

# Muotoiluala 2022

Suhdannekatsaus



## ORNAMO RY

Ornamo on Suomen suurin monialainen muotoiluyhteisö, joka kasvattaa muotoilijan työn arvoa yhteiskunnassa ja tukee muotoilijoita työssään. Vuonna 1911 perustettuun Ornamoon kuuluu 2 800 koulutettua jäsentä muotoilun ja taiteellisen taiteen eri alueilta.

Ornamon jäsenet työskentelevät teollisen muotoilun, tekstiili-, vaatetus- ja huonekalusuunnittelun, sisustusarkkitehtuurin, immateriaalisen suunnittelun, digitaalisten sisältöjen, käyttöliittymien, pakkaus-suunnittelun sekä palvelumuotoilun ja pelisuunnittelun, taidekäsityön ja taiteen aloilla.

**Kirjoittaja:** Pekka Lith, Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith

**Julkaisija:** Ornamo

ISSN 2342-5938



ORNAMO

# Sisältö

SIVU	<b>5</b>	1. Muotoilualan suhdannenäkemykset
	<b>14</b>	2. Muotoilualan yritystoiminnan laajuus ja rakenne
	<b>24</b>	3. Asiakaskunta ja keskeiset markkina-alueet
	<b>30</b>	4. Alan kehittämisen painopistealueet
	<b>36</b>	5. Ulkoisen toimintaympäristö tila
	<b>39</b>	6. Aineettoman omaisuuden suojaus
	<b>42</b>	7. Erityisteema: YEL-lain uudistus
	<b>47</b>	Yhteenveto
	<b>52</b>	Liite 1: Suhdannekyselyyn vastanneiden profiili
	<b>58</b>	Liite 2: Suhdannekyselyyn vastanneiden järjestäytymisaste

# 1. Muotoilualan suhdannenäkemykset

## Liikevaihdon kasvu vaimeaa

Noin 36 prosenttia yrityksistä ilmoitti syksyllä 2022, että *liikevaihto* on kasvanut edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta (Kuviot 1). Vastaavasti 45 prosenttia yrityksistä ilmoitti, että liikevaihto oli pienentynyt. Siten liikevaihdon kasvun *saldoluvuksi* saadaan miinus 9. Saldoluku saadaan, kun liikevaihdon kasvusta ilmoittaneiden yritysten prosenttiosuudesta vähennetään liikevaihdon laskusta ilmoittaneiden prosenttiosuus. Saldoluku oli alimmillaan vuosina 2014–22 koskevan mittaushistorian aikana. Syynä ei ole vain epidemiakriisi, sillä saldoluku aleni jo vuosina 2019–20.

Liikevaihdon vaimea kehitys on tulosta tilauskannan pienenemisestä. Ornamon kyselyjen mukaan tilauskanta oli kohonnut vuosina 2021–22 ainoastaan 28 prosentissa yrityksissä, mutta tilauskanta oli vähentynyt 44 prosentissa kyselyyn vastanneita yrityksissä. Siten tilauskannan kehityksen saldoluvuksi saatiin miinus 15. Liikevaihdon ja tilauskannan huono kehitys on heijastunut muotoilualalla suoraan yritysten kannattavuuteen, joka oli heikentynyt yli 40 prosentissa yrityksissä. Kannattavuuden luisua hiljensi kuitenkin tuotantokustannusten vaimeahko kehitys.

Kannattavuutta mitataan yleensä suhteuttamalla käyttökate tai liiketulos liiketoiminnan tuottoihin (*liikevaihto ja muut liiketoiminnan tuotot*). Näistä käyttökateprosentti kertoo yrityksen tuloksen ennen poistoja ja rahoituseriä. Yksittäisen yrityksen kohdalla käyttökateprosentin muutos voi kertoa muuttuneesta kannattavuudesta tai yrityksen toimintatavoissa ja toiminnan painopisteissä tapahtuneista muutoksista. Käyttökatevaatimukseen vaikuttavat käyttöpääomavaltaisuus, investointien uusiutumistarve sekä vieraan pääoman aiheuttamien kulujen määrä.<sup>1</sup>

Liiketulos (voitto tai tappio) saadaan sitä vastoin vähentämällä käyttökateesta poistot. Liikevoittoprosentti kertoo yrityksen tuloksen ennen rahoituseriä. Eli velkainen ja velaton yritys ovat samalla viivalla liikevoittoa laskettaessa, mutta liikevoiton tulee kattaa lyhyellä ajalla rahoituskulut, verot ja yrityksen osingonjako. Pitkällä aikavälillä liikevoitolla katetaan investointeja ja lainojen lyhennyksiä. Liikevoiton tulee olla sitä suurempi, mitä pääomavaltaisempaa yrityksen toiminta on, jotta se kykenee suoriutumaan rahoituskuluista ja tekemään voitollaan uusia investointeja.<sup>2</sup>

Kannattavuuden heikkenemisestä huolimatta lähes 60 prosenttia yrityksistä ilmoitti, että niiden vakavaraisuus on pysynyt ennallaan. Vakavaraisuus kuvaa yrityksen pitkän aikavälin kykyä suoriutua velvoitteistaan. Sitä kuvaavat tunnusluvut on rakennettu tilinpäätösanalyyseissä oman ja vieraan pääoman varaan.<sup>3</sup> Vakavaraisuuteen liittyy keskeisesti yrityksen mahdollisuus saada uutta velkaa investointeihin ja toiminnan laajentamiseen rahoitustilanteen niin vaatiessa. Hyvä vakavaraisuus merkitsee pientä rahoitusriskiä, huono vastaavasti korkeaa rahoitusriskiä.

<sup>1</sup> Pienissä muotoilualan yrityksissä käyttökateprosentti voi nousta keinotekoisesti korkeaksi siksi, että yrittäjän palkka ei sisälly täysimääräisesti tuloslaskelman kuluihin, jos osa siitä nostetaan yksityisottoina tai osinkoina

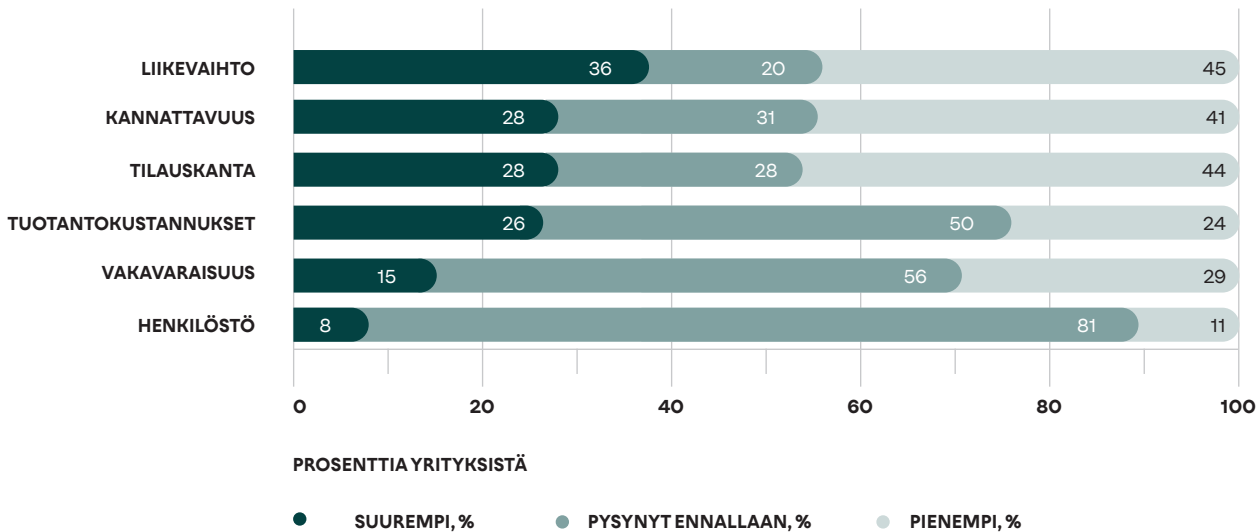
<sup>2</sup> Negatiivinen liiketulos kertoo yrityksen kannattavuusongelmista.

<sup>3</sup> Esimerkiksi korkea omavaraisuusaste kertoo oman pääoman hallitsevuudesta ja rahoitusriskin alhaisuudesta

Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että muotoilualan kehitys on seurannut viipeellä kansantalouden yleistä kehitystä. Syynä on, että monien muotoilualan yritysten kysyntä on *johdettua kysyntää*, mikä riippuu asiakasyritysten menestyksestä niiden omilla markkinoilla. Näissä tilanteissa suhdannevaihtelut eivät näy heti muotoilualalla. Esimerkiksi bruttokansantuote bkt:n aleni kaksi prosenttia vuonna 2020, mutta muotoilualan liikevaihto jatkoi kasvua. Vuonna 2021 bkt lähti sen sijaan kolmen prosenttia nousuun, mutta muotoilualan liikevaihto aleni saldoluovulla mitattuna

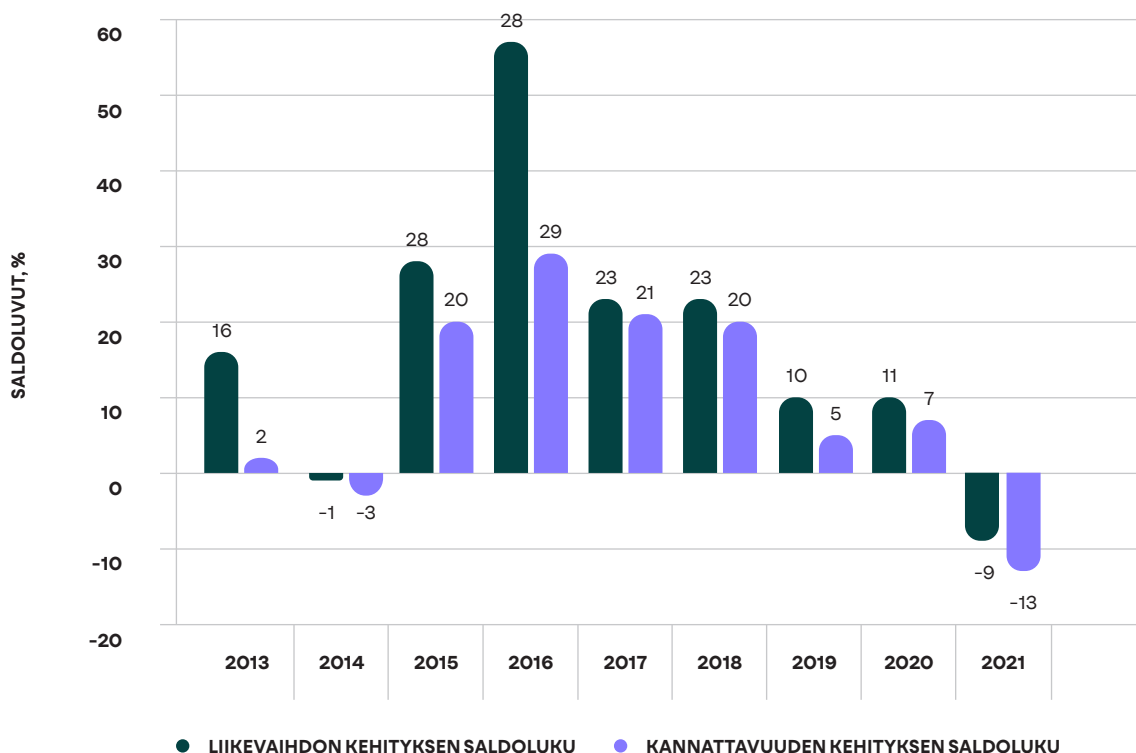
## Kuvio 1

Muotoilualan yritysten näkemykset liikevaihdon, henkilöstön, tuotantokustannusten, kannattavuuden, tilauskannan ja vakavaraisuuden toteutuneesta kehityksestä (syksy 2022) verrattuna vuoden takaiseen (syksy 2021) tilanteeseen, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



## Kuvio 2

Muotoilualan yritysten liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys saldoluukuina mitattuna 2013-21, prosenttia (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2014-22).



## Suhdanneodotukset myönteiset ajankohtaan nähden

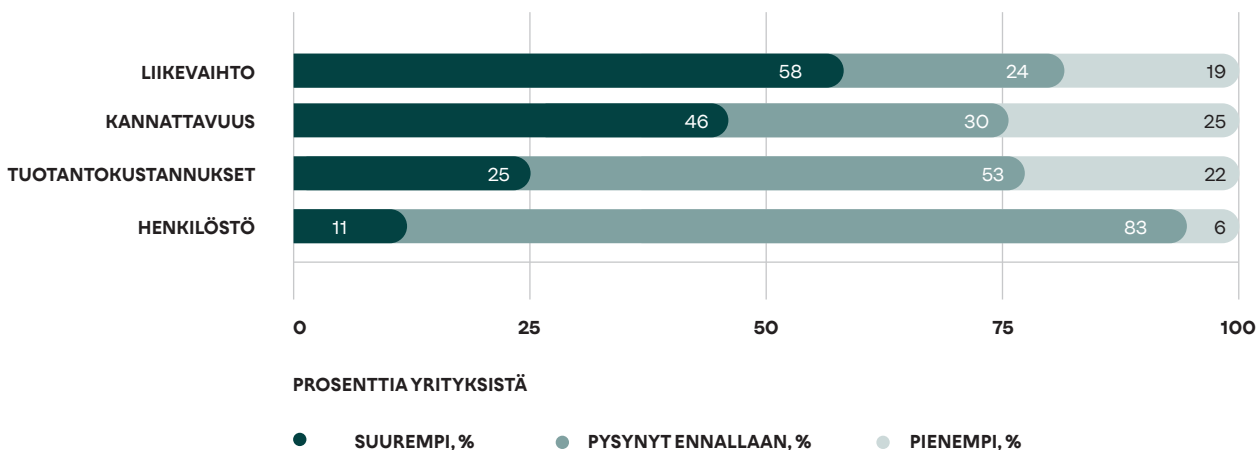
Odotukset vuosien 2022–23 kehityksestä ovat kohtuullisen myönteiset ajankohtaan nähden, vaikka Ukrainan sodan seurauksena asetetut pakotteet ja vastapakotteet ovat leikanneet euroalueen ja euroalueen ulkopuolisten EU-maiden talouskasvua. Samalla yleinen epävarmuus sodan seuraavista vaiheista, kansainvälisen kaupan häiriöiden lisääntyminen. Inflaation kiihtyminen energian hintojen kohoamisen myötä ja korkojen nousu ovat lisänneet riskiä euroalueen taantumasta. Varsinkin päällä oleva energiakriisi voi vaikuttaa euroalueen ja koko Euroopan talouteen pitkään.

Esimerkiksi Etlan syyskuun 2022 suhdannekatsauksessa vuodelle 2022 ennakoidaan yhä kahden prosentin bkt:n kasvua, mutta vuonna 2023 talouskasvu putoaa nolnaan ja Suomi voi ajautua taantumaan. Muotoilualan suhdannekyselyssä silti miltei 60 prosenttia yrityksistä uskoi liikevaihdon kasvavan vuonna 2023 ja lähes puolet vastanneista odotti kannattavuuden paranevan. Henkilöstöään lisää vain kymmenes yritys. Osasyynä on, että yli 60 prosenttia suhdannekyselyyn vastanneista on yksinyrittäjiä, joilla ei olisi muutoinkaan tarvetta palkata henkilökuntaa.

Merkillepantavaa kyselytuloksissa oli, että tuotantokustannukset pysyvät muotoilualan yrityksissä verraten maltillisina vuonna 2023. Toisaalta energian hintojen kohoaminen on näkynyt laajasti tavaroiden ja palvelujen hintojen nousuna, mikä kasvattaa yritysten ja kotitalouksien kustannuksia. Muotoilualalla vaikutuksia laimentavat kevyt kustannusrakenne, jos ulkopuoliset ostot ovat pieniä. Ongelmana ovat inflaatio-odotukset, joita Euroopan keskuspankki Ekp yrittää ohjauksikon nostolla taltuttaa. Koron noston seurauksena kuitenkin yleisen taantumisen riski kasvaa.

### Kuvio 3

Muotoilualan yritysten odotukset liikevaihdon, henkilöstön, tuotantokustannusten ja kannattavuuden kehityksestä seuraavan vuoden aikana (kesä 2022) verrattuna nykyiseen tilanteeseen (kesä 2021), prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



## Muotoilualan odotukset valoisampia kuin pky-sektorilla keskimäärin

Muotoilualan odotukset ovat liikevaihdon, kannattavuuden ja tuotantokustannusten osalta myönteisemmät kuin koko pk-yrityskentässä, kun odotuksia verrataan Suomen Yrittäjien, Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n syksyllä 2022 julkistaman *pk-yritysbarometrin* (pky-barometri) tuloksiin (Taulukko 1).<sup>4</sup> Vielä pari vuotta sitten tilanne oli ollut päinvastainen siten, että muotoilualan odotukset olivat pessimistisemmät kuin pk-yrityskentässä keskimäärin. Ainoastaan työllisyys osalta muotoilualan näkemykset ovat lähellä pky-barometrin saldolukua.

Huolimatta siitä, että muotoilualan yrittäjillä on myönteinen näkemys oman yrityksen liikevaihdon ja kannattavuuden kehityksestä, ovat odotukset kansantalouden yleisistä kysyntä- ja suhdannenäkemyksistä vuoden 2023 osalta pessimistisävytteisiä. Vain 23 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä uskoi *yleisten kysyntä- ja suhdannenäkymien* paranevan ja 37 prosenttia arveli niiden heikkenevän, joten saldoluksi muodostui miinus 14. Alan yritysten luottamus kansantalouden yleisestä kehityksestä vahvistuu kyllä, jos asiaa katsotaan kolmen vuoden aikajänteellä.

Kansantalouden yleisten kysyntä- ja suhdannenäkymien muotoilualan yritysten mielipiteet eivät poikkea suuresti pky-barometrin tuloksista, kun puhutaan vain vuoteen 2023 asti ulottuvista ennusteista. Myös kaikista pk-yrityksistä vain 22 prosenttia ennakoivat yleisten kysyntä- ja suhdannenäkymien paranevan. Toisaalta Suomen kuluttajien luottamus talouteen on saavuttanut uuden pohjanoteerauksen, sillä kuluttajien luottamusindikaattorin saldoluku oli miinus 18 syyskuussa 2022. Odotukset Suomen ja omasta taloudesta sekä inflaatiosta olivat synkemmät kuin koskaan.

### Taulukko 1

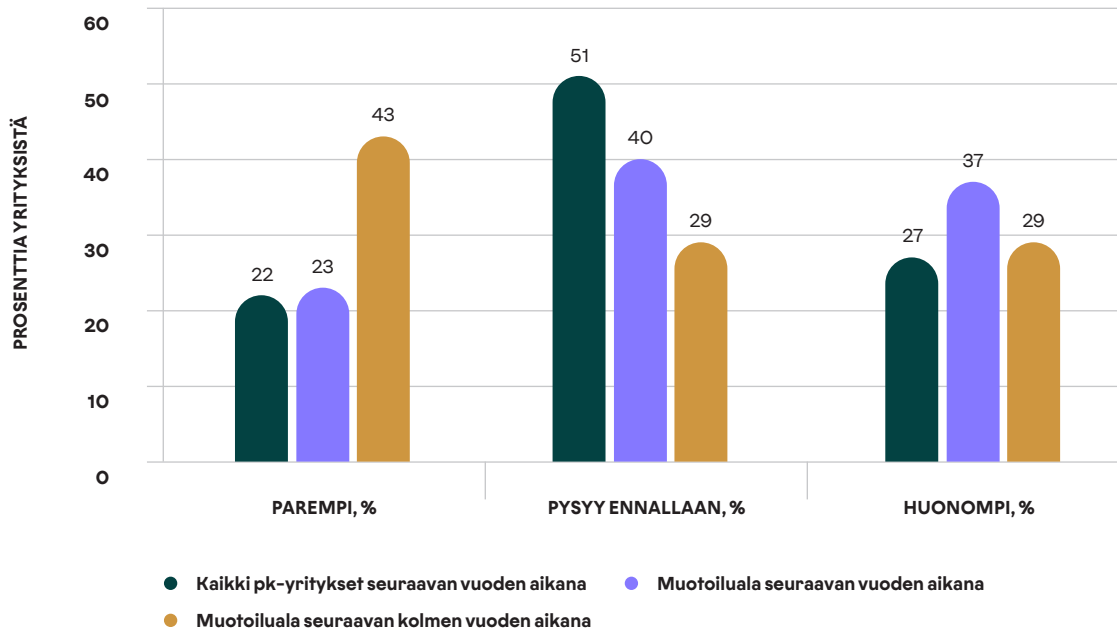
Liikevaihdon, kannattavuuden, henkilöstön ja tuotantokustannusten kasvuodotukset vuodelle 2022 muotoilualalla ja koko pk-yrityskentässä saldolukuina, prosenttia (Lähde: TEM, SY:n ja Finnveran pky-barometri syksy 2022 ja Ornamon kyselyt 2022).

	Parempi, %	Pysyy ennallaan, %	Pienempi, %	Saldoluku, %
<b>Liikevaihto:</b>				
- Muotoiluala	58	24	19	39
- Pk-yritykset keskimäärin	37	41	22	15
<b>Kannattavuus:</b>				
- Muotoiluala	46	30	25	21
- Pk-yritykset keskimäärin	20	46	34	-14
<b>Tuotantokustannukset:</b>				
- Muotoiluala	25	53	22	2
- Pk-yritykset keskimäärin	63	31	6	57
<b>Henkilöstö:</b>				
- Muotoiluala	11	82	6	5
- Pk-yritykset keskimäärin	17	73	10	7

<sup>4</sup> Pky-barometri julkaistaan kaksi kertaa vuodessa keväällä ja syksyllä. Se laaditaan valtakunnallisena ja alueellisina raportteina. Syksyn 2022 pky-barometri perustui 4 829 pk-yrityksen antamiin vastauksiin.

## Kuvio 4

Yleiset kysyntä- ja suhdannenäkymät muotoilualalla (vuodelle 2023 ja seuraavalle kolmelle vuodelle) ja kaikissa pk-yrityksissä, prosenttia (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022; pky-barometri syyskuu 2022).



### Kasvuyritysten määrä laskussa

Ornamon kyselyihin vuoden 2022 kyselyyn vastanneista yrityksistä voimakkaasti kasvuhakuisia oli vain kaksi prosenttia, mikä oli selvästi vähemmän kuin edellisellä vuonna (10 %) ja koko mittaushistorian aikana 2014–22. Sitä vastoin mahdollisuuksien mukaan kasvavia oli 60 prosenttia, eli yhtä paljon kuin aiemmin.<sup>5</sup> Asemansa säilyttämiseen keskittyviä oli 28 prosenttia. Toisaalta kannattaa muistaa, että myös asemien säilyttäminen voi edellyttää kasvua. Kasvuhaluttomia yrityksiä oli yhdeksän prosenttia mukaan lukien yritystoimintaa lopettamassa olevat yritykset.<sup>6</sup>

Muotoilualalla voimakkaasti kasvuhakuisten ja mahdollisuuksien mukaan kasvavien yritysten kirjo oli monipuolinen. Niihin kuului muotoilutoimistoja, käsityömaista piensarjatuotantoa (taideteollisuus), taidealan yrityksiä, sisustusarkkitehti- ja teollista sarjavalmistusta harjoittavia yrityksiä. Epidemiakriisi ja vuonna 2022 alkaneen Ukrainan sodan seurausvaikutukset ovat heikentäneet yritysten kasvunäkymiä, mikä on heijastunut nopean kasvun yritysten määrään. Myönteistä silti on, että yli kaksi vuotta jatkuneet kriisitilanteet eivät ole täysin tukahduttaneet yritysten kasvuhaluja.

Muotoilualalla voimakkaasti kasvuhaluisia yrityksiä oli pky-barometrin perusteella katsottuna syksyllä 2022 vähemmän kuin koko pk-yrityskentässä keskimäärin, mutta kokonaisuudessaan kaikki kasvuun pyrkiviä yrityksiä on muotoilualalla suhteellisesti enemmän. On kuitenkin selvää, että kasvuyritysten määrä tulisi saada Suomessa pidemmällä aikavälillä suuremmaksi. Syynä on, että yksinomaan pelkästään jo julkisten palvelujen kasvava rahoitustarve ovat pitkälti riippuvaisia kilpailuilla markkinoilla toimivien yritysten kyvystä työllistää ja tuottaa verotuloja.

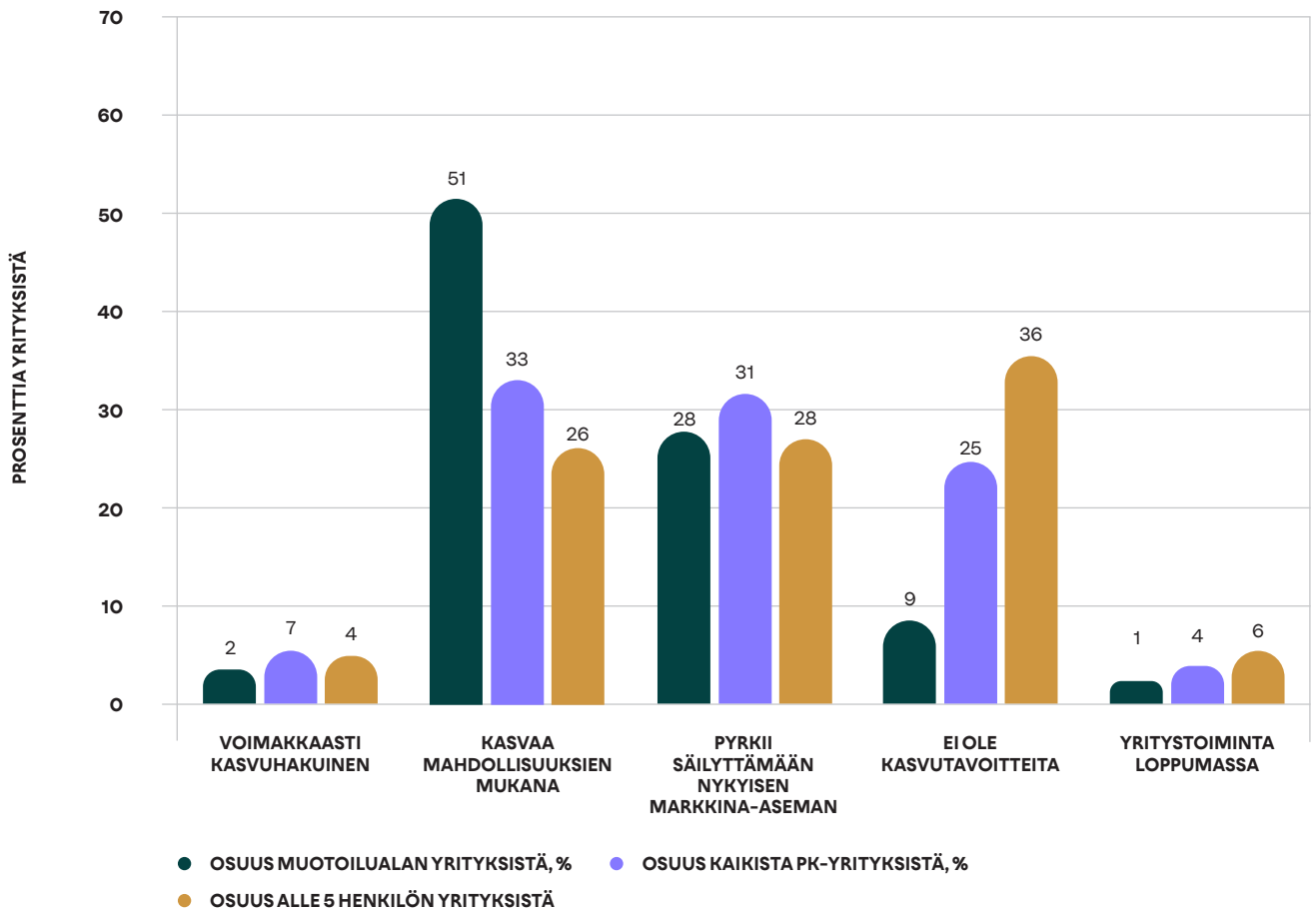
<sup>5</sup> Mahdollisuuksien mukaan kasvavien yritysten osuus oli 58 prosenttia vuonna 2021.

<sup>6</sup> Osuus oli yhtä paljon kuin edellisellä vuonna.



## Kuvio 5

Muotoilualan yritysten ja Suomen koko pk-yrityskentän kasvuhakuisuus 2021, prosenttia yrityksistä (Lähde: Pk-yritysbarometri syyskuu 2022 ja Ornamon suhdannekyselyt 2022).



### Kasvutavoitteet ja -keinot

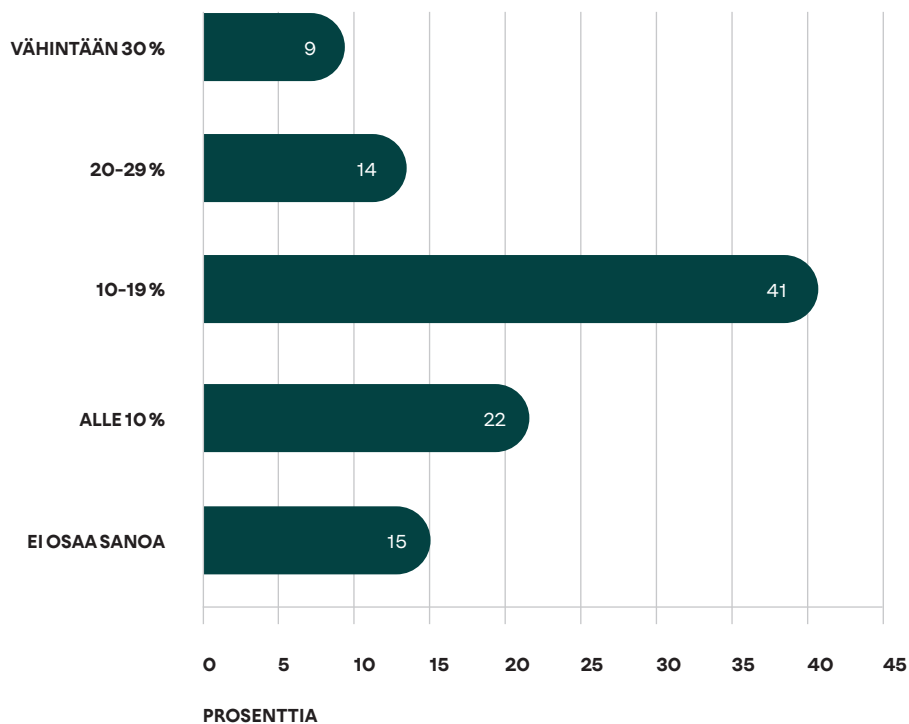
Ornamon kyselyyn vastanneista eri tavoin kasvuhakuisista yrityksistä 41 prosenttia ilmoitti liikevaihdon kasvutavoitteeksi 10-19 prosenttia vuosina 2022–23. Vajaa neljännes pyrki yli 20 prosentin kasvuun ja runsas viidennes tyytyi alle kymmenen prosentin liikevaihdon nousuun. Luonnollisesti on selvää, että kaikki yritykset eivät joka hetki pyri tai pysty laajentamaan toimintaansa. Usein nuoret yritykset ovat kasvuhakuisempi kuin toimintansa vakiinnuttaneet yritykset. Yksinyrittäjät ovat myös vähemmän kasvuhakuisia kuin jo tietyn koon saavuttaneet työnantajayritykset.

