkeinonharjoittajat ja henkilöyhtiöiden vastuunalaiset yhtiömiehet ovat saaneet verotuksessa viiden prosentin ylimääräisen vähennyksen (yrittäjävähennys) yrittäjän veronalaisesta tulosta verovuodesta 2017 lukien.

⁴⁵ Osakeyhtiö maksaa tuloksestaan yhteisöveroa (20 %) ja voi jakaa omistajilleen palkkatuloa kevyemmin verotettuja osinkoja. Osakeyhtiössä yrittäjät maksavat usein itselleen palkkaa, joka vähentää osakeyhtiön verotettavaa tuloa.

⁴⁶ Myös useassa muussa EU-maassa osakeyhtiö on mahdollista perustaa ilman osakepääomaa jo tällä hetkellä. Osakeyhtiölain muutos ei koske julkisia osakeyhtiöitä (Oyj), joissa minimiosakepääoma on 80 000 euroa.

ovat kaupparekisterissä myös julkisia päinvastoin kuin elinkeinoharjoittajien ja henkilöyhtiöiden tilinpäätökset pääsääntöisesti.⁴⁷

Kuvio 8 Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet yritykset oikeudellisen muodon mukaan 2019.

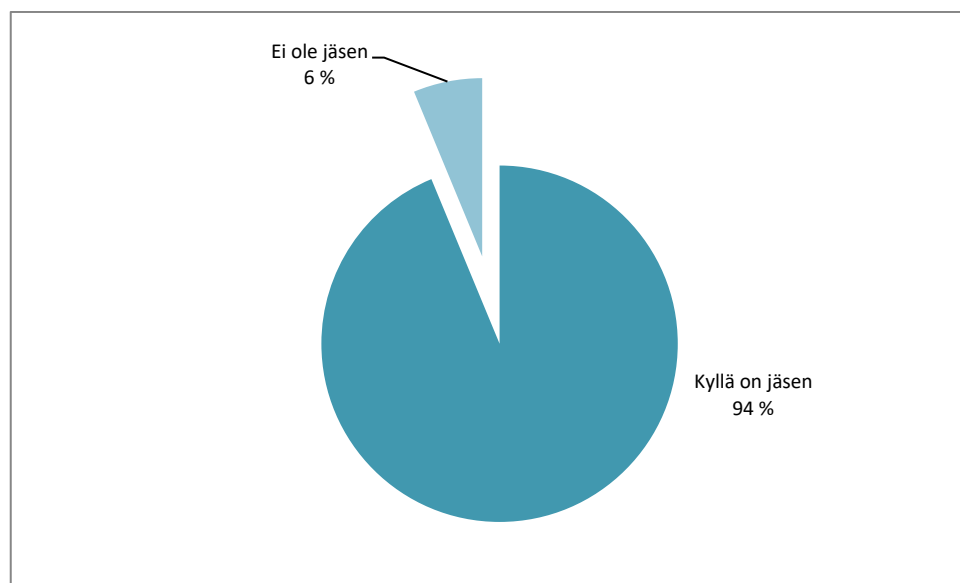


⁴⁷ Henkilöyhtiöiden ja elinkeinoharjoittajien osalta tilinpäätösten julkisuus koskee vain harvoja suuria yrityksiä, joissa toteutuu vähintään kaksi seuraavaa vaatimusta: liikevaihto 12 miljoonaa euroa, taseen loppusumma 6 miljoonaa euroa ja henkilöstö vähintään 50 henkilöä.

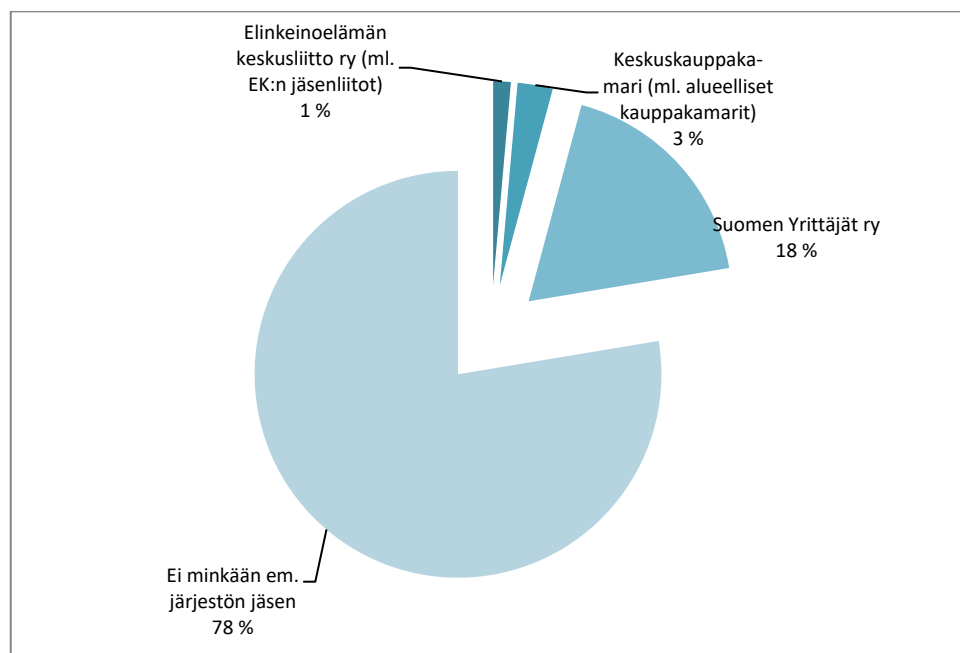
Liite 2: Suhdannekyselyyn vastanneet edunvalvontajärjestöissä