Muotoilualalla yritysten tärkein kasvukeino on myynnin ja markkinoinnin tehostaminen. Tätä mieltä oli 43 prosenttia vuoden 2022 kyselyyn vastanneista yrityksistä. Uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämiseen ja tuotevalikoiman monipuolistamiseen panostaa 30 prosenttia ja liiketoiminnan laajentamiseen uusille maantieteellisille markkina-alueille 13 prosenttia yrityksistä. Yrityksistä viisi prosenttia korostaa verkottumista ja teettäisi alihankkijoilla enemmän töitä. Kasvu kolmansien osapuolien tehtyjen sopimusten perusteella on harvinaista<sup>7</sup> (Kuvio 7).

<sup>7</sup> Näillä tarkoitetaan tuotteiden lisenssivalmistusta tai palvelualueilla käytettyä franchising-liiketoimintaa.

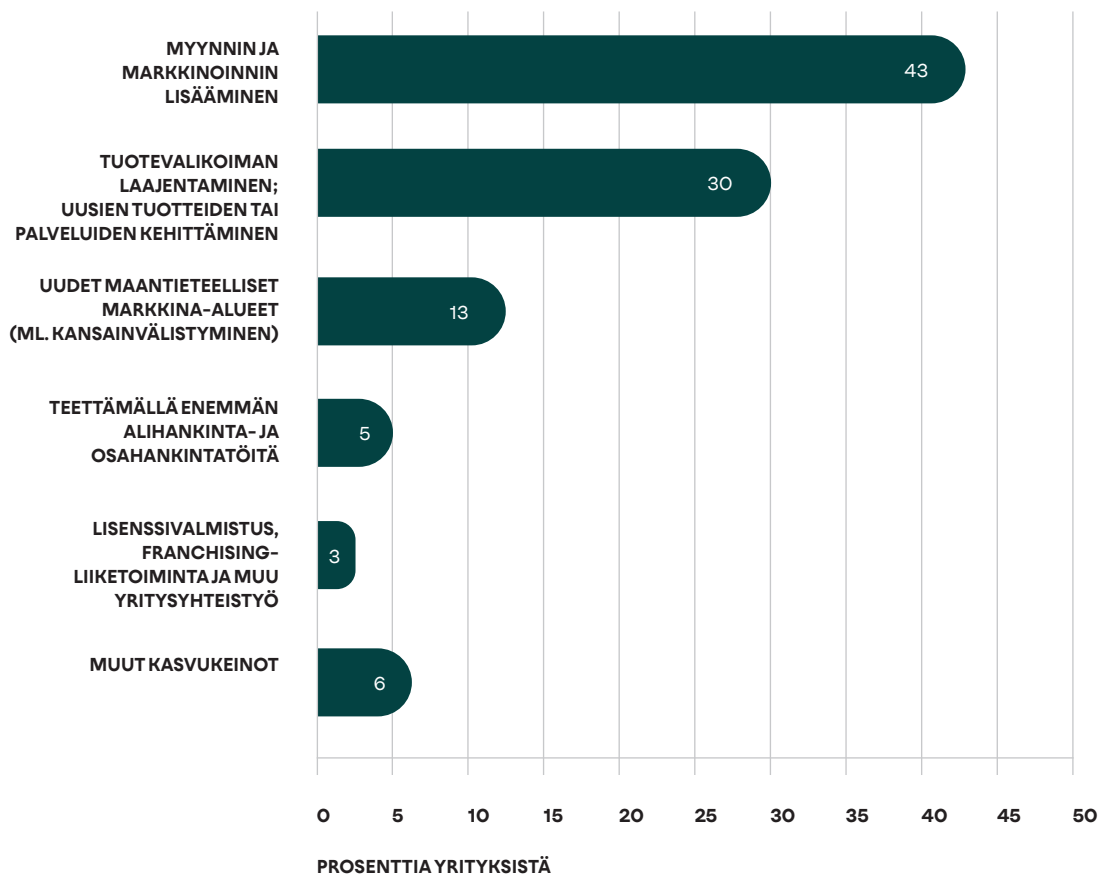
## Kuvio 6

Muotoilualan yritysten liikevaihdon kasvutavoitteet 2022-21, prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



## Kuvio 7

Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot vuonna 2022, prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



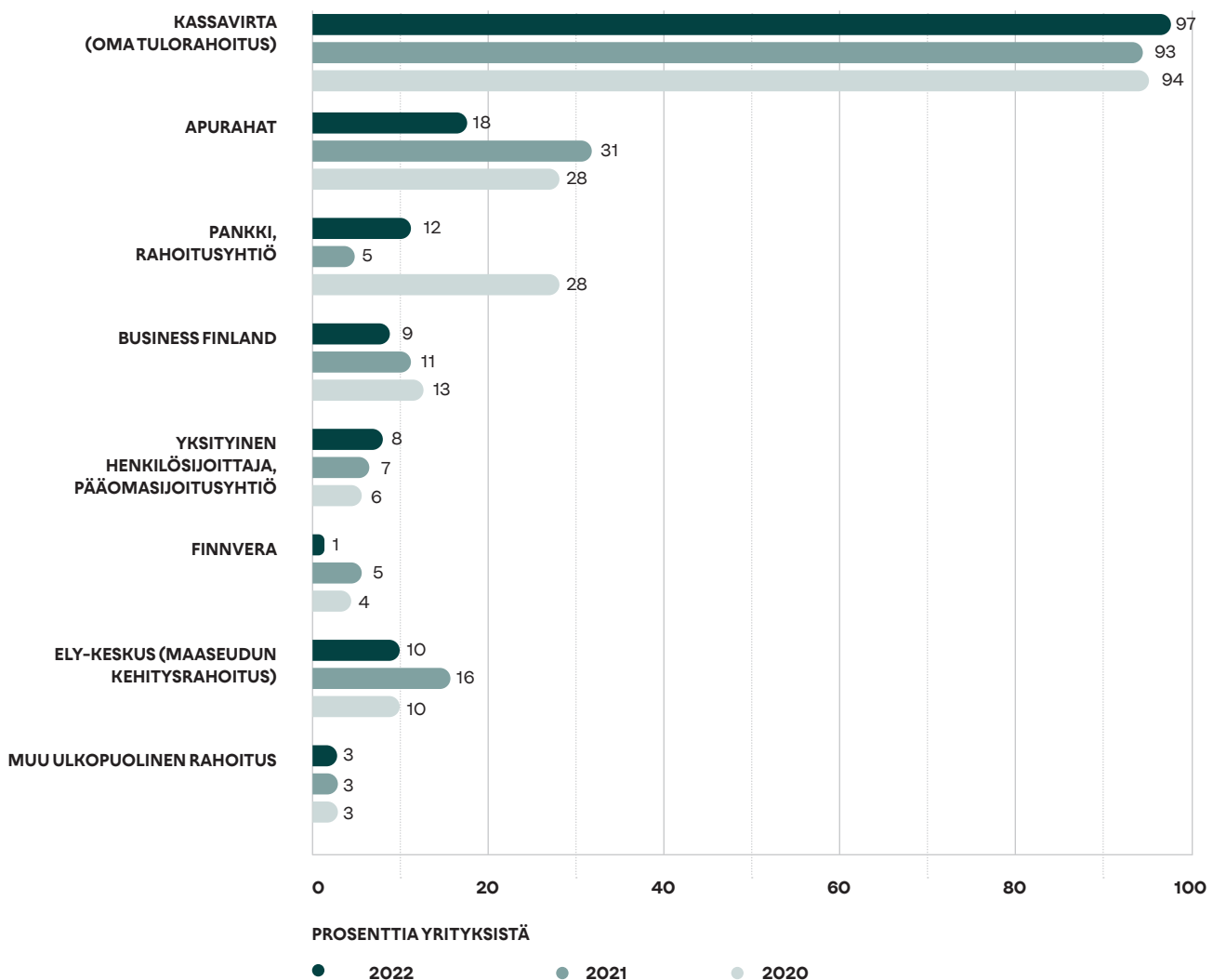
## Kasvua kassavirran varassa

Muotoilualan yritykset rahoittavat kasvuaan pääosin omalla *kassarahoituksella* ja toiseksi eniten *apurahoilla*. Tässä suhteessa kassarahoituksen merkitys on korostunut entisestään kahden viime vuoden aikana. Pelkästään kassarahoitukseen nojasi kaksi kolmasosaa prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä ja 97 prosentilla yrityksistä oma tulorahoitus oli ainakin yksi tärkeä kasvun rahoituslähde. Apurahoilla kasvuaan rahoitti 14 prosenttia vastanneista. Pankkirahoitusta (ml. rahoitusyhtiöt) hyödynsi kaksitoista prosenttia vastanneista.

Pelkästään tai pääosin kassarahoitukseen ja apurahoihin nojautuminen on hidas tie kasvuun, jos yrityksen *laskutettavuusaste* on korkea. Silloin kassavirta kuluu pakollisten toimintojen rahoittamiseen eikä toiminnan kehittämiseen jää varoja. Kahdeksalla prosentilla oli yksityinen henkilösijoittaja ja yksityistä joukkorahoitusta. Yritystoiminnan julkisella rahoitustuella kasvuaan rahoitti osittain viidenneks vastanneista, muuta sen merkitys on pienentynyt parin viime vuoden aikana. Julkiseen rahoitukseen luetaan Business Finlandin, ELY-keskusten ja Finnveran myöntämä rahoitus.<sup>8</sup>

### Kuvio 8

Muotoilualan yritysten kasvun rahoitustavat 2020–22 (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2020–22).



<sup>8</sup> Julkinen rahoitus koostuu pääosin avustusmuotoisesta rahoituksesta, mutta Business Finland tarjoaa myös lainoja sekä Finnvera lainoja, takauksia ja pääomasijoituksia. Julkista rahoitusta myönnettiin paljon epidemiakriisin aikana, mutta tämä tuki on vähentynyt / poistunut vuonna 2022.

## Venäjä-Ukrainan sodan vaikutukset

Marraskuussa 2022 sota Ukrainassa oli jatkunut jo 8 kuukautta. Kriisin aikana tehdyt pakotteet ja vastapakotteet ovat johtaneet muun muassa energian sekä eräiden muiden raaka-aineiden ja materiaalien hintojen nousuun, josta on seurannut yleisen inflaation kiihtyminen etenkin EU-maissa. Muotoilualalla kriisi oli aiheuttanut lokakuuhun 2022 mennessä erittäin suuria kielteisiä vaikutuksia tosin vain yhdeksässä prosentissa yrityksiä.

### Kuvio 9

Ukrainan sodan yleinen merkitys muotoilualan yritysten liiketoimintaa helmi-lokakuussa 2022, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).

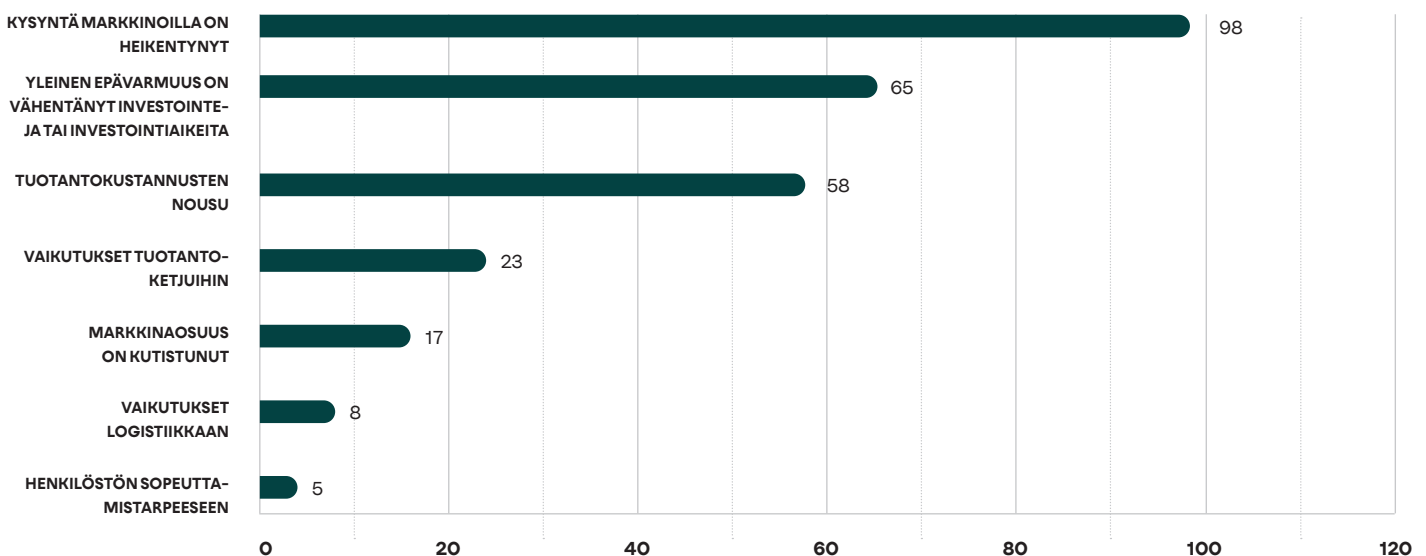
● 9% ERITTÄIN KIELTEISESTI ● 43% JOSSAIN MÄÄRIN KIELTEISESTI ● 48% EI VAIKUTUSTA



Lisäksi kielteiset vaikutukset olivat näkyneet ainakin jossain määrin 43 prosentissa yrityksiä. Sitä vastoin 48 prosenttia suhdannekyselyyn vastanneista kertoi syksyllä 2022, että Ukrainan kriisillä ei ole ollut toistaiseksi sivuvaikutuksia yrityksen liiketoimintaan. Suurimman kielteiset haitat ovat näkyneet kysynnän heikentymisenä ja yleisen epävarmuuden lisääntymisenä, joka on vähentänyt investointihaluja. Lisäksi kriisi on näkynyt tuotantokustannusten nousuna. Henkilöstöön kriisillä ei ole ollut vaikutuksia, sillä iso kyselyyn vastanneista ei edes toimi työnantajina.

### Kuvio 10

Ukrainan sodan yksityiskohtaiset vaikutukset muotoilualan yritysten toimintaan helmi-lokakuussa 2022, pisteet (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).<sup>9</sup>



<sup>9</sup> Kyselyssä vastaajia pyydettiin ilmoittamaan tärkein, toiseksi tärkein ja kolmanneksi tärkein kriisin vaikutus. Vastaukset on pisteytetty siten, että tärkein vaikutus sai 3 pistettä, toiseksi tärkein 2 pistettä ja kolmanneksi tärkein yhden pisteen.

## 2. Muotoilualan yritystoiminnan laajuus ja rakenne

Muotoilulle tärkeitä näkökulmia ovat toiminnallisuus, esteettisyys ja loppukäyttäjien tarpeet. Muotoilun menetelmiä hyödynnetään mm. palvelumuotoilussa sekä esimerkiksi liiketoiminnan kehittämässä. Osaamisalan keskeisiä suunnittelualoja ovat mm. teollinen muotoilu, tuotemuotoilu, palvelumuotoilu, tekstiili- ja pakkaussuunnittelu, tila- ja kaupun-kisuunnittelu ja digitaalisen käyttökohteen muotoilu sekä palvelumuotoilu. Muotoilun uusia sovellutusalueita ovat esimerkiksi strateginen muotoilu, jossa muotoilun avulla kehitetään yrityksen liiketoimintaa kokonaisuudessaan.

Muotoilun käyttö on laajentunut jalostusaloilta 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.

### **Muotoilualan yritystoiminta**

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 käsityömäistä yksilöllisten tuotteiden valmistusta piensarjatuotantona erotuksena pääomavaltaisesta ja pitkälle automatisoidusta teollisesta sarjatuotannosta (liukuhihnava valmistus).

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, keräämisten 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. 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.

Digitaalisen muotoilun toimialakokonaisuuden lisääminen muotoilualoihin oli perusteltua toimintaympäristön digitalisoituessa kovaa vauhtia. Digitalisaatio ei tarkoita vain toimintojen sähköistämisestä vaan koko toimintaympäristön muutoksia ja uusia toimintatapoja.

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. Tila- ja kalustesuunnittelua hyödynnetään osana arkkitehtuuria – näin luodaan rakennuksiin tarkoituksenmukaisia sisätila- ja kalusteratkaisuja ja tehostetaan tilojen käyttöastetta.

Tässä yhteydessä käytetty muotoilualan toimialojen käsite ei ole millään tavoin tyhjentävä, sillä monet palvelumuotoilua harjoittavat yritykset ovat tarkastelun ulkopuolella tai toimialaluokitusta noudattavien tilastojen katveessa. Esimerkiksi osaamisintensiivisten liike-elämän palveluyritysten (KIBS-yritykset<sup>10</sup>) toimintaan liittyy paljon palvelumuotoilua. Palvelumuotoilu on tärkeää myös koulutuspalveluissa tai rahoitus- ja vakuutusalailla. Lisäksi palvelumuotoilu on levinnyt sosiaali- ja terveydenhuoltoon ja muille kuluttajapalveluja tuottaville toimialoille.<sup>11</sup>

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

<sup>11</sup> 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.).

## Taulukko 2

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

Nimike	Nace 2008-koodi
MUOTOILUN PALVELUYRITYKSET	
- Graafinen muotoilu	74101
- Sisustussuunnittelu	74102
- Teollinen muotoilu	74109
DIGITAALINEN MUOTOILU	
- Tietokonepelien kustantaminen	5821
- Ohjelmistojen kustantaminen	5829
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	6201
ARKKITEHTUURI JA MAISEMANHOITO	
- Arkkitehtipalvelut	7111
- Maiseman hoitopalvelut	813
MUOTOILUINTENSIIVINEN VALMISTUS	
- Tekstiilien valmistus	13921, 1393, 1399
- Vaatteiden valmistus	1411, 1412
- Nahkatuotteiden valmistus	1512, 152
- Puutuotteiden valmistus	16239, 1624, 1629
- Lasituotteiden valmistus	2313, 2319
- Keraamisten tuotteiden valmistus	2341
- Kivituotteiden valmistus	237
- Metallituotteiden valmistus	255
- Huonekalujen valmistus	3101, 3102, 3109
- Kultasepän tuotteiden valmistus	321
- Taideteosten luonti	9003

### Yritysten ja toimipaikkojen määrä

Tilastokeskuksen yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastojen mukaan Suomessa toimi edellä mainittujen toimialamääritelmien ja rajausten mukaan tarkasteltuna noin 13 940 muotoilualan *yritystä* vuonna 2020. 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). Liikevaihdon minimiraja oli 11 968 euroa vuonna 2020 ja 12 273 euroa vuonna 2021.<sup>12</sup>

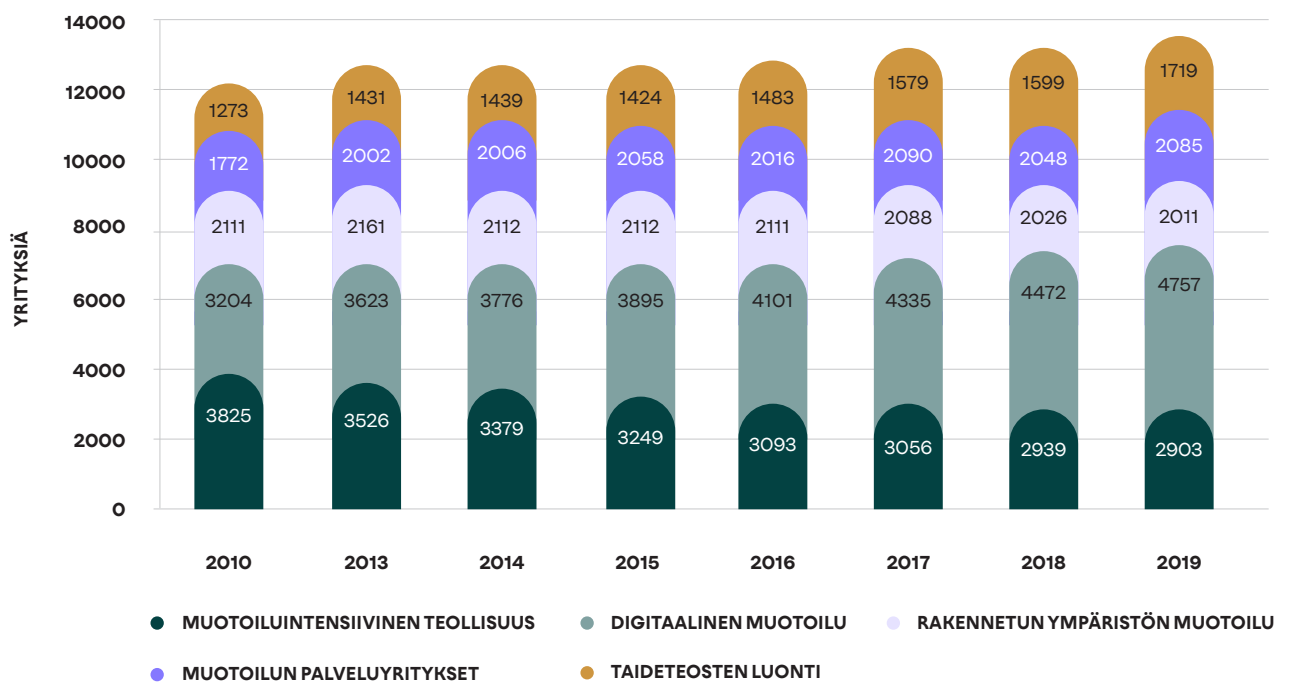
<sup>12</sup> Vuositilastoihin ovat päässeet tilastovuodesta 2013 myös yritykset, joiden taseen loppusumma on yli 170 000 euroa tai joiden nettoinvestoinnit ovat yli 50 000 euroa, vaikka henkilöstö- ja liikevaihtokriteerit eivät täytyisikään.

Yritysten lukumäärä oli kasvanut runsaat seitsemän prosenttia eli 1 750 tilastoyksiköllä (14 %) vuosina 2010–20. *Pääosaamisaloittain* tarkasteltuna yritysten määrän kasvu oli suurinta digitaalisessa muotoilussa, taideteosten luonnissa ja muotoilutoimistojen keskuudessa (Kuvio 11). Yksittäisten toimialojen osalta kasvu on ollut kovinta tietokonepelien kustantamisessa, ohjelmistojen suunnittelussa ja teollisessa muotoilussa. Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistuksessa (teollisuudessa) yritysten määrä oli vähentynyt noin 990 yrityksellä (-26 %) 2010-luvulla (Taulukko 3).

Alatoimialoittain yritysten määrä on vähentynyt eniten tekstiilien, puutuotteiden ja huonekalujen valmistuksessa sekä arkkitehtipalveluissa. Yritysten määrän väheneminen on rakenteellista ja suhdanneluontoista. Rakenteellisiin muutoksiin vaikuttaa se, että toisiin markkinaolosuhteisiin perustetut yritykset ovat ajautuneet vaikeuksiin kilpailevan halpatuonnin puristuksessa tai yritykset ovat lopettaneet toimintansa yrittäjien eläköityessä ilman seuraajaa. *Ennakkotietojen* mukaan muotoilualan yrityksistä oli 14 430 vuonna 2021 eli 500 yritystä (4 %) enemmän kuin vuonna 2020

**Kuvio 11**

Muotoilualan yritykset Suomessa pääosaamisaloittain 2010–21 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (2013–21), Tilastokeskus).





Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston mukaan yritysten *toimi-paikkoja* oli muotoilualoilla 14 614 vuonna 2020. Yritystoimipaikkojen lukumäärän kehitys on ollut hieman nopeampaa kuin yritysten määrän kasvu vuosina 2010–20, vaikka valtaosa muotoilualan yrityksistä on pieniä yksitoimipaikkaisia yrityksiä.<sup>13</sup> Periaatteessa toimipaikka on taloudellinen yksikkö, jossa saman omistajuuden tai valvonnan alaisuudessa harjoitetaan mahdollisimman samantyyppisten tavaroiden ja palvelujen tuotantoa tavallisimmin yhdellä sijaintipaikalla (Taulukko 3).

**Taulukko 3**

Muotoilualan yritykset ja toimipaikat Suomessa 2010–21 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto sekä alueellinen yritystoimintatilasto (2020–21) Tilastokeskus)

	Yrityksiä 2020, lkm	Yrityksiä, 2021, lkm	Yritysten lisäys 2010– 20, lkm	Toimi-paikko- ja 2020, lkm	Toimi-paik- kojen lisäys 2010–20 lkm
<b>Muotoilun palveluyritykset</b>	2194	2302	422	2204	425
- Graafinen muotoilu	763	836	196	763	194
- Sisustussuunnittelu	755	791	-35	759	-31
- Teollinen muotoilu	676	675	261	682	262
<b>Digitaalinen muotoilu</b>	5033	5328	1829	5453	1916
- Tietokonepelien kustantaminen	59	60	49	60	50
- Ohjelmistojen kustantaminen	71	71	-13	84	-16
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	4903	5197	1793	5309	1916
<b>Arkkitehtuuri ja maisemanhoito</b>	2033	2041	-78	2084	-39
- Arkkitehtipalvelut	1322	1302	-225	1348	-212
- Maiseman hoitopalvelut	711	739	147	736	173
<b>Muotoiluintensiivinen valmistus</b>	2836	2807	-989	3030	-847
- Tekstiilien valmistus	327	317	-229	336	-139
- Vaatteiden valmistus	61	63	-41	68	-37
- Nahkatuotteiden valmistus	137	130	-50	145	-48
- Puutuotteiden valmistus	823	808	-262	925	-237
- Lasituotteiden valmistus	25	29	-17	27	-19
- Keraamisten tuotteiden valmistus	64	76	-55	66	-58
- Kivituotteiden valmistus	195	195	-52	207	-51
- Metallituotteiden valmistus	90	93	-11	92	-11
- Huonekalujen valmistus	798	779	-230	845	-203
- Kultasepän tuotteiden valmistus	316	317	-42	319	-44
<b>Taideteosten luonti</b>	1840	1954	567	1843	569
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>13936</b>	<b>14432</b>	<b>1751</b>	<b>14614</b>	<b>2058</b>

### Paljon yksinyrittäjyyttä

Muotoilualan yritykset ovat kooltaan varsin pieniä, sillä 70 prosenttia työllisti alle kaksi henkilöä tilastovuonna 2020. *Alle kahden henkilön* yritykset ovat usein ei-työnantajina toimivien pää- ja sivutoimisten yrittäjien hallinnassa. Pienintä yrityskokoa edustavat taideteosten luonnin ja graafisen muotoilun toimialoille tilastoidut yritykset, joista alle kahden henkilön yritysten osuus oli 90 prosenttia. Myös sisustussuunnittelun, teollisen muotoilun, tekstiilien, keraamisten ja kultasepän tuotteiden valmistuksessa yli 80 prosenttia yrityksistä kuuluu pienimpään kokoluokkaan (Kuvio 12).

<sup>13</sup> Jokaisella yrityksellä on vähintään yksi toimipaikka, mutta joillakin niitä on satoja (monitoimipaikkainen yritys).

*Pientyönantajia* (2-9 henkilön yritykset) muotoilualan yrityksistä oli 22 prosenttia ja vähintään kymmenen henkilön yrityksiä kahdeksan prosenttia. Pientyönantajia ja vähintään kymmenen henkilön työnantajayrityksiä oli eniten digitaalisen muotoilun toimialoilla, puutuotteiden, huonekalujen ja kivituoiteiden valmistuksessa. Mikroyritysvaltaisuudesta huolimatta vähintään kymmenen henkilön yritysten työllisyysosuus oli 78 prosenttia ja niihin kertyi arviolta 85 prosenttia alan liikevaihdosta vuonna 2020. Alle kahden henkilön yritysten osuudet olivat vain 5-6 prosenttia.

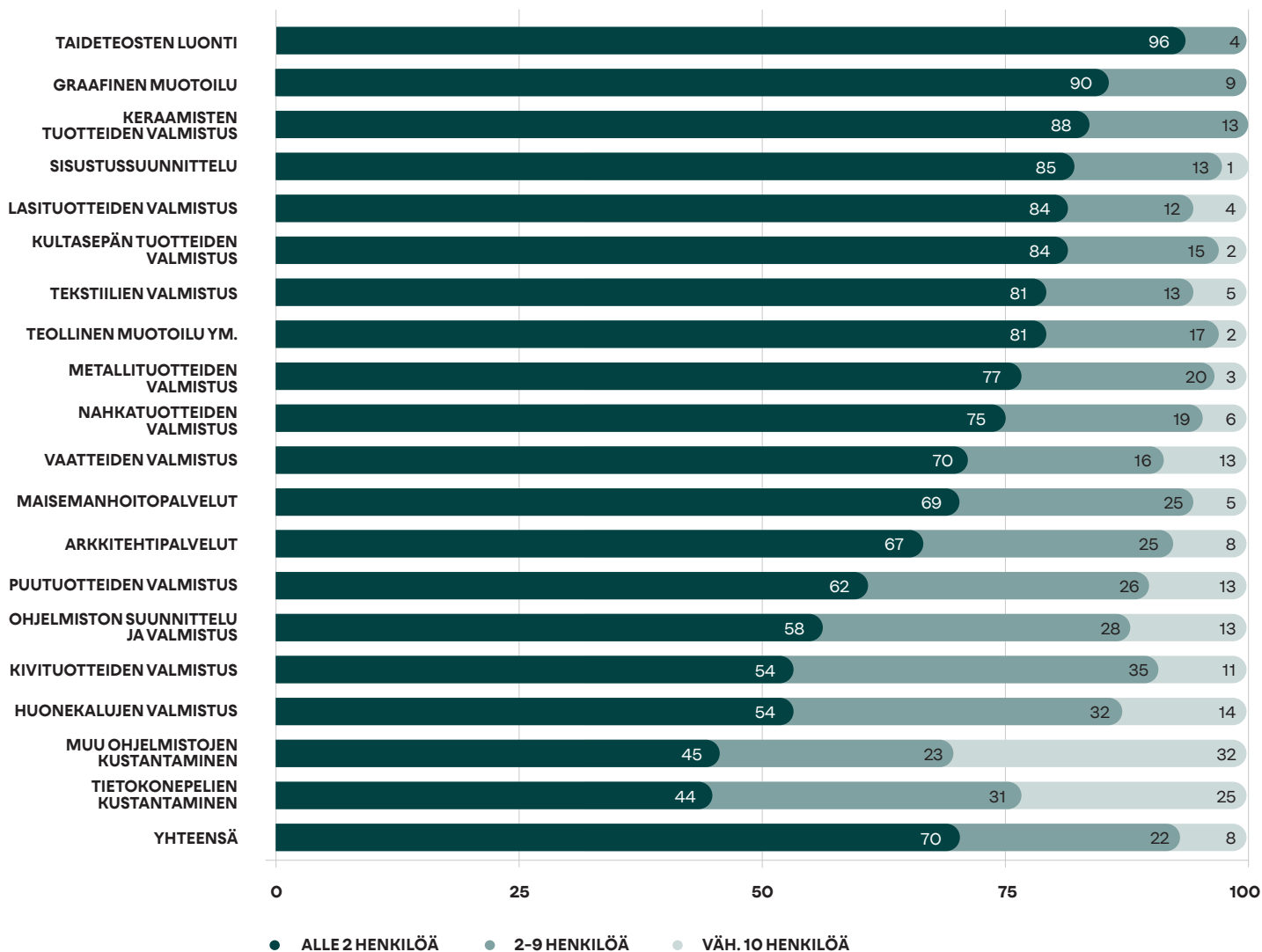
**Taulukko 4**

Muotoilualan yritysten lukumäärä päätoimialoittain ja henkilöstön kokoluokittain 2018, osuus yrityksistä (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätösti-lasto, Tilastokeskus).

	Alle 2 henkilön yritykset, %	2-9 henkilön yritykset, %	Väh. 10 henkilön yritykset, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	66	24	10
Digitaalinen muotoilu	58	28	14
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	68	25	7
Muotoilualan palveluyritys	86	13	1
Taideteosten luonti	96	4	
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>70</b>	<b>22</b>	<b>8</b>

**Kuvio 12**

Muotoilualan yritysten lukumäärä tarkimman toimialoittain mukaan ja henkilöstön kokoluokittain 2020, prosenttia yrityksistä (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus).



## Taulukko 5

Muotoilualan työllisyys pääaloittain ja yritysten kokoluokittain 2020, osuus kokovuosityöllisyydestä (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus).

	Alle 2 henkilön yritykset, %	2-9 henkilön yritykset, %	Väh. 10 henkilön yritykset, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	5	17	78
Digitaalinen muotoilu	3	12	85
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	12	31	58
Muotoilualan palveluyritys	35	40	24
Taideteosten luonti	73	25	2
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>70</b>	<b>16</b>	<b>78</b>

### Osa-aikainen ja sivutoiminen yrittäjyys

Ornamon suhdannekyselyjen mukaan muotoilualalla on paljon osa-aikaisia tai sivutoimisia yrityksiä, mikä saa vahvistusta Tilastokeskuksen yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastoista. Niiden mukaan vuositilastoihin sisältyi arviolta 5 740 sivutoimista yritystä (yrittäjää) vuonna 2020. Sivutoimiseksi on määritelty yritys, jonka kokovuosityöllisyydellä laskettu henkilöstö oli alle 0,5 henkilöä. Yhteensä osa-aikaisia tai sivutoimisia yrityksiä oli 41 prosenttia kaikista vuositilastoihin sisältyvistä muotoilualan yrityksistä ja 59 prosenttia alle kahden henkilön yrityksistä.

Sivutoimisia yrityksiä on suhteellisesti eniten taideteosten luonnissa, kultasepän tuotteiden valmistuksessa, maisemahoidossa, tekstiilien valmistuksessa ja graafisessa muotoilussa. Näillä toimialoilla alle 0,5 henkilöä työllistävien yritysten osuus oli yli 50 prosenttia yrityskannasta. Vähiten sivutoimisia yrityksiä toimii digitaalisen muotoilun piirissä (ohjelmistoliiketoiminta, tietokonepelien ja ohjelmistojen kustantaminen). Sivutoimiset yritykset työllistivät kokovuosityöllisyydellä mitaten 750 henkilöä vuonna 2020, mikä oli toisaalta vain prosentti muotoilualan henkilöstöstä.

Syynä on, että kaikkiin alle kahden henkilön yrityksiin voi sisältyä koti- ja ulkomaisiin konserneihin kuuluvia yrityksiä, joskin niiden merkitys on todennäköisesti melko vähäinen. Tilastojen räätälöintiä Tilastokeskuksen yritystilastoissa hankaloittaa kuitenkin maksullisuus ja pienten tilastotöiden korkeat taksat.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Ylipäättään Suomessa tulisi lisätä tilastotietojen avoimuutta tai avoimia tietokantoja, koska tilastoviranomaisten tiedonkeruu ja tilastotietoja laadinta rahoitetaan viime kädessä verorahoilla. Ongelmana ovat usein erilaiset luokitustasot, joita noudattavat tilastot ovat avoimia vain karkealla tasolla, vaikka kysyntää olisi tarkemman luokitusasteen tiedoista. Yrityksiä koskevissa tilastoissa alle 10 henkilön mikroyrityksiä koskevat toimialakohtaiset tilastot tulisi olla saatavilla henkilöstön kokoluokittain muutoinkin tarkemmalla tasolla kuin nykyisin, sillä mikroyritysten osuus Suomen koko yrityskannasta on yli 90 prosenttia.

## Taulukko 6

Muotoilualan osa- ja sivutoimiset alle 0,5 henkilöä työllistävät yritykset pääaloittain 2020 (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilasto-keskus; Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith).

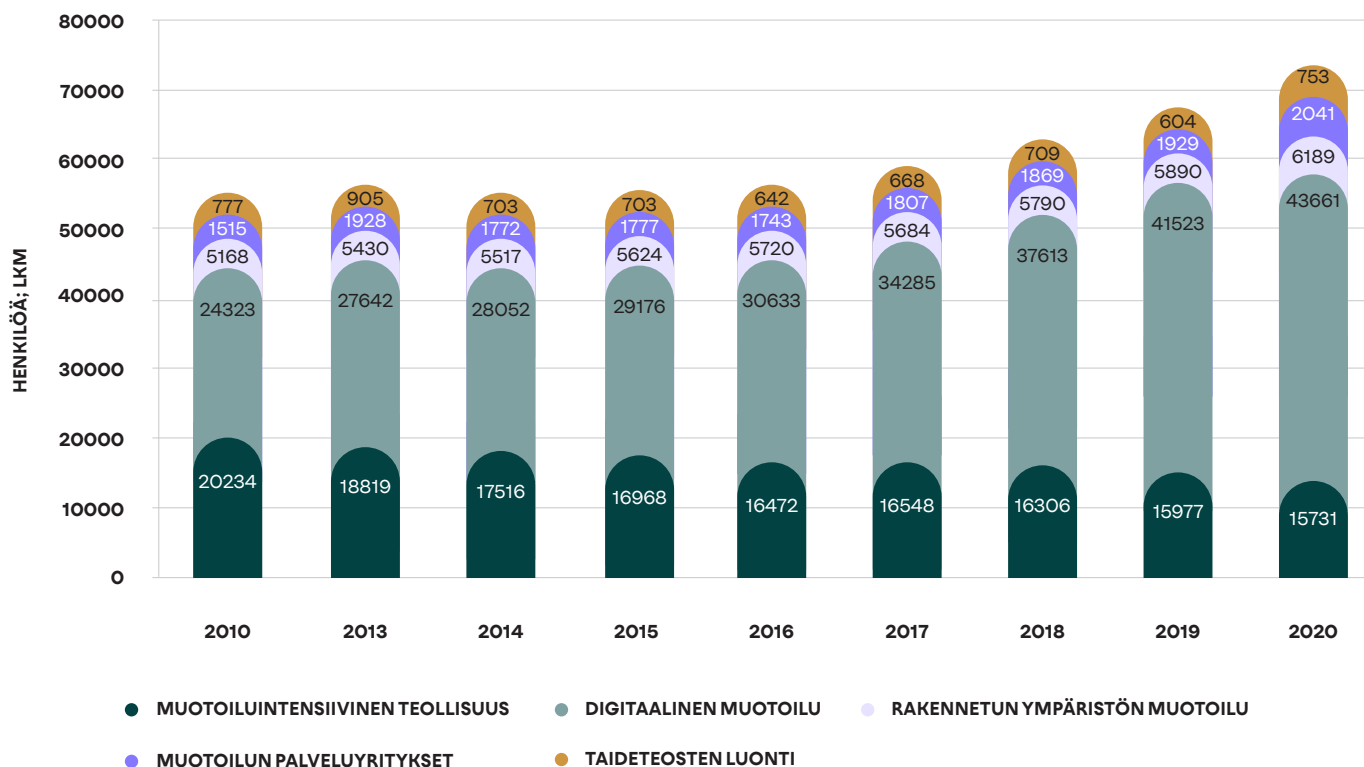
	Sivutoimisia yrityksiä (vuositalastot), lkm	Osuus kaikista alan yrityksistä, %	Osuus kaikkien yritysten työllisyydestä, %	Osuus alle 2 henkilön yrityksistä, %	Osuus alle 2 henkilön yritysten työllisyydestä, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	1 191	42	1,2	64	24
Digitaalinen muotoilu	1 385	28	0,3	48	10
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	810	40	1,8	52	16
Muotoilualan palveluyritys	1 071	49	6,9	63	20
Taideteosten luonti	1 281	70	20,0	73	27
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>5 738</b>	<b>41</b>	<b>1,1</b>	<b>59</b>	<b>17</b>

### Muotoilualan työllisyyden kehitys

Muotoilualan toimipaikkojen *työllisyys* oli Suomessa kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna noin 68 380 henkilöä vuonna 2020. Vuosina 2010–20 työllisten määrä on kasvanut lähes kolmanneksella (16 360 henkilöä). Määrällinen ja suhteellinen henkilöstön lisäys oli suurin digitaalisessa muotoilussa (80 %). Muotoilutoimistoissa työllisyys lisääntyi 35 prosenttia ja rakennetun ympäristön muotoilussa 20 prosenttia. Taideteosten luonnissa ja kaikilla muilla muotoiluintensiivisen teollisuuden aloilla paitsi vaatteiden ja metallituotteiden valmistuksessa työllisyys aleni.<sup>15</sup>

### Kuvio 13

Muotoilualan yritystoimipaikkojen henkilöstön kehitys päätoimialoittain 2010–20, lkm (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja alueellinen yritystoimintatilasto (2015–20) Tilastokeskus).



<sup>15</sup> Vuosina 2019–20 työllisyys kohosi muotoilualan toimipaikoissa epidemiakriisistä huolimatta kaikilla päätoimialoilla lukuun ottamatta muotoiluintensiivistä teollisuutta, jossa työllisyys supistui.

## Taulukko 7

Muotoilualan yritystoimipaikkojen henkilöstön kehitys Suomessa tarkimman toimialan mukaan 2010-20 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010), alueellinen yritystoimintatilasto (2019-20) Tilastokeskus).<sup>16</sup>

	Henkilöstö 2020, lkm	Henkilöstön lisäys 2010- 20, lkm	Henkilöstön lisäys 2019- 20, lkm	Henkilöstön lisäys 2010- 20, %
<b>Muotoilun palveluyritykset</b>	2041	526	526	34,7
- Graafinen muotoilu	561	78	14	16,1
- Sisustussuunnittelu	725	216	24	42,4
- Teollinen muotoilu	755	232	74	44,4
<b>Digitaalinen muotoilu</b>	43661	19338	2138	79,5
- Tietokonepelien kustantaminen	1770	1666	393	1601,9
- Ohjelmistojen kustantaminen	2337	826	201	54,7
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	39554	16846	1544	74,2
<b>Arkkitehtuuri ja maisemanhoito</b>	6189	1021	299	19,8
- Arkkitehtipalvelut	4268	534	160	14,3
- Maiseman hoitopalvelut	1921	487	139	34,0
<b>Muotoiluintensiivinen valmistus</b>	15731	-4503	-246	-22,3
- Tekstiilien valmistus	733	-78	78	-9,6
- Vaatteiden valmistus	303	30	-16	11,0
- Nahkatuotteiden valmistus	847	-602	-82	-41,5
- Puutuotteiden valmistus	6369	-987	-82	-13,4
- Lasituotteiden valmistus	217	-255	-1	-54,0
- Keraamisten tuotteiden valmistus	110	-314	5	-74,1
- Kivituotteiden valmistus	914	-352	1	-27,8
- Metallituotteiden valmistus	198	27	-8	15,8
- Huonekalujen valmistus	5590	-1639	-112	-22,7
- Kultasepän tuotteiden valmistus	450	-333	-29	-42,5
<b>Taideteosten luonti</b>	753	-24	149	-3,1
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>68375</b>	<b>16358</b>	<b>2452</b>	<b>31,4</b>

### Liikevaihdon kehitys

Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston mukaan muotoilualan toimipaikkojen *liikevaihto* oli vuonna 2020 Suomessa 13,5 miljardia euroa, mistä digitaalinen muotoilu muodosti kaksi kolmasosaa. Liikevaihdosta muotoiluintensiivisen valmistuksen osuus oli 24 prosenttia ja muiden toimialojen yhteensä yhdeksän prosenttia. Vuosina 2010-20 liikevaihdon määrä (volyymi) kasvoi muotoilualan toimipaikoilla 71 prosenttia. Kasvu oli nopeinta digitaalisessa muotoilussa (143 %). Muotoiluintensiivisessä valmistuksessa liikevaihto aleni keskimäärin 2-3 prosenttia.

Yksittäisten toimialojen kehityksestä voidaan todeta se, että liikevaihto kasvoi vuosina 2010-20 eniten tietokonepelien ja muiden ohjelmistojen kustantamisessa, ohjelmistoliiketoiminnassa, sisustussuunnittelussa ja teollisessa muotoilussa, mikä on näkynyt näillä toimialoilla myös työllisyydessä. Liikevaihto oli pudonnut eniten lasi- ja keraamisten tuotteiden valmistuksessa, mutta myös kivituuotteiden, kultasepän tuotteiden ja tekstiilien, nahkatuotteiden sekä huonekalujen valmistuksen liikevaihto alenivat. Osasyynä on valmistuksen siirtyminen pois Suomessa.

Vuosina 2019-20 muotoilualan kokonaisliikevaihto kasvoi 7,0 prosenttia ja työllisyys koheni 3,7 prosenttia. Kehitys oli parempaa kuin keskimäärin koko yritys-kentässä (pl. alkutuotanto), jossa liikevaihto aleni (-3,5 %) ja työllisyys heikkeni (-1,8 %) epidemiakiriin johdosta. Koko yritys-kentän työllisyydestä ala oli 4,7 prosenttia ja liikevaihdosta 3,2 prosenttia, joskin liikevaihto-osuus ei kerro koko totuutta muotoilualan merkityksestä. Synnä on, että muilla toimialoilla liikevaihto voi kertaantua pitkien alihankintaketjujen takia tai nousta suureksi pelkän läpi-kulukulaskutuksen takia.

Edellä mainituista syistä johtuen toimialojen kansantaloudellista merkitystä olisi parempi katsoa jalostusarvon (tai arvonlisäyksen) pohjalta. *Jalostusarvo* mittaa toimipaikan varsinaisessa tuotantotoiminnassa eri tuotannon-tekijöiden tuotta-maa yhteenlaskettua arvonlisäystä. Jalostusarvo lasketaan tuotantotoiminnasta saatujen tuottojen ja toiminnasta aiheutuneiden kustannusten erotuksena (pl. toimipaikan työvoimasta aiheutuvat kustannukset). Tuottoihin sisältyvät toimi-paikan toimitukset yrityksen toisille toimipaikoille ja kustannuksiin hankinnat yrityksen toisilta toimipaikoilta.

## Taulukko 8

Muotoilualan yritystoimipaikkojen liikevaihdon kehitys Suomessa tarkimman toimialan mukaan 2010–20 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja alueellinen yritystoimintatilasto (2019–20) Tilastokeskus).

	Liikevaihto 2020, milj. euroa	Liikevaihdon määrän lisäys 2010-20, %	Liikevaihto nimellinen kasvu 2019-20, %	Liikevaihto / henkilöstö 2020, 1000 euroa
<b>Muotoilun palveluyritykset</b>	278	60,8	1,2	136
- Graafinen muotoilu	51	34,6	-0,3	90
- Sisustussuunnittelu	120	69,0	8,1	166
- Teollinen muotoilu	108	67,2	-5,0	142
<b>Digitaalinen muotoilu</b>	9094	143,2	10,5	208
- Tietokonepelien kustantaminen	2209	23240,8	7,7	1248
- Ohjelmistojen kustantaminen	961	96,9	28,4	411
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	5925	82,8	9,0	150
<b>Arkkitehtuuri ja maisemanhoito</b>	743	34,7	1,6	120
- Arkkitehtipalvelut	454	22,4	-1,6	106
- Maiseman hoitopalvelut	288	60,0	7,3	150
<b>Muotoiluintensiivinen valmistus</b>	3285	-2,5	0,0	209
- Tekstiilien valmistus	106	-12,4	9,8	144
- Vaatteiden valmistus	80	52,1	-12,3	264
- Nahkatuotteiden valmistus	176	-9,2	-20,8	208
- Puutuotteiden valmistus	1456	7,8	7,7	229
- Lasituotteiden valmistus	55	-45,1	7,2	252
- Keraamisten tuotteiden valmistus	5	-89,9	1,7	44
- Kivituotteiden valmistus	142	-24,1	6,7	156
- Metallituotteiden valmistus	35	49,2	-1,0	176
- Huonekalujen valmistus	1136	-1,8	-5,3	203
- Kultasepän tuotteiden valmistus	95	-30,7	-4,7	211
<b>Taideteosten luonti</b>	89	34,7	2,8	119
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>13490</b>	<b>70,8</b>	<b>7,0</b>	<b>197</b>

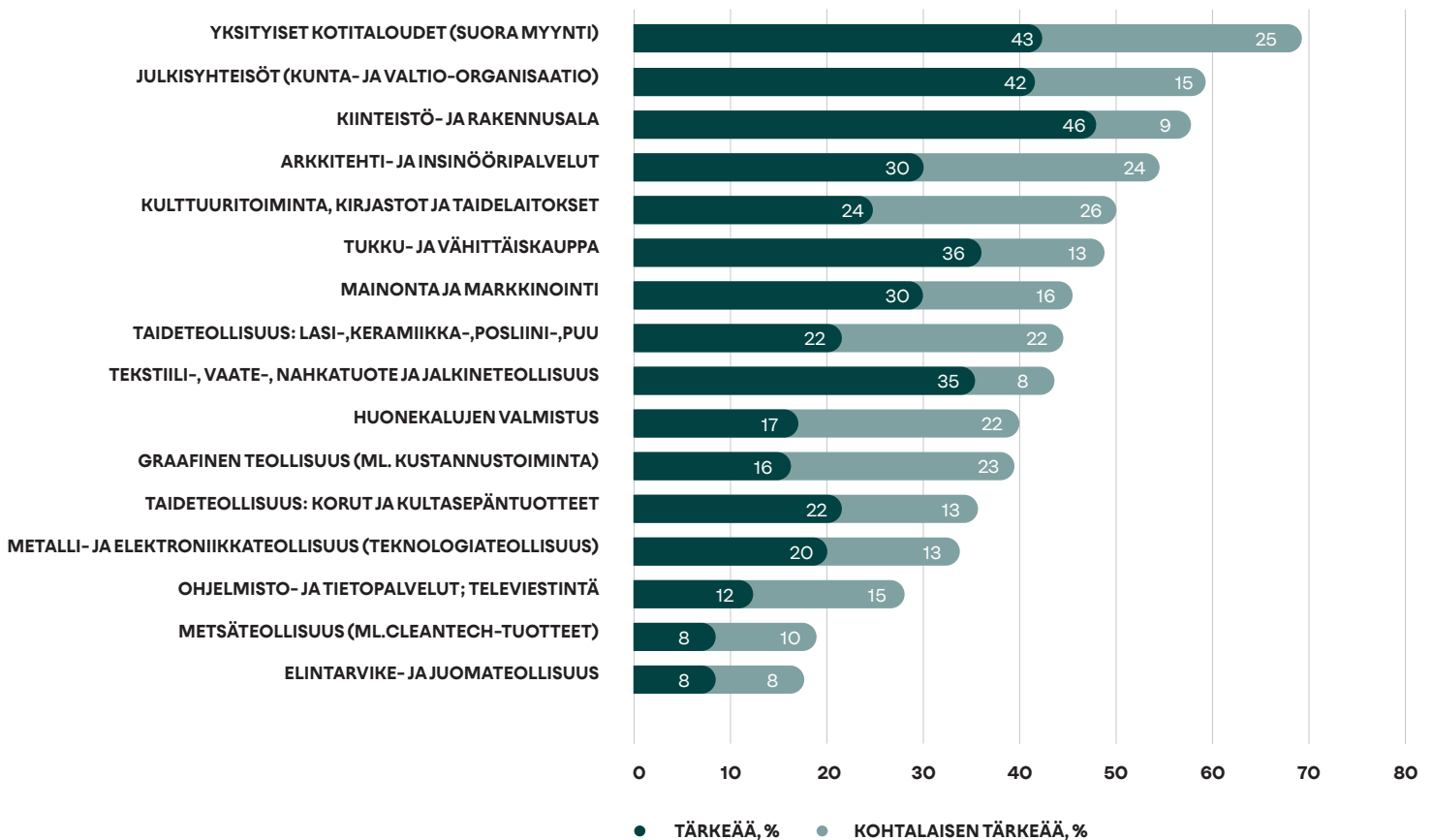
### 3. Asiakaskunta ja keskeiset markkina-alueet

Ornamon vuoden 2022 kyselyyn vastanneiden muotoilualan yritysten tärkeimpiä asiakasryhmät ovat kiinteistö- ja rakennusala, yksityiset kotitaloudet ja julkisyhteisöt (*kunta- ja valtio-organisaatiot, jatkossa myös hyvinvointialueet*).<sup>17</sup> Näin totesi yli 40 prosenttia vastanneista. Seuraavaksi tärkeimpiä ovat tukku- ja vähittäiskauppa, TEVANAKE-teollisuus, arkkitehti- ja insinööritoimistot sekä markkinointiviestinnän toimiala. Yllättävää on, että digitaalisuuden ja digitaalisen palvelumuotoilun keskiössä olevaa ITC-alaa ei koettu kovin tärkeäksi toimialaksi.

Lupaavia uusia asiakastoimialoja voisi olla myös metsäteollisuus, johdon liittyy uusien ekologisten puupohjaisten tuotteiden muotoilu sekä pakkausteollisuus. Ekologiset ja kierrätettävät pakkaukset koskevat lisäksi elintarvike- ja juomateollisuutta, vaikka kyselyjen mukaan toimialaa koettiin vähiten tärkeäksi. Kokonaisuudessaan runsaat 40 prosenttia muotoilualan yrityksistä toimii Suomessa alueellisilla tai paikallisilla markkinoilla. Vajaat 40 prosenttia toimii valtakunnallisesti koko Suomessa ja vajaa viidennes toimii pääasiassa kansainvälisillä markkinoilla (Kuvio 15).

**Kuvio 14**

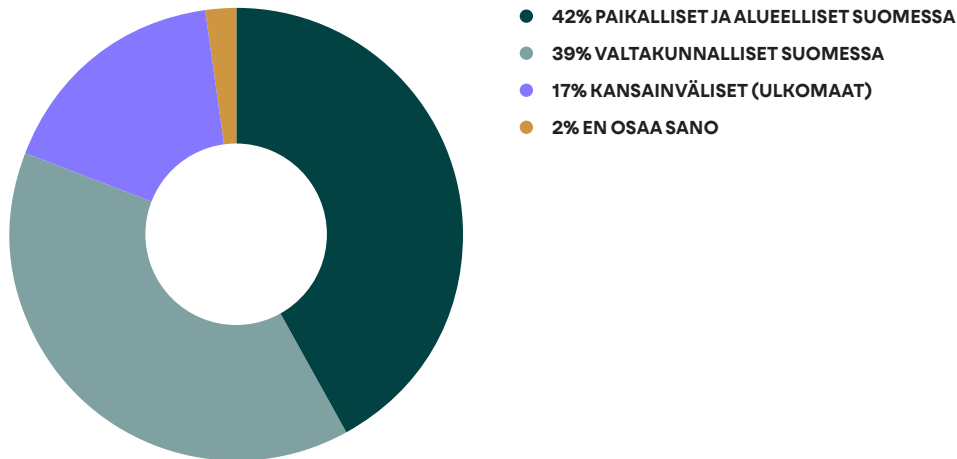
Muotoilualan tärkeimmät asiakastoimialat ja -ryhmät 2022, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



<sup>17</sup> Julkisyhteisöjen keskeinen asema korostaa samalla julkisten hankintojen merkitystä muotoilualalla.

## Kuvio 15

Muotoilualan pääasialliset markkina-alueet 2022, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



### Kansainvälinen toiminta kutistunut

Vuoden 2022 suhdannekyselyyn vastanneista muotoilualan yrityksistä kahdeksalla prosentilla *kansainvälinen toiminta* on vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää. Lisäksi 25 prosenttia yrityksistä panostaa voimakkaasti tai jonkin verran kansainväliseen toimintaan. Vastanneista kahdeksantoista prosenttia haluaisi kansainvälistyä, mutta sen suhteen on erilaisia ongelmia (Kuvio 16). Noin 48 prosentilla yrityksistä ei ollut tarvetta kansainvälistyä tai ulkomainen toiminta oli pientä tai satunnaista, jota ei voida määritellä varsinaiseksi kansainvälistymiseksi.

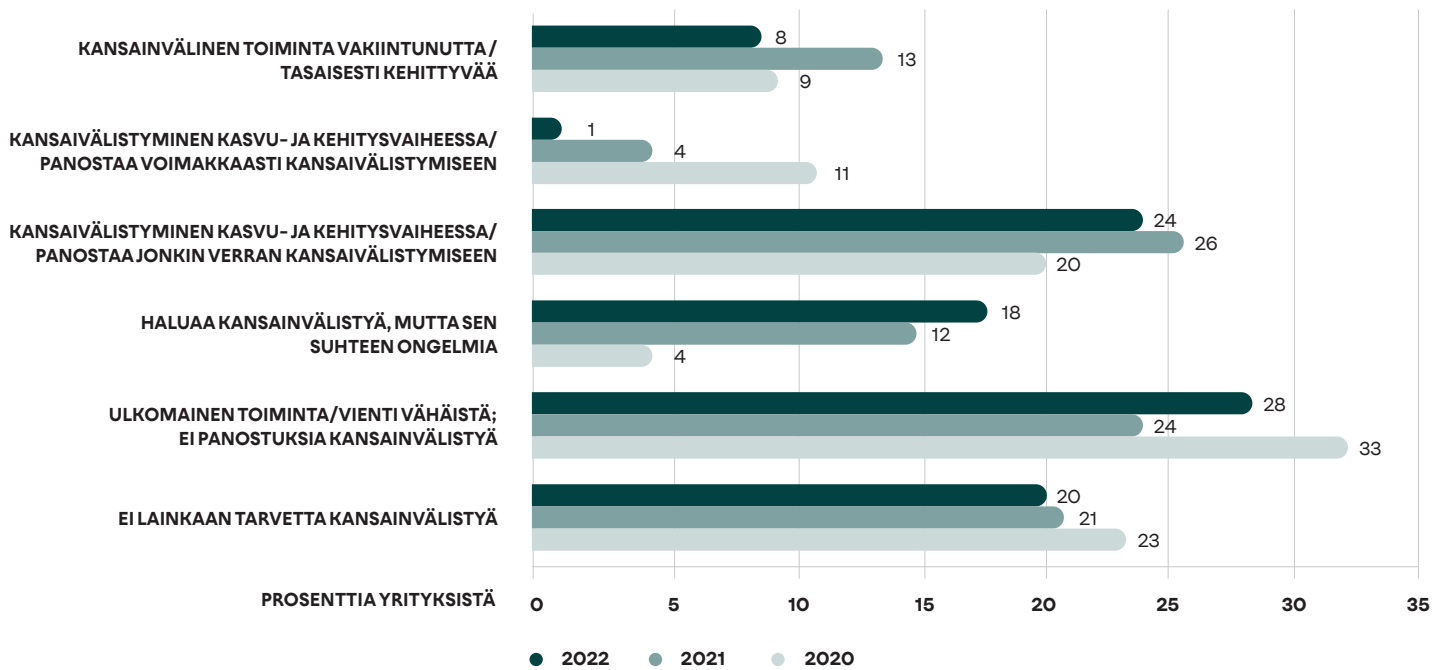
Edelliseen vuoteen verrattuna niiden yritysten osuus, joiden ulkomainen toiminta on vakiintunutta, on pienentynyt. Sama koskee voimakkaasti kansainvälistymiseen panostavien yritysten osuutta. Sen sijaan niiden yritysten osuus, jotka haluaisivat kansainvälistyä, on lisääntynyt. Epidemiakriisi ja vuonna 2022 avoimeksi muuttanut Ukrainan ovat vaikeuttaneet luonnollisesti kehitystä. Kansainvälistymistä on hidastanut sekin, että yrittäjillä ei ole osaamista, tarvittavia suhteita tai taloudellisia voimavaroja palkata kansainvälisen myynnin ja markkinoinnin osajia.