Vuoden 2019 suhdannekyselyyn vastanneista 96 prosenttia (135 kpl) oli Ornamo ry:n jäseniä. Liiton ulkopuolisia vastanneiden joukossa oli kuusi (9 kpl) prosenttia. Vajaa viidennes vastanneista oli Suomen Yrittäjät ry:n jäseniä. Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry:n jäsenistöön kuului noin yksi prosentti vastanneista. Keskuskauppakamarin ja alueellisten kauppakamarien jäseniä oli kolme prosenttia. Elinkeinoelämän edistämisen- ja toimialajärjestöjen jäsenyydet (pl. Ornamo jäsenyys) ovat hieman tavallisempia suurempien muotoilualan yritysten keskuudessa.

Kuvio 1 Kyselyyn vastanneiden jäsenyys Ornamo ry:ssä 2019.



Kuvio 2 Kyselyyn vastanneiden jäsenyys elinkeinoelämän järjestöissä 2019.



Liitetaulukoita:

1. *Muotoilualan yritysten arviot yleisistä kysyntä- ja suhdannenäkymistä seuraavan vuoden ja kolmen vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2014-19 vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt).*

	Parempi, %	Pysyy ennallaan, %	Huonompi, %	Saldoluku, %
<i>Lähimmän vuoden aikana:</i>				
2014-15	37,2	34,0	28,7	8,5
2015-16	33,9	47,8	18,3	15,7
2016-17	49,6	39,4	11,0	38,6
2017-18	55,3	36,9	7,8	47,6
2018-19	56,1	34,6	9,3	46,7
2019-20	39,1	43,5	17,4	21,7
<i>Lähimmän kolmen vuoden aikana:</i>				
2014-17	67,4	17,4	15,1	52,3
2015-18	61,8	27,3	10,9	50,9
2016-19	73,6	20,7	5,8	67,8
2017-20	71,4	23,5	5,1	66,3
2018-21	66,0	22,0	12,0	54,0
2019-22	48,1	34,9	17,0	31,1

2. *Muotoilualan yritysten liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön kehitys viimeksi kuluneen vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2014-19 (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt).*

	Parempi, %	Pysyy ennallaan, %	Huonompi, %	Saldoluku, %
<i>Liikevaihto:</i>				
2013-14	45,7	25,0	29,3	16,3
2014-15	36,9	25,2	37,8	-0,9
2015-16	50,8	26,7	22,5	28,3
2016-17	61,4	33,7	4,8	56,6
2017-18	47,4	27,8	24,7	22,7
2018-19	45,0	33,3	21,6	23,4
<i>Kannattavuus:</i>				
2013-14	32,6	37,1	30,3	2,2
2014-15	29,4	38,5	32,1	-2,8
2015-16	43,7	32,8	23,5	20,2
2016-17	40,0	48,9	11,1	28,9
2017-18	35,8	49,5	14,7	21,1
2018-19	38,4	42,9	18,8	19,6
<i>Tuotantokustannukset:</i>				
2013-14	30,7	58,0	11,4	19,3
2014-15	24,5	57,5	17,9	6,6
2015-16	26,7	61,2	12,1	14,7
2016-17	25,0	60,2	14,8	10,2
2017-18	25,8	62,4	11,8	14,0
2018-19	15,6	67,9	16,5	-0,9
<i>Henkilöstö:</i>				
2013-14	13,6	80,7	5,7	8,0
2014-15	19,4	72,2	8,3	11,1
2015-16	14,4	81,4	4,2	10,2
2016-17	19,8	75,8	4,4	15,4
2017-18	12,0	84,8	3,3	8,7
2018-19	12,4	81,9	5,7	6,7