Fyysisten tuotteiden valmistajilla ongelmana voivat olla alihankkijoiden, myyntikanavien ja jälleenmyyjien löytäminen. Toisaalta verkkokauppa voi helpottaa niiden yritysten asemaa, joilla ei ole kattavaa jälleenmyynti- ja jakeluverkostoa. Verkkokaupalla voidaan palvella laajempaa asiakaskuntaa ajasta ja paikasta riippumatta ja myös kansainvälistyminen on helpompaa. Verkkokaupan tekninen perustaminen on nykyaikaisilla verkkokauppa-alustoilla helppoa ja nopeaa. Tosin menestyvän verkkokaupan ylläpitäminen on pitkäjänteistä toimintaa ja vaatii markkinointityötä.



## Kuvio 16

Muotoilualan yritysten kansainvälistymistä koskevat tavoitteet 2020–22, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2020–22).



### Ulkomainen toiminta usein toissijaista

Muotoilualalla yritysten ulkomaisen toiminnan osuutta kyselyä edeltäneen vuoden liikevaihdosta on tutkittu vuosina 2020–22. Yrityksillä, joilla on ollut kansainvälistä toimintaa, ulkomaankaupan osuus on jäänyt tavallisesti alle kymmeneen prosenttiin liikevaihdosta, eli toiminta on tavallisesti satunnaista. Vuonna 2022 tähän ryhmään kuului runsas neljäsnes kyselyyn vastanneista. Yhdeksällä prosentilla ulkomainen toiminta oli 10–49 prosenttia liikevaihdosta vuonna 2021. Kahdeksalla prosentilla vastanneista ulkomainen toiminta oli yli 50 prosenttia liikevaihdosta (Kuvio 17).

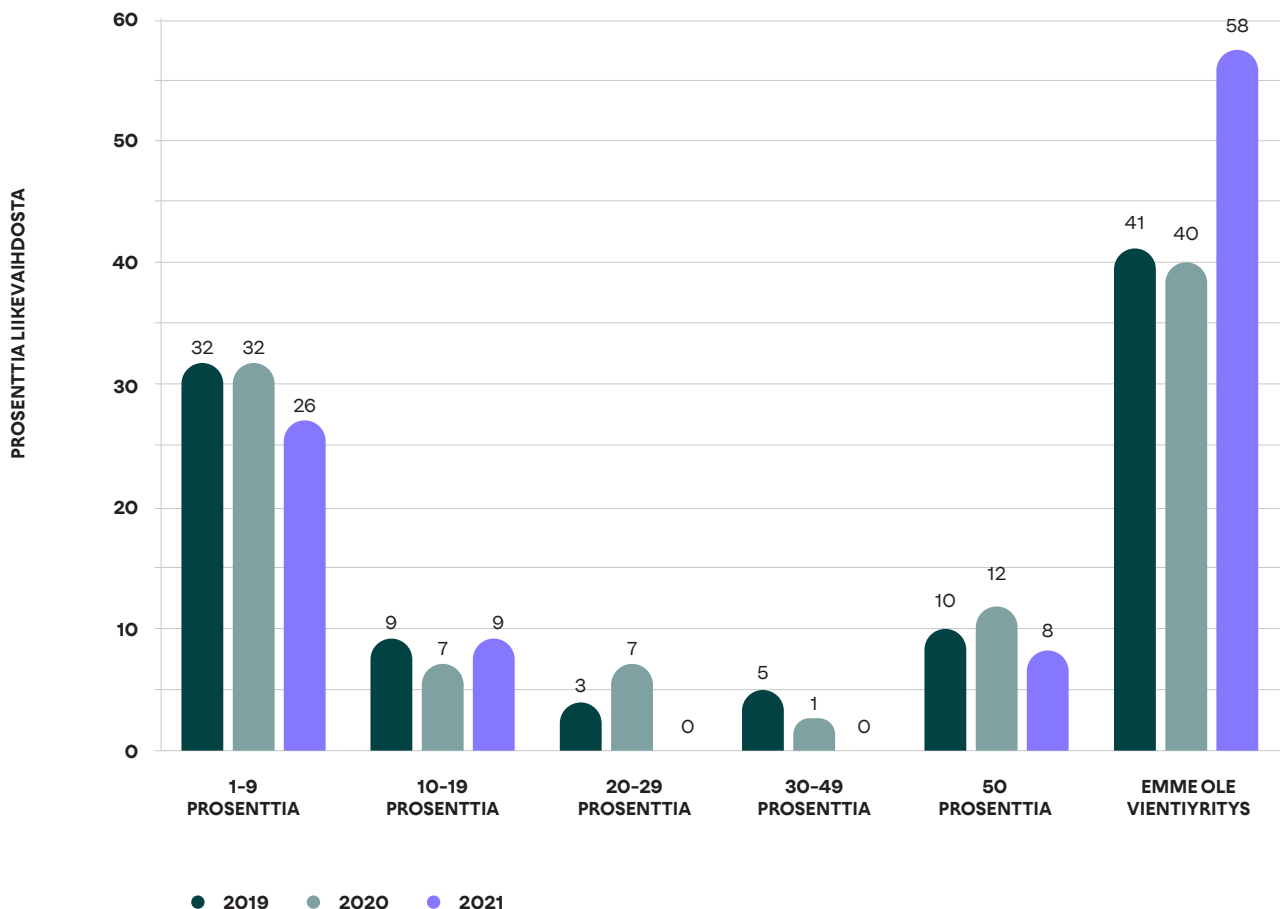
Kyselyt paljastavat, että ulkomaisen toiminnan merkitys liikevaihdosta on vähentynyt vuonna 2021 kahteen edelliseen vuoteen verrattuna. Varsinkin niiden yritysten määrä, joissa ulkomainen toiminta on ollut 10–49 prosenttia, on supistunut. Myös satunnaisten viejien määrä on alentunut. Näihin kuuluu yrityksiä, joissa vienti on alle kymmenen prosenttia liikevaihdosta. Osasyynä vientiä harjoittavien yritysten suhteelliseen osuuden pienenemiseen on ollut epidemiakriisi, joka ei näkynyt vielä vuoden 2020 liikevaihdosta, vaan tietyllä viipeellä vasta vuonna 2021.

Yleisin kansainvälisen toiminnan muoto on ollut tavaravienti yli rajojen suoraan loppuasiakkaalle ilman erillisiä myyntikanavia tai paikallisia välikäsiä kohdealueella. Näin toimii 60 prosenttia yrityksistä. Näiden yritysten osuus on kasvanut vuodesta 2021. Sen sijaan niiden yritysten osuus, jotka harjoittavat tavaravientiä paikallisten markkinointi-, myynti- tai jakelukanavien kautta, on vähentynyt. Projektivienti oli pääasiallinen ulkomaisen toiminnan muoto 35 prosentille yrityksistä. Projektivienti voi edellyttää henkilön matkustamista kohdealueelle (Kuvio 18).

Projektivienti on tyypillinen kansainvälisen toiminnan muoto insinööri- ja arkkitehtipalveluissa. Sähköistä suoraa palveluliiketoimintaa (mm. konsultti- ja asiantuntijapalvelujen toimitus verkossa yli rajojen) harjoitti vain pari vastanneista, mutta digitaalisten tuotteiden tai sisällön kansainvälistä myyntiä sähköisen alustan (markkinapaikan, verkkokaupan) kautta jo yhdeksän prosenttia vastanneista vuonna 2022. Noin kaksitoista prosenttia yrityksistä harjoitti ulkomaista toimintaa kolmannen osapuolten kanssa. Sen muotoja ovat lisenssivalmistus ja franchising-liiketoiminta.

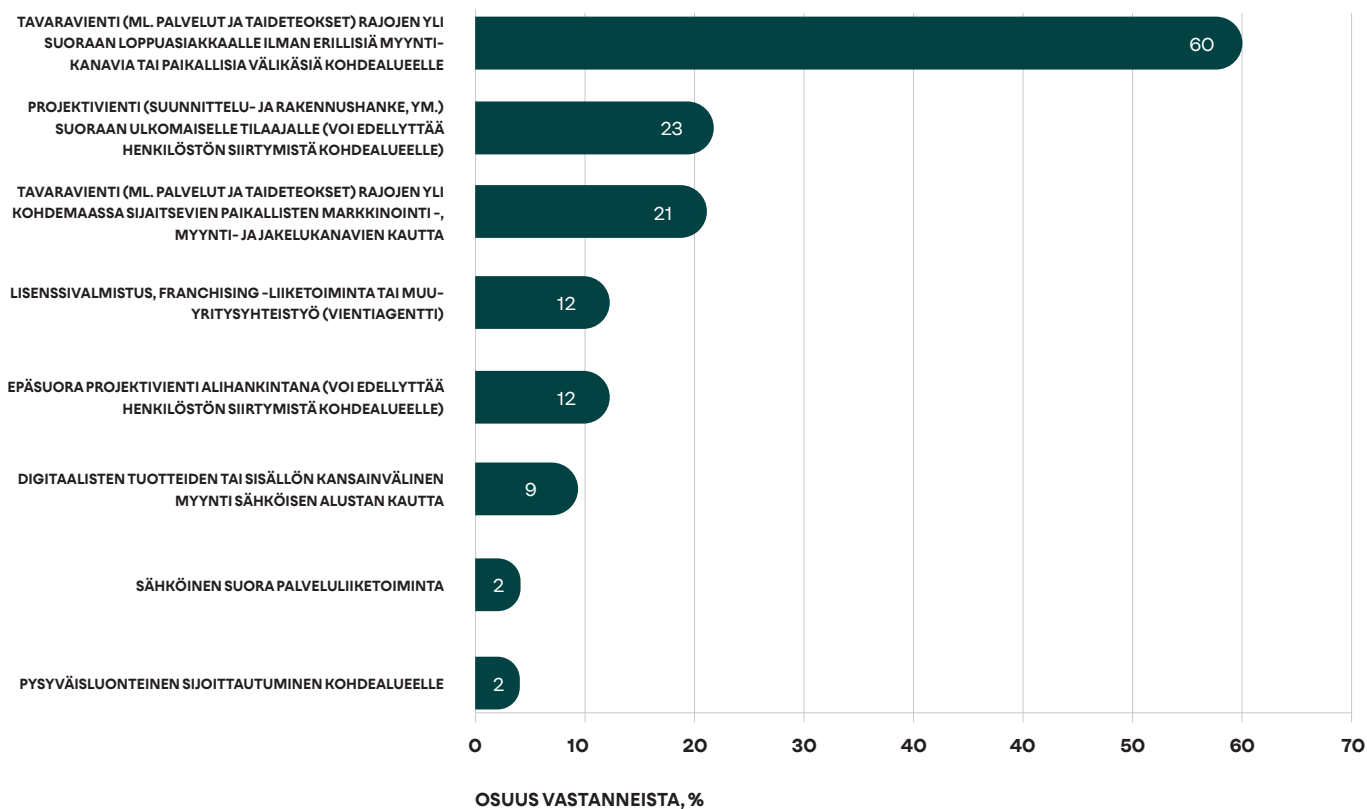
## Kuvio 17

Kansainvälinen toiminta muotoilualan yritysten liikevaihdosta 2019–21, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2020–22).



## Kuvio 18

Muotoilualan yritysten kansainvälisen toiminnan pääasialliset muodot 2022, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).

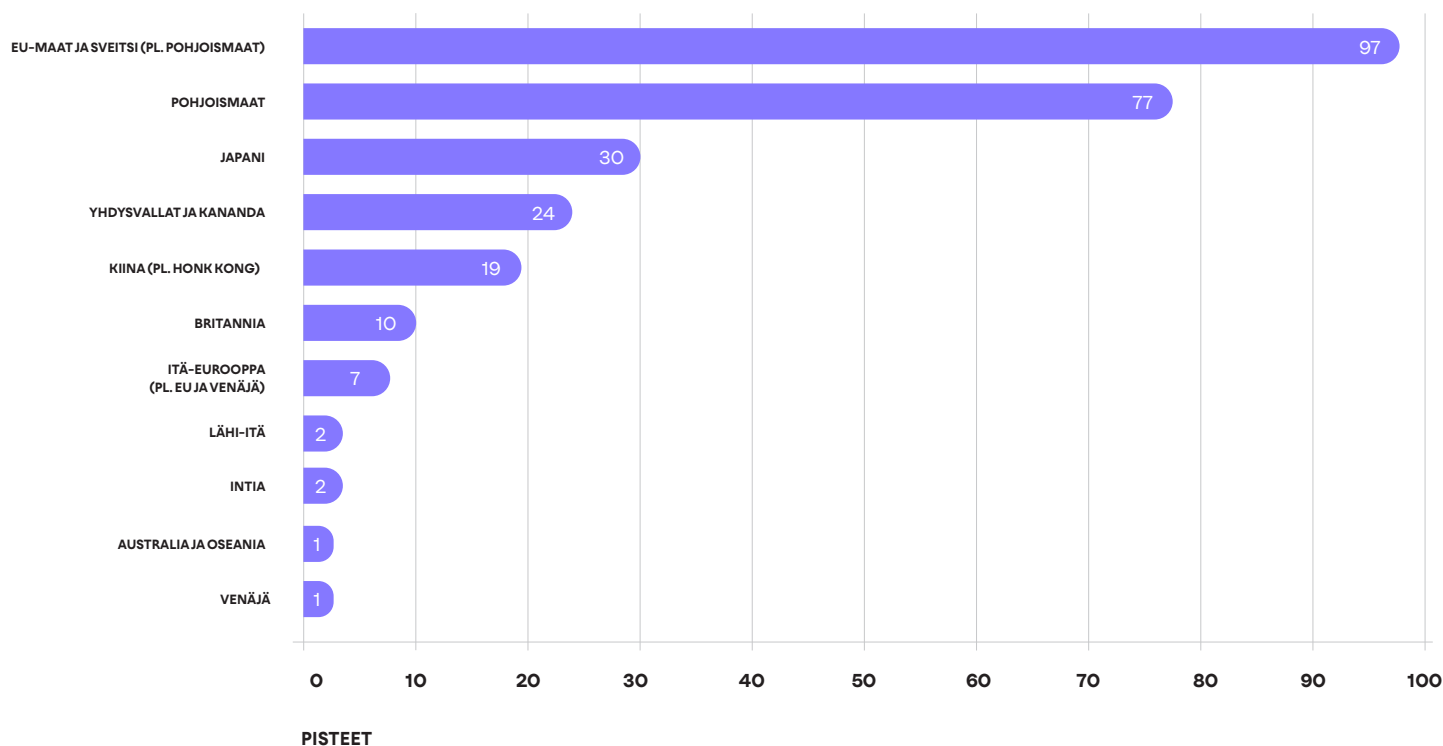


## Ulkomaiset päämarkkinat vahvasti Euroopassa

Vuoden 2022 kyselyjen mukaan ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten selvästi suurimmat päämarkkina-alueet ovat Pohjoismaat ja muut EU-maat ja Sveitsi (pl. Pohjois-maat), kun tarkastellaan kolmea tärkeintä ulkomaisen toiminnan kohdealuetta. Kolmanneksi tärkein markkina-alue on Japani, jonka jälkeen tulevat Pohjois-Amerikka (Yhdysvallat ja Kanada), Kiina (pl. Hong Kong) ja EU:sta eronnut Britannia. Venäjällä oli markkina-alueena vain pieni merkitys. Latalaisessa Amerikassa tai Afrikassa (pl. Lähi-itä) ei ollut toimintaa yhdelläkään kyselyyn vastanneista.

### Kuvio 19

Muotoilualan yritysten kansainvälisen toiminnan pääasialliset markkina-alueet 2022, pisteet (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että 80 prosentilla *kaikista kansainvälisillä markkinoilla* toimineista muotoilualan yrityksistä oli vientiä tai muuta ulkomaista muissa Pohjoismaissa. Vastaava luku oli muiden EU-maiden (ml. Sveitsi) osalta peräti 93 prosenttia. Jos vertailukohtana ovat kaikki Ornamon vuoden 2022 suhdannekyselyyn vastanneet muotoilualan yritykset mukaan lukien ne, joilla ei ole ulkomaista toimintaa (90 yritystä), oli ainakin pientä toimintaa muissa Pohjoismaissa 40 prosentilla yrityksistä ja muissa EU-maissa (ml. Sveitsi) 47 prosentilla yrityksistä.

**Taulukko 9**

Ulkomaisen toiminnan yleisyys kohdealueittain muotoilualan yrityksissä 2022, prosenttia kansainvälistä toimintaa harjoittaneista ja kaikista kyselyyn vastanneista yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).

	Osuus kaikista kv-toimintaa harjoittaneista, %	Osuus kaikista kyselyyn vastanneista <sup>18</sup> , %
EU-maat ja Sveitsi (pl. Pohjoismaat)	93	47
Pohjoismaat	80	40
Japani	36	18
Yhdysvallat ja Kanada	31	16
Britannia	20	10
Kiina (pl. Hong Kong)	20	10
Itä-Eurooppa (pl. EU ja Venäjä)	11	6
Venäjä	2	1
Australia ja Oseania	2	1
Intia	2	1
Lähi-itä	2	1

<sup>18</sup> Ml. yritykset, joilla ei ole ulkomaista toimintaa.

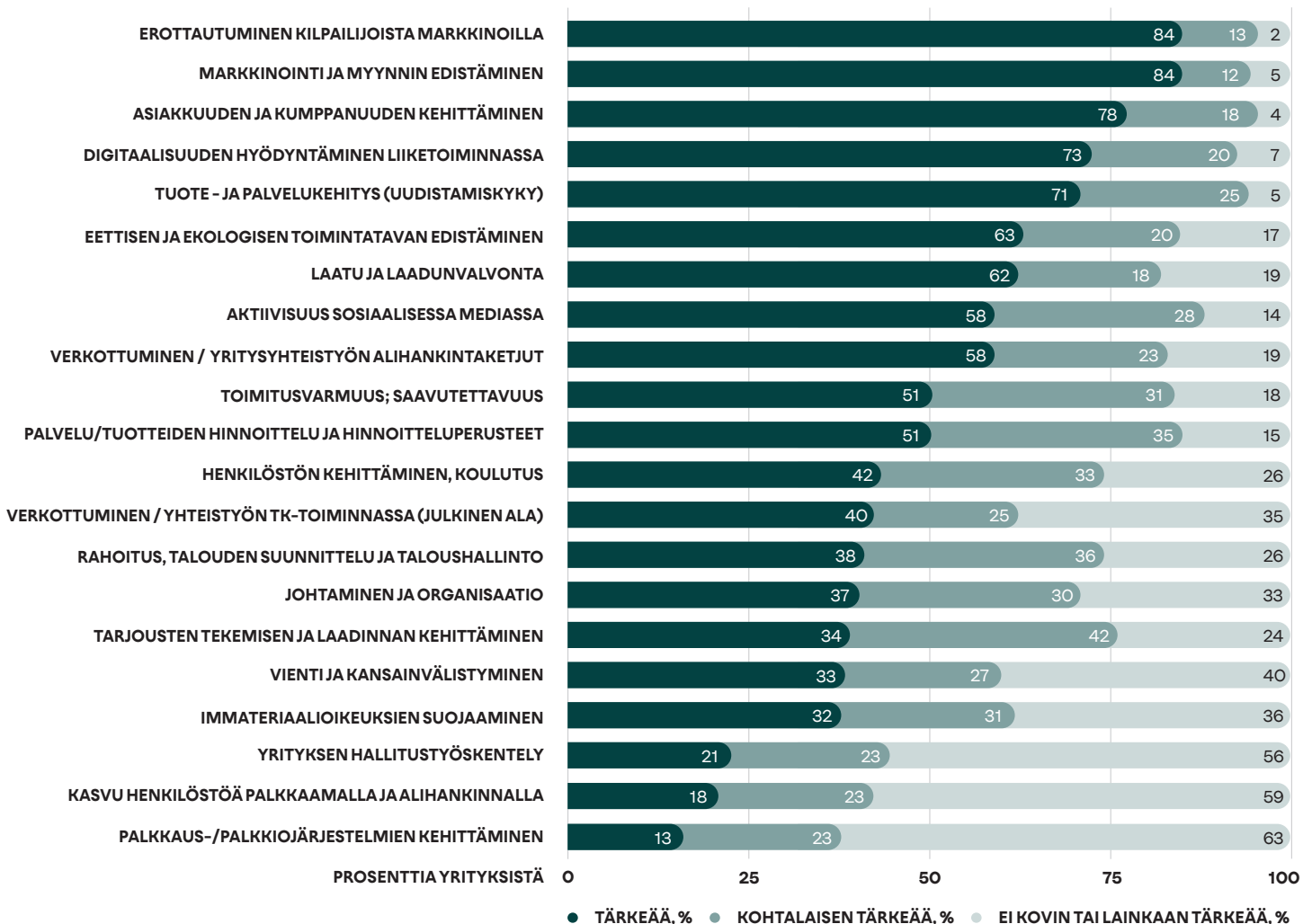
# 4. Alan kehittämisen painopistealueet

Ornamon vuoden 2022 suhdannekyselyjen mukaan muotoilualan yritykset korostivat oman toiminnan parantamisessa toimia, jotka koskevat varsinkin *erottautumista markkinoilla kilpailijoista, markkinoinnin ja myynnin edistämistä, asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä sekä digitaalisen ympäristön hyödyntämistä liiketoiminnassa*. Seuraavina tuli tuote- ja palvelukehitys, eettisen ja ekologisen toimintatavan edistäminen sekä laatu ja laadunvalvonta. Kaikkia edellä mainittuja asioita piti tärkeinä vähintään 60 prosenttia kyselyyn vastanneista (Kuvio 20).

Tärkeinä pidetyt asiat olivat pitkälti samoja kuin edellisenä vuonna, joskin verkottomista, yritysysteistyötä ja alihankintaketjuja tai aktiivisuutta sosiaalisessa mediassa ei pidetty ihan yhtä tärkeänä kuin vuonna 2021. Saldolukuina katsottuna tärkeimpien kehittämisen osa-alueiden järjestys on lähes samanlainen. Saldoluvut saadaan, kun asiaa tärkeänä pitävien prosenttiosuudesta vähennetään asiaa vähemmän tärkeänä pitävien prosenttiosuus. Saldoluvut ottavat huomioon niiden yritysten mielipiteet, jotka eivät pidä asiaa tärkeänä toiminnan kehittämisen kannalta (Kuvio 21).

**Kuvio 20**

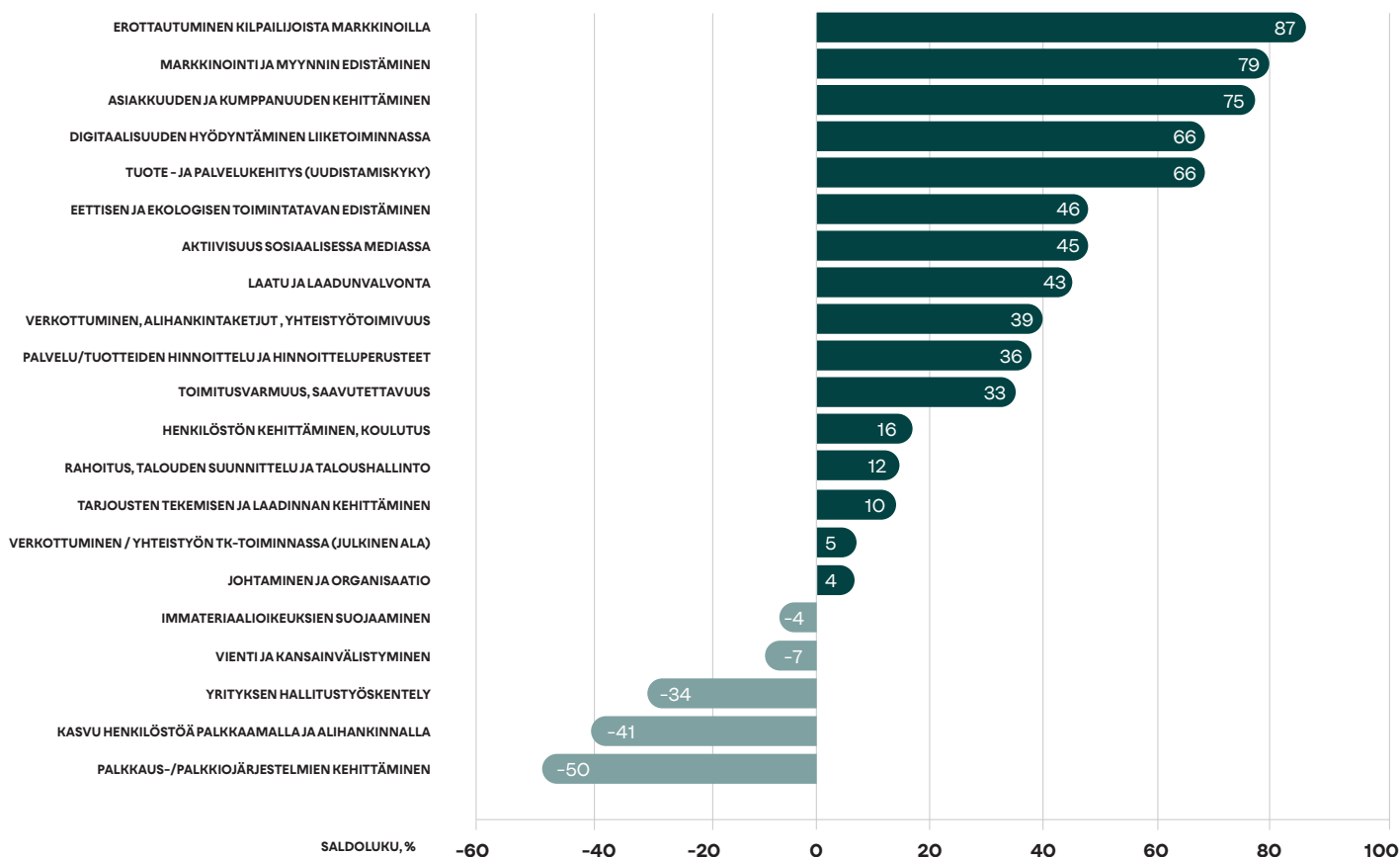
Muotoilualan yritysten tärkeimmät oman toiminnan kehittämisen kohteet 2022, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



Yritystoiminnan kasvu henkilöstöä palkkaamalla tai palkkausjärjestelmien ja hallitustyöskentelyn parantaminen olivat vähiten keskeisiä kehittämiskohteita, koska huomattava osa kyselyyn vastanneista oli yksinyrittäjiä tai elinkeinoharjoittajia. Näitä teemoja vähemmän tärkeänä pitävien vastaajien osuus oli vuonna 2021 sen verran suuri, että saldoluovut putosivat miinusmerkkisiksi. Viennin ja kansainvälistymisen sekä immateriaalioikeuksien suojauksen saldoluovut olivat myös negatiiviset ja ne kuuluivat suuressa kuvassa vähiten tärkeiden kehittämis-kohteiden joukkoon.

## Kuvio 21

Muotoilualan yritysten tärkeimmät oman toiminnan kehittämisen kohteet 2022, saldoluovut (%) (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



## TKI-toiminta<sup>19</sup>

Kuten edellä todettiin, nousivat erottautuminen kilpailijoista sekä *tuote- ja palvelukehitys* nousivat tärkeimmistä kehittämisen kohteista. Toiminnan jatkuva kehittäminen ja teknologioiden hyödyntäminen onkin hyvin tärkeää avoimilla kilpailuilla markkinoilla. Tuote- ja palvelukehitykseen liittyy saumattomasti asiakkuuden kehittäminen sekä *korkean laadun tavoittelu* ja *laatatarkkailu*. Alan innovatiivisuutta kuvastaa se, että TKI-panosten osuus liikevaihdosta on korkeahko, vaikka osa vastaajista ei pysty kertomaan tai mittaamaan TKI-toimintansa rahallista laajuutta.

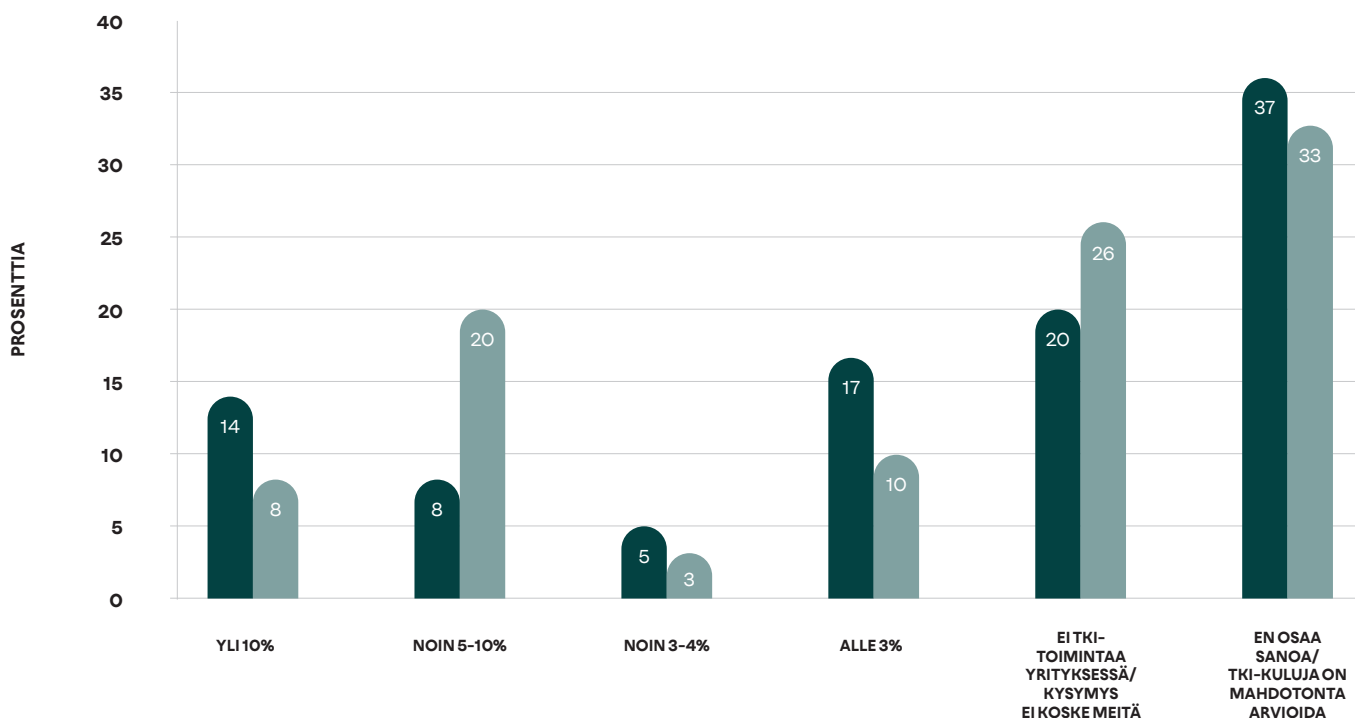
<sup>19</sup> Tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta.

Mikroyrityksissä on harvoin TKI-toimintaan keskittyneitä työntekijöitä puhumattakaan lukuisista yksinyrittäjistä, joiden on vaikea erottaa omista työ- ja muista kustannuksistaan varsinaista tuote- ja palvelukehitykseen kohdistunutta osuutta. Jos TKI-toimintaan laajuuteen ”en osaa sanoa” –vastanneet yritykset jätetään huomiotta, noin kahdeksan prosenttia muotoilualan yrityksistä panosti TKI-toimintaa yli kymmenen prosenttia liikevaihdostaan vuonna 2021. Viidennes panosti TKI-toimintaa 5-10 prosenttia ja kolmesta alle viisi prosenttia vuonna 2021.

Yli kymmenen prosenttia liikevaihdostaan tki-toimintaan panostaneiden yritysten osuus tosin aleni vuoteen 2021 verrattuna, mutta 5-10 prosenttia liikevaihdostaan panostaneiden yritysten osuus kohosi merkittävästi. Vuoden 2021 kovat luvut voivat olla osaltaan seurausta epidemiakriisistä, joka pakotti kehittämään uusia tuotteita ja palveluja entistä nopeammalla aikataululla ja kehittämistoimintaa tuettiin julkisella yritysten rahoitustuella. Tilauskannan putoaminen ja voimavarojen vapautuminen antoi toisaalta myös mahdollisuuden kehittämistoimintaan.

## Kuvio 22

TKI-toiminnan (tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta) työkustannusten yms. kulujen arvioitu osuus muotoilualan yritysten liikevaihdosta 2020 ja 2021, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021 ja 2022).



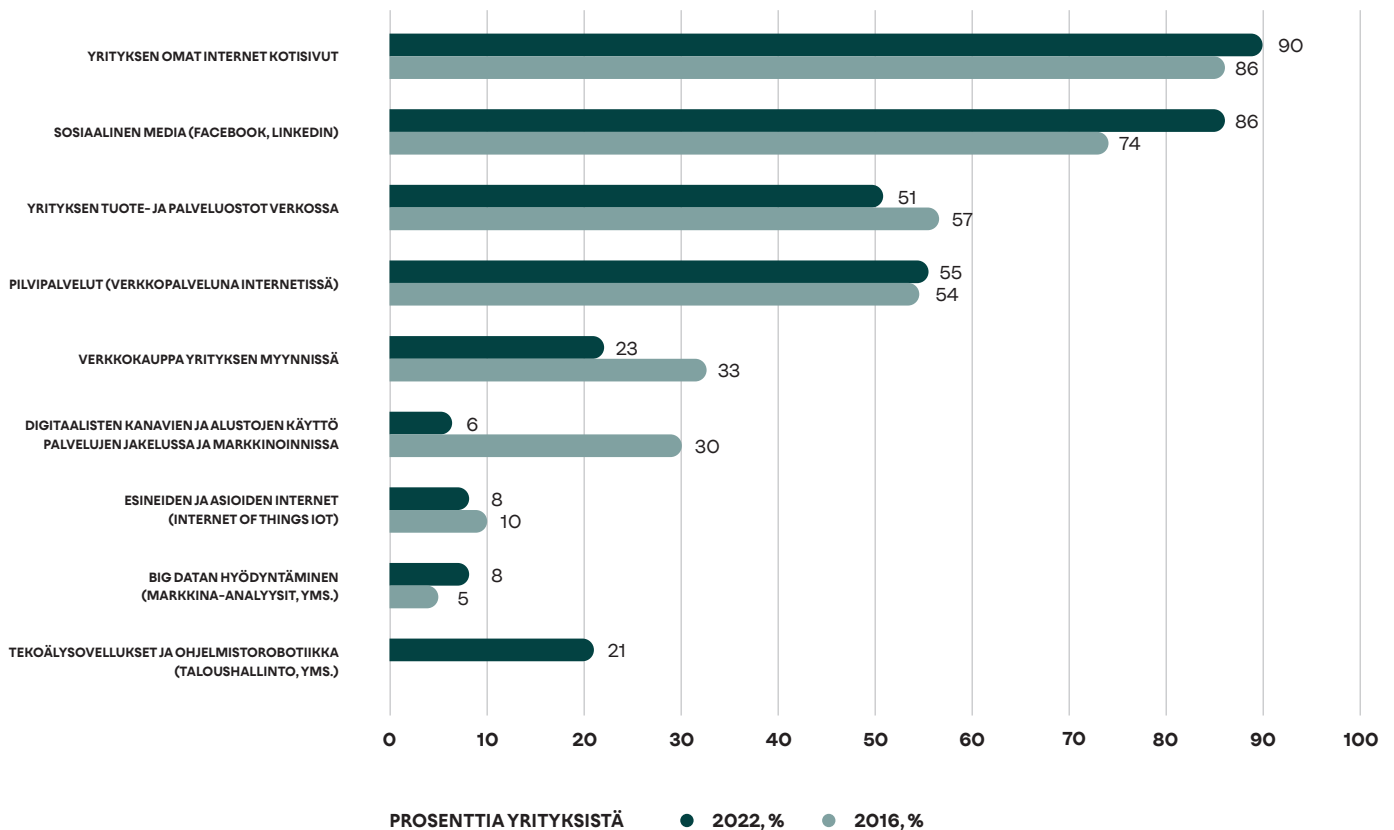
## Digitalisaatio muotoilualalla

Jo Ornamon vuoden 2016 suhdannekyselystä ilmeni, että muotoilualan yritykset hyödyntävät digitaalista ympäristöä ja digitaalisia palveluja aika lailla. Nykyisin lähes kaikilla yrityksillä on omat verkkosivut. Lähes 90 prosenttia yrityksistä hyödyntää sosiaalista mediaa (some). Vajaat 60 prosenttia vastanneista suorittaa yrityksen ostot verkosta ja yli 50 prosenttia käyttää pilvipalveluja. Melkein neljäsosa hyödyntää verkkokauppaa yrityksen tuote- ja palvelumyynnissä ja viidennes käyttää tekoälysovelluksia ja ohjelmistorobotiikka (mm. sähköinen taloushallinto). Lisäksi lähes 40 prosenttia suhdannekyselyyn vastanneista ilmoitti, että

rahalliset panostukset digitaalisiin teknologioihin ja järjestelmiin nousevat vuosina 2022–24. 60 prosenttia ilmoitti panostusten pysyvän vähintään ennallaan eikä juuri yksikään ilmoittanut panostusten vähenevän. Suuri enemmistö muotoilualan yrityksistä näyttää olevan sitä mieltä, että digitaalisuus on tärkeä työkalu ja suuri mahdollisuus liiketoiminnalle, mikä muuttaa samalla toimialan luonnetta. Enemmistö yrityksistä myös kertoi, että digitaalisuutta hyödyntämällä oli saavutettu suuria hyötyjä.

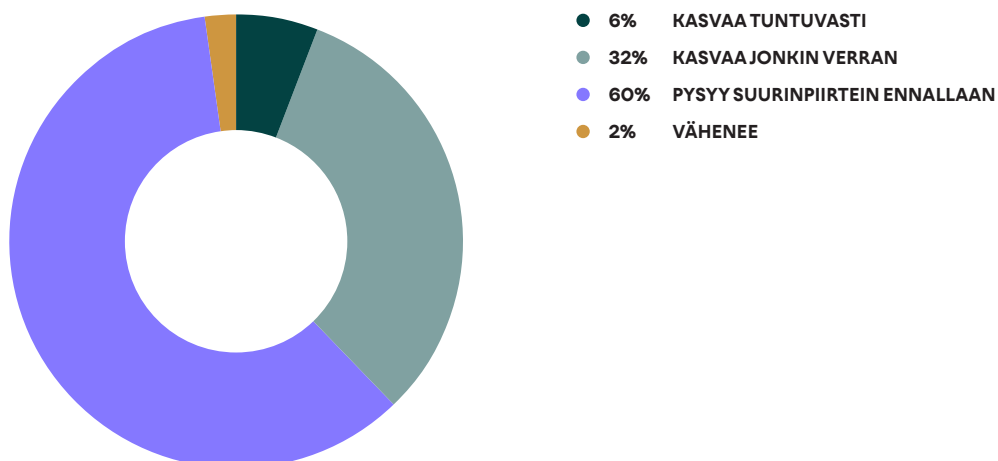
### Kuvio 23

Digitaalisten palvelujen hyödyntämisen muodot muotoilualan yritysten liiketoiminnassa 2016 ja 2022 (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016 ja 2022).



### Kuvio 24

Digitaalisiin teknologioihin ja järjestelmiin liittyvien rahallisten panostusten kehitys seuraavan kahden vuoden aikana, prosenttia yrityksistä (2022–24) (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



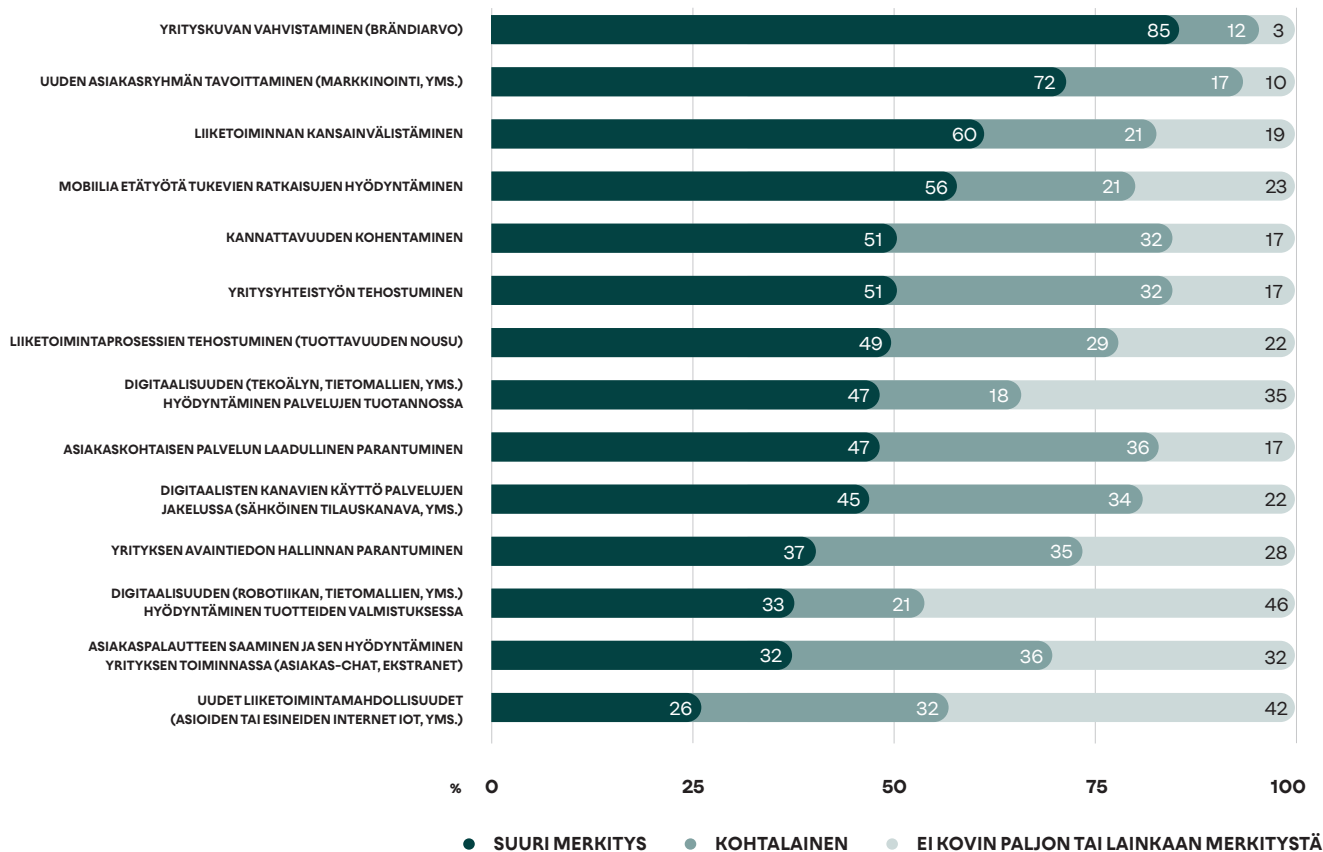


Digitaalisilla palveluilla muotoilualan yritykset tavoittavat ennen kaikkea asiakkaitaan entistä paremmin, vahvistavat yrityskuvaansa (*brändiä*), edesauttavat liiketoimintansa kansainvälistymistä ja kohentavat kannattavuutta. Digitaalisuus tukee mobiilia etätyötä tukevien ratkaisujen hyödyntämistä ja tehostaa liiketoimintaprosesseja, mikä vaikuttaa tuottavuuteen myönteisesti. Digitaalisuutta on alettu hyödyntää entistä enemmän palvelutuotannossa. Sen sijaan digitaalisuutta käytetään harvemmin tuotteiden valmistuksessa, kun yritykset eivät harjoita tuotevalmistusta.

Ylipäättään digitaalisuuden hyödyntäminen tuotteiden valmistuksessa ja palvelutuotannossa (robotiikka, tekoäly, yms.) on kasvussa kaikilla toimialoilla, sillä merkittävä osa työtehtävistä korvautuu tekoälyllä ja robotiikalla jo kymmenen seuraavan vuoden kuluessa. Ornamon suhdannekyselystä ilmenee, että digitaalisuus on kohentanut laadullisesti asiakaskohtaista palvelua. Toisaalta parantamisen varaa voi olla asiakaspalutteen (asiakas-chat, ekstranet, yms.) saamista ja hyödyntämisessä yrityksen liiketoiminnassa sekä yrityksen avaintiedon hallinnassa.

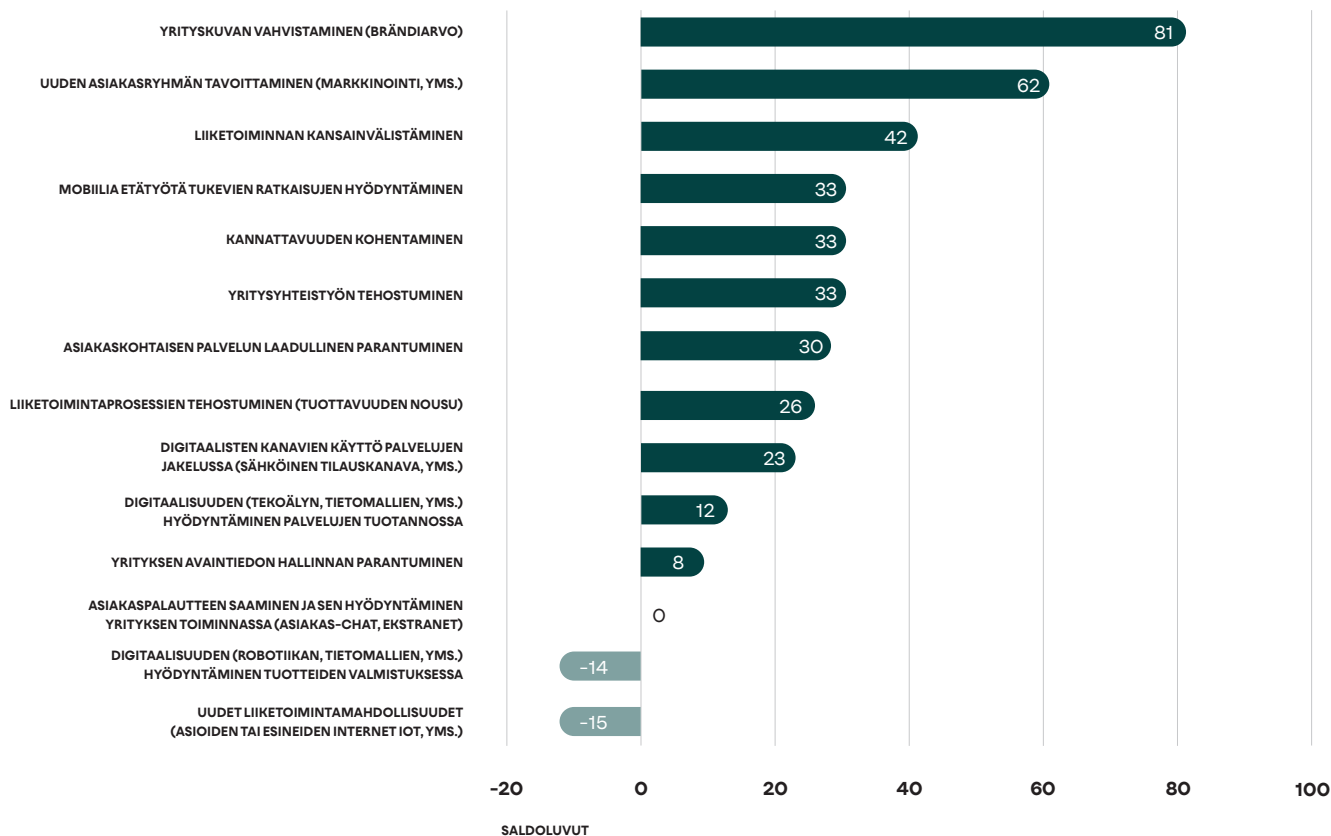
## Kuvio 25

Digitaalisen toimintaympäristön ja digitaalisten palvelujen tärkeimmät hyödyt muotoilualalla, prosenttia vastanneista yrityksistä. (Lähde: Ornamon suhdannekysely 2022).



## Kuvio 26

Digitaalisen toimintaympäristön ja digitaalisten palvelujen tärkeimmät hyödyt muotoilualalla 2022, saldoluvut. (Lähde: Ornamo suhdannekyselyt 2022).<sup>20</sup>



<sup>20</sup> Saldoluvut saadaan, kun asiaa tärkeänä pitävien prosenttiosuudesta vähennetään asiaa ei kovin tai lainkaan tärkeänä pitävien prosenttiosuus.

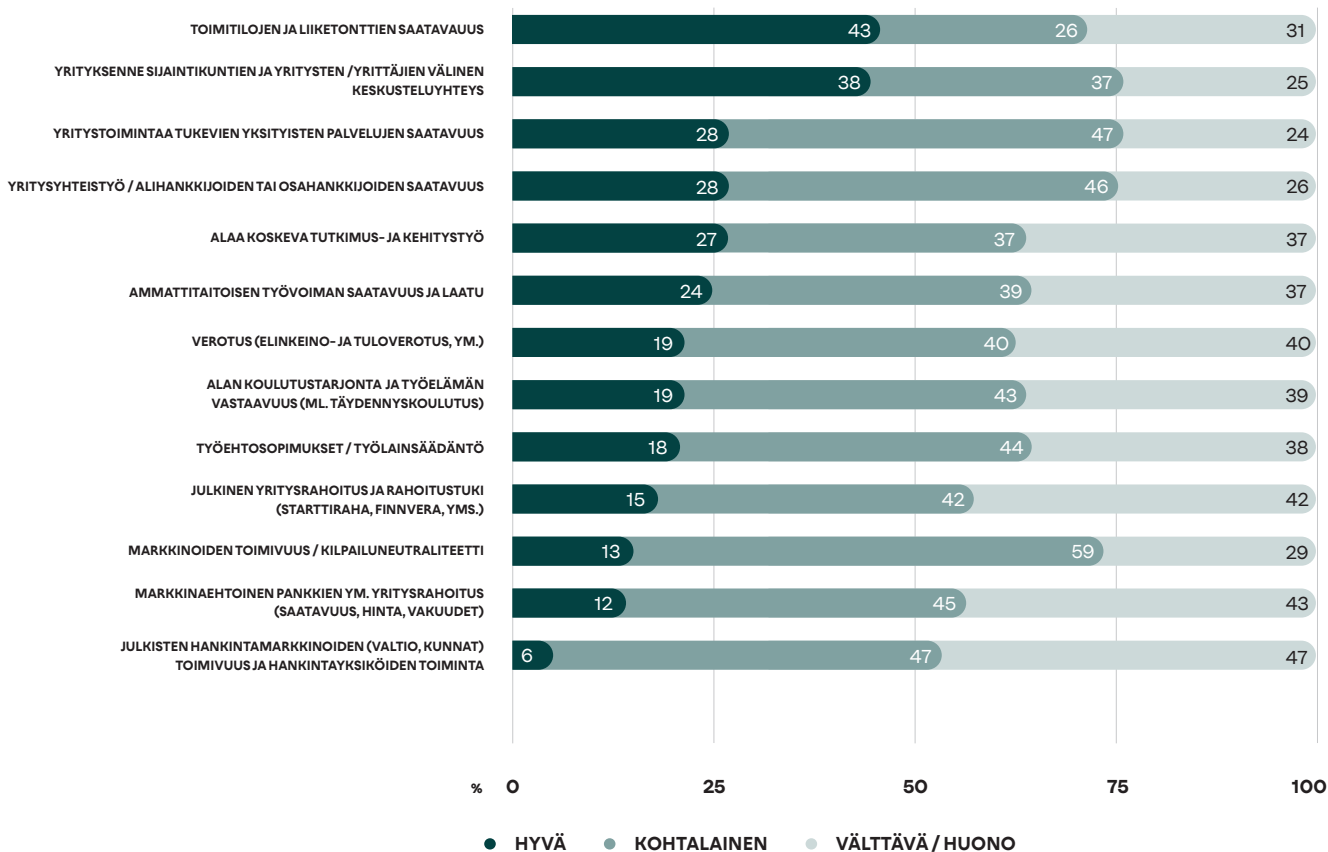
# 5. Ulkoisen toimintaympäristön tila

Yrittäjän *ulkoisella toimintaympäristöllä* tarkoitetaan kilpailutekijöitä, joihin yksittäisen yrittäjän 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 kilpailuneutraliteetti, tehokkaasti ja tasapuolisesti toimiva julkinen virkamieskoneisto ovat yritysystävällisen toimintaympäristön tunnusmerkkejä.

Vuoden 2022 suhdannekyselyjen mukaan muotoilualan yrittäjät pitävät ulkoisessa toimintaympäristössä parhaimpina asioina yrityksen sijaintikunnan ja yrittäjien välistä keskusteluyhteyttä, toimitilojen sekä yritystoimintaa tukevien palvelujen saatavuutta ja yritysysteistyötä. Eniten parannettavaa on julkisten hankintamarkkinoiden toimivuudessa, markkinaehtoisen ja julkisen rahoituksen saatavuudessa sekä verotuksessa, kun asiaa katsotaan saldoluviilla, joissa asiantilaa hyvänä pitävien prosenttiosuudesta on vähennetty huonona pitävien prosenttiosuus (Kuvio 28).

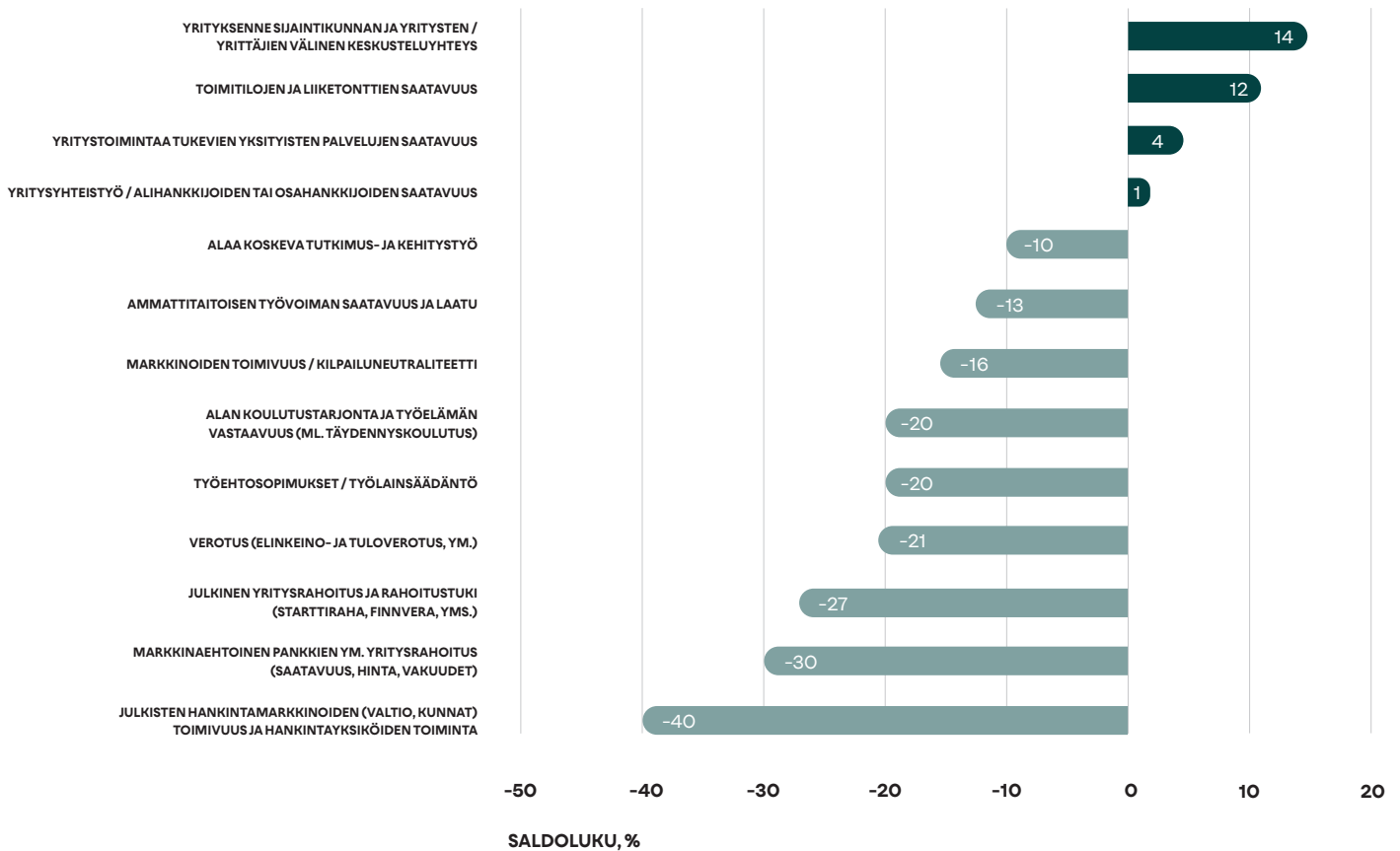
**Kuvio 27**

Muotoilualan yritysten näkemykset yleisestä toimintaympäristöstä (yritysilmastosta) 2022, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022).



## Kuvio 28

Muotoilualan yritysten näkemykset yleisestä toimintaympäristöstä (yritysilmastosta) 2022, saldoluuvut (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2022)



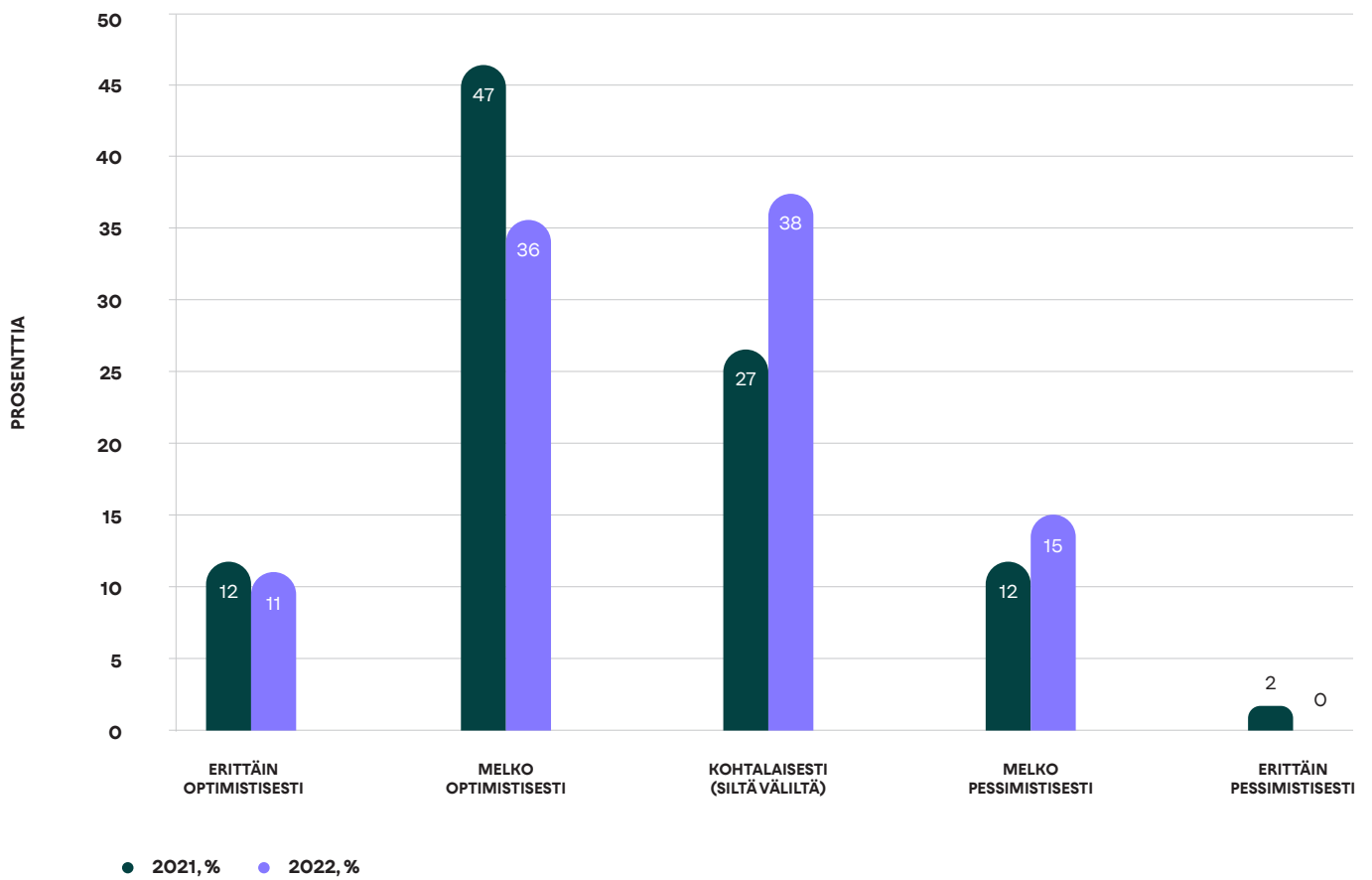
### Usko tulevaisuuteen silti vahvaa

Ornamon vuoden 2022 suhdannekyselyyn vastanneiden yritysten ja yrittäjien usko muotoilualan tulevaisuuteen on pysynyt kuitenkin kohtuullisen hyvällä tasolla huolimatta toisiaan seuranneista ulkoisista kriiseistä, Suomen sumeasta talouskehityksestä ja yleiseen toimintaympäristöön liittyvästä tyytymättömyydestä. Optimisesti tulevaisuuteen suhtautui 47 prosenttia ja pessimistisesti 15 prosenttia vastanneista. Tosin optimistisesti suhtautuvien osuus on supistunut edellisestä vuodesta ja osa on siirtynyt ryhmään, joka suhtautuu tulevaisuuteen hieman varauksellisemmin.

Saldoluku oli 33 prosenttia vuonna 2022 ja 45 prosenttia vuonna 2021 eli se heikkeni 12 prosenttiyksiköllä vuosina 2021–22. Saldoluku saadaan, kun muotoilualan tulevaisuuteen optimisesti suhtautuvien prosenttiosuudesta vähennetään pessimistisesti suhtautuvien prosenttiosuus. Jatkon kannalta on keskeistä, kuinka Ukrainan kriisi kehittyy, koska sen sivuvaikutukset heijastuvat taloudelliseen kehitykseen ja palvelujen kysyntää kotimaassa ja koko Euroopassa. Nykytilanteessa julkisen vallan tulisi pidättäytyä toimenpiteistä, jotka nostavat yritysten kustannuksia (vrt. YEL-lakiuudistus).

## Kuvio 29

Muotoilualan yritysten näkemykset muotoilualan tulevaisuudesta 2021–22, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021–22).



## 6. Aineettoman omaisuuden suojaus

Noin 42 prosenttia vuoden 2022 kyselyyn osallistuneista piti aineettoman omaisuuden suojausta erittäin tai melko tärkeänä, jos mukaan oteta niitä vastaajia, joilla ei ollut mielipidettä asiasta (Kuvio 30). Osuus oli viisi prosenttiyksikköä pienempi kuin vuonna 2018 tehdyn suhdannekyselyn mukaan. Yleisimmät tavat hankkia suojausta olivat vuonna 2022 tekijänoikeudellisen suojan hankkiminen sopimusten kautta tai suoraan lain nojalla. Kuitenkin 50 prosenttia vastanneista ei ollut suojannut tuotteitaan, palvelujaan ja taideteoksiaan millään lailla (Kuvio 31).

Omaa yritystoimintaa varten laadittu IPR-strategia oli vain 13 prosentilla yrityksistä vuonna 2022. Osuus ei ole muuttunut vuodesta 2018. Aineettomien oikeuksien suojaamattomuuden syitä voivat olla sen kalleus, asiantuntemuksen puute tai asiaan liittyvä byrokratia. Yritykset voivat kokea teollisoikeuksien rekisteröinnin turhaksi etenkin, jos kysymys on pientä yrityskokoa edustavista alle kahden henkilön yrityksistä (pää- ja sivutoimiset ammatinharjoittajat), joissa yrittäjä myy vain koulutustaan ja kokemustaan vastaavaan osaamiseen liittyvää työpanosta.

Immateriaalioikeuksien loukkauksia voidaan estää myös sopimusteitse ja siksi aiempaa useammat muotoilualan yritykset ovat ottaneet aineettomat oikeudet huomioon suunnittelu- ja toimeksiantosopimuksissa, työsopimuksissa ja yrityksen perustamisvaiheessa (Kuvio 33). Kun salassapitosopimus on allekirjoitettu, toinen osapuoli ei saa kertoa keksinnöstä eteenpäin kolmannelle osapuolelle tai käyttää sitä itse omiin tarkoituksiinsa esimerkiksi yritystoiminnassa. Lisäksi 55 prosenttia totesi, että aineettomien oikeuksien suojaamiseen ei liity suuria ongelmia (Kuvio 32).

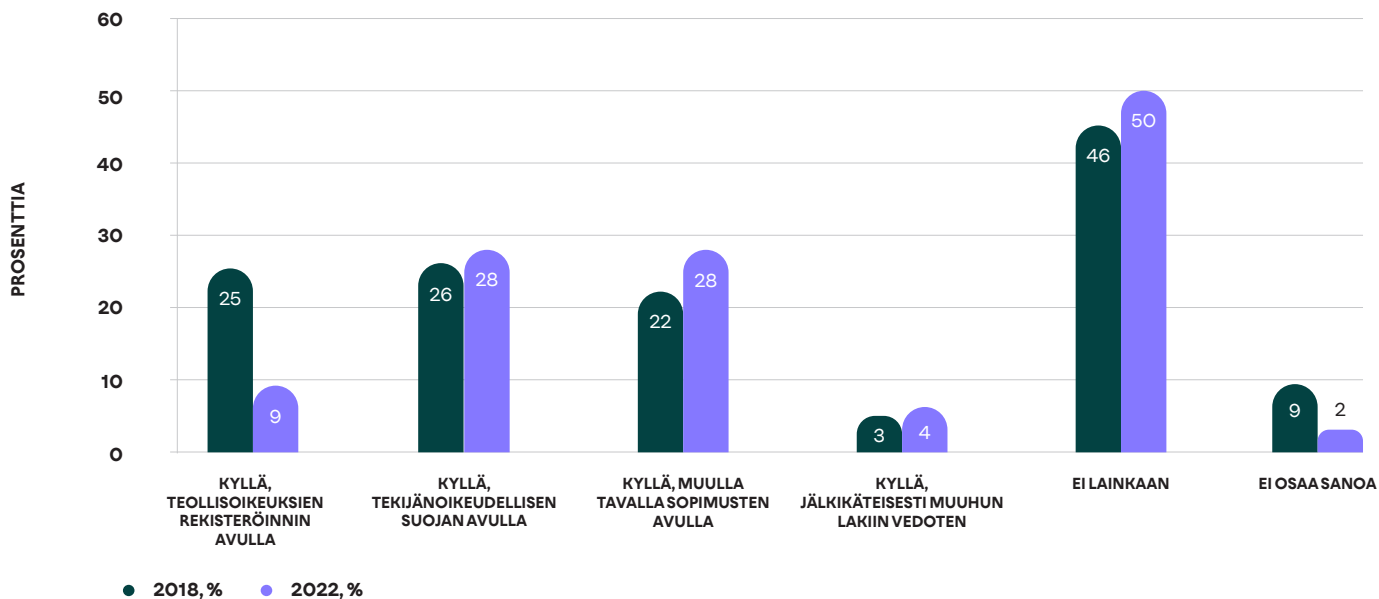
**Kuvio 30**

Aineettoman omaisuuden suojauksen merkitys muotoilualan yrityksen liike-toiminnassa 2018 ja 2022, prosenttia vastanneista (pl. ei osaa sanoa vastanneet) (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2018 ja 2022).



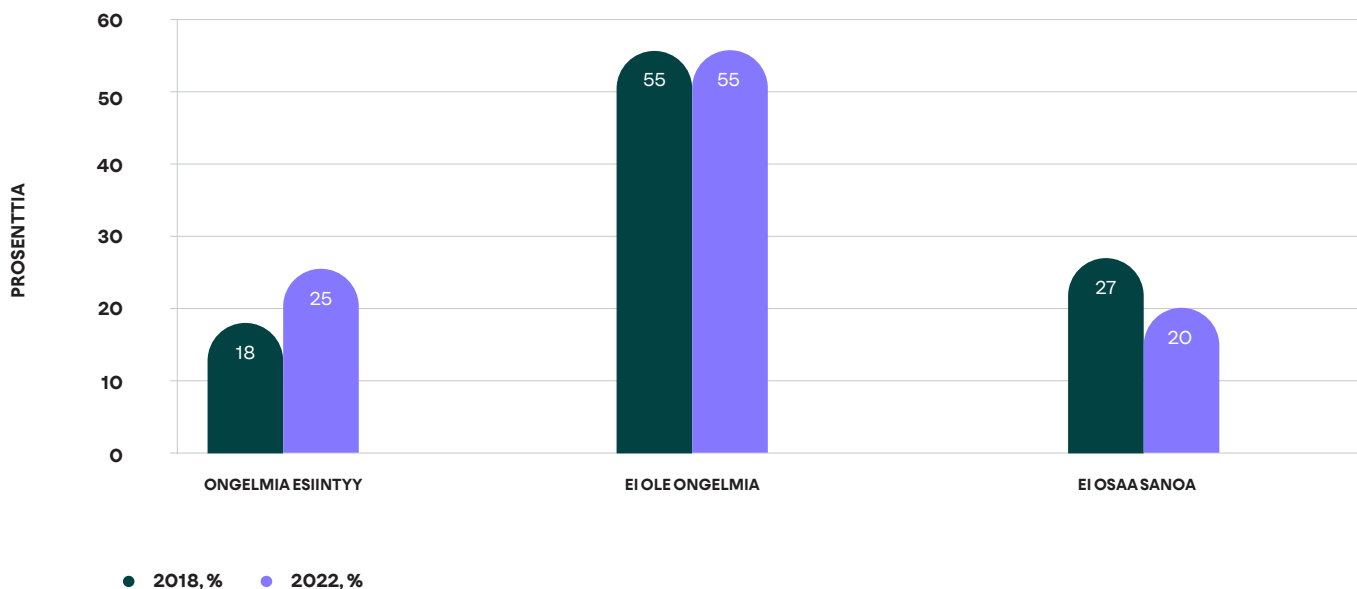
### Kuvio 31

Aineettoman omaisuuden pääasialliset suojaustavat muotoilualan yrityksissä 2018 ja 2022, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2018 ja 2022).



### Kuvio 32

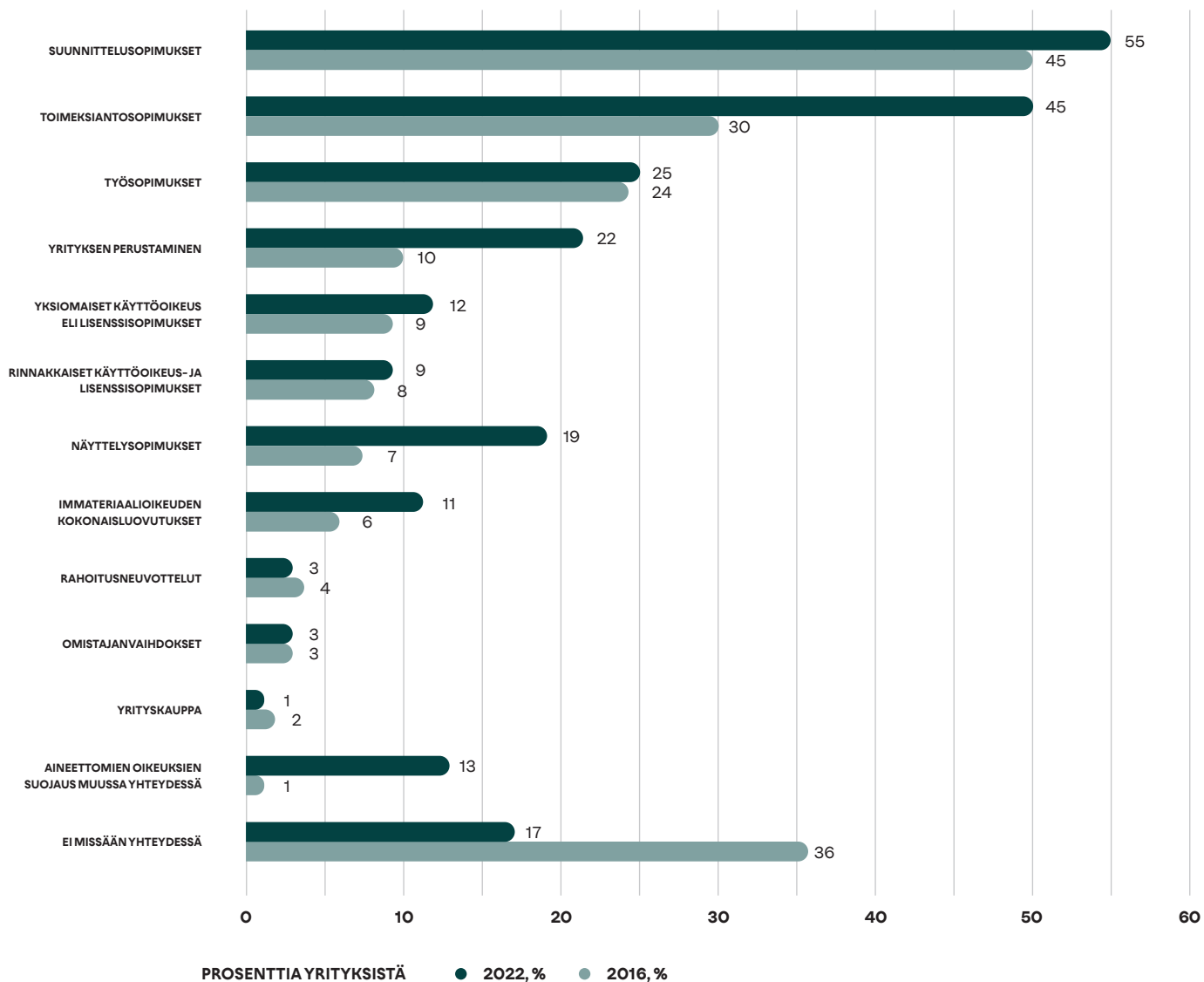
Aineettomien oikeuksiin sisältyvät ongelmat muotoilualalla 2018 ja 2022, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon 2018 ja 2022 suhdannekyselyt)<sup>21</sup>



<sup>21</sup> Ongelmien voi liittyä etenkin ulkomaiseen toimintaan, jossa mikään suojaus ei estä välttämättä kopiointia ja toisessa maassa tapahtuvaan toimintaan on vaikea puuttua pienen yrityksen rajallisilla voimavaroilla. Joskus asiakkaiden voi olla vaikea hahmottaa, mitä aineettomat oikeudet ovat, ja miksi heidän pitäisi maksaa tuotteiden käytöstä. Pienille yrityksille patenttioikeuksien valvonta on hankalaa, koska lakimiehiin ei ole varaa. Pienet yritykset voivat olla oikeuksiensa valvonnassa altavastajina myös suhteessa suuriin yrityksiin.

### Kuvio 33

Aineettomien oikeuksien huomioonottaminen muotoilualan yritysten toiminnassa 2018 ja 2022 (Huom! yrityksellä voi olla useampi kuin yksi tapa), prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2018 ja 2022).





# 7. Erityisteema: YEL-lain uudistus

## Yleistä YEL-vakuuttamisesta

Yrittäjän eläkelain (YEL) (1272/2006) mukainen vakuutus ja sen perusteella määräytyvä *YEL-työtulo*, jolla hinnoitellaan yrittäjän työpanos yrityksessä, on Suomessa yrittäjien eläke- ja sosiaaliturvan tärkein perusta. YEL-tulon pohjalta lasketaan yrittäjän vanhuus-, työkyvyttömyys- ja osittainen vanhuuseläke, sairauspäiväraha, äitiys-, erityisäitiys-, isyys- ja vanhempainraha sekä osittainen vanhempainraha, erityishoitoraha, kuntoutusraha, mahdollisuus työttömyyspäivärahaan ja perheelle maksettava perhe-eläke kuolemantapauksen yhteydessä.

YEL-vakuutus on pakollista, jos henkilö on 18-67 -vuotias yrittäjä, tekee vähintään neljä kuukautta töitä Suomessa eikä ole työsuhteessa ja hänen tekemästään työstä maksettaisiin vastaavalla alalla yhtä pätevälle työntekijälle palkkaa vähintään 8 272 euroa vuodessa (YEL-vakuuttamisen alaraja 2022). Kansaneläkelaitos Kelan peruspäivärahan tai ansiosidonnaisen työttömyyspäivärahan saanti vaatii kuitenkin vähintään 13 573 euron suuruista YEL-työtuloa (vuonna 2022). Jos työtulo jää alle 13 573 euroa työtön yrittäjä voi saada ainoastaan työmarkkinatukea.<sup>22 23</sup>

YEL:n piirissä ovat elinkeinonharjoittajat (liikkeen- ja ammatinharjoittajat)<sup>24</sup>, freelancerit ja kevytyrittäjät<sup>25</sup>, avointen yhtiöiden yhtiömiehet ja kommandiittiyhtiöiden vastuunalaiset yhtiömiehet. Osakeyhtiön johtavassa asemassa olevan henkilön on otettava YEL-vakuutus<sup>26</sup>, jos hän omistaa yksin yli 30 prosenttia tai hänellä on samassa taloudessa asuvien perheenjäsentensä kanssa yhdessä yli 50 prosenttia osakepääomasta tai niiden tuottamasta äänimäärästä. Myös välillinen omistus toisen yhtiön kautta voi aiheuttaa sen, että henkilö on YEL-vakuutettava.

YEL-vakuutus tulee ottaa kuuden kuukauden kuluessa yritystoiminnan alkamisesta. Laiminlyönnistä seuraa maksukorotus. Vanhuuseläkkeellä oleva voi toimia yrittäjänä rajoituksetta ilman YEL-vakuutusta, mutta osittaisella vanhuuseläkkeellä tai työkyvyttömyys- ja osatyökyvyttömyyseläkkeellä oleva yrittäjä on YEL-vakuutettava. Jos yrittäjä laiminlyö vakuuttamisen, lähettää

<sup>22</sup> Työmarkkinatuki on tarveharkintainen, jossa tuen saajan muut tulot ja sosiaalietuudet vähentävät tukea. Työmarkkinatuen kesto ei ole rajattu, mutta siinä on viiden päivän omavastuu aika. Peruspäivärahaa maksetaan enintään 400 päivän ajan paitsi, jos työhistoriaa on alle kolme vuotta, jolloin sitä saa 300 päivää. Päivärahakauden kesto on 500 päivää, jos työtön on yli 57 -vuotias. Ikääntyvä työtön voi päästä myös ns. eläkeputkeen eli saada päivärahakautteen lisäpäiviä. Sosiaalietuudet vähentävät myös maksettua peruspäivärahaa. Vuonna 2022 työmarkkinatuki ja peruspäiväraha olivat noin 740 euroa kuukaudessa

<sup>23</sup> Yrittäjä voi saada ansiosidonnaista työttömyyspäivärahaa, mikä edellyttää työttömyyskassan jäsenyyttä. Kassan jäsen voi olla freelancer tai kevytyrittäjä. Ansiosidonnaista päivärahaa voi saada pääsääntöisesti 400 päivää, mutta 58 vuotta täyttänyt voi saada sitä 500 päivää. Omavastuu aika on viisi päivää. Työttömyysturvaan vaikuttaa toiminnan pää- ja sivutoimisuus, ja siihen liittyy myös työttömän mahdollisuus hankkia pieniä tuloja (300 euroa/kk) menettämättä ansiopäivärahaa. Asiaa arvioi TE-toimisto. Tosin uutena yrittäjä voi toimia neljä kuukautta ennen kuin TE-toimisto arvioi pää- ja sivutoimisuuden. Ansiosidonnainen työttömyyspäiväraha koostuu perusosasta ja ansio-osasta. Vuonna 2022 perusosa on noin 34,50 euroa päivältä.

<sup>24</sup> Myös elinkeinonharjoittajan kanssa samassa taloudessa asuva perheenjäsen, joka työskentelee yrityksessä ilman palkkaa, tulee ottaa YEL-vakuutus. Perheenjäseneksi katsotaan aviopuoliso, avopuoliso, rekisteröidyssä parisuhteessa elävä henkilö sekä henkilö, joka on yrittäjälle tai hänen aviopuolisolleen sukua suoraan ylenevässä tai alenevassa polvessa.

<sup>25</sup> Freelancer tai kevytyrittäjä ovat itsensä työllistäjiä, jotka hankkivat itse toimeksiantajansa, mutta voivat hoitaa toimeksiantoihin liittyvä laskutuksen laskutus- palveluyrityksen kautta.

<sup>26</sup> Johtavassa asemassa olevaksi katsotaan esimerkiksi toimitusjohtaja, hallinto- tai toimialajohtaja, hallituksen jäsen tai henkilö, jolla on asemansa perusteella vastaava tosiasiallinen määräämisvalta.

Eläketurvakeskus (ETK) yrittäjälle asiasta kehoituksen. Viime kädessä ETK ottaa yrittäjän kustannuksella vakuutuksen valitsemastaan eläkelaitoksesta.<sup>27</sup>

YEL-vakuutusmaksu on määrätty osuus yrittäjän YEL-tulosta. Keskimäärin YEL-vakuutusmaksut olivat vuonna 2022 suunnilleen 24,10 prosenttia työtulosta, mutta 53-62 -vuotiaat maksavat korotettua YEL-vakuutusmaksua siirtymäkaudella 2017–25, joka on 25,60 prosenttia työtulosta. Ensimmäisen kerran yrittäjätoiminnan aloittava yrittäjä saa 22 prosentin alennuksen YEL-vakuutusmaksustaan ensimmäisen 48 kuukauden ajalta eli neljän vuoden aikana. Jos yritystoiminta päättyy aiemmin, jäljellä olevan alennusjakson voi käyttää vielä toisen kerran mutta ei sen jälkeen enää.<sup>28</sup>

Sivutoimisen yrittäjän on otettava myös YEL-vakuutus, jos tarvittavat ehdot täyttyvät (työtulo, yms.). YEL-maksut ovat vähennyskelpoisia valtion ja kunnallisverotuksessa. Yrittäjä voi vähentää vakuutusmaksunsa kokonaan henkilökohtaisessa verotuksessa joko omasta tai puolisonsa puhtaasta ansiotulosta. Jos yritys on maksanut vakuutusmaksun, vähennys voidaan tehdä yrityksen verotuksessa. YEL-maksueristä sovitaan eläkeyhtiöiden kanssa, sillä ne voi suorittaa vuosittain kerralla tai jakaa vaikka kahteen, kolmeen, neljään, kuuteen tai 12 maksuerään.

### **YEL-lain uudistus<sup>29</sup>**

YEL-lakia ollaan uudistamassa vuoden vaihteessa. Uudistus keskittyy työtulon tasoa koskeviin määräyksiin, joita ollaan tiukentamassa säännöllisellä seurannalla. Syynä on alivakuuttaminen, sillä keskimääräinen YEL-työtulo on alentunut suhteessa yleiseen ansiotason kehitykseen. Marinin hallitus on perustellut uudistusta huolella yrittäjien riittävästä eläke- ja sosiaaliturvan tasosta, sillä puutteet yrittäjien ensisijaisessa sosiaaliturvassa voivat kasvattaa toissijaisia sosiaaliturvamenoja sekä kansaneläkemenoja, kun työeläkettä ei kerry riittävästi.

Toisaalta uudistuksen taustalla on se, että yrittäjäeläkkeet rahoitetaan saman vuoden YEL-maksuilla ja valtio kustantaa sen osan yrittäjien eläkkeistä, joihin YEL-maksut eivät riitä.<sup>30</sup> Valtion maksuosuus on kasvanut arviolta 3,5 -kertaiseksi vuosina 2010–20 eli 100 miljoonasta 350 miljoonaan euroon. Kokonaisuudessaan Suomessa oli Työeläkevakuuttajat TELA ry:n keräämien tietojen ja ETK:n tutkimusten mukaan noin 215 000 YEL-vakuutettua yrittäjää vuonna 2021, joista kolme viidesosaa oli alivakuuttanut itsensä suhteessa todellisiin vuosituloihin.<sup>31</sup>

Uudistuksen tärkein muutos aiempaa on, että eläkeyhtiöt tarkistavat työtulojen tason säännöllisesti joka kolmas vuosi. Tähän asti työtuloja on päivitetty vain silloin, kun yrittäjä on hakenut työtuloon muutosta ja työtuloja on korotettu vuoden vaihteessa palkkakertoimella eläkeyhtiön toimesta. Siten työtulojen taso on ollut etupäässä vain yrittäjän itsensä vastuulla. Laki olisi tulossa voimaan vuoden 2023 alusta lukien, jonka jälkeen eläkeyhtiöt alkaisivat tarkastella alimmaksi asetettuja alle 15 000 euron työtuloja, mikä koskee ehkä kymmeniä tuhansia yrittäjiä.

<sup>27</sup> Kun Eläketurvakeskus ryhtyy selvittämään henkilön YEL-vakuuttamisvelvollisuutta, se hankkii selvittelyn tueksi yleensä verotus-, YTJ-, kaupparekisteri- ja osakejakamatiedot. Lisäksi Eläketurvakeskus pyytää yrittäjältä itseltään selvitystä hänen työskentelynsä määrästä, yritystoiminnan laajuudesta ja luonteesta sekä muista vakuuttamisvelvollisuuteen vaikuttavista seikoista

<sup>28</sup> Jos ETK on joutunut ottamaan yrittäjälle pakkovakuutuksen, oikeutta uuden yrittäjän alennukseen ei ole.

<sup>29</sup> Ks. Hallituksen esitys HE 102/2022 vp.

<sup>30</sup> Tämä valtion osuus on kasvanut arviolta 3,5 -kertaiseksi vuosina 2010–20 eli 100 miljoonasta 350 miljoonaan euroon.

<sup>31</sup> Kolmanneksella YEL-vakuutetuista yrittäjistä vahvistettu työtulo oli alle 10 000 euroa vuodessa. Yhteensä Suomessa on TELAn keräämien tietojen mukaan noin 274 000 yrittäjää, joista yksinyrittäjiä on lähes 70 prosenttia.

Uudistuksen mukaan eläkeyhtiö tekee ehdotuksen uudeksi YEL-työtuloksi perusteluineen, jonka jälkeen yrittäjällä on kaksi viikkoa aikaa antaa haluamia lisätietoja. Ilman lisätietoja eläkeyhtiön ehdotus astuu voimaan. Tosin ensimmäisellä kerralla tehty korotus voi olla enintään 8 000 euroa tai 20 prosenttia, kun sitä verrataan ennen lain muutoksen voimaantuloa olevaan työtuloon. Jos yrittäjälle vahvistettu työtulo muuttuisi tarkistuksen yhteydessä enintään viisi prosenttia aiemmasta, eläkeyhtiö ei tee yrittäjälle ehdotusta uudesta YEL-työtulosta.

Keskeiset muutokset yrittäjien kannalta ovat pykälissä, jotka koskevat eläkelaitoksen päätöksen perusteluja (95a §), työtulon määrää ja vahvistamista (112 §) sekä työtulon muutoksia ja tarkistamista (112a §). Ehkä eniten kysymysmerkkejä on lakiesityksen (112 §:n momentti 2) kohdassa, jossa työtuloa määriteltäisiin vastaavan toimialan palkansaaajien mediaanipalkan mukaan. Lakiesityksestä ei silti tarkkaa ilmene, mihin tilastoihin toimialakohtaiset mediaanipalkat perustuvat etenkin, kun yritykset luokitellaan toimialaluokituksessa viisinumeroitasolla.

Oikeasti viisinumerotason palkkatilastoja ei ole edes olemassa. Epäselväksi jää myös, käytetäänkö vertailussa Tilastokeskuksen yritysrekisterin vai Verohallinnon ja Patentti- ja rekisterihallitus PRH:n käyttämään toimialaluokitusta, koska ne voivat olla erilaisia. Luotettavimpana voidaan pitää yritysrekisterin luokitusta, vaikka sekään ei ole ongelmaton. Toisaalta pelkkä toimiala ei aina riitä luotettavaan palkkavertailuun. Tarvittaisiin ammattinimikkeistä vertailua, sillä samalla toimialalla voi työskennellä monen koulutustason ja tehtävänimikkeiden työntekijöitä.

Lakiesityksestä väritetty käsitys, että esitykset tekijät eivät ole ilmeisesti tutustuneet luokitukseen, eivätkä tiedä, miten se muodostetaan erilaisissa tapauksissa. Sama ongelma nousi esille kustannustukipäätöksiä tehtäessä koronakriisin aikana. Ylipäätään toimialaa voidaan toki hyödyntää työtulon määrityksessä, mutta luokitus voi tuottaa jo itsestään ongelmia. Luokituksessa on runsaasti toimialoja tyyliin muu terveystyö, muu liike-elämän palvelu tai muu luokittelematon sosiaalipalvelu. Kaikki nämä voivat sisältää lukuisia yrittäjien ammattinimikkeitä.

Säännöksiin ei pitäisi laittaa kysymyksen alaisia ilmaisuja, jossa lain tulkitsija saa käsityksen, että yrittäjän työtuloa vahvistetaan erityisesti palkansaaajien mediaanipalkkojen avulla. Lakiehdotus (112 §) toimisi paremmin siten, että työtulon määrittely perustuu eläkelaitoksessa kokonaisarviointiin, jonka pohjana ovat yrittäjätoiminnan luonne, kuten kokoaikaisuus, siviili- ja osa-aikaisuus, yritystoiminnan toimiala ja liikevaihto, vastaavalla toimialalla työskentelevien palkansaaajien mediaanipalkka sekä muut yrittäjän ammattitaitoa ja työpanoksen arvoa kuvaavat tiedot.

Yrittäjät ovat voineet periaatteessa välttää eläkeyhtiön toimesta tehtäviä työtulon tarkistuksia vuosina 2023–25, mikäli he ovat tehneet muutoksia työtuloonsa vuoden 2022 puolella. Toisaalta voidaan todeta, että lakimuutoksen voimaantulo on säädetty liian aikaiseksi (01/01/2023). Kysymys on suuritöisestä uudistuksesta, joka vaatii eläkeyhtiöissä kunnollisen valmistelun. Voimaantuloa voisi siirtää puolella vuodella. Sinä aikana yrittäjiä kehoitettaisiin ennakoimaan muutoksia, eli tarkistamaan rauhassa nykyiset YEL-työtulonsa ja toimialansa.

## Muotoilualan yrittäjien YEL-vakuuttaminen

Muotoiluala on tyypillinen yrittäjävaltainen toimiala, jossa on paljon yksityisiä elinkeinonharjoittajia. Pääosa yhtiömuotoisistakin yrityksistä työllistää vain yrittäjän itsensä ja ulkopuolista palkattua henkilöä on harvemmin. Osa yrittäjistä on sivutoimisia ilman muuta työtä, minkä lisäksi palkansaajissa on sivutoimisia yrittäjiä. Ornamossa yrittäjien sosiaaliturvaan liittyviä asioita on pidetty tärkeinä, minkä takia liiton jäsenten YEL-vakuuttamisen laajuudesta, YEL-tulon tasosta ja sen suhteesta todellisiin tuloihin on tiedusteltu vuosien 2019-21 työmarkkinakyselyissä.

Esimerkiksi Ornamon vuoden 2021 työmarkkinakyselyyn vastanneista yrittäjistä 73 prosenttia oli YEL-vakuuttamisen piirissä tammikuussa 2022. Sen ulkopuolella jääneistä pääosa (12 %-yksikköä) oli henkilöitä, joiden tulot elinkeinotoiminnasta olivat alle YEL-vakuuttamisen alarajan. Muutamat vastaajat olivat vanhuuseläkkeellä, ja heille YEL-vakuuttaminen on vapaaehtoista. Viisi prosenttia vastaajista oli vakuutettu Maatalousyrittäjän eläkelaki MyEL:n mukaan.<sup>32</sup> Kahdeksan prosenttia oli pakollisen vakuuttamisen ulkopuolella muista syistä.

Miltei kolmanneksella YEL-vakuutetuista yrittäjistä YEL-työtulot jäivät alle 13 247 euroon, mikä oli Kelan työttömän peruspäivärahan ja ansiosidonnaisen työttömyysturvan alaraja vuonna 2021. Vain 27 prosentilla työtulo oli vähintään 25 000 euroa. Todellisten työtulojen mediaani oli kuitenkin 35 000 euroa. Eli lähes kaksi kolmasosaa vastaajista oli siis alimitoittanut ilmoitetut työtulonsa ja vain kolmasosalla ne olivat vähintään todellisten tulojen tasolla. Tämä vastaa niitä ETK:n tutkimuksia, joiden mukaan kaksi kolmasosaa yrittäjistä on alivakuuttanut itsensä.

Työmarkkinakyselystä saatu tulos vahvistaa myös käsitystä siitä, että YEL-tulot on voinut määritellä jollekin tasolle vuosia sitten, eikä niihin sen jälkeen ole kiinnitetty huomiota. Toisaalta yrittäjyys on muotoilualalla moninaista ja tulotaso saattaa vaihdella laajasti. Etenkin yksinyrittäjien yritystoiminnassa liikevaihdon ja sitä kautta yrittäjien verotettavien tulojen vuosittaiset vaihtelut voivat olla suuria. Siksi YEL-työtulojen jatkuva muuttaminen oikeaa tulotasoa vastaavaksi on vaikeaa, mikäli tulovirta ei ole tasaista tai suhdanne- ja sesonkivaihtelut suuria.

Osalla yrittäjiä jo nykyisten YEL-maksujen suorittaminen on voinut olla hankalaa, ja he ovat joutuneet tekemään maksujärjestelyjä tai muita toimenpiteitä selviytyäkseen veroista ja lakisääteisistä yrittäjäläkemaksuista. Esimerkiksi vuoden 2022 suhdannekyselyyn vastanneista yrityksistä 43 prosenttia oli sellaisia, joiden liikevaihto oli jäänyt alle 30 000 euroon vuonna 2021. Tämän kokoisissa yrityksissä esimerkiksi jo 15 000-20 000 työtuloista maksetut YEL-vakuutusmaksut muodostavat merkittävän osan liikevaihdosta yhdessä yrittäjien maksamien verojen kanssa.

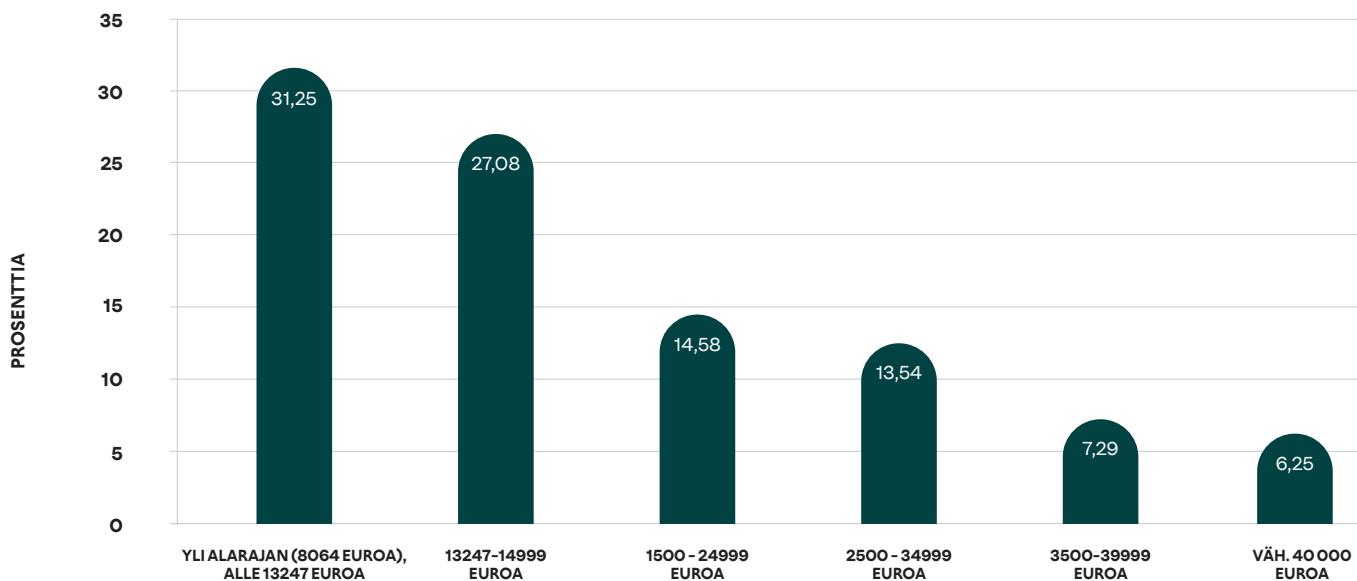
Toisaalta osa yrittäjistä maksaa minimitason YEL-eläkemaksuja vain siksi, että se on pakollista, vaikka heillä olisi varaa maksaa enemmän. He ovat voineet turvata oman sosiaali- tai eläketurvansa muulla tavoin ja kokevat lakisääteiset maksut turhina kuluerinä. Myös luottamus eläketurvajärjestelmään on osalla yrittäjiä heikkoa. YEL-vakuutusmaksujen korotukset saattavat johtaa tilanteeseen, että osa yrittäjistä lopettaa yritystoimintansa ja tekee muita järjestelyjä, jotta maksuja voidaan välttää tai pienentää. Heihin voi kuulua etenkin ikääntyneitä ja sivutoimisia yrittäjiä.

---

<sup>32</sup> MyEL ei kuulu yrittäjäläkeuudistuksen piiriin, mitä voidaan pitää hieman erikoisena asiana.

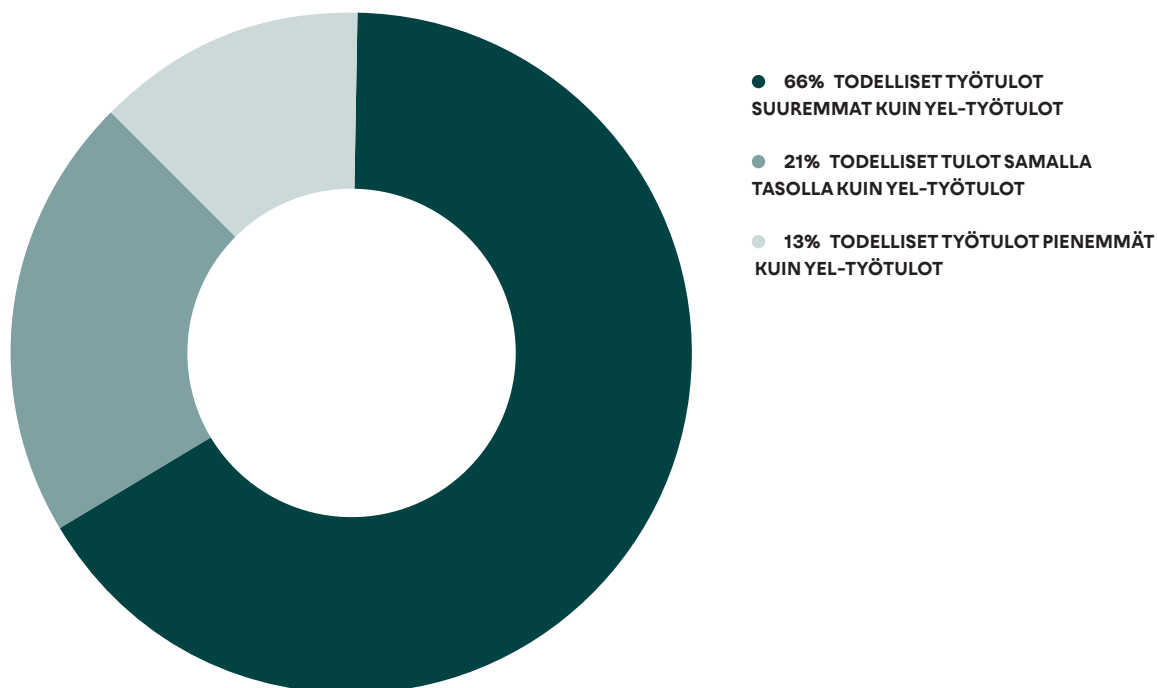
### Kuvio 34

Ornamon kyselyyn vastanneiden yrittäjien ilmoittamat YEL-vakuutusmaksun pohjan olevan työtulot tammikuussa 2022, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon työmarkkinatutkimus 2022).



### Kuvio 35

Ornamon kyselyyn vastanneiden yrittäjien näkemys YEL-vakuutusmaksun pohjan olevan työtulon suhteessa todellisiin tuloihin tammikuussa 2022, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon työmarkkinatutkimus 2022).



# Yhteenvedo

Arviolta 36 prosenttia Ornamon kyselyihin osallistuneista muotoilualan yrityksistä ilmoitti syys-lokakuussa 2022, että liikevaihto kasvoi edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta. Vastaavasti 45 prosenttia ilmoitti, että liikevaihto oli pienentynyt. Siten liikevaihdon kas-vua kuvaava saldoluku oli miinus 9. Saldoluku oli alimmallaan vuosia 2014–22 koskevan mittaushistorian aikana.<sup>33</sup>

Tilauuskanta oli kohonnut vuosina 2021–22 ainoastaan 28 prosentissa yrityksii, mutta tilauuskanta oli vähentynyt 44 prosentissa kyselyyn vastanneita yrityksii. Siten tilauuskannan kehityksen saldoluviiksi saatiin miinus 15. Liikevaihdon ja tilauuskannan huono kehitys on heijastunut muotoilualalla suoraan yritysten kannattavuuteen, joka oli heikentynyt yli 40 prosentissa yrityksii.

Kannattavuuden heikkenemisestä huolimatta lähes 60 prosenttia yrityksistä ilmoitti, että niiden vakavaraisuus on pysynyt ennallaan. Vakavaraisuus kuvaa yrityksen pitkän aikavälin kykyä suoriutua velvoitteistaan. Henkilöstön määrä oli pysynyt 80 prosentissa yrityksii ennallaan, vaikka liikevaihto ja kannattavuus oli heikentynyt. Pääsyyinä oli, että iso alan yrityksistä ei toimi ylipäättään työnantajina.

## Odotukset heikentyneet

Muotoilualan suhdannekyselyssä kuitenkin miltei 60 prosenttia yrityksistä uskoi liike-vaihdon kasvavan vuonna 2023 ja lähes puolet vastanneista odotti kannattavuuden paranevan. Odotukset vuosien 2022–23 kehityksestä ovat melko myönteiset ajankohtaan nähden, vaikka Ukrainan kriisi on leikannut EU-maiden talouskasvua ja Suomen talouskasvun ennakoidaan putoavan nolnaan vuonna 2023.

Merkillepantavaa kyselytuloksissa oli, että tuotantokustannukset pysyvät muotoilualan yrityksissä verraten maltillisina vuonna 2023. Toisaalta energian hintojen kohoaminen on näkynyt laajasti tavaroiden ja palvelujen hintojen nousuna, mikä on kasvattamassa yritysten ja kotitalouksien kustannuksia. Suurena riskinä ovat inflaatio-odotukset, jotka voivat johtaa epätoivottavaan inflaatiokierteeseen.

Muotoilualan yritykset odotukset vuodelle 2023 ovat liikevaihdon, kannattavuuden ja tuotantokustannusten osalta myös myönteisemmät kuin koko pk-yrityskentässä keskimäärin, jos vertailukohtana ovat Suomen Yrittäjien, Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n syksyllä 2022 julkistaman pk-yritysbaremetrin (pky-barometri) tulokset.<sup>34</sup> Vielä pari vuotta sitten tilanne oli ollut päinvastainen.

## Ukrainan sodan vaikutukset

Ukrainan kriisi oli aiheuttanut lokakuuhun 2022 mennessä erittäin suuria kielteisiä vaikutuksia yhdeksässä prosentissa muotoilualan yrityksii. Lisäksi kielteiset vaikutukset olivat näkyneet ainakin jossain määrin 43 prosentissa yrityksii. Sitä vastoin 48 prosenttia suhdannekyselyyn vastanneista kertoi, että Ukrainan kriisillä ei ole ollut toistaiseksi vaikutusta yrityksen liiketoimintaan.

<sup>33</sup> Saldoluku saadaan, kun liikevaihdon kasvusta kertoneiden (tai odottavien) prosenttiosuudesta vähennetään liikevaihdon pienemmisestä ilmoittaneiden (tai odottavien) prosenttiosuus.

<sup>34</sup> Pky-barometri julkistetaan kaksi kertaa vuodessa keväällä ja syksyllä. Se laaditaan valtakunnallisena ja alueellisina raporteina. Syksyn 2022 pky-barometri perustui 4 829 pk-yrityksen antamiin vastauksiin.



Suurimman kielteiset sivuvaikutukset ovat näkyneet kysynnän heikentymisenä ja epävarmuuden lisääntymisenä, joka on vähentänyt investointihaluja. Lisäksi kriisi on näkynyt tuotantokustannusten nousuna. Henkilöstöön kriisillä ei ole ollut vaikutuksia, koska suuri kyselyyn vastanneista ei edes toimi työnantajina. Kriisin arvellaan kuitenkin jatkuvan, joten sen lopulliset vaikutukset selviävät myöhemmin.

### **Muotoilun liikevaihto lähenee 14 miljardia**

Muotoilualan yritystoimipaikkojen liikevaihto oli Suomessa 13,5 miljardia euroa ja työllisyys oli 68 400 henkilöä vuonna 2020. Yrityksiä muotoilualalla toimi arviolta 13 940.<sup>35</sup> Muotoilun yritystoiminta jaetaan edelleen muotoiluintensiiviseen teolliseen valmistukseen, digitaaliseen muotoiluun, arkkitehtuuriin ja maisemanhoitoon, muotoilutoimistojen toimintaan ja taideteosten luontiin.

Vuosina 2010–20 toteutunut kehitys osoittaa, että muotoiluintensiivisen tuotevalmistuksen merkitys on alentunut työllisyydellä mitattuna lähes kaikilla toimialoilla. Myös liikevaihdon määrällinen kasvu on ollut vaatimatonta metallituotteita lukuun ottamatta. Sitä vastoin muiden muotoilun pääosaamisalueiden toiminta on ollut kasvussa. Liikevaihto on lisääntynyt myös taideteosten luonnin toimialalla.

Reippainta kehitys on ollut digitaalisessa muotoilussa. Prosentuaalisesti kovinta kasvua on esiintynyt tietokonepelien ja ohjelmistojen kustantamisessa. Määrällisesti työllisyys ja liikevaihto ovat kohonneet eniten ohjelmistojen suunnittelussa ja valmistuksessa. Ohjelmistoliiketoiminnassa tapahtunut kehitys on ollut yhteydessä yhteiskuntien digitalisoitumiseen, jota epidemiakriisi vain kiihdytti.

Liikevaihto ja työllisyys ovat nousseet kriiseistä huolimatta myös muotoilutoimistoissa. Kasvu on ollut ripeintä teollisessa suunnittelussa ja sisustussuunnittelussa, mutta graafisessakin muotoilussa kehitys on ollut varsin myönteistä. Lisäksi arkkitehtipalvelut ja maisemasuunnitteluala ovat hyötäneet rakennusalan viime vuosien noususuhdanteesta ja rakennetun ympäristön laajenemisesta.

### **Voimakkaasti kasvuhakuisten määrä alentunut**

Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli vuoden 2022 kyselyyn vastanneista ainoastaan kaksi prosenttia, mikä oli selvästi vähemmän kuin edellisellä vuonna (10 %) ja koko mittaushistorian aikana 2014–22. Sitä vastoin mahdollisuuksien mukaan kasvavia oli 60 prosenttia, eli yhtä paljon kuin aiemmin. Asemansa säilyttämiseen keskittyviä oli 28 prosenttia. Kasvuhaluttomia yrityksiä oli yhdeksän prosenttia.

Muotoilualalla voimakkaasti kasvuhaluisia yrityksiä oli pky-barometrin perusteella katsottuna syksyllä 2022 vähemmän kuin koko pk-yrityskentässä keskimäärin, mutta kokonaisuudessaan muita kasvuun pyrkiviä yrityksiä on muotoilualalla enemmän. On selvää, että verotuloja tuovien ja työllisyyttä ylläpitävien kasvuyritysten määrä tulisi saada pidemmällä aikavälillä suuremmaksi koko kansantaloudessa.

<sup>35</sup> Ennakkotietojen mukaan yrityksiä oli 14 430 vuonna 2021. Yritystoimipaikkojen määrä oli 14 610 vuonna 2020.

Muotoilualalla yritysten tärkein kasvukeino on myynnin ja markkinoinnin tehostaminen. Tätä mieltä oli 43 prosenttia vuoden 2022 kyselyyn vastanneista yrityksistä. Uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämiseen ja tuotevalikoiman monipuolistamiseen panostaa 30 prosenttia ja liiketoiminnan laajentamiseen uusille maantieteellisille markkina-alueille 13 prosenttia yrityksistä

### **Ulkomainen toiminta vähentynyt hivenen**

Vuoden 2022 suhdannekyselyyn vastanneista muotoilualan yrityksistä kahdeksalla prosentilla kansainvälinen toiminta on vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää. Lisäksi 25 prosenttia yrityksistä panostaa voimakkaasti tai jonkin verran kansainväliseen toimintaan. Päämarkkinat ovat enemmistöllä yrityksiä (80 %) silti kotimaassa, vaikka monet yritykset haluaisivat kansainvälistyä.

Useimmiten ulkomainen toiminta jää kymmeneen prosenttiin liikevaihdosta. Vain yhdeksällä prosentilla ulkomainen toiminta oli 10-49 prosenttia liikevaihdosta ja kahdeksalla prosentilla se oli yli 50 prosenttia liikevaihdosta vuonna 2021. Kyselyt paljastavat senkin, että ulkomaisen toiminnan merkitys liikevaihdosta oli vähentynyt vuonna 2021 kahteen edelliseen vuoteen verrattuna.

Yleisin kansainvälisen toiminnan muoto on ollut tavaravienti yli rajojen suoraan loppuasiakkaalle ilman erillisiä myyntikanavia tai paikallisia välikäsiä kohdealueella. Näin on toiminut 60 prosenttia yrityksistä. Suora tai epäsuora projektivienti oli pääasiallinen ulkomaisen toiminnan muoto 35 prosentille yrityksistä. Projektivienti voi edellyttää henkilön matkustamista kohdealueelle.

Kyselyjen mukaan ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten selvästi suurimmat päämarkkina-alueet ovat Pohjoismaat ja muut EU-maat (ml. Sveitsi), kun tarkastellaan kolmea tärkeintä ulkomaisen toiminnan kohdealuetta. Seuraavaksi tärkein markkina-alue on Japani, jonka jälkeen tulevat Pohjois-Amerikka (Yhdysvallat ja Kanada), Kiina (pl. Hong Kong) ja EU:sta eronnut Britannia.

### **Erottautuminen kilpailijoista tärkeää**

Muotoilualan yritykset korostivat oman toiminnan kehittämisessä tuttuja toimenpiteitä. Ne koskevat erottautumista markkinoilla kilpailijoista, markkinoinnin ja myynnin edistämistä, asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä, digitaalisuuden hyödyntämistä sekä tuote- ja palvelukehitystä. Myös eettisen ja ekologisen toimintatavan edistäminen on noussut lähelle kehittämiskohteiden kärkisijoja.

Alan innovatiivisuutta kuvastaa se, että TKI-panosten osuus liikevaihdosta on korkeahko, vaikka osa vastaajista ei pysty kertomaan tai mittaamaan TKI-toimintansa rahallista laajuutta. Mikroyrityksissä on harvoin TKI-toimintaan keskittyneitä työntekijöitä. Myös yksinyrittäjien on vaikea erottaa omista työ- ja muista kustannuksistaan tuote- ja palvelukehitykseen kohdistunutta osuutta.

Kysely vahvisti käsitystä, että muotoilualan yritykset hyödyntävät hyvin digitaalista ympäristöä ja sähköisiä palveluja. Lähes kaikilla on yrityksen Internet-verkkosivut ja miltei 90 prosenttia yrityksistä hyödyntää sosiaalista mediaa (SOME). Vajaat 60 prosenttia vastanneista suorittaa yrityksen ostot verkosta, yli 50 prosenttia käyttää pilvipalveluja ja neljännes myy tuotteitaan ja palvelujaan verkossa.



Lisäksi miltei 40 prosenttia suhdannekyselyyn vastanneista kertoi, että rahalliset panostukset digitaalisiin teknologioihin ja järjestelmiin kasvavat vuosina 2022–24. 60 prosenttia ilmoitti panostusten pysyvän vähintään ennallaan eikä juuri yksikään ilmoittanut panosten pienenevän. Suuri enemmistö muotoilualan yrityksistä kertoi, että digitaalisuudella oli saavutettu suuria hyötyjä.

### **Aineettomien omaisuuden suojauksessa pientä laskua**

Noin 42 prosenttia vuoden 2022 kyselyyn osallistuneista piti aineettoman omaisuuden suojausta erittäin tai melko tärkeänä, jos mukaan ei oteta niitä vastaajia, joilla ei ollut mielipidettä asiasta. Osuus oli viisi prosenttiyksikköä pienempi kuin vuonna 2018 tehdyn suhdannekyselyn mukaan. IPR-strategia on laadittuna 13 prosentilla vuonna 2022. Osuus ei ollut muuttunut vuodesta 2018.

Toisaalta 55 prosenttia kyselyyn vastanneista totesi, että aineettomien oikeuksien suojaamiseen ei liity suuria ongelmia. Lisäksi immateriaalioikeuksien loukkauksia voidaan estää myös sopimusteitse. Siksi aiempaa useammat muotoilualan yritykset ovat ottaneet aineettomat oikeudet huomioon suunnittelu- ja toimeksiantosopimuksissa, työsopimuksissa ja yrityksen perustamisvaiheessa.

### **YEL-lain muutokset nostavat työtuloa**

Suomessa YEL-työtulo on yrittäjien eläke- ja sosiaaliturvan tärkein perusta, jonka pohjalta lasketaan yrittäjien vanhuus-, työkyvyttömyys- ja osittainen vanhuuseläke, sairauspäiväraha, äitiys-, erityisäitiys-, isyys- ja vanhempainraha sekä osittainen vanhempainraha, erityishoitoraha, kuntoutusraha, työttömyyspäiväraha ja perheelle maksettava perhe-eläke kuolemantapauksen yhteydessä.

YEL-lakia ollaan uudistamassa vuoden vaihteessa. Uudistus keskittyy työtulon ehtoja koskeviin määräyksiin, joita halutaan tiukentaa säännöllisellä seurannalla. Syynä on alivakuuttaminen, sillä YEL-työtulo on alentunut suhteessa yleiseen ansiotasoon. Eläketurvakeskus ETK:n mukaan jopa kolme viidesosaa yrittäjistä on alivakuuttanut itsensä suhteessa todellisiin tuloihin.

Alivakuuttaminen on johtanut siihen, että valtion rahoitusosuus yrittäjien eläkkeistä on kohonnut moninkertaiseksi. Toisaalta uudistusta on perusteltu huolella yrittäjien riittävästä eläke- ja sosiaaliturvan tasosta, sillä puutteet yrittäjien ensisijaisessa sosiaaliturvassa voivat kasvattaa toissijaisia sosiaaliturvamenoja sekä kansaneläkemenoja, kun työeläkettä ei kerry riittävästi.

Lakiuudistuksen tärkein muutos on, että eläkeyhtiöt tarkistavat työtulojen tason säännöllisesti joka kolmas vuosi. Lakiuudistus olisi tulossa voimaan vuoden 2023 alusta lukien, jonka jälkeen eläkeyhtiöt alkaisivat tarkastella alimmaksi asetettuja alle 15 000 euron työtuloja. Ensimmäisellä kerralla tehty korotus voi olla enintään 8 000 euroa tai 20 prosenttia suhteessa aiempaan työtuloon.

Ornamon vuoden 2021 työmarkkinakyselyn mukaan muotoilualan yrittäjistä 73 prosenttia oli YEL-vakuuttamisen piirissä tammikuussa 2022. Kyselyjen perusteella arvioiden lähes kaksi kolmasosaa vastaajista olisi alimitoittanut YEL-työtulot ja kolmasosalla ne olivat vähintään todellisten tulojen tasolla. Eli YEL-lakiuudistus saattaa koskea varsin monia muotoilualan yrittäjiä (ml. freelancerit).

Toisaalta muotoilualan yrittäjyys on moninaista ja tulotaso voi vaihdella paljon. Etenkin yksinyrittäjien yritystoiminnassa liikevaihdon ja sitä kautta yrittäjien verotettavien tulojen vuosittaiset vaihtelut voivat olla suuria. Siksi YEL-työtulojen jatkuva muuttaminen oikeaa tulotasoa vastaavaksi on hankalaa, jos tulovirta ei ole tasaista tai suhdanne- ja sesonkivaihtelut suuria.

Kysymysmerkkejä lakiesityksessä herättää etenkin kohta, jossa yrittäjän työtu-  
loa määriteltäisiin vastaavan toimialan palkansaajien mediaanipalkan mukaan. Lakiesityksestä ei tarkkaan ilmene, mihin tilastoihin mediaanipalkat perustu-  
vat, ja millä toimialaluokituksen tasolla vertailutilastoja olisi saatavilla. Ongel-  
mia lisää se, että tarkimmallakin tasolla toimialaluokitus voi sisältää monia  
ammattinimikkeitä.

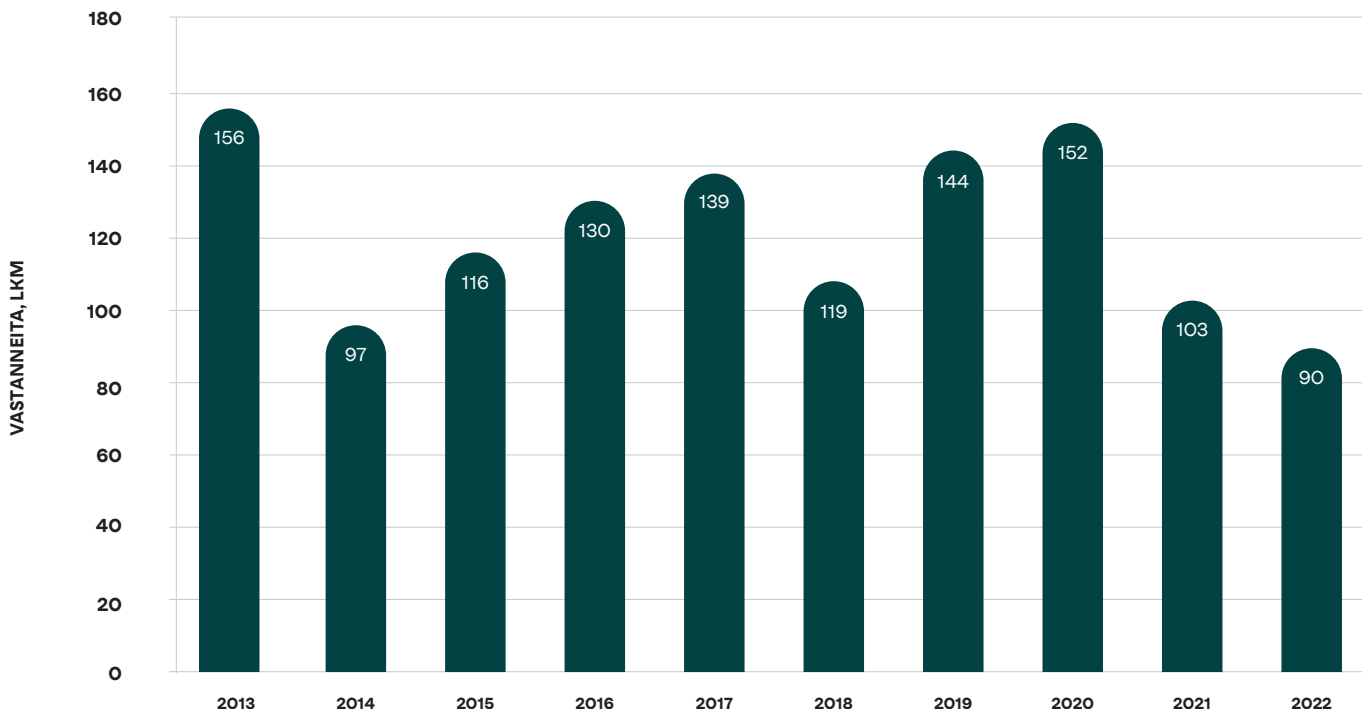
Lakimuutoksen voimaantulo säädetty myös liian aikaiseksi. Samanaikaisesti  
kustannuksia nostavat kuitenkin Ukrainan kriisi ja talouden taantuma on ovella.  
Voimaantuloa voisi siirtää puolella vuodella. Sinä aikana yrittäjiä kehoitettaisiin  
ennakoimaan muutoksia, eli tarkistamaan rauhassa nykyiset YEL-työtulonsa  
ja toimialansa. Lisäksi suuritöinen uudistus vaatii eläkeyhtiöissä kunnollisen  
valmistelun.

# Liite 1: Suhdannekyselyyn vastanneiden profiili

Ornamo ry:n muotoilualan yrittäjyyttä ja markkinatilannetta kartoittava vuosittainen suhdannekysely suoritettiin syys-lokakuussa 2022. Määräaikoihin mennessä kyselyyn saatiin 90 vastausta. Vastanneiden yritysten/yrittäjien määrä oli pienempi kuin aiempina vuosina tarkasteluajanjaksolla 2013–21 (Kuvio 1). Tosin annettujen vastausten sisällöllinen kattavuus voi olla parempi kuin takavuosina, jolloin osa oli vastannut vain yrittäjän ja / tai yrityksen profilia koskeviin peruskysymyksiin. Sen sijaan kaikkiin teemakohtaisiin erityiskysymyksiin ei ole saatu aina vastauksia.

**Kuvio 1**

Ornamo ry:n suhdannekyselyihin vastanneiden yritysten määrä 2013–22, lkm



## Vastajien taustat

Pääosa kyselyyn vastanneista oli mikroyrityksiä, sillä 96 prosenttia työllisti alle kymmenen henkilöä. Niistäkin 62 prosenttiyksikköä työllisti alle kaksi henkilöä, eli ne työllistivät useimmiten vain yrittäjän itsensä pää- tai osatoimisesti (Kuvio 2). Kyselyyn vastanneista rekisteröityjä säännöllisiä työnantajia olikin vain 19 prosenttia. Satunnaisia työnantajia oli yksitoista prosenttia. Alan yritysten kokorakenne on jopa hieman suurempi kuin Suomen kaikkien yritysten kokorakenne keskimäärin, sillä kaikista yrityksistä noin 70 prosenttia työllistää alle kaksi henkilöä.

<sup>36</sup> Ammatin- ja liikkeenharjoittajat ovat lähinnä verohallinnon käyttämiä nimityksiä erityyppisistä elinkeinoharjoittajista. 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).

<sup>37</sup> Virallisesti lainsäädännössä toiminimellä tarkoitetaan pelkkää yrityksen nimeä.

Muotoilualan yritysten pienestä koosta kertoo yritysten oikeudellinen muoto. Noin 41 prosenttia vastanneista oli yksityisiä elinkeinonharjoittajia (ammatin- ja liikkeenharjoittajia<sup>36</sup>), joita kutsutaan puhekielessä toiminimiyrittäjiksi tai yritysmuotoa pelkästään toiminimeksi.<sup>37</sup> *Freelancereina* ilman yritysmuotoa työskenteli yhdeksän prosenttia vastanneista. Ulkoisesti katsottuna freelancer toimii yrittäjämäisesti toimeksiantosuhteessa (vrt. kevytyrittäjä), jolloin muun muassa tarvittavat työskentelyvälineet ja toimitilat hankitaan itse, joita suorituksen maksaja ei korvaa.

Freelancer voi olla myös elinkeinonharjoittaja, jolla tarkoitetaan verotuksessa ammatin- ja liikkeenharjoittajaa (toiminimiyrittäjää).<sup>38</sup> Lisäksi Freelancer voi toimia työsopimuksen pohjalta, jolloin häntä koskevat samat velvoitteet ja oikeudet kuin muita palkansaajia. Osakeyhtiömuotoisia vastanneista oli 48 prosenttia. Henkilöyhtiöitä (avoin yhtiö tai kommandiittiyhtiö) kyselyyn vastanneista oli neljä prosenttia, minkä lisäksi freelancereita ilman yritysmuotoa oli seitsemän prosenttia (Kuvio 4). Yritysmuodolla on vaikutuksia yrittäjien taloudellisiin vastuisiin ja verotukseen.

Toiminimeen ja henkilöyhtiöihin verrattuna osakeyhtiöllä on kaksi etua. Ensimmäinen etu liittyy velkojen ja vastuiden rajoittuminen yhtiölle.<sup>39</sup> 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.<sup>40 41</sup> Sitä vastoin osakeyhtiö on itsenäinen verovelvollinen.<sup>42</sup>

## Osakeyhtiölain muutos

Vuonna 2019 voimaan astunut osakeyhtiölain muutos on ilmeisesti näkynyt Ornamon yrityskyselyyn vastanneiden yritysprofilissa siten, että yksityisten osakeyhtiöiden suosio on kasvanut uusien yrittäjien keskuudessa ja jotkut toimintansa vakiinnuttaneita elinkeinonharjoittajat muuttaneet yritysmuotoa. Keskeisin kannustin on, että osakeyhtiön voi perustaa nykyisin *ilman osakepääomaa*.<sup>43</sup> 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 viranomaiskäsittelyä. Toisaalta osakeyhtiömuotoiseen toimintaan liittyy hallinnollista byrokratiaa ja eräitä muita lakisääteisiä velvoitteita.

<sup>36</sup> Työkorvauksia saavat freelancerit joutuvat hankkimaan myös YEL-vakuutuksen. Työnantajan näkökulmasta katsoen freelancer –muotoinen toiminta tarjoaa joustavuutta, koska töitä voidaan ostaa sitoutumatta palkanmaksuun.

<sup>37</sup> Yrittäjän taloudellinen vastuu osakeyhtiössä rajoittuu hänen tekemänsä pääomasijoituksen määrään (osakepääomaan).

<sup>40</sup> Henkilöyhtiön tulos jaetaan yhtiömiesten tulona verotettavaksi niiden osuuksien mukaan, jotka heillä on henkilöyhtiön tuloon (ns. suora osakasverotus). Jako perustuu käytännössä yhtiösopimuksen määräyksiin voitto-osuuksista.

<sup>41</sup> Yksityiset elinkeinonharjoittajat ja henkilöyhtiöiden vastuunalaiset yhtiömiehet ovat saaneet verotuksessa viiden prosentin ylimääräisen vähennyksen (yrittäjävähennys) yrittäjän veronalaisesta tulosta verovuodesta 2017 lukien.

<sup>42</sup> Osakeyhtiö maksaa tuloksestaan yhteisöveroa (20 %) ja voi jakaa omistajilleen palkkatuloa kevyemmin verotettuja osinkoja. Osakeyhtiössä yrittäjät maksavat usein itselleen palkkaa, joka vähentää osakeyhtiön verotettavaa tuloa.

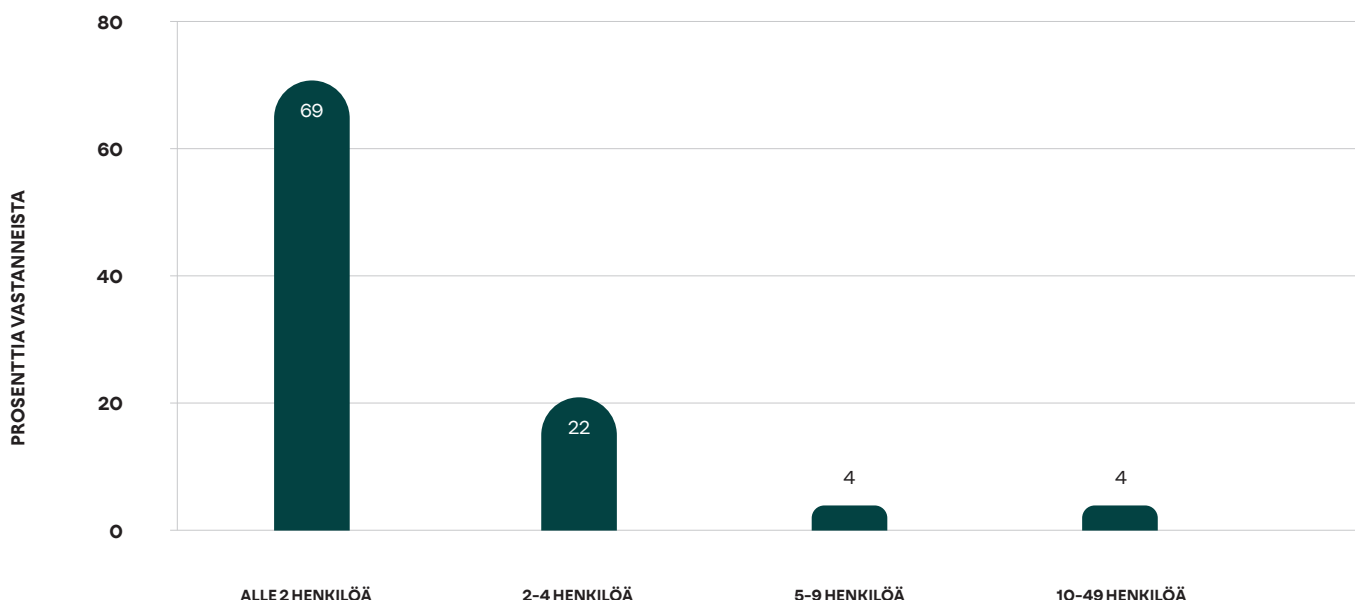
<sup>43</sup> Myös useassa muussa EU-maassa osakeyhtiö on mahdollista perustaa ilman osakepääomaa jo tällä hetkellä. Osakeyhtiölain muutos ei koskenut julkisia osakeyhtiöitä (Oyj), joissa minimiosakepääoma on 80 000 euroa.

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 ovat kaupparekisterissä myös julkisia päinvastoin kuin elinkeinonharjoittajien ja henkilöyhtiöiden tilinpäätökset pääsääntöisesti.<sup>44</sup>

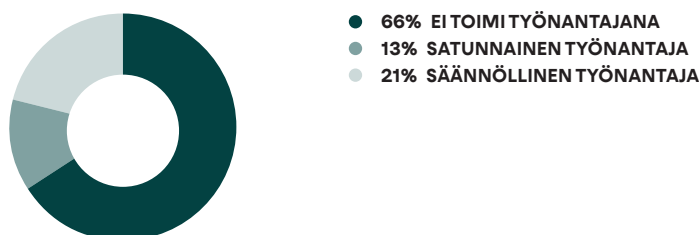
## Kuvio 2

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneiden yritysten henkilöstön kokorakenne 2022.

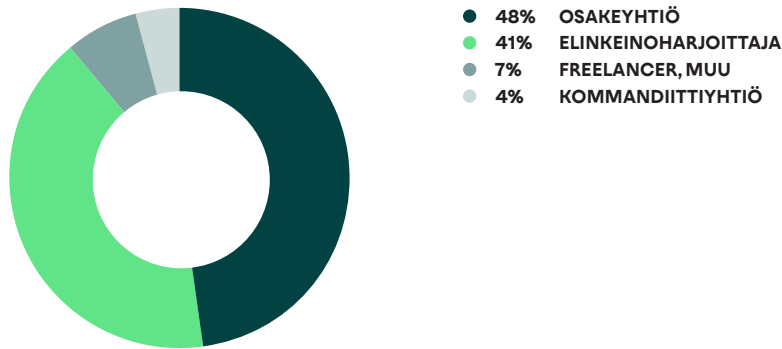


## Kuvio 3

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet työnantaja- ja ei-työnantajayritykset 2022.



<sup>44</sup> Henkilöyhtiöiden ja elinkeinonharjoittajien 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.



### Liikevaihdon määrä

Liikevaihdon mukaan tarkasteltuna 22 prosentissa Ornamon kyselyyn vastanneista yrityksistä liikevaihto ylitti 100 000 euroa (Kuvio 5). Periaatteessa vain vähintään tämänkoinen yritys voisi toimia työnantajana. Vajaa 30 prosenttia yrityksistä kuului liikevaihdon kokoluokkaan 30 000-99 999 euroa. Näistäkin osa saattaa olla sivutoimisten yrittäjien hallinnassa, sillä oikeastaan vain 50 000 liikevaihto voisi mahdollistaa päätoimisen yrittäjyyden. Liikevaihto oli 15 000-29 999 euroa 17 prosentissa yrityksistä ja alle 15 000 euroa joka viidennessä yrityksessä.

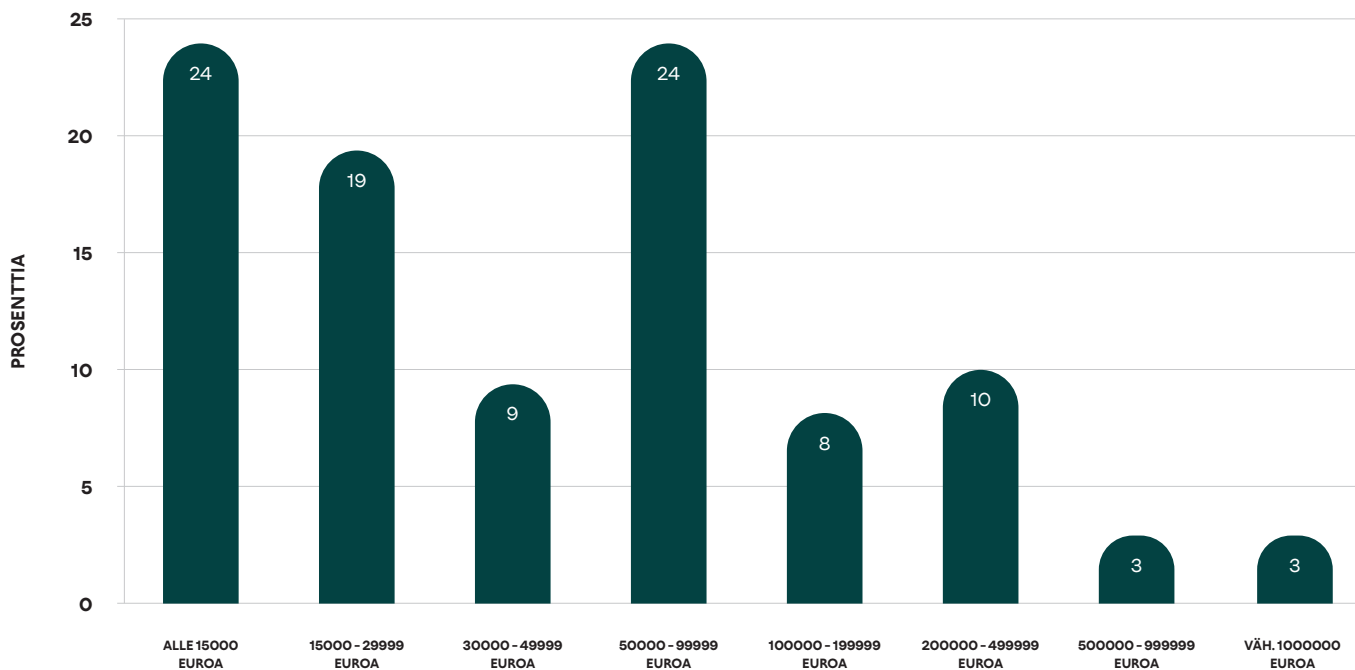
Arvonlisäverotuksessa yrityksen, jonka 12 kuukauden liikevaihto on enintään 15 000 euroa, ei tarvitse rekisteröityä arvonlisäverovelvollisten rekisteriin muuta kuin vapaaehtoisesti. Yritys, jonka liikevaihto on yli 15 000 euroa mutta alle 30 000 euroa voi saada puolestaan huojenuksen osasta arvonlisävero. Liikevaihto ratkaisee huojenuksen suuruuden, mutta yritysmuoto ei vaikuta huojenuksen määrään. Arvonlisäveron alarajahuojennus on tuloverotuksessa veronalaista tuloa. Huojennus on sen tilikauden tuloa, jonka aikana oikeus huojenukseen on syntynyt.<sup>45</sup>

Veroilmoituksessa huojenus rinnastetaan saatuihin tukiin ja avustuksiin. Alarajahuojennus on sen tulolähteen tuloa, josta huojenus on saatu. Yritystoiminnan alarajahuojennus on siis elinkeinotoiminnan tulolähteen tuloa ja maataloustoiminnasta saatu alarajahuojennus taas maatalouden tulolähteen tuloa. Lisäksi kyselyt osoittavat, että yli 80 prosenttia kyselyyn vastanneista muotoilualan yrityksistä oli perustettu 2000-luvulla. Näistäkin 31 prosenttia oli perustettu vuoden 2014 jälkeen, eli yrityskanta on varsin nuorta. Ennen vuotta 2000 perustettu oli alle viidennes.

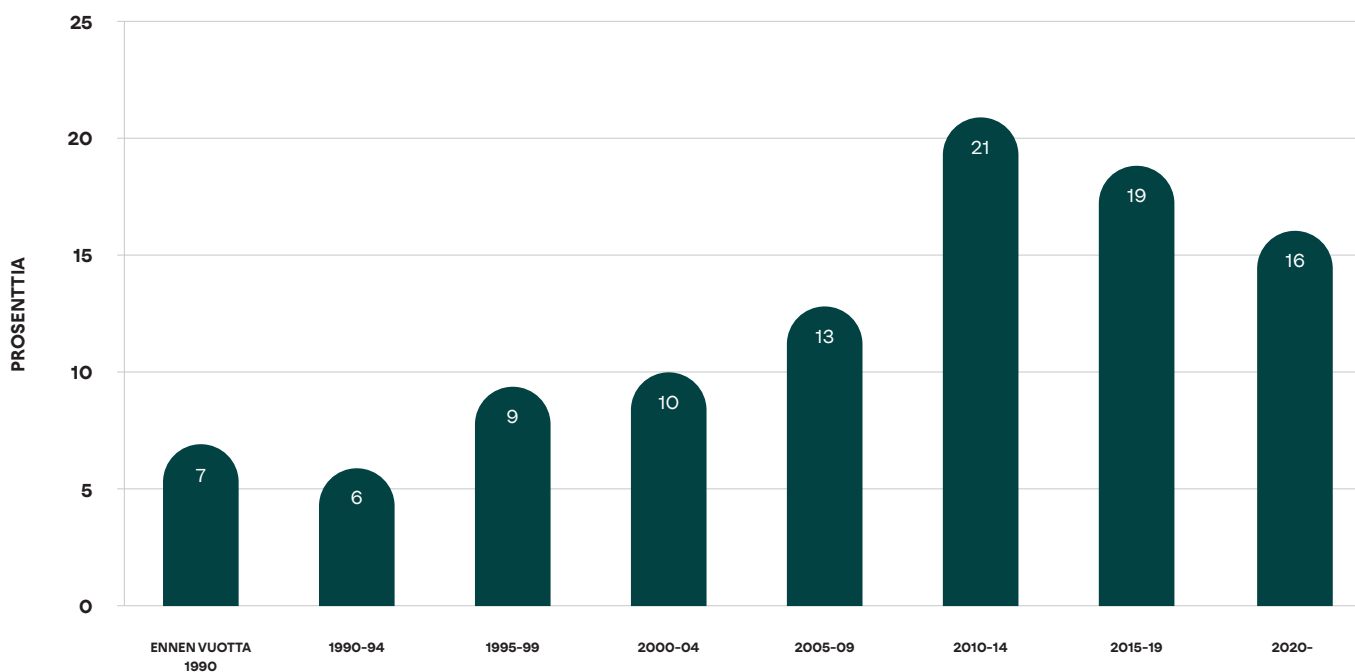
<sup>45</sup> Veroilmoituksessa huojenus rinnastetaan saatuihin tukiin ja avustuksiin. Alarajahuojennus on sen tulolähteen tuloa, josta huojenus on saatu. Yritystoiminnan alarajahuojennus on siis elinkeinotoiminnan tulolähteen tuloa ja maataloustoiminnasta saatu alarajahuojennus taas maatalouden tulolähteen tuloa.

**Kuvio 5**

Ornamentin suhdannekyselyyn vastanneet yritykset liikevaihdon mukaan 2022

**Kuvio 6**

Ornamentin suhdannekyselyyn vastanneet yritykset perustamisvuoden mukaan 2022.

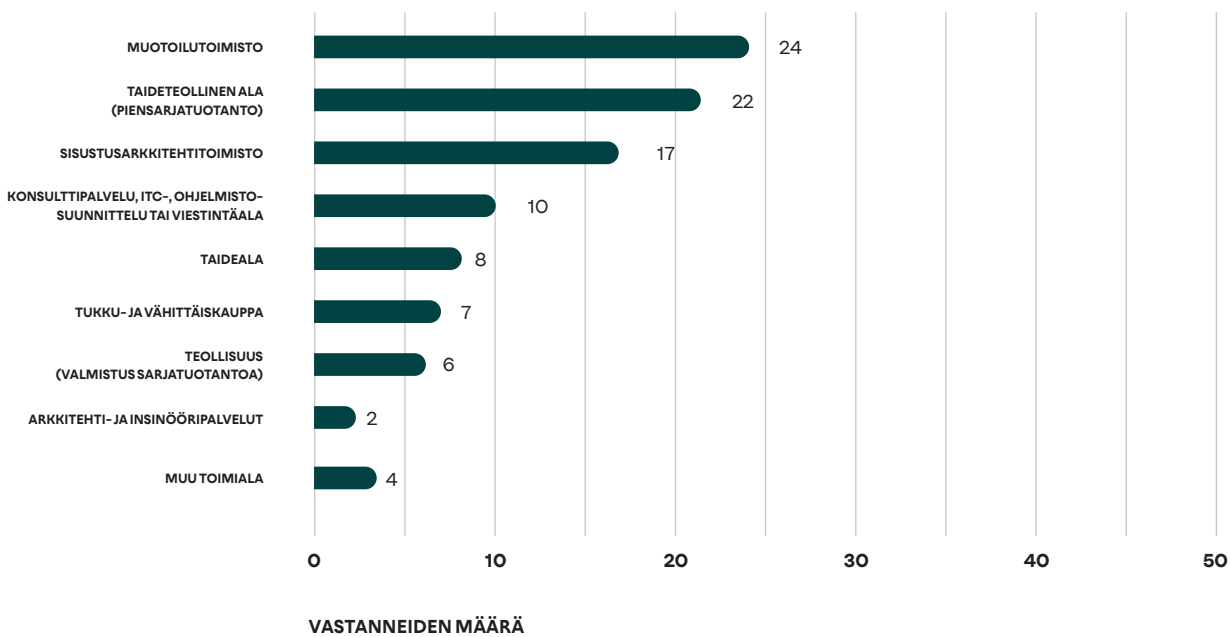


## Yritysten toimialat

Ornamon vuoden 2022 suhdannekyselyyn vastanneista muotoilutoimistoja oli lähes neljäsnes. Taideteollisia tuotteita piensarjatuotantoa valmistavia yrityksiä oli runsas viidesnes. Seuraavaksi eniten oli sisustusarkkitehtitoimistoja, konsulttitoimistoja ja puhtaasti taidealalla toimivia yrittäjiä (Kuvio 7). Vastanneista 47 prosenttia tuotti pelkästään tai pääasiassa palveluita (muotoilutoimistot, konsulttiyritykset, yms.). Pelkästään tai pääasiassa tuotteiden valmistusta harjoittavia yrityksiä oli 40 prosenttia vastanneista (teollinen tuotanto, käsityöala) (Kuvio 8)

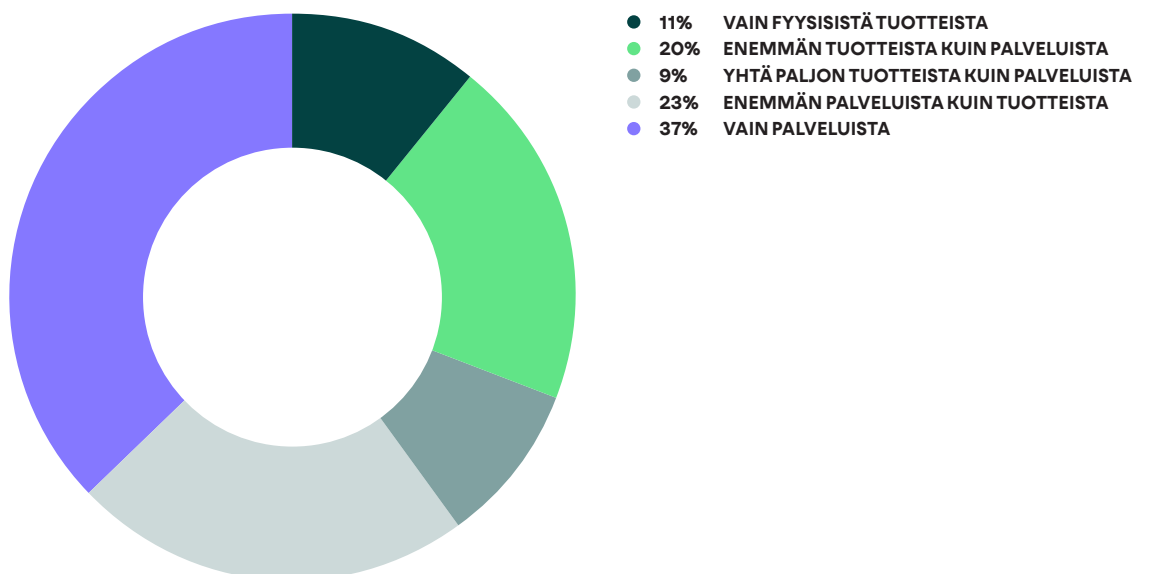
**Kuvio 7**

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet yritykset päätoimialoittain 2022.



**Kuvio 8**

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdon rakenne 2022.



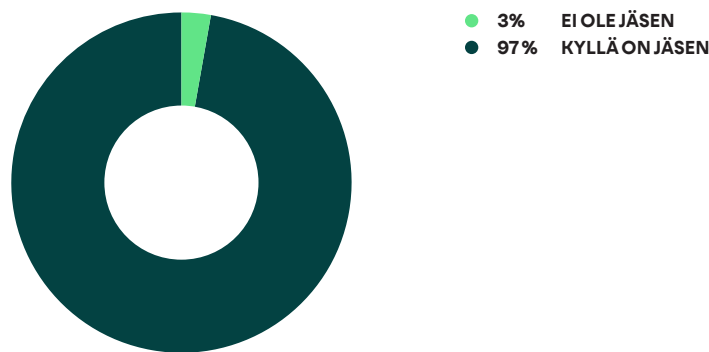


# Liite 2: Suhdanne- kyselyyn vastanneiden järjestäytymisaste

Vuoden 2022 suhdannekyselyyn vastanneista 97 prosenttia (87 kpl) oli Ornamo ry:n jäseniä. Liiton ulkopuolisia vastanneiden joukossa oli kolme prosenttia (3 kpl). Lisäksi 34 prosenttia vastanneista oli Suomen Yrittäjät ry:n jäseniä. Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry:n jäsenistöön kuului kolme prosenttia vastanneista. Keskuskauppakamarin ja alueellisten kauppakamarien jäseniä oli neljä prosenttia. Elinkeinoelämän edistämis- ja toimialajärjestöjen jäsenyydet (pl. Ornamo jäsenyys) ovat hieman tavallisempia suurempien muotoilualan yritysten keskuudessa.<sup>46</sup>

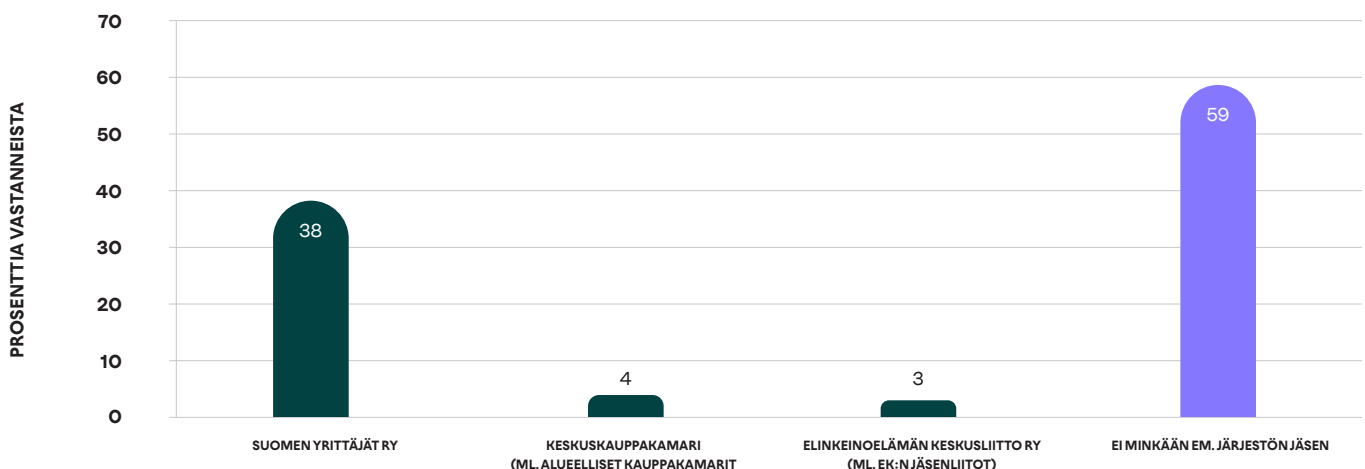
**Kuvio 1**

Kyselyyn vastanneiden jäsenyys Ornamo ry:ssä 2022



**Kuvio 2**

Kyselyyn vastanneiden jäsenyys elinkeinoelämän järjestöissä 2022



<sup>46</sup> Kolme vastannutta oli jäsenenä useammassa kuin yhdessä elinkeinoelämän järjestössä.





ORNAMO